



Noi vrem
turiști!



POL

PARTIDUL
OAMENILOR
LIBERI



PROIECT privind dezvoltarea turistică a orașului Tîrgu Mureş

Sursele de venit ale orașului Târgu Mureş pot fi suplimentate prin:

Fonduri europene

Investiții străine

Turism

Iată de ce considerăm turismul deosebit de important pentru dezvoltarea urbei. Creșterea numărului de turiști, duce implicit la dezvoltarea serviciilor, la mai multe încasări directe ale administrației (muzee, Zoo etc.), la mai multe taxe plătite către bugetul local și la crearea de noi locuri de muncă.



Preambul

Cum e perceput orașul Târgu Mureş de către alții:

Oraș frumos

Oraș cochet

Oraș curat

Ce fel de turism avem acum:

Turism medical (oameni care vin să se trateze aici)

Turism estival (care este sezonier, la Complexul Week-End)

Turism de tranzit (turiștii „se opresc” în Târgu Mureş, în drum spre alte atracții)

Turism de afaceri (antreprenori care au sau vor să facă o afacere aici)

Turism punctual (evenimente organizate aici: simpozioane, târguri etc.)



Date statistice

Furnizate de Institutul Național de Statistică

MUNICIPIUL TÎRGU MUREŞ - Sosiri ale turiștilor în structuri de primire turistică, pe tipuri de turiști

Tipuri de turisti	2013	2014	+/- 2014 fata de: 2013
Total turisti	147062	142026	-5036
Turisti rezidenti in Romania	125426	121330	-4096
Turisti nerezidenti in Romania	21636	20696	-940

Tipuri de turisti	ian-iul 2014	ian-iul 2015	+/- ian-iul 2015 fata de: ian-iul 2014
Total turisti	77629	93741	16112
Turisti rezidenti in Romania	65971	81228	15257
Turisti nerezidenti in Romania	11658	12513	855



“Tîrgu... și mai cum?”

„Tîrgu... și mai cum?”, așa au caracterizat autoritățile orașul, într-un exces de sinceritate, în proiectul eşuat pentru a deveni Capitală Culturală Europeană. Aşa ne văd pe noi europenii, deoarece niciodată până acum nu a existat un plan concret pentru realizarea unei imagini turistice a urbei.

Din tabelele de mai sus se observă că doar 15 la sută dintre turiști provin din străinătate.

După țara de origine a turiștilor străini, ponderea cea mai mare au avut-o cei din Ungaria (20,2%), Germania (13,1%), Republica Moldova (12,7%), Italia (7,7%).

În comparație cu multe localități din jur, potențialul turistic al orașului Tîrgu Mureș este mai redus. Aici nu există nici Cetatea Medievală a Sighișoarei, nici mărimea Clujului, nici Lacul Ursu din Sovata, nici marea Cetate din Alba Iulia, nici Piața Mare din Sibiu. Ca atare, efortul administrației orașului pentru a atrage turiști trebuie să fie mai mare decât al altor localități.



Turistul vine atunci când știe că are ce vizita, și, în subsidiar, când are cu ce se **FOTOGRAFIA**. Când un turist se fotografiază cu ceva, înseamnă că acel „ceva” reprezintă o atracție turistică. Acum, un turist ajuns la Tîrgu Mureș se poate fotografia cu: Palatul Culturii, Palatul Administrativ, bisericile din Centru, Cetatea, Piața Teatrului și alte obiective, dar aproape toate realizate în perioada interbelică.

Se impune stringent ca, pe lângă ceea ce s-a făcut acum 100 sau 50 de ani, să realizăm și ceva demn de secolul XXI, care să devină punct de atracție turistică.

De asemenea, se impune schimbarea totală a viziunii, în sensul în care ceea ce se realizează în Tîrgu Mureș să nu mai fie direcționat exclusiv către locuitorii din urbe, ci și către potențialii turiști.



Strategie pe 5 planuri

Strategia turistică trebuie să se desfășoare pe cinci planuri, interconectate între ele, având ca scop final acela ca vizitatorii să vină în Tîrgu Mureş pentru ceea ce are oraşul de arătat (turismul targetat):

1. Punerea în valoare a ceea ce există
2. Crearea de noi atracții turistice.
3. Conceperea unei identități vizuale turistice a orașului.
4. Promovarea coerentă și eficientă a obiectivelor cu potențial turistic.
5. Crearea unei colaborări oneste și eficiente între administrația locală, ONG-uri, istorici, artiști și HORECA.

De asemenea, fiecare dintre aceste planuri trebuie să aibă o prioritizare, datorită costurilor și timpului pe care le presupune realizarea lor: termen scurt (1 an), mediu (2-3 ani) și lung (3-6 ani).



Indicatoare în Paris



Indicatoare în Baia Mare și Paris

Palatul Culturii 200 m
Kultúrpalota • Palace of Culture

Propunere pentru indicator în Tîrgu Mureş

Punerea în valoare a ceea ce există

A. INDICATOARE MARO

Orice turist sau călător ajuns prin Tîrgu Mureş, trebuie să afle mai întâi direcția în care se află obiectivul de care este interesat. Pentru asta e imperios necesară montarea de indicatoare maro, cele care te direcționează către monumente istorice, muzeee, biserici, cetate sau alte locații de interes turistic. Acum, în oraș, noi am identificat un singur (!) indicator maro, amplasat în Piața Petőfi, care arată direcția către Casa Memorială „Avram Iancu”.

Aceste indicatoare maro vor trebui amplasate la fiecare intrare în oraș, la intersecții și oriunde este nevoie, astfel încât turistul să găsească ușor tot ceea ce îl interesează. Pentru a arăta o deschidere mai mare către turiști, propunem ca aceste indicatoare să fie trilingve (română, engleză și maghiară); în limba engleză pentru că este limbă de circulație internațională și în limba maghiară deoarece e orașul cu cei mai mulți maghiari din România, dar mai ales pentru că, de peste 20 de ani, cei mai mulți turiști care vin în Tîrgu Mureş sunt din Ungaria. (termen scurt)



Prima clădire construită în stil Art Nouveau din Tîrgu Mureş (1900).

Az első Art Nouveau stílusban készült épület Marosvásárhelyen (1900).

The first Art Nouveau building constructed in Targu Mures (1900).

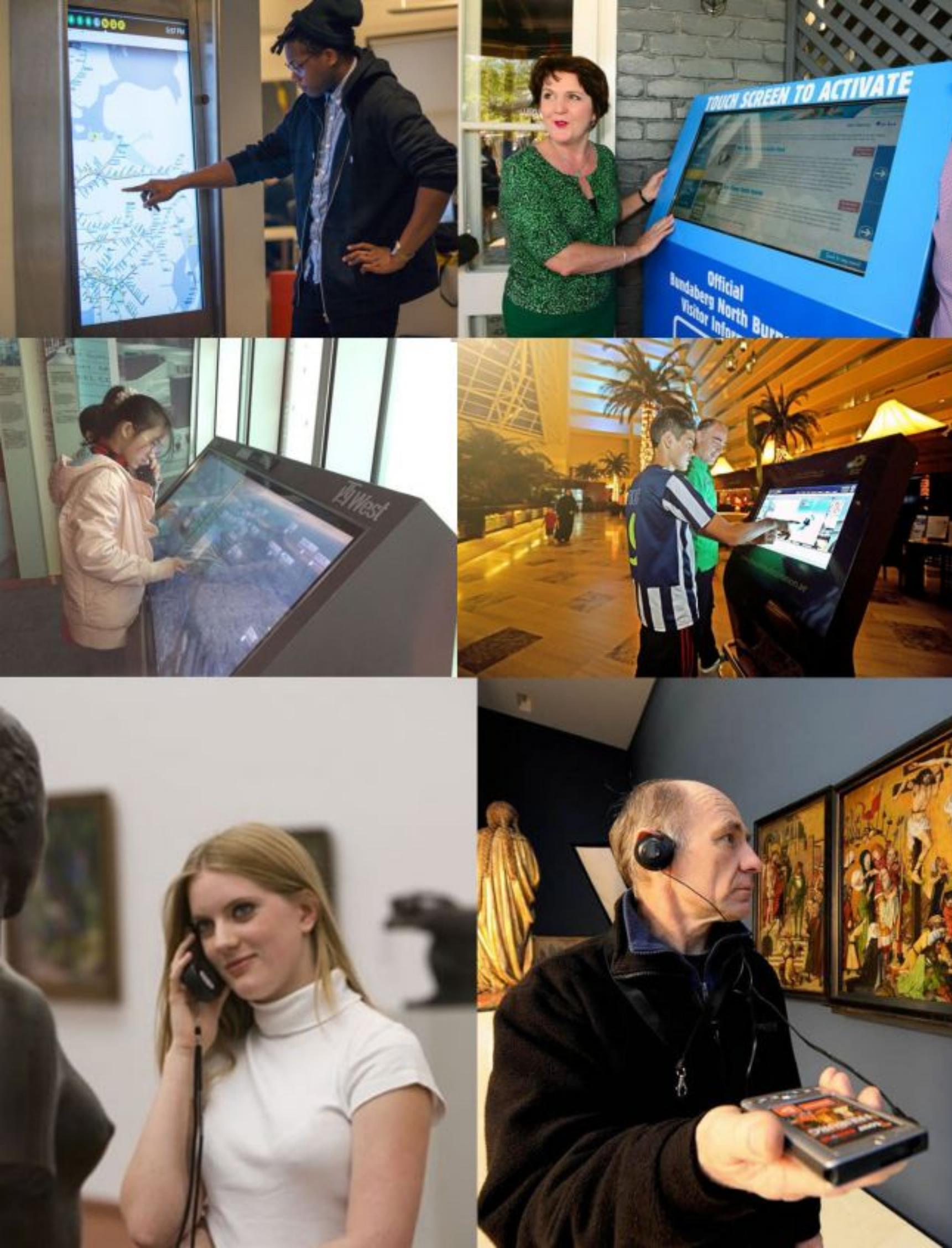


B. TABLE INFORMATIVE

Atunci când un turist ajunge la un obiectiv turistic nu are nicio informație „în stradă”. Nicio clădire importantă nu are acum o tablă care să prezinte, pe scurt, minime informații. Propunem ca la fiecare asemenea obiectiv să fie amplasată a tablă informativă trilingvă (română, maghiară, engleză), cu o descriere pe scurt a acelui obiectiv. Conținutul acestor table poate scoate în evidență unicitatea, lucruri interesante sau date istorice despre obiectiv.

