PROGRAMUL DE COOPERARE ELVEȚIANO-ROMÂN
SWISS-ROMANIAN COOPERATION PROGRAMME

# ACTIVITĂȚI TURISTICE PE APĂ

## Manual de bune practici pentru ghizi

aer

Brașov, 2017

**Autori:** Radu Zaharie
Marian Anghel
Bogdan Papuc

**Corectură:** Andrei Blumer
Bogdan Papuc
Eliza Donescu

**Grafică şi ilustraţii:** Eliza Donescu
Iulia Olariu

**Fotografii:** Andrei Blumer (cop. I)
Roxana Farca (pg. 8, 14, 26, 36)
Cristi Mititelu (pg. 18, 19, 20)
Outdoor Experience (pg. 28)

**Un material realizat de:**
Asociația de Ecoturism din România (AER), 2017
www.eco-romania.ro | www.asociatiaaer.ro

aer
Asociatia de Ecoturism
din Romania

Publicație co-finanțată de Elveția prin intermediul Contribuției Elvețiene pentru Uniunea Europeană extinsă. Publicația a fost realizată în cadrul proiectului *Meserii frumoase în destinații frumoase – creșterea calității produselor și destinațiilor ecoturistice pentru performanțe mai bune în aplicarea conceptului de dezvoltare durabilă în România* implementat de ProPark – Fundația pentru Arii Protejate, Asociația de Ecoturism din România și CIPRA Elveția.

Această publicație nu reflectă în mod neapărat poziția oficială a guvernului elvețian.

Responsabilitatea pentru conținutul acesteia este asumată în întregime de Asociația de Ecoturism din România.

**www.swiss-contribution.ro**
**www.swiss-contribution.admin.ch/romania**

# CUPRINS

## I.

## CONTEXT NAȚIONAL


05 Cadrul legislativ

06 Relația cu aria protejată

08 Ghid sau agenție de turism

08 Utilizarea altor servicii turistice

## II.

## PLANIFICAREA ȘI DESFĂȘURAREA ACTIVITĂȚII


10 Pasul 1 – Identificarea nevoilor clienților potențiali

12 Pasul 2 - Documentarea despre posibilele trasee

16 Pasul 3 – Identificarea traseului în teren

18 Pasul 4 – Realizarea ofertei

20 Pasul 5 – Promovarea ofertei

22 Pasul 6 – Vânzarea produsului turistic

23 Pasul 7 – Planificarea turei

24 Pasul 8 – Realizarea programului turistic

30 Pasul 9 – Follow up (trimis poze, feedback, trimis oferte noi)


## III.

## COMPORTAMENT RESPONSABIL


32 Față de grup - comportament de lider

33 Față de mediu natural

33 Față de comunitatea locală

34 Prevenție - managementul riscurilor și măsuri de securitate


## IV.

## INTERPRETARE


36


## V.

## ECHIPAMENT


37 Echipamentul ghidului

38 Echipamentul turiștilor

39 Pregătirea, întreținerea și utilizarea echipamentului

# I. CONTEXT NAȚIONAL

## 1. Cadrul legislativ

În momentul de față meseria de *ghid de activități turistice pe apă* nu este o profesie reglementată în România. Cu toate acestea, persoana care conduce un grup de turiști în cadrul unui program de activități pe apă trebuie să fie calificată ca *ghid de turism* și să lucreze în baza atestatului emis de către Direcția de Control și Autorizare Turism din cadrul Ministerului Turismului (fosta Autoritate Națională pentru Turism – ANT).

*

**Conform Ordinului de ministru 637/2004, ghidul turistic trebuie să aibă în permanență asupra sa atestatul profesional și este obligat să-l arate autorităților statului și clienților săi, dacă i se solicită acest lucru.**

Conform Legii 319/2006 (Legea SSM) și completărilor ulterioare (art. 30), se încadrează ca accident de muncă „accidentul survenit în cadrul activităţilor cultural-sportive organizate, în timpul şi din cauza îndeplinirii acestor activităţi".
Cu alte cuvinte, orice activitate turistică organizată în natură trebuie să se desfășoare ținând cont și de prevederile legii SSM. Adică orice posibil accident pe teren în acest context organizat devine un accident de muncă.

Neluarea vreuneia dintre măsurile legale de securitate de către persoana care avea îndatorirea de a lua aceste măsuri constituie infracţiune şi se pedepseşte cu închisoare de la 1 an la 2 ani sau cu amendă (art. 37).

> *Orice posibil accident pe teren în acest context organizat devine un accident de muncă.*

## 2. Relația cu aria protejată

Ghidul (dar și agenția de turism) trebuie să înțeleagă rolul administratorului / custodelui ariei protejate și să dezvolte o relație de colaborare.

**În mod normal, reprezentanții ariei protejate trebuie să susțină programele de turism durabil și să lucreze împreună cu furnizorii de servicii turistice pentru a include în programele lor cât mai multe servicii locale, astfel încât să creeze beneficii pentru localnici.** Pe de altă parte, ghizii și agențiile de turism trebuie să fie deschiși și receptivi la problemele ariei protejate și să respecte regulile de vizitare, precum și eventualele restricții din motive de conservare impuse de administrație.

**Avantajele colaborării există pentru ambele părți. Pentru reprezentanții ariei protejate:**

- Creează o bază de date cu ghizii și agențiile turistice care oferă programe în aria lor protejată. Această bază de date poate fi mai apoi folosită pentru redirecționarea turiștilor care solicită programe turistice de la reprezentanții ariei protejate sau pentru a dezvolta împreună cu comunitatea locală servicii ce ar putea fi incluse în programele agențiilor.

- Reprezintă o sursă de date statistice despre vizitatori (numărul vizitatorilor, durata ședерii, servicii folosite, cheltuieli medii pe zi, proveniența etc.);

- Reprezintă o oportunitate de comunicare cu vizitatorii ariei protejate;

› Reprezintă o sursă de informații despre problemele întâlnite în teren (ghizii pot transmite informații prețioase cu privire la deteriorarea unor elemente de amenajare turistică, braconaj, tăieri ilegale, ivirea unor situații ce pun în pericol siguranța vizitatorilor etc.);

› Țin sub atentă supraveghere activitățile turistice din perimetrul ariei protejate și se asigură că sunt respectate regulile de vizitare.

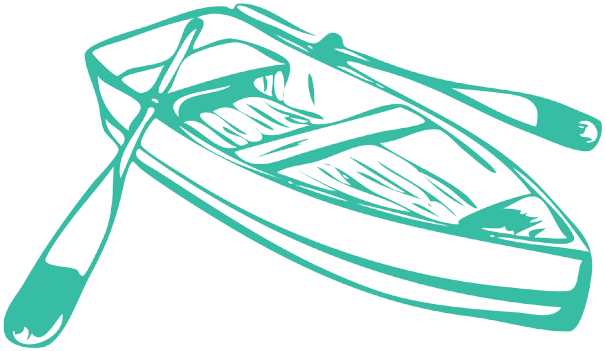
**Pentru ghizi sau agenții colaboratoare:**

› Au un partener local important care îi poate ajuta cu informații, specialiști pe diverse teme sau rezolvarea unor situații de urgență;

› Pot invita specialiștii din cadrul administrației pentru prelegeri sau cursuri tematice (biolog, ranger);

› O relație bună cu reprezentanții ariei protejate poate aduce o plus-valoare produsului turistic și poate crește satisfacția clienților cu eforturi minime;

› Pot include în program vizitarea centrului de vizitare.



## 3. Ghid sau agenție de turism

Cu toate că sunt doi termeni fundamental diferiți, dorim să subliniem faptul că în relația cu clienții, un ghid nu poate substitui serviciile unei agenții de turism. Cu oricare din cele două părți, ghidul pune la dispoziție doar serviciile de ghidare. Realizarea **pachetului de servicii turistice***, conform legislației, cade în sarcina exclusivă a agenției de turism. Ghidul poate doar să propună programe turistice și poate realiza rezervările, însă facturează clientului doar serviciile de ghidare, urmând ca turistul să plătească separat, către fiecare furnizor, celelalte servicii (transport, cazare, mese, intrări la obiective turistice, ghizi specialiști etc.).

## 4. Utilizarea altor servicii turistice

Ghidul trebuie să se asigure că celelalte servicii turistice incluse în programul turistic respectă legislația în vigoare:

- pentru unitățile de cazare și de masă este necesară existența certificatului de clasificare turistică;
- pentru transport este necesară licența de transport persoane;
- pentru alți ghizi este necesară licența de ghid și specializarea, dacă este cazul.

** Prin pachet de servicii turistice se înțelege minim două servicii vândute împreună, spre exemplu: ghidare + transport, ghidare + cazare etc.*

În cazul în care ghidul optează pentru includerea unor servicii locale neautorizate (spre exemplu, mese la localnici), atunci o face pe propriul risc, cu mențiunea că este răspunzător și pentru ceilalți membri ai grupului. Recomandăm ca aceste servicii să fie îndelung testate și să se discute cu cei ce le furnizează despre riscurile potențiale.

> *Un ghid nu poate substitui serviciile unei agenții de turism.*

# II. PLANIFICAREA ȘI DESFĂȘURAREA ACTIVITĂȚII

## Pasul 1 – Identificarea nevoilor clienților potențiali

Mai intâi de toate trebuie menționat faptul că în România, pe această nișă a activității turistice organizate, piața abia începe să se contureze. Momentan nu putem să ne raportăm la o piață / ofertă coerentă și de sine stătătoare. Putem vorbi doar de oarece încercări punctuale a câtorva mici operatori din turism activi pe acest segment de nișă.
În acest sens este cu atât mai importantă o abordare eficientă și realistă a pieții, respectiv a identificării nevoilor clienților potențiali prin prisma situației de fapt.

**Acest lucru poate fi făcut, teoretic, pe baza mai multor criterii:**

**1. Experiența turiștilor:**

- clienți care nu au deloc experiență;
- clienți care au practicat sporadic acest gen de activitate;
- clienți cu experiență și rutină pe acest segment de activitate;

**2. Proveniența turiștilor:**

- din România (al căror ghidaj se face în limba română și care pun de cele mai multe ori accent pe activitățile de o zi sau de un weekend);
- din afara României (al căror ghidaj se face într-o limbă străină și care, pe lângă activitățile pe apă – de cele

mai multe ori pentru mai multe zile – pun accent și pe cunoașterea mai aprofundată a destinației);

### 3. Din punct de vedere al timpului disponibil alocat pentru activitățile pe apă:

- clienți care solicită activități de câteva ore, o zi sau de un weekend (sunt de obicei clienți din România);
- clienți care preferă programe de mai multe zile (sunt de obicei clienți străini);

### 4. Din punct de vedere al categoriei de vârstă:

- adulți;
- copii;

### 5. Din punct de vedere al confortului solicitat:

- clienți outdoor (programele sunt bazate pe campare și/sau bivuac);
- clienți non-outdoor (programe bazate pe cazări convenționale – la hoteluri/ pensiuni/alte spații de cazare);

> *Produsul turistic trebuie elaborat în funcție de grupul țintă căruia intenționăm să ne adresăm.*

### 6. Din punct de vedere al accentuării laturii sportive:

- clienți pentru care latura sportivă este cerința dominantă;
- clienți pentru care latura sportivă este doar o cerință conexă.

În consecință, nevoile potențialilor clienți pot fi foarte diferite, în funcție de cum se combină categoriile de mai sus. De aceea este bine ca atunci când elaborăm un program turistic să putem coagula cât mai bine cât mai mulți din acești parametri, pe baza cărora să dezvoltăm ulterior programul. Produsul turistic trebuie elaborat și dezvoltat în funcție de un anumit grup țintă căruia intenționăm să ne adresăm.

Cu cât ne este mai clar cu ce gen de clienți vom avea de-a face, cu atât mai bine putem contura și defini grupul țintă căruia i se va adresa oferta ce urmează a fi elaborată.
De asemenea, un rol primordial îl joacă raportul preț / calitate, indiferent cărui segment de clienți ne adresăm. Prețul cel mai mic nu este cel mai improtant criteriu, ci mai degrabă contează prețul corect în raport cu calitatea serviciilor furnizate. Informațiile despre potențialii clienți, așteptările și cerințele lor pot fi deduse pe baza propriilor experiențe din trecut (caracteristicile clienților din trecut), iar anumite informații pot fi aflate în urma comunicării directe cu potențialii clienți (cereri de ofertă, spre exemplu). De asemenea, de o importanță reală în acest sens sunt analizele ofertelor comparabile de pe piață sau chiar informații obținute consultând surse veridice de pe internet, forumuri de specialitate, precum și statisticile de vizitare de pe site-ul propriu.

## Pasul 2 - Documentarea despre posibilele trasee

Traseele trebuie alese în funcție de durata programului turistic și de categoria de clienți care urmează să desfășoare programul turistic respectiv (a se vedea combinațiile de categorii / grupuri țintă de la punctul anterior).

**Avem mai multe criterii de defalcare din punctul de vedere al traseelor:**

- trasee pe ape curgătoare (râuri sau ape repezi);
- trasee pe lacuri (luciuri de apă deschise);

- trasee de câteva ore până la o zi;
- trasee de mai multe zile;

- trasee care impun camparea;
- trasee care nu depind de campare.

*Putem oferi o plus-valoare programului turistic prin introducerea în program a unui centru de vizitare.*

În urma obținerii informațiilor referitoare la grupul țintă și după ce avem un minim de date concrete cu referire la sejur (durată, cerințe de confort, servicii incluse, buget disponibil etc.) începem evaluarea traseelor care să corespundă celor de mai sus – trasee care să se potrivească cât mai bine pe grupul de cerințe dat.
Documentarea se bazează pe experiențele proprii, pe experiențele altor colegi, pe experiențele localnicilor sau chiar pe experiențele unor turiști experimentați – în principiu pe experiența oricărei persoane care a trecut mai recent pe traseele (sau pe porțiuni din traseele) în cauză.
De asemenea, documentarea se va baza în completare și pe material bibliografic, pe material cartografic și, nu în ultimul rând, pe surse veridice de pe internet.

Ideal ar fi să se poată analiza cât mai multe variante de traseu, pentru a avea oricând la îndemână opțiuni pentru situații neprevăzute sau situații care nu se pot anticipa.
În cazul în care traseele noastre intersectează arii protejate se va ține cont de aprobările (și eventual de taxele) necesare tranzitării lor. De asemenea, se va avea în vedere evitarea eventualelor zone de protecție strictă! Pe de altă parte, putem oferi o plus-valoare programului nostru turistic prin introducerea în program a unui centru de vizitare (daca el există).
Contactarea administratorilor zonelor protejate se impune și în vederea înregistrării noastre în scopul păstrării unei evidențe a fluxului de turiști/persoane pe anumite zone cu regim de protecție.

De interes sunt și obiectivele turistice și programul de vizitare al acestora, eventualele evenimente culturale sau sportive, meșteri și artizani locali, instalații de tehnică țărănească etc.

## A. Cazare

La programele pe mai multe zile trebuie să știm cu precizie amplasarea locurilor de campare, dacă există sau nu posibilitatea de aprovizionare cu alimente și apă potabilă. În cazul în care camparea are loc pe spațiul unor arii naturale protejate, atunci aceasta se va face exclusiv în locurile permise și cu respectarea strictă a regulilor de campare și de vizitare. În cazul în care camparea are loc în afara ariilor naturale protejate, este necesară obținerea unui acord de campare din partea proprietarului terenului. În acest fel vom evita eventualele conflicte ce ar putea să apară de față cu turiștii.
Pentru programele de mai multe zile care nu se bazează pe campare, foarte importante sunt aspectele legate de structurile de cazare existente în zonă și, implicit, de posibilitățile de servire a mesei - respectiv dacă acestea se încadrează în categoria agreată de grupul țintă pentru care va fi dezvoltat programul turistic. În acest sens, deseori trebuie să ne adaptăm realității din teren (posibilități de cazare la pensiuni și/sau la localnici, posibilități/spațiu de servirea mesei etc). Zona de derulare a programului turistic va fi astfel aleasă încât facilitățile disponibile să corespundă cerințelor și nevoilor noastre.

## B. Dimensionarea etapelor zilnice

Rutele și etapele zilnice trebuie dimensionate astfel încât să permită parcurgerea în deplină siguranță a distanțelor dintre locurile de cazare.
Lungimea etapelor poate fi măsurată în ore de parcurs și/sau în kilometri.
Distanțele parcurse pe apă depind în mod determinant de curenții apei și de vânt. În condițiile lipsei vântului, pe ape stătătoare se pot parcurge

circa 20-25 km/zi, iar pe ape curgătoare până la circa 50 km/zi (în sensul curentului apei). În acest context este important dacă tura are loc pe lacuri, râuri sau ape repezi, fiindcă apar diferențe semnificative în ceea ce privește timpii de parcurs, respectiv durata etapelor zilnice. Ritmul de mers și viteza de înaintare trebuie adaptate stării vremii, curenților, vitezei și direcției vântului, experienței celor mai puțin pregătiți membri ai grupului și, nu în ultimul rând, greutății bagajelor, respectiv a bărcilor.

Nu trebuie să vă scape din vedere ca la planificarea sejururilor mai lungi să se calculeze în principiu **2 zile de repaus la 5 zile de vâslit**.

Este de asemenea recomandabil ca prima zi să fie ceva mai scurtă și mai ușoară, aceasta având și un rol de acomodare/adaptare.

## C. Alte variabile

În alegerea traseelor sunt determinante atât momentul derulării turei din punct de vedere al anotimpului, cât și condițiile meteo. Condițiile legate de vânt, temperatură, precipitații și nivelul apelor la momentul desfășurării programului turistic contribuie toate în mod decisiv la reușita/nereușita turei. În acest sens, se va pune accent și se va da întotdeauna importanța cuvenită prognozei meteo!

Un alt aspect de avut în vedere este dacă tura se derulează într-un singur sens sau în circuit. De asemenea, posibilitatea de reîntoarcere la punctul de plecare (sau deplasarea într-un loc în siguranță) în cazul apariției unor probleme sau situații neprevăzute este de maximă importanță.

În cazul programelor derulate în alte țări este binevenită și o minimă cunoaștere a limbii țării respective.

## Pasul 3 – Identificarea traseului în teren

După analiza echilibrată și fundamentată a tuturor aspectelor și criteriilor de la Pasul 2, se va lua decizia finală asupra traseului.
Decizia se va lua în urma parcurgerii în barcă a tuturor variantelor de traseu identificate. Traseul se va parcurge pe ruta și în sensul în care se va realiza și deplasarea cu turiștii. Acest lucru ajută la stabilirea finală a etapelor zilnice (în distanțe totale și ore de parcurs), astfel încât să conecteze în condiții de siguranță locurile de cazare, iar programul să fie, în ansamblul său, atractiv și echilibrat.

**Se vor nota și se vor fotografia (dupa caz) elementele esențiale și definitorii din teren. Vor fi reținute toate posibilele aspecte și detalii relevante în vederea derulării optime a programului turistic.**

La optimizarea etapelor se vor avea în vedere alegerea celor mai potrivite și mai frumoase locuri/zone de picnic. De asemenea, se va avea în vedere accesul la puncte de observare sau la alte zone de interes. Vom fi atenți mai ales la posibilitățile de ieșire în siguranță din traseu în caz de furtună, vreme nefavorabilă sau datorată oricăror altor situații neprevăzute (și de adăpostire în siguranță!).

Marcarea traseului pe hartă și pe GPS poate fi la rândul ei utilă din mai multe puncte de vedere: orientare, gestiune de efort pe parcursul fiecărei etape în parte, posibilități de aprovizionare, identificarea posibilităților de retragere etc.

De exemplu, dacă ne deplasăm în Deltă, cu ajutorul GPS-ului se vor marca intrările și ieșirile din lacuri și canale, zone cu potențial ridicat de plauri, precum și alte

> *La turele care impun camparea, succesul depinde mult de alegerea locului de campare.*

puncte ce necesită recunoaștere în teren (schimbări de direcție, intersecții de canale, zone cu vizibilitate redusă etc.). În afară de GPS, este neapărat necesară și o hartă turistică detaliată și actualizată – care se va utiliza nu doar ca obiect de lucru al ghidului, ci și pentru uz comun și explicații pentru turiști (a se utiliza de fiecare dată la briefingul cu turiștii).

La turele care impun camparea, succesul depinde mult de alegerea locului de campare. În cele ce urmează, iată câteva recomandări în vederea unei alegeri potrivite:

- locurile de campare trebuie să fie în primul rând desemnate ca atare de către custodele / administratorul ariei protejate sau trebuie să obținem permisiunea de a campa din partea proprietarului terenului;
- locurile trebuie să fie pitorești și să dispună (și) de umbră;
- nu campați în imediata proximitate a malurilor;
- nu campați în locuri în care tranzitează animale în mod uzual (domestice sau sălbatice);
- nu campați sub copaci bătrâni/uscați;
- nu deranjați cuiburi de păsări;
- o zonă deschisă spre est asigură lumină și căldură în timpul dimineții;
- este de dorit să existe o sursă de apă potabilă nu prea departe de locul de campare;
- săpați o toaletă în pământ (trebuie să avem o lopată în dotare!);
- NU faceți șanț în jurul cortului;
- deșeurile organice pot fi îngropate (hârtia și cartonul pot fi arse);

- restul deșeurilor se colectează și se evacuează din zonă;
- respectați cu strictețe normele de protecție, comportament și conduită în ariile naturale protejate (și în natură în general).

**Este important ca în această etapă să se verifice încă o dată elementele organizatorice** precum spațiile de cazare și de servire a mesei, numere necesare de telefon, precum și orarul de vizitare al obiectivelor turistice.

## Pasul 4 – Realizarea ofertei

În această fază vom sintetiza totalul informațiilor de la punctele precedente sub forma unui tot unitar, a unei oferte de produs turistic.

Oferta produsului turistic trebuie să conțină, printre altete, următoarele elemente:

- titlu (element în care este cuprins de cele mai multe ori și destinația - țara /regiunea / locul);

› câteva elemente cheie („highlight”-uri) redactate succint, dar atrăgător;
› descrierea generală a programului;
› caracterul turei în ansamblu;
› cerințele de îndeplinit de către participanți;
› derularea programului în detaliu (pe zile);
› durata programului;
› termenele calendaristice de derulare;
› condițiile derulării programului turistic;
› elemente referitoare la călătoria înspre/dinspre țara de destinație;
› reglementări de intrare în țara de destinație;
› elemente legate de vreme și climă în țara/regiunea de destinație;
› elemente legate de măsuri profilactice de siguranță/ sănătate (eventuale vaccinuri necesare etc.);
› lista serviciilor incluse;
› lista serviciilor opționale;
› lista echipamentului personal obligatoriu;
› lista echipamentului personal opțional;
› prețul pachetului.

Indiferent de publicul vizat, ofertele trebuie întotdeauna adaptate nevoilor specifice pentru fiecare solicitare în parte.

Oferta trebuie să conțină cât mai multe detalii concrete pentru a informa corect, clar și explicit potențialii clienti. Oferta trebuie să poată fi cât mai bine înțeleasă - să nu rămână nimic aleatoriu, nedefinit sau incert.
În cadrul oricărei oferte cu caracter comercial, toate elementele care o compun trebuie să fie exprimate și redactate clar, inteligibil și fără echivoc.

## Pasul 5 – Promovarea ofertei

Promovarea este una din cheile succesului în orice activitate cu caracter comercial, iar domeniul turistic nu face excepție în acest sens.
Există mai multe modalități de promovare. Din cele consacrate se pot evidenția următoarele:

- promovare directă, prin agenția (entitatea juridică) proprie;
- promovare prin alte agenții turoperatoare (de preferință specializate);
- promovare prin agenții detailiste (de preferință specializate);

› participare la evenimente de profil (târguri de turism, târguri de echipamente sportive sau specifice activității, alte evenimente de promovare);
› promovarea „din gură în gură” (cea mai credibilă și cu rezultatele cele mai bune); acest tip de promovare va fi realizată de către clienții satisfăcuți de serviciile oferite;
› promovare pe rețele de socializare și pe diverse alte platforme de profil.

Unele din elementele de promovare de mai sus impun crearea și întreținerea unei baze de date cu clienții proprii.

> *Ofertele trebuie întotdeauna adaptate nevoilor specifice pentru fiecare solicitare în parte.*

Forma în care se face promovarea trebuie să fie nu doar atractivă, ci mai ales credibilă. Metodele clasice (cataloage, pliante, flyere, foi volante) au pierdut ușor teren în favoarea metodelor apărute în ultimii ani – rețelele de socializare și platforme interactive online; totuși ele rămân valabile pe anumite segmente de promovare, cum ar fi, în speță, târguri de turism sau birouri de vânzari.

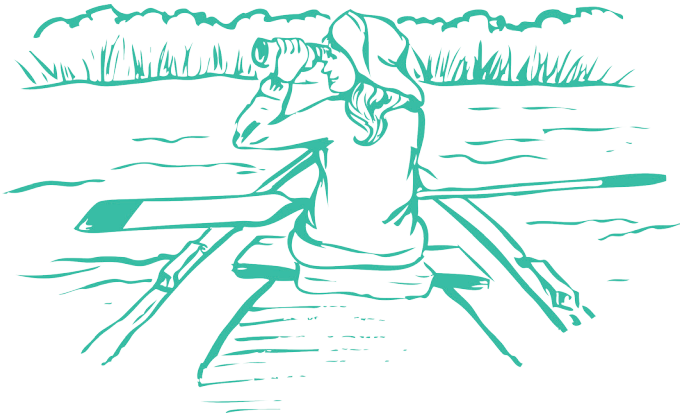
**De reținut: cei mai buni agenți de publicitate ai activității noastre sunt întotdeauna foștii clienți !**

## Pasul 6 – Vânzarea produsului turistic

Vânzarea produsului turistic se poate face în mai multe moduri:

- vânzare directă (prin toate metodele – convenționale și online);
- vânzare prin alte agenții turoperatoare (specializate);
- vânzare prin agenții detailiste (specializate).

În cazul vânzării directe, se va încheia un contract cu turistul – contact care are, conform legii, un format cadru (reglementat de OMT 516 / 2005).
În cazul vânzării prin terțe agenții (turoperatoare sau detailiste), contractul va fi încheiat între agenția organizatoare și agenția vânzătoare, având anumite clauze obligatorii.
Până se ajunge la clientul final, în lanțul vânzării pot exista mai multe agenții, fiecare stabilindu-și clauzele de negociere, promovare și vânzare în mod independent. Comisionul se împarte, în acest caz, la mai multe entități economice (verigi din lanțul de vânzare). Important de știut însă în aceste situații este faptul că suma platită de către clientul final este aceeași (indiferent câte verigi are lanțul de vânzare), iar comisionul agențiilor se acoperă din cedarea unui procent de către vânzător/revânzător.



## Pasul 7 – Planificarea turei

Pregătirea și planificarea turei se va face întocmai și conform cu produsul turistic contractat (cu turistul sau cu agenția / agențiile revânzătoare). Ghidul va lua în considerare mai multe aspecte importante în acest sens, toate la momentele potrivite la care se impun.

În sensul pregătirii și planificării programului turistic se vor întreprinde din timp, printre altele, următoarele acțiuni:

### 1. Se rezervă toate serviciile de care este nevoie pentru desfășurarea optimă a programului turistic:

- cazare;
- transport;
- ghidaj specializat;
- mese;
- echipament;
- ghidaje locale;
- vizite de obiective, evenimente și alte întâlniri organizate;
- alte servicii turistice necesare sau care se impun.

> *Nu trebuie omise din planificare condiția fizică sau starea de sănătate a participanților.*

### 2. Se verifică încă o dată:

- orarul de vizitare al obiectivelor turistice incluse în program;
- orele stabilite pentru ghidaje locale, ghidaje specializate sau alte vizite / evenimente (de orice natură ar fi acestea);
- trezervările la cazări;
- rezervările la locurile de servire a mesei.

Totul trebuie să se bazeze pe o negociere clară și în timp util a tuturor serviciilor contractate – mai ales a condițiilor de cazare, masă și transport / transferuri. Acestea trebuiesc verificate încă o dată pentru conformitate (cu cel puțin câteva zile înaintea

prestării serviciului respectiv), în vederea evitării oricăror neconcordanțe sau a altor neplăceri.
Pe alt palier va avea loc comunicarea cu clientul. Se solicită informații despre eventuale probleme, situații sau nevoi speciale (echipament, rezistență fizică, alergii, restricții alimentare, alte probleme medicale sau de sănătate etc.) și se transmit informații suplimentare dacă este cazul (condiții meteo - prognoza, lămuriri referitor la echipamentul necesar etc.).

Dacă, din anumite motive obiective, programul nu poate fi prestat așa cum a fost contractat, se informează de îndată clientul, se oferă alternative și, dacă se impune, chiar și compensații. Pentru a mai putea fi vândut însă în același cadru negociat inițial, programul turistic trebuie să-și păstreze caracterul și principalele caracteristici pe care le-a avut în momentul vânzării. De modul în care se face planificarea turei depinde în mod determinant buna desfășurare a acesteia.

## Pasul 8 – Realizarea programului turistic

Derularea programului turistic este *esența* întregului demers și, în același timp, partea fundamentală în activitatea de ghidare. Până în acest punct toate acțiunile s-au concentrat pe aspecte legate de documentare, pregătire și organizare, toate urmărind reușita derulării programului ofertat. Satisfacerea cerințelor și așteptărilor turiștilor este factorul primordial vizat, iar măsura în care s-a atins acest lucru se va vedea și se va simți în mod direct și nemijlocit de către ghid, începând chiar din primul moment al derulării programului.

## A. Este recomandat să se țină seama de câteva aspecte de ordin general:

› cu prima ocazie potrivită, toți membrii grupului (inclusiv ghidul și persoanele de suport, dacă există) sunt încurajați să se prezinte de față cu toată lumea; astfel, ghidul va cunoaște mai bine clienții, așteptările și interesele lor, iar clienții la rândul lor se vor cunoaște mai bine între ei, acest lucru contribuind și la crearea unei punți de coeziune între membrii grupului;

› la început se va face o prezentare generală a derulării turei, cu eventuale ajustări față de programul ofertat (dacă ele există) și cu o argumentare sinceră, coerentă și corectă a acestora;

› în fiecare seară se va face o scurtă prezentare a programului zilei următoare, cu indicații clare și precise în special în ceea ce privește orele (mic dejun, start de tură, parcurs etc.), dar și fiecare element concret din program;

› toate informațiile furnizate trebuie să fie corecte și adevărate;

› înaintea startului fiecărei etape se vor verifica echipamentele individuale (bărci, pagaie/padele, saci impermeabili, veste de salvare etc.);
› se vor verifica echipamentele de grup (corturi, echipament de campare, veselă, primusuri, combustibil etc.);
› ne vom asigura de existența alimentelor în cantitate suficientă;
› ne vom asigura de calitatea corespunzătoare și de prospețimea alimentelor (a se avea în vedere faptul că multe dintre ele se vor păstra vara la temperaturi ridicate);
› ne vom asigura că alimentele pot fi transportate și păstrate în condiții adecvate (mai ales cele perisabile – încă o dată atenție la temperaturile ridicate din timpul verii);
› ne vom asigura că există suficientă apă potabilă;
› vom verifica existența, componența și termenele de valabilitate ale produselor ce compun trusa de prim ajutor;

> *Înaintea startului fiecărei etape se vor verifica echipamentele individuale și de grup.*

› ghidul trebuie să aibă asupra lui un determinator de păsări (sau alte tipuri de determinatoare, în funcție de interesele turiștilor);
› deplasarea în teren se va face după regula impactului minimal (din toate punctele de vedere: campare, vetre de foc, deșeuri, zgomot etc.), ce vizează întregul comportament al grupului și al fiecărui individ în parte;
› prezentarea unui set de reguli de conduită cu privire la interacțiunea cu localnicii;
› utilizarea, într-o pondere cât mai mare posibilă, a prestatorilor locali și a serviciilor locale (localnicii vor fi remunerați rezonabil);

› nu se folosesc minori în prestarea serviciilor;
› se va încerca prevenirea unor posibile stări conflictuale sau de tensiune în interiorul grupului de turiști;
› pe tot parcursul turei, ghidul trebuie să dea dovadă în general de un comportament responsabil (din toate punctele de vedere), decent și condescendent, acționând astfel ca un exemplu pentru ceilalți participanți.

**B. În cazul campării la cort sau în orice alte condiții de folosire a vetrelor de foc, se vor avea în vedere următoarele reguli:**

› nu se vor amenaja vetre de foc noi dacă există deja unele vechi;
› se va delimita vatra de foc cu bolovani (atenție să nu fie uzi, deoarece acumularea de apă în bolovani poate duce la mici explozii);
› în mod ideal, se va decoperta stratul vegetal superficial de pe suprafața unde va fi amenajată vatra, iar dupa ce focul va fi stins se va plasa stratul vegetal decopertat înapoi în același loc, udându-l abundent;
› focul va fi întotdeauna păzit;
› când se părăsește vatra de foc, acesta va fi obligatoriu stins complet cu apă;
› se vor folosi doar lemne căzute.

Pe parcursul întregului programul turistic ghidul va fi flexibil și adaptabil în funcție de situațiile care apar sau care ar putea să apară. În primul rând, acesta va lua în considerare situația existentă în teren și va ține cont de starea fizică și psihică a turiștilor.

În situațiile care necesită abateri de la traseu, ghidul va trebui să ia – în mod rapid și eficient – deciziile optime care se impun în funcție de fiecare situație în parte.

*Ghidul va trebui să ia – în mod rapid și eficient – deciziile optime care se impun în funcție de fiecare situație în parte.*

## C. Încărcarea bagajelor în barcă

În barcă se lasă la îndemână doar lucrurile necesare pe parcursul zilei (apă, hrană pentru drum, aparat foto, binoclu, hartă, busolă). Cortul, hainele, sacul de dormit, izoprenul, și alte elemente de echipament care nu sunt necesare în timpul zilei pot fi plasate într-un loc care nu va mai trebui schimbat până la destinația zilei respective. Dupa ce s-a încărcat barca, bagajele și sacii impermeabili trebuie asigurați în barcă. Încărcarea cu ușurință a bărcii necesită o anumită experiență și rutină, astfel că rezultatele se vor vedea în timp.

După ce s-a finalizat îmbarcarea, barca trebuie echilibrată – atât longitudinal cât și transversal (să aibă o poziție orizontală dreaptă și să fie echilibrată pe apă).

## D. Câteva reguli de navigație:

- în principiu, traficul pe apă este similar cu traficul rutier;
- se circulă pe dreapta în sensul de mers;
- în principiu, se aplică regula prioritate de dreapta, cu câteva excepții;
- ambarcațiunile mai mici dau prioritate ambarcațiunilor mai mari;
- între ambarcațiunile mici, cele cu motor trebuie să le acorde prioritate celorlalte;
- caiacele/canoele trebuie să le acorde prioritate ambarcațiunilor cu velă;
- indicatoarele de pe mal sunt atât de sugestive încât multe se explică de la sine;
- balizele verzi și cele roșii delimitează culoarul navigabil (verde pe stânga și roșu pe dreapta, în direcția curgerii apei).

## E. Noțiuni elementare de meteorologie

- cer albastru deschis = vreme constant bună;
- un apus de soare clar = vreme bună în ziua următoare;
- dacă la apus soarele e roșu aprins, există umiditate mare în aer = posibilitateta ca vremea să se strice;
- vânturile din vest aduc de obicei fronturi mari de nori;
- o dimineață cu cer acoperit și vreme liniștită = vreme bună, stabilă;
- dacă vremea se schimbă încet, frontul atmosferic este mai amplu;
- vremea rea apărută din senin trece repede;
- apele deschise (lacurile) sunt mai liniștite dimineața.

Unul din factorii ce pot influența în mod determinant tura este vremea. Prognoza meteo trebuie consultată cu 2-3 zile înaintea turei și obligatoriu încă o dată în dimineața zilei respective.

În cazul în care, pentru zona în care ne deplasăm, prognoza meteo este de vreme rea, se analizează oportunitatea deplasării sau eventuale ajustări ale programului.
Se va ține cont și de alți factori, precum starea de sănătate a participanților cu 1-2 zile înaintea plecării și, evident, imediat înaintea etapei fiecărei zile în parte.
Toate aceste informații duc la luarea deciziei finale privind desfășurarea turei, uneori traseul schimbându-se într-o oarecare măsură. Decizia ghidului va fi o apreciere în funcție de toți factorii relevanți, astfel încât programul să se desfășoare în parametri optimi din toate punctele de vedere.

**Este important - în special atunci când ne deplasăm în zone cu semnal GSM precar sau inexistent - să ne asigurăm de faptul că am informat pe cineva despre intențiile noastre (traseu, durată, când plecăm, când venim etc).**

## Pasul 9 – Follow up (trimis poze, feedback, trimis oferte noi)

Într-un interval de timp de până la circa 2 săptămâni de la finalizarea programului turistic este recomandabil să se trimită un formular de feedback care să cuprindă elementele esențiale ale etapelor programului. Pentru ușurința completării, este de preferat ca acest formular să conțină întrebări închise, cu câteva variante de răspuns din care clientul poate alege, dar și cel puțin o întrebare cu răspuns deschis acolo unde poate să ofere mai multe detalii despre ce a mers bine sau mai puțin bine.

**Dacă și în ce fel așteptările clienților au fost realizate are importanță atât pentru agenția turoperatoare, cât și pentru ghid.**

Pentru agenția organizatoare aceste chestionare sunt de folos fiindcă oferă feedback direct și nemijlocit asupra produsului turistic. Acesta este cu atât mai relevant cu cât chestionarele sunt elaborate mai detaliat.

Astfel, ele sunt de folos optimizării programului în timp. Formularul de feedback poate fi plasat și direct pe pagina web (într-o rubrică dedicată - „Testimoniale") și completat online. Totodată, referințele pozitive vor conduce la creșterea încrederii în serviciile oferite, fiind un fel de catalizator în sensul deciziei de cumpărare pentru vizitatorii oricărui website. Trebuie avut însă grijă ca formularul de feedback să nu devină prea greoi de completat, fiindcă altfel riscăm ca turistul să nu-l mai completeze.
Chestionarele sunt de folos în aceeași măsură și ghidului. Comentariile pozitive contribuie la creșterea încrederii în sine, pe când cele negative vor contribui la corectarea unor deficiențe în activitatea acestuia și, astfel, la creșterea calității activității prestate.
În cazul în care la un moment dat se decide folosirea în scopuri de promovare a fotografiilor făcute în timpul programului turistic, este necesar să se solicite acordul explicit al tuturor persoanelor care apar în fotografii.
Este recomandabil să păstrați contactul cu clienții sau cu potențialii clienți (cei care au solicitat oferte însă demersul nu s-a concretizat) prin trimiterea unor emailuri ocazionale (newslettere sau felicitări cu ocazia unor evenimente / sărbători). Trebuie însă atenție în cazul unor sărbători religioase sau etnice pentru a nu crea animozități.

Se pot trimite oferte ocazionale atunci când introducem ture și pachete noi sau când oferim diverse reduceri sau facilități.

> ***În cazul în care doriți să folosiți fotografiile participanților pentru promovarea programului turistic, este necesar să le solicitați acordul.***

# III. COMPORTAMENT RESPONSABIL

**Comportamentul responsabil este o noțiune relativ nouă și îi poate induce pe unii în eroare, gândindu-se automat la responsabilitatea față de mediu natural, însă scăpându-le din vedere responsabilitatea față de grup sau față de comunitatea locală. Cu toate acestea, comportamentul responsabil ține mai mult de bunul-simț și buna-creștere decât de inovațiile din ultimii ani din turism.**

## 1. Față de grup - comportament de lider

› informarea clienților la începutul traseului și a fiecărei zile despre traseu, porțiuni dificile, condițiile meteo, obiectivele ce vor fi vizitate etc;

› consultarea sau, după caz, doar informarea clienților în cazul în care programul suferă modificări și explicarea cauzelor; motivele însă trebuie să fie bine întemeiate și explicate clienților;

› oferirea de informații corecte despre obiectivele și zonele vizitate - este foarte important ca ghidul să nu spună lucruri neadevărate, iar atunci când nu știe să răspundă la o întrebare să recunoască sincer acest lucru și să se ofere să trimită răspunsul ulterior pe email;

› prevenirea unor tensiuni între clienți pe considerente de caractere umane diferite sau abilități tehnice diferite;

› comportamentul său să fie un exemplu pentru clienți.

> *Comportamentul responsabil nu se manifestă doar față de natură, ci și față de grup și de comunitatea locală.*

## 2. Față de mediul natural

› aplicarea practicilor „leave no trace". Ghidul trebuie să se asigure că grupul nu lasă urme: deșeuri, vetre de foc noi, șanțuri pentru protejarea corturilor, nu se colectează exemplare de floră sau faună, nu se interacționează cu animalele sălbatice decât în cadrul stabilit de administrator / custode. În cazul dormitului în natură, este esențială stabilirea regulilor de bază, alegerea și administrarea corectă a toaletei.

› informarea și, după caz, consultarea administratorului / custodelui ariei protejate cu privire la itinerariul ales; dacă este cazul, la solicitarea reprezentantului ariei protejate, traseul poate fi schimbat.

## 3. Față de comunitatea locală

› prezentarea unui set de reguli de conduită clienților cu privire la interacțiunea cu localnicii;

› în măsura posibilităților, solicitarea acordului pentru traversarea proprietăților private atunci când nu se folosesc trasee turistice marcate sau drumuri publice;

› utilizarea serviciilor locale în măsura disponibilității acestora;

› plata corespunzătoare a localnicilor (cel puțin la nivelul salariului minim pe economie);

› contractarea legală a personalului;

› nu se folosesc minori pentru prestarea serviciilor.

## 4. Prevenție - managementul riscurilor și măsuri de securitate

Prevenția este un element pe care trebuie să-l avem tot timpul în vedere, din primul și până în ultimul moment al fiecărei acțiuni pe care o întreprindem. Asta înseamnă de la începutul elaborării unui produs turistic, trecând prin planificare, organizare, derulare și până la încheierea completă a oricărui proiect.
În mod optim, trebuie luat în considerare orice potențial risc (cunoscut) care ar putea surveni în oricare din momentele enumerate, analizându-le teoretic și gândind metode și strategii pentru ca acestea să fie evitate sau diminuate.
Pentru a atinge acest deziderat, pregătirea ghizilor trebuie să fie continuă și temeinică. Ghizii au rolul de interfață cu turiștii deoarece conduc și coordonează grupul. În situații de criză, ei trebuie să fie capabili să ia decizii pe cont propriu, uneori chiar în condiții dramatice și foarte rapid.
Când este posibil însă deciziile se iau în urma consultării împreună cu grupul. Aspectul consultării este important atât pentru decizia în sine, cât și pentru asumarea responsabilității deciziei în cauză.

Riscurile sunt de multiple feluri și depind de mai mulți factori:

- Locul / spațiul fizic în care va avea loc turul (lacuri, râuri, ape repezi);
- anotimpul în care are loc turul;
- factorii climatici;
- condițiile meteo (temperatură, precipitații, vânt, furtuni);
- nivelul apelor;
- prognoza meteo;
- starea de sănatate a participanților;
- experiența participanților;
- nivelul/calitatea echipamentului.

**Tot ca o măsură de prevenție, recomandăm să se facă o ședință tehnică la începutul fiecărei zile în care:**

- se prezintă datele tehnice ale traseului din ziua respectivă;
- se prezintă obiectivele turistice din program;
- se reamintește codul de conduită;
- se prezintă situațiile de risc ce pot fi întâlnite și măsurile de siguranță;
- se prezintă prognoza meteo;
- se consultă grupul pentru a determina dacă este necesară modificarea traseului;
- se verifică echipamentul.

**În timpul turei este important să se aibă în vedere următoarele măsuri de prevenție:**

- se poate schimba traseul dacă acest lucru este impus de condițiile meteo sau din teren, însă modificarea trebuie explicată și agreată împreună cu participanții la program;
- se prezintă datele tehnice ale traseului și obiectivele ce vor fi vizitate;
- se reamintește codul de conduită ce trebuie respectat pe durata programului;
- se trece în revistă comportamentul în situații de risc;
- se organizează o ședință tehnică zilnică;
- se prezintă prognoza meteo zilnică dacă este disponbilă;
- se verifică zilnic echipamentul fiecărui participant;
- se stabilesc regulile de deplasare: se aplică regula așteptării celui din spate - fiecare persoană din grup are grijă ca cel din spatele său să vadă schimbările de direcție.

Este recomandabil să existe protocoale de intervenție pentru fiecare tip de criză identificată. Acestea fac parte din managementul riscurilor și devin efective în momentul producerii crizei.

# IV. INTERPRETARE

Ghidul trebuie să fie un foarte bun cunoscător al zonei atât din punct de vedere geografic, cât și din punct de vedere al biodiversității, istoriei locului, tradițiilor, mentalităților localnicilor, produselor și serviciilor locale. El trebuie să poată media interacțiunea turiștilor cu destinația printr-o interpretare bogată a produsului turistic.

**Interpretarea produsului turistic trebuie adaptată specificului turului și intereselor turiștilor.**

Dacă este un program orientat pe natură, atunci ghidul trebuie să fie un foarte bun cunoscător al biodiversității zonei respective și să aibă în mod obligatoriu la el determinatoare. Este necesar să cunoască denumirile speciilor în limba de prestare a serviciului de ghidare (inclusiv denumirile populare, dacă ele există) și, pe cât posibil, și pe cele științifice. Suplimentar se recomandă ca, pe lângă cunoștințele legate de natură, ghidul să cunoască atât aspecte ale patrimoniului cultural material cât și imaterial și să poată oferi informații despre cultura zonei vizitate.

# V. ECHIPAMENT

## 1. Sumar al echipamentului ghidului

Echipamentul poate fi împărțit, în principiu, în două categorii de bază:

- echipament personal;
- echipamentul specific pentru activitatea pe care o desfășurăm pe apă.

Echipamentul diferă în funcție de zona de derulare a turului, însă în general trebuie să cuprindă atât echipament personal, cât și de grup:

- îmbracăminte adecvată turului și condițiilor climatice și de anotimp (haine călduroase pentru sezoanele mai reci, pelerină de ploaie, șapcă pentru zilele însorite etc.);
- încălțăminte adecvată utilizării atât în contact cu apa cât și pe uscat;
- echipament de baie în anotimpul călduros (costum de baie, sandale de plastic robuste și prosop);
- sac impermeabil (sau bidon de plastic ce poate fi închis etanș);
- trusă de prim ajutor;
- acte personale și legate de tur și un set de copii (în mapă de plastic etanșă);
- bani și alte mijloace de plată (în mapă de plastic etanșă);
- tablete Micropur sau Certisil (unde nu avem acces la apă potabilă de calitate);
- filtru Katadyn (unde nu avem acces la apă potabilă de calitate);
- cremă UV;

- bidon de apă;
- instrumente de orientare (busolă, hartă, GPS sau smartphone);
- echipament foto;
- telefon cu bateria încărcată sau acumulator extern;
- binoclu;
- determinatoare;
- ochelari de soare;
- set / kit reparații barcă și accesorii;
- set / kit de reparații echipament de campare și alte accesorii outdoor;
- creme / sprayuri contra țânțarilor / insectelor.

***Întreg echipamentul trebuie să fie întotdeauna curat, bine întreținut și în mod obligatoriu verificat periodic.***

## 2. Sumar al echipamentului turiștilor

În principiu, turistul trebuie să dispună de același gen de echipament personal ca și ghidul, mai puțin echipamentul de specialitate sau de grup:

- îmbrăcăminte adecvată turei și condițiilor climatice și de anotimp (haine călduroase pentru sezoanele mai reci, pelerină de ploaie, șapcă pentru zilele însorite etc.);
- încălțăminte adecvată utilizării atât în contact cu apa cât și pe uscat;
- echipament de baie în anotimpul călduros (costum de baie, sandale de plastic robuste și prosop);
- sac impermeabil (sau bidon de plastic ce poate fi închis etanș);
- acte personale și un set de copii (în mapă de plastic etanșă);
- crema UV;
- bidon de apă;
- ochelari de soare;
- creme / sprayuri contra țânțarilor / insectelor.

## 3. Pregătirea, întreținerea și utilizarea echipamentului

Bărcile, pagaiele / padelele, vestele de salvare, sacii impermeabili, precum și întreg echipamentul trebuie să fie întotdeauna curate, bine întreținute și în mod obligatoriu verificate periodic.
Starea corespunzătoare a echipamentului nu poate fi asigurată decât printr-un consecvent și riguros control periodic al tuturor elementelor ce îl compun.

Se vor verifica de fiecare dată, în mod obligatoriu, următoarele aspecte:

- lovituri în coca bărcii;
- fisuri / găuri în coca bărcii;
- marginile (bordul) bărcii;
- etanșeitatea camerelor flotoare;
- prinderea și rigiditatea
- băncilor;
- prinderea mânerelor de transport;
- starea palelor pagaielor / padelelor;
- starea mânerelor pagaielor / padelelor;
- etanșeitatea sacilor impermeabili (fisuri, înțepături, mucegai, aspect general);
- starea vestelor de salvare (chingi, cleme de prindere, ciupituri / rupturi, mucegai, aspect general).

**Asociația de Ecoturism din România (AER)** reunește într-o manieră inovatoare sectorul public și cel privat într-un parteneriat pentru conservarea naturii și dezvoltarea turismului durabil. AER contribuie la îmbunătățirea calității serviciilor legate de ecoturism și promovează natura ca element esențial al imaginii României ca destinație turistică. AER își propune să îmbunătățească calitatea serviciilor în ecoturism și să dezvolte infrastructura din destinațiile de ecoturism, să contribuie la conservarea naturii și la dezvoltarea durabilă în România.

**Ce face AER?**

AER are ca scop dezvoltarea și promovarea ecoturismului ADEVĂRAT în România. Membrii AER participă la târgurile de turism internaționale din Europa, promovează activitățiile ecoturistice și România ca o destinație de ecoturism. În prezent, AER este în plin proces de definire a unei serii de destinații de ecoturism la nivelul României, sprijină dezvoltarea serviciilor și a produselor locale, contribuie la menținerea unor standarde de calitate superioară în turism și susține eforturile locale și naționale de conservare a naturii.

**Certificarea în ecoturism:**

**„CERTIFICAT ECO-ROMÂNIA”**
Sistemul de certificare în ecoturism dezvoltat de AER ajută furnizorii de servicii turistice interesați sa obțină o acreditare în ecoturism. Participarea este voluntară, dar numai organizațiile cu produse eco-certificate vor avea dreptul să folosească logo-ul „CERTIFICAT ECO-ROMÂNIA” și să primească sprijinul AER în promovarea produselor lor.
Caută logo-ul “CERTIFICAT ECO-ROMÂNIA”!

ECO-ROMANIA
CERTIFIED BY AER