BRAȘOV

strategia de dezvoltare și marketing turistic
a destinației Brașov 2027–2034

Volumul II · capitolele integrale
politicile și măsurile detaliate



OMD Brașov

brand Berry
clarity and perspectives
for transformative decisions

STRATEGIA DE DEZVOLTARE ȘI MARKETING TURISTIC A DESTINAȚIEI BRAȘOV 2027–2034

VOLUMUL II. CAPITOLELE INTEGRALE: POLITICILE ȘI MĂSURILE DETALIATE

II.1 Mobilitatea și centrul istoric · II.2 Natura pe patru anotimpuri · II.3 Poiana Brașov · II.4 Gastronomia Brașovului · II.5 Cultura · II.6 Comunicarea cu piețele · II.7 Economia vizitatorului

BENEFICIAR

Asociația Organizația de Management al Destinației Brașov (OMD Brașov)

Contract nr. 58/15.05.2026

Lider de proiect:

BrandBerry srl

Parteneri:

Horwath HTL România · GMP CommUnity

CUPRINS

Volumul II pe scurt **7**

Note: cifrele cererii **9**

II.1. Mobilitatea și centrul istoric (P1–P2) **10**

Cheie de lectură 10
Rezumat executiv 12
1. Raționamentul unui capitol comun pentru P1 și P2 14
2. Diagnostic 17
3. Viziune 2034, poziționare și principii 33
4. Direcții strategice 35
5. Intervențiile autorității publice: inventarul 46
6. Guvernanța: cine face 46
7. Scenarii strategice și opțiunea recomandată 47
8. Indicatori și monitorizare 48
9. Surse și trasabilitate 50
Anexa A. Statistica tematică 51
Anexa B. Inventarul intervențiilor autorității publice 52
Anexa C. Registrul verificărilor factuale 54

II.2. Natura pe patru anotimpuri (P3) **57**

Cheie de lectură 57
Rezumat executiv 60
1. Raționamentul unui capitol distinct 64
2. Diagnostic 68
3. Viziune 2034, poziționare și principii 109
4. Direcții strategice 112
5. Intervențiile autorității publice: inventarul complet 128
6. Guvernanța: cine face 130
7. Scenarii strategice și opțiunea recomandată 132
8. Indicatori și monitorizare 133
9. Surse și trasabilitate 136
Anexa A. Statistica tematică 137
Anexa B. Inventarul intervențiilor autorității publice 138
Anexa C. Registrul verificărilor factuale 141

II.3. Poiana Brașov (P5) **145**

Cheie de lectură 145
Rezumat executiv 148
1. Raționamentul unui capitol distinct 152
2. Diagnostic 156
3. Viziune 2034, poziționare și principii 177
4. Direcții strategice 180
5. Intervențiile autorității publice în Poiana Brașov: inventarul complet 192
6. Guvernanța: cine face 196
7. Scenarii strategice și opțiunea recomandată 200
8. Indicatori și monitorizare 202
9. Surse și trasabilitate 203
Anexa A. Statistica tematică 204
Anexa B. Inventarul intervențiilor autorității publice 205
Anexa C. Registrul verificărilor factuale 209

II.4. Gastronomia Brașovului (G) 212
Cheie de lectură 212
Rezumat executiv 215
1. Raționamentul unui capitol distinct 218
2. Diagnostic 222
3. Viziune 2034, poziționare și principii 251
4. Direcții strategice 255
5. Intervențiile autorității publice în gastronomia destinației: inventarul complet 266
6. Guvernanța: cine face 269
7. Scenarii strategice și opțiunea recomandată 272
8. Indicatori și monitorizare 273
9. Surse și trasabilitate 274
Anexa A. Statistica tematică 275
Anexa B. Inventarul intervențiilor autorității publice 278
Anexa C. Registrul verificărilor factuale 281
Anexa D. Inventarul preparatelor din documentația de patrimoniu culinar 283

II.5. Cultura (C) 287
Cheie de lectură 287
Rezumat executiv 289
1. Raționamentul unui capitol distinct 293
2. Diagnostic 298
3. Viziune 2034, poziționare și principii 335
4. Direcții strategice 340
5. Guvernanța: cine ce face 370
6. Scenarii strategice și opțiunea recomandată 372
7. Indicatori și monitorizare 375
8. Surse și trasabilitate 378
Anexa A. Statistica tematică 379
Anexa B. Inventarul evenimentelor 389
Anexa C. Registrul verificărilor factuale 394

II.6. Comunicarea cu piețele (M) 399
Cheie de lectură 399
Rezumat executiv 401
1. Raționamentul unui capitol distinct 403
2. Diagnostic 404
3. Principii 407
3a. Conținutul principal pe grupe de piețe 407
4. Direcții strategice 408
5. Piețele prioritare: sinteza 414
6. Indicatorii și bugetul 415
7. Guvernanța și partenerii 416
8. Riscuri 416
Anexa A. Măsurile capitolului 416

II.7. Economia vizitatorului: centrul expozițional și cazarea (ADMI) 419
Cheie de lectură 419
1. P4. Centrul expozițional și de afaceri 420
2. P6. Regimul apartamentelor în regim hotelier (închirieri pe termen scurt) 428
3. Ierarhizarea opțiunilor și testele de robustețe 433

LISTA TABELELOR

Tabelul 1. Centrul istoric al Brașovului: indicatori de funcțiune și de mobilitate (II.1) 17
Tabelul 2. Prezența în centrul istoric în datele de telefonie mobilă, 8–20 martie 2024 (II.1) 18
Tabelul 3. Regimul de parcare în Zona 0: regimul în vigoare și proiectul din septembrie 2026 (II.1) 20
Tabelul 4. Proiectele de parcare de proximitate și de transfer (II.1) 21
Tabelul 5. Preluarea pasagerilor de la Aeroportul Brașov-Ghimbav: ce permite cadrul actual (II.1) 23
Tabelul 6. Vizitarea obiectivelor din Brașov la vizitatorii orașului (II.1) 24
Tabelul 7. Temele consultării care privesc mobilitatea și centrul istoric (II.1) 26
Tabelul 8. Analiza SWOT a mobilității și a centrului istoric (II.1) 32
Tabelul 9. Indicatorii priorităților P1 și P2 (II.1) 49
Tabelul A1. Temele consultării pentru prioritățile P1 și P2: subiecți și ateliere (II.1) 51
Tabelul B1. Intervențiile autorității publice în mobilitate și în centrul istoric (II.1) 52
Tabelul C1. Registrul verificărilor factuale (II.1) 54
Tabelul 1. Cele patru cercuri ale naturii accesibile din Brașov (II.2) 66
Tabelul 2. Formele de turism practicate de călătorii români: practică regulată și practică ocazională (II.2) 69
Tabelul 3. Motivațiile și activitățile turismului montan, în cuvintele călătorilor români (II.2) 70
Tabelul 4. Locurile de natură și experiențele în natură ale Brașovului pe platformele de recenzii (II.2) 71
Tabelul 5. Anotimpurile municipiului Brașov: ponderea înnoptărilor, indicii sezonieri și gradul de ocupare estimat (medii 2022–2025) (II.2) 72
Tabelul 6. Inventarul naturii accesibile din Brașov: regim, suprafață și administrare (II.2) 73
Tabelul 7. Temele consultării care privesc natura, pe valență (II.2) 75
Tabelul 8. Instituțiile care administrează natura accesibilă din Brașov (II.2) 98
Tabelul 9. Controversele naturii: pozițiile din consultare și locul în care strategia le tranșează (II.2) 101
Tabelul 10. Sinteza diagnosticului naturii pe treisprezece dimensiuni (II.2) 102
Tabelul 11. Analiza SWOT a naturii și a turismului activ în destinația Brașov (II.2) 104
Tabelul 12. Sinteza direcțiilor strategice ale capitolului P3 (II.2) 125
Tabelul 13. Indicatorii propuși pentru monitorizarea direcțiilor capitolului P3 (II.2) 134
Tabelul A1. Temele consultării care privesc natura, cu numărul de interviuri și de ateliere în care apar (II.2) 137
Tabelul B1. Intervențiile autorității publice pentru natură și turism activ, pe domenii (II.2) 138
Tabelul C1. Faptele verificate, sursa și discrepanța față de declarațiile din consultare (II.2) 141
Tabelul 1. Vizitarea principalelor obiective ale Brașovului de către vizitatorii destinației (II.3) 156
Tabelul 2. Segmentul închirierilor pe termen scurt: Poiana Brașov față de Brașov, 2024–2025 (II.3) 159
Tabelul 3. Ocuparea lunară a segmentului închirierilor pe termen scurt din Poiana Brașov, 2024–2026 (II.3) 160
Tabelul 4. Temele consultării care privesc Poiana Brașov, pe valență (II.3) 161
Tabelul 5. Problemele stațiunii identificate în Conceptul de turism din 2023, regăsirea lor în consultarea din 2026 și măsurile capitolului (II.3) 171
Tabelul 6. Sinteza diagnosticului stațiunii Poiana Brașov pe zece dimensiuni (II.3) 174
Tabelul 7. Analiza SWOT a stațiunii Poiana Brașov (II.3) 175
Tabelul 8. Sinteza direcțiilor strategice ale stațiunii Poiana Brașov (II.3) 192
Tabelul 9. Indicatorii propuși pentru monitorizarea strategiei stațiunii (II.3) 202
Tabelul A1. Temele consultării care privesc Poiana Brașov, cu sursele în care apar (II.3) 204
Tabelul B1. Intervențiile autorității publice în Poiana Brașov, pe domenii (II.3) 205
Tabelul C1. Faptele verificate, sursa și discrepanța față de declarațiile din consultare (II.3) 209
Tabelul 1. Formele de turism practicate de călătorii români (II.4) 222
Tabelul 2. Raportarea la Brașov a călătorilor, după practica turismului gastronomic (II.4) 223
Tabelul 3. Compoziția asocierilor gastronomice spontane cu Brașovul (II.4) 224
Tabelul 4. Recenziile destinației pe categorii de experiență (II.4) 225
Tabelul 5. Mențiunile din recenziile culinare, pe familii de termeni (II.4) 225
Tabelul 6. Cifrele-cadru ale pieței gastronomice a Brașovului: ce se știe și ce lipsește (II.4) 227

Tabelul 7. Temele matricei consolidate care privesc gastronomia, pe valență (II.4) 231
Tabelul 8. Sinteza diagnosticului gastronomic pe treisprezece dimensiuni (II.4) 248
Tabelul 9. Analiza SWOT a gastronomiei Brașovului (II.4) 250
Tabelul 10. Sinteza direcțiilor strategice ale gastronomiei (II.4) 265
Tabelul 11. Legăturile direcțiilor gastronomice cu arhitectura strategiei (II.4) 266
Tabelul 12. Indicatorii propuși pentru monitorizarea gastronomiei destinației (II.4) 273
Tabelul A1. Temele matricei consolidate care privesc gastronomia, cu sursele în care apar (II.4) 275
Tabelul A2. Subtemele analizei tematice dedicate (II.4) 276
Tabelul A3. Pasajele gastronomice pe surse (II.4) 277
Tabelul A4. Perechile de subteme care apar cel mai des în aceleași pasaje (II.4) 278
Tabelul B1. Intervențiile autorității publice în gastronomia destinației, pe domenii (II.4) 278
Tabelul C1. Faptele verificate, sursa și discrepanța față de declarațiile din consultare (II.4) 281
Tabelul D1. Preparatele, produsele și băuturile din documentația de patrimoniu culinar (II.4) 283
Tabelul 1. Lista de coduri a subtemelor culturale (K01–K20) (II.5) 298
Tabelul 2. Formele de turism practicate de călătorii români și de vizitatorii Brașovului (%) (II.5) 299
Tabelul 3. Vizitarea și notorietatea celor 25 de obiective și experiențe testate la vizitatorii Brașovului (%) (II.5) 300
Tabelul 4. Imaginea spontană a Brașovului: familiile lexicale culturale (% dintre respondenții cu asocieri valide) (II.5) 302
Tabelul 5. Ratingul recenziilor pe categorii culturale de experiență și pe obiective selectate (II.5) 304
Tabelul 6. Temele culturale ale grilei de referință și ale matricei consolidate: subiecți, interviuri, ateliere (II.5) 306
Tabelul 7. Inventarul evenimentelor Brașovului: statut verificat (II.5) 327
Tabelul 8. Sinteza diagnosticului cultural pe zece dimensiuni (II.5) 333
Tabelul 9. Repere de date pentru poziționarea culturală: Brașov, Sibiu, Cluj-Napoca (II.5) 336
Tabelul 10. Corespondența direcțiilor culturale cu arhitectura strategiei (II.5) 369
Tabelul 11. Indicatorii capitolului: bază 2025–2026 și țintă 2034 (II.5) 375
Tabelul A1. Temele culturale ale matricei consolidate: interviuri, subiecți, ateliere (II.5) 379
Tabelul B1. Evenimentele Brașovului și ale zonei metropolitane: statut verificat și evaluarea stakeholderilor (II.5) 389
Tabelul C1. Faptele verificate, sursa și discrepanța față de declarațiile din consultare (II.5) 394
Tabelul 1. Durata sejurului pe principalele piețe externe, în recenziile Booking ale destinației (II.6) 404
Tabelul 2. Destinațiile cu zbor direct de pe aeroportul Brașov-Ghimbav, sezonul de iarnă 2026–2027 (curse regulate anunțate) (II.6) 405
Tabelul 3. Piețele prioritare ale comunicării destinației, 2027–2034 (II.6) 414
Tabelul 4. Indicatorii comunicării cu piețele (II.6) 415
Tabelul 5. Centre expoziționale de comparație (II.7) 422
Tabelul 6. Scenariile pentru Brașov (II.7) 423
Tabelul 7. Variantele de amplasament față de criteriile de alegere (II.7) 425
Tabelul 8. Scoruri AirDNA ale pieței de închirieri pe termen scurt (II.7) 429
Tabelul 9. Lecțiile regimului sloven pentru Brașov (II.7) 430
Tabelul 10. Variantele pentru regimul apartamentelor (II.7) 431
Tabelul 11. Scoruri ponderate ale variantelor P4 și P6 (II.7) 433

Volumul II pe scurt

Acesta este Volumul II, Capitolele integrale, al doilea dintre cele trei volume ale Strategiei de Dezvoltare și Marketing Turistic a Destinației Brașov 2027–2034. Volumul I este documentul strategiei, documentul de înțelegere și de decizie, care se citește de sine stătător. Volumul II cuprinde cele șapte capitole în forma lor integrală, cu diagnosticul, direcțiile, toate măsurile și indicatorii fiecărei politici; Volumul I prezintă din ele fișele politicilor și măsurile-cheie, iar Anexa 1 reunește toate măsurile într-un singur registru. Volumul III cuprinde fundamentarea: analizele, cercetările și studiile pe care strategia se sprijină. Cine caută direcția strategiei o găsește în Volumul I, în „Strategia pe scurt", primele pagini.

Cele trei volume ale strategiei

Volumul	Ce conține	Cui îi folosește
I. Volumul I	strategia pe scurt, mesajele-cheie, diagnosticul, direcția, politicile cu măsurile-cheie, implementarea, metodologia, anexele	decidentului și cititorului care vrea să înțeleagă strategia
II. Capitolele integrale (acest volum)	cele șapte capitole, cu diagnosticul, direcțiile, toate măsurile și indicatorii fiecărei politici	celui care implementează o politică
III. Fundamentarea	diagnosticul integrat ADMI, raportul de analiză a destinației, cercetarea națională, consultarea și matricea temelor, studiile de fundamentare, metodologia extinsă	celui care verifică datele și metoda

Cele șapte capitole.

- *II.1. Mobilitatea și centrul istoric (P1–P2)*: opt direcții (DMC1–DMC8), de la politica de parcare fără gratuitate în weekend și parcarea de transfer la accesul controlat și inelul zero, coridoarele pietonale, străzile partajate, centrul istoric locuit, transportul public și legătura cu aeroportul, Brașovul ca bază a regiunii; regula: alternativa precede orice restricție. În Volumul I: Politica 1.
- *II.2. Natura pe patru anotimpuri (P3)*: opt direcții (D1–D8), de la natura locuitorilor și Tâmpa la pădurile-parc, turismul activ, fauna, siguranța montană, anotimpurile și Brașovul ca bază a Carpaților, cu programul transversal „Brașov, destinație de ciclism montan". În Volumul I: Politica 2.
- *II.3. Poiana Brașov (P5)*: șapte direcții (D1–D7): accesul și fluxurile, domeniul public și zona zero, produsul pe patru anotimpuri, conferințele și activele adormite, standardul de cazare și urbanismul, siguranța, cooperarea operatorilor; stațiunea premium de referință a României. Capitolul este scris ca document de sine stătător și constituie strategia de dezvoltare turistică a stațiunii Poiana Brașov. În Volumul I: Politica 3.
- *II.4. Gastronomia Brașovului (G)*: șapte direcții (DG1–DG7): patrimoniul culinar și reperele, lanțul scurt al Țării Bârsei, centrul istoric și terasele, apartamentele și micul dejun contractat, piațetele de cartier, evenimentele gastronomice, oamenii și breasla; eticheta de calitate a destinației, cu criterii publice; regula: dezvoltarea precede promovarea. În Volumul I: Politica 4.
- *II.5. Cultura (C)*: zece direcții (DC1–DC10): Junii și Șcheiul, patrimoniul lizibil, centrul fără kitsch, cu Codul comunicării comerciale la nivel stradal și programul locuirii, muzeele și instituțiile, narațiunea și medierea, evenimentele și calendarul, orașul viu seara și subcentrele de cartier,

oamenii și finanțarea, candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034, cultura contemporană urbană. În Volumul I: Politica 5 și politicile orizontale S2, S5, S6.

- *II.6. Comunicarea cu piețele (M)*: zece direcții (DM1–DM10): planul anual al piețelor și parteneriatul pentru acces, piețele de rang 1–3 (Germania, Regatul Unit, Italia și Spania, Ungaria și Austria, Polonia și Republica Moldova, Israel, piețele prin intermediari), mesajele, canalele și calendarul, piața internă. În Volumul I: secțiunea 3.14.
- *II.7. Economia vizitatorului: centrul expozițional și cazarea (ADMI)*: textul integral al Politicilor 6 și 7, preluat din secțiunile 6, 7 și 8 ale Analizei Diagnostic Multicriteriale Integrate: centrul de congrese și expoziții (constatarea, mecanismul, reperele europene, scenariile de dimensionare, amplasamentul, direcția P4, cu măsurile P4-a–P4-j), regimul apartamentelor în regim hotelier (datele AirDNA, regimul sloven, variantele, direcția P6, cu măsurile P6-a–P6-j) și ierarhizarea opțiunilor. În Volumul I: Politicile 6 și 7.

Cum este construit un capitol. Capitolele II.1–II.6 au aceeași structură: notă de statut și cheie de lectură; rezumat executiv; raționamentul unui capitol distinct; diagnosticul, cu datele, recenziile, consultarea și controversele; viziunea, poziționarea și principiile; direcțiile strategice, fiecare cu constatare, obiectiv, măsuri codificate, actori și orizont; intervențiile autorității publice; guvernanța; scenariile și opțiunea recomandată; indicatorii; sursele, notele și anexele. Capitolul II.7 păstrează structura secțiunilor din care provine; diagnosticul care le precedă se află în ADMI, în Volumul III. Codurile măsurilor sunt cele folosite în Volumul I și în Anexa 1; marcajele sunt aceleași: [C], [E], [I], [D].

Note: cifrele cererii

Cifrele cererii: statistica oficială și evaluarea echipei de proiect. Statistica oficială a înregistrat în 2025, pentru municipiul Brașov, 715.064 de sosiri și 1.318.726 de înnoptări în structurile de cazare clasificate [C]. Evaluarea echipei de proiect, pe baza datelor, arată că destinația primește circa 1,1 milioane de turiști pe an, adică vizitatori cu cel puțin o înnoptare, conform definițiilor UN Tourism, inclusiv în cazările neînregistrate (1,08 milioane de sosiri cazate), și circa 1,6 milioane de vizitatori de o zi: o presiune de circa 2,7 milioane de vizite pe an, suplimentară față de locuitori și față de cei care vin în oraș din zona metropolitană sau îl tranzitează [E]. Statistica oficială acoperă, astfel, circa două treimi din turiști și circa un sfert din vizite; diferența de circa 370.000 de turiști corespunde cazărilor din afara evidenței (2.295 de anunțuri active de închiriere pe termen scurt, față de aproximativ 1.100 de certificate de clasificare; 363.748 de camere-nopți vândute în 2025 în oraș, față de 253.301 de înnoptări înregistrate oficial în apartamente și camere de închiriat) [C/E]. Documentele strategiei prezintă, de aceea, statistica oficială și evaluarea echipei de proiect în paralel: indicatorii și scenariile se măsoară pe statistica oficială, singura serie anuală dintr-o sursă oficială, iar evaluarea echipei descrie dimensiunea reală a fenomenului pe care strategia îl administrează. Metoda este prezentată în Volumul I, secțiunile 1.1 și 1.9, și în ADMI, secțiunea 3.1 (D1).

II.1. Mobilitatea și centrul istoric (P1–P2)

Mobilitate și centrul istoric – accesul, parcarea, coridoarele pietonale și Brașovul ca bază a regiunii: diagnostic, viziune, direcții și intervențiile autorității publice

Capitol tematic care reunește prioritățile P1 (mobilitate) și P2 (centrul istoric coordonat vizual) · Politica 1 din Volumul I, secțiunea 3.1



Strada Republicii, zona pietonală (foto: Itineris55, Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0)

Cheie de lectură

Capitolul este scris pentru două feluri de cititori. Primul este cititorul Volumului I al Strategiei 2027–2034, pentru care mobilitatea (P1) și centrul istoric coordonat vizual (P2) formează Politica 1, „Mobilitatea și centrul istoric: un centru curat și coerent urbanistic", iar locuitorul este principiul transversal al întregii strategii. Capitolul dă conținut și politicilor orizontale S1 (prelungirea ședерii), S3 (OMD ca liant), S4 (informarea integrată, digitalul și datele) și S5 (identitate fără kitsch și brand). Al doilea este cititorul care deschide capitolul separat de raport: Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local, Poliția Locală, RATBV și asociația metropolitană de transport public, alte autorități publice, Agenția Metropolitană Brașov, OMD Brașov, Ordinul Arhitecților – Filiala Brașov, Camera de Comerț și Industrie, asociațiile locuitorilor din centrul istoric și din Șchei. Formatul: rezumat executiv, raționament, diagnostic, viziune, direcții cu măsuri codificate, intervențiile autorității publice, guvernanță, scenarii strategice cu opțiunea recomandată, indicatori, anexe.

Premisa capitolului este premisa întregii strategii: dezvoltare locală prin turism, nu promovare turistică. Pentru mobilitate și pentru centrul istoric, premisa are o consecință precisă. Centrul istoric este, înainte de a fi destinație, un loc locuit de aproximativ 13.000 de oameni în perimetrul lui administrativ și de circa 5.000 în nucleul istoric și în Șchei, potrivit studiului HUB-IN [SS], cu școli

frecventate zilnic de peste 5.000 de elevi și cu două spitale [C]. Felul în care se ajunge în centru și felul în care se circulă prin el decid, în același timp, calitatea vieții locuitorilor și calitatea vizitei.

Capitolul tratează mobilitatea și centrul istoric împreună, pentru că fricțiunea din centru este produsă în mare parte de modul în care se ajunge acolo, iar durata sejurului depinde de cât de ușor poate vizitatorul să plece din centru spre restul orașului și spre regiune. Managementul de proiect a formulat pentru acest capitol șase premise: scoaterea autoturismelor din centrul istoric; parcări suficiente în proximitatea centrului, de preferință subterane sau supraterane, integrate vizual și urbanistic, după modelul Florenței; coridoare pietonale care leagă Șcheiul, Piața Unirii, Piața Sfatului, zona Parcului Central, Livada Poștei, Prefectura, Aleea de sub Tâmpa și Cetățuia; eliminarea gratuității parcării în weekend; dispersia vizitatorilor din centru în zona metropolitană; asumarea de către Brașov a rolului de lider regional în turism, cu extindere spre Țara Făgărașului, Buzăul Ardelean și zona Sfântu Gheorghe [I]. Capitolul confruntă aceste premise cu datele și cu consultarea și le transformă în direcții, măsuri și opțiuni.

Convenția de marcaje: **[C]** date confirmate în baze de date sau în documente oficiale; **[E]** evaluări și calcule ale echipei de proiect, pe baza datelor; **[I]** interpretări sau propuneri ale echipei de proiect; **[D]** declarații ale stakeholderilor, redate ca atare; **[SS]** informații din surse secundare concordante (presă, comunicate, site-uri instituționale), neverificate în documente oficiale. Citatele din interviuri sunt atribuite prin numărul subiectului (convenția seriei: 22 de interviuri, 24 de subiecți); citatele din consultările de grup sunt atribuite atelierului, fără identificarea vorbitorului; intervențiile instituționale ale conducerii OMD Brașov sunt atribuite ca atare; intervențiile echipei de proiect sunt atribuite „moderatorului". Niciun nume de persoană nu apare în text; hotelurile, restaurantele și firmele private locale nu sunt numite. Datele cercetării naționale de referință sunt prezentate ponderat, fără detalii de eșantion, care rămân în metodologia raportului cercetării naționale. Faptele externe invocate în consultare au fost verificate din surse oficiale sau de autoritate; corecturile sunt aplicate în text și consemnate în Anexa C. Datele de prezență din rețeaua de telefonie mobilă pentru centrul istoric, puse la dispoziție de Orange și prezentate de Agenția Metropolitană Brașov, sunt folosite în secțiunea 2.2 ca informație suplimentară, pentru înțelegerea presiunii asupra centrului, nu ca statistică validată; cifrele lor poartă marcajul [D].

Trei alte capitole ale strategiei ating centrul istoric și mobilitatea și sunt doar referite aici. Capitolul G a preluat oferta gastronomică și terasele centrului istoric (DG3), cu aplicarea Ghidului de amplasare a teraselor (DG3-a) și redistribuirea consumului spre nucleele adiacente culoarului principal (DG3-g). Capitolul C a preluat ordinea vizuală a centrului (DC3), cu regulamentul local de publicitate (DC3-a), patrimoniul construit, promenadele și coridoarele cu conținut patrimonial (DC2-h). Capitolul P5 a preluat accesul în Poiana Brașov, linia de transport public de mare frecvență oraș–stațiune (D1-b) și abonamentul integrat al destinației (D1-c). Capitolul de față conduce pe tot ce ține de accesul în centrul istoric, parcare, accesul controlat, rețeaua pietonală, spațiul public ca spațiu de mobilitate, transportul vizitatorului fără autoturism și dispersia regională a fluxurilor, împreună cu guvernanța lor. Codurile sale (DMC1–DMC8) sunt cele la care celelalte capitole pot face trimitere.

Capitolul pe o pagină. Acest capitol este capitolul II.1 al Volumului II, Capitolele integrale, al Strategiei de Dezvoltare și Marketing Turistic a Destinației Brașov 2027–2034; în Volumul I, el fundamentează Politica 1, „Mobilitatea și centrul istoric". Capitolul tratează împreună mobilitatea și centrul istoric, pentru că fricțiunea din centru este produsă de modul în care se ajunge acolo, iar durata sejurului depinde de cât de ușor se explorează regiunea fără autoturism. Ce decide: un centru care se parcurge pe jos, cu parcarea la margine; eliminarea gratuității de weekend în centrul istoric; parcarea de proximitate și de transfer, naveta și transportul public frecvent ca alternativă care precede orice restricție; accesul controlat în centrul istoric și inelul zero numai după evaluarea juridică și după ce alternativa funcționează; coridoarele pietonale și promenadele orașului vechi; centrul istoric ca spațiu public și loc de locuit; legătura dintre aeroport și oraș, prima urgență, cu linia expres, stația de taxi reglementată și informarea la sosire până în vara lui 2027; cardul oaspetelui; Brașovul ca bază a regiunii, cu dispersia fluxurilor; guvernanța și continuitatea deciziilor. Opt direcții (DMC1–DMC8), cu măsuri codificate, actori și orizont. Direcția strategiei se citește în Volumul I, „Strategia pe scurt", paginile lui de deschidere.

Rezumat executiv

1. **Centrul istoric funcționează, din punct de vedere rutier, ca o fundătură, iar presiunea de weekend vine în mare parte din afara orașului.** Centrul are două accese principale și două ieșiri; la peste 1.500 de vehicule pe oră pe strada Mureșenilor, întreaga rețea se blochează. În weekendul prelungit 1–3 decembrie 2023 au intrat pe Mureșenilor 26.602 de vehicule, dintre care 15.525 înmatriculate în județul Brașov și 4.505 în București; 36% dintre vehiculele care intră în centru stau mai puțin de 20 de minute, iar traficul de căutare a unui loc de parcare este estimat de Primărie la peste 30% [C]. În 2012–2022, 40% dintre accidentele rutiere din centrul istoric au fost loviri de pietoni [C]. Datele de telefonie mobilă puse la dispoziție de Orange și prezentate de Agenția Metropolitană Brașov, folosite ca exercițiu de înțelegere, nu ca statistică validată, arată același tablou: în 13 zile din martie 2024, prin cei aproximativ 3 km^2 ai centrului au trecut circa 254.000 de persoane din afara județului, iar prezența zilnică a fost cu circa 27% mai mare de vineri până duminică decât de luni până joi [D].

2. **Regimul tarifar al parcării din centru merită revizuit pentru orele cu cea mai mare cerere turistică.** Parcarea se plătește de luni până sâmbătă, între orele 08:00 și 20:00, cu 3 lei pe oră în Zona 0 [C]. Proiectul de regulament pus în dezbatere publică în septembrie 2026 introduce plata șapte zile din șapte și un tarif de weekend de 10 lei pe oră, dar lasă gratuit intervalul 22:00–08:00, inclusiv nopțile de vineri și sâmbătă. Capitolul recomandă ferm ca în Zona 0 – centrul istoric să nu existe nicio gratuitate în weekend [I].

3. **Consultarea este de acord asupra scopului și se desparte asupra locului parcării.** Traficul și parcarea (tema B10) sunt problema numită de 15 din 24 de subiecți și în 10 din 12 ateliere, iar mobilitatea (C6) este propunerea formulată de 16 subiecți și în 9 ateliere [C]. Niciun subiect nu se opune restricționării traficului în orașul vechi. Condiția este aceeași peste tot: *„creezi o alternativă și apoi suprimi"* (Subiect 22) [D]. Divergența privește distanța parcării față de Piața Sfatului: sub sau lângă centru, pentru o parte a subiecților, la noduri de margine legate prin transport public, pentru cealaltă.

4. **Alternativa există în mare parte pe hârtie sau în beton, dar nu funcționează încă ca sistem.** Parcarea park and ride din Bartolomeu, cu 697 de locuri, finanțată din fonduri europene,

este construită, iar consultarea o descrie ca terminată și nedeschisă; parcajul subteran din Centrul Civic (659 de locuri) are indicatorii aprobați din 2025; concesiunea parcării de sub Parcul Titulescu a fost suspendată după proteste [C]. Restricția de acces de weekend propusă în 2024 a fost respinsă de Consiliul Local, iar o bandă a străzii Lungi a fost redată traficului după schimbarea mandatului [C/D]. Discontinuitatea deciziilor este riscul principal al priorității P1.

5. **Vizitatorul român vede puțin din oraș în afara nucleului medieval.** Dintre vizitatorii Brașovului, 84,2% au fost în Piața Sfatului și 83,9% la Biserica Neagră, dar numai 49,4% în cartierul Șchei, 44,1% la Turnul Alb, 36,5% pe Promenada După Ziduri și 33,0% la Biserica Sfântul Bartolomeu; 37,7% nu au auzit de Promenada După Ziduri [C]. Coridoarele pietonale extind orașul vizitat și mută o parte din presiune din nucleu.

6. **Brașovul are o problemă de ședere, iar regiunea lui este atractivă pentru vizitatori.** Durata medie a sejurului a scăzut de la 2,62 nopți în 2001 la 1,92 în 2019 și 1,84 în 2025; între 2015–2019 și 2022–2025 sosirile au crescut cu 18%, înnoptările numai cu 11% [C]. În același timp, regiunea este atractivă pentru vizitatorii Brașovului: 78,9% găsesc atractivă Țara Făgărașului, 81,0% satele și bisericile fortificate săsești, 81,8% munții, iar Vama Buzăului este încă necunoscută pentru 46,2% dintre ei [C]. Mobilitatea fără autoturism și dispersia regională servesc obiectivul strategiei, creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști: prin sejurul mai lung, prin extrasezon și zilele lucrătoare, prin vizitatorii de o zi care rămân peste noapte și prin intrarea în evidență a cazărilor neînregistrate [I].

7. **Mobilitatea regională a vizitatorului fără autoturism este astăzi slabă, iar proiectele în curs o pot schimba până în 2030.** Liniile metropolitane spre Prejmer, Zărnești sau Râșnov circulă rar (atelierul 12) [D]. Trenul metropolitan, cu o valoare de 1,49 miliarde de lei și termen 2029–2030, leagă Brașovul de Zărnești, Râșnov, Prejmer și Sfântu Gheorghe; aeroportul a avut 337.353 de pasageri în 2025; taxa specială pentru promovarea turistică, de 7 lei pe noapte în municipiu și de 5 lei pentru Salvamont

8. , adoptată în decembrie 2025, permite un card de transport pentru oaspeți [C].

9. **Legătura aeroportului cu orașul este o urgență de mobilitate.** Aeroportul se află pe teritoriul orașului Ghimbav, iar OUG nr. 49/2019 permite transportului alternativ (platformele de tip Uber sau Bolt) operarea permanentă numai în localitatea de autorizare sau în regiunea București-Ilfov; din septembrie 2026, regula este aplicată și la Brașov, cu amenzi de până la 5.000 de lei, astfel că șoferii autorizați în Brașov pot duce pasageri la aeroport, dar nu îi pot prelua [C]. Pentru taxiuri, Legea nr. 38/2003 conține deja o derogare pentru aeroporturi [C]. Linia A1, lansată în 2023 ca linie expres cu patru opriri intermediare, are astăzi 14 opriri și circa 39 de minute de mers între gară și aeroport [C]. Călătorii relatează drumuri de peste o oră până acasă și cereri de 100 de lei pentru o cursă de taxi numai până la prima stație din Brașov [D]. Capitolul propune măsuri locale imediate și o inițiativă legislativă pentru derogarea transportului alternativ, după modelul celei existente pentru taxiuri (DMC6) [I].

10. **Viziunea 2034: un centru istoric care se parcurge pe jos, cu parcarea la margine, și un oraș din care vizitatorul cazat explorează regiunea fără autoturism.** Brașoveanul își recapătă centrul în weekend; vizitatorul ajunge cu trenul, cu avionul sau își lasă mașina într-o parcare de transfer, circulă gratuit în inelul zero al centrului și pleacă în excursii de o zi cu trenul metropolitan, întorcându-se seara la cazare în Brașov.

11. **Opt direcții strategice.** DMC1 politica de parcare fără gratuitate în weekend; DMC2 parcarea de proximitate și park and ride, ca alternativă care precede restricția; DMC3 accesul controlat în centrul istoric și inelul zero; DMC4 coridoarele pietonale și promenadele; DMC5 centrul istoric ca spațiu public și loc de locuit; DMC6 transportul public, legătura cu aeroportul și cardul oaspetelui; DMC7 Brașovul ca bază a regiunii și hub al triunghiului transilvănean Brașov–Sibiu–Sighișoara; DMC8 guvernanța, continuitatea deciziilor și rolul regional al Brașovului.

12. **Ordinea contează mai mult decât fiecare măsură.** Imediat, până la sezonul de vară 2027: legătura expres și reglementată dintre aeroport și oraș și inițiativa legislativă pentru transportul alternativ. În 2027: deschiderea parcării park and ride din Bartolomeu cu navetă spre centru, liniile dedicate spre centru și Șchei pe trasee existente, eliminarea gratuității de weekend, pilotul „Weekend pietonal", semnalizarea în limba engleză, alături de română, începând cu piața gării și cu parcările, măsurarea ocupării parcărilor. În 2028–2029: accesul controlat de weekend, pe modelul deja elaborat de Primărie, și primele coridoare. În 2028–2031: parcările de proximitate, numai cu eliminarea locurilor de suprafață echivalente. Din 2029–2030: trenul metropolitan ca axă a bazei regionale.

13. **Șapte alegeri strategice au opțiunea recomandată în secțiunea 7.** Regimul de weekend în Zona 0; accesul controlat; locul parcării de proximitate; forma navetei din inelul zero și liniile dedicate; cardul oaspetelui; coridorul Parcul Central–Cetățuie; legătura aeroportului cu orașul.

14. **Indicatorii pornesc de la valori de bază măsurate.** Orele gratuite de weekend în Zona 0 (36), vehiculele care intră pe Mureșenilor într-un weekend de vârf (26.602), ponderea staționărilor sub 20 de minute (36%), accidentele cu pietoni, vizitarea Șcheiului (49,4%) și a Promenadei După Ziduri (36,5%), percepția Brașovului ca destinație stresantă (16,2%), durata medie a sejurului (1,84 nopți) [C].

> **Legătura cu Volumul I.** Capitolul corespunde Politicii 1 din Volumul I, „Mobilitatea și centrul istoric: un centru curat și coerent urbanistic" (secțiunea 3.1).
>
> Codurile capitolului se păstrează în raport. Direcțiile DMC1–DMC8 și măsurile lor apar cu aceleași coduri, ca și codurile DG, DC, P4 și P6 ale celorlalte capitole. Direcțiile capitolelor P3 și P5, codificate D1, D2…, apar în raport cu prefixul capitolului (P3·D1, P5·D1). Scenariile capitolelor, codificate S1, S2…, apar în raport ca P3·Sc1, P5·Sc1, G·Sc1, C·Sc1 și P1–P2·Sc1, pentru a nu se confunda cu politicile orizontale S1–S6; scenariile S1–S7 ale acestui capitol devin, astfel, P1–P2·Sc1 până la P1–P2·Sc7.
>
> Direcțiile capitolului servesc următoarele obiective de dezvoltare: DMC1, OD4.2 și OD3.2; DMC2, OD4.2 și OD3.2; DMC3, OD3.2 și OD4.2; DMC4, OD2.3 și OD3.2; DMC5, OD3.2, OD3.3 și OD3.1; DMC6, OD4.2 și OD1.1; DMC7, OD2.4 și OD1.1; DMC8, OD5.1.
>
> Măsurile-cheie și indicatorii capitolului sunt preluați în fișa Politicii 1 din raport și în Anexa 1, planul de implementare.

1. Raționamentul unui capitol comun pentru P1 și P2

1.1. De ce mobilitatea și centrul istoric se tratează împreună

Am identificat șase argumente pentru un capitol comun.

Primul este **argumentul cauzal**. Problemele centrului istoric – congestia, poluarea, zgomotul, accidentele cu pietoni, ocuparea spațiului public de autoturisme, iritarea locuitorilor – au o cauză

comună: un volum de trafic pe care rețeaua unei fundături nu îl poate prelua. Datele Primăriei arată că 48% dintre vehiculele care intră în centru stau mai puțin de o oră, iar numai 12% stau peste 12 ore [C]. Presiunea nu vine, deci, în principal de la locuitori, ci din tranzit, din căutarea unui loc de parcare și din vizitele scurte.

Al doilea este **argumentul instrumentelor**. Regulamentul de parcare, restricția de acces, parcările de proximitate, rețeaua pietonală, transportul public și regulile spațiului public sunt instrumente ale Primăriei și ale Consiliului Local. Folosite separat, ele s-au anulat reciproc: restricția de weekend a fost respinsă în 2024 pentru că lipsea alternativa, iar alternativa (park and ride) a fost construită fără să fie pusă în funcțiune împreună cu o restricție [C/I].

Al treilea este **argumentul consultării**. Traficul și parcarea sunt tema cu cea mai largă acoperire din întreaga consultare, alături de guvernanță: 18 din 22 de interviuri o ating, 13 o abordează explicit, iar 10 din 12 ateliere o numesc [C]. Consultarea leagă de la sine mobilitatea de centrul istoric: aceiași subiecți care cer pietonalizarea vorbesc despre „bâlciul" vizual, despre depopulare și despre brașovenii care evită centrul în weekend.

Al patrulea este **argumentul arhitecturii strategice**. În ierarhia priorităților stabilită de managementul proiectului, P1 desemnează un oraș accesibil fără mașină, cu traficul scos din centru, parcări de transfer funcționale, un inel zero restrâns în centru, cu transport gratuit pentru localnici și turiști ca propunere de luat în calcul, și coridoare pietonale și verzi; P2 desemnează un centru istoric coordonat vizual [I]. Cele două priorități au același teritoriu și aceiași actori.

Al cincilea este **argumentul ședерii**. Durata medie a sejurului (1,84 nopți) este indicatorul cel mai slab al destinației, iar vizitatorul fără autoturism nu are astăzi un mod simplu de a ajunge la obiectivele din afara orașului [C/D]. Mobilitatea este pârghia prin care Brașovul poate deveni bază a regiunii și poate câștiga a doua și a treia noapte.

Al șaselea este **argumentul datelor**. Nu există o măsurare publică a ocupării parcărilor din Zona 0, iar singurele numărători sistematice ale traficului din centru sunt cele realizate de Primărie pentru proiectul din 2024 [C]. Un capitol comun permite ca indicatorii de mobilitate și cei ai centrului să fie construiți împreună.

1.2. Premisa: dezvoltare locală și criteriile de evaluare

Obiectivul strategiei, la care capitolul contribuie, este creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști. Din perspectiva dezvoltării locale, orice măsură a capitolului se evaluează după șase criterii.

Primul este **locuitorul centrului**: dacă măsura îi păstrează accesul la propria locuință și la serviciile cotidiene. În perimetrul centrului istoric sunt înmatriculate 5.097 de autoturisme, iar parcările de reședință sunt 290 [C]; orice restricție trebuie să pornească de la acest dezechilibru.

Al doilea este **spațiul public redat pietonilor**: câți metri pătrați de stradă, piață sau parc trec de la staționarea autoturismelor la mers, odihnă, joacă și evenimente.

Al treilea este **accesul fără autoturism**: dacă un vizitator sau un brașovean poate ajunge în centru și poate pleca spre regiune cu transportul public, pe jos sau cu bicicleta, într-un timp rezonabil.

Al patrulea este **valoarea reținută în destinație**: dacă politica de mobilitate îl transformă pe vizitatorul care parchează câteva ore lângă un restaurant și pleacă într-un client care rămâne, consumă și înnoptează în unitățile autorizate ale orașului.

Al cincilea este **durata sejurului și dispersia**: dacă măsura adaugă nopți și distribuie vizitatorii spre cartiere și spre regiune fără să mute congestia în alt loc.

Al șaselea este **continuitatea**: dacă măsura poate fi testată, măsurată și menținută peste schimbările de mandat.

1.3. Surse, metodă, limite

Capitolul triangulează cinci categorii de surse. Prima este cercetarea națională de referință a proiectului: bateria obiectivelor Brașovului (vizitare la vizitatori), scalele de imagine, atractivitatea și vizitarea destinațiilor din regiune, întrebările deschise (ce lipsește Brașovului, ce place, asocieri spontane), recodificate integral din textul brut; toate procentele sunt ponderate. A doua este statistica oficială: seriile INS TEMPO pentru municipiu (capacitate, sosiri, înnoptări)[1] și calculul pe aceste serii din raportul de analiză a destinației. A treia este analiza celor 47.513 de recenzii online ale destinației (23.000 Booking, 17.097 Google, 7.428 Tripadvisor). A patra este documentele oficiale ale Primăriei Municipiului Brașov: proiectul de regulament pentru zona cu emisii scăzute din centrul istoric (2024), cu statisticile și monitorizarea traficului pe care le conține[2], regulamentele de parcare, registrul hotărârilor Consiliului Local și lista de investiții. A cincea este consultarea Etapei I: 22 de interviuri individuale (24 de subiecți), 12 ateliere și masa rotundă a arhitecților, prelucrate în matricea consolidată a temelor și în grila de screening cu valență. La acestea se adaugă, ca informație suplimentară, prezentarea Agenției Metropolitane Brașov privind prezența în centrul istoric, realizată pe datele de rețea puse la dispoziție de Orange și folosită ca exercițiu de înțelegere a presiunii, nu ca statistică (secțiunea 2.2). Bunele practici europene provin din surse oficiale și de autoritate, citate în note.

Am identificat cinci limite ale analizei:

- nu există o măsurare publică a ocupării parcărilor din centru pe ore și zile; numărătorile de trafic disponibile sunt dintr-un singur weekend de vârf (decembrie 2023) și dintr-o zi de școală;
- datele de telefonie mobilă provin dintr-o prezentare, nu dintr-o bază de date accesibilă proiectului: metodologia de numărare a persoanelor unice și de atribuire a reședinței nu poate fi verificată, iar perioada analizată (8–20 martie 2024) se află în extrasezon; cifrele sunt folosite numai ca ordin de mărime și ca structură a presiunii, într-un exercițiu de înțelegere, nu ca statistică;
- cercetarea națională măsoară percepția și comportamentul românilor; pentru turiștii străini, sursa rămâne analiza recenziilor;

[1] Institutul Național de Statistică, TEMPO Online, matricele TUR101C (capacitate), TUR104H (sosiri) și TUR105E (înnoptări), municipiul Brașov: http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/

[2] Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–10 și art. 19: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RZE2024/04.%20Anexa%201%20-%20Regulament.pdf

- locuitorii centrului și ai Șcheiului au fost consultați în atelierul 09, documentat printr-o sinteză de idei, nu printr-un transcript; chestionarul pentru rezidenți propus în capitolul G ar trebui să măsoare cantitativ atitudinea lor față de restricții;
- stadiul mai multor proiecte (concesiunea Titulescu, regulamentul parcărilor publice, deschiderea parcării park and ride din Bartolomeu) se schimbă rapid; capitolul descrie stadiul documentat în surse și formulează măsurile astfel încât să rămână valabile indiferent de deznodământul fiecărui proiect.

2. Diagnostic

2.1. Centrul istoric ca sistem de circulație: ce arată datele administrației

Cea mai completă imagine a mobilității din centrul istoric se află în proiectul de regulament pentru zona cu emisii scăzute elaborat de Primărie în 2024, care conține statistici din ianuarie 2024 și o monitorizare a traficului cu camere de citire a numerelor de înmatriculare[3]. Tabelul 1 le reunește.

Tabelul 1. Centrul istoric al Brașovului: indicatori de funcțiune și de mobilitate (II.1)

Indicator	Valoare
Populație	aproximativ 13.000 de locuitori în perimetrul administrativ; circa 5.000 în nucleul centrului istoric și în Șchei (studiul HUB-IN) [SS]
Autoturisme înmatriculate în perimetru	5.097 (3.748 ale persoanelor fizice)
Locuri în parcările de reședință	290
Locuri de parcare publice	1.202 (dintre care 71 private)
Elevi și spitale	peste 5.000 de elevi; 2 spitale
Unități de cazare (2022)	334; peste 300 de apartamente în regim hotelier
Accese și ieșiri	2 accese principale (Mureșenilor, Castelului) și 2 ieșiri (Mureșenilor, Nicolae Bălcescu), plus 4 străzi rezidențiale fără trotuare pe Dealul Warthe
Pragul de blocaj	peste 1.500 de vehicule pe oră pe strada Mureșenilor
Intrări pe Mureșenilor, 1–3 decembrie 2023	26.602 de vehicule: 15.525 din județul Brașov, 4.505 din București
Durata staționării (zi de școală)	36% sub 20 de minute; 12% între 20 și 60 de minute; 12% peste 12 ore
Traficul de căutare a unui loc de parcare	estimat la peste 30% din traficul zonei centrale
Linii de transport public care intră în centru	3 (4, 50, 52); terminalul principal la Livada Poștei
Accidente rutiere 2012–2022	162 (1 decedat, 43 de răniți grav); 40% loviri de pietoni; în 2022, toți răniții grav au fost pietoni
Poluare la orele de vârf	PM2,5 peste 40 µg/m³, PM10 peste 50 µg/m³ (Livada Poștei, Piața Sfatului, Poarta Șchei); zgomot peste 70 dB pe Mureșenilor

Sursa: Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–2. [C]

Din tabel rezultă trei constatări [I]. Prima: presiunea nu vine de la locuitori. Aproape jumătate dintre vehicule (48%) stau în centru mai puțin de o oră, adică trec, caută un loc sau opresc pentru o vizită

[3]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–10 și art. 19: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RZE2024/04.%20Anexa%201%20-%20Regulament.pdf

scurtă, și numai 12% stau peste 12 ore. A doua: în weekendurile de vârf, aproximativ 42% dintre vehiculele care urcă pe Mureșenilor vin din afara județului, iar una din șase vine din București[4]. A treia: centrul este, în același timp, cartier de locuit, pol școlar și pol spitalicesc; orice restricție trebuie să păstreze accesul acestor funcțiuni, așa cum prevedea și proiectul Primăriei.

Documentul Primăriei consemnează și un cadru legal care face restricția obligatorie, nu opțională: municipiul Brașov figurează în anexa 2 a Legii nr. 104/2011 privind calitatea aerului înconjurător și, potrivit Legii nr. 155/2023 privind mobilitatea urbană durabilă, trebuie să aibă operațională o zonă cu emisii scăzute; planul integrat de calitate a aerului prevede zone centrale în care circulația autovehiculelor cu motorizare termică este interzisă[5] [C].

2.2. Presiunea asupra centrului în datele de telefonie mobilă: un exercițiu de înțelegere

Agenția Metropolitană Brașov a prezentat, pe baza datelor de rețea puse la dispoziție de Orange, prezența persoanelor în centrul istoric într-o perioadă de 13 zile din martie 2024. Baza de date originală și metodologia de calcul nu sunt accesibile proiectului, iar perioada analizată se află în extrasezon. Capitolul folosește aceste date ca informație suplimentară, pentru a înțelege ordinul de mărime și structura presiunii asupra centrului, nu ca statistică validată; cifrele sunt redate așa cum apar în prezentare și poartă marcajul [D].

Tabelul 2. Prezența în centrul istoric în datele de telefonie mobilă, 8–20 martie 2024 (II.1)

Indicator	Valoare
Perimetrul analizat	trei subzone, circa 3 km²: Centrul Vechi; Prund – Șchei – Dealul Stejeriș; Tâmpa
Persoane unice din România prezente în perioada analizată	738.621, dintre care 484.676 din județul Brașov și 253.945 din afara județului (72.504 din București)
Persoane unice din străinătate	53.064 (Ucraina 16,7%, Italia circa 16%, Regatul Unit circa 15%, Republica Moldova circa 7%, Franța 5,88%)
Prezența zilnică în cele trei subzone	circa 85.000–130.000 de persoane unice; circa 89.000 de luni până joi și circa 113.000 de vineri până duminică
Prezența zilnică în subzona Prund – Șchei, între orele 8 și 22	circa 50.000 în medie, dintre care circa 5.000 de locuitori și circa 5.000 de elevi
Mobilitatea medie la interval de 30 de minute	10.500 de persoane unice în zilele lucrătoare, între 07:30 și 08:00; 14.000 în weekend, între 11:00 și 18:30

Sursa: Agenția Metropolitană Brașov, prezentarea datelor de prezență din rețeaua de telefonie mobilă pentru Centrul Istoric (proiect Interreg Europe), pe baza datelor puse la dispoziție de Orange; exercițiu de înțelegere, nu statistică validată. [D]

Citite ca exercițiu, datele conduc la trei observații [I].

Prima privește ritmul săptămânii. Prezența zilnică este cu circa 27% mai mare de vineri până duminică decât de luni până joi, iar în weekend nivelul ridicat de mobilitate se menține pe tot intervalul 11:00–18:30, nu într-un vârf scurt, ca dimineața în zilele lucrătoare. Presiunea de weekend este o încărcare continuă a întregii zile și cade exact în zilele în care regimul tarifar în vigoare lasă parcarea gratuită de sâmbătă seara până luni dimineața (secțiunea 2.3).

[4]Primăria Municipiului Brașov, prezentarea proiectului de limitare a accesului auto în centrul istoric (2024), monitorizarea traficului din 1–3 decembrie 2023: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/2024/Prezentare%20proiect%20Restrictii%20auto%20Centrul%20Istoric.pdf

[5]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–10 și art. 19: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RZE2024/04.%20Anexa%201%20-%20Regulament.pdf

A doua privește ordinul de mărime. În 13 zile din extrasezon, prin centru au trecut circa 254.000 de persoane din afara județului și circa 53.000 de persoane din străinătate. Prezentarea compară numărul total al persoanelor prezente cu cele 735.023 de sosiri înregistrate de INS în structurile de cazare ale municipiului în tot anul 2023 [C/D]. Cele două mărimi nu sunt de același fel: sosirile INS numără turiștii cazați în structurile înregistrate, datele de rețea numără persoanele prezente, inclusiv locuitorii, navetiștii, elevii și vizitatorii de o zi. Comparația arată totuși că statistica oficială a cazării surprinde numai o parte a presiunii asupra centrului: unei perioade de 13 zile îi corespund, în medie, circa 26.000 de sosiri înregistrate de INS în 2023, de aproape zece ori mai puține decât persoanele din afara județului prezente în centru în aceeași perioadă [E].

A treia privește centrul ca loc locuit. În subzona Prund – Șchei, cu circa 5.000 de locuitori, prezența medie zilnică este de circa 50.000 de persoane, de zece ori numărul locuitorilor [D/I]. Centrul este, în același timp, cartier, pol școlar și destinație, iar presiunea zilnică a vizitatorilor se adaugă vieții de cartier.

Datele sunt coerente cu monitorizarea traficului realizată de Primărie (secțiunea 2.1): în ambele surse, presiunea vine în mare parte din afara orașului și se concentrează în weekend. Pentru ca exercițiul să devină instrument de monitorizare, capitolul propune repetarea anuală a analizei, cu acces la metodologie și cu perioade comparabile (DMC8-d).

2.3. Regimul de parcare și reglementarea accesului: decizii începute și neduse la capăt

Regimul în vigoare. Regulamentul sistemului de parcare, aprobat prin HCL nr. 251/2005 și modificat ulterior, împarte orașul în trei zone tarifare; Zona 0 cuprinde centrul istoric, delimitat conform PUG, și Poiana Brașov[6]. Tariful în Zona 0 este de 3 lei pe oră, plata se face de luni până sâmbătă între 08:00 și 20:00, iar duminica parcarea este gratuită[7] [C]. Rezultă 96 de ore gratuite pe săptămână, dintre care 36 consecutive, de sâmbătă seara până luni dimineața, exact în intervalul cu cea mai mare cerere turistică [I]. Programul a fost stabilit în 2020–2021 și a trecut printr-o suspendare în instanță, la cererea operatorului de atunci[8] [C].

Restricția de weekend propusă în 2024. Primăria a elaborat regulamentul unei zone cu emisii scăzute pentru întregul centru istoric, delimitată de Bulevardul Eroilor, strada Constantin Dobrogeanu Gherea, Drumul Poienii, zona Pietrele lui Solomon și Dealul Tâmpa, incluzând zona de rezervație de arhitectură „Cetate", Șcheiul și Warthe. Accesul auto era restricționat de vineri de la ora 18:00 până duminică la ora 22:00 și în zilele de sărbătoare, cu permise gratuite pentru rezidenți (două pe locuință), aparținători, servicii de urgență și de utilitate publică, transport public, taxiuri, livrări, unitățile de cazare din zonă (în limita locurilor de parcare de pe proprietate) și persoanele cu dizabilități[9] [C]. Regulamentul prevedea, ca măsuri însoțitoare, parcări de transfer cu tarif integrat,

[6]Regulamentul de organizare și funcționare a sistemului de parcare din municipiul Brașov (HCL nr. 251/2005, cu modificările ulterioare), zonele tarifare: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/PMROSP/Modificari%20Regulament%20parcare.pdf

[7]Programul de plată luni–sâmbătă, 08:00–20:00, și gratuitatea de duminică: https://www.monitorulexpres.ro/2021/03/05/intre-orele-20-00-si-8-00-si-duminica-parcarea-in-municipiul-brasov-este-gratis/ ; tariful de 3 lei pe oră în Zona 0 și gratuitatea de duminică, septembrie 2026: https://www.news.ro/social/taxa-parcare-zona-zero-municipiului-brasov-inclusiv-centru-poiana-brasov-ar-uma-creasca-10-lei-ora-weekend-5-lei-ora-cursul-saptamanii-prezent-ora-parcare-costa-3-lei-iar-duminica-gratis-1922404718002026091722755022

[8]Suspendarea în instanță, în aprilie 2021, a hotărârii de modificare a regulamentului parcărilor: https://agerpres.ro/administratie/2021/04/23/brasov-instanta-a-suspendat-modificarile-la-regulamentul-parcarilor-acestea-se-platesc-din-nou-noapt--702646

[9]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–10 și art. 19: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RZE2024/04.%20Anexa%201%20-

senzori de parcare și indicatoare digitale, iar pe termen mediu parcări de transfer la intrările în oraș și la marginea zonei. Proiectul a fost respins de Consiliul Local[10] [C].

Închiderea din 2025. Potrivit presei, din 3 februarie 2025 Primăria a închis centrul istoric pentru autovehicule, cu excepția celor de intervenție, de aprovizionare și ale riveranilor, pe baza unei evidențe a agenților economici și a furnizorilor[11] [C]. Perimetrul exact al măsurii nu a putut fi confirmat din documente oficiale; consultarea din 2026 descrie în continuare centrul și străzile de acces ca încărcate de trafic și de parcare.

Parcările de reședință. Proiectul de regulament din 2026 pentru parcările de reședință pornește de la un dezechilibru măsurat: aproximativ 120.000 de autoturisme în municipiu, față de aproximativ 46.000 de locuri de reședință, și propune un tarif anual unic de 500 de lei; în dezbaterea publică s-a cerut includerea în regulament și a parcărilor din centrul istoric[12] [C].

Proiectul din septembrie 2026. Noul regulament al parcărilor publice cu plată, în dezbatere publică între 18 septembrie și 9 octombrie 2026, schimbă substanțial regimul Zonei 0 (Tabelul 3)[13] [C]. Administrația declarase anterior intenția de a alinia tarifele din centrul istoric și din Poiana la cele din Cluj-Napoca, Iași și Oradea și de a introduce un tarif care crește cu durata staționării, pentru a descuraja mersul cu mașina în centrul istoric și ocuparea îndelungată a locurilor[14] [C].

Tabelul 3. Regimul de parcare în Zona 0: regimul în vigoare și proiectul din septembrie 2026 (II.1)

Element	Regimul în vigoare	Proiectul din septembrie 2026
Perimetrul Zonei 0	centrul istoric și Poiana Brașov	centrul istoric, Poiana Brașov, zona gării, Lacul Noua, Grădina Zoologică
Tarif în zilele lucrătoare	3 lei/oră	5 lei/oră
Tarif sâmbătă și duminică	3 lei/oră sâmbătă; gratuit duminică	10 lei/oră; autocare 50 de lei/oră
Programul de plată	luni–sâmbătă, 08:00–20:00	luni–duminică, 08:00–22:00
Ore gratuite pe săptămână	96, dintre care 36 consecutive în weekend	70, dintre care 10 în fiecare noapte
Abonament în Zona 0	-	300 de lei/lună, valabil numai luni–vineri
Sancțiuni	amenzi	amenzi mai mari în weekend; tarif majorat de 100–200 de lei/zi; blocarea roții

Sursa: regulamentul în vigoare și proiectul de regulament pus în dezbatere publică de Primăria Municipiului Brașov (septembrie 2026), după presa locală; orele gratuite sunt calculul echipei de proiect. [C/E]

%20Regulament.pdf

[10]Respingerea de către Consiliul Local a restricției de acces auto în weekend în centrul istoric: https://www.g4media.ro/intentia-primariei-brasov-de-a-restrictiona-in-weekend-traficul-din-centrul-istoric-respinsa-de-consiliul-local-masinile-aveau-interzis-de-vineri-seara-pana-duminica-seara.html

[11]Închiderea centrului istoric pentru autovehicule din 3 februarie 2025, cu excepțiile anunțate: https://www.capital.ro/masinile-vor-avea-interzis-in-centru-masura-decisa-in-romania-intra-in-vigoare-oficial-de-luni-3-februarie.html

[12]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului de atribuire și folosire a locurilor din parcările de reședință (2026), raportul de specialitate și minuta întâlnirii publice: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RParcari2026/04.%20Raport%20de%20specialitate.pdf ; https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RParcari2026/10.%20Minuta%20intalnirii%20publice.pdf

[13]Proiectul regulamentului parcărilor publice cu plată, în dezbatere publică între 18 septembrie și 9 octombrie 2026: https://hitfm.ro/reguli-noi-pentru-parcarile-publice-din-brasov/19/09/2026/32109/ ; https://www.monitorulexpres.ro/2026/09/23/de-la-0-lei-la-10-lei-ora-parcari-mai-scumpe-in-zonele-aglomerate-ale-brasovului/

[14]Intenția administrației de a majora tarifele din centrul istoric și din Poiana, cu tarif crescător după durata staționării: https://economedia.ro/?p=270614

Din aceste etape rezultă o lectură [I]. Direcția a rămas aceeași peste două administrații: mai puține autoturisme în centrul istoric. Instrumentul s-a schimbat de la an la an: restricție de weekend (2024, respinsă), închiderea nucleului (2025), tarifare (2026), concesiunea unei parcări subterane (2026, suspendată). Lipsește o decizie multianuală, cu ordinea măsurilor stabilită dinainte, care să reziste schimbărilor de mandat. Arhitecții din sesiunea OAR dau exemplul străzii Lungi, *„care a fost schimbată acum trei-patru ani ca să fie numai trei benzi și am revenit direct după schimbare de mandat la patru benzi”* (sesiunea OAR) [D].

2.4. Parcarea de proximitate și transferul: proiectele și stadiul lor

Tabelul 4. Proiectele de parcare de proximitate și de transfer (II.1)

Proiect	Capacitate	Stadiu documentat	Observații
Parcarea park and ride din Bartolomeu (lângă terminalul RATBV)	697 de locuri pentru autoturisme (28 pentru persoane cu dizabilități), 12 pentru autocare, 54 pentru biciclete	construită; finalizată în proporție de 99,9%, cu deschiderea anunțată pentru octombrie; finanțare europeană de 10,8 milioane de euro	dublu rol declarat: evenimentele Sălii Polivalente și transferul din zona metropolitană; afișaj electronic al locurilor libere
Parcări park and ride la intrările dinspre București, Bacău și Târgu Mureș	nespecificată	anunțate în 2023	rețeaua planificată are patru noduri
Parcările din terminalele RATBV (Poienelor, Saturn, Triaj, Rulmentul)	mică	regim de park and ride reglementat	parcare gratuită pentru deținătorii de abonament
Parcajul subteran din Centrul Civic	659 de locuri (27 pentru persoane cu dizabilități, 66 cu încărcare electrică)	indicatori aprobați prin HCL nr. 351/2025; 135,5 milioane de lei fără TVA; 18 luni de execuție	legătură rapidă cu autobuz electric spre centrul istoric, anunțată de administrație
Parcarea subterană Parcul Titulescu și parcarea Regina Maria	minimum 440 + 306 = 746 de locuri	concesiune aprobată prin HCL nr. 646 și 647/2026; suspendată după proteste și o petiție cu peste 6.500 de semnături	ar permite desființarea parcărilor de suprafață de pe Bulevardul Eroilor, de la Livada Poștei și din zona Prefecturii
Parcarea subterană de sub Tâmpa	aproximativ 800 de locuri	considerată de administrație cu probleme majore de fezabilitate	zonă protejată
Parcări din lista de investiții 2025	nespecificată	Graft–După Ziduri; zona Prefecturii; park and ride Noua; acces Sala Polivalentă	stadiu neconfirmat
Parcarea de transfer din Poiana Mică	434 de locuri	funcțională din 2017	transfer cu microbuz spre stațiune (capitolul P5)

Sursa: Primăria Municipiului Brașov și presa locală[15] [16] [17] [18] [19] [20] [21]. [C]

[15] Parcarea park and ride din Bartolomeu, capacitate, dotări și stadiu: https://www.forbes.ro/?p=463773 ; finanțarea europeană a proiectului: https://kohesio.ec.europa.eu/nl/projecten/Q2746690

[16] Rețeaua de patru parcări park and ride planificate la intrările în oraș: https://www.g4media.ro/primul-parkride-in-municipiul-brasov-s-a-desemnat-constructorul-700-de-locuri-de-parcare-pentru-autoturisme-motociclete-autocare-si-microbuze.html

[17] Regimul de park and ride al parcărilor din terminalele RATBV Poienelor, Saturn, Triaj și Rulmentul: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/PARK-RIDE/Expunere%20de%20motive.pdf

[18] Parcajul subteran din Centrul Civic, 659 de locuri, HCL nr. 351/2025: https://brasovcity.ro/ro/consiliul_local/consultare_registru_hcl/2025/0/0/360 ; https://bizbrasov.ro/2025/05/30/santier-parcare-centru-civic-brasov/

[19] Concesiunea parcării subterane din Parcul Titulescu (HCL nr. 646 și 647/2026) și suspendarea proiectului: https://www.monitorulexpres.ro/2026/09/24/usr-fdgr-cere-anularea-hotararilor-privind-parcarea-subterana-din-parcul-titulescu/ ; https://www.brasov.net/o-noua-parcare-subterana-va-fi-construita-la-parcul-titulescu/ ; https://litera9.com/tag/parcare/

Brașovul are, prin urmare, piesele unui sistem de tip florentin: parcări mari la marginea zonei centrale (Bartolomeu, Centrul Civic), parcări de proximitate la limita centrului istoric (Titulescu, Prefectura, Graft), noduri de transfer la intrările în oraș și o rețea de transport public care leagă nodurile de centru [I]. Lipsesc ordinea în care sunt puse în funcțiune, tariful integrat cu transportul public, informarea vizitatorului și acceptarea publică. Parcarea park and ride din Bartolomeu, gândită pentru zile lucrătoare ca nod al navetiștilor metropolitani și pentru weekend ca nod al turiștilor (conducerea OMD, în atelierul 04) [D], era descrisă în consultare ca terminată și nefuncțională:

> *„Deși am văzut că este gata, în continuare nu este funcțională și vine sezonul sau a venit sezonul peste noi."* (atelierul 04) [D]

> *„Există un park and ride care nu se deschide! E gata, dar nu se deschide!"* (sesiunea OAR) [D]

2.5. Legătura aeroportului cu orașul: o urgență de mobilitate

Aeroportul Internațional Brașov-Ghimbav este poarta prin care sosește o parte tot mai mare a vizitatorilor străini: 337.353 de pasageri în 2025[22] [C]. Drumul de la aeroport la cazare, primul contact al acestor vizitatori cu destinația, a devenit în toamna anului 2026 punctul cel mai fragil al mobilității Brașovului.

Cadrul legal. Aeroportul se află pe teritoriul orașului Ghimbav, nu al municipiului Brașov, iar legislația tratează diferit taxiurile și transportul alternativ (Tabelul 5). Pentru taxiuri, Legea nr. 38/2003 prevede o derogare expresă: transportul în regim de taxi se poate realiza permanent între localitatea de autorizare și aeroporturile situate în afara acesteia; aceeași lege interzice, pentru cursele la și de la aeroport, tarifele mai mari decât tariful afișat pe portiera taxiului[23] [C]. Pentru transportul alternativ, adică pentru platformele de tip Uber sau Bolt, OUG nr. 49/2019 permite operarea permanentă numai în interiorul localității în care operatorul își are sediul sau domiciliul ori în regiunea de dezvoltare București-Ilfov, iar cursele spre alte localități numai ocazional, cu plecare din localitatea de autorizare[24] [C]. Derogarea pentru aeroporturi există, așadar, pentru taxiuri și, teritorial, pentru regiunea București-Ilfov, dar nu și pentru transportul alternativ din restul țării.

Aplicarea. În septembrie 2026, Poliția de Frontieră de la aeroport și Poliția Transporturi Brașov au pus în vedere companiilor de transport alternativ să respecte regula: numai șoferii autorizați în Ghimbav pot prelua pasageri de la aeroport, iar șoferii autorizați în Brașov pot duce pasageri la aeroport, dar nu

[20]Evaluarea variantelor de parcare din centrul istoric de către Primărie și Ordinul Arhitecților, inclusiv varianta de sub Tâmpa: https://www.brasov.net/primaria-brasov-si-ordinul-arhitectilor-solutii-noi-pentru-traficul-si-parcarile-din-centrul-istoric/

[21]Lista de investiții a proiectului de buget local Brașov 2025: https://buget2025.brasovcity.ro/ ; https://bzb.ro/stire/parcarea-de-sub-parcul-central-al-brasovului-din-nou-pe-tapet-in-proiectul-bugetului-pentru-2025-apare-si-proiectul-tunelului-racadau-centrul-istoric-a207323

[22]Traficul de pasageri al Aeroportului Internațional Brașov-Ghimbav, 2024–2025: https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/auto-transporturi/crestere-semnificativa-a-numarului-de-pasageri-pe-aeroportul-international-brasov-22295184

[23]Legea nr. 38/2003 privind transportul în regim de taxi și în regim de închiriere, art. 24[1]: transportul între localitatea de autorizare și aeroporturile situate în afara acesteia și interdicția tarifelor superioare celui afișat: https://legeaz.net/legea-38-2003-taximetriei/art-24 ; https://www.euroavocatura.ro/legislatie/1254/Legea_taximetriei,_Actualizata_2017__Legea_38_2003/page/7

[24]OUG nr. 49/2019 privind activitățile de transport alternativ cu autoturism și conducător auto, art. 13 alin. (4): https://lege5.ro/Gratuit/gmztqmrqg44q/art-13-autorizarea-operatorilor-de-transport-alternativ-ordonanta-de-urgenta-49-2019?dp=gi4dsnjxhe2tcoa

îi pot prelua[25] [C]. Amenzile prevăzute sunt cuprinse între 1.000 și 5.000 de lei[26] [C]. Potrivit presei locale, șoferii autorizați în Brașov nu au o cale simplă de a se autoriza și în Ghimbav, iar conducerea aeroportului a pus în discuție un regulament cu 15 locuri de așteptare pentru taxiuri, contra unui abonament lunar de 300 de lei, și aproximativ 10 locuri pentru șoferii de transport alternativ autorizați în Ghimbav[27] [C].

Transportul public. Linia A1 a fost lansată de RATBV în iunie 2023 ca linie expres, cu patru opriri intermediare între gară și aeroport (Camera de Comerț, Livada Poștei, Gara Bartolomeu, Terminalul Municipal) și cu programul corelat cu zborurile[28] [C]. Orarul publicat în prezent pentru aceeași linie are 14 opriri intermediare și circa 39 de minute de mers între gară și aeroport[29] [C]. Trenul metropolitan va opri la aeroport din 2029–2030, pe magistrala Codlea – Aeroport – Bartolomeu – Prejmer – Sfântu Gheorghe[30] [C]; până atunci, autobuzul rămâne singura legătură publică.

Experiența călătorului. Managementul de proiect a consemnat, din discuții directe cu călători sosiți la aeroport, drumuri de o oră și zece minute până acasă cu autobuzul, față de circa 20 de minute cu un taxi sau cu transportul alternativ, și cereri de 100 de lei din partea unor taximetriști din aeroport pentru o cursă numai până la prima stație din Brașov, de unde călătorul își poate comanda un taxi sau o mașină prin aplicație [D]. Presa locală semnalează, la rândul ei, tarife neclare la taxiurile din aeroport[31] [C]. Dacă o asemenea cursă depășește tariful afișat pe portieră, practica este interzisă de Legea nr. 38/2003[32] [C/I].

Tabelul 5. Preluarea pasagerilor de la Aeroportul Brașov-Ghimbav: ce permite cadrul actual (II.1)

Tipul de transport	Temeiul	Preluarea de la aeroport	Observații
Taxi autorizat în Brașov	Legea nr. 38/2003, art. 24[1]	permisă, prin derogarea pentru aeroporturile din afara localității de autorizare	tariful nu poate depăși tariful afișat pe portieră
Taxi autorizat în Ghimbav	Legea nr. 38/2003	permisă	-
Transport alternativ autorizat în Brașov	OUG nr. 49/2019, art. 13 alin. (4)	nepermisă; este permisă numai cursa spre aeroport	amenzi de 1.000–5.000 de lei

[25]Aplicarea regulii la Aeroportul Brașov-Ghimbav și regulamentul de acces discutat de conducerea aeroportului: https://bizbrasov.ro/2026/09/17/aeroportul-international-brasov-3/ ; https://www.zmbv.ro/probleme-pentru-uber-si-bolt-la-aeroportul-brasov/22/09/2026/118096/

[26]Amenzile de 1.000–5.000 de lei pentru preluarea neautorizată de la aeroport: https://www.zmbv.ro/amenzi-pentru-soferii-uber-si-bolt-la-aeroportul-brasov/25/09/2026/118404/ ; https://newsbv.ro/soferii-uber-bolt-risca-amenzi-de-pana-la-5-000-de-lei/

[27]Aplicarea regulii la Aeroportul Brașov-Ghimbav și regulamentul de acces discutat de conducerea aeroportului: https://bizbrasov.ro/2026/09/17/aeroportul-international-brasov-3/ ; https://www.zmbv.ro/probleme-pentru-uber-si-bolt-la-aeroportul-brasov/22/09/2026/118096/

[28]RATBV, lansarea liniei A1 spre aeroport (iunie 2023), traseul și opririle: https://www.ratbv.ro/noutati/a1-%E2%80%93-prima-linie-de-transport-in-comun-catre-aeroportul-interna%C8%9Bional-bra%C8%99ov-ghimbav_560/ ; https://www.brasov.net/autobuzul-ratbv-care-ajunge-la-aeroportul-brasov-va-pleca-din-fata-garii-si-va-opri-si-in-livada-postei-vor-fi-13-curse-zilnic/

[29]Orarul și stațiile liniei A1 între gară și aeroport, în aplicația de urmărire a autobuzelor RATBV: https://trafic-web.ro/index.php?autobuz=A1&destinatie=Aeroport+Brasov+%28Ghimbav%29&id=223&plecare=Terminal+Gara

[30]Trenul metropolitan Brașov, valoarea, magistralele, calendarul și cererea de finanțare: https://bzb.ro/stire/brasovul-va-plati-97-milioane-de-lei-pentru-trenul-metropolitan-a219526 ; https://www.monitorulexpres.ro/2026/07/06/brasovul-primul-solicitant-care-depune-o-cerere-de-finantare-pentru-trenul-metropolitan/ ; https://clubferoviar.ro/trenul-metropolitan-brasov-etapa/

[31]Tarifele taxiurilor de la aeroport, semnalate în presa locală: https://transilvania365.ro/paradoxul-de-la-aeroportul-brasov-ghimbav-uber-si-bolt-pot-duce-pasagerii-la-aeroport-dar-nu-ii-pot-lua-de-acolo-cum-ajung-tuistii-la-mana-taximetristilor/ ; https://www.zmbv.ro/probleme-pentru-uber-si-bolt-la-aeroportul-brasov/22/09/2026/118096/

[32]Legea nr. 38/2003 privind transportul în regim de taxi și în regim de închiriere, art. 24[1]: transportul între localitatea de autorizare și aeroporturile situate în afara acesteia și interdicția tarifelor superioare celui afișat: https://legeaz.net/legea-38-2003-taximetriei/art-24 ; https://www.euroavocatura.ro/legislatie/1254/Legea_taximetriei,_Actualizata_2017__Legea_38_2003/page/7

Tipul de transport	Temeiul	Preluarea de la aeroport	Observații
Transport alternativ autorizat în Ghimbav	OUG nr. 49/2019, art. 13 alin. (4)	permisă	autorizarea în Ghimbav este greu de obținut, potrivit presei
Transport alternativ în regiunea București-Ilfov	OUG nr. 49/2019, art. 13 alin. (4) lit. a)	permisă în toată regiunea, inclusiv la aeroporturi	precedentul unei derogări teritoriale
Autobuzul A1 (RATBV)	serviciul public de transport	permisă	lansată ca linie expres cu 4 opriri; în prezent 14 opriri

Sursa: Legea nr. 38/2003; OUG nr. 49/2019; RATBV; presa locală. [C]

Pentru destinație, consecința este directă [I]. Vizitatorul străin, care nu cunoaște regulile, găsește aeroportul în aplicație, comandă o mașină care nu are voie să îl preia, așteaptă, negociază cu un taxi sau ia un autobuz care oprește de 14 ori. Primul contact cu Brașovul devine o experiență de incertitudine și de cost, exact pentru segmentul pe care strategia vrea să îl crească. Consultarea anticipase problema: Subiectul 10 observa că aeroportul nu are *„o conectare feroviară”* și că informarea din stații nu ține cont de vizitatorii străini (secțiunea 2.10.5) [D]. O parte a soluției se poate aplica local și imediat: linia expres, stația de taxi reglementată, tariful afișat și controlat, informarea la sosire. Cealaltă parte cere o modificare legislativă, pentru care derogarea existentă pentru taxiuri oferă modelul (DMC6) [I].

2.6. Cererea națională: un centru vizitat în nucleu și puțin în rest

Brașovul este o destinație de vizită repetată: 49,9% dintre călătorii români merg în Brașov cel puțin o dată la doi ani, iar 12,9% de mai multe ori pe an [C]. Este profilul unei piețe interne de weekend, care ajunge în cea mai mare parte cu autoturismul, din proximitatea Bucureștiului și a sudului țării [I].

Tabelul 6. Vizitarea obiectivelor din Brașov la vizitatorii orașului (II.1)

Obiectiv	Au vizitat (o dată sau de mai multe ori)	Nu cunosc / nu au auzit
Poiana Brașov	88,5%	2,1%
Piața Sfatului	84,2%	6,5%
Biserica Neagră	83,9%	5,0%
Cetatea Brașov	73,1%	6,4%
Muntele Tâmpa	72,3%	7,3%
Strada Sforii	63,2%	18,8%
Turnul Negru	55,5%	18,9%
Cartierul Șchei	49,4%	24,6%
Poarta Șchei	48,3%	24,1%
Turnul Alb	44,1%	26,4%
Bastioanele	43,1%	29,9%
Bisericile fortificate din apropiere (Prejmer, Hărman, Feldioara)	41,0%	20,8%
Promenada După Ziduri	36,5%	37,7%
Biserica Sfântul Bartolomeu	33,0%	30,6%
Poarta Ecaterinei	28,7%	43,3%

Sursa: cercetarea națională de referință, vizitatorii Brașovului; procente ponderate. [C]

Vizita se concentrează în nucleul medieval și în Poiana. La mai puțin de un kilometru de Piața Sfatului, Șcheiul, turnurile, bastioanele și Promenada După Ziduri sunt vizitate de o treime până la jumătate

dintre vizitatori, iar Biserica Sfântul Bartolomeu, cea mai veche a orașului, de o treime [C]. Coridoarele pietonale, extinderea zonei vizitate spre Bartolomeu propusă de Subiectul 1 și traseele patrimoniale ale capitolului C răspund aceleiași constatări [I].

Experiența este foarte bine evaluată: 95,2% dintre vizitatori o descriu ca agreabilă [C]. Fricțiunea apare însă în trei indicatori. Pe scala „stresantă–relaxantă", 16,2% dintre vizitatori plasează Brașovul în partea stresantă (valorile 1–3), iar 72,4% în cea relaxantă [C]. La întrebarea deschisă „Ce anume lipsește Brașovului pentru a fi mai atractiv?", parcarea apare la 6,7% dintre vizitatori, la egalitate cu prețurile (6,8%) și cu transportul și accesul (6,5%), înaintea aglomerației (2,8%) și a traficului (0,8%) [C]. În asocierile spontane cu Brașovul, aglomerația apare la 3,4% dintre vizitatori, mai des decât „centrul vechi" (2,2%) [C]. Răspunsurile deschise descriu mecanismul în aceiași termeni ca locuitorii: un vizitator scrie că *„nu se poate in concediu sa fii stresat"* când trebuie să dai trei-patru ture de oraș pentru un loc de parcare, altul cere *„Parcari fie ele si cu plata"* (cercetarea națională) [D].

Ce le place vizitatorilor spune același lucru: centrul vechi (26,8%), Piața Sfatului (14,2%), Poiana (13,2%), Biserica Neagră (10,3%) și Tâmpa (6,1%) domină, iar Șcheiul apare la 0,2% (familiile lexicale ale cercetării naționale; 840 de vizitatori ponderați, n = 887) [C].

2.7. Experiența consumată: ce spun recenziile

Parcarea este prezentă în 3,6% dintre cele 47.513 de recenzii analizate, de nouă ori mai des decât traficul (0,4%) și de patru ori mai des decât aglomerația (0,9%) [C]. Distribuția pe platforme arată două lucruri.

În recenziile de cazare (Booking), parcarea apare în 5,7% dintre recenzii: în 3,3% ca atu („parcare disponibilă"), în 2,3% ca lipsă sau neajuns [C]. Turistul vine cu mașina și alege cazarea și după locul de parcare; ratingul mediu al recenziilor care pomenesc parcarea este de 4,30, față de 4,45 în total [C].

În recenziile despre obiective, restaurante și locuri publice (Google și Tripadvisor), parcarea apare rar (1,5% și 0,2%), dar atunci când apare, ratingul scade: 3,96 față de 4,33 pe Google și 3,33 față de 4,54 pe Tripadvisor [C]. Parcarea este, pentru vizitatorul care vine cu autoturismul, una dintre cauzele unei experiențe mai slabe a orașului [I].

Consecința pentru politica de acces este practică: unitățile de cazare din centru au nevoie de o soluție pentru oaspeții care vin cu mașina, fie locuri pe proprietate, fie locuri contractate în parcările de proximitate, fie un permis de acces temporar, așa cum prevedea proiectul Primăriei din 2024 [I].

2.8. Piața: concentrarea în municipiu, durata sejurului și presiunea închirierilor pe termen scurt

În 2025, structurile de primire turistică ale municipiului au înregistrat 715.064 de sosiri și 1.318.726 de înnoptări, la o capacitate de 10.885 de locuri pe zi, cu un indice de utilizare netă de 33,2% și o durată medie a sejurului de 1,84 nopți [C]. Anul 2024 a fost maximul istoric (744.389 de sosiri, 1.360.722 de înnoptări) [C].

Durata sejurului scade de 25 de ani: 2,62 nopți în 2001, 2,19 în 2010, 1,92 în 2019, 1,84 în 2025 [C]. Calculul pe seriile INS arată mecanismul: între media 2015–2019 și media 2022–2025, sosirile au crescut cu 18%, iar înnoptările cu 11%; fiecare turist rămâne cu 6% mai puțin decât înainte [C]. Creșterea de 18% invocată în consultare ca efect al aeroportului (Subiect 13) [D] este, în statistică, diferența dintre

perioada dinaintea pandemiei și cea de după, nu un efect măsurat al aeroportului, deschis în 2023 [C/I]. Recenziile Booking confirmă reperul: sejurul mediu în corpusul analizat este de 1,85 nopți, 1,79 în oraș și 2,08 în Poiana [C].

Presiunea asupra centrului vine și din cazare. În 2022, centrul istoric avea peste 300 de apartamente în regim hotelier, pe lângă hoteluri și pensiuni [C]. Inventarul activ de anunțuri de închiriere pe termen scurt din Brașov a crescut de la 1.701 (august 2023) la 2.218 (august 2026) [C]. Analiza echipei de proiect, prezentată în consultare, a identificat 2.295 de unități unice active pe platforme, față de 1.104 de unități licențiate [E/C]. Fiecare unitate fără loc de parcare propriu produce, în centrul istoric, cerere de parcare pe domeniul public, mai ales în weekend; gazdele din atelierul 08 cer *„măcar un loc de parcare pentru fiecare unitate turistică”* (atelierul 08) [D], în competiție directă cu locuitorii pentru cele 290 de locuri de reședință [I]. Reglementarea închirierilor pe termen scurt aparține priorității P6; capitolul de față preia numai legătura lor cu accesul și parcarea.

2.9. Vocea stakeholderilor: statistica tematică

Tabelul 7. Temele consultării care privesc mobilitatea și centrul istoric (II.1)

Cod	Tema	Subiecți	Interviuri	Ateliere
B10	Traficul și parcarea: aglomerație, trafic de căutare, mașini în centru	15	14	10
C6	Mobilitate: trafic scos din centru, park and ride, parcări subterane cu informare, tren metropolitan	16	15	9
B59	Transport public metropolitan rar, infrastructură pietonală și velo fragmentată	-	-	7
C31	Culoare pietonale și promenade ale orașului vechi	7	6	4
C26	Taxe diferențiate pe centru; parcarea scumpă care triază	6	5	0
B3	Degradarea centrului istoric: fațade, paraginǎ, firme, vitrine, terase, tonete	14	12	4
B38	Haosul comunicării vizuale a comerțului	17	15	2
B4	Depopularea centrului, înlocuirea rezidenților cu cazări	7	6	5
B22	Rezidenții iritați, evitarea centrului în weekend	8	7	4
B26	Supraaglomerarea centrului și a Poienii	11	9	6
B7	Șederea scurtă	15	13	7
C4	Stratul de agregare: pachete, card turistic, abonament „Mountain Pass”	12	11	6
C20	Dispersie regională: bază pentru excursii, traseul cetăților, hub metropolitan	11	10	8
A18	Zona metropolitană bogată: cetăți, biserici fortificate, Piatra Craiului	14	12	6
C1	Management dedicat al sub-destinațiilor (centrul istoric, Poiana)	5	4	2

Sursa: matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere) și grila de screening cu valență a interviurilor. Unitatea de numărare pentru ateliere este atelierul, nu vorbitorul. [C]

Din tabel rezultă două observații. Întâi, problemele (B10, B3, B38) și propunerile (C6, C20) au aceeași amploare: consultarea nu se oprește la diagnostic, ci formulează soluții, iar soluțiile converg. În al doilea rând, tema rețelei pietonale și velo fragmentate (B59) apare exclusiv în ateliere, adică în discuția de grup a locuitorilor, a studenților, a arhitecților și a operatorilor, nu în interviurile individuale: este o temă a orașului trăit zilnic, nu a vizitei [I].

2.10. Constatările consultării

2.10.1. Traficul de căutare și gratuitatea: mecanismul care aduce mașinile în centru

Subiectul 15 descrie mecanismul în termenii psihologiei șoferului:

> *„Așa, atâta timp cât există semnul ăsta de întrebare sau raza de speranță «Lasă, domnule, că voi găsi un loc de parcare», traficul n-o să scadă."* (Subiect 15) [D]

Locuitorii resimt același mecanism:

> *„Dacă vreau să mă duc să mă plimb cu familia prin centru sâmbătă, 85% nu am nicio șansă. Că n-am unde parca."* (Subiect 12) [D]

Mentalitatea de schimbat este numită de același subiect: *„dacă putem parca lângă masă, unde mâncăm, ar fi grozav"* (Subiect 12) [D]. Subiectul 18 separă riveranul de restul traficului:

> *„Principala problemă este traficul care nu are legătură cu riveranii."* (Subiect 18) [D]

Restul este, pentru același subiect, *„un trafic artificial din dorința de a merge cu mașina în centru"* (Subiect 18) [D]. Operatorii de alimentație publică descriu vizitatorul pe care acest trafic îl aduce:

> *„Ai acces 6 persoane în Logan, te-ai dus cu mașina, ai dat 16 lei prin centru să cauți parcare, te-ai mai dus până la Pietrele lui Solomon, te-ai plimbat așa și la întoarcere nu ți-ai luat nimic."* (atelierul 05) [D]

Subiectul 10 formulează consecința strategică: o politică de mobilitate *„cu facilități de parcare și tranzit spre centru"* aduce *„preponderent turistul care vrea să-și parcheze mașina cât mai aproape de restaurantul la care își petrece următoarele o oră, două, trei"*, iar *„beneficiul pe care îl are comunitatea din chestia asta e aproape inexistent"* (Subiect 10) [D]. Datele Primăriei (36% dintre vehicule stau sub 20 de minute; traficul de căutare depășește 30%) confirmă pe teren aceste descrieri [C].

2.10.2. Prețul care triază și ordinea măsurilor

Subiecții 19 și 20 cer un preț al parcării care să corespundă valorii centrului:

> *„Eu aș scumpi taxele pentru centru. Centrul nu poate să fie mai ieftin decât restul."* (Subiect 19) [D]

> *„[...] chiar dacă e un oraș un pic mai scump sau că e o parcare un pic mai scumpă în centru, triezi așa dacă e cererea mare pe oraș."* (Subiect 20) [D]

Subiectul 2 vede în diferențierea tarifului pe zone efectul principal: turistul de două zile *„o plătește ca să știe că o să ajungă cu mașina acolo"*, iar cei care lucrează în centru *„pot să-și lase puțin mașina puțin mai încolo, la, nu știu, la 1 km, 2, și să vină pe jos sau să vină cu autobuzul"* (Subiect 2) [D].

Toate vocile pun aceeași condiție de ordine:

> *„Mie parcările nu mi se par o mare problemă. Mi se pare în schimb o problemă că se suprimă parcări înainte să se facă alternativă [...]. Tu când suprimi, te gândești să suprimi ceva, creezi o alternativă și apoi suprimi."* (Subiect 22) [D]

Conducerea OMD formulează aceeași condiție în două ateliere. În atelierul hotelierilor:

> *„E dificil să restricționezi traficul în centru și să le spui «Gata, nu mai intră turiștii în centru». Și unde parchează? Nu ne interesează. Nu, nu merge așa."* (conducerea OMD, atelierul 04) [D]

În atelierul mediului academic, despre intenția Primăriei de a restricționa traficul din centru, aceeași conducere a precizat că măsura nu poate fi aplicată *„fără să vină cu o alternativă”* (conducerea OMD, atelierul 12) [D]. Subiectul 15 adaugă condiția comportamentală a alternativei: park and ride-ul *„rămâne doar o denumire”* dacă locuitorii nu îl folosesc primii, pentru că *„turiștii se vor adapta după felul în care facem noi lucrurile”* (Subiect 15) [D].

2.10.3. Unde se parchează: cele două poziții ale consultării

Consultarea se desparte nu asupra cantității de parcare, ci asupra distanței ei față de Piața Sfatului. Prima poziție vrea parcarea sub sau lângă centru. Subiectul 19 o formulează direct:

> *„Aș transforma centrul pietonal [...] împreună cu sistemele alea de parcări, indiferent unde se aleg a fi, că sunt sub Parcul Central, că sunt în Centrul Civic, că sunt... nu contează. Parcări multe, opțiuni facile și centrul pietonal. Mare. Mare.”* (Subiect 19) [D]

Subiectul 15 susține parcările subterane cuplate cu informarea în timp real asupra locurilor libere, iar Subiectul 14 propune refacerea luciului de apă al fostului șanț al cetății, sub Tâmpa, cu parcare dedesubt (Subiecții 14 și 15) [D].

A doua poziție vrea nodurile la marginea orașului vechi, legate prin transport public. Subiectul 10: turistul *„lasă mașina într-un Park and Ride fie el și în Centrul Civic, dar nu în centrul vechi”*; Subiectul 18 ridică o rezervă chiar față de Centrul Civic: *„în Centrul Civic deja [...] aduci mașinile în centru”*; Subiectul 1: *„dacă eu distribui și creez motive ca lumea să parcheze mai în Bartolomeu, să se plimbe, [...] nu mai trebuie să am parcarea fix în centru”* (Subiecții 10, 18 și 1) [D]. Gazdele de apartamente din atelierul 08 formulează compromisul:

> *„Locuri de parcare, da, adică trebuie un pic să ne adaptăm, dar nu cred că ar trebui făcute neapărat în centru. Sau, asta-i foarte important, dacă s-ar face, s-ar putea face cele subterane.”* (atelierul 08) [D]

Arhitecții din sesiunea OAR leagă cele două poziții printr-o geometrie precisă:

> *„Da, dar asta înseamnă să facem acele parcări subterane la limita exterioară a centrului istoric, astfel încât să interzicem mașinile turiștilor și celor care tranzitează dincolo de acea barieră, adică să nu-ți mai intre nimeni pe Mureșenilor sau pe Castelului sau pe Poarta Șchei sau pe Bălcescu, decât dacă sunt riverani sau din Șchei.”* (sesiunea OAR) [D]

Aceeași discuție adaugă o parcare dedicată exclusiv riveranilor, nodurile de transfer *„pe mai multe puncte, dar cumva radiale”*, inclusiv pe Calea București, și autobuze care *„să funcționeze și pe post de park and ride”*, colectând turiștii din parcări (sesiunea OAR) [D].

Modelul florentin, invocat în premisa capitolului, apare și în consultare, în notele participanților din atelierul 01 (*„Parcări în centru → Florența”*) [D] și în relatarea directă a Subiectului 7, care a parcat într-un garaj subteran din zona cu acces limitat a Florenței:

> *„Ok, a fost 45 € pe noapte, peste medie, adică puteam să parchez dincolo de râu [...] cu 3 € pe noapte.”* (Subiect 7) [D]

Fără înregistrarea numărului de către garaj, *„îmi veneau 500 € c-am intrat în zona...”* (Subiect 7) [D].

2.10.4. Coridoarele pietonale: geografia propusă și golul Parcul Central–Cetățuie

Subiectul 1 dă exemplul local al unei pietonalizări reușite:

> *„Uită-te la Unirii, Piața Unirii de la noi când s-a pietonalizat, dacă ții minte. Deja e mult mai mișto. A fost o problemă de trafic acolo? Nu! N-a fost o problemă de trafic."* (Subiect 1) [D]

Același subiect propune benzi reduse și trotuare lărgite pe strada Lungă (*„pe zona lui Lungă până la [...] nu-ți trebuie cele patru benzi"*) și conectarea pietonală a Operei și a Filarmonicii, repere *„care astăzi nu sunt scăldate în trafic pietonal"* (Subiect 1) [D]:

> *„Dacă te-apuci și le conectezi pietonal cu Centrul Istoric, brusc extinzi experiența."* (Subiect 1) [D]

Subiectul 14 propune axa de vest:

> *„Adică un loc de promenadă, un loc de evenimente... și nu o sălbăticie între două turnuri; să păstrezi și legătura cu Livada Poștei și să devină un alt pol unde se petrec..."* (Subiect 14) [D]

cu un pod pietonal de la Graft, *„care te scoate direct la Turnul Alb"* (Subiect 14) [D].

Subiectul 5 propune redeschiderea unui tunel istoric dinspre Cetățuie, cu ieșirea pe strada Lungă, propunere pe care capitolul nu o reține (scenariul S6):

> *„Adică să-i duci pe oameni pe o parte și să-i scoți exact în Strada Lungă, la 150-200 de metri de stația de autobuz de capătul tuturor liniilor. Asta ar fi un câștig."* (Subiect 5) [D]

Arhitecții din sesiunea OAR descriu ce se întâmplă în afara nucleului:

> *„Din moment ce ai ieșit din centrul vechi, n-ai de unde veni decât cu mașina, de fapt. Că toată infrastructura e spre mașină."* (sesiunea OAR) [D]

Studenții din atelierul 12 confirmă: mersul pe jos este bun în centrul vechi, dar între cartiere infrastructura pietonală este slabă, iar cea pentru biciclete *„este chiar absentă, este foarte segmentată și nu este sigură"* (atelierul 12) [D].

Managementul de proiect a precizat geografia coridoarelor priorității P1: din Piața Sfatului, Tâmpa pe o parte și, opus, zona După Ziduri cu Turnul Alb și Turnul Negru, cu o promenadă nouă care leagă turnurile de parcul de lângă Livada Poștei (Parcul Șefilor) [I]. Culoarul pietonal de la Parcul Central spre Cetățuie, pe Dealul Cetății, nu este descris de niciun subiect; el apare numai indirect, prin tunelul propus de Subiectul 5. Este un gol al consultării, nu un dezacord, iar capitolul îl tratează ca propunere a echipei (DMC4-f) [I].

2.10.5. Transportul public, transferul și informarea vizitatorului

Subiectul 10 numește transportul public *„cartea de vizită a nivelului de civilizație"* al unui oraș și observă că *„când circuli în weekenduri prin centrul Brașovului, româna este limbă minoritară"*, fără ca informarea din stații să țină cont de asta; aeroportul și gara nu au încă *„o conectare feroviară"* (Subiect 10) [D]. Subiectul 17 pune condiția oricărei restricții: parcarea mare la intrare funcționează *„dacă funcționează transportul în comun ca lumea"* (Subiect 17) [D].

Vizitatorii au dificultăți concrete, relatate de gazde: aparatele de plată a parcării nu primesc card, informarea este insuficientă, iar parcarea rămâne, în cuvintele gazdelor, o problemă pentru străini (atelierul 08) [D]; locurile de reședință marcate cu albastru nu sunt explicate nicăieri vizitatorului (atelierul 03) [D]. În atelierul mediului academic, conducerea OMD a estimat la aproximativ 12 minute drumul cu transportul public de la parcarea din Bartolomeu până în centru [D].

Conceptul integrator a fost formulat deja în consultare. Subiectul 13 propune ca parcarea de transfer, biletul integrat, legătura rapidă aeroport–centru–Poiana și transportul public să fie reunite într-un abonament al destinației:

> *„Și dacă am îngloba toată povestea asta într-un Brașov City Mountain Pass, da? [...] să promovăm un concept în care să spui: «Domnule, vii la Brașov, stai trei nopți, dar nu-ți trebuie autoturism».”* (Subiect 13) [D]

2.10.6. Centrul ca loc de locuit

Subiectul 19 constată că *„localnicii nu se duc și pentru că nu le mai place”* (Subiect 19) [D] și adaugă:

> „Nu mai locuiesc acolo, acuma trebuie să avem grijă cu ce se înlocuiesc.” (Subiect 19) [D]

Subiectul 22 relatează că *„foarte mulți brașoveni îmi spun că ei nu mai vin în centru în weekend deloc”* (Subiect 22) [D]. În atelierul antreprenorilor culturali, un participant preferă zona pietonală a unui cartier nou:

> *„Și eu, când ies în oraș, prefer să ies în zona [...] pe pietonală decât în centru.”* (atelierul 03) [D]

Locuitorii din Șchei cer ca problema parcărilor din cartier să fie rezolvată prin soluții adaptate specificului lui, mai multe bănci și locuri de odihnă, puncte de informare cu depozitare de bagaje și acces la toalete (atelierul 09) [D]; un student din Șchei descrie cartierul ca fiind *„mereu [...] full”*, nu doar în sezon (atelierul 12) [D].

Subiectul 18 trasează limita oricărei restricții:

> *„[...] locuitorului tu nu poți să-i impui să nu-și folosească mașina, pentru că cumva încalci niște drepturi fundamentale. Omul e proprietar acolo.”* (Subiect 18) [D]

Datele Primăriei dau dimensiunea problemei: 290 de locuri de reședință pentru 5.097 de autoturisme înmatriculate în centrul istoric [C].

2.10.7. Ordinea vizuală, terasele și spațiul public

Dezordinea vizuală a centrului este atinsă de 16 din cele 22 de interviuri, iar comunicarea vizuală a comerțului (B38) este problema numită de 17 din 24 de subiecți [C]. Terasele ocupau în 2022 o suprafață cu 55% mai mare decât cea închiriată de la Primărie (5.106 mp față de 3.289 mp)[33] [C]. Capitolele C (DC3-a, regulamentul local de publicitate) și G (DG3-a, aplicarea Ghidului teraselor) conduc pe aceste teme. Capitolul de față preia numai legătura lor cu mobilitatea: culoarul pietonal liber pe trotuare și piețe, ocupat astăzi de terase, mobilier, publicitate și autoturisme parcate, și aspectul străzilor de acces, în care *„imaginea orașului istoric pentru turiști la momentul actual înseamnă sute de mașini pe stradă”* (sesiunea OAR) [D].

2.10.8. Discontinuitatea deciziilor și acceptarea publică

Arhitecții consideră că *„nu e normal să [...] se schimbe în funcție de administrație circulația”* și cer *„un regulament pe termen mijloc”* (sesiunea OAR) [D]. Subiectul 18 recunoaște costul politic al măsurilor care schimbă obiceiurile: sunt *„lucruri cu care poate nu poți să ieși în campanie electorală imediat”* (Subiect 18) [D]. Subiectul 10 avertizează că parcarea de sub parc este unul dintre subiectele care *„polarizează instant tot felul de oameni din comunitate”* (Subiect 10) [D], iar concesiunea Titulescu a

[33] Primăria Municipiului Brașov, Ghid de amplasare a teraselor în centrul istoric al Brașovului (2023): https://brasovcity.ro/file-zone/regulamente/comert/2023/Ghid%20de%20amplasare%20a%20teraselor%20in%20centrul%20istoric%20al%20Brasovului.pdf

fost suspendată după protestul a peste 1.000 de oameni și o petiție cu peste 6.500 de semnături[34] [C]. În aceeași sesiune OAR, alți participanți apărau parcarea subterană ca fiind necesară *„de acum cel puțin 15 ani”* (sesiunea OAR) [D]. Acceptarea publică nu se obține prin decizie, ci prin ordinea măsurilor și prin ce primește orașul în schimb: spațiu public eliberat, liniște, aer mai curat [I].

2.10.9. Brașovul ca bază a regiunii

Conducerea OMD formulează obiectivul în atelierul mediului academic:

> *„una din ideile la care ne gândim este de a disipa puțin zona asta de turism care se face în centrul Brașovului, [...] să încercăm să-l aducem în întreg orașul, dacă se poate, și bineînțeles în zona metropolitană, pentru a crește durata de ședere”* (conducerea OMD, atelierul 12) [D]

Subiectul 13 descrie sejurul de trei nopți – *„o zi pentru centrul istoric, o zi pentru Poiana Brașov, o zi în care să ne prezentăm gastronomia locală”* – și leagă accesul turistic de zona metropolitană (Subiect 13) [D]. Arhitecții din sesiunea OAR propun un hub turistic cu o rază de aproximativ 70 de kilometri sau o oră și jumătate de drum (Bran, Râșnov, Prejmer, Valea Prahovei) (sesiunea OAR) [D]. Subiectul 22 dă regula de dimensionare a excursiilor: trebuie să ai ce face într-un loc *„de trei ori timpul pe care [...] durează ca să faci până acolo”* (Subiect 22) [D]; mediul de afaceri fixează ca țintă un sejur de aproximativ cinci zile (atelierul 10) [D].

Consultarea arată și limitele dispersiei. Transportul metropolitan este rar: *„dacă vrea cineva să meargă la Prejmer sau la Zărnești sau chiar și la Râșnov, sunt destul de rare autobuzele”* (atelierul 12) [D]. Branul este deja suprasolicitat: acolo *„nu mai fac față, este un uriaș cu picioare de lut”* (atelierul 11) [D]. Locuitorii cartierelor acceptă vizitatorii cu o condiție: *„dacă turistul vine în Răcădău, eu vreau liniște aici”* (conducerea OMD, atelierul 12) [D]. Aeroportul, în fine, *„exportă brașoveni ca turism”* (Subiect 22) [D]: aceeași conectivitate care aduce vizitatori îi duce pe locuitori în alte orașe dacă Brașovul nu le oferă motive să rămână.

2.11. Controversele

Am identificat cinci controverse, fiecare cu opțiunea strategiei formulată în secțiunea 7.

Locul parcării de proximitate. Parcare în sau sub centru (Subiecții 19, 15, 14) sau noduri la marginea orașului vechi, legate prin transport public (Subiecții 1, 10, 17, 18). Nu este o dispută asupra cantității, ci asupra distanței față de Piața Sfatului și asupra tipului de vizitator pe care parcarea îl selectează (scenariul S3).

Intensitatea restricției și riveranii. Scoaterea completă a autoturismelor convenționale (Subiect 18, sesiunea OAR) sau restricție de weekend cu permise (proiectul Primăriei din 2024). Toate pozițiile păstrează accesul riveranilor (scenariul S2).

Gratuitatea de weekend și comerțul din centru. O parte a operatorilor consideră că orice turist aduce venituri orașului (Subiect 2) și că Brașovul este departe de supraaglomerarea turistică (atelierul 04) [D]; Subiecții 19–20 și arhitecții din sesiunea OAR cer tarif care triază și acces restricționat. Datele (staționări scurte, trafic de căutare, vehicule din afara județului) susțin a doua poziție (scenariul S1).

[34] Concesiunea parcării subterane din Parcul Titulescu (HCL nr. 646 și 647/2026) și suspendarea proiectului: https://www.monitorulexpres.ro/2026/09/24/usr-fdgr-cere-anularea-hotararilor-privind-parcarea-subterana-din-parcul-titulescu/ ; https://www.brasov.net/o-noua-parcare-subterana-va-fi-construita-la-parcul-titulescu/ ; https://litera9.com/tag/parcare/

Parcarea sub parcurile istorice. Parcul Titulescu este pentru unii soluția care eliberează Bulevardul Eroilor de mașini, pentru alții pierderea unui spațiu verde istoric. Capitolul nu se pronunță asupra amplasamentului, ci asupra condițiilor (DMC2-d).

Dispersia: unde și cât. Dispersia în cartiere și în regiune (conducerea OMD, Subiectul 13, mediul de afaceri) și liniștea cartierelor sau capacitatea limitată a Branului (atelierele 11 și 12). Răspunsul este dispersia cu limite de capacitate pentru fiecare destinație (DMC7-d).

2.12. Sinteza diagnosticului

Din analiză rezultă opt constatări [I]:

1. Problema centrului istoric este una de volum și de comportament, nu de infrastructură lipsă: o fundătură primește, în weekendurile de vârf, un trafic pe care nu îl poate prelua, iar aproape jumătate din vehicule stau sub o oră.
2. Regimul tarifar în vigoare încurajează exact acest comportament, prin gratuitatea de sâmbătă seara până luni dimineața și printr-un tarif de 3 lei pe oră.
3. Alternativa (park and ride, parcaje, transport public) există parțial, dar nu este pusă în funcțiune ca sistem, cu tarif integrat, frecvență și informare.
4. Deciziile din ultimii trei ani au mers în aceeași direcție, dar cu instrumente schimbate de la an la an și fără o ordine asumată, ceea ce a produs respingeri, suspendări și neîncredere.
5. Vizita se concentrează în nucleul medieval; Șcheiul, turnurile, Promenada După Ziduri și Bartolomeu sunt subvizitate, deși sunt la distanță de mers pe jos.
6. Centrul își pierde locuitorii, iar o parte a brașovenilor îl evită în weekend; orice măsură trebuie să le redea centrul înainte de a-l oferi vizitatorilor.
7. Sejurul scurt și concentrarea în municipiu sunt două fețe ale aceleiași probleme: vizitatorul fără autoturism nu poate explora ușor regiunea, deși o găsește atractivă.
8. Legătura aeroportului cu orașul este veriga cea mai slabă a sosirii: o regulă legală gândită pentru alt context blochează transportul alternativ, iar transportul public și taxiurile din aeroport nu compensează lipsa lui.

2.13. Analiza SWOT

Tabelul 8. Analiza SWOT a mobilității și a centrului istoric (II.1)

Puncte tari	Puncte slabe
Centru medieval compact, parcurs pe jos în câteva ore; Piața Unirii și străzile pietonale existente ca precedent reușit [C/D]	Centrul funcționează ca fundătură, cu două accese; trafic de căutare estimat la peste 30% [C]
Experiență evaluată ca agreabilă de 95,2% dintre vizitatori [C]	96 de ore gratuite de parcare pe săptămână în Zona 0, dintre care 36 consecutive în weekend [C]
Parcarea park and ride din Bartolomeu construită (697 de locuri), parcajul Centrul Civic aprobat [C]	Alternativa nefuncțională ca sistem; transport metropolitan rar spre obiectivele regiunii [C/D]
Proiect de restricție de weekend deja elaborat de Primărie, cu permise și măsuri însoțitoare [C]	Discontinuitatea deciziilor; respingerea restricției în 2024 [C]
Regiune atractivă pentru vizitatori (Țara Făgărașului 78,9%, satele săsești 81,0%) [C]	Sejur mediu de 1,84 nopți, în scădere de 25 de ani [C]
Taxa specială pentru promovarea turistică adoptată (7 lei pe	290 de locuri de reședință pentru 5.097 de autoturisme în

Puncte tari	Puncte slabe
noapte în municipiu, 5 lei pentru Salvamont) [C]	centrul istoric [C]
Aeroport internațional în zona metropolitană, cu trafic în creștere (337.353 de pasageri în 2025) [C]	Transportul alternativ autorizat în Brașov nu poate prelua pasageri de la aeroport; linia A1 a pierdut caracterul expres [C]
Oportunități	**Amenințări**
Trenul metropolitan spre Zărnești, Râșnov, Prejmer și Sfântu Gheorghe (2029–2030) [C]	Respingerea publică a parcărilor sub parcuri și a restricțiilor, fără compensări vizibile [C/D]
Obligația legală a zonei cu emisii scăzute (Legea nr. 155/2023) [C]	Mutarea parcării în cartierele adiacente și în Șchei [I]
Aeroportul (337.353 de pasageri în 2025) și pieţele noi [C]	Supraîncărcarea Branului și a altor obiective prin dispersie necontrolată [D]
Modele europene verificate (Florența, Bologna, Pontevedra, Gent, Ljubljana, Basel) [C]	Schimbarea priorităților la fiecare mandat [D]
Propunerea legislativă în dezbatere care modifică art. 13 din OUG nr. 49/2019 [C]	Prima impresie negativă a vizitatorilor la sosire: așteptare, tarife neclare, drumuri lungi [C/D]

Sursa: secțiunile 2.1–2.12. [C/D/I]

3. Viziune 2034, poziționare și principii

3.1. Viziunea

În 2034, centrul istoric al Brașovului se parcurge pe jos. Autoturismele vizitatorilor rămân la marginea lui, în parcări integrate în oraș, iar locuitorii centrului și ai Șcheiului își păstrează accesul la propriile case.

Piața Unirii, Piața Sfatului, Parcul Central, Livada Poștei, Aleea de sub Tâmpa, Promenada După Ziduri și drumul spre Cetățuie formează o rețea continuă de spații pietonale, cu bănci, umbră, toalete publice și informare.

Brașoveanul revine în centru în weekend, pentru că acolo găsește liniște, aer mai curat și spațiu, nu coloane de mașini.

Vizitatorul ajunge cu trenul, cu avionul sau își lasă mașina într-o parcare de transfer de la intrarea în oraș. Circulă cu liniile dedicate și, de la trei nopți în sus, cu cardul oaspetelui, cu autobuzul și cu trenul metropolitan.

Din Brașov, vizitatorul pleacă dimineața spre Râșnov și Piatra Craiului, spre Prejmer și Sfântu Gheorghe, spre Țara Făgărașului sau spre Buzăul Ardelean și se întoarce seara la cazare. Brașovul câștigă a doua și a treia noapte, iar regiunea câștigă vizitatori care nu dorm la ea, dar consumă la ea.

Viziunea servește obiectivul strategiei: creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști. Mobilitatea și centrul istoric contribuie la el prin sejurul mai lung, prin vizitele din extrasezon și din zilele lucrătoare, prin vizitatorii de o zi care rămân peste noapte și prin intrarea în evidență a cazărilor neînregistrate, pe care cardul oaspetelui, emis numai de unitățile care colectează taxa specială pentru promovarea turistică, o stimulează.

3.2. Poziționarea: un centru istoric pietonal și un oraș-bază pentru regiune

Poziționarea are două componente, legate între ele. Prima privește centrul istoric: un centru locuit, pietonal în nucleu, cu acces controlat și cu parcare la margine, în care vizita înseamnă mers pe jos prin straturile orașului, nu căutarea unui loc de parcare. A doua privește regiunea: Brașovul ca bază de sejur pentru o rază de aproximativ o oră și jumătate de drum, cu transport organizat spre obiectivele ei și cu un rol asumat de coordonator regional al turismului [I].

Cele două componente se susțin reciproc. Un centru eliberat de trafic devine un loc în care vizitatorul vrea să revină seara, după excursie; o rețea regională accesibilă fără autoturism îi dă vizitatorului un motiv să rămână mai multe nopți și reduce, în același timp, numărul de mașini care intră în centru [I].

3.3. Principii directoare

Alternativa precede restricția. Nicio restricție de acces sau de parcare nu intră în vigoare înainte ca alternativa (parcare de transfer, navetă, frecvență) să funcționeze și să fie comunicată.

Prețul parcării urmează valoarea spațiului și cererea. Parcarea în centrul istoric nu este gratuită în orele de vârf turistic, iar tariful scade cu distanța față de nucleu.

Locuitorul centrului are prioritate. Accesul la locuință, abonamentul de rezident și liniștea nopții sunt condiții ale oricărei măsuri.

Fiecare loc de parcare nou la margine eliberează un loc la suprafață în centru. Parcările de proximitate se construiesc pentru a reda spațiu pietonilor, nu pentru a aduce mai multe mașini.

Construcțiile se integrează în peisajul istoric. Parcările subterane și supraterane respectă urbanismul zonei protejate și se aleg prin concurs de soluții.

Măsurile se testează, se măsoară și se ajustează. Pilotul precede permanentizarea, iar indicatorii sunt publici.

Deciziile se iau multianual. Ordinea măsurilor este aprobată o singură dată, prin hotărâre a Consiliului Local cu calendar 2027–2034, și se revizuiește la evaluarea intermediară din 2030.

Dispersia nu mută congestia. Fiecare destinație din regiune primește vizitatori în limita capacității ei.

3.4. Ce înseamnă integrarea mobilității cu centrul istoric și cu regiunea, în practică

Integrarea se realizează prin opt mecanisme, fiecare dezvoltat într-una dintre direcții:

Un regim de parcare fără gratuitate în weekend în centrul istoric, cu tarif descrescător spre margine și abonament de rezident valabil și în weekend: DMC1.

O rețea de noduri de transfer (Bartolomeu, Centrul Civic, intrările în oraș) cu tarif integrat parcare–transport public: DMC2.

Un inel zero al centrului istoric, cu acces controlat și cu o navetă electrică care leagă nodurile de nucleele centrului: DMC3.

Coridoarele pietonale care leagă Șcheiul, Piața Sfatului, Parcul Central, Livada Poștei, Aleea de sub Tâmpa, Promenada După Ziduri și Cetățuia: DMC4; conținutul lor cultural, capitolul C (DC2-h).

Centrul ca spațiu public și loc de locuit, cu ordinea vizuală din capitolele C (DC3) și G (DG3): DMC5.

Legătura expres și reglementată dintre aeroport și oraș și cardul oaspetelui, pentru sejururile de cel puțin trei nopți, ca titlu de transport pentru vizitatorul cazat, compatibil cu abonamentul integrat al destinației din capitolul P5 (D1-c): DMC6.

Circuitele regionale fără autoturism, construite pe trenul metropolitan și pe curse organizate: DMC7.

O guvernanță care ține aceeași ordine a măsurilor peste mandate și care face din Brașov coordonatorul turistic al regiunii: DMC8.

4. Direcții strategice

Fiecare direcție are aceeași structură: constatarea care o fundamentează, obiectivul, măsurile, actorii responsabili și orizontul. Măsurile sunt formulate la nivelul de detaliu al unei strategii; dimensionarea tehnică și financiară revine etapei de planificare operațională. Marcajul [D] indică măsurile preluate din propunerile stakeholderilor; [I] indică măsurile derivate de echipă din diagnostic sau propuse de managementul de proiect.

DMC1. Politica de parcare: fără gratuitate în weekend în centrul istoric

Constatare. Parcarea în Zona 0 este gratuită 96 de ore pe săptămână, dintre care 36 consecutive în weekend, iar tariful de 3 lei pe oră nu s-a schimbat din 2017 [C]. Traficul de căutare depășește 30%, iar 36% dintre vehicule stau sub 20 de minute [C]. Proiectul de regulament din septembrie 2026 elimină gratuitatea de duminică și introduce un tarif de weekend de 10 lei pe oră, dar lasă gratuit intervalul 22:00–08:00, inclusiv nopțile de vineri și sâmbătă, și tratează centrul istoric la fel ca Poiana, gara sau Grădina Zoologică [C/I].

Obiectiv. Din 2027, în Zona 0 – centrul istoric nu există nicio oră gratuită în weekend pentru nerezidenți, iar tariful de weekend este cel mai ridicat din oraș. Până în 2028, ocuparea parcărilor publice din centru în weekend se stabilizează la aproximativ 85%, astfel încât să existe permanent locuri libere și traficul de căutare să scadă.

Măsuri.

- (a) **Eliminarea gratuității de weekend în centrul istoric.** Amendarea proiectului de regulament astfel încât, în centrul istoric, plata să se aplice de vineri de la ora 20:00, când se încheie astăzi, până luni la ora 08:00 fără întrerupere, când reîncepe regimul zilelor lucrătoare (indicator: nicio gratuitate de weekend în centrul istoric), iar în celelalte nopți ale săptămânii plata urmează regula generală (Subiecții 19, 20; managementul de proiect) [D/I].
- (b) **Subzonarea Zonei 0.** Centrul istoric devine o subzonă tarifară distinctă de Poiana Brașov, de zona gării, de Lacul Noua și de Grădina Zoologică, care au alt profil al cererii (corelare cu P5, D1-g) [I].
- (c) **Tarif descrescător cu distanța și crescător cu durata.** Tarif maxim în nucleu, mai mic la marginea centrului, minim la nodurile de transfer; tarif progresiv după a doua oră, după modelul declarat de administrație[35] (Subiect 2) [D/I].

[35]Intenția administrației de a majora tarifele din centrul istoric și din Poiana, cu tarif crescător după durata staționării: https://economedia.ro/?p=270614

- (d) **Abonamentul de rezident valabil și în weekend.** Locuitorii centrului istoric și ai Șcheiului primesc un abonament valabil șapte zile din șapte, care nu se acordă pentru unitățile de cazare; abonamentul lunar din proiect, valabil numai în zilele lucrătoare, pentru cei care lucrează în centru, se păstrează fără a fi extins, în linie cu obiectivul Primăriei de a descuraja deplasarea cu autoturismul la locul de muncă din centru [I].
- (e) **Plata accesibilă vizitatorului.** Plata cu cardul și prin aplicație la toate aparatele, informare în cel puțin trei limbi la intrările în centru și explicarea, în aceleași limbi, a locurilor de reședință marcate cu albastru (atelierele 03 și 08) [D].
- (f) **Măsurarea ocupării și ajustarea anuală a tarifelor.** Senzori sau numărători în parcările publice din centru, prevăzuți deja de proiectul Primăriei din 2024[36]; tarifele se ajustează anual după ocupare, cu ținta de aproximativ 85% [C/I].
- (g) **Destinația veniturilor.** Veniturile suplimentare din parcarea din centrul istoric finanțează, prin hotărâre a Consiliului Local, naveta inelului zero (DMC3-d) și amenajarea spațiului public eliberat (DMC4) [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local (decizie); Poliția Locală (control); OMD Brașov (comunicare către vizitatori, operatori și platforme de rezervare). **Orizont.** (a), (b), (d), (e): 2027; (c), (f), (g): 2027–2028.

DMC2. Parcarea de proximitate și transferul: alternativa înaintea restricției

Constatare. Parcarea park and ride din Bartolomeu (697 de locuri) este construită, iar consultarea o descrie ca nefuncțională; parcajul din Centrul Civic (659 de locuri) are indicatorii aprobați; concesiunea de sub Parcul Titulescu este suspendată; nodurile de la intrările dinspre București, Bacău și Târgu Mureș sunt anunțate din 2023 [C/D]. Consultarea cere parcarea la limita exterioară a centrului istoric și noduri radiale cu navetă (sesiunea OAR; Subiecții 1, 10, 18) [D].

Obiectiv. Până în 2028, orice vizitator care vine cu autoturismul are o parcare de transfer la cel mult 15 minute de Piața Sfatului, cu tarif integrat cu transportul public și cu informare în timp real. Până în 2031, fiecare loc de parcare nou din proximitatea centrului corespunde unui loc eliminat de la suprafață din centrul istoric.

Măsuri.

- (a) **Punerea în funcțiune a parcării park and ride din Bartolomeu**, cu bilet integrat parcare–transport public pentru toți ocupanții autoturismului și cu navetă directă spre centru în weekend (conducerea OMD, atelierul 04; sesiunea OAR) [D]; parcarea este nucleul hubului intermodal Bartolomeu – gara, stațiile de autobuz, viitoarea stație a trenului metropolitan, piața și biserica Sfântul Bartolomeu, primul subcentru de cartier refăcut (capitolul C, DC7-k) [I].
- (b) **Rețeaua radială de noduri de transfer.** Nodurile anunțate la intrările dinspre București, Bacău și Târgu Mureș, nodul Noua și regimul de park and ride din terminalele RATBV, legate de centru prin linii de mare frecvență în weekend (sesiunea OAR) [D/C].

[36]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–10 și art. 19: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RZE2024/04.%20Anexa%201%20-%20Regulament.pdf

- (c) **Parcajul subteran din Centrul Civic**, cu legătura rapidă spre centrul istoric anunțată de administrație[37] [C]. Rezerva Subiectului 18 (*„în Centrul Civic deja [...] aduci mașinile în centru”*) se rezolvă prin tarif: parcajul servește în primul rând locuitorii și angajații zonei civice, iar vizitatorul de weekend este direcționat spre nodurile de margine [D/I].
- (d) **Parcările de proximitate la limita exterioară a zonei protejate.** Orice parcare de proximitate (Titulescu, zona Prefecturii, Graft–După Ziduri sau alternativele evaluate de Primărie împreună cu OAR[38]) se realizează numai cu patru condiții, înscrise în documentația de atribuire: eliminarea unui număr echivalent de locuri de parcare la suprafață în centrul istoric, cu calendar; amenajarea suprafețelor eliberate ca spațiu public; soluție arhitecturală aleasă prin concurs și avizată de Comisia Zonală a Monumentelor Istorice; consultare publică înaintea deciziei, nu după ea [I]. Nicio parcare nouă nu se construiește în nucleul medieval [I].
- (e) **Parcarea riveranilor.** Soluții adaptate Șcheiului și străzilor din centrul istoric: parcări dedicate exclusiv riveranilor, propuse de arhitecții din sesiunea OAR, și includerea parcărilor din centrul istoric în regulamentul parcărilor de reședință, cerută în dezbaterea publică din 2026 (atelierul 09; sesiunea OAR)[39] [D/C].
- (f) **Locuri contractate pentru unitățile de cazare.** Hotelurile și gazdele din centrul istoric fără parcare proprie pot contracta locuri pentru oaspeți în parcările de proximitate; contractul este condiția permisului temporar de acces pentru sosirea oaspeților (DMC3-a) [I].
- (g) **Informarea în timp real.** Panouri la intrările în oraș, pe autostradă și pe drumurile naționale și o aplicație care arată locurile libere din fiecare nod (Subiect 15), prevăzute deja de proiectul Primăriei din 2024[40] [D/C].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local; RATBV și asociația metropolitană de transport public; Ordinul Arhitecților – Filiala Brașov (concursuri); Direcția Județeană pentru Cultură (avize); OMD Brașov (informare). **Orizont.** (a), (g): 2027; (b), (e), (f): 2027–2029; (c): 2027–2029; (d): decizie 2027–2028, execuție 2028–2031.

DMC3. Accesul controlat în centrul istoric și inelul zero

Constatare. Primăria a elaborat în 2024 un regulament complet de acces controlat în weekend, cu permise pentru rezidenți și pentru serviciile esențiale, respins de Consiliul Local în lipsa alternativei [C]. Legea nr. 155/2023 cere municipiului o zonă cu emisii scăzute[41] [C]. Consultarea susține restricția și păstrează accesul riveranilor (Subiecții 1, 10, 15, 18; sesiunea OAR) [D]. Autocarele turistice nu au un regim propriu în proiectul din 2024, iar hotelierii constată că interzicerea autocarelor în Șchei a tăiat

[37]Parcajul subteran din Centrul Civic, 659 de locuri, HCL nr. 351/2025: https://brasovcity.ro/ro/consiliul_local/consultare_registru_hcl/2025/0/0/360 ; https://bizbrasov.ro/2025/05/30/santier-parcare-centru-civic-brasov/

[38]Evaluarea variantelor de parcare din centrul istoric de către Primărie și Ordinul Arhitecților, inclusiv varianta de sub Tâmpa: https://www.brasov.net/primaria-brasov-si-ordinul-arhitectilor-solutii-noi-pentru-traficul-si-parcarile-din-centrul-istoric/

[39]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului de atribuire și folosire a locurilor din parcările de reședință (2026), raportul de specialitate și minuta întâlnirii publice: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RParcari2026/04.%20Raport%20de%20specialitate.pdf ; https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RParcari2026/10.%20Minuta%20intalnirii%20publice.pdf

[40]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–10 și art. 19: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RZE2024/04.%20Anexa%201%20-%20Regulament.pdf

[41]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–10 și art. 19: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RZE2024/04.%20Anexa%201%20-%20Regulament.pdf

accesul seniorilor la Prima Școală Românească (atelierul 04) [D]; grupurile organizate și seniorii au nevoie de o alternativă înainte de orice excludere [I].

Obiectiv. Din 2028, după punerea în funcțiune a nodurilor de transfer și a navetei, accesul auto în centrul istoric este restricționat în weekend și în zilele de sărbătoare pentru nerezidenți; până în 2031, restricția acoperă și serile de vineri și sâmbătă din sezonul turistic.

Măsuri.

- (a) **Zona cu acces controlat.** Reluarea regulamentului elaborat de Primărie în 2024 (perimetrul dintre Bulevardul Eroilor, strada Constantin Dobrogeanu Gherea, Drumul Poienii, Pietrele lui Solomon și Tâmpa), cu permisele prevăzute pentru rezidenți, aparținători, servicii de urgență și de utilitate publică, transport public, taxiuri, livrări, persoane cu dizabilități și unități de cazare cu parcare proprie sau contractată[42] [C/I]. Autocarele turistice sunt excluse explicit din zona cu acces controlat și din Șchei: parchează la nodurile de transfer (Bartolomeu, cu 12 locuri pentru autocare; Centrul Civic) și folosesc puncte de îmbarcare și de debarcare la marginea zonei, iar grupurile și seniorii ajung în centru și în Șchei cu liniile dedicate (g); excluderea și alternativa intră în vigoare împreună [I].
- (b) **Calendarul restricției.** Restricția intră în vigoare după îndeplinirea a trei condiții verificabile: nodul Bartolomeu funcționează cu navetă de weekend; tariful integrat este în vigoare; informarea în timp real funcționează. Evaluarea juridică a Primăriei precede măsura (DMC3-f) [I].
- (c) **Ferestre de livrare și puncte de descărcare** pentru comerț și restaurante, cu banda de livrări de pe Mureșenilor eliberată de staționări, problemă consemnată de Primărie[43] [C/I].
- (d) **Inelul zero.** O navetă electrică circulară, cu frecvență de 10 minute în weekend, care leagă nodurile de transfer și parcajele de margine de nucleele centrului (Piața Unirii, Piața Sfatului, Livada Poștei și Parcul Șefilor, După Ziduri, Prund și Sfântul Ioan, Piața Enescu); gratuitatea navetei pentru locuitori și turiști este propunerea managementului de proiect, tratată în scenariul S4 [I]. Nucleele corespund celor din capitolul G (DG3-g).
- (e) **Mobilitate pentru vârstnici și persoane cu mobilitate redusă**: vehicule electrice mici, gratuite, în zona pietonală, după modelul Kavalir din Ljubljana[44] [C/I].
- (f) **Evaluarea juridică**: temeiul restricției (Legea nr. 155/2023 și reglementările rutiere), regimul permiselor și al datelor colectate de camere, în sarcina Primăriei, înaintea adoptării [I].
- (g) **Liniile dedicate spre centru și Șchei, pe trasee existente.** Trei linii pe infrastructura RATBV de astăzi, fără investiții noi: linia 4, Terminal Gară – centru – Pe Tocile (Șchei), cu întoarcere la Pietrele lui Solomon; o linie Livada Poștei – Piața Sfatului – Piața Unirii – Pietrele lui Solomon; un circuit Centrul Civic (Camera de Comerț) – Primărie – Livada Poștei – Piața Sfatului – Maternitate –

[42]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–10 și art. 19: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RZE2024/04.%20Anexa%201%20-%20Regulament.pdf

[43]Primăria Municipiului Brașov, proiectul Regulamentului privind restricționarea accesului auto în Zona cu Nivel Scăzut de Emisii din centrul istoric (2024), art. 1–10 și art. 19: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/RZE2024/04.%20Anexa%201%20-%20Regulament.pdf

[44]Visit Ljubljana, vehiculele electrice gratuite Kavalir din centrul orașului: https://www.visitljubljana.com/en/visitors/travel-information/getting-around/kavalir-getting-around-the-city-centre-by-electric-car ; https://urbanizehub.com/ljubljana-european-green-capital-2016/

Piața Unirii – Prund – Pietrele lui Solomon și înapoi, pe modelul liniei 50[45] [C]; precedentul este linia turistică 61 din 2019, cu ecrane de informare în română, engleză și franceză[46] [C]. Liniile au vehicule accesibile persoanelor cu mobilitate redusă și rezolvă accesul seniorilor și al grupurilor la Prima Școală Românească și la Șchei (atelierul 04; C, DC5-i) [D/I]; pot funcționa din 2027, înaintea navetei electrice a inelului zero (d), pe care o completează sau o înlocuiesc, după evaluarea din scenariul S4. Strategia sugerează, fără a o impune ca măsură, ca liniile să fie gratuite pentru toți, locuitori și vizitatori, și ca Primăria să adauge, dacă decide, linia gratuită de tip circuit și legătura din gară spre Șchei și Pietrele lui Solomon; sursa unei asemenea gratuități nu ar fi taxa de promovare turistică (DMC6-a), ci veniturile parcării centrului și bugetul local, prin evaluarea Primăriei [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local; Comisia de circulație; Poliția Locală; RATBV; OMD Brașov (cardul oaspetelui). **Orizont.** (c), (e), (f), (g): 2027; (a), (b), (d): 2028–2029; extinderea serilor din sezon: 2030–2031.

DMC4. Coridoarele pietonale și promenadele orașului vechi

Constatare. Piața Unirii a fost pietonalizată fără probleme de trafic (Subiect 1) [D]; vizitarea Șcheiului (49,4%), a Turnului Alb (44,1%), a Promenadei După Ziduri (36,5%) și a Bisericii Sfântul Bartolomeu (33,0%) este mult sub cea a nucleului [C]; în afara centrului vechi, infrastructura este *„spre mașină”* (sesiunea OAR) [D]. Culoarul Parcul Central–Cetățuie nu este descris în consultare [I].

Obiectiv. Până în 2031, cinci coridoare pietonale continue leagă nucleul de Șchei, de Tâmpa, de După Ziduri, de Livada Poștei și Prefectură și de Cetățuie; până în 2034, ponderea vizitatorilor care ajung în Șchei și pe Promenada După Ziduri crește la cel puțin 60%, respectiv 50%.

Măsuri.

- (a) **Pilotul „Weekend pietonal”**, după modelul T-Days din Bologna[47]: o axă stabilită de Primărie împreună cu OAR devine pietonală de sâmbătă dimineața până duminică seara, cu navetă din nodurile de transfer, acces pentru persoanele cu dizabilități pe străzile laterale și evenimente mici cu oră fixă; pilotul este evaluat după un an (trafic, încasări ale comercianților, satisfacția locuitorilor) [C/I]. Subiectul 1 avertizează că o pietonalizare de weekend fără program a eșuat deja o dată [D].
- (b) **Coridorul Șchei – Piața Unirii – Poarta Șchei – Piața Sfatului**, cu prioritate pietonală, bănci și locuri de odihnă, cerute de locuitorii din atelierul 09 [D].
- (c) **Coridorul Piața Sfatului – Parcul Central – Livada Poștei – Prefectură**, cu traversarea pietonală continuă a Bulevardului Eroilor și cu spațiul eliberat de parcarea de suprafață (DMC2-d) [I].
- (d) **Aleea de sub Tâmpa** ca promenadă continuă între bastioane și Piața Sfatului, cu studiul propunerii de refacere a luciului de apă al fostului șanț (Subiect 14) [D].

[45] Biz Brașov, 16 aprilie 2026, liniile RATBV 4, 50 și 52 și capetele lor (Terminal Gară, Camera de Comerț, Pe Tocile, Piața Unirii, Pietrele lui Solomon): https://bizbrasov.ro/2026/04/16/ratbv-capacitate-transport-linii-frecventa/

[46] Agerpres, 6 mai 2019, linia turistică 61 a RATBV (traseul Livada Poștei – Piața Sfatului – Biserica Neagră – Piața Unirii – Aleea Brediceanu – Primărie; ecrane de informare în română, engleză și franceză): https://agerpres.ro/administratie/2019/05/06/brasov-biserica-neagra-inclusa-ca-statie-pe-traseul-de-interes-cultural-artistic--302287

[47] Comune di Bologna, T-Days, pietonalizarea de weekend a axei centrale: https://www.comune.bologna.it/novita/comunicati-stampa/t-days-di-nuovo-centro-arrivare-e-facile-al-la-campagna-di-comunicazione ; https://www.fondazioneinnovazioneurbana.it/en/bologna-3/34-dinuovoincentro/522-12-maggio-tdays-permanenti

- (e) **Promenada După Ziduri – Turnul Alb – Turnul Negru – Parcul Șefilor**, cu legătura spre Livada Poștei și cu podul pietonal de la Graft spre Turnul Alb (Subiect 14; managementul de proiect) [D/I]; conținutul patrimonial al promenadei este în capitolul C (DC2-h).
- (f) **Coridorul Parcul Central – Cetățuie**, pe Dealul Cetății, ca propunere a echipei: traseu pietonal de suprafață, amenajat după stabilirea funcțiunii Cetățuii; legătura mecanică și tunelul istoric, apărute în consultare, nu sunt reținute (scenariul S6) [I].
- (g) **Străzile cu benzi reduse și trotuare lărgite**: strada Lungă, Bisericii Române, axa Titulescu – Operă – Filarmonică (Subiect 1), cu protecție împotriva revenirii la configurația anterioară prin calendarul multianual al ordinii măsurilor (DMC8-c) [D/I].
- (h) **Siguranța pietonului**: limita de 30 km/h există astăzi pe tronsonul de 600 m al Străzii Lungi, fără a fi aplicată; ea se extinde la tot centrul istoric și la Șchei și se aplică efectiv, cu control al vitezei, în cooperare cu Poliția Rutieră, cu patrule ale Poliției Locale și cu limitatoare fizice (carosabil îngustat, traseu șerpuit, pavaj), cu numărul sancțiunilor și viteza medie măsurată raportate anual, și cu control constant pe Lungă, Carierelor și De Mijloc (Subiect 17); în 2012–2022, 40% dintre accidentele din centrul istoric au fost loviri de pietoni [C/D].
- (i) **Semnalizare pietonală unitară**, cu timpi de mers, în corelare cu traseele patrimoniale ale capitolului C. Fiecare intervenție nouă pe coridoare urmează codul de design al mobilierului urban și al signalisticii prin care spațiul public spune povestea orașului: stâlpii de protecție a trotuarelor, plăcuțele cu numerele imobilelor și indicatoarele străzilor poartă simbolurile zonei, de exemplu buzduganul Junilor în Șchei, după modelul existent al Străzii Cerbului, unde fiecare număr de casă poartă un cerb (măsura S5-a din Volumul I) [I].
- (j) **Străzile partajate**: regimul de zonă rezidențială din Codul rutier (viteză la pas, prioritatea pietonilor pe toată lățimea străzii) pentru Șchei și pentru străzile de locuit ale centrului istoric și regimul de zonă pietonală pentru coridoare, ambele cu semnalizarea legală existentă și cu geometrie care impune viteza (carosabil îngustat, traseu șerpuit, pavaj); treaptă intermediară a principiului „alternativa precede restricția” (secțiunea 3.3), fără investiții noi [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov; Ordinul Arhitecților – Filiala Brașov; Direcția Județeană pentru Cultură; administratorul ariei protejate Tâmpa; OMD Brașov (pilotul și comunicarea). **Orizont.** (a): pilot 2027–2028, permanentizare 2029; (b), (c), (i): 2027–2030; (h), (j): 2027; (d), (e), (g): 2028–2031; (f): studiu 2027–2028, execuție după restaurarea Cetățuii.

DMC5. Centrul istoric ca spațiu public și loc de locuit

Constatare. Centrul își pierde locuitorii, iar o parte a brașovenilor îl evită în weekend (B4: 7 subiecți, 5 ateliere; B22: 8 subiecți, 4 ateliere) [C]. Centrul are 290 de locuri de reședință pentru 5.097 de autoturisme și numai câteva magazine alimentare [C]. Dezordinea vizuală (B3, B38) și terasele care ocupă cu 55% mai mult decât suprafața închiriată degradează culoarele pietonale [C].

Obiectiv. Până în 2030, centrul istoric are un responsabil unic în Primărie, servicii de bază pentru locuitori și vizitatori și culoare pietonale libere pe toate străzile coridoarelor; până în 2034, numărul locuitorilor centrului nu mai scade.

Măsuri.

- (a) **Serviciile de bază ale spațiului public**: toalete publice, bănci și umbră, puncte de informare cu depozitare de bagaje în Piața Sfatului, la Livada Poștei și la nodurile de transfer (atelierul 09) [D].
- (b) **Culoarul pietonal liber minim** pe toate străzile coridoarelor, aplicat prin Ghidul de amplasare a teraselor (G, DG3-a) și prin regulamentul local de publicitate (C, DC3-a). Mobilierul urban și signalistica noi din spațiul public urmează același cod de design, cu simbolurile zonei, prin care spațiul public spune povestea orașului (măsura S5-a din Volumul I) [C/I].
- (c) **Responsabilul centrului istoric**, în cadrul structurilor existente ale Primăriei, ca administrator al spațiului comun, cu un plan anual al centrului (curățenie, iluminat, terase, evenimente, aprovizionare) și cu două atribuții: locuitorii (parcare, liniște, servicii) și vizitatorii (fluxuri, informare, ordine) (Subiect 1) [D]. Funcția nu este o structură nouă de administrare, ci un punct unic de coordonare, pe modelul administrării integrate a unui spațiu comercial, aplicat domeniului public; Codul comunicării comerciale la nivel stradal (capitolul C, DC3-i) îi dă planșele pe care le aplică [I].
- (d) **Recensământul locuitorilor centrului istoric**, repetat la trei ani, ca instrument de măsurare a depopulării (Subiect 10; tema C16) [D].
- (e) **Funcțiunea rezidențială**: comerțul de proximitate pentru locuitori și legătura cu reglementarea închirierilor pe termen scurt din prioritatea P6, astfel încât unitățile de cazare să nu concureze locuitorii pentru parcările de reședință (DMC1-d, DMC2-f) [I].
- (f) **Redistribuirea consumului** spre nucleele adiacente, prin coridoare și prin naveta inelului zero (G, DG3-g; C, DC3-e) [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov (urbanism, spațiu public, responsabilul centrului); Poliția Locală; OMD Brașov; asociațiile locuitorilor. **Orizont.** (a), (b), (c): 2027–2028; (d): 2027, 2030, 2033; (e), (f): 2027–2030.

DMC6. Transportul public, legătura cu aeroportul și cardul oaspetelui

Constatare. Numai trei linii de transport public intră în centrul istoric [C]; liniile metropolitane spre obiectivele turistice circulă rar (atelierul 12) [D]; aeroportul și gara nu au legătură feroviară (Subiect 10) [D]. Legătura dintre aeroport și oraș s-a degradat: transportul alternativ autorizat în Brașov nu mai poate prelua pasageri de la aeroport, linia A1 a pierdut caracterul expres, iar călătorii relatează tarife de taxi necontrolate (secțiunea 2.5) [C/D]. În consultare a fost formulat conceptul unui abonament al destinației pentru sejururi de trei nopți fără autoturism (Subiect 13) [D], preluat în capitolul P5 (D1-c). Taxa specială pentru promovarea turistică, de 7 lei pe turist și noapte în municipiu și de 5 lei pentru Salvamont, a fost adoptată la 22 decembrie 2025 și se aplică de la 1 ianuarie 2026[48] [C]. La Basel, fiecare oaspete care plătește taxa de sejur a orașului primește transport public gratuit pe durata sejurului, inclusiv transferul de la aeroport sau gară[49] [C]. Semnalizarea cu text a orașului – de orientare, de informare, plăcuțele stradale, panourile și automatele parcărilor – este numai în română, cu excepția ecranelor trilingve ale liniei turistice din 2019, iar piața gării, prima imagine a orașului pentru cine sosește cu trenul, nu are un punct de informare turistică [C/I].

[48]Taxa specială pentru promovarea turistică în municipiul Brașov și în Poiana Brașov, adoptată de Consiliul Local Brașov la 22 decembrie 2025: https://www.profit.ro/stiri/social/ultima-ora-taxa-pe-zi-majorata-puternic-pentru-turisti-in-brasov-si-poiana-brasov-22283033

[49]Basel Tourismus, BaselCard și taxa de sejur a orașului: https://www.basel.com/en/baselcard ; https://www.basel.com/en/tourist-information/city-tax

Obiectiv. Imediat, până la sezonul de vară 2027, călătorul care aterizează la Brașov are trei opțiuni sigure și previzibile spre oraș: o linie expres corelată cu toate sosirile, o stație de taxi reglementată, cu tarif afișat și controlat, și informare clară la sosire; până în 2028, legislația permite transportului alternativ autorizat în Brașov preluarea de la aeroport. Din 2027, liniile dedicate spre centrul istoric funcționează pe trasee existente, cu sugestia ca ele să fie gratuite pentru toți, locuitori și vizitatori; din 2028, turistul cazat legal cel puțin trei nopți circulă gratuit cu transportul public urban pe durata sejurului și cu tarif redus pe liniile metropolitane; din 2030, cardul include trenul metropolitan.

Măsuri.

- (a) **Cardul oaspetelui**, emis la sosire de unitățile de cazare care colectează taxa specială pentru promovarea turistică, pentru turiștii cazați legal cel puțin trei nopți: transport public urban gratuit pe toată durata sejurului și tarif redus pe liniile metropolitane (apropiat de un leu pe călătorie), prin contract între Primărie, RATBV și asociația metropolitană de transport public; cardul este componenta de transport a abonamentului integrat al destinației din capitolul P5 (D1-c) [C/I]. Pragul de trei nopți leagă cardul de obiectivul sejurului; cardul nu poate fi finanțat din taxa de promovare turistică, iar sursa de finanțare se stabilește prin evaluarea juridică și financiară a Primăriei, înaintea lansării (scenariul S5). Pentru toți, locuitori și vizitatori, transportul gratuit există pe liniile dedicate spre centru (DMC3-g).
- (b) **Linia A1 ca linie expres, măsură urgentă.** Revenirea la formatul de lansare din 2023, cu opriri numai la gară, Livada Poștei, Gara Bartolomeu și Terminalul Municipal, cu program corelat cu toate sosirile, inclusiv cu cele de seară, cu plata cu cardul la bord și cu informare multilingvă; cartierele și zonele de lucru deservite astăzi de A1 primesc o linie separată (Subiect 10) [D/I].
- (c) **Stațiile ca puncte de informare**: hărți cu poziția utilizatorului, informare în cel puțin trei limbi, coduri QR (Subiect 10; atelierele 03 și 09) [D].
- (d) **Frecvența de weekend spre obiectivele turistice**: Râșnov, Zărnești, Bran, Prejmer, Hărman, cu curse corelate cu programul obiectivelor (atelierul 12) [D].
- (e) **Bicicleta și micromobilitatea**: rețea continuă de piste sigure între cartiere și centru și între subcentrele de cartier (capitolul C, DC7-k), legată de rețeaua velo de familie spre pădurile-parc (capitolul P3, D1-d), parcări pentru biciclete la nodurile de transfer și în gări, după acțiunile planului județean HINGE[50] (atelierul 12; sesiunea OAR) [C/D].
- (f) **Stația de taxi reglementată la aeroport, măsură urgentă.** Aprobarea regulamentului de acces discutat de conducerea aeroportului, cu locuri de așteptare pentru taxiurile autorizate în Brașov, permise de Legea nr. 38/2003, și pentru cele autorizate în Ghimbav; afișarea în sala de sosiri a tarifelor fiecărei companii și a unui cost orientativ până la gară și până în centrul istoric; controale periodice ale autorității de autorizare și ale Poliției Locale privind respectarea interdicției de a practica tarife mai mari decât cel afișat pe portieră[51] [C/I].
- (g) **Informarea călătorului la sosire, măsură urgentă.** Panouri în sala de sosiri, pagina aeroportului și mesajele de confirmare ale unităților de cazare explică, în română și în engleză,

[50]Consiliul Județean Brașov (cu Civitta), „Planul Strategic de Acțiune HINGE", decembrie 2023, elaborat în proiectul HINGE pentru intermodalitatea bicicletă–transport public, finanțat prin Inițiativa Europeană pentru Climă (EUKI): acțiunile privind linia 20B Poiana Brașov–Râșnov și gara Râșnov: https://www.euki.de/en/euki-projects/hinge-bike-intermodality/

[51]Legea nr. 38/2003 privind transportul în regim de taxi și în regim de închiriere, art. 24[1]: transportul între localitatea de autorizare și aeroporturile situate în afara acesteia și interdicția tarifelor superioare celui afișat: https://legeaz.net/legea-38-2003-taximetriei/art-24 ; https://www.euroavocatura.ro/legislatie/1254/Legea_taximetriei,_Actualizata_2017__Legea_38_2003/page/7

opțiunile legale de transport spre oraș, tarifele și locurile de preluare; OMD Brașov preia aceleași informații în comunicarea destinației [I].

- (h) **Derogarea pentru aeroporturi în legislația transportului alternativ.** Inițiativă pe care alte autorități publice, Primăria Municipiului Brașov, Primăria orașului Ghimbav și OMD Brașov o pot susține, pe căile de inițiativă legislativă prevăzute de lege, pentru completarea art. 13 alin. (4) din OUG nr. 49/2019 cu o prevedere similară celei din Legea nr. 38/2003, care permite curse permanente între localitatea de autorizare și aeroporturile situate în afara acesteia, sau pentru extinderea regulii aplicate în regiunea București-Ilfov la zonele metropolitane cu aeroport; propunerea legislativă aflată în dezbatere la Senat, care modifică același articol, oferă cadrul procedural al unui amendament[52] [C/I].
- (i) **Soluția de tranziție.** Până la modificarea legii, evaluarea juridică, de către administratorul aeroportului, a soluțiilor disponibile în cadrul actual: autorizarea în Ghimbav a unor operatori de transport alternativ, curse de transfer contractate de aeroport, cu tarif fix, și un punct de preluare cu acces scurt pentru autoturismele private [I].
- (j) **Semnalizarea în limba engleză, alături de română, în tot orașul.** Toate panourile cu text instalate de municipiu – de orientare, de informare, turistice și culturale, pietonale, plăcuțele cu numele străzilor și, cu prioritate, semnalizarea parcărilor: panourile de intrare, instrucțiunile de plată, automatele și aplicația, panourile adiționale ale indicatoarelor de reglementare din zona cu acces controlat – sunt în română și în engleză, în limita standardului de semnalizare rutieră, în care indicatoarele de reglementare rămân pictograme fără text, cu avizul Comisiei de circulație și al Poliției Rutiere[53] [C/I]. Regula acoperă tot orașul; aplicarea începe în piața gării, aflată în proprietatea Primăriei – panouri în limba engleză, alături de română, și un chioșc de informare turistică al OMD la gară, cu hărți, cu agenda și cu cardul oaspetelui – continuă la parcările de transfer și din centru, pe coridoarele pietonale (DMC4), în zonele pietonale și în Șchei, și se încheie cu plăcuțele stradale și cu panourile din cartiere; codul de design al signalisticii (S5-a) dă forma, iar această măsură dă limbile [I]. Argumentul este obiectivul strategiei: atragerea turiștilor internaționali, cei care aduc creșterea în valoare și durata șederii, cere siguranță și sentimentul de bună primire în spațiul public, nu doar în aeroport [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov; RATBV și asociația metropolitană de transport public; alte autorități publice; unitățile de cazare; OMD Brașov (cardul, comunicarea, chioșcul de informare); pentru semnalizare, Primăria (piața gării, parcările, plăcuțele), Comisia de circulație și Poliția Rutieră; pentru legătura cu aeroportul, administratorul aeroportului, Primăria orașului Ghimbav, Autoritatea Rutieră Română și Poliția Locală. **Orizont.** (b), (f), (g): imediat, până la sezonul de vară 2027; (h): inițiativă în 2027; (i): 2027; (a): pilot 2027–2028 pe rețeaua RATBV, extindere la tren 2030; (c): 2027–2028; (d): 2027; (e): 2027–2031; (j): piața gării și parcările 2027, zona centrală și Șchei 2028–2029.

DMC7. Brașovul ca bază a regiunii: dispersia fluxurilor și prelungirea șederii

Constatare. Durata medie a sejurului este de 1,84 nopți și scade de 25 de ani [C]. Vizitatorii Brașovului găsesc atractivă regiunea (Țara Făgărașului 78,9%, satele și bisericile fortificate 81,0%, munții 81,8%),

[52]Propunerea legislativă B424/2026 de modificare a art. 13 din OUG nr. 49/2019, înregistrată la Senat la 29 iunie 2026: https://www.dcbusiness.ro/reguli-noi-pentru-uber-si-bolt-ce-masini-ar-putea-disparea-de-pe-platforme_694688.html

[53]Cadrul semnalizării rutiere din România: Convenția de la Viena asupra semnalizării rutiere (1968), HG nr. 1391/2006 și standardul SR 1848 (revizuit în 2024); indicatoarele de reglementare sunt pictograme fără text, textul apare pe panourile adiționale, pe indicatoarele de orientare și pe cele de informare turistică și culturală (sinteză secundară): https://en.wikipedia.org/wiki/Road_signs_in_Romania

dar numai 41,0% au vizitat bisericile fortificate din apropiere, iar Vama Buzăului este necunoscută pentru 46,2% dintre ei [C]. Trenul metropolitan (TM2: Codlea – Aeroport – Bartolomeu – Hărman – Prejmer – Sfântu Gheorghe; TM3: Zărnești – Râșnov – Cristian – Bartolomeu – Gara Brașov – Dârste) are termen 2029–2030[54] [C]. Branul este deja suprasolicitat (atelierul 11) [D].

Obiectiv. Până în 2030, durata medie a sejurului în municipiu ajunge la cel puțin 1,93 nopți, iar până în 2034 la cel puțin 2,0 nopți, cu 2,2 ca prag al ambiției; până în 2030, vizitatorul cazat în Brașov are cel puțin șase circuite regionale de o zi accesibile fără autoturism.

Măsuri.

- (a) **Circuitele de o zi fără autoturism**, construite pe trenul metropolitan și pe curse organizate, cu întoarcere seara la cazare în Brașov: Râșnov – Zărnești – Piatra Craiului (TM3); Hărman – Prejmer – Sfântu Gheorghe (TM2); Țara Făgărașului; Buzăul Ardelean și Vama Buzăului; Bran, cu limită de capacitate; Viscri și Rupea [I]. Fiecare circuit respectă regula *„de trei ori timpul”* drumului (Subiect 22) [D].
- (b) **Produsul „trei nopți fără mașină”**: o zi în centrul istoric, o zi în Poiana sau pe munte, o zi în regiune, cu cardul oaspetelui și cu circuitele, vândut de OMD Brașov prin unitățile de cazare și prin agenții (Subiect 13) [D].
- (c) **Stațiile trenului metropolitan ca porți ale regiunii**: informare turistică, parcări pentru biciclete și conexiuni cu obiectivele, în corelare cu acțiunile planului HINGE pentru gara Râșnov[55] [C/I].
- (d) **Limitele de capacitate ale destinațiilor regionale**, stabilite împreună cu administrațiile locale, cu dirijarea fluxurilor spre obiectivele mai puțin încărcate; dispersia nu mută congestia din Piața Sfatului la Bran [I].
- (e) **Notorietatea destinațiilor necunoscute**, în primul rând Vama Buzăului și Buzăul Ardelean, prin comunicarea comună a OMD Brașov cu destinațiile vecine (DMC8-b) [I].
- (f) **Triunghiul transilvănean Brașov–Sibiu–Sighișoara, cu Brașovul ca hub.** Coridorul de circa 150 km al celor trei orașe săsești este, pentru turistul internațional, un singur itinerar de 4–6 nopți; Brașovul este poarta de intrare, prin aeroport și prin calea ferată, și baza cu cea mai mare capacitate de cazare, iar cele trei orașe oferă registre complementare ale aceleiași moșteniri – spectaculară, intimă, rafinată – așa cum arată analiza de coopetițiune a echipei de proiect (Volumul I, secțiunea 2.3) [C/I]. Măsura: o alianță formalizată a celor trei organizații de management al destinației, inițiată de OMD Brașov; conectivitatea ca parte a experienței – trenuri directe cu frecvență ridicată Brașov – Sighișoara – Sibiu, autobuze turistice cu opriri la bisericile fortificate, trasee cicloturistice balizate; un card comun de patrimoniu, extensie a cardului oaspetelui (DMC6-a); calendarul coordonat al evenimentelor celor trei orașe (C, DC6-g) și prezența unitară pe piețele externe (S3; secțiunea 3.14 a Volumului I) [I]. Rolul de hub nu dispersează cererea în afara Brașovului: itinerarul pornește și se întoarce aici, iar sejurul reținut de Brașov este de cel puțin două nopți [I].

[54]Trenul metropolitan Brașov, valoarea, magistralele, calendarul și cererea de finanțare: https://bzb.ro/stire/brasovul-va-plati-97-milioane-de-lei-pentru-trenul-metropolitan-a219526 ; https://www.monitorulexpres.ro/2026/07/06/brasovul-primul-solicitant-care-depune-o-cerere-de-finantare-pentru-trenul-metropolitan/ ; https://clubferoviar.ro/trenul-metropolitan-brasov-etapa/

[55]Consiliul Județean Brașov (cu Civitta), „Planul Strategic de Acțiune HINGE”, decembrie 2023, elaborat în proiectul HINGE pentru intermodalitatea bicicletă–transport public, finanțat prin Inițiativa Europeană pentru Climă (EUKI): acțiunile privind linia 20B Poiana Brașov–Râșnov și gara Râșnov: https://www.euki.de/en/euki-projects/hinge-bike-intermodality/

Actori. OMD Brașov; alte autorități publice; asociația metropolitană de transport public; Agenția Metropolitană Brașov; administrațiile locale din zona metropolitană, din Țara Făgărașului, din Buzăul Ardelean și din zona Sfântu Gheorghe; operatorii de turism; pentru (f), organizațiile de management al destinației din Sibiu și din Sighișoara, administrațiile celor două orașe și ale județelor Sibiu și Mureș, operatorul feroviar. **Orizont.** (b), (d), (e): 2027–2028; (a): curse rutiere din 2027, pe calea ferată din 2030; (c): 2029–2031; (f): alianța și produsul comun 2027–2028, cardul comun 2028, conectivitatea 2028–2031.

DMC8. Guvernanța, continuitatea deciziilor și rolul regional al Brașovului

Constatare. Deciziile privind accesul în centru s-au schimbat de la un an la altul (restricție respinsă în 2024, închiderea nucleului în 2025, tarifare și concesiune în 2026), iar o configurație rutieră a fost inversată după schimbarea mandatului [C/D]. Consultarea cere un regulament pe termen mediu (sesiunea OAR) și un management dedicat al centrului istoric (tema C1: 5 subiecți, 2 ateliere) [C/D]. OMD Brașov este, prin membri și prin mandat, liantul dintre administrație și operatori (tema C22) [C].

Obiectiv. În 2027, ordinea măsurilor P1–P2 este aprobată prin hotărâre a Consiliului Local cu calendar 2027–2034; din 2028, Brașovul coordonează o platformă regională de cooperare turistică.

Măsuri.

- (a) **Grupul de lucru P1–P2**: Primăria (urbanism, mobilitate, spațiu public), Poliția Locală, RATBV, OMD Brașov, Ordinul Arhitecților, Camera de Comerț și Industrie, reprezentanți ai locuitorilor din centrul istoric și din Șchei; se reunește trimestrial și publică anual indicatorii din secțiunea 8 [I].
- (b) **Platforma regională de cooperare turistică**: OMD Brașov, Agenția Metropolitană Brașov, alte autorități publice, asociația metropolitană de transport public, administrațiile și structurile de management al destinației din Țara Făgărașului, din Buzăul Ardelean și din județul Covasna, Agenția pentru Dezvoltare Regională Centru; obiectul cooperării: circuite și produse comune, date comune despre fluxuri, mobilitatea turistică [I]. Partenerii trenului metropolitan, inclusiv municipiul Sfântu Gheorghe, sunt nucleul natural al platformei [C/I].
- (c) **Calendarul multianual al ordinii măsurilor**: un singur document, asumat de Primărie și de OMD Brașov prin mandatul pentru funcțiile de destinație, care fixează calendarul DMC1–DMC4 și condițiile de trecere de la o etapă la alta, revizuit numai la evaluarea intermediară din 2030; prin Consiliul Local trec numai măsurile care cer hotărâri ale lui (regulamente, tarife) [I].
- (d) **Datele**: măsurarea anuală a ocupării parcărilor și a intrărilor pe Mureșenilor în weekendurile de vârf, contorizarea pietonilor pe coridoare, repetarea anuală a analizei de prezență din rețeaua de telefonie mobilă, prin parteneriate sau proiecte proprii ale OMD Brașov cu operatorii de telefonie, ca exercițiu de înțelegere a presiunii, nu ca statistică, cu acces la metodologie și cu perioade comparabile de sezon și de extrasezon, statistica sosirilor și a înnoptărilor din evidența taxei speciale pentru promovarea turistică (corelare cu P5, secțiunea 8) [I].
- (e) **Comunicarea schimbării**: anunțarea fiecărei măsuri cu cel puțin trei luni înainte, informarea vizitatorilor prin unitățile de cazare și prin platformele de rezervare și publicarea rezultatelor pilotului (DMC4-a); acceptarea publică se construiește prin ce primește orașul în schimb [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local; OMD Brașov (coordonare, date, comunicare); Agenția Metropolitană Brașov; alte autorități publice; administrațiile locale din regiune. **Orizont.** (a), (c), (d), (e): 2027; (b): constituire 2027–2028, produse comune 2028–2030.

5. Intervențiile autorității publice: inventarul

Intervențiile care revin autorității publice se grupează în șase domenii; Anexa B le listează cu responsabil, orizont și prioritate.

Regulile. Regulamentul parcărilor publice amendat (fără gratuitate de weekend în centrul istoric, subzonare, tarif descrescător cu distanța, abonament de rezident valabil șapte zile din șapte), regulamentul zonei cu acces controlat, cu autocarele excluse din zona cu acces controlat și din Șchei, includerea parcărilor din centrul istoric în regulamentul parcărilor de reședință și calendarul multianual al ordinii măsurilor (DMC1, DMC3-a, DMC2-e, DMC8-c).

Infrastructura de transfer. Punerea în funcțiune a parcării park and ride din Bartolomeu, nodurile radiale de la intrările în oraș, parcajul din Centrul Civic și parcările de proximitate de la limita zonei protejate, numai cu eliminarea echivalentă a locurilor de suprafață (DMC2).

Transportul. Legătura expres și reglementată dintre aeroport și oraș, cu inițiativa legislativă pentru transportul alternativ (DMC6-b, DMC6-f–i), naveta inelului zero, liniile dedicate spre centru și Șchei pe trasee existente, frecvența de weekend spre obiectivele regiunii, legătura aeroport–gară–centru, cardul oaspetelui, stațiile trenului metropolitan ca porți ale regiunii, rețeaua de piste pentru biciclete (DMC3-d, DMC3-g, DMC6, DMC7-c).

Spațiul public. Pilotul „Weekend pietonal”, cele cinci coridoare, străzile cu benzi reduse, toaletele, băncile, punctele de informare, culoarul pietonal liber, limitarea vitezei la 30 km/h și semnalizarea în limba engleză, alături de română, în tot orașul, începând cu piața gării, cu chioșcul de informare turistică, cu parcările și cu zonele pietonale (DMC4, DMC5, DMC6-j).

Datele. Senzorii de ocupare, numărătoarea anuală a intrărilor pe Mureșenilor, contorizarea pietonilor, recensământul locuitorilor centrului, statistica din taxa specială pentru promovarea turistică (DMC1-f, DMC5-d, DMC8-d).

Guvernanța. Grupul de lucru P1–P2, responsabilul centrului istoric, platforma regională de cooperare turistică (DMC5-c, DMC8-a, DMC8-b).

Intervențiile se desfășoară în următoarea ordine: legătura aeroport–oraș vine prima, pentru că afectează deja fiecare sosire; regulile tarifare și deschiderea nodului Bartolomeu vin întâi, pentru că nu cer investiții noi; naveta, informarea și pilotul pietonal vin imediat după, pentru că ele fac vizibilă alternativa; accesul controlat vine numai după ce alternativa funcționează; parcările de proximitate și coridoarele se desfășoară pe tot orizontul strategiei, iar trenul metropolitan schimbă, din 2030, scara bazei regionale.

6. Guvernanța: cine face

Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local dețin aproape toate instrumentele capitolului: regulamentele de parcare și de acces, investițiile în parcări, spațiul public, semnalizarea în limba

engleză și piața gării, contractele cu operatorul de transport și calendarul multianual al ordinii măsurilor, asumat împreună cu OMD Brașov. Primăria are 45% din voturile în OMD Brașov [C].

Poliția Locală aplică regulile de parcare și de acces; fără control constant, tariful și restricția nu schimbă comportamentul.

RATBV și asociația metropolitană de transport public operează naveta, liniile dedicate spre centru și Șchei, liniile de weekend și integrarea tarifară; **Autoritatea județeană și instituțiile ei** conduc proiectul trenului metropolitan și planul HINGE, administrează aeroportul și reglementează accesul taxiurilor și al transportului alternativ în incinta lui.

OMD Brașov coordonează, comunică și măsoară: cardul oaspetelui, produsul „trei nopți fără mașină", informarea vizitatorilor și a operatorilor, platforma regională, raportarea indicatorilor. OMD nu decide asupra parcării, accesului sau urbanismului, care rămân competențe ale Primăriei și ale Consiliului Local [I].

Agenția Metropolitană Brașov și administrațiile locale din regiune sunt partenerii dispersiei, cu limitele de capacitate ale propriilor destinații.

Ordinul Arhitecților – Filiala Brașov participă la concursurile de soluții pentru parcările de proximitate și coridoare; **Camera de Comerț și Industrie** și asociațiile operatorilor reprezintă comerțul din centru în evaluarea pilotului; **asociațiile locuitorilor** din centrul istoric și din Șchei au loc în grupul de lucru P1–P2.

7. Scenarii strategice și opțiunea recomandată

S1. Regimul de weekend în Zona 0 – centrul istoric. (a) Regimul în vigoare (plata luni–sâmbătă 08:00–20:00, duminica gratuit). (b) Proiectul din septembrie 2026 (plata luni–duminică 08:00–22:00, 10 lei pe oră în weekend). (c) Proiectul amendat: plată neîntreruptă de vineri de la ora 20:00, când se încheie astăzi plata, până luni la ora 08:00 în centrul istoric, fără nicio oră gratuită, tarif de weekend mai mare decât în zilele lucrătoare, subzonarea Zonei 0 și abonament de rezident valabil șapte zile din șapte. Criterii: traficul de căutare, ocuparea, protecția locuitorilor, acceptarea comercianților. Opțiunea recomandată [I]: (c), din 2027, cu ajustarea anuală a tarifului după ocupare (DMC1).

S2. Accesul controlat în centrul istoric. (a) Numai tarifare, fără restricție de acces. (b) Restricția de weekend din regulamentul elaborat de Primărie în 2024, cu permise, aplicată după punerea în funcțiune a alternativei. (c) Restricție permanentă, șapte zile din șapte. Criterii: existența alternativei, accesul locuitorilor și al serviciilor, temeiul legal, rezultatul pilotului. Opțiunea recomandată [I]: (b), din 2028, după îndeplinirea condițiilor din DMC3-b; trecerea la (c) se decide la evaluarea intermediară din 2030, numai dacă (b) a redus traficul fără efecte negative asupra locuitorilor.

S3. Locul parcării de proximitate. (a) Parcare nouă în nucleul medieval. (b) Parcări subterane sau supraterane la limita exterioară a zonei protejate (Titulescu, zona Prefecturii, Graft–După Ziduri). (c) Numai noduri de transfer la marginea zonei centrale și la intrările în oraș (Bartolomeu, Centrul Civic, nodurile radiale), cu navetă. Criterii: distanța față de Piața Sfatului, tipul de vizitator selectat, impactul asupra patrimoniului și a spațiului verde, acceptarea publică, costul. Opțiunea recomandată [I]: (c) ca bază a sistemului în 2027–2029; (b) numai cu cele patru condiții din DMC2-d (eliminare echivalentă la suprafață, spațiu public eliberat, concurs de soluții, consultare prealabilă); (a) este exclusă.

S4. Naveta inelului zero și liniile dedicate. (a) Navetă gratuită pentru toți, locuitori și turiști, finanțată din veniturile parcării din centrul istoric și din bugetul local. (b) Navetă inclusă în biletul de parcare al nodurilor de transfer și în cardul oaspetelui, cu tarif obișnuit pentru ceilalți. (c) O linie RATBV obișnuită, cu frecvență mare. (d) Linii dedicate pe trasee RATBV existente – linia 4 Gară – Șchei, Livada Poștei – Pietrele lui Solomon și, dacă Primăria decide, circuitul Centrul Civic – Pietrele lui Solomon, pe modelul liniei 50 – în locul unei navete noi sau alături de ea, cu sugestia ca ele să fie gratuite pentru toți, locuitori și vizitatori (DMC3-g). Criterii: costul, timpul de punere în funcțiune, efectul asupra utilizării nodurilor, accesul seniorilor și al grupurilor, echitatea față de locuitori. Opțiunea recomandată [I]: (d) din 2027, ca primă etapă, pe infrastructura existentă; (b) din 2028, după punerea în funcțiune a nodurilor de transfer, cu evaluarea, la evaluarea intermediară din 2030, a gratuității totale (a), propusă de managementul de proiect și finanțabilă din veniturile suplimentare ale parcării (DMC1-g).

S5. Cardul oaspetelui. (a) Transport public urban inclus pentru turiștii cazați legal cel puțin trei nopți, cu tarif redus pe liniile metropolitane, finanțat din bugetul local și din contractul cu operatorul de transport (modelul Basel, adaptat). (b) Card opțional cu plată, care include transportul și reduceri la obiective. (c) Numai reduceri la transport. Criterii: temeiul juridic și costul, efectul asupra duratei sejurului, stimulentul pentru declararea înnoptărilor, efectul asupra modului de sosire. Opțiunea recomandată [I]: (a), cu pragul de trei nopți, care leagă cardul de obiectivul sejurului și nu stimulează sosirea cu autoturismul, condiționată de evaluarea juridică și financiară a Primăriei; dacă evaluarea nu permite (a), se aplică (b). Gratuitatea pentru toți există, separat, pe liniile dedicate spre centru (S4, DMC3-g).

S6. Coridorul Parcul Central – Cetățuie. (a) Traseu pietonal de suprafață pe Dealul Cetății, amenajat după stabilirea funcțiunii Cetățuii (pante, odihnă, iluminat, semnalizare). (b) Niciun coridor nou: accesul rămâne pe străzile și pe potecile existente. Criterii: impactul asupra patrimoniului și a peisajului, costul, accesibilitatea, funcțiunea viitoare a Cetățuii (capitolul C). Opțiunea recomandată [I]: (a), cu proiectul realizat de Primărie împreună cu Direcția Județeană pentru Cultură, după stabilirea funcțiunii Cetățuii. Legătura mecanică (ascensor sau plan înclinat) și tunelul istoric cu ieșire pe strada Lungă, formulate în consultare (Subiect 5), nu sunt reținute.

S7. Legătura aeroportului cu orașul. (a) Numai măsuri locale în cadrul legal actual: linia expres, stația de taxi reglementată, tariful afișat și controlat, informarea la sosire. (b) Măsurile locale și o soluție de tranziție contractată de aeroport, cu curse de transfer la tarif fix. (c) Măsurile locale și modificarea OUG nr. 49/2019, cu o derogare pentru aeroporturile situate în afara localității de autorizare. Criterii: timpul de aplicare, competența instituțiilor, costul și predictibilitatea pentru călător, concurența între servicii. Opțiunea recomandată [I]: (c), cu măsurile locale aplicate imediat, independent de calendarul legislativ, și cu (b) ca soluție de tranziție, dacă evaluarea juridică o permite.

8. Indicatori și monitorizare

8.1. Baza actuală și golul statistic

Capitolul dispune de valori de bază pentru tarifare, trafic, siguranță, vizitare, percepție și durata sejurului. Lipsesc trei serii, care trebuie create în 2027: ocuparea parcărilor din centru pe ore și zile, numărul pietonilor pe coridoare și înnoptările pe tipuri de vizitatori din evidența taxei speciale pentru

promovarea turistică (DMC8-d). Țintele sunt țintele strategiei și se revizuiesc la evaluarea intermediară din 2030.

8.2. Setul de indicatori

Tabelul 9. Indicatorii priorităților P1 și P2 (II.1)

Indicator	Valoare de bază	Sursa	Țintă 2030	Țintă 2034
Ore gratuite de parcare în weekend în Zona 0 – centrul istoric	36	regulamentul în vigoare	0	0
Intrări pe strada Mureșenilor într-un weekend de vârf	26.602 (1–3 decembrie 2023)	Primăria, monitorizare	-25%	-40%
Ponderea vehiculelor din centru care staționează sub 20 de minute	36%	Primăria, monitorizare	sub 20%	sub 15%
Prezența zilnică de vineri până duminică față de cea de luni până joi, în centrul istoric (date de telefonie mobilă, exercițiu de înțelegere, nu statistică)	circa +27% (martie 2024)	Agenția Metropolitană Brașov, date Orange	monitorizare	monitorizare
Ocuparea parcărilor publice din centru în weekend	nemăsurată	senzori (DMC1-f)	aproximativ 85%	aproximativ 85%
Ocuparea parcării park and ride din Bartolomeu în weekend	0 (nedeschisă)	operator	cel puțin 70%	cel puțin 80%
Locuri de parcare la suprafață eliminate din centrul istoric	0	Primăria	egal cu locurile noi de proximitate	egal cu locurile noi de proximitate
Coridoare pietonale continue realizate (din cinci)	0	Primăria	3	5
Pietoni răniți grav în centrul istoric, pe an	media numerică 2018–2022, de constituit din evidența Poliției; toți răniții grav din 2022 au fost pietoni	Poliția, Primăria	-50% față de media 2018–2022	-75% față de media 2018–2022
Pietoni decedați în centrul istoric, pe an	baza 2018–2022, din evidența Poliției	Poliția, Primăria	zero	zero
Zgomotul pe strada Mureșenilor	peste 70 dB	hărțile de zgomot	sub 65 dB	sub 65 dB
Vizitarea cartierului Șchei, la vizitatorii Brașovului	49,4%	cercetarea națională	55%	60%
Vizitarea Promenadei După Ziduri	36,5%	cercetarea națională	45%	50%
Vizitarea bisericilor fortificate din apropiere	41,0%	cercetarea națională	45%	50%
Brașovul perceput ca destinație stresantă (valorile 1–3 ale scalei)	16,2%	cercetarea națională	sub 12%	sub 10%
Parcarea numită ca lipsă a Brașovului	6,7%	cercetarea națională	sub 4%	sub 3%
Durata medie a sejurului în municipiu	1,84 nopți (2025)	INS	1,93 nopți	2,0 nopți (2,2 ca prag al ambiției)

Indicator	Valoare de bază	Sursa	Țintă 2030	Țintă 2034
Turiști cazați care folosesc cardul oaspetelui	0	OMD, RATBV	30%	50%
Circuite regionale de o zi accesibile fără autoturism	0	OMD	6	8
Durata deplasării cu transportul public între aeroport și gară	circa 39 de minute (orarul publicat)	RATBV	sub 25 de minute	sub 20 de minute, inclusiv cu trenul metropolitan
Sosiri de zboruri fără legătură de transport public corelată	nemăsurată	aeroportul, RATBV	0	0
Preluarea de la aeroport prin aplicații de transport alternativ, pentru operatorii autorizați în Brașov	nepermisă	legislația	permisă	permisă
Locuitori ai nucleului centrului istoric și ai Șcheiului, pe arealul HUB-IN	circa 5.000 (studiul HUB-IN) [SS]; baza, la recensământul din 2027	recensământul centrului, pe același areal	fără scădere	fără scădere
Panouri municipale cu text în română și în engleză (orientare, informare, parcări, plăcuțe stradale), în tot orașul	practic niciunul (nemăsurat)	Primăria, inventarul signalisticii	piața gării și parcările: toate; zona centrală: cel puțin jumătate	toate, în tot orașul
Liniile dedicate spre centru și Șchei: trasee în funcțiune; călători pe an	0	RATBV; OMD	trei trasee în funcțiune; călători măsurați	în funcțiune, cu călători în creștere

Sursa: secțiunile 2.1–2.8; țintele sunt propuneri ale echipei de proiect. [C/I]

9. Surse și trasabilitate

Capitolul se sprijină pe documentele de proiect ale Etapelor I–III: transcrierile celor 22 de interviuri și ale atelierelor, sinteza de idei a atelierelor 09 și 10, matricea consolidată a temelor și grila de screening cu valență, baza ponderată a cercetării naționale de referință, analiza recenziilor online, seriile INS și raportul de analiză a destinației, pe date INS și de pe platformele online, precum și prezentarea Agenției Metropolitane Brașov privind prezența în centrul istoric, pe datele de rețea puse la dispoziție de Orange, folosită ca exercițiu de înțelegere, nu ca statistică. Citatele au fost verificate pe transcrieri. Sursele externe sunt citate în note.

Propuneri ale managementului de proiect integrate în capitol: cele șase premise din nota de statut; inelul zero cu transport gratuit pentru localnici și turiști, ca propunere de luat în calcul (scenariul S4); precizarea geografiei coridoarelor (Piața Sfatului – Tâmpa, După Ziduri – Turnul Alb – Turnul Negru – Parcul Șefilor); poziționarea Brașovului ca bază și lider regional; setul de indicatori. Punerea lor în aplicare revine Primăriei Municipiului Brașov, Consiliului Local, OMD Brașov și altor autorități publice.

Bunele practici europene folosite în capitol. Florența are o zonă cu trafic limitat de aproximativ 4 km², activă tot anul în zilele lucrătoare între 07:30 și 20:00 și sâmbăta între 07:30 și 16:00, extinsă vara în nopțile de joi, vineri și sâmbătă între 23:00 și 03:00[56]; sistemul înregistrează peste 28 de milioane de

[56]Comune di Firenze, orarele zonei cu trafic limitat și zona nocturnă de vară: https://servizi.comune.fi.it/sites/www.comune.fi.it/files/Evidenza/fupload_i_nuovi_orari_della_ztl.pdf ; https://www.motorimagazine.it/tutto-sulla-ztl-di-firenze-settori-orari-e-parcheggi/

tranzituri pe an, iar din 2025 este completat de o zonă de protecție a aerului activă permanent[57] [C]. Bologna închide traficului, în fiecare weekend din mai 2012, axa formată de via Rizzoli, via Indipendenza și via Ugo Bassi[58] [C]. În Pontevedra, restricționarea traficului din centrul istoric a fost urmată, potrivit datelor municipale, de o scădere a traficului cu 97% în centrul istoric și cu 77% în zonele adiacente[59] [C]. În Gent, planul de circulație din 2017 a redus ponderea deplasărilor cu autoturismul de la 55% la 27%[60] [C]. Ljubljana a închis centrul traficului în 2007 și asigură deplasarea vârstnicilor cu vehiculele electrice gratuite Kavalir[61] [C]. Viena a extins în 2022 zonele de parcare cu plată la tot orașul, dar le aplică numai de luni până vineri, cu o rețea de transport public de alt ordin de mărime decât a Brașovului[62] [C]. Basel oferă transport public gratuit oaspeților care plătesc taxa de sejur a orașului[63] [C]. Sinteza ITDP asupra politicilor europene de parcare arată reduceri ale traficului în centru după limitarea și tarifarea parcării la Zürich, Amsterdam, Copenhaga și Paris[64] [C], iar studiile asupra traficului de căutare, sintetizate într-un articol de referință din Transport Policy, au găsit ponderi între 8% și 74% în centrele congestionate, cu precizarea autorului că studiile au fost făcute acolo unde fenomenul era așteptat[65] [C].

Anexa A. Statistica tematică

Tabelul A1. Temele consultării pentru prioritățile P1 și P2: subiecți și ateliere (II.1)

Cod	Tema	Valență	Subiecți (din 24)	Interviuri (din 22)	Ateliere
B10	Traficul și parcarea	problemă	15 (1, 2, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 15, 17, 18, 19, 20, 22, 23)	14	10 (01, 03, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 12, OAR)
C6	Mobilitate: trafic scos din centru, park and ride, parcări subterane, tren metropolitan	propunere	16 (1, 2, 5, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 22, 23)	15	9 (01, 03, 04, 05, 07, 08, 11, 12, OAR)
B59	Transport public metropolitan rar, rețea pietonală și velo fragmentată	problemă	-	-	7 (03, 04, 07, 08, 11, 12, OAR)
C31	Culoare pietonale și promenade ale orașului vechi	propunere	7 (1, 5, 10, 14, 18, 19, 20)	6	4 (07, 11, 12, OAR)
C26	Taxe diferențiate pe centru; parcarea scumpă	propunere	6 (2, 7, 10, 17, 19, 20)	5	-

[57]Volumul tranzitelor și al permiselor din zona cu trafic limitat a Florenței și zona Scudo Verde: https://www.autovia.it/ztl-firenze-guida-completa/

[58]Comune di Bologna, T-Days, pietonalizarea de weekend a axei centrale: https://www.comune.bologna.it/novita/comunicati-stampa/t-days-di-nuovo-centro-arrivare-e-facile-al-la-campagna-di-comunicazione ; https://www.fondazioneinnovazioneurbana.it/en/bologna-3/34-dinuovoincentro/522-12-maggio-tdays-permanenti

[59]Pontevedra, efectele restricționării traficului în centrul istoric, după datele municipale: https://www.eco-business.com/news/how-a-city-in-spain-got-rid-of-its-cars/

[60]EU Urban Mobility Observatory, „Gent's Traffic Circulation Plan (Belgium)": https://urban-mobility-observatory.transport.ec.europa.eu/resources/case-studies/gents-traffic-circulation-plan-belgium_en ; https://eurocities.eu/latest/creating-the-cultural-shift-behind-ghents-mobility-revolution/

[61]Visit Ljubljana, vehiculele electrice gratuite Kavalir din centrul orașului: https://www.visitljubljana.com/en/visitors/travel-information/getting-around/kavalir-getting-around-the-city-centre-by-electric-car ; https://urbanizehub.com/ljubljana-european-green-capital-2016/

[62]Zonele de parcare cu plată extinse la întreaga Vienă din 1 martie 2022, aplicate de luni până vineri: https://handbuch.wien.gv.at/v1/pattern-library/templates/standardseite/ ; https://de.wikipedia.org/wiki/Wiener_Parkpickerl

[63]Basel Tourismus, BaselCard și taxa de sejur a orașului: https://www.basel.com/en/baselcard ; https://www.basel.com/en/tourist-information/city-tax

[64]M. Kodransky, G. Hermann, „Europe's Parking U-Turn: From Accommodation to Regulation", ITDP, 2011: https://www.academia.edu/1877803/Europes_Parking_U_turn_From_Accomodation_to_Regulation ; https://www.reinventingparking.org/2011/01/european-cities-are-reaping-rewards-of.html

[65]D. Shoup, „Cruising for parking", Transport Policy 13 (2006) 479–486: http://shoup.bol.ucla.edu/Cruising.pdf

Cod	Tema	Valență	Subiecți (din 24)	Interviuri (din 22)	Ateliere
	care triază				
B3	Degradarea centrului istoric	problemă	14 (1, 2, 3, 4, 6, 11, 14, 15, 19, 20, 21, 22, 23, 24)	12	4 (03, 10, 11, OAR)
B38	Haosul comunicării vizuale a comerțului	problemă	17	15	2 (01, 10)
C32	Regim vizual unitar	propunere	13	12	3 (01, 07, OAR)
B4	Depopularea centrului, înlocuirea rezidenților cu cazări	problemă	7 (1, 10, 14, 19, 20, 21, 23)	6	5 (02, 03, 08, 10, OAR)
B22	Rezidenții iritați, evitarea centrului în weekend	problemă	8 (11, 12, 17, 18, 19, 20, 22, 24)	7	4 (03, 05, 12, OAR)
B26	Supraaglomerarea centrului și a Poienii	problemă	11 (1, 3, 4, 7, 12, 15, 17, 19, 20, 22, 24)	9	6 (01, 03, 08, 11, 12, OAR)
B7	Șederea scurtă	problemă	15	13	7 (01, 04, 05, 07, 10, 11, OAR)
C4	Stratul de agregare: pachete, card turistic, abonamentul destinației	propunere	12 (2, 3, 4, 6, 8, 10, 11, 13, 17, 18, 21, 22)	11	6 (01, 04, 05, 07, 10, OAR)
C20	Dispersie regională, bază pentru excursii, hub metropolitan	propunere	11 (3, 4, 5, 10, 11, 13, 16, 17, 18, 21, 23)	10	8 (01, 02, 04, 05, 07, 11, 12, OAR)
A18	Zona metropolitană bogată	atu	14	12	6 (01, 02, 04, 07, 11, OAR)
A12	Aeroportul ca poartă de intrare	atu	9	8	5 (01, 04, 05, 07, 09)
A28	Transportul public și metropolitan existent	atu	3 (13, 17, 21)	3	3 (04, 08, 11)
C1	Management dedicat al sub-destinațiilor	propunere	5 (1, 6, 18, 19, 20)	4	2 (01, 07)
C16	Date și monitorizare (recensământul centrului, salubritatea ca senzor)	propunere	6 (1, 6, 7, 10, 18, 22)	6	5 (02, 03, 10, 12, OAR)
C17	Rezidenții: card de rezident, strategie pentru brașovean	propunere	6 (7, 11, 15, 18, 21, 24)	6	8 (01, 02, 03, 07, 09, 11, 12, OAR)

Sursa: matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere) și grila de screening cu valență a interviurilor; „OAR” desemnează masa rotundă a arhitecților. [C]

Anexa B. Inventarul intervențiilor autorității publice

Tabelul B1. Intervențiile autorității publice în mobilitate și în centrul istoric (II.1)

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
1	Reguli	Eliminarea gratuității de weekend în centrul istoric	DMC1-a	Primăria; Consiliul Local	2027	1
2	Reguli	Subzonarea Zonei 0	DMC1-b	Primăria; Consiliul Local	2027	1
3	Reguli	Tarif descrescător cu distanța și crescător cu durata	DMC1-c	Primăria; Consiliul Local	2027–2028	2
4	Reguli	Abonament de rezident valabil șapte zile din șapte	DMC1-d	Primăria; Consiliul Local	2027	1
5	Date	Senzori de ocupare și ajustarea anuală a tarifelor	DMC1-f	Primăria	2027–2028	1
6	Transfer	Punerea în funcțiune a parcării park and ride din Bartolomeu, cu bilet integrat	DMC2-a	Primăria; RATBV	2027	1
7	Transfer	Nodurile radiale de la intrările în oraș	DMC2-b	Primăria; RATBV	2027–2029	2
8	Transfer	Parcajul subteran din Centrul Civic	DMC2-c	Primăria	2027–2029	2
9	Transfer	Parcările de proximitate, cu eliminare	DMC2-d	Primăria; Consiliul Local; OAR	2028–2031	2

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
		echivalentă la suprafață				
10	Reguli	Parcarea riveranilor în centrul istoric și în Șchei	DMC2-e	Primăria; Consiliul Local	2027–2028	1
11	Transfer	Locuri contractate pentru unitățile de cazare	DMC2-f	Primăria; operatorii	2027–2028	2
12	Date	Informarea în timp real asupra locurilor libere	DMC2-g	Primăria	2027	1
13	Reguli	Zona cu acces controlat în weekend, cu autocarele la nodurile de transfer	DMC3-a	Primăria; Consiliul Local; Comisia de circulație	2028–2029	1
14	Reguli	Ferestre de livrare și puncte de descărcare	DMC3-c	Primăria; Poliția Locală	2027	2
15	Transport	Naveta inelului zero	DMC3-d	Primăria; RATBV	2028	1
16	Transport	Vehicule electrice gratuite pentru vârstnici în zona pietonală	DMC3-e	Primăria	2027–2028	3
17	Spațiu public	Pilotul „Weekend pietonal”	DMC4-a	Primăria; OAR; OMD	2027–2028	1
18	Spațiu public	Coridorul Șchei – Piața Unirii – Piața Sfatului	DMC4-b	Primăria	2027–2030	2
19	Spațiu public	Coridorul Piața Sfatului – Parcul Central – Livada Poștei – Prefectură	DMC4-c	Primăria	2027–2030	2
20	Spațiu public	Aleea de sub Tâmpa ca promenadă continuă	DMC4-d	Primăria	2028–2031	2
21	Spațiu public	Promenada După Ziduri – Turnul Alb – Turnul Negru – Parcul Șefilor	DMC4-e	Primăria; Direcția Județeană pentru Cultură	2028–2031	2
22	Spațiu public	Coridorul Parcul Central – Cetățuie	DMC4-f	Primăria; Direcția Județeană pentru Cultură	2028–2032	3
23	Spațiu public	Străzi cu benzi reduse și trotuare lărgite	DMC4-g	Primăria; Consiliul Local	2028–2031	2
24	Spațiu public	Limita de 30 km/h extinsă la tot centrul istoric și la Șchei și aplicată, cu control și cu limitatoare fizice	DMC4-h	Primăria; Poliția Locală	2027	1
25	Spațiu public	Toalete, bănci, puncte de informare cu depozitare de bagaje	DMC5-a	Primăria; OMD	2027–2028	1
26	Guvernanță	Responsabilul centrului istoric	DMC5-c	Primăria	2027	1
27	Date	Recensământul locuitorilor centrului istoric	DMC5-d	Primăria; Universitatea	2027	2
28	Transport	Cardul oaspetelui	DMC6-a	Primăria; RATBV; OMD	2027–2028	1
29	Transport	Frecvența de weekend spre obiectivele turistice	DMC6-d	RATBV; asociația metropolitană	2027	2
30	Transport	Rețeaua de piste pentru biciclete și parcări pentru biciclete	DMC6-e	Primăria; alte autorități publice	2027–2031	2
31	Regiune	Circuitele de o zi fără autoturism	DMC7-a	OMD; alte autorități publice; administrațiile locale	2027–2030	1
32	Regiune	Stațiile trenului metropolitan ca porți ale regiunii	DMC7-c	alte autorități publice; CFR; administrațiile locale	2029–2031	2
33	Guvernanță	Calendarul multianual al ordinii măsurilor, asumat prin mandatul pentru funcțiile de destinație	DMC8-c	Primăria; OMD Brașov; Consiliul Local, pentru măsurile care cer hotărâri	2027	1
34	Guvernanță	Platforma regională de cooperare turistică	DMC8-b	OMD; Agenția Metropolitană; alte autorități publice	2027–2028	2
35	Transport	Linia A1 ca linie expres, corelată cu toate sosirile	DMC6-b	RATBV; Primăria	imediat (până în vara 2027)	1
36	Transport	Stația de taxi reglementată și controlul tarifelor la aeroport	DMC6-f	administratorul aeroportului; Poliția Locală	imediat (până în vara 2027)	1

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
37	Transport	Informarea călătorului la sosire	DMC6-g	aeroportul; OMD; unitățile de cazare	imediat (până în vara 2027)	1
38	Reguli	Derogarea pentru aeroporturi în OUG nr. 49/2019	DMC6-h	alte autorități publice; Primăria; OMD	2027	1
39	Transport	Soluția de tranziție pentru preluările de la aeroport	DMC6-i	alte autorități publice; Primăria Ghimbav	2027	2
40	Transport	Liniile dedicate, gratuite, spre centru și Șchei, pe trasee existente (linia 4; Livada Poștei – Pietrele lui Solomon; circuitul Centrul Civic – Pietrele lui Solomon)	DMC3-g	RATBV; Primăria; OMD	2027	1
41	Reguli	Excluderea autocarelor din zona cu acces controlat și din Șchei, cu parcarea la nodurile de transfer și puncte de îmbarcare la marginea zonei	DMC3-a	Primăria; Consiliul Local; Poliția Locală	2027–2028	1
42	Spațiu public	Semnalizarea în limba engleză, alături de română, în tot orașul: piața gării, cu chioșcul de informare turistică, parcările, zonele pietonale, plăcuțele stradale, cartierele	DMC6-j	Primăria; Comisia de circulație; OMD	gara și parcările 2027; zona centrală 2028–2029	1
43	Regiune	Triunghiul transilvănean Brașov–Sibiu–Sighișoara, cu Brașovul ca hub: alianța celor trei OMD-uri, produsul comun, cardul de patrimoniu, conectivitatea	DMC7-f	OMD; alte autorități publice; OMD-urile din Sibiu și Sighișoara; operatorul feroviar	2027–2031	2
44	Spațiu public	Străzile partajate: zona rezidențială în Șchei și pe străzile de locuit ale centrului istoric, zona pietonală pe coridoare, cu semnalizarea legală existentă	DMC4-j	Primăria; Comisia de circulație; Poliția Locală	2027	1

Sursa: secțiunea 4. Prioritatea 1 desemnează intervențiile fără de care celelalte nu pot începe. [I]

Anexa C. Registrul verificărilor factuale

Tabelul C1. Registrul verificărilor factuale (II.1)

Nr.	Afirmația	Sursa	Grad
1	Statisticile centrului istoric (populație, autoturisme, parcări, accidente, poluare) și monitorizarea traficului	proiectul Primăriei din 2024 pentru zona cu emisii scăzute	CO
2	26.602 de vehicule pe Mureșenilor în 1–3 decembrie 2023, dintre care 15.525 din județul Brașov și 4.505 din București	prezentarea Primăriei	CO
3	Respingerea de către Consiliul Local a restricției de acces de weekend	presa națională	SS
4	Închiderea centrului istoric pentru autovehicule din 3 februarie 2025; perimetrul exact al măsurii	presa națională	SS; perimetrul NC
5	Zonele tarifare ale regulamentului de parcare (HCL nr. 251/2005)	Primăria	CO
6	Tariful de 3 lei pe oră în Zona 0, plata luni–sâmbătă 08:00–20:00, duminica gratuit	presa locală și națională	SS
7	Proiectul regulamentului parcărilor publice din septembrie 2026	presa locală	SS
8	Aproximativ 120.000 de autoturisme față de aproximativ 46.000 de locuri de reședință; tariful anual propus de 500 de lei	Primăria	CO

Nr.	Afirmația	Sursa	Grad
9	Parcarea park and ride din Bartolomeu: 697 de locuri, finanțare europeană de 10,8 milioane de euro	presa economică; Comisia Europeană (Kohesio)	CO/SS
10	Stadiul de funcționare al parcării park and ride din Bartolomeu	consultare (iunie–septembrie 2026); presa	SS
11	Parcajul subteran din Centrul Civic, 659 de locuri, HCL nr. 351/2025	registrul HCL; presa locală	CO
12	Concesiunea Titulescu, HCL nr. 646 și 647/2026, și suspendarea proiectului	presa locală	SS
13	Taxa specială pentru promovarea turistică, 7 lei pe turist și noapte în municipiu și 5 lei pentru Salvamont, 22 decembrie 2025	presa; Consiliul Local	SS
14	Sosiri, înnoptări, capacitate, durata medie a sejurului (2001–2025)	INS TEMPO; calculul din raportul de analiză a destinației	CO
15	„+18% turism” după deschiderea aeroportului (Subiect 13)	INS: +18% sosiri între mediile 2015–2019 și 2022–2025, nu un efect măsurat al aeroportului	corectat în text
16	Trenul metropolitan: valoare, magistrale, termen 2029–2030	Consiliul Județean; presa de specialitate	SS
17	Traficul de pasageri al aeroportului (2024, 2025)	presa economică, după Consiliul Județean	SS
18	Peste 300 de apartamente în regim hotelier în centrul istoric (2022)	proiectul Primăriei din 2024	CO
19	2.295 de unități unice active pe platforme față de 1.104 licențiate	analiza echipei de proiect; lista MEDAT	CO (lista) / evaluare (unitățile active)
20	Terasele: 5.106 mp ocupați față de 3.289 mp închiriați (2022)	Ghidul Primăriei	CO
21	Zona cu trafic limitat a Florenței: orare, zona nocturnă de vară	Comune di Firenze; presa italiană	CO/SS
22	T-Days, Bologna	Comune di Bologna	CO
23	Pontevedra: -97% trafic în centrul istoric	date municipale preluate de presă	SS
24	Gent: ponderea autoturismului de la 55% la 27%	EU Urban Mobility Observatory	CO
25	Ljubljana: închiderea centrului în 2007, Kavalir	Visit Ljubljana; surse secundare	CO/SS
26	Viena: zone de parcare cu plată de luni până vineri, din 2022	Stadt Wien	CO
27	Basel: transport public gratuit pentru oaspeții care plătesc taxa de sejur a orașului	Basel Tourismus	CO
28	Traficul de căutare: 8–74% în studiile sintetizate în Transport Policy (2006)	Transport Policy, 2006	CO
29	Lista de 113 de străzi a zonei cu acces controlat propuse în 2024	proiectul Primăriei din 2024	CO
30	Prezența în centrul istoric în datele de telefonie mobilă (8–20 martie 2024) și comparația cu cele 735.023 de sosiri INS din 2023	prezentarea Agenției Metropolitane Brașov, pe date puse la dispoziție de Orange; INS	NC (exercițiu de înțelegere; baza originală și metodologia inaccesibile); sosirile INS 2023: CO, concordante cu seria INS din raportul de analiză a destinației
31	Transportul alternativ: operare permanentă numai în localitatea de sediu sau domiciliu ori în regiunea București-Ilfov (OUG nr. 49/2019, art. 13 alin. (4))	textul ordonanței	CO

Nr.	Afirmația	Sursa	Grad
32	Taxiurile: derogarea pentru aeroporturile din afara localității de autorizare și interdicția tarifelor superioare celui afișat (Legea nr. 38/2003, art. 24[1])	textul legii	CO
33	Aplicarea regulii la aeroport din septembrie 2026, de către Poliția de Frontieră și Poliția Transporturi	presa locală	SS
34	Amenzi de 1.000–5.000 de lei pentru preluarea neautorizată	presa locală	SS
35	Regulamentul discutat de conducerea aeroportului (15 locuri pentru taxiuri, 300 de lei pe lună; circa 10 locuri pentru transportul alternativ autorizat în Ghimbav)	presa locală	SS
36	Linia A1 lansată în 2023 ca linie expres, cu 4 opriri intermediare	RATBV	CO
37	Linia A1: 14 opriri intermediare și circa 39 de minute între gară și aeroport	aplicația de urmărire a autobuzelor RATBV	SS; de confirmat cu RATBV
38	Drumuri de o oră și zece minute până acasă; cereri de 100 de lei pentru cursa de taxi până la prima stație din Brașov	discuții ale managementului de proiect cu călători	NC (declarații)
39	Propunerea legislativă B424/2026 de modificare a art. 13 din OUG nr. 49/2019	presa economică, după fișa legislativă a Senatului	SS

Sursa: secțiunile 2–9; CO – confirmat oficial; SS – sursă secundară concordantă; NC – neconfirmat. [C]

II.2. Natura pe patru anotimpuri (P3)

Natura pe patru anotimpuri – Brașovul, oraș de munte: turismul activ, natura locuitorilor și natura turiștilor

Capitol tematic al priorității P3 · Politica 2 din Volumul I, secțiunea 3.2



Răsărit deasupra mării de nori, pe Postăvaru (foto: arhiva proiectului, BrandBerry srl)

Cheie de lectură

Capitolul este scris pentru două feluri de cititori. Primul este cititorul Volumului I al Strategiei 2027–2034, pentru care natura pe patru anotimpuri este prioritatea P3 a arhitecturii strategice: natura ca produs pentru turismul activ și pentru turismul de familie, în fiecare anotimp. Al doilea este cititorul care deschide capitolul separat de raport: Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local, Regia Pădurilor Kronstadt, alte autorități publice, Direcția Județeană de Mediu Brașov a Agenției Naționale pentru Mediu și Arii Protejate, administrațiile parcurilor naționale și naturale din jurul orașului, serviciile Salvamont, OMD Brașov, operatorii de turism activ, cluburile montane și sportive, școlile și universitatea. Pentru acest al doilea cititor, capitolul conține tot ce îi trebuie ca să fie înțeles singur. Formatul: rezumat executiv, legătura cu Volumul I, raționament, diagnostic, viziune, direcții cu măsuri codificate, intervențiile autorității publice, guvernanță, scenarii strategice cu opțiunea recomandată, indicatori, anexe.

Premisa capitolului este premisa întregii strategii: dezvoltare locală prin turism, nu promovare turistică. Pentru natură, premisa are o consecință precisă. Natura Brașovului este, înainte de a fi un

produs turistic, infrastructura zilnică a locuitorilor: locul în care se plimbă, aleargă, merg cu bicicleta, ies la grătar, își duc copiii și își recapătă liniștea. Turismul care folosește această natură trebuie să o lase cel puțin la fel de accesibilă și de intactă pentru brașoveni. Fiecare măsură a capitolului se verifică, de aceea, prin trei întrebări: ce aduce locuitorilor, ce aduce destinației și ce cost are pentru natură.

Capitolul tratează natura accesibilă din oraș în patru cercuri, descrise în secțiunea 1.2: natura din oraș, natura de la poalele orașului (Tâmpa și pădurile-parc), muntele orașului (Postăvaru și Piatra Mare) și Carpații din jurul Brașovului. Poiana Brașov apare aici numai ca parte a muntelui orașului și a sistemului natural al destinației. Stațiunea are capitol propriu (P5), iar măsurile acestuia care privesc natura sunt doar referite: traseele și promenada stațiunii (D2-c), produsul pentru patru anotimpuri al stațiunii (D3, inclusiv D3-e, D3-f, D3-h și D3-i), siguranța în stațiune (D6) și scenariul domeniului schiabil (S1). Capitolul P5 trimite, pentru politica privind fauna, la „capitolul destinației"; direcția D5 a capitolului de față este acea politică, la nivelul întregii destinații.

Capitolul face parte din Volumul II al strategiei. Analiza Diagnostic Multicriterială Integrată (ADMI) a fost realizată în etapa a treia a proiectului; capitolul nu o reia.

Convenția de marcaje: **[C]** date confirmate în baze de date sau în documente oficiale; **[E]** evaluări și calcule ale echipei de proiect, pe baza datelor; **[I]** interpretări sau propuneri ale echipei de proiect; **[D]** declarații ale stakeholderilor, redate ca atare; **[SS]** informații din surse secundare concordante (presă, comunicate, site-uri instituționale), neverificate în documente oficiale. Citatele din interviuri sunt atribuite prin numărul subiectului (convenția seriei: 22 de interviuri, 24 de subiecți); citatele din consultările de grup sunt atribuite atelierului, fără identificarea vorbitorului; intervențiile echipei de proiect sunt atribuite „moderatorului". Niciun nume de persoană nu apare în text; hotelurile, restaurantele și firmele private nu sunt numite. Datele cercetării naționale de referință sunt prezentate ponderat, fără detalii de eșantion, care rămân în metodologia raportului cercetării naționale. Faptele externe invocate în consultare au fost verificate din surse oficiale sau de autoritate; corecturile sunt aplicate în text și consemnate în Anexa C. Capitolul folosește și două surse secundare independente de consultarea proiectului, conceptul de turism pentru municipiul Brașov din 2023 și o teză de doctorat despre geografia simbolică a Brașovului, cu statutul metodologic precizat în secțiunea 1.4.

Trei alte capitole ale strategiei ating natura și sunt doar referite aici. Capitolul P5 a preluat tot ce privește stațiunea Poiana Brașov. Capitolul C a preluat Cetatea Brașovia ca parc arheologic pe Tâmpa, compatibil cu regimul Natura 2000 (DC2-d), promenada și coridoarele orașului vechi (DC2-h), regulamentul de acces la spațiul public, inclusiv utilizarea culturală a parcurilor (DC4-i), calendarul unic al destinației (DC6-a), calendarul metropolitan (DC6-g), centenarul aviatic din 2027 (DC6-h) și programul „Turist în propriul oraș" (DC7-j). Capitolul G a preluat rutele gastronomice metropolitane, pe care le leagă de oferta metropolitană a capitolului de natură (DG2-f), produsele montane și brânzeturile Țării Bârsei (DG2-d, DG2-h), Poiana Honterus ca loc de grătar și de festivaluri în aer liber, cu gestiunea deșeurilor adaptată prezenței ursilor (DG5-d), și Festivalul Culturii Culinare a Brașovului, cu festivalul brânzei ca nucleu (DG6-a). Coridoarele pietonale și verzi ale centrului și mobilitatea urbană aparțin capitolului comun P1–P2. Capitolul de față tratează tot ce ține de natură ca resursă a locuitorilor și a destinației: Tâmpa ca arie naturală, pădurile-parc și rețeaua de trasee, turismul activ, fauna sălbatică la nivelul destinației, siguranța montană, natura de proximitate a locuitorilor, anotimpurile, Brașovul ca bază de explorare a Carpaților din jur și guvernanța naturii.

Capitolul pe o pagină. Acest capitol este capitolul II.2 al Volumului II, Capitolele integrale, al Strategiei de Dezvoltare și Marketing Turistic a Destinației Brașov 2027–2034; în Volumul I, el fundamentează Politica 2, „Natura pe patru anotimpuri și turismul activ". Capitolul tratează natura accesibilă din oraș în patru cercuri: natura din oraș, Tâmpa, pădurile-parc și masivele de la marginea orașului, Carpații din jur. Ce decide: locuitorii sunt primii beneficiari ai naturii, cu parcuri folosibile și trasee sigure; Tâmpa rămâne rezervație, conservată și accesibilă gradat, cu plan de management revizuit; pădurile-parc au o hartă unică a traseelor, clasificate și marcate unitar, cu piste pentru familii și cu trasee de ciclism montan separate de poteci; turismul activ are produse pe durate și pe niveluri, ghizi curatoriați de OMD și un calendar al evenimentelor în natură dimensionat după capacitatea locurilor; coexistența cu ursul se obține prin eliminarea hranei de origine umană; siguranța montană se sprijină pe informare și pe responsabilitatea vizitatorului; natura are produse pentru fiecare anotimp, cu primăvara ca prioritate; Brașovul devine baza din care se pleacă fără mașină spre porțile Carpaților; locurile de belvedere amenajate și o potecă în coronament într-o pădure-parc, în afara ariilor protejate, completează natura accesibilă, iar vara răcoroasă și activă devine produs pentru piețele cu veri caniculare. Opt direcții (D1–D8), un program transversal, „Brașov, destinație de ciclism montan", și șase alegeri strategice cu opțiunea recomandată. Direcția strategiei se citește în Volumul I, „Strategia pe scurt", paginile lui de deschidere.

Rezumat executiv

1. **Natura este atuul cel mai larg împărtășit al Brașovului și, în același timp, atuul cel mai puțin organizat ca produs.** Tema naturii și a peisajului (A2) apare în 21 din cele 22 de interviuri, mai des decât orice altă temă a interviurilor, și în 9 dintre cele 12 consultări de grup [C]. În cercetarea națională de referință, 36,3% dintre călătorii români și 43,5% dintre vizitatorii Brașovului asociază spontan orașul cu un element de natură (muntele, aerul, peisajul, pădurea, Tâmpa); împreună cu Poiana și cu schiul, ponderea urcă la 45,8%, respectiv 54,5% [C]. Turiștii care scriu recenzii descriu însă natura mai ales ca panoramă: drumeția apare în 1,4% dintre recenziile turistice, pădurea în 1,2% [C]. „Suntem înconjurați de natură, dar nicăieri nu este pusă în valoare, absolut nicăieri" (Subiect 6) [D]. Conceptul de turism pentru municipiul Brașov, elaborat în 2023, și o teză de doctorat despre geografia simbolică a Brașovului, surse independente de consultarea proiectului, descriu aceeași relație dintre oraș și munte (secțiunile 1.1 și 1.4) [C/D].

2. **Cererea națională pentru natură este, în primul rând, o cerere de mișcare ușoară în aer curat.** 42,6% dintre călătorii români practică regulat turismul montan și 44,3% ecoturismul; două treimi dintre vizitatorii Brașovului (66,8%) practică regulat cel puțin o formă de turism în natură [C]. Cei care practică turismul montan îl aleg pentru aerul curat (33,9%), pentru natură (19,2%) și pentru liniște (18,1%), iar activitățile pe care le caută sunt drumețiile (44,0%) și plimbările (26,8%); schiul apare la 11,3%, cățărarea la 4,8%, bicicleta la 2,4% [C]. Practica este mai frecventă la tineri, în familiile cu copii și la bucureșteni [C]. Produsul care răspunde acestei cereri este natura accesibilă gradat, de la alee la creastă [I].

3. **Tâmpa este al doilea obiectiv natural al destinației, după Poiana, și obiectul controversei centrale a capitolului.** 72,3% dintre vizitatorii Brașovului au urcat pe Tâmpa (39,2% de mai multe ori), iar 73,7% dintre românii care nu au vizitat orașul o cunosc [C]. Tâmpa este rezervație naturală (188,20 ha) și sit Natura 2000 (ROSCI0120, 214 ha), declarat arie specială de conservare în 2022, cu plan de management aprobat în 2016 [C]. Consultarea se împarte între

amenajarea ca parc („ne trebuie un parc!”, Subiect 14) și conservarea strictă (Subiect 24) [D]. Strategia recomandă accesibilizarea gradată în cadrul planului de management revizuit: poteci refăcute și sigure, interpretare, servicii la poale și sus, fără asfalt și fără infrastructură grea în pădure (secțiunea 7, S1) [I].

4. **Orașul are deja două sezoane; golul este primăvara și luna noiembrie.** Curba anuală a înnoptărilor din municipiu este una dintre cele mai plate dintre orașele mari ale țării (coeficient de variație 0,158, față de mediana națională de 0,205; doar patru dintre cele 21 de orașe cu peste 100.000 de înnoptări anuale au curbe mai plate), iar iarna aduce 25,8% din înnoptări; volumul de iarnă este al doilea din țară, după București [C]. Primăvara aduce însă doar 20,2% din înnoptări, iar gradul de ocupare estimat este de 24,9% în martie, 26,1% în aprilie și 29,0% în mai; noiembrie are un indice sezonier de 0,90 [C]. Produsele de natură sunt răspunsul firesc pentru aceste luni: drumeția, bicicleta, alergarea și natura care se trezește primăvara, culorile toamnei și zborul în undă în octombrie–decembrie [I].

5. **Pădurile-parc, circa 2.000 de hectare în jurul orașului, sunt cea mai mare rezervă de natură amenajabilă a destinației și sunt abia la începutul amenajării.** Circa 2.000 de hectare din pădurea municipiului au primit, între 2023 și 2025, regimul de pădure-parc, care permite amenajări ușoare fără tăieri de arbori [C]. În toamna lui 2026 au început lucrările la primele piste de bicicletă pentru familii, circa 8 km între Răcădău și Noua; parcul dendrologic de 25,2 ha din Noua este în amenajare din 2019, iar un traseu suspendat la nivelul coronamentului este în stadiu de concept [C]. Regulamentul din 2021 deschide pietonilor și bicicliștilor 30 de drumuri forestiere, circa 83 km, și interzice accesul cu autovehicule și ATV-uri [C]. Principiul formulat de Subiectul 12 este și principiul capitolului: „Hai întâi să oferim ceva și după aceea să cerem” (Subiect 12) [D]. Pădurile-parc și ariile protejate sunt expuse și unui risc pe care consultarea nu l-a semnalat: plantele invazive. Troscotul japonez, inclus în 2025 pe lista speciilor alogene invazive care afectează Uniunea, a fost observat de managementul de proiect în pădurea de pin de la intersecția străzilor Cloșca și 8 Martie, iar riscul este extinderea lui spre rezervația Tâmpa și spre pădurile Postăvarului; capitolul propune studiul fenomenului și un plan de control, cu instituțiile abilitate și cu specialiști (D3-k) [C/I].

6. **Natura locuitorilor este folosită intens, dar este îngrădită, aglomerată și inegal distribuită.** Brașovenii urcă pe Tâmpa „ca și cum te-ai duce până în Piața Sfatului” (Subiect 22), merg duminica pe drumul Poienii și ies la grătar la Noua, la Pietrele lui Solomon și la Iepure [D]. În același timp, în parcurile publice nu au voie să stea pe iarbă, familiile nu au unde să meargă cu bicicleta în siguranță („Nu are”, Subiect 11), Drumul Vechi este „bară la bară” în weekend (Subiect 12), iar cartierele noi nu au parcuri [D]. Arhitecții au rezumat soluția: „Democratizarea accesului” (sesiunea OAR) [D].

7. **Ursul este, în formula atelierului de turism activ, „și erou, și adversar” (atelierul 07) [D].** Județul Brașov are cea mai mare densitate de urși din țară, 29,9 exemplare la 100 km², circa 1.329 de urși [C]. Intervențiile jandarmeriei pentru urși în județ au crescut de la 770 în 2024 la 1.160 în 2025, iar peste 60% dintre apeluri vin din municipiu și din Poiana [C]. Tema ursului apare în 12 interviuri și în 5 ateliere [C]; pentru turismul activ, ursul este „cel mai mare adversar” (atelierul 07) [D], iar turnurile de observare a faunei care pleacă din Brașov sunt evaluate cu 4,8–5,0 pe platformele de recenzii [C]. Din noiembrie 2025, hrănirea urșilor este interzisă sub orice formă, cu amenzi de 10.000–30.000 de lei [C]. Capitolul stabilește politica destinației pe trei paliere (prevenție prin

deșeuri și garduri, informare și comportament, observare responsabilă fără hrănire) și lasă gestiunea populației autorităților competente (D5) [I].

8. **Siguranța montană se sprijină pe informarea și pe responsabilitatea vizitatorului.** Serviciul Salvamont al municipiului a avut, în 2025, 792 de intervenții pentru 866 de persoane în zona Postăvaru–Poiana, dintre care 117 de intervenții în sezonul cald [C]. Pe Tâmpa, vizitatorii urcă încălțați „de la sandale la șlapi" (Subiect 15) [D]; pentru vizitatorii neechipați ai muntelui, Subiectul 11 cere „Reguli clare și responsabilitate" (Subiect 11) [D]. Potrivit regulamentului taxei speciale, taxa specială Salvamont (5 lei pe turist și noapte) este venit cu destinație specială, folosit pentru salvarea montană [C]. Pe traseele de coborâre cu bicicleta din Postăvaru au loc accidente grave: într-o singură zi din iulie 2025, Salvamontul a intervenit în patru situații cu bicicliști accidentați [C]. Capitolul propune informare unitară la intrarea pe trasee, borne numerotate pentru localizare, câteva reguli de comportament comunicate pe scurt, un raport public anual al componentei Salvamont a taxei și un program previzibil al transportului pe cablu, cu limitarea transportului bicicletelor cu telecabina până în zona vârfului Postăvaru (D6) [I].

9. **Turismul activ are comunitate și resursă, dar nu are încă produs, calendar sau loc de coordonare.** Un participant la atelierul de turism activ a definit Brașovul drept „Lifestyle Capital of Romania" (atelierul 07): un oraș din care urci pe jos pe Tâmpa sau pe Piatra Mare seara și pe Postăvaru cu schiurile de tură după program [D]. Destinația are trasee de ciclism montan apreciate, aerodromuri de sport la Sânpetru și Ghimbav și va găzdui, în februarie 2027, Festivalul Olimpic al Tineretului European [C]. Lipsesc însă un concept comun („tragem cumva singuri", atelierul 07), o rețea de cabane funcționale și separarea fluxurilor de pietoni și bicicliști [D]. Bike parkul din Postăvaru nu are trasee pentru începători, iar traseele lui albastre, anunțate ca ușoare, au tronsoane de nivel roșu; telegondola care îl deservește are un program de sfârșit de săptămână (din iulie 2026, cel puțin de vineri până duminică), extins numai în funcție de cerere (Subiecții 7, 11, 15; atelierele 04, 07, 08; conceptul de turism din 2023) [C/D]. Direcția D4 organizează produsele pe durate și niveluri, comunitățile sportive ca parteneri, evenimentele în natură la scara pe care o suportă natura și reclasificarea traseelor de ciclism montan după dificultatea lor reală [I].

10. **Brașovul este baza naturală din care se descoperă Carpații din jur, dar nu este încă organizat ca bază.** La cel mult o oră și jumătate de drum de centrul orașului se află Parcul Național Piatra Craiului, Parcul Natural Bucegi, Postăvaru, Piatra Mare, Ciucaș și Munții Făgăraș, toate arii naturale protejate [C/E]. Munții Carpați sunt o destinație atractivă pentru 77,7% dintre românii care călătoresc, iar Țara Făgărașului pentru 75,5% [C]. Din 2025, Via Transilvanica are o extensie de circa 170 km de la Viscri la Brașov [C]. Transportul public spre localitățile-poartă este rar (atelierele 11 și 12) [D], iar produsele de o zi organizate pe durate lipsesc („Dacă ai două ore, faci asta", Subiect 22) [D/I].

11. **Ciclismul montan este produsul de vară care poate face instalațiile pe cablu să lucreze din mai până în noiembrie.** Destinațiile de schi care au investit în bicicletă au inversat raportul sezoanelor (Whistler, 53% vara; Saalfelden Leogang, 270.000 de urcări pe sezon și 52% din înnoptări în sezonul cald; Maribor, cu telegondola din oraș) [C]; Brașovul are relieful, aeroportul, telegondola, comunitatea și coborârea până în centrul istoric, dar niciun traseu verde, un program imprevizibil al instalațiilor și un mecanism de risc în zona vârfului Postăvaru. Capitolul propune programul transversal „Brașov, destinație de ciclism montan" (secțiunile 2.10 și 4) [I].

12. **Viziunea 2034 și poziționarea: Brașovul, oraș de munte.** Poziționarea preia formula stakeholderilor („Noi suntem oraș de munte, punct!", atelierul 02) și o transformă într-o promisiune verificabilă: natura montană începe din centrul istoric, se parcurge pe jos, cu bicicleta sau cu telecabina, la nivelul fiecăruia, în fiecare anotimp, iar Carpații din jur se descoperă pornind din oraș. Locuitorii sunt primii beneficiari ai acestei promisiuni [D/I]. Natura contribuie la scopul strategiei, creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști, prin sejurul mai lung, prin extrasezon, prin zilele lucrătoare și prin vizitatorii de o zi care rămân peste noapte; indicatorii-reper rămân sejurul de cel puțin 2,0 nopți și gradul de ocupare de cel puțin 37% [I].

13. **Opt direcții strategice (D1–D8) și un inventar al intervențiilor publice.** D1 natura de proximitate și natura locuitorilor; D2 Tâmpa, conservată și accesibilă gradat; D3 pădurile-parc și rețeaua de trasee de la marginea orașului; D4 turismul activ: produse, comunități, evenimente și zborul; D5 fauna sălbatică: coexistență, siguranță și observare responsabilă; D6 siguranța montană, educația și responsabilitatea vizitatorului; D7 patru anotimpuri: calendarul naturii și produsele de extrasezon; D8 Brașovul ca bază pentru natura regiunii; programul transversal „Brașov, destinație de ciclism montan" grupează măsurile ciclismului montan din D3, D4, D6, D8 și din capitolele P5 și M. Secțiunea 5 și Anexa B listează intervențiile autorității publice pe opt domenii, cu responsabil, orizont și prioritate [I].

14. **Guvernanța naturii se sprijină pe instituțiile existente, cu un loc de coordonare și cu un singur ghișeu de avizare.** Natura destinației este administrată de cel puțin opt categorii de instituții [I], iar un traseu nou cere avizul a „5, 6, 7, 8 agenții naționale, ministere" (Subiect 15) [D]. Capitolul propune un grup de coordonare pentru natură și turism activ, convocat de OMD Brașov, extinderea la întreaga rețea de trasee a ghișeului unic de avizare propus pentru stațiune în capitolul P5 și revizuirea planului de management al Tâmpei ca act principal al direcției D2 [I].

15. **Pentru șase alegeri strategice, capitolul formulează opțiunea recomandată (secțiunea 7).** Tâmpa: accesibilizare gradată în cadrul planului de management, fără scoaterea din regimul de arie protejată. Pietonii și bicicliștii: separare pe tronsoanele aglomerate și trasee dedicate ciclismului montan. Ursul: prevenție, informare, intervenție rapidă potrivit legii și observare fără hrănire. Evenimentele în natură: plafon de participanți în arii naturale, volumul la poale. Turismul motorizat: zonare strictă în afara pădurilor-parc și a ariilor protejate, fără promovare publică. Coordonarea: grup de coordonare și ghișeu unic, cu reevaluarea, la evaluarea intermediară din 2030, a propunerii unui parc natural al Brașovului. Indicatorii pornesc de la nivelurile de referință calculate în capitol și adaugă seriile care astăzi lipsesc: vizitatorii pe trasee, incidentele cu fauna, utilizarea naturii de către locuitori [I].

Legătura cu Volumul I. Capitolul corespunde Politicii 2, „Natura pe patru anotimpuri și turismul activ", din Volumul I al strategiei (secțiunea 3.2).

Convenția de coduri: în raport, direcțiile capitolelor P3 și P5 primesc prefixul capitolului (P3·D1, P5·D1), iar scenariile capitolelor apar ca P3·Sc1, P5·Sc1, G·Sc1, C·Sc1 și P1–P2·Sc1, pentru a nu se confunda cu politicile orizontale S1–S6; codurile DMC, DG, DC, P4 și P6 rămân neschimbate. Pentru capitolul de față, direcțiile D1–D8 devin P3·D1–P3·D8, măsurile își păstrează litera (D2-a devine P3·D2-a), iar scenariile S1–S6 din secțiunea 7 devin P3·Sc1–P3·Sc6.

Obiectivele de dezvoltare servite de direcții: D1, OD3.3 (beneficii vizibile pentru locuitori) și OD3.1 (acceptarea turismului de către locuitori); D2, OD5.3 (natură protejată și accesibilă gradat); D3,

OD5.3 și OD4.4 (siguranța vizitatorului în oraș și pe munte); D4, OD2.1 (cerere mai echilibrată între sezon și extrasezon și în zilele lucrătoare) și OD1.1 (sejur mai lung); D5, OD4.4; D6, OD4.4 și OD4.3 (servicii de calitate și oameni pregătiți); D7, OD2.1 și OD5.4 (reziliență climatică și consum responsabil de resurse); D8, OD2.4 (Brașovul ca bază a regiunii).

Măsurile-cheie și indicatorii capitolului sunt preluați în fișa Politicii 2 din raport și în Anexa 1, planul de implementare.

1. Raționamentul unui capitol distinct

1.1. De ce natura are un capitol propriu

Am identificat șapte argumente pentru un capitol dedicat naturii, distinct de capitolul stațiunii și de capitolele orașului istoric.

Primul este **argumentul identitar**. Natura este singura temă a consultării pe care o împărtășesc aproape toți interlocutorii: tema A2, natura și peisajul (Tâmpa, munții în oraș, pădurile), apare la 23 dintre cei 24 de subiecți, în 21 de interviuri, și în 9 dintre cele 12 consultări de grup [C]. Participanții nu descriu Brașovul ca pe un oraș care are munți în apropiere, ci ca pe un oraș de munte:

> *„Noi suntem oraș de munte, punct! Nu poți să compari Brașovul cu Constanța sau cu Slobozia sau cu Craiova. De ce? Păi în primul rând determinismul ăsta geografic.”* (atelierul 02) [D]

Aceeași idee apare, formulată din perspectiva operatorilor de cazare, în atelierul apartamentelor în regim hotelier: „Bine, Brașovul nu este o stațiune montană, Poiana Brașov e stațiune montană, Brașovul este un oraș de munte” (atelierul 08) [D]. Pentru Subiectul 10, natura este punctul de pornire al oricărei narațiuni despre oraș: „Natura cred că e... cred că de-aici pleacă, de fapt” (Subiect 10) [D].

Două surse independente de consultarea proiectului confirmă această lectură. Teza de doctorat despre geografia simbolică a Brașovului constată că toți liderii de opinie intervievați au făcut referire la istorie și la natură atunci când au fost întrebați ce lucruri reprezentative despre Brașov i-ar povesti unui străin. Aceeași teză arată că natura, poziția în centrul țării și accesul la stațiunea de schi și la traseele montane sunt, alături de obiectivele istorice, principalele atracții pentru turiști și „puncte foarte bine definite ale geografiei simbolice a Brașovului”[66] [C]. Conceptul de turism pentru municipiul Brașov, elaborat în 2023, a formulat aceeași idee sub titlul „Sentimentul «carpatic-urban»”: „Nicăieri în România spațiul urban și muntele nu sunt atât de aproape unul de celălalt”[67] [D].

Al doilea este **argumentul cererii**. Pentru publicul național, muntele este prima asociere spontană cu Brașovul (381 de mențiuni din 3.556 de asocieri brute, înaintea Bisericii Negre), iar două treimi dintre vizitatorii orașului practică regulat cel puțin o formă de turism în natură [C]. Natura este, alături de orașul istoric, una dintre cele două componente principale ale cererii Brașovului [I].

[66]Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

[67]Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului” (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

Al treilea este **argumentul funcțional**. Natura este componenta care poate transforma vizita de două nopți în sejur. Orașul istoric se consumă, în percepția stakeholderilor, în una-două zile; ce urmează depinde de munte: „Peste o zi, două, dacă nu te folosești de munți, la Brașov n-ai ce căuta" (sesiunea OAR) [D]. Datele susțin această direcție: familiile, un public legat de natura accesibilă, au cel mai lung sejur în recenziile Booking (2,00 nopți; 26,2% sejururi de trei nopți și peste), iar în Poiana sejururile de trei nopți și peste reprezintă circa o treime din total și în iulie și în august (33,1%, respectiv 33,7%), nu doar iarna [C].

Al patrulea este **argumentul locuitorilor**. Natura este infrastructura de zi cu zi a orașului, folosită intens de brașoveni: „urcatul pe Tâmpa la noi e așa o chestie ca și cum te-ai duce până în Piața Sfatului" (Subiect 22) [D]. Ea este și unul dintre motivele pentru care oamenii aleg să se mute la Brașov: notele atelierului mediului de afaceri consemnează că un participant „s-a mutat din București la Brașov" tocmai pentru „cadrul natural favorabil sporturilor și calitatea vieții" (atelierul 10) [D]. Interviurile din teza despre geografia simbolică a orașului consemnează aceeași motivație: „suficient de mult spațiu verde, pentru mine asta contează extrem de mult"; „eu una apreciez foarte mult drumețiile, posibilitatea de a merge în natură, e ceea ce în Brașov găsesc diversitate foarte mare"[68] [D]. O strategie de dezvoltare locală prin turism care tratează natura doar ca produs pentru vizitatori ar ignora cea mai importantă funcție a ei.

Al cincilea este **argumentul juridic și instituțional**. Natura orașului este, în mare parte, protejată și administrată de instituții diferite: Tâmpa este rezervație naturală și arie specială de conservare Natura 2000; Postăvaru și Piatra Mare sunt situri Natura 2000; circa 2.000 de hectare de pădure municipală sunt în regim de pădure-parc; parcurile naționale și naturale din jur sunt administrate de Romsilva [C]. Un traseu nou trece prin mai multe regimuri juridice și mai multe avize: „ne trebuie aviz de la 5, 6, 7, 8 agenții naționale, ministere" (Subiect 15) [D]. Capitolul pune aceste regimuri în relație, pentru ca măsurile turistice privind natura să poată fi aplicate [I].

Al șaselea este **argumentul riscului**. Natura Brașovului poartă riscuri pe care niciun alt produs turistic al destinației nu le are: ursul (tema B6, prezentă în 12 din cele 22 de interviuri și în 5 ateliere), incendiile de vegetație („Riscul de incendiu este foarte, foarte mare", Subiect 12), plantele invazive, accidentele montane, inclusiv cele de pe traseele de coborâre cu bicicleta, eroziunea potecilor și schimbările climatice [C/D/I]. Riscurile acestea se gestionează la nivelul întregii destinații [I].

Al șaptelea este **argumentul arhitecturii strategice**. În ierarhia priorităților stabilită de managementul proiectului, P3 desemnează natura ca produs pentru turismul activ și pentru turismul de familie pe patru anotimpuri. Celelalte capitole ale strategiei se sprijină pe acest capitol: P5 trimite la „capitolul destinației" pentru politica privind fauna, iar capitolul G își leagă rutele gastronomice metropolitane de „oferta metropolitană a capitolului de natură" (DG2-f).

1.2. Perimetrul: cele patru cercuri ale naturii Brașovului

Natura accesibilă din Brașov este un sistem de locuri aflate la distanțe diferite de centrul istoric, cu publicuri, produse, riscuri și regimuri juridice diferite. Capitolul o organizează în patru cercuri, pe care direcțiile din secțiunea 4 le folosesc ca hartă de lucru [I].

[68]Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului", teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

Tabelul 1. Cele patru cercuri ale naturii accesibile din Brașov (II.2)

Cerc	Locuri	Acces din centrul istoric	Regim	Utilizatori principali	Direcții
1. Natura din oraș	parcurile (Parcul Nicolae Titulescu, Livada Poștei, Tractorul, parcurile de cartier), aleea de sub Tâmpa, promenada După Ziduri, coridoarele verzi, malurile Ghimbășelului	pe jos, 0–15 minute	domeniu public al municipiului	locuitorii, zilnic; turiștii, ocazional	D1
2. Natura de la poalele orașului	Tâmpa; pădurile-parc de la Răcădău, Noua, Dârste, Stejeriș, Pietrele lui Solomon; Lacul Noua; Dealul Cetății Lempeș	pe jos sau cu transportul public, 10–30 de minute	rezervații naturale, situri Natura 2000, pădure-parc, drumuri forestiere deschise publicului	locuitorii, săptămânal; turiștii veniți pentru un sejur scurt în oraș; familiile	D2, D3
3. Muntele orașului	Postăvaru (cu Poiana Brașov), Piatra Mare, Drumul Vechi, Cheile Râșnoavei	cu mașina, cu autobuzul sau cu transportul pe cablu, 20–45 de minute	situri Natura 2000 și rezervații; stațiune turistică (capitolul P5)	drumeți, schiori, bicicliști, alergători; locuitorii la sfârșit de săptămână	D3, D4 (P5 pentru stațiune)
4. Carpații din jurul Brașovului	Parcul Național Piatra Craiului, Parcul Natural Bucegi, Ciucaș, Munții Făgăraș, Țara Bârsei, Țara Făgărașului, Vama Buzăului	30–90 de minute	parcuri naționale și naturale, situri Natura 2000	turiștii cu sejur de trei nopți și peste; drumeții experimentați; observatorii de faună	D8

Sursa: inventarul resursei din secțiunea 2.4; duratele de acces sunt evaluări ale echipei de proiect. [C/E]

Direcțiile D5 (fauna), D6 (siguranța) și D7 (anotimpurile) traversează toate cele patru cercuri. Împărțirea are trei consecințe practice [I]. Fiecare cerc are publicul lui prioritar: primul și al doilea sunt, înainte de toate, ale locuitorilor; al treilea și al patrulea sunt cele în care turismul activ produce valoare. Fiecare cerc are un nivel de amenajare potrivit: cu cât locul este mai aproape de oraș, cu atât amenajarea poate fi mai consistentă, iar cu cât este mai sălbatic, cu atât ea trebuie să fie mai ușoară. Iar presiunea vizitatorilor se poate distribui între cercuri: o parte din fluxul care azi se oprește pe Tâmpa și în Poiana poate fi îndreptată spre pădurile-parc și spre Carpații din jur.

1.3. Premisa: dezvoltare locală și criteriile de evaluare

Din perspectiva dezvoltării locale, măsurile privind natura se evaluează după șase criterii, care revin în direcțiile din secțiunea 4.

Primul este **accesul locuitorilor**: dacă natura de proximitate este accesibilă tuturor brașovenilor, gratuit, fără mașină, în siguranță și aproape de casă, inclusiv în cartierele care astăzi nu au parcuri.

Al doilea este **integritatea naturii**: dacă măsura păstrează habitatele, respectă regimul ariilor protejate și capacitatea de suport a locului și evită infrastructura grea acolo unde o amenajare ușoară sau un serviciu la poale sunt suficiente.

Al treilea este **siguranța**: dacă măsura reduce riscurile legate de faună, de accidente și de incendii și dacă vizitatorul știe unde se află și ce are de făcut.

Al patrulea este **utilizarea capacității pe patru anotimpuri**: dacă produsul aduce vizitatori în lunile slabe ale destinației, primăvara (martie–mai) și noiembrie, fără să adauge presiune în vârfurile de sezon.

Al cincilea este **valoarea reținută în destinație**: dacă natura produce nopți suplimentare și cheltuieli la operatori locali (ghizi, închirieri, cabane, transport, gastronomie), nu doar vizite de o zi.

Al șaselea este **accesibilitatea gradată**: dacă oferta acoperă toate vârstele și toate condițiile fizice (familiile cu copii mici, seniorii, persoanele cu dizabilități, sportivii), de la alee la creastă.

1.4. Surse, metodă, limite

Capitolul triangulează patru categorii de surse. Prima categorie este cercetarea națională de referință a proiectului, din care se folosesc formele de turism practicate, atractivitatea destinațiilor naturale, bateria celor 25 de obiective ale Brașovului, asocierile spontane, întrebările despre ce place și ce lipsește și întrebările deschise despre motivațiile și activitățile turismului montan, recodificate de echipă din textul brut. A doua categorie cuprinde datele secundare: seriile INS ale municipiului (sosiri, înnoptări, ocupare, lunar și anual) și analiza lor de sezonalitate din raportul de analiză a destinației, datele platformelor de închiriere pe termen scurt, recenziile online ale destinației (47.513 de recenzii) și datele publice ale paginilor locurilor de natură de pe platforme. A treia categorie este consultarea Etapei I: cele 22 de interviuri individuale, cele 12 consultări de grup (inclusiv masa rotundă a arhitecților), notele participanților și memoriul de observație, prelucrate în două matrice tematice cu valență. A patra categorie cuprinde documentele și sursele externe: legislația ariilor protejate și a pădurilor, documentele Primăriei, ale Regiei Pădurilor Kronstadt și ale Consiliului Județean, planul strategic HINGE al Consiliului Județean, cercetarea proiectului despre aviația ușoară și de agrement, conceptul de turism pentru municipiul Brașov elaborat în 2023[69], teza de doctorat „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului" (2020)[70] și presa de referință. Registrul verificărilor este în Anexa C.

Cele două surse secundare adăugate au statut diferit. Teza de doctorat este o cercetare sociologică documentată: o anchetă pe 591 de locuitori ai Brașovului, cu date ponderate după gen și vârstă, și interviuri semistructurate cu șaptesprezece persoane publice și lideri de opinie din oraș. Capitolul îi preia rezultatele, marcate [C], și citatele din interviuri, marcate [D].

Conceptul de turism din 2023 este folosit ca sursă de informații secundare, nu ca o cercetare socio-antropologică documentată potrivit standardelor metodologice acceptate de profesioniști. Documentul declară că rezultă din patru grupuri de lucru organizate între ianuarie și martie 2023, pentru centrul istoric, zona periferică a municipiului, stațiunea Poiana Brașov și zona verde Tâmpa–Postăvaru, cu reprezentanți ai mediului privat, ai administrației publice locale, ai administrației silvice și ai asociațiilor de profil. Informațiile primite au fost analizate „prin perspectiva experienței profesionale și observațiile directe ale autorilor acestui document". Documentul numește o parte dintre organizațiile participante, dar nu publică lista participanților, consemnările discuțiilor sau procedura de analiză, astfel că afirmațiile lui nu pot fi trasate metodologic. Capitolul îl folosește ca argument suplimentar, în paralel cu interviurile și atelierele proiectului, acolo unde problemele identificate și soluțiile propuse concordă cu acestea; afirmațiile lui sunt marcate [D], iar cifrele declarate în grupurile de lucru nu sunt tratate ca date confirmate.

[69]Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri", 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului" (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

[70]Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului", teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

Am identificat patru limite ale analizei:

- nu există date publice despre folosirea naturii: nu am identificat contoare de vizitatori pe traseele din jurul orașului, iar numărul celor care urcă pe Tâmpa, folosesc pădurile-parc sau urcă pe Postăvaru nu se cunoaște; conceptul de turism din 2023 menționează o monitorizare a vizitatorilor făcută de Regia Pădurilor Kronstadt împreună cu institutul de cercetări silvice din Brașov, ale cărei rezultate nu au fost identificate în surse publice; singurele serii disponibile sunt intervențiile Salvamont, capacitatea instalațiilor pe cablu și, indirect, recenziile;
- statistica INS nu înregistrează vizitatorii de o zi și cazarea în locuințe secundare, iar Poiana Brașov este inclusă în seriile municipiului fără a putea fi separată; în datele Google ale recenziilor, o parte dintre unitățile și locurile din Poiana sunt etichetate „Brașov”, așa că orice comparație oraș–stațiune pe recenzii este orientativă;
- cercetarea națională măsoară percepția și comportamentul românilor; pentru turiștii străini, sursele sunt recenziile și consultarea operatorilor care lucrează cu ei;
- perspectiva locuitorilor provine din consultare (atelierele 09, 11 și 12, interviurile), nu dintr-o măsurătoare cantitativă; chestionarul pentru rezidenți propus în capitolul G este instrumentul care poate da nivelurile de referință pentru indicatorii privind natura locuitorilor, dacă include un modul despre folosirea naturii (secțiunea 8).

Recodificarea întrebărilor deschise s-a făcut pe textul brut, cu dicționare de cuvinte-cheie, iar cifrele sunt procente ponderate ale respondenților care menționează cel puțin un element din familia respectivă. Pentru familiile de asocieri deja raportate în capitolele P5 și G (muntele, aerul curat, schiul, Tâmpa, natura, Poiana), capitolul folosește numărătorile brute din acele capitole.

2. Diagnostic

2.1. Natura în imaginea Brașovului și în cererea națională

Cercetarea națională de referință arată ce loc ocupă natura în felul în care românii văd Brașovul și ce caută cei care merg la munte, independent de ce spun despre natură operatorii și administrația.

Imaginea spontană. Întrebați ce le vine în minte când aud „Brașov”, călătorii români numesc muntele mai des decât orice altceva: familia „munte” adună 381 de mențiuni din cele 3.556 de asocieri brute, înaintea Bisericii Negre (254) și a centrului istoric (187), iar „aerul curat” (114), „schiul, iarna, zăpada” (112), Tâmpa (90) și „natura” (83) completează imaginea [C]. Luate împreună, elementele de natură (muntele, natura, pădurea, aerul, peisajul, Tâmpa, masivele din jur, drumețiile) apar în asocierile a 36,3% dintre călătorii români și a 43,5% dintre vizitatorii Brașovului; împreună cu Poiana și cu schiul, ponderea urcă la 45,8%, respectiv 54,5% [C]. Ursul, foarte prezent în consultare, apare în asocierile spontane ale doar 1,4% dintre călători [C]: pentru publicul național, imaginea Brașovului este cea a unui oraș de munte, în care ursul ocupă un loc marginal [I].

Ce place și ce lipsește. Dintre vizitatorii Brașovului, circa 29% numesc un element de natură atunci când sunt întrebați ce le place cel mai mult la Brașov: Poiana (13,2%), muntele (7,3%), natura și aerul (6,3%), Tâmpa (6,1%), în familiile lexicale ale cercetării naționale (840 de vizitatori ponderați, n = 887); fără Poiana și fără schi, ponderea elementelor de natură este de 16,5%, în analiza lexicală a echipei pe aceeași bază [C]. Când sunt întrebați ce lipsește orașului, natura aproape că nu apare: 3,2% dintre vizitatori numesc ceva legat de natură, iar cele mai frecvente mențiuni sunt mai multe parcuri și

spații verzi (1,2%), mai puțini urși (0,5%) și piste sau trasee pentru bicicletă (0,5%) [C]. Deficitele pe care le descrie consultarea (trasee pentru familii, organizare, informare, siguranță) nu au ajuns în conștiința cererii, cel mai probabil pentru că vizitatorul tipic consumă natura din oraș mai degrabă ca peisaj decât ca activitate [I].

Vizitarea obiectivelor naturale. În bateria celor 25 de obiective ale Brașovului, Tâmpa este al cincilea obiectiv ca rată de vizitare: 72,3% dintre vizitatori au urcat pe ea, 39,2% de mai multe ori; doar Poiana Brașov (88,5%), Piața Sfatului (84,2%), Biserica Neagră (83,9%) și Cetatea Brașovului (73,1%) au rate mai mari [C]. Grădina zoologică a fost vizitată de 43,7% dintre vizitatori, parcul de aventură de 36,9%, parcul acvatic de 30,5% [C]. Dintre românii care nu au vizitat niciodată Brașovul, 73,7% cunosc Tâmpa, mai mulți decât Cetatea (72,6%) [C]. Pentru publicul care nu a ajuns încă în destinație, Tâmpa este unul dintre cele mai cunoscute repere ale orașului [I].

Formele de turism în natură. Tabelul 2 arată cât de răspândite sunt formele de turism în natură în rândul călătorilor români, comparativ cu alte forme de turism.

Tabelul 2. Formele de turism practicate de călătorii români: practică regulată și practică ocazională
(II.2)

Forma de turism	Practică regulată (minivacanțe și/sau concediu)	Practică cel puțin ocazională	Nu practică
Litoral	74,8%	92,0%	8,0%
Balnear (spa, aquapark)	54,1%	86,0%	14,0%
Ecoturism (călătorii responsabile în zone naturale)	44,3%	78,4%	21,6%
Montan (alpinism, drumeții montane, sporturi de iarnă)	42,6%	73,3%	26,7%
Rural (la sat, agroturism)	41,0%	80,8%	19,2%
Gastronomic	37,5%	72,5%	27,5%
De evenimente	25,9%	72,1%	27,9%
De aventură (speologie, rafting, parapantă, ciclism montan)	20,6%	44,2%	55,8%
Cicloturism	10,6%	27,2%	72,8%

Sursa: cercetarea națională de referință, toți călătorii, procente ponderate. [C]

Ecoturismul și turismul montan sunt, după litoral și balnear, formele de turism practicate regulat de cei mai mulți călători români [C]. Formele de aventură și cicloturismul sunt de nișă: le practică regulat unul din cinci, respectiv unul din zece călători [C]. Dacă se adună cele patru forme de turism în natură (montan, ecoturism, aventură, cicloturism), 63,5% dintre călătorii români și 66,8% dintre vizitatorii Brașovului practică regulat cel puțin una dintre ele [C].

Cine practică turismul în natură. Practica regulată a turismului montan scade cu vârsta, de la 52,6% la tinerii de 18–29 de ani la 30,8% la cei de peste 60 de ani, în timp ce ecoturismul rămâne relativ constant pe toate vârstele (între 41,9% și 48,8%) [C]. În gospodăriile cu copii minori, turismul montan regulat este mai frecvent (48,4% față de 39,7%), la fel ca turismul de aventură (26,6% față de 17,7%) [C]. Bucureștenