

Profesor la Universitatea Transilvania din Brașov /

Facultatea de Alimentație și Turism și Școala Doctorală Interdisciplinară;

Cercetător asoc. la Academia Română -

INCE/Centrul de Economie Montană și Centru de Biodiversitate Agro-Zoo-Silvică;

Membru corespondent al Academiei Oamenilor de Știință din România;

Membru asociat și Vice-președinte al Comisiei de Montanologie a

Academiei de Științe Agricole și Silvice „Gheorghe Ionescu - Șișești”

TURISM RURAL

(elemente de inginerie și management din turismul responsabil
și domeniul ospitalității, aplicate la spațiul rural românesc)

Editura CLARION

Brașov

2021

Cuprins

<i>Rezumat</i>	6
<i>Mulțumiri</i>	6
Capitolul 1. CADRUL GENERAL AL SPAȚIULUI AGRO-RURAL ÎN RELAȚIE CU DOMENIUL TURISMULUI.....	7
1.1. Elemente de sociologie rurală	9
1.2. Aspecte conceptuale: spațiul rural de la tradiție la oferta turistică	11
1.2.1. Caracteristicile produsului turistic rural	12
1.3. Evoluția istorică a turismului în spațiul rural	15
1.4. Evoluția actuală și de perspectivă a turismului rural	17
Capitolul 2. - PROGRAME ȘI PRODUSE DE TURISM RURAL	21
2.1. Factorii ce determină comportamentul turiștilor, ca referință pentru crearea produselor turismului rural	21
2.1.1. Factori culturali.....	21
2.1.2. Factori sociali	21
2.1.3. Factori personali și familiați	22
2.1.3.1. Familia, vârstă și etapa din ciclul de viață.....	22
2.1.3.2. Ocupația și situația materială.....	23
2.1.3.3. Personalitatea și conceptia de sine	24
2.1.3.4. Stilurile de viață și valorile.....	25
2.2. Oferta și cumpărarea de produse turistice rurale	25
2.2.1. Etape în procesul de achiziționare a produselor turistice rurale	25
2.2.1.1. Stabilirea cerințelor și a motivației turistului în spațiul rural.....	25
2.2.1.2. Cercetarea privind modul de informare a turiștilor.....	26
2.2.1.3. Evaluarea alternativelor în funcție de ofertă.....	26
2.2.1.4. Cumpărarea efectivă a produsului turistic rural.....	27
2.2.1.5. Evaluarea produsului turistic rural post-cumpărare.....	27
2.2.2. Tipuri și principii ale programelor turistice rurale europene.....	28
2.2.2.1. Aspecte privind turismul rural european.....	29
2.2.2.2. Alte forme de turism rural european.....	32
2.2.3. Specificul programelor de turism în spațiul tradițional al satului românesc.....	33
Capitolul 3. - TURISMUL RURAL CA FENOMEN MONDIAL	35
3.1. Zone de referință privind turismul rural pe mapamond	35
3.1.1. Turismul rural în SUA.....	36
3.1.2. Turismul rural în China	38
3.1.3. Turismul rural în Taiwan	39
3.1.4. Turismul rural în Malaezia	40
3.1.5. Turismul rural în Australia	40
3.2. Zone de referință privind turismul rural european	41
3.2.1. Turismul rural în Europa Vestică	41
3.2.1.1. Turismul rural în Franța	42
3.2.1.2. Turismul rural în Germania.....	45
3.2.1.3. Turismul rural în Austria.....	46
3.2.1.4. Turismul rural în Belgia.....	47

3.2.2. Turismul rural în europa sudică	48
3.2.2.1. Turismul rural în Italia	48
3.2.2.2. Turismul rural în Spania	49
3.2.2.3. Turismul rural în Portugalia	51
3.2.3. Turismul rural în europa nordică	52
3.2.3.1. Turismul rural în Finlanda	52
3.2.3.2. Turismul rural în Irlanda	52
3.2.3.3. Turismul rural în Islanda	53
3.2.4. Turismul rural în europa estică	54
3.2.4.1. Turismul rural în Polonia	54
3.2.4.2. Turismul rural în Ungaria	56
3.2.4.3. Turismul rural în Bulgaria	58

Capitolul 4. TURISMUL RURAL ÎN ROMÂNIA59

4.1. Modelul socio-economic al spațiului rural românesc	59
4.1.1. Teorii economice și aspecte statistice ale satului românesc	61
4.1.2. Societatea românească din spațiul rural	63
4.1.2.1. Țărăniminea și ruralul agricol românesc	66
4.2. Turismul în zonele rurale românești	68
4.2.1. Ruralitatea și satul românesc, ca destinație turistică	68
4.2.1.1. Cerințe ale consumatorului de turism rural	70
4.3. Plusuri și minusuri în oferta turismului rural românesc	71
4.3.1. Perspective ale evoluției turismului rural	73
4.4. Contrapunerea interculturală și ineditul satului turistic românesc	74
4.4.1. Turismul rural în relație cu turismul urban	76
4.5. Turismul rural, industria ospitalității și ospitalitatea tradițională a locuitorilor satelor românești	77

Capitolul 5. SPECIFICUL GASTROTURISMULUI RURAL ROMÂNESC81

5.1. Specificitatea ecologică și biologică a alimentelor tradiționale rurale	81
5.1.1. Agricultura ecologică cu impact asupra turismului rural	82
5.1.2. Agricultura biologică cu impact asupra turismului rural	82
5.1.3. Produsele agro-alimentare sanogene („eco/bio”)	84
5.1.4. Hrana sănătoasă un pas de bază în „certificările verzi” în turismul rural.....	85
5.2. Alimentele agro-zootehmice - analiză generală și utilizările lor în turismul rural	86
5.2.1. Conexiunea „hrană - turism”	90
5.2.2. Produsele agro-alimentare ecologice ca hrană sănătoasă în turismul rural	92
5.2.3. Diversitatea produselor alimentare ale comunităților locale	93
5.2.3.1. Utilizarea laptelui în turismul rural	94
5.2.3.2. Brânzeturile carpatine utilizate în turismul rural	95
5.2.3.3. Axa cerealieră românească utilizată în turismul rural.....	98
5.3. Preparatele culinare utilizate în turismul rural.....	98
5.3.1. Preparate culinare tradiționale în raport cu arealul geografic al României	99
5.3.1.1. Preparate culinare tradiționale în arealul montan	100
5.3.1.2. Preparate culinare tradiționale în zona de deal și podiș.....	101
5.3.1.3. Preparate culinare tradiționale în zona de câmpie	103
5.3.1.4. Preparate culinare tradiționale în zonele umede	105
5.3.2. Aspecte pragmatice privind gastroturismul rural	106

Capitolul 6. SPECIFICUL CULTURAL ȘI FILOSOFIC AL PROGRAMELOR TURISTICE ÎN SPAȚIUL RURAL ROMÂNESC.....	109
6.1. Spațialitate și mitologie, sacru și creștin – elemente ale turismului rural românesc	109
6.1.1. Unitatea culturii populare cu cultura eclesiastică	110
6.1.2. Eposul pastoral al munților românești	112
6.2. Pastoralitatea și transhumanța - prezente încă active în spațiul rural românesc	115
6.2.1. Spațiul rural și transhumanța prezente culturale perene	116
6.2.2. Spațiul rural pastoral.....	116
6.2.2.1. Arealul transumanței românești, un potențial spațiu de turism rural.....	116
6.2.2.2. Pastoralitatea.....	117
6.3. Programe turistice rurale axate pe „ <i>drumurile oilor</i> ”	119
6.3.1. Transhumanță mixtă pastoral-comercială.....	121
6.3.2. Programe agroturistice conexe cu tradiția transumanței	122
6.3.3. Program agro-ecoturistic cu modelul „Marea transumanță”	124
6.4. Spațiul rural în context filosofico-lingvistic	124
6.4.1. Spațiul cosmic al satului	124
6.4.2. Spațiul ocupațional tradițional al satului.....	125
6.4.3. Aportul lingvistic	125
6.4.4. Sacralitatea vărei satului.....	126
6.5. Dezvoltarea turismului mitologic românesc, cu programe specifice pentru spațiul rural	127
6.5.1. Turismul internațional axat pe resurse mitologice	128
6.5.2. Turismul românesc bazat pe miturile spațiului rural	129
6.5.2.1. Miturile morții	129
6.5.2.2. Miturile activităților rurale	130
6.5.2.3. Miturile bestiarului rural	130
6.5.2.4. Miturile antropogonice	132
6.5.3. Kitsch-ul în cultura rurală	132
Capitolul 7. SPIRITUL RURALULUI ROMÂNESC ÎN ARTA CONSTRUCȚIILOR, ETNOGRAFIE ȘI ARTIZANAT.....	135
7.1. Programe turistice restituтивe și conservative	135
7.1.1. Studiu de caz- exemplu de program turistic cultural al spațiului rural	136
7.2. Lemnul și piatra, resurse ale turismului cultural în comunitatea rurală.....	139
7.2.1. Arta și limbajul lemnului în construcția caselor țărănești tradiționale	141
7.3. Arta construcțiilor cultural-religioase regăsite în programe ale turismului rural.....	142
7.4. Artizanatul în turismul rural românesc	144
7.4.1. Tehnici și produse de artizanat	145
7.5. Interferențele etnografice și folclorice cu impact cultural major în turismul rural al României.....	147
7.5.1. Muzeul satului	148
7.5.2. Muzeul țăranului român.....	148
Bibliografie	151

Capitolul 1

CADRUL GENERAL AL SPAȚIULUI AGRO-RURAL ÎN REALAȚIE CU DOMENIUL TURISMULUI

Analiza spațiului agro-rural arată dintru-nceput diferențe și variații comparativ cu spațiul urban, și nu numai. Trebuie să admitem că între o zonă rurală și o altă zonă sunt diferențe, uneori semnificative. Mai mult, în funcție de mediul natural și de dezvoltarea socio-economică existentă constatăm variații de la o regiune la alta, iar mult mai vizibil, de la o țară la alta, sau de la un continent la altul. Cadrul general scoate în evidență faptul că adevăratele zone rurale sunt caracterizate de densități reduse ale populației, de un număr variabil de gospodării (în România fiind de obicei răspirate - cu distanțe relativ mari între ele), cu importante supafețe agricole, pajiști ori areal forestier, adică ceea ce constituie **(eco)sistemul agro-silvo-pastoral**. În acest spațiu generos regăsim activitatea de turism rural.

După cum știm, în ramura turismului regăsim numeroase tipuri și forme de turism, iar între forme se poziționează și turismul rural (tabelul 1.1)

POZIȚIONAREA TURISMULUI RURAL ÎNTRE FORMELE DE TURISM, DUPA ZONA DE DESFAȘURARE A ACTIVITĂȚII

Tabelul 1.1

Nr. crt.	DENUMIRE	CARACTERISTICI DE BAZĂ
1.	TURISMUL URBAN	<ul style="list-style-type: none"> • este una din cele mai vechi forme de turism, datorită prezenței în marile orașe a numeroase puncte de atracție turistică; • existența infrastructurii complete determină dezvoltarea activităților turistice.
2.	TURISMUL RURAL	<ul style="list-style-type: none"> • se desfășoară în spațiul rural și are drept țintă populația urbană; • are, în general, specific recreativ sau gastronomic, cu forma de eficientizare economică AGROTURISM
3.	TURISMUL ÎN STĂȚIUNI	<ul style="list-style-type: none"> • este întreținut de tradiția în domeniul a unor stațiuni turistice; • are, în general, specific recreativ sau curativ.
4.	TURISMUL ÎN ZONE NATURALE	<ul style="list-style-type: none"> • se desfășoară în zone parțial sau total izolate (munte, mare, deltă); • poate avea și forme « de aventură » • este destinat, în special turiștilor tineri sau maturi.

Desfășurarea turismului în raport cu arealul natural are din punct de vedere managerial structura ramurii turismului responsabil (tabelul 1.2).

**POZITIONAREA TURISMULUI RURAL
ÎN CADRUL TURISMULUI RESPONSABIL**

Tabelul 1.2

Nr. crt.	COMPONENTE ALE TURISMULUI RESPONSABIL	DENUMIRE	CARACTERISTICI DE BAZĂ
1.	Industria turismului diversității naturale	TURISMUL AGRO-RURAL	<ul style="list-style-type: none"> - TURISMUL RURAL (turismul la țară) / pensiunea turistică rurală / satul, comunitatea locală - AGROTURISMUL (turismul la fermă) / activitatea la fermă și în pensiunea agroturistică
		TURISMUL ÎN NATURĂ - cu precădere în arii protejate	<ul style="list-style-type: none"> - ECOTURISMUL (turismul verde) / sustenabilitate / biodiversitate / protejarea mediului natural - Turism solidar (etic, echitabil) - Turismul de aventură
2.	Industria turismului diversității culturale	TURISMUL CULTURAL - cu elemente de management	<ul style="list-style-type: none"> - Include activități turistice conexe muzeelor, siturilor arheologice, orașelor sau localităților istorice, precum și siturilor industriale, și activitățile legate de organizațiile de muzică, de teatru, dar și privind cultura gastronomică etc.
		TURISMUL CULTURAL - cu elemente de educație și comunicare	<ul style="list-style-type: none"> - include activități în instituții cu profil turistic și de alimentație publică: din administrația centrală și locală, din învățământ, din cercetare, din informare media etc.

Activități în mediul agro-rural

- **Agroturismul** este un concept relativ de dată recentă, care face referire la diferitele forme de turism aflate în legătură directă cu activitățile agricole și/sau cu construcțiile având destinații, rol, funcțuni în domeniul agriculturii. Această formă de turism rural este practicată de micii proprietari din zonele rurale, de obicei ca activitate secundară, iar activitatea agrozootehnică desfășurată în gospodăria/ferma proprie rămânând principala ocupație și sursă de venit. Această formă specifică de turism rural este bazată complementar pe asigurarea în cadrul gospodăriei țărănești producția culinară cu materii prime agroalimentare din resurse proprii (circa 60-70 %) a serviciilor de cazare, sevire a masei, agrement și altele.
- În multe dintre țările europene cu vechi stagi de activitate pe tărâmul turismului rural – ca de exemplu Franța și Anglia - se încearcă a se realiza o distincție între „**agroturism**” și „**turismul la fermă**”. Aceasta pentru a evidenția din capul locului că utilizarea caselor țărănești drept locuri de cazare pentru turiști, închirierea gospodăriilor drept case de oaspeți, case de sănătate, cabane de vânătoare etc., NU este considerată agroturism, datorită pierderii unei părți din încărcătura/funcția agricolă, ele nefiind ocupate de țărani reali/activi. Trebuie precizat că în majoritatea cazurilor amfitrionii/gazdele pun la dispoziția turistilor **spațiu locuibil excedentar**, cel dezafectat și amenajat ori construit special pentru astfel de activități, în ciuda acestor considerații este evident că ambele forme fac parte din sfera turismului rural.

1.1. ELEMENTE DE SOCIOLOGIE RURALĂ

SOCIOLOGIA este știința care studiază regulile sociale și procesele care leagă și separă oamenii, nu numai ca indivizi dar și ca membri ai asociațiilor, grupurilor și instituțiilor. Termenul a fost propus de către filosoful francez *Auguste Comte*.

- Sociologia constă în studiul vieții sociale umane, a grupurilor și societăților și poate fi definită ca fiind studiul sistematic al societăților umane, punând accent în special pe sistemele moderne industrializate.

Școala monografică sau sociologică românească a reunit și a conferit un sens intelectual „misiunii” membrilor săi, un grup de profesori, cercetători și studenți ce se autoîntituluau cu deosebită mândrie „monografiști”. Ei întruneau, cele 4 elemente necesare supraviețuirii (Edward Tyrakian): (a) un lider fondator „charismatic”, în persoana profesorului Dimitrie Gusti; (b) afiliere instituțională în domeniul academic (Universitatea din București, Institutul Social Român, Fundația „Principele Carol”, Academia Română); (c) publicație cu caracter permanent care să disemineze cercetările; (d) proclamație profesională proiectată extern, în care monografia este prezentată ca fază de început a proiectului, denumit de profesor „realizarea statului cultural”.

Temă de cercetare: Specialiștii și studenții în domeniul polivalent al alimentației și turismului pot prelua modelul „monografiștilor” de odinioară, având cadre didactice fondatoare „charismatice”, afiliere universitară, publicație cu caracter permanent „Journal of EcoAgriTourism” și proclamație originală și autentică a ceea ce am numit „conservare a spiritului și modului de viață a spațiului turistic românesc, în contextul adaptării la dinamica globalizării”. În acest context, lucrările de licență sau de dizertație, susținerile publice de la conferințe și seminarii sau din doctorate, pe domeniul turismului agro-rural pot avea tematică monografică pentru fiecare „sat turistic” sau sat / comunitate locală autentică cu potențial turistic (agroturistic, cultural, ecoturistic etc.).

Școala sociologică interbelică a parcurs patru perioade sau patru cicluri de viață de dimensiuni diferite, dar semnificative prin rezultatele lor (tabelul 1.3).

CICLURILE DEZVOLTARII ȘCOLII SOCIOLOGICE

Tabelul 1.3

CICLUL	SPECIFICARE
Ciclul I	- o perioadă de pregătitoare sau o etapă „eroică”, până în 1917, în fapt o extindere, o dezvoltare a seminarului din 1915 și a dezideratelor expuse în lecția inaugurată a profesorului Dimitrie Gusti din 1910;
Ciclul II	- o perioadă de maturitate sau a „aventurii intelectuale” (1918-1933), perioadă în care deviza „ <i>pro scientia et patria</i> ” s-a concretizat prin împă-mânenirea metodei monografice și a aplicării ei în mediul rural, dar și printr-un prestigiu internațional și o recunoaștere științifică de excepție, dobândite prin participări tot mai consistente în plan internațional, în cadrul Congreselor Institutului Internațional de Sociologie (două prezențe românești sunt remarcate încă din 1933, prin lucrările sociologilor Gheorghe Vlădescu-Răcoasa și Henri H. Stahl) și în cadrul nou createi „Federății Internaționale a societăților și a

	institutelor de Sociologie" în 1930 (unde profesorul Dimitrie Gusti avea să fie ales vicepreședinte, pentru un an, după 1935);
Ciclul III	- o perioadă inertială , perpetuând bunele tradiții (1934-1943), chiar și în condițiile nefaste și bulversante ale izbucnirii celui de-al doilea război mondial, care avea să amâne <i>sine die</i> , și desfășurarea la București, a celui de-al XIV-lea Congres Internațional de Sociologie, având ca temă „Satul și orașul” în perioada 29. VIII.-13. IX. 1939;
Ciclul IV	- o perioadă postbelică de reviriment tardiv (1944-1948), remarcabilă prin cele 68 de lucrări de sociologie publicate.

Este prima tentativă interbelică reușită de organizare a **muncii în echipă** (o echipă multidisciplinară a cercetătorilor din domenii foarte diverse), în vederea cunoașterii vietii economice și sociale, din care să se desprindă nevoile reale de reformare a ei. Campanii monografice sau monografii *sociologice și etice* s-au făcut și înaintea profesorului **Dimitrie Gusti**, de către diverse alte școli, de la cea franceză și până la cea germană. Ceea ce caracterizează monografiile școlii sociologice sunt tocmai originalitatea nomenclaturii și a modului multidisciplinar de cercetare, în echipe numeroase, alcătuite din 12-100 de cercetători. Numărul minim de cercetători a fost inițial de 12: un geograf, un antropolog, dublat de un statistician, un istoric și un psiholog-ethnograf pentru cadre. Iar pentru manifestări, un economist, un jurist, un cercetător al vietii politice și administrative și cel puțin trei cercetători ai vietii spirituale: - un folclorist muzicolog, pentru muzică și dans, - un literat-lingvist pentru limbă, literatură și ideologie, precum și - un etnolog, cunoșător al artei, tehnicii și moravurilor locale, iar pentru coordonarea ansamblului cercetărilor și efectuarea studiilor privitoare la unități, relații și procese, un sociolog.

În urma observării specifice monografice, fișele sau „biblioaptele”, cum erau numite de către monografiști, erau reunite în **dosarele unei monografii** definitivate și se refereau în mod concret la următoarele domenii: statistică, cosmologie, biologie (antropologie și biologie socială), istorie, psihologie, manifestări spirituale, (religie, magie, știință, morală, dans, muzică, literatură, artă plastică, limbă, cultură), manifestări economice (ramuri de activitate, procese de ansamblu), manifestări juridice, manifestări administrativ-politice, unități (familia, gospodăria și alte categorii sociale) și relații, procese, tendințe cu caracter general și comunitar. Intemeietorul ei, Dimitrie Gusti, este și magistrul teoretic și organizatoric al școlii monografice românești.

N.B. - O alta personalitate a „sălii luminoase”, considerată preponderent „orală”, rămâne personalitatea lui **Mircea Vulcănescu**, care credem că dacă ar fi trăit până spre sfârșitul de secol, căruia i-a apartinut, cu siguranță ar fi devenit cel dintâi monografist român și nu numai atât. Prestanța miraculoasă, cultura inegalabilă, inteligența prodigioasă, modestia sa de neîntrecut și informarea exhaustivă l-au transformat foarte repede în liderul „care legitima în adânc generația tineretului interbelic” (Mircea Eliade). Două trăsături cu totul excepționale completau loialitatea sa față de viață românească în toate formele sale: aviditatea sa exigentă și profundă în a cunoaște și trăi în adâncul propriului suflet credința ortodoxă considerată din păcate de mulți intelectuali din epocă „atât de țărănească”, alături de calitatea iradiană de a recunoaște vitalitatea dogmatică a neamului și satului românesc destul de rară și greu de imaginat printre aceiași intelectuali născuți și formați în capitala țării și, cu atât mai puțin prezentă la cei care aveau rădăcini culturale rezidențiale de tip urban, vechi de mai bine de trei generații, conform propriei „spite de neam”. Aceste calități îl vor împăca pe Micea Vulcănescu cu sine și cu valoroși săi contemporani, imunizându-l în fața invidiilor și „afurisenilor” de orice fel, cum remarcă într-o scrisoare chiar Emil Cioran, devenit și el, pentru scurt timp, monografist în echipa lui Anton Golopenția.

Despre aproape orice îți vorbea Mircea Vulcănescu, dădea tuturor sentimentul că se naște din el, că este viu, că este aievea. Avea ceva de Noe în el. Ar fi știut, cu siguranță, să umple cum trebuie o arcă (Constantin Noica). A căutat să înfățișeze o orientare spiritualistă, realistă și ortodoxă, apropriate de înțelegerea românească și țărănească a existenței și o colaborare a tuturor forțelor generației tinere la clădirea unei Români Mari și puternice. (Autochip spiritual - Mircea Vulcănescu).

1.2. ASPECTE CONCEPTUALE: SPAȚIUL RURAL DE LA TRADIȚIE LA OFERTA TURISTICĂ

Turismul rural este o formă alternativă de turism care, după locul de desfășurare, se practică în afara zonelor urbane sau a stațiunilor turistice. Pentru o activitate sustenabilă și eficientă, **turismul rural trebuie înțeles în integralitatea sa**, ca domeniu turistic distinct căruia î se aplică în mod bine adaptat (ca domeniu și la nivel de întreprindere) principiile și regulile de management turistic, marketing turistic, de produse și servicii turistice etc.

Conceptul de turism rural include de facto toate activitățile turistice care se desfășoară în spațiul rural.

Acest concept s-a impus treptat, fiind una dintre formele turistice foarte apreciate, cu precădere în țările foarte dezvoltate, cu un grad ridicat de urbanizare, ai căror locuitorii își desfășoară activitățile în condiții tot mai stresante și mai poluate. Turismul rural poate reprezenta pentru aceștia **reîntoarcerea** către valorile pure, nealterate ale spațiului ancestral - satul -, apropierea lor de natură, cu alte cuvinte reîntoarcerea la origini, cu accent pe refacerea sănătății.

Drept urmare o posibilă definire a activităților de turism desfășurate în spațiul rural ar trebui să ia în calcul tocmai aceste aspecte, dar ținând cont și de raportul dintre aşteptare (ca dorință) și realitate, pentru că există de obicei o ușoară abatere, în ideea transformării în realitate a „visului de vacanță”. Într-o definiție de tip *exprimare mini-max* (minim de cuvinte, maximum de informație), având la bază și armonizând literatura de specialitate engleză, franceză, germană și spaniolă, o serie de cercetători (Stănciulescu Gabriela și col., 2002) definesc acest domeniu de activitate.

Turismul rural este în esență „**o formă concentrată pe destinații în spațiul rural**”, care dispune de o structură funcțională de cazare, complementară cu servicii de origine și proveniență diversă care susțin originalitatea actului turistic.

Un alt enunț, care eludează aspectul geografic, afirmă că „**turismul rural este un concept care cuprinde activitatea turistică organizată și condusă de populația locală, și care are la bază o strânsă legătură cu mediul ambiental, natural și uman**”. Această definiție pare a fi mai cuprinzătoare, singura sa scăpare constând în omisiunea implicării în activități de turism rural a unor organizații sau persoane din afara comunității locale (tour-operatori, investitori, etc.).

Statisticile demonstrează că an de an turismul în spațiul rural a câștigat tot mai mulți adepti. Numeroase rațuni sunt invocate pentru a explica această evoluție: influența ideilor ecologiste, dorința de a se sustrage structurilor turistice clasice, căutarea unui cât mai bun raport calitate/preț. Fără a avea pretenția unei definiții precise, putem aprecia că turismul rural cuprinde toate **VENITURILE** obținute din activitățile turistice desfășurate în lumea satului (mediul rural) dincolo de zonele atinse de stațiunile litorale sau montane. De exemplu: în raportul Eurogîtes pe anul 2009, se preciza că activitățile de turism rural european au generat fluxuri de 150 miliarde euro, reprezentând de 3 ori producția turistică a Franței (prima destinație turistică europeană), cu 400 miliarde în echipamente de cazare (similar cu de 2 ori capacitatea totală a Spaniei - a doua destinație europeană), cu un număr de 900.000 angajați direct sau indirect (e-bibliografie 1).

Constatăm aşadar (pentru că urbanizarea este tot mai accentuată) că există un important flux turistic mondial care se direcționează tot mai precis către zonele rurale. În plus, destinațiile mai puțin cunoscute sau neobișnuite - percepute ca „destinații exotice” - devin tot mai atractive pentru turiștii cu experiență din țările dezvoltate.

Continentalul european reprezintă regiunea turistică cu cea mai puternică integrare, atât a ofertei cât și a cererii. Circulația turistică în Europa este dominată de 5 mari țări emițătoare Germania, Anglia, Franța, Olanda și Italia. Noii poli emițători de fluxuri turistice sunt Spania, Japonia, Coreea și China.

1.2.1. CARACTERISTICILE PRODUSULUI TURISTIC RURAL

Pentru abordarea ideii de **produs turistic rural** consideram important de a aminti și definiția de principiu a produsului turistic.

Produsul turistic reprezintă în esență măsura activității turistice privită ca activitate economică într-o anumă dimensiune, volum, structură sau calitate și că prin destinațiile sale produsul turistic se poate constitui într-un mesaj adresat consumatorilor (turiștilor) potențiali, care prin opțiunea lor dau naștere *de facto* fluxurilor turistice, respectiv consumului turistic.

Organizația Mondială a Turismului (WTO) a folosit **conceptul de turism rural** pentru definirea „produsului” turistic rural.

Produsul turistic rural este acela care oferă vizitatorilor un contact personalizat, o experimentare a mediului fizic și uman al satului și care, pe cât posibil, le permite să participe la modul de viață, la activitățile și tradițiile locuitorilor.

Turismul rural poate include o gamă variată de activități precum (după WTO, citat de Negrusa, A.L. și col., 2007): - echitația (călăritul), - călărarea, - turismul de aventură, - călătorii în scop educațional, sportiv și de sănătate, - abordarea în activități a ecoturismului, - activități cu scopul de valorificare a artei și a moștenirii culturale.

O caracteristică specifică a turismului rural, în ansamblul său, este diversitatea de elemente și potențial de oferte: include o gamă largă de modalități de cazare,

evenimente, festivități, sporturi, alte distracții și activități de petrecere plăcută a timpului liber, toate desfășurate într-un mediu tipic rural.

Aceaste definiții și explicitări au la bază o serie de însușiri specifice ale activităților de turism rural, care stau de fapt la baza produsului turistic rural (tabelul 1.4).

ÎNSUȘIRILE DE PRINCIPIU ALE OFERTEI TURISTICE RURALE

Tabelul 1.4

Nr. crt.	SPECIFICARE
1	➤ localizarea în zonele rurale (existența în localități rurale);
2	➤ construirea produsului turistic în mod funcțional, bazat pe caracteristicile lumii rurale (spațiu deschis, contact cu natura, tradiție, organizare și practici tradiționale);
3	➤ ruralitatea ca scală (din punct de vedere al clădirilor și amenajărilor – de obicei la scară mică - conservându-se infrastructura rurală);
4	➤ caracterul tradițional (creștere domoală și organică în legătură cu familiile locale - avându-se în vedere păstrarea funcționalității rurale și conservarea modului de viață rural);
5	➤ diversitatea formelor de prezentare, în funcție de: mediile rurale și economice; istoric și așezare (păstrându-se identitatea culturală specifică).
6	➤ asigurarea siguranței turistului în privința sănătății, toate programele turistice rurale prevăzând accesul la rețea de sănătate locală (orice pensiune trebuie să fie în legătură cu un dispensar medical al satului).

Dacă aceste fluxuri sunt direcționate către sate și zonele învecinate lor, desigur că vorbim despre produse turistice **rurale**. Astfel, în multe zone rurale turismul a devenit un element esențial al economiei chiar dacă de multe ori acest lucru nu este observat cu claritate (Pender L., Sharpley R., 2005). Viața la țară are ceea ce viața la oraș nu poate oferi (Lesly R., Hali D. 2003). În general, câteva **cauze** importante susțin apariția și, mai ales **dezvoltarea turismului rural**: (a) schimbarea comportamentului excursioniștilor; (b) promovarea formei de turism care întețește dezvoltarea economică a zonelor rurale; (c) necesitatea protecției naturii și a mediului înconjurător; (d) strategii de dezvoltare pentru „turismul ușor”.

Acste motive sunt în raport direct cu o serie de schimbări și efecte precum, faptul că odată cu integrarea în Uniunea Europeană se poate conta pe îmbunătățirea condițiilor de viață și că odată cu creșterea veniturilor prin integrarea europeană și prin reducerea orelor de muncă, pot spori fondurile bănești și timpul liber afectat pentru călătorii (Buciuman E., 1999).

Observații privind anumite interpretări europene ale noțiunii de turism rural:
 Devine necesar a clarifica ce se înțelege prin „**mediul / spațiul agro-rural/ spațiul rural**”. Astfel într-o bună parte a Europei (Belgia, Franța, Germania, Luxemburg, Olanda) acest termen indică zonele care se deosebesc de cele urbane, de coastă sau montane, în Italia termenul indică acele zone care nu sunt nici urbane, nici de coastă și drept urmare include regiunile montane, în Irlanda și Anglia termenul analizat este practic sinonim cu noțiunea de „**regiune de la țară**”, această diferențindu-se total de cea urbană.

Spania, Portugalia și Grecia au tendința de a asimila termenul de mediu rural cu zonele unde se realizează producția agricolă, adică de spatial agro-rural. Pe de altă parte, există specialiști care consideră că o excursie cu un atelaj tras de animale sau un picnic, ori altă activitate derulată pe timpul unei zile într-un colț îndepărtat de provincie, nu ar putea fi considerate „turism rural”.

Constatăm deci că - cel puțin pe continentul european - termenul de „mediul rural” are înțelesuri diferite. Acest lucru dă naștere unor dificultăți de analize comparative interstatale, cât și unei limitări în aprecierea de ansamblu asupra activităților desfășurate în acest sector. Tinând cont ca principala caracteristica este cea economică specifică zonei, cel mai elocvent termen este cel de **turism agro-rural**, având « nuante » de **turism rural** sau de **agroturism**, după caz.

Una dintre cerințele practicării durabile a turismului rural constă în **păstrarea elementelor esențiale ale ruralului**, în aceste condiții definirea **turismului rural** la în calcul și o serie de elemente precum dimensiunile sale (Stoian Maria, 2001):

DIMENSIUNILE TURISMULUI RURAL

- dimensiunea **psihologică** = bazată pe trebuința umană de a se bucura de odihnă și recreere;
- dimensiunea **socială** = generată de contactul cu lumea rurală;
- dimensiunea **geografică** = legată de configurația reliefului, ce favorizează ori limitează dezvoltarea activităților de turism;
- dimensiunea **urbanistică** = modul de organizare spațială, mărimea așezărilor, nivelul dotărilor și cel al infrastructurii.

În acest context, Bernard Lane, citat de Nistoreanu P și col. (2010), își pune următoarele întrebări, atunci când analizează activitățile de turism în zonele rurale: „*Are oare turismul rural calități specifice intrinseci sau e vorba doar de o simplă activitate turistică ce se desfășoară într-o așezare rurală?*”. Dacă da, atunci „*Care sunt acele trăsături pe care trebuie să le aibă turismul rural astfel încât să merite într-adevăr calificativul de rural?*”. Un răspuns, potrivit formelor de manifestare și practicii mondiale, arată că aceste trăsături ale **turismului rural** ar putea fi cele 9 trăsături sintetizate ca în tabelul 1.5.

TRASATURILE DE BAZA ALE TURISMULUI RURAL

Tabelul 1.5

Nr. crt.	CATEGORIA	DESCRIEREA TRĂSĂTURII
1	Turismul rural și Natura (implicit și ecoturismul)	❖ apropierea de natură;
2	Turismul rural și economia verde	❖ soluționarea problemelor economice pe direcția turismului verde, respectiv prin turismul agro-rural și prin ecoturismul în bioarile extrarurale de tip agro-silvo-pastoral și/sau al ariilor protejate.
3	Turismul rural și societatea rurală	❖ absența mulțimii (de semenii); șansa integrării în comunitate pe perioada sejurului.