

## REZUMAT

### Forumul National pentru Turismul de Sanatate

**18 - 20 nov 2011**

- **Mesajul general sub care au avut loc dezbaterile din cadrul primei editii a Forumului National pentru Turismul de Sanatate a fost acela ca tara noastra trebuie sa accelereze procesul de integrare pe acest segment de piata, in conditiile emergentei globale a acestui tip de turism.**

La eveniment au participat peste 60 de specialisti romani si straini, reprezentanti ai autoritatilor publice, ai institutiilor și organizatiilor medicale publice si private, ai organizatiilor de turism, etc. Moderatori ai evenimentului au fost specialisti in domeniu din tara noastra : dr. Emilian Imbri - consilier la MDRT, prof. dr Vasile Astarastoea - rector UMF Gr. T. Popa din Iasi, dr. Vasile Cepoi – director general, DSP Iasi, Nicu Radulescu – director OPTBR, dr. Calina Nicolescu Veselu – director medical, Complex Flora, Lacu Sarat, Octavian Arsene – director MDRT, Gheorghe Fodoreanu – director general Invitation Romania.

De asemenea, expunerea domnului Paolo Grigolli, directorul Scolii de Management in Turism din Trento, Italia, a suscitat vii discutii in cadrul Conferintei Internationale, lasand participantilor posibilitatea de a compara situatia din Romania cu cea din Italia in privinta Turismului de Sanatate si a modalitatilor de implementare si dezvoltare a acestui segment.

- **Lucrarile Forumului au inceput cu Tema - Turismul medical si influentele economice si sociale.**

**Dr. Emilian Imbri**, consilier la Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului, a vorbit în acest context despre turismul medical și cel balnear și a precizat importanța brand-ului de țară pe această nișă.

Ca directive pentru turismul balnear s-a subliniat necesitatea pregătirii produsului turistic ca atare. *"Suntem într-un moment important în ceea ce privește evoluția serviciilor medicale la nivelul Uniunii Europene pentru că, în anul 2013, asistența medicală transfrontalieră va da posibilitatea europenilor să se trateze oriunde doresc în țările membre. România a început să se pregătească încă de acum pentru a face față acestui moment, prin dezvoltarea turismului de sanătate"*, a afirmat dr. Emilian Imbri, care a continuat apoi făcând referire la necesitatea dezvoltării unei oferte de servicii turistice care să înglobeze și componenta medicală. *"La inițiativa MDRT, principalele instituții publice implicate în domeniu (Ministerul Sănătății, Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului, Colegiul Medicilor din România și Casa Națională de Asigurări de Sanătate) au semnat un protocol și lucrează în prezent cu industria de profil pentru a putea veni cu o ofertă de servicii adecvată atât pe componenta medicală, cât, mai ales, pe cea balneară, spa, wellness, anti-aging etc"*, a mai declarat Emilian Imbri.

Pe parcursul discuțiilor, dr. Emilian Imbri a amintit faptul că resursele românești în domeniul balnear sunt imense (România deține o treime din resursele de ape minerale și termale din Europa), la fel și potențialul de dezvoltare a acestor servicii. *"De aceea am decis să acționăm din timp pentru ca anul 2013 să ne găsească pregătiți să facem față noilor provocări. În țări dezvoltate, turismul de sanătate aduce aproximativ 3,4% din PIB, iar în România se poate întâmpla la fel, și atunci de ce să nu exploatăm acest potențial?"*, a mai spus Emilian Imbri.

*Există baze balneare dotate, clinici de top cu aparatură de varf, trebuie însă creat un sistem la care să contribuie toți, pentru a ieși cu oferte pe piața externă. . Momentan există stațiuni omologate în România cu resurse naturale, baze de tratament cu specializări, însă funcționalitatea lor nu este cea așteptată în adevăratul sens al cuvântului. OPTBR este un organism important, cu baze de tratament și personal calificat cu o serioasă politică de investiții. Institutul de Balneologie este cel care acordă autorizația de funcționare a bazelor de tratament și validează resursele minerale în ceea ce privește*

*continutul și potențialul terapeutic. Ca inițiative privind turismul de sănătate a fost menționată lansarea în țară și în afara granițelor țării a ghidului stațiunilor balneare.*

Președintele Colegiului Medicilor din România, **dl. prof. dr. Vasile Astarastoe** a afirmat că pentru dezvoltarea turismului de sănătate și a turismului medical este necesar ca resursele naturale ale României să fie corelate cu resursele umane. În acest sens dl. Astarastoe a afirmat că acoperirea stațiunilor balneare din țara noastră poate fi făcută doar cu specialiști și a subliniat faptul că există un deficit de personal în acest sens în țara noastră.

**Dr. Vasile Cepoi**, director general, DSP Iași, a atras atenția asupra faptului că în sistemul de sănătate din țara noastră există două probleme majore:

1. O problema organizatorică – cauzată în principal de lipsa promovării atât în țară cât și în afara granițelor a principalilor furnizori de servicii pentru turismul de sănătate)
2. Lipsa încrederii populației în sistemul de sănătate – fapt care trebuie remediat prin dezvoltarea sistemului de management al calității.

Conform spuselor domnului Vasile Cepoi, România are ca puncte forte medicina competentă și unități performante pentru protezare cardiacă, transplant, stomatologie, balneo-terapie, chirurgie plastică, precum și institute de prestigiu în geriatrie (Ana Aslan), iar ca puncte slabe au fost identificate mediatizarea nefavorabilă, o infrastructură deficitară, starea proastă a clădirilor, migrarea populației din Transilvania în Ungaria pentru servicii medicale mai atractive, demotivarea personalului medical prin remunerație scăzută.

Ca oportunități ale turismului medical au fost aduse în discuție Directiva Europeană privind circulația pacienților, proiectul pentru turismul de sănătate și apariția legii parteneriatului public-privat, care poate reprezenta un punct important de plecare în construcția acestui segment de turism.

**Dl. Imbri** a precizat că este deosebit de importantă informarea specialiștilor și beneficiarilor pe segmentul turismului de sănătate.

- **Lucrările Forumului au continuat cu – Turismul Balnear Romanesc**

**Dr. Nicu Radulescu**, director OPTBR, a precizat ca in privinta dezvoltarii turismului de sanatate o atentie importanta trebuie acordata conceptelor precum anti-aging (dand ca exemplu institutul Ana Aslan), talasoterapia, ca un segment limitat desi in Romania exista persoane bine pregatite in acest domeniu, spa-ul si wellness-ul. De asemenea, a fost accentuata importanta parteneriatelor de tip public-public cu primariile statiunilor unde exista clinici specializate pentru turismul de sanatate. In privinta recunoasterii internationale a fost mentionata preocuparea pentru obtinerea siglelor recunoscute in UE precum EUROSPA, EUROSPAMED, EUROSPAWEWELNESS.

Ca un bun exemplu pentru parteneriatul public-privat a fost mentionata statiunea Oglinzi, din jud. Neamt, unde se vorbeste de o investitie viitoare de 20 – 30 milioane de euro.

**Dna. dr. Calina Veseleu** a afirmat ca regaseste primordial rolul medicului intr-o statiune balneara, pe care o considera ca fiind o *“uzina de sanatate”*. In ceea ce priveste conceptul *wellness* a precizat ca trebuie gasit un cadru pentru a-l incadra in statiunea balneo-climaterica. De asemenea, dr. Calina Veselu a atras atentia supra faptului ca trebuie facuta o distinctie intre medic si comerciant precum si intre cea de client si pacient si ca pastrarea unui echilibru in vanzarea produselor de turism medical este de asemenea importanta. *“Se pune problema contractului cu medicii, intr-o statiune balneo-climaterica. Aici medicii nu pot lucra decat cu norma intrega in vederea mentinerii continuitatii relatiei cu pacientul”*, a mai declarat dr. Calina Veselu.

*“Exista o dorinta de diversificare a serviciilor gratuite sau contra-cost, precum si o reabilitare a serviciilor medicale existente. Trebuie oferite servicii complementare precum acupunctura”*, a continuat dr. Calina Veselu. In ceea ce priveste rolul medicului s-a subliniat faptul ca din aceasta perspectiva, medicul devine un adevarat formator de opinie, avand rolul de a informa pacientul asupra posibilitatilor pe care le are din tratamentele balneare. *“Foarte importante sunt cursurile de formare profesionala pentru medicii pe specializarea balneo, instruirea medicilor privind notiunea cost-eficienta, cointeresarea materiala pentru orice serviciu de baza sau suplimentar”*.

**Dr Demirgian** a gasit important rolul balneologiei in preventia afectiunilor si necesitatea cresterii turismului de sanatate, precum si reabilitarea sistemului balnear, si talasoterapiei, dar si renasterea conceptului de oras termal. *“Punerea in aplicare a acestor concepte nu se poate realiza decat cu interventia autoritatilor si prin modificarea legislatiei”*.

**Dna Paraipan** a adus in discutie zona spa-wellness cu proiecte lansate inca din 2005 la Sibiu, printr-un centru spa. Domnia sa a atras atentia si asupra importantei spa-urilor urbane. *“Nevoile oamenilor s-au schimbat, acestia dorind prevenirea imbolnavirilor si dorinta de moment de detensionare pentru a scapa de stres. Romania are resurse importante pentru turism in care concepul spa-wellness reprezinta o reteta de succes, daca este impachetata bine printr-un marketing eficient”*. De asemenea, s-a amintit faptul ca folosirea resurselor naturale in tratamentele spa si wellness reprezinta o oportunitate a turismului de sanatate romanesc si aceasta nu trebuie ratata.

Directorul medical al Institutului National de Gerontologie si Geriatrie „Ana Aslan“, **dr. Gabriel Prada**, a mentionat, in cadrul forumului, ca industria medicala si turistica din Romania are nevoie de initiative, precum cea a MDRT, de dezvoltare a turismului de sanatate: *„In 2025, unul din patru romani va fi varstnic, adica va avea peste 65 de ani; acelasi fenomen de imbatranire a populatiei se intampla si la nivel european, de aceea este mai mult decat binevenita initiativa ministerului. Trebuie sa refacem structura de geriatrie din Romania si avem nevoie de astfel de initiative. In toata aceasta initiativa de dezvoltare a turismului de sanatate trebuie avut in vedere faptul ca exista mai multe tipuri de varsta: varsta cronologica (trecerea efectiva a timpului), varsta psihologica (ma simt de 20 de ani desi am 80), varsta sociala (rolul pe care il indeplineste un om in societate), biologica (reducere a rezervelor functionale)”*.

Dr. Gabriel Prada a mai precizat ca medicii au o responsabilitate chiar si pe partea de wellness si ca in acest moment se incearca o refacere a retelei de geriatrie de tip ambulatoriu. *“In afara granitelor trebuie venit cu un pachet complex, atractiv ce nu poate fi realizat decat prin unirea fortelor tuturor celor implicat in protocolul semnat pentru turismul de sanatate. Terapia Aslan poate functiona ca brand sub umbrela unor institutii importante din domeniul sanitar si cel al turismului”*.

**Dl. Nicu Radulescu** a punctat faptul ca in clinicile de specialitate din tara noastra s-ar putea regasi tratamente wellness-spa si de recuperare, iar ca slabiciuni a atras atentia asupra costurilor ridicate pe care le implica refacerea hotelurilor.

*“Importanta este stabilirea unui set de criterii pentru promovarea factorului de cura, aparitia centrelor de excelenta similare cu cele din Tusnad si Covasna, care ar putea lega o relatie cu institute ca Ana Aslan, oferind servicii de terapie balneo-climaterica si tratamente spa si wellness”, a conchis dl. Radulescu.*

**DI. Aurel Borsan**, presedintele Fundatiei Amfiteatru, a atras atentia asupra contextului mondial in ceea ce priveste turismul de sanatate: *“Globalizarea este un fenomen care nu poate fi oprit, iar Romania trebuie sa se adapteze din mers la noile trenduri din turism, altfel va fi prea tarziu si va pierde aceasta oportunitate”*. Domnia sa a mai precizat ca, in aceste conditii, pentru dezvoltarea turismului de sanatate in tara noastra trebuie avute in vedere doua programe importante: *calitate in sanatate si antreprenoriat in turism*. De asemenea, un alt element important semnalat pentru dezvoltarea acestui segment de turism este introducerea de standarde de calitate ca suport pentru partea de balneo.

- **Lucrarile Forumului au continuat cu – Marketingul Turismului de Sanatate**

**DI. Octavian Arsene**, director in cadrul MDRT a punctat ca avantaje pentru dezvoltarea turismului de sanatate fondurile europene, care pot deveni o sursa pentru sustinerea in faza initiala a proiectelor de dezvoltare.

*„Actiunile de tipul master-planului pentru dezvoltarea turismului, hotararea de guvern adoptata anul acesta care stabileste statutul de statiuni balneare, grupul de lucru format din specialisti in turism si sanatate, dar si din reprezentanti ai autoritatilor publice locale, colectiv care se reuneste aproape lunar, precum si alte actiuni de acest tip reprezinta doar o parte dintre eforturile facute de minister in ultimii ani pentru acest domeniu. Un element si mai important sunt investitiile masive in infrastructura turistica, inclusiv in cea balneara. Pentru aceste investitii exista doua mari surse de finantare - fondurile europene si cele guvernamentale”*.

*Din fonduri europene, pentru Axa 5.1. „Restaurarea si valorificarea durabila a patrimoniului cultural, precum si crearea/modernizarea infrastructurilor conexe“, dintr-un buget disponibil de 235 de milioane de euro, au fost contractate in proportie de 93% din fonduri, iar, pentru Axa 5.2. „Crearea, dezvoltarea, modernizarea infrastructurilor specifice pentru valorificarea durabila a resurselor naturale si pentru cresterea calitatii serviciilor turistice“, dintr-un buget de 330 de milioane de euro, avem, in prezent, o contractare de 68%. De la bugetul de stat, doar in infrastructura balneara, in ultimii doi ani, am investit zeci de milioane de lei in cele 15 proiecte majore pe care le dezvoltam. Sunt investitii deosebit de importante, absolut necesare pentru dezvoltarea turismului romanesc”, a afirmat Octavian Arsene.*

*“Au fost întreprinse studii privind structura balneară, realizate în sensul derulării proiectelor și a investițiilor în zone precum Ocna Sibiului, Govora și Tusnad. Amintim de asemenea acțiunile SOFT, precum și master plan-ul pentru turismul de sănătate. A fost dată o hotărâre de guvern prin care 10 stațiuni din România au fost cotate ca “stațiune balneară”. La nivel de minister există un grup de lucru și un protocol de colaborare”, a mai spus Octavian Arsene.*

**Dl. Emilian Imbri** a precizat că se va face o selecție a ofertelor în funcție de dotarea clinicilor și posibilitatea acestora de a promova pachete pentru turismul de sănătate .

*“Ana Aslan este primul institut de geriatrie înființat în lume care ar putea face parte din programul pentru turism de sănătate. Promovarea celor selectați trebuie să se facă pe o bază reală și să fie cât mai intens promovată prin tour-operatorii din turism”, a mai spus dr. Imbri.*

**Dl. Fodoreanu**, directorul general al Invitation Romania, a afirmat că în turismul de sănătate există două segmente:

- noncomercial
- comercial

însă, scopul final este ca toți factorii implicați în acest proiect să progreseze atât financiar cât și profesional.

*“Ideea turismului de sănătate nu poate fi disociată de ideea turismului în general, aceea de a crește numărul celor care vizitează România. Ca și tour-operator am lansat două broșuri pe pietele externe axate pe acest segment, cel al turismului de sănătate, pentru Franța și Belgia. Serviciile și clientela cresc în ani și ani de zile iar investițiile se amorsează la fel de greu. Produsele balneo trebuie să se prezinte pe piața externă prin standuri bine făcute. Turistul străin trebuie atras de o temă în vânzarea produselor turistice. Oferta conține temele, locațiile și imaginea unei destinații. Este nevoie de promovarea imaginii prin tradiții, obiceiuri, gastronomie locală (exemplificări a ceea ce reprezintă produsul României).*

*La târgurile de turism este important să aducem minigrupuri de presă din țara respectivă care să promoveze prin articole și reportaje destinația avută în vedere. Importantă ar fi o inventariere a tour-operatorilor care au broșuri în care apare România. Produsul balneo trebuie promovat în întreaga colectivitate medicală din România. Actul medical din România va trebui să fie unul de calitate pentru că un client de balneo este atras de acest lucru. Publicitatea directă către client (omul*



*de pe strada) va fi baza promovării turismului de sanatare. Nu este nevoie sa facem experimente ci sa copiem lucrurile bune de la altii. Baza de tratament dintr-o statiune balneo-clinaterica este motivatia turismului balneo”, a afirmat Gheorghe Fodoreanu.*

- “Actul medical trebuie sa aiba valoare, consistenta, iar actul de promovare necesita actiune de educatie turistica” - Nicu Radulescu
- “Punerea in legatura a tour-operatorilor cu cadrele medicale reprezinta o conditie pentru turismul de sanatare”- Octavian Arsene
- “Vectorii de imagine pentru turismul de sanatare sunt doctorii” - Gheorghe Fodoreanu

Dl. Fodoreanu a mai afirmat ca Blue Air este una din companiile aeriene care are un catalog de promovare in care sunt prezente locatii din Romania, iar acest model trebuie preluat si de ceilalti. *“Va fi nevoie de companii care opereaza zboruri directe, iar in acest sens aeroportul unde se aterizeaza trebuie sa fie aproape de locatia unde se afla clinica de recuperare. Avem in vedere prezenta produsului turistic intr-o brosură externa. Totul depinde insa daca produsul este bine conceput pentru a determina clientul sa aleaga oferta noastra. In acest sens trebuie sa identificam corect nevoia lui pentru produsul turistic respectiv”.*

In final, **dl. Octavian Arsene** a prezentat ca exemplu de promovare eficienta Croatia, unde taxa hoteliera intra in bugetul de promovare al turismului local. “Pe atunci numai Zagreb-ul avea un buget de promovare mai mare decat cel al Romaniei. La noi, prin Legea 215, exista o independenta totala a autoritatilor locale pentru distribuirea fondurilor provenite din taxa hoteliera. Este nevoie de un efort comun de la nivelul de comuna pana la cel de autoritate centrala, iar o solutie ar fi ca taxa hoteliera sa intre si la noi intr-un buget de promovare turistica.



## CONFERINȚA INTERNAȚIONALĂ

### 1. TURISMUL RESPONSABIL

**Turismul responsabil** este o activitate turistică, care pune în practică o politică de respectare a mediului înconjurător și a patrimoniului cultural și care participă într-o manieră etică, la dezvoltarea economiei locale.

Turismul responsabil abordează diferitele forme de călătorie și de petrecere a timpului liber și oferta de servicii, având un impact minim asupra mediului și culturii locale, generând venituri și locuri de muncă în comunitățile locale și protejează ecosistemele locale.

#### *Principiile generale ale Turismului Responsabil*

- *respectul și prezervarea mediului înconjurător și în particular al ecosistemelor și biodiversității.*

- *minimalizarea impactului negativ economic, de mediu și social al turismului.*

*respectul și salvarea culturii tradiționale ale comunităților locale.*

- *consensul informativ din partea diferitelor comunități locale, asupra activităților întreprinse în scop turistic.*

- *participarea activă a comunităților locale la gestionarea societăților ecoturistice.*

- *impartirea beneficiilor între diferiții actori ai sectorului: operatori turistici, grupuri ambientale, asociații comerciale, etc*

- *generarea de beneficii economice crescute pentru comunitățile locale și îmbunătățirea calității vieții și a condițiilor de viață din aceste comunități.*

- *contribuție pozitivă la conservarea patrimoniului natural și cultural local*

- furnizarea de experiențe mai plăcute turistilor, printr-o mai bună conectare între aceștia și realitățile locale și înlesnirea înțelegerii de către turiști a problemelor culturale, sociale și de mediu ale comunităților.

### **Strategiile în cadrul acestui tip de turism responsabil sînt de trei feluri:**

- creșterea avantajelor economice, pentru comunitățile cele mai sărace.
- creșterea impactului non-economic
- dezvoltarea politicilor și parteneriatelor în favoarea acestor comunități

## **2. TRENDURI ȘI TRATEGII ÎN MARKETINGUL TURISMULUI DE SĂNĂTATE**

Importanța marketing-ului este crucială pentru competitivitatea destinației. Vânzarea produselor și promovarea lor este legată de motivațiile turistilor, ceea ce rezultă ca este nevoie de o combinație de resurse.

Competitivitatea este influențată de *atractivitate, accesibilitatea, recreere, cazare, și accesibilitatea comercială a activităților.*

În acest sens, marketing-ul destinației prin cele 4 componente ale sale (produs, promovare, pret, poziționare) este primordial. Trebuie să avem în vedere și conceptul de turism responsabil (minimizarea efectelor negative ale turismului asupra mediului). *Motivațiile pentru turismul de sănătate vizează două direcții:*

1. turismul medical

2. turismul wellness.

Acestea implică: trăirea unor noi experiențe, starea de bine, autenticitatea produsului, vacanțe scurte, personalizarea ofertei, comenzi prin intermediul web2.0.

Exemple de bune practici: THERMELAND AUSTRIA și LEADING SPAS OF CANADA, unde combinarea mai multor elemente de gastronomie, cazare și relaxare, conturează turismul termal.



MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
CERCETĂRII  
TINERETULUI  
ȘI SPORTULUI



MINISTERUL  
SĂNĂTĂȚII

In Italia sectorul public se ocupa de infrastructura iar sectorul privat lanseaza ofertele. Turismul din Trento aduce circa 5 milioane de turisti pe an, iar contributia la bugetul local depaseste 25% din total, iar institutiile publice ajuta financiar turismul de sanatate.