Tablele vor fi amplasate pe clădiri sau pe trotuarul din fața clădirilor. Majoritatea clădirilor din centrul civic se pretează pentru asemenea table informative. Fiecare asemenea tablă va avea și un qr code, care va putea fi scanat cu telefonul, iar utilizatorul va fi direcționat către un site sau un clip de prezentare, având posibilitatea de a afla informații mai detaliate despre fiecare obiectiv.

Lista acestor obiective și conținutul tablelor vor fi stabilite după consultarea istoricilor, muzeografilor și ai altor specialiști locali. (termen scurt)



C. TOUCHSCREEN-URI ȘI GHIDURI AUDIO

În momentul în care turistul ajunge în interiorul unui obiectiv turistic, el poate afla unele lucruri, accesând forme moderne de informare, cum ar fi touchscreen-urile. Acestea trebuie amplasate chiar și în biserici, nu doar în muzeee sau Palatul Culturii. Acum, în Tîrgu Mureș există două touchscreen-uri, unul la Muzeul de Istorie și Arheologie din Cetate, iar celălalt la Biblioteca Teleki (nefuncțional în momentul cercetării noastre pe teren). Informațiile vor fi oferite în cel puțin trei limbi (română, engleză și maghiară). Avantajul touchscreen-urilor și al ghidajului audio este acela că pot înlocui ghizii tradiționali, capitol la care, oricum Tîrgu Mureș-ul suferă. (termen scurt).



Descriere bilingvă, fără limba engleză

Afișaj impropriu (vălurit și șters) la intrarea în Palaul Culturii



Descriere corectă
(trilingvă)

Lipsă descriere
tablou

D. MUZEELE

Toate muzeele din Tîrgu Mureş se află în administrarea Consiliului Județean Mureş, astfel că între Primărie și CJ va trebui să existe o colaborare pentru remedierea tuturor neajunsurilor. Trebuie precizat că, în ultimii ani, mai multe muzeu au fost renovate și se constată îmbunătățiri semnificative. În momentul cercetării noastre la fața locului am constatat mai multe deficiențe, pe care le vom enumera mai jos. (termen scurt și mediu)

a. *Palatul Culturii, Muzeul de Istorie, Galeriile de Artă*

Senzația de pustiu la intrare, nu ne-a cerut nimeni bilet, angajații nu au uniforme, elementele de ghidaj sunt prea mici sau insuficiente pentru a fi eficiente, lipsesc anumite inscripții, unele inscripții sunt bilingve, altele trilingve și fără o unitate grafică. În unele locuri, angajații beau cafeaua pe hol și au amenajat un „minibar”, iar atunci când apară îți dau senzația că îi deranjezi. Se asigură ghid pentru grupuri mai mari de 10 persoane, astfel încât grupurile mai mici de turiști sunt văduvite de anumite informații. Nu ai de unde să afli, de exemplu, că în Sala de Concerte se află cea mai puternică orgă din România, cu 4.488 de tuburi și 3 claviaturi (tochscreen-urile și ghidajul audio ar suplini toate aceste din urmă neajunsuri).



INTRAREA INTERZISĂ
PERSONELOR
NEAUTORIZATE



Muzeul de Istorie este destul de restrâns, dar frumos și cochet realizat. Majoritatea inscripțiilor sunt trilingve, dar mai sunt câteva doar bilingve. La Galeria de Artă Românească Modernă lipsesc unele inscripții cu descrierea tablourilor, un agent de pază are amenajat un birou chiar în incintă, vizitatorii sunt deranjați de aparatul de emise-recepție al agentului de pază. Aici, există lucrări ale unor pictori celebri (Grigorescu, Luchian, Andreescu, Pallady, Tonitza, Baba, Ciucurencu), care pot constitui subiect al unei campanii de promovare. La Galeria de Artă Clasică Maghiară accesul se face greu, neexistând elemente de ghidaj la nivelul etajului trei. Un agent de pază te însوtește și îți deschide ușa, iar, după ce ai terminat de vizitat, închide imediat ușa după tine!

b. Muzeul de Științele Naturii

Cel mai defectuos dintre toate. Uneori poarta de acces în curte este închisă, chiar în timpul orelor de vizitare, senzație de pustiu la intrare, nu e nimeni la poartă, o sonerie anunță angajatul că a intrat cineva, angajații nu au uniforme, lipsesc unele exponate, incrimenile sunt monolingve sau bilingve, unele semne de ghidaj sunt execrabile, teracotă inestetică, pereții și ușile sunt scorojite.



Inscriptii si
bilete bilingve,
fară traducere
și în limba
engleză

c. Muzeul de Etnografie și Artă Populară

Se află în renovare la momentul cercetării noastre.

d. Muzeul de Istorie și Arheologie

Mutat recent în incinta Cetății, este cel mai bine amenajat dintre toate, apropiat de standardele occidentale. Expoziția farmaceutică este excelent realizată, dar unele descrieri sunt doar bilingve. În ce privește expoziția despre armeni, foarte bine prezentată, am descoperit unele descrieri impropriu printate. Circuitul de la parter este, însă, nepotrivit, iar angajații servesc masa în timpul programului, de față cu vizitatorii.

În ce privește prezentarea on-line a Muzeului Județean Mureș, aceasta este desuetă, incompletă neprietenoasă, cu un meniu complicat. Biletele de intrare sunt unitar tipărite, dar sunt doar bilingve (română și maghiară), astfel că se impune reconceperea lor pentru a fi inserată obligatoriu și limba engleză.

adalma: a Toldalagi családe
zeletes, Topler János p
atisztek, a patikárius, „a
zó asztalos is. Mások me
ása azt jelzi, hogy a Ki
könyvek a forgalmazott p
oltban kalapokat, gyerm
pládét, francia játékkártya
ket ístukkatura-crotot, iéc

**Descrieri printate necorespunzător.
Descriere corectă în trei limbi
(dreapta).**



Poarta Bibliotecii Teleki nu are porțile deschise.

Biblioteca Teleki-Bolyai
Târgu Mureş

HU DE EN

Acasă Catalog Informații Contact Linkuri

Bine ați venit pe pagina web a Bibliotecii Teleki - Bolyai!

Meniu

- Teleki Sámuel
- Istoria bibliotecii
- Fondurile bibliotecii
- Muzeul Bolyai
- Fundația Teleki Téka
- Galerie

Actual view of the interior of the Bolyai Museum, showing a hallway with display cases and a chandelier.

Muzeul dedicat lui Bolyai János și Bolyai Farkas.

e. Biblioteca Teleki

Chiar dacă este prima bibliotecă publică de pe teritoriul actual al României, nu aflăm acest lucru, deoarece nu există o tablă informativă în acest sens. Poate cel mai spectaculos obiectiv turistic din Tîrgu Mureş, prin prisma vechimii și a lucrărilor aflate în proprietate, este insuficient pus în valoare. Nu se percep nicio taxă la intrare (respectându-se dorința lui Teleki), dar se acceptă donații. Ușa dinspre stradă e permanent închisă (orică obiectiv turistic trebuie să aibă porțile larg deschise, la propriu). Touchscreen-ul de la intrare era nefuncțional la data cercetării noastre pe teren. Ghizii sunt bine pregătiți. Expoziția dedicată familiei Bolyai are un ușor aer desuet, dar cu premise pentru a putea fi modernizată. Pagina de internet este extrem de neprietenoasă și are un design foarte vechi. Unele inscripții sunt doar monolingve sau bilingve.

E. PALATUL ADMINISTRATIV

Actualmente sediu al Consiliului Județean Mureș și al Prefecturii Mureș, este clădirea-simbol a orașului. Poate și datorită faptului că aici sunt doar birouri administrative, clădirea nu e deloc pregătită pentru a primi turiști. Nimeni nu îți poate oferi informații despre istoricul clădirii, vitraliile de aici, iar accesul în turn este anevoios.



Schimb de gardă și statui în Cetatea din Alba Iulia



Imaginile posteate pe social media de către turiști reprezintă principalul vector de popularizare al Cetății Alba Iulia



Exemplu de ansamblu statuar

F. CETATEA

Recent reamenajată, Cetatea nu a fost finalizată în totalitate la momentul cercetării noastre. Deocamdată, există senzația de gol, de spațiu „neumanizat”. Credem că niște ansambluri statuare moderne și inedite (vezi cetatea din Alba Iulia) ar putea oferi „căldura” necesară pentru neutralizarea „răcelii” conferită de ziduri, dar ar deveni și obiective turistice în sine. Există premisele pentru ca Cetatea să devină unul dintre principali poli de atragere a turiștilor. Asta și cu condiția ca activitățile care se vor desfășura aici să fie la vedere, gândite pentru turiști, iar un număr cât mai mare de spații să fie vizitabile. Tăblițele (panourile) informative trilingve vor fi imperios necesare. Un mod de atragere a turiștilor va fi inițierea zilnică a unui schimb simbolic de gărzi, aşa cum se întâmplă în multe dintre cetățile europene, exemplul cel mai apropiat de noi fiind Alba Iulia. (termen scurt și mediu)



În Biserica Neagră din Brașov există ghizi.



Touchscreen informativ în Catedrala St. Patrick din New York.



Aparate de monede în Catedralele din Sankt Petersburg și Paris.

G. BISERICILE

Principala dovdă a multiculturalității Tîrgu Mureș-ului este aceea că pe un areal de 400 mp din Centrul civic există biserici aparținând de opt confesiuni diferite. Peste tot în lume, bisericile reprezintă un obiectiv turistic. În peisajul urban autohton, bisericile nu fac excepție, nefiind pregătite pentru vizitatori din străinătate. Catedrala Mare este lăcașul de cult cu cea mai mare suprafață pictată din România, Catedrala Mică este copia în miniatură a Basilicii Sfântul Petru de la Vatican. Fiecare biserică din urbe are o particularitate anume, dar acest lucru nu îl poți afla de niciunde. Niciuna dintre biserici nu are ghid, care să ofere informații mai amănunțite, la fel cum se întâmplă, de exemplu, la Biserica Neagră din Brașov. Lăcașurile de cult trebuie încurajate să folosească touchscreen-uri. De asemenea, turiștii ar mai putea primi detalii scanând qr codurile de pe tablile informative. (termen scurt)



H. PLATOUL CORNEŞTI/ZOO

La Târgu Mureş se află cea mai mare Grădină Zoologică din România, lucru insuficient promovat. Au fost făcute multe reamenajări și îmbunătățiri, dar acestea nu sunt suficiente și suntem de departe de standardele occidentale (vezi Zoo Viena). La nivel informativ, situația e oarecum acceptabilă, dar panourile informative erau învechite, nu erau trilingve și nici unitare grafic, la data cercetării noastre. Site-ul are un design în trend, dar e sărăcăios la nivel de conținut și este doar în limba română. (termen scurt și mediu)

I. COMPLEXUL DE AGREMENT „MUREŞUL”

Este singurul obiectiv turistic care atrage turiști organic, în special din județele limitrofe, fără a fi nevoie de promovare (la fel cum este cazul Cetății Sighișoara sau a stațiunii Sovata, care au devenit branduri). Este, însă, prin natura sa, un obiectiv turistic sezonier, cu vârf de vânzări doar două luni pe an. Se poate promova faptul că, chiar dacă vara e scurtă, la Tîrgu Mureş poți face baie și te poți relaxa tot anul, în cadrul unui spot de prezentare în care să fie înglobate și SPA-urile aflate în proprietate privată.



Statui "locale", fără impact turistic

Crearea de noi atracții turistice

A. STATUI

În ultimii 25 de ani, în Tîrgu Mureş, unul dintre cele mai efervescente domenii din punct de vedere al cantității a fost acela al amplasării de statui. Dar asta s-a făcut nu din rațiuni de înfrumusețare a orașului sau din motive turistice, ci din dorința de ostoire a unor orgolii etnice. Atât maghiarii, cât și românii au militat pentru amplasarea de statui reprezentând personalități marcante ale celor două etnii (Bernady, Dandea, Rakoczi, Mihai Viteazul, Borsos, Filimon, Petőfi, Maior etc.), ceea ce a dus la apariția de tensiuni inerente cu prilejul adoptării fiecăror decizii. Această „criză de idei” a făcut ca doar un singur ansamblu statuar să fie nonfigurativ, anume cel care se referă la revoluționarea matematicii de către Bolyai János și care se află amplasat într-un scuar pe strada Ștefan cel Mare. E limpede că nici una dintre aceste statui nu este spectaculoasă și nu reprezintă o atracție turistică în sine. În țările unde s-a depășit, de multă vreme, acest orgoliu patriotic, au rămas vechile statui ale personalităților, dar noile ansambluri statuare sunt nonfigurative și orientate către spectaculos. În multe cazuri, o statuie a devenit punct de referință pentru anumite orașe (Bruxelles, Chicago, Copenhaga etc.) și principal obiectiv de atracție turistică. (termen scurt, mediu și lung)



Propunem mutarea Statuii Soldatului Necunoscut în Cimitirul Eroilor



O copie a Fântânii Cântătoare se află pe Insula Margit din Budapesta

Tîrgu Mureş-ul este printre puţinele oraşe din ţară care mai are în centrul civic o lucrare sovietoidă, realizată în cel mai pur stil proletcultist: Statuia Ostaşului Necunoscut. Mai mult, aceasta nici nu reflectă fidel uniforma soldatului român din cel de-al doilea război mondial, fiind o combinaţie cu uniforma Armatei Roşii. Considerăm că cel mai potrivit loc pentru această statuie ar fi Cimitirul Eroilor de pe strada Gh. Marinescu, cu vizibilitate de la serpentina dinspre strada Republicii, prilej cu care s-ar putea reface şi soclul degradat. În locul rămas liber trebuie realizat un ansamblu statuar care poate deveni un brand al oraşului. Un asemenea demers poate fi demarat după un concurs de proiecte şi după consultarea specialiştilor în domeniu. O propunere pentru acest loc ar putea fi refacerea Fântânii Cântătoare a lui Bodor Péter, fostă lucrare-simbol a oraşului. Aceasta ar putea fi refăcută după ultimele tehnologii, luminată modern şi programată să cânte refrene cunoscute din melodii româneşti şi ungureşti, la ore fixe (între 10,00 şi 20,00). O altă locaţie pentru acest obiectiv ar mai putea fi Piaţa Victoriei sau Piaţa Teatrului.



Aproape nimeni nu stie ce reprezinta
aceasta statuie.



Statuie proletcultistă și statuie degradată

De asemenea, în Târgu Mureş există statui care sunt extrem de degradate, la care nici nu se mai disting trăsăturile, cum este Statuia lui Nicolae Bălcescu. Aceasta trebuie fie refăcută, fie mutată în cartierul cu același nume. O statuie aproape similară ca tehnică de realizare este aceea a lui Mihai Eminescu, dar aceasta nu este la fel de degradată și necesită cel puțin o curățare. O altă statuie proletcultistă este Statuia Sportivului, aflată la intersecția Străzii Cuza Vodă cu Strada Tamás Ernő (în fața Sălii Polivalente), care va trebui mutată într-o locație mai retrasă, cum ar fi parcul unui cartier (sau renunțat la ea). Totodată, unele statui nu au table explicative, aşa cum este monumentul nonconfigurativ dedicat geometriei neeuclidiene a lui Bolyai János (matematicianul a înlocuit postulatul paralelelor lui Euclid cu axioma: printr-un punct exterior unei drepte se pot duce două paralele la aceasta), despre care nu putem afla nicio informație.



Monumente dedicate lui Eminescu la Tîrgu Mureş (dreapta, sus) și Oneşti (deasupra), ultimul intrat în top 20 cele mai spectaculoase din lume.



Pot fi realizate statui cu personalități și în altă manieră decât un bust. O statuie apreciată la nivel internațional, este cea dedicată lui Caragiale, la Ploiești.



Monument dedicat lui Nelson Mandela în Africa de Sud

Noile ansambluri statuare ce vor fi create vor putea fi amplasate în diferite scuaruri și piețe, dar și pe trotuare sau în cartiere. De asemenea, sensurile giratorii sunt locul unde pot fi amplasate statui sau ansambluri (unele realizabile din „materiale ușoare”, ar putea fi sezoniere, în funcție de anotimp). În cele ce urmează vă prezentăm mai multe statui din țară și din lume, care atrag turiști.

Va putea Tîrgu Mureş să aibă statui asemănătoare? Bineînțeles, mai ales că ideile artiștilor sunt nelimitate.



Statui amplasate pe trotuare și alei din parcuri, cu tentă “retro”, în Bratislava, Bruxelles, New York, Budapesta și Wroclaw (Polonia).



Statui amplasate pe trotuare și în piețe în Bratislava, Adelaide și Melbourne (Australia) și Taipei (Taiwan).

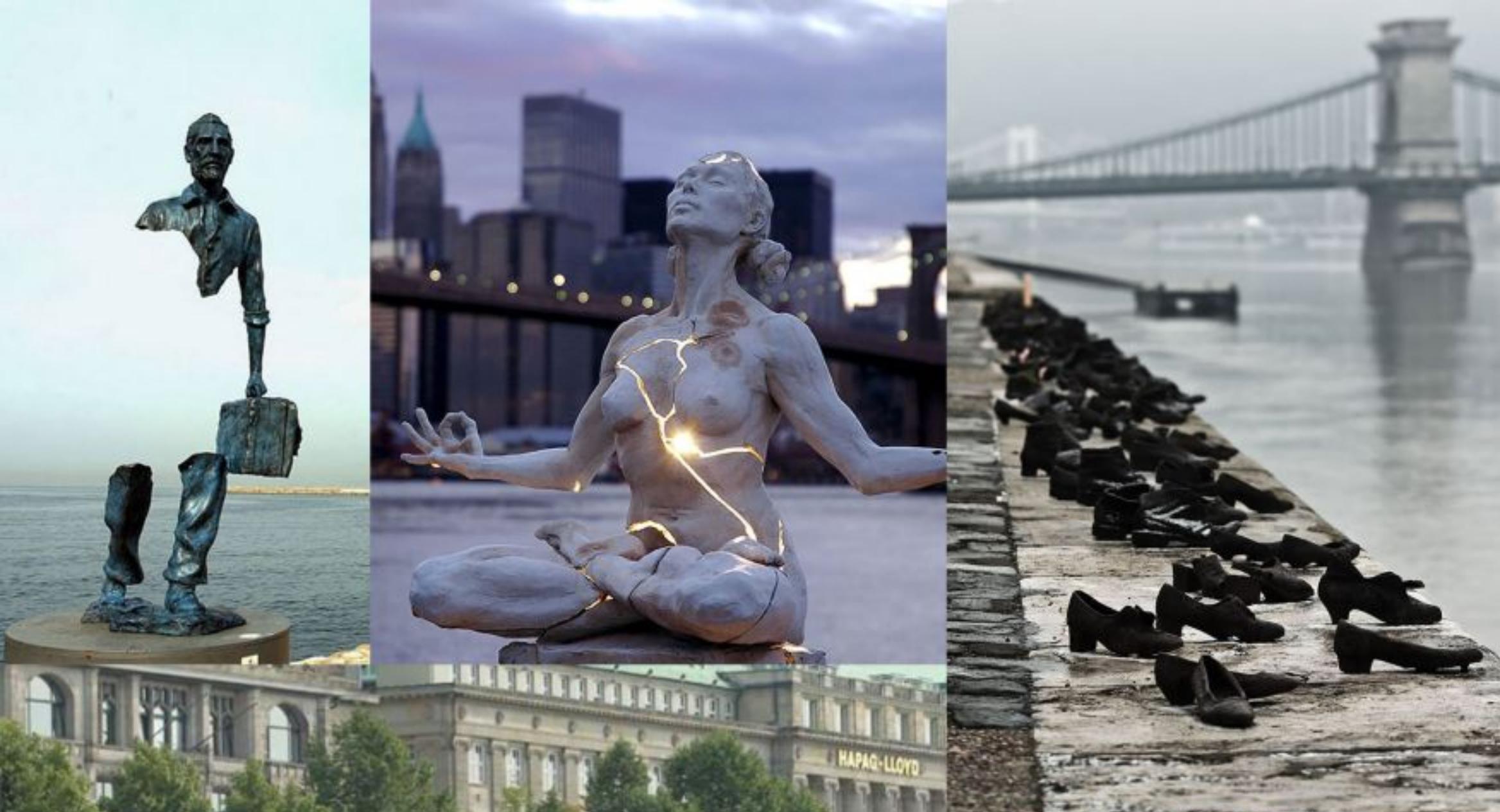


Statui moderniste
din Marea Britanie,
Chile, Spania și Statele
Unite (renumita "The
Bean" din Chicago -
stânga, jos)



Ansambluri statuare
și statui la înălțime din
Lituania, SUA, Singapore
și Cehia și Polonia

Ansambluri statuare și statui aflate în preajma apei sau în apă din Franța, Ungaria, SUA, Germania și Lituanie.





Statui în strânsă legătură cu natura din Anglia și Olanda. În partea de jos se poate vedea cum realizarea la dimensiuni mari a unui slogan poate deveni obiectiv turistic în sine.



Sculpturi de mici dimensiuni din Polonia și Marea Britanie.

Sculpturi
în sensuri
giratorii.





Artă stradală proletcultistă, în centrul Târgu Mureş-ului (deasupra).



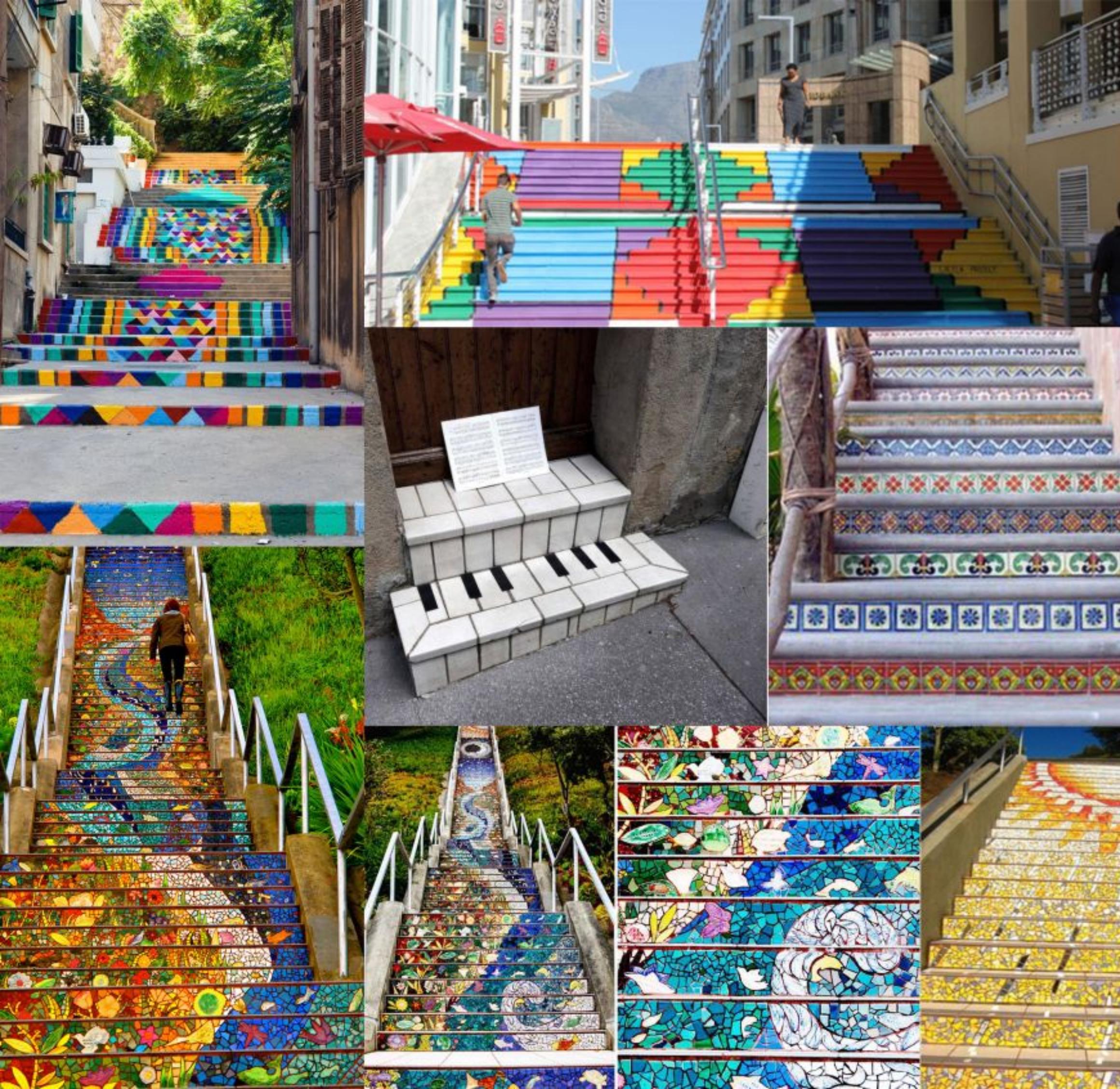
Scări pictate la Târgu Mureş. Propunem ca toate scările din spaţiul public să fie pictate sau mozaicate.



B. ARTĂ STRADALĂ

Extrem de populară în Occident, arta urbană poate duce la relizarea a numeroase obiective de interes turistic. În Tîrgu Mureş, acest tip de artă a demarat în urmă cu doi ani, prin pictarea scărilor Rákoczi, urmate de pictarea scărilor de la Furnica și de pe strada Morii. Pictarea scărilor Rákoczi a fost exemplul suprem al faptului că, utilizând sume infime de bani, se poate realiza o imagine pozitivă orașului prin crearea unui obiectiv turistic fotografiabil. Aceste scări au apărut în majoritatea jurnalelor marilor televiziuni din România și au depășit granițele țării prin propagarea foarte consistentă a mesajului în mediul on-line.

Arta stradală poate fi de mari dimensiuni sau de mici dimensiuni și îmbracă forme multiple. Alte scări din oraș, calcane ale caselor, pereți ai blocurilor sau ai unor clădiri (de exemplu zidul dinspre Piața Teatrului al Muzeului Etnografic), trotuare, ziduri (mai mult sau mai puțin estetice), ghene de gunoi, pot deveni baza realizării unor opere de artă. Se pot realiza picturi, mobilier urban inedit, și alte lucrări atractive, inovative și ingenioase (acum doar peretele de deasupra restaurantului Mc Donald's are o lucrare de acest tip, realizată în stilul proletcultist al anilor comunismului, care ar trebui înlocuită). Totul ține de imaginația artiștilor. Noi prezentăm doar câteva exemple, din țară și din străinătate. (termen scurt, mediu și lung)



Scări pictate sau mozaicate din SUA, Mexic, Franța și Italia.

Picturi
stradale
în Arad.





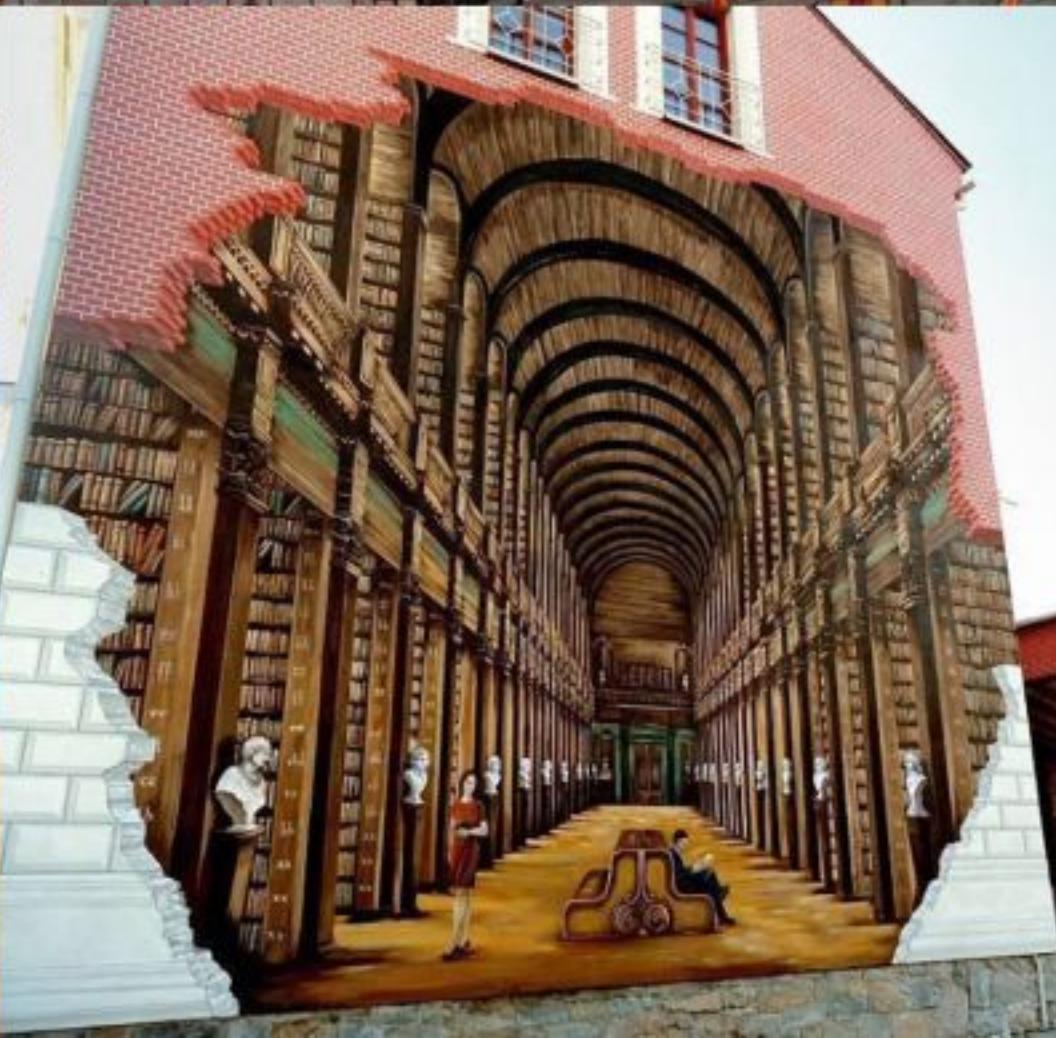
Ghene de gunoi și transformator electric (stânga, jos) pictate în Arad.





Picturi de mari dimensiuni din Canada, Franța, Rusia, Olanda și Bulgaria.

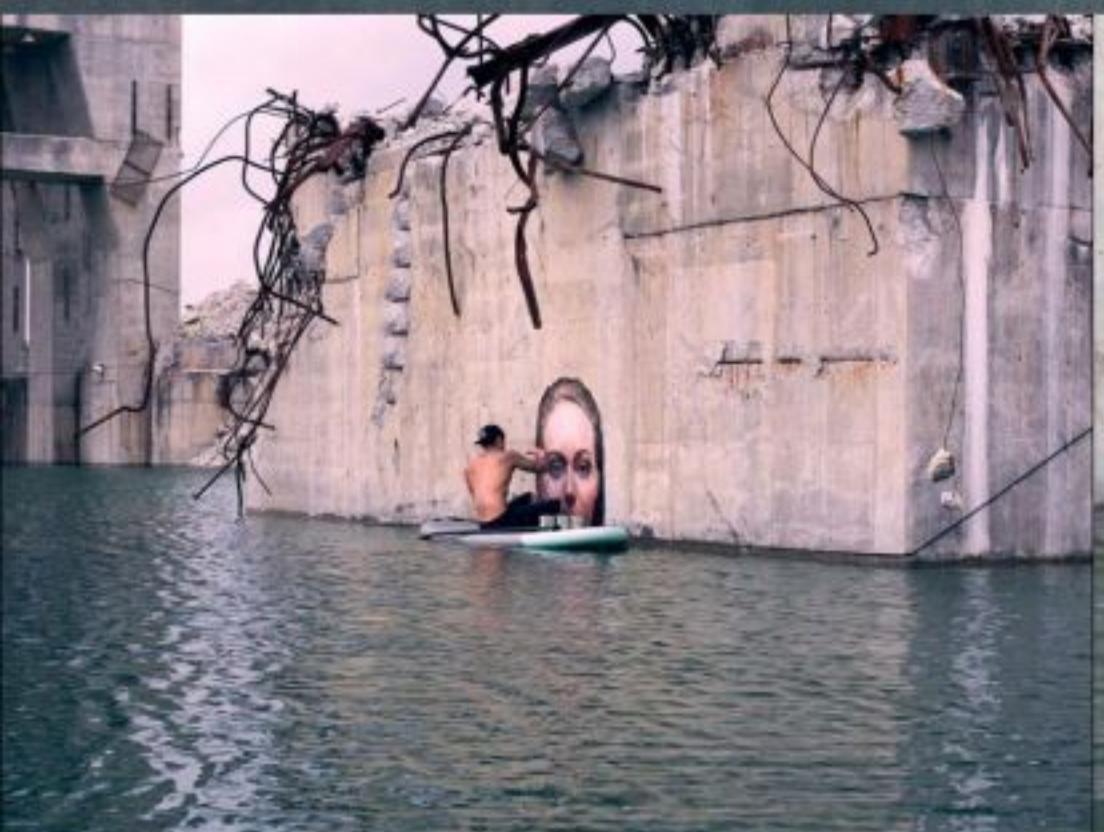




Picturi de mari dimensiuni
din Polonia, Belgia, Colum-
bia și Anglia.



Picturi de mari dimensiuni
pe diguri și picioare de
pod.

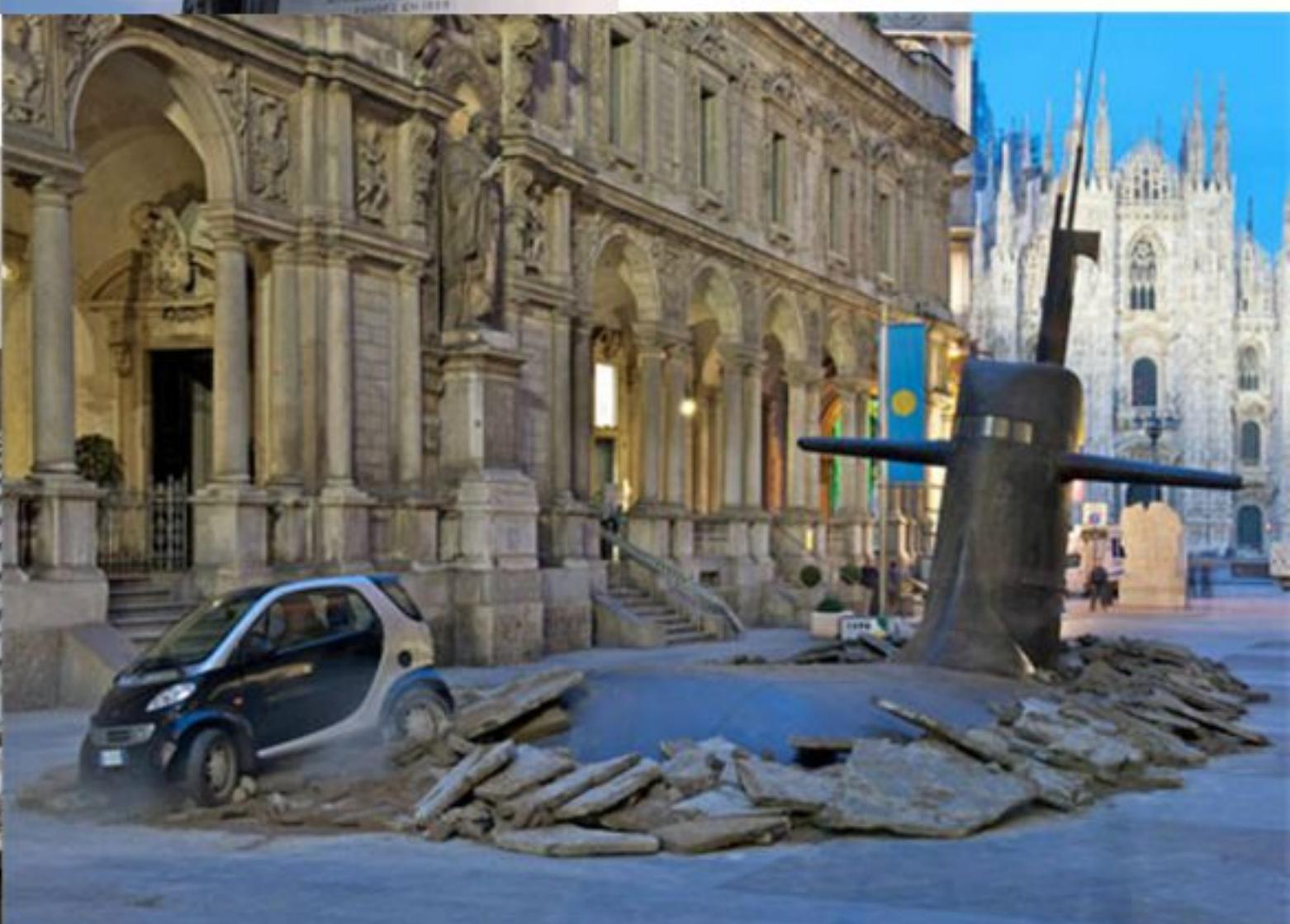




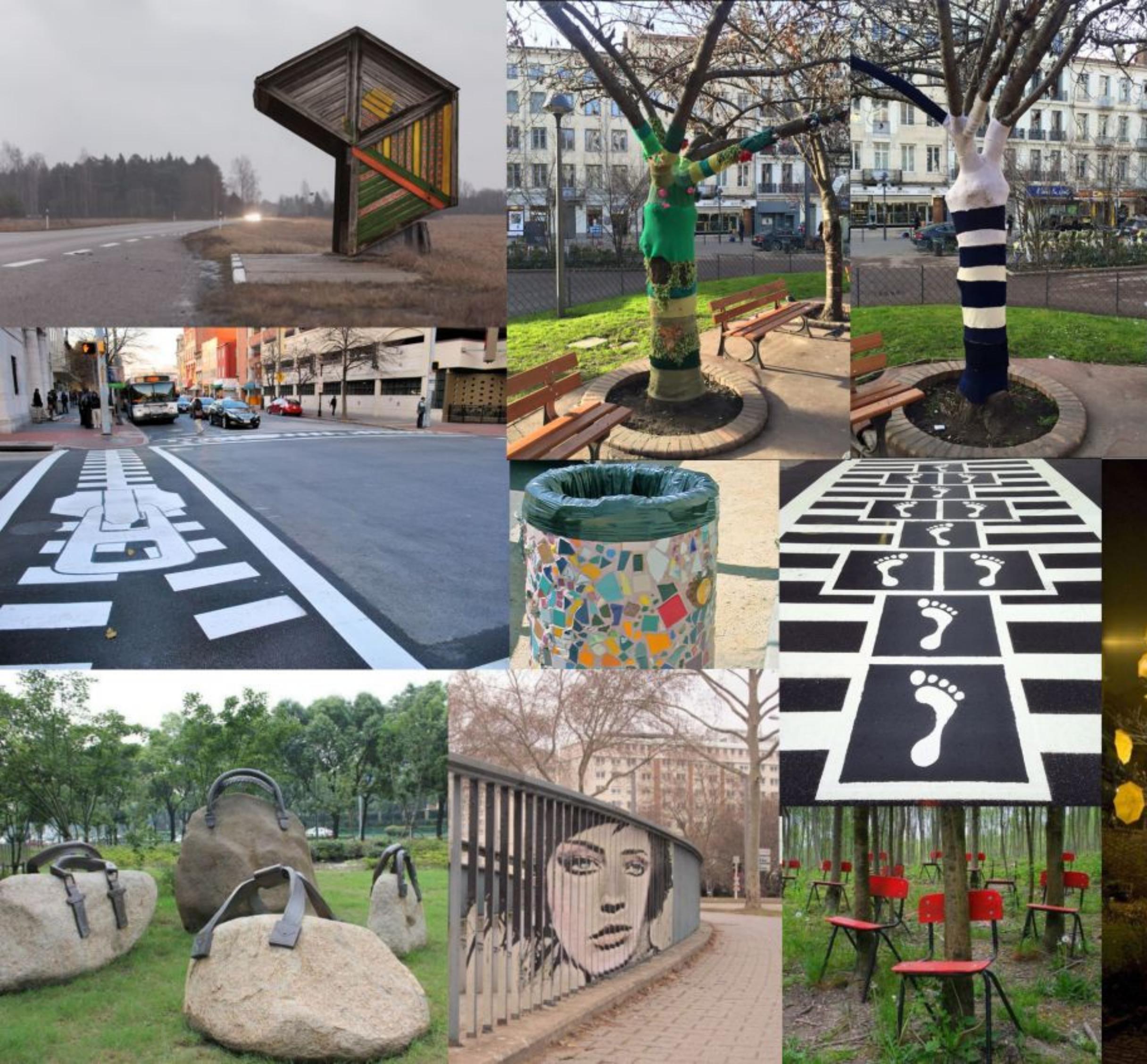


Artă stradală de mici dimensiuni (uneori poate înfrumuseță deficiențe de infrastructură).





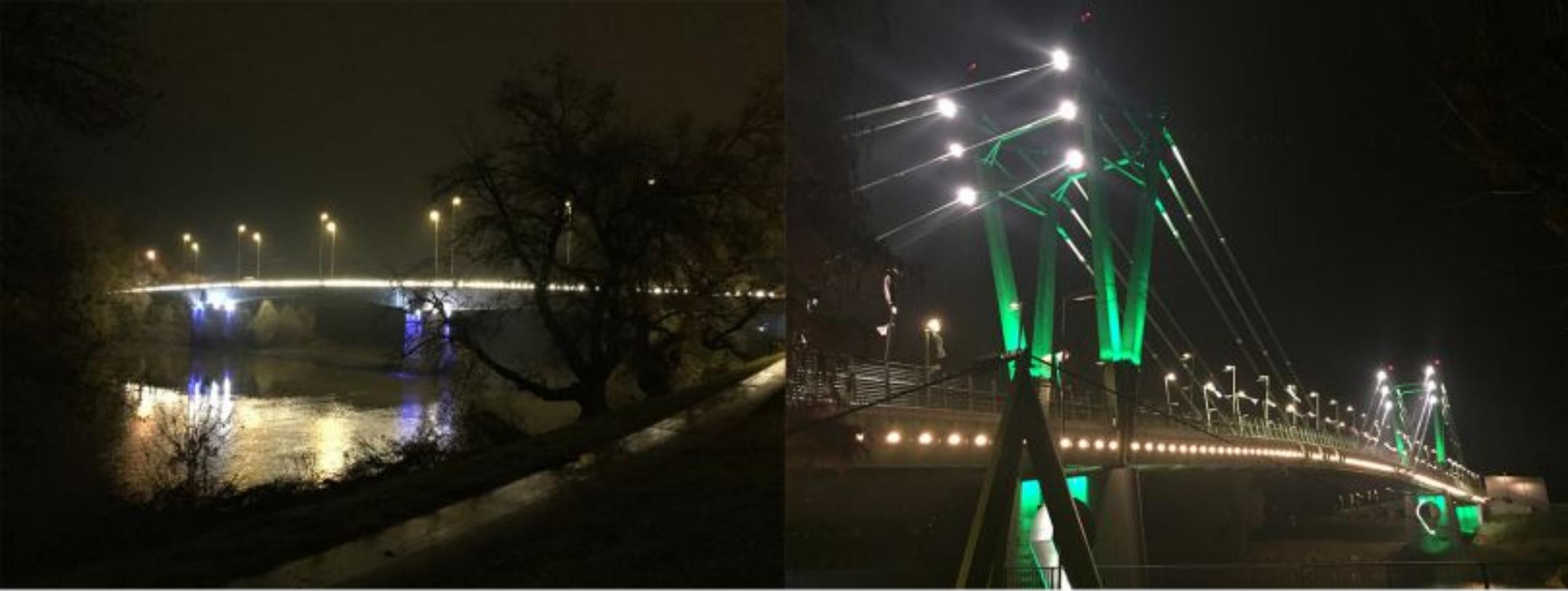
Arta stradală poate îmbrăca diverse forme, poate fi provizorie sau permanentă.



Artă stradală în mediul urban: stație de autobuz, coș de gunoi, treceri de pietoni, copaci, grilaj de protecție, bolovani.

Mobilierul
urban ca
formă de artă.





Poduri luminate la Arad



C. PODURILE

În toate țările civilizate, podurile peste râuri reprezintă obiective turistice în sine. Acest lucru s-ar putea întâmpla și la Tîrgu Mureș. Mai întâi prin reabilitarea acestor poduri și, mai apoi, prin realizarea unui sistem de iluminare spectaculos. Partea exterioară a podurilor (aflată pe uscat) ar putea deveni suportul unor picturi. De asemenea, picioarele podurilor și anumite zone din diguri, ar putea fi pictate. În partea înaltă a podului, ar putea fi realizată o arcadă, cu inscripția „Tîrgu Mureș-Marosvásárhely”.



Conceperea identității vizuale turistice

Tîrgu Mureș-ul nu a avut niciodată o identitate vizuală turistică (logo și slogan) și cu atât mai puțin un brand al orașului, astfel încât devine o prioritate de grad zero realizarea unei identități vizuale, care reprezintă primul pas în proiectul de „a vinde” orașul către turiști.

În decursul timpului, localitatea a fost cunoscută drept „Orașul noroaielor” (sec. XVI și XVII), „Orașul școlilor” (secolul XVIII), „Orașul fleicilor” (secolul XIX și începutul secolului XX), respectiv „Orașul trandafirilor”, (a doua jumătate a secolului XX). Aceast ultim supranume provine din perioada comunistă și se datorează faptului că zonele centrale erau înfrumusețate cu trandafiri, floare de la care provine și numele străzii din centrul civic, Piața Trandafirilor.

Sloganul „Orașul trandafirilor” a continuat să fie folosit în virtutea inertiei, dar este uzitat mai cu seamă de localnici și cunoscut de o parte a românilor, nicidecum de potențiali turiști din străinătate. Faptul că nu a avut niciodată o reprezentare vizuală face ca mulți să nu perceapă exact sloganul și să folosească sintagma greșită de „Orașul florilor”, inclusiv autoritățile locale făcând această confuzie.

Pentru realizarea identității vizuale turistice a Tîrgu Mureș-ului există două posibilități: păstrarea și punerea în valoare a sintagmei „Orașul trandafirilor” sau realizarea unei noi identități vizuale.



A. ORAŞUL TRANDAFIRILOR

Acum, singura legătură dintre oraș și trandafiri este aceea că în centrul civic și pe Boulevardul 1 Decembrie 1918 există câteva straturi cu trandafiri. În rest, nimic nu ne leagă de acest supranume. În cazul în care se va dori păstrarea acestei identități vizuale, ar trebui ca această floare să fie regăsită peste tot, dar să apară și în ansambluri statuare sau în reprezentări de artă stradală. Considerăm, însă, că va fi foarte dificil să fie pus în valoare aşa ceva. În plus, sloganul „Orașul trandafirilor” nu este nici cel mai potrivit pentru a face localitatea „vandabilă” din punct de vedere turistic, fiind foarte punctual și particular.

B. BIJUTERIA TRANSILVANIEI

Iată de ce credem că este oportun un slogan mai general, care să nu facă referire strictă la un obiect, plantă, persoană etc. Ultimele dezbateri care au s-a desfășurat pe această temă au avut o concluzie: este extrem de dificil să particularizezi Tîrgu Mureş-ul cu ceva anume, iar, dacă într-adevăr se găsește acea particularitate, aceasta este „necomercială”. Din păcate, în istoria urbei nu au existat momente sau persoane care să fi devenit o emblemă, pentru că, dacă asta s-ar fi întâmplat, atunci am fi avut astăzi acel slogan.



Singura personalitate cu rezonanță internațională care să fie legată de Tîrgu Mureș este Bolyai János, dar tot ceea ce se întâmplă azi în oraș nu ne recomandă ca un „oraș al matematicii”. Bolyai poate deveni și trebuie să devină parte a imaginii orașului, dar nu imaginea în sine a acestuia.

O altă variantă vehiculată în ultimii ani a fost aceea a „orașului medical”, deoarece aici există medici renumiți, universitate de profil precum și o importantă industrie farmaceutică. Fără îndoială că așa este, dar, din păcate, sloganul de „oraș medical” nu va aduce turiști din Vest. Mai întâi pentru că sistemul medical din Occident este mai dezvoltat și, mai apoi, deoarece niciun oraș nu se poate adresa potențialilor turiști străini... bolnavi. Renumele de oraș medical va atrage în mod generic oameni din România, așa cum de altfel se întâmplă și acum, dar nu va aduce turiști numeroși din străinătate.

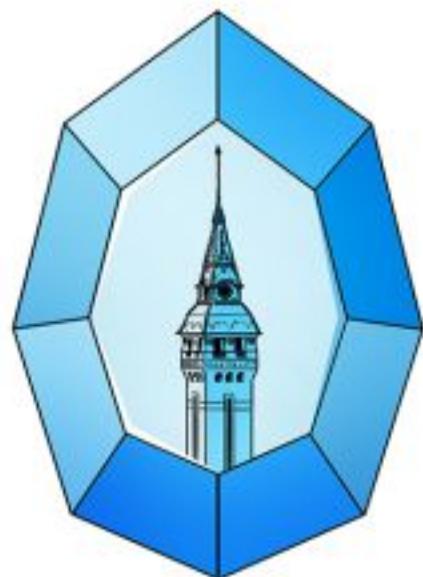
Principalul atu al Tîrgu-Mureș-ului este poziționarea sa în Transilvania. De aceea credem că numele provinciei istorice ar trebui să apară neapărat în viitorul slogan al orașului. Denumirea de Transilvania a atras și încă va mai atrage milioane de oameni. Acest nume trebuie precedat de un alt cuvânt, care să reunească mai multe caracteristici ale urbei. Așa cum am spus în preambulul acestui proiect, orașul este perceput ca fiind unul frumos, cochet și curat.

SUGESTIE LOGO

Font: retro

Icon: diamant în şapte colțuri (aceleași număr de laturi ca și Cetatea); pe fundalul diamantului este silueta celei mai reprezentative clădiri.

Culori: alb și albastru, aceleași ca și culorile orașului.



Tîrgu Mureş

Transylvania Jewel

De asemenea, Tîrgu Mureş nu este nici cel mai mare oraş din Transilvania, dar, cu toate acestea poate fi „vândut” ca fiind ceva preţios, fără a exagera. În concluzie, cuvântul potrivit pe care noi l-am identificat este acela de „bijuterie”. Bijuteria este ceva mic, preţios, un obiect făcut cu artă, de mare valoare și cu deosebite calități. Acest cuvânt nu poate naște confuzie, este clar și are aceeași percepție oriunde în lume.

Așadar, propunerea noastră pentru sloganul orașului Tîrgu Mureş este „Bijuteria Transilvaniei”, cu traducerea în limba engleză „Transylvania Jewel” și în limba maghiară „Erdély ékszer”. Firește că această sintagmă poate fi și un punct de plecare pentru o dezbatere rațională cu autoritățile locale, dar mai ales cu specialiști locali în domeniu. O decizie finală va putea fi luată, însă, după studii sociologice și de marketing profesioniste. (termen scurt)



Promovarea coerentă și eficientă

Până acum, orașul Tîrgu Mureş nu a avut niciun fel de promovare turistică națională și, cu atât mai puțin, internațională. Au existat tentative ale Consiliului Județean Mureş și cam atât. Acestea au eșuat fie pentru că au fost desuete (exemplu – în epoca internetului, au fost tipăriți fluturași, care nu aveau cum să ajungă la persoane din străinătate etc.) , fie pentru că au fost prost gândite sau neadaptate realităților efective.

Oricum, e cert că autoritățile locale nu au avut un proiect în sensul deschiderii orașului către turiști, ci au gândit totul exclusiv pentru propriii locuitori. Formele de promovare pot fi diverse, cu diferite mesaje, iar noi propunem câteva mai puțin dificil de realizat, care depind exclusiv de resurse financiare și umane locale. (termen mediu)



Victoriei nr. 3, 540026, Tîrgu Mureş

040-265-268.330

pr

ncipala

Informatii publice

Servicii online

Administratia

Acte necesare si formular tipizate

Taxe si impozite online

Petitii

Consulta cererea

Formular on-line

Audiente on-line

Dezbateri publice on-line

Orasul meu

Mediul de afaceri

Asociatii

Locuinte

Parinti si copii

Varstnici

Chestionar socio-economic
mobilitatea în Municipiu

A. UNDE PROMOVĂM?

Site-ul Primăriei Tîrgu Mureş

Cea mai ieftină și modernă formă de promovare este cea on-line. Autoritatea locală trebuie, în primul rând, ca, și din acest punct de vedere, să se adapteze la ceea ce este nou. Din perspectivă strategică observăm că site-ul Primăriei Tîrgu Mureş este deosebit de important în ceea ce privește promovarea orașului.

În indexul Google, la căutările „Tîrgu Mureş” sau „Târgu Mures”, pagina de internet a Primăriei apare pe primele locuri, ceea ce înseamnă că potențialii doritori de informații despre oraș vor intra mai întâi pe această pagină. Dar, accesând această pagină, le va fi foarte dificil să afle informații care îi interesează pe turiști.

De fapt, site-ul nici nu are un concept pentru cineva din exterior, ci este doar o platformă de comunicare exclusivă cu locuitorii urbei.

Aproximativ 6.440.000 (de) rezultate ((

**Acstea sunt rezultatele pe
Încercați varianta [tirgu mures](#)**

Municipiul Tîrgu-Mureş

www.tirgumures.ro/ ▾

Pagina web oficială ce conține bogate română, engleză și maghiară.

[Directii si servicii - Concursuri - Contac](#)

Târgu Mureş - Wikipedia

https://ro.wikipedia.org/wiki/Târgu_Mureş

Târgu Mureş este amplasat la intersecția Valea Mureșului și Valea Nirajului, la o distanță de 10 km de la confluența râurilor Mureș și Niraj. În apropiere se află rezervația naturală "Cetatea medievală din Târgu Mureş".

Târgu Mureş - Wikipedia, the free encyclopedia

https://en.wikipedia.org/wiki/Târgu_Mureş

Târgu-Mureş (Romanian pronunciation: [t̪ɨr'gu'mureʃ], Hungarian pronunciation: Marosvásárhely, Hungarian pronunciation: [mɒrɒʃváʃaːrhɛj]) is a city in Mureş County, Romania.

[Imagini pentru targu mures](#)

Propunerile noastre vizează schimbarea conceptului după metode moderne de design și de marketing, adaptarea sa pentru telefoane mobile și tablete (inexistentă acum), traducerea în totalitate a conținutului în limbile engleză și maghiară (partială, acum). De asemenea, head-ul paginii trebuie să fie, de fapt, un link către o pagină web de sine-stătătoare, care să se adreseze exclusiv turiștilor și care să se numească „Visit Tîrgu Mureş!”.

Se impune realizarea pe acest site a unei hărți complete, care să includă toate obiectivele turistice, inclusiv cele nou create (scările pictate, arta stradală etc.) sau cele de demult, dar nepromovate până acum (exemplu: prima clădire în stil art nouveau, Palatul Toldalagi, Casa Köpeczi etc.). De asemenea, ar putea fi realizată și o altă hartă, care să fie axată exclusiv pe istoria localității și care să conțină doar imaginile vechi din Tîrgu Mureş.

Google

În Tîrgu Mureş există multe firme de IT, cu experiență în promovarea on-line, specialiști SEO care au reușit să câștige încrederea unor companii de renume din lume. Astfel încât va fi foarte ușor pentru ca aceștia să identifice cuvintele-cheie și campaniile cele mai reușite pentru a „vinde” orașul în exterior. Acestea vor fi adaptate în funcție de strategia macro care va fi adoptată.



Facebook

Social media a devenit o formă de promovare extrem de eficientă, datorită targetărilor care se pot face, în funcție de spațiu (țară, provincie, localitate), vârstă, situație materială etc. Considerăm acest canal de promovare unul extrem de important. Tehnologia permite acum să promovezi orașul exact acolo unde vrei.

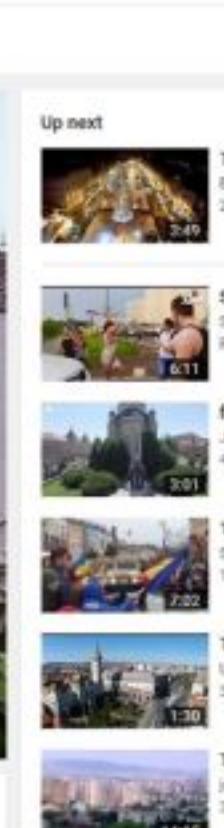
Pentru început ar putea fi țintiți locuitorii din orașele unde există curse aeriene directe cu Tîrgu Mureș-ul: Budapesta, Dortmund, Frankfurt, München, Milano, Roma, Madrid, Paris sau Londra (în măsura în care numărul legăturilor aeriene va crește, targetarea va fi adaptată). Atuurile prioritare: timpul scurt de a ajunge la Tîrgu Mureș, transportul ieftin, atracțiile unicat din urbe (cetatea, muzeele etc.), prețurile mici din România, cluburile, mâncarea, Week-end-ul (în sezonul estival), Platoul Cornești și Zoo etc. De asemenea, o altă țintă ar putea fi Ungaria per ansamblu. Atuuri suplimentare: orașul cu cei mai mulți maghiari din România, inscripțiile bilingve.

Agențiile de turism

Agențiile de turism pot deveni un partener al autorității locale și împreună cu aceasta, dar și cu privații din HORECA, vor putea realiza cele mai bune și eficiente pachete turistice pentru străinătate. Eventual city-break-urile ar putea constitui un proiect-pilot pe această formă de atragere a turiștilor.



Filmare video cu drona Targu Mures



"Fata cu ulciorul" -
Grigorescu (stânga) și
"Muza pamfletarului"
- Tonitza (dreapta)

B. CUM PROMOVĂM?

Paleta de promovare a Tîrgu Mureş-ului este deosebit de vastă, de aceea ne vom limita la câteva exemple. În funcție de creativitatea realizatorilor materialelor de promovare, dar și de strategia adoptată vor putea fi alese cele mai eficiente forme de comunicare: machete sau clipuri, difuzate on-line. În funcție de ceea ce se va promova, campaniile pot fi punctuale sau mixte.

Campaniile punctuale se referă doar la un singur aspect (muzee, artă culinară, bere locală, Week-end etc.). Un exemplu de campanie punctuală ar putea fi Multiculturalitatea, cu accent pe faptul că doar în centrul civic și împrejurimi, există opt biserici diferite (ortodoxă, greco-catolică, romano-catolică, reformată, evreiască, franciscană, unitariană și minorită). Un alt spot s-ar putea axa pe frumusețea femeilor din Tîrgu Mureş, ca rezultat al structurii multietnice, și ar putea prezenta chipuri de femei din oraș, dublate de chipuri de femei din picturile aflate în muzeele orașului, respectiv chipurile femeilor reprezentate în statuile din Piața Teatrului. Campaniile mixte vor prezenta mai multe aspecte (dar nu mai mult de trei).



Vitralii din Palatul Culturii.

Cetatea.

Declarația de independentă a SUA, aflata la Biblioteca Teleki.

C. CE PROMOVĂM?

Paleta obiectivelor, personalităților sau povestirilor este destul de largă, dar noi ne vom opri doar asupra câtorva, care considerăm că ar avea un impact mai mare:

- orașul cu cele mai multe clădiri art-nouveau din România (Palatul Culturii, Palatul Administrativ, UMF, Liceul Bolyai, Liceul Unirea, Liceul Papiu, Palatul Pensionarilor etc.). al treilea oraș din lume cu instalații de gaz metan.
- primul spital din Transilvania și al doilea din România.
- Cetatea
- Palatul Culturii (vitraliile de aici au fost premiate, în anul 1914, la San Fransisco; cea mai puternică orgă din România, cu 4.488 de tuburi și 3 claviaturi).
- Biserica Reformată din Cetate (aici a funcționat Schola Particula, prima școală atestată documentar de pe teritoriul actual al României).
- Biblioteca Teleki (prima bibliotecă publică de pe teritoriul actual al României, cărți și documente unice în lume, copia Declarației de Independență a SUA etc.).
- orașul în care a trăit János Bolyai, întemeietorul geometriei neeuclidiene, care a stat la baza matematicii și fizicii moderne, inclusiv a teoriei relativității lui Einstein.



Spectacol la
Teatrul
Național
Târgu Mureș.
János Bolyai.
Grădina Zoo-
logică.
Interior din
Catedrala
Mare.



- Catedrala Mare (lăcașul de cult cu cea mai mare suprafață pictată din România).
- cea mai mare Grădină Zoologică din România.
- orașul cu cei mai mulți maghiari din România (singurul oraș din România, în care populațiile de origine maghiară și de origine română sunt în proporții aproape egale).
 - colecții, expoziții sau diverse exponate inedite și spectaculoase din muzee.
 - spectacole ale teatrelor și filarmonicii cu adresabilitate internațională.
 - spa-uri și Complexul Week-end.
 - povești și legende interesante din/despre oraș (ultima vrăjitoare arsă pe rug din Europa a fost la Tîrgu Mureș, în 28 aprilie 1752, este vorba despre Farkas Barbala; mașina de falsificat bani a lui Bodor Peter – atunci când intrai în casa sa și călcai pe prag se tipărea o bancnotă falsă în tiparnița aflată în tocul ușii – etc.).
 - scările pictate, artă stradală și orice noi forme de artă care vor apărea.
 - diverse manifestări culturale sau festivaluri, cu adresabilitate internațională.



Colaborare locală onestă

A. COLABORAREA CU INSTITUȚIILE DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Trebuie regândită întreaga formulă de colaborare de până acum dintre administrația locală și diverși parteneri. Colaborarea cu instituțiile de învățământ este deosebit de necesară, atât din perspectiva relaționării cu elevii, cât și cu profesorii. Unele lucrări de artă stradală ar putea fi realizate de elevii Liceului de Artă, care astfel vor putea susține lucrări practice sau examene. Orașul ar câștiga potențiale obiective turistice, iar lucrările elevilor ar deveni publice și s-ar bucura de notorietate. De asemenea, atât elevi ai Liceului de Artă (de la clasele de muzică), precum și studenți de la Universitatea de Artă Teatrală ar putea fi principali actori ai unor evenimente culturale cu impact pentru turiști. Cadrele didactice din liceele sau universitățile din oraș ar putea colabora în acest proiect fie ca mentorii ai elevilor, fie ca sfătuitori în anumite proiecte sau în conturarea strategiei turistice macro.



B. COLABORAREA CU ONG-URILE

Regulamentul de finanțare al proiectelor trebuie schimbat, pentru că acesta dezavantajează ONG-urile. Primăria cofinanțează acum cu 50% aceste proiecte, în vreme ce tot Primăria beneficiază de bani europeni, uneori și cu 2% contribuție locală. Propunem ca la fiecare proiect cultural, finanțarea Primăriei să fie de minimum 80%, iar sistemul de decontare al sumelor să fie modificat.

Acum, Primăria solicită ONG-urilor să cheltuije întreaga sumă și abia apoi contribuie cu cei 50%, ceea ce este anormal, deoarece, dacă ONG-urile ar avea toată suma, nu s-ar mai adresa autorității locale. Rezultă, aşadar, că toate ONG-urile sunt puse în mare dificultate la fiecare proiect derulat. Mai mult, unele sume sunt decontate cu mare întârziere (uneori și doi ani!), astfel încât multe ONG-uri fie nu mai fac proiecte cu bani locali, fie intră în complicații financiare care pun în pericol însăși integritatea ONG-urilor.

Din punct de vedere al proiectelor finanțate, propunem relizarea unor priorități, în sensul în care proiectele care au o tematică al cărui target vizează și turiști să fie finanțate cu celeritate. Astfel, vor fi încurajate acele proiecte care nu se mai adresează exclusiv locuitorilor, ci și potențialilor vizitatori străini.



C. COLABORAREA CU HORECA

Considerăm de foarte mare importanță deschiderea administrației locale față de întreprinzătorii privați și schimbarea atitudinii, în sensul stabilirii unui parteneriat reciproc avantajos și echitabil de ambele părți. Proprietarii de hoteluri și pensiuni, de restaurante, cafenele și baruri pot contribui decisiv la creșterea numărului de turiști și trebuie să fie consultați permanent.

De exemplu, în cadrul unor spoturi de promovare (culinare, spa-uri etc.) Primăria ar putea introduce și unele locații ale comercianților privați. În contrapartidă, acești privați vor promova anumite zone de interes ale administrației publice (muzeu, evenimente punctuale, Week-end, Platoul Cornești), pe primele pagini ale meniului sau prin alte forme de reclamă în interiorul locațiilor respective (broșuri în camerele de hotel sau pe mese etc.). Materialele de promovare vor putea fi schimbat periodic, în funcție de interval sau eveniment. De asemenea, vor putea apărea în restaurante nume de mâncăruri cu diferite denumiri locale (exemplu – prajitura Bolyai, supa vrăjitoarelor arse pe rug etc.). HORECA va putea adopta o asemenea formă de colaborarea cu autoritatea locală chiar și în lipsa unor promovări punctuale, deoarece hotelurile, restaurantele etc. vor fi beneficiarele directe ale creșterii numărului de turiști.



Administrația locală va fi doar beneficiarul secundar, în urma achitării unor taxe și impozite mai mari la bugetul local de către HORECA, bani suplimentari de care va beneficia, în cele din urmă, întregul oraș. Creșterea numărului de locuri de muncă în servicii va fi, de asemenea, un beneficiu pentru întreaga comunitate.

D. COLABORAREA CU ISTORICI, ARTIȘTI ȘI SPECIALIȘTI ÎN COMUNICARE.

În Tîrgu Mureș există numeroși oameni de valoare, care nu au fost consultați în cadrul elaborării niciunei strategii importante. Credem că vocea lor trebuie să se facă auzită, fie că sunt pictori, sculptori, muzicieni, actori, regizori etc. O idee bună poate veni din partea oricărui membru al comunității. De asemenea, o colaborare onestă trebuie să existe și cu specialiștii în comunicare, designerii sau specialiștii on-line, care pot contribui la conturarea strategiei macro pe turism și la promovarea orașului în lume.



Sursele de finanțare

Principalele surse de finanțare vor fi bugetul local și, după caz, fondurile europene. Din calculele făcute, rezultă că nu trebuie suplimentat niciun capitol bugetar pentru a duce la îndeplinire propunerile noastre.

De exemplu, în proiectul de buget pe anul 2016 sunt prevăzute sume de bani pentru unele obiective:

Grădina Zoo – 1.500.000 RON (din care 790.000 RON reparații)

Complexul "Mureșul" - 2.164.000 RON

Cetate – 595.000 RON pentru lucrări restante

Podul (Strada Călărași) – 360.000 RON

De asemenea, în anul 2016, bugetul local are prevăzute sume consistente la capitolele bugetare care presupun cheltuieli în acest proiect, depinde de ceea ce se dorește a fi facut din acești bani:



Cultură, recreere, religie – 18.322.828 RON (din care 1.140.000 RON pentru concursuri de proiecte culturale)

Alte servicii în domeniul culturii, recreerii și religiei – 4.184.600 RON

Tineret – 792.000 RON

Unele cheltuieli pe care le presupun anumite propunerile din acest proiect sunt încadrabile la alte secțiuni bugetare (investiții, reparații etc.)

În ce privește fondurile europene pentru perioada 2014-2020, există programe de finanțare pentru conservarea, protejarea, promovarea și dezvoltarea patrimoniului natural și cultural, pentru îmbunătățirea mediului urban și pentru dezvoltarea durabilă a turismului. La data redactării acestui proiect, ghidurile specifice de finanțare nu erau încă publicate.

NOI VREM TURIȘTI!



Actualmente, în Consiliul Local Tîrgu Mureş există cinci comisii de specialitate, care se ocupă cu toate domeniile de activitate, dar niciuna nu se ocupă de „turism”. De asemenea, niciun serviciu sau compartiment din Primărie nu are ca domeniu de activitate „turismul”. Aceasta, dar și faptul că până acum nu a existat un proiect în această direcție, dovedește încă o dată că acest subiect nu a preocupat niciodată administrația locală sau partidele politice, chiar dacă turismul poate deveni un motor al dezvoltării locale și un generator de importante venituri suplimentare la bugetul local.

Pentru ca un asemenea proiect să înceapă a fi materializat e nevoie doar de o decizie politică și administrativă și de constituirea unui Grup de Lucru la nivelul administrației locale. Este un proiect care poate strânge toate partidele la un loc și prin care se va demonstra că Tîrgu Mureş poate atrage turiști chiar și în contextul eșecului proiectului pentru Capitală Culturală Europeană.

Acest proiect poate fi oricând îmbunătățit și completat. De aceea POL, fidel principiului că orice membru al comunității poate contribui la bunăstarea generală, așteapă idei care să ajute la conturarea finală a primei strategii de dezvoltare turistică a Tîrgu Mureş-ului.

Propuneri și idei ale celor prezenți la dezbaterea publică

1. Construirea unui parc de distracții (după modelul Euro Disneyland Paris), a cărui tematică să fie Dracula.
2. Construirea unui sat tradițional ardelenesc.
3. Organizarea unui maraton internațional.
4. Organizarea unui târg cu produse unice.
5. Organizarea unui festival de muzică electronică, din fonduri private.
6. Promovarea hergheliilor din jurul orașului.
7. Realizarea unui tur al castelelor din județul Mureș.
8. Marcarea trotuarelor către obiectivele turistice cu dale de altă culoare sau cu vopsea.
9. Organizarea unui tur al orașului pentru turiști, cu mijloace de transport speciale și ghizi bine pregătiți.
10. Introducerea unui abonament special (cu reducere) pentru cei care vor să viziteze toate muzeele.
11. Posibilitatea de achiziție a biletelor de teatru sau de filarmonica direct de la hoteluri și pensiuni.
12. Infrastructura rutieră și sistemul de transport în comun deficitare sunt factori care influențează negativ turismul în Tîrgu Mureș.
13. Anumite obiective turistice din Tîrgu Mureș pot fi atractive și pentru turiști români, dar sunt insuficient cunoscute.



NOTĂ: POL nu își însușește toate aceste propuneri și idei (unele nu trebuie să fie realizate de administrația publică, ci de către privați), dar le prezintă pentru a ajunge în atenția publicului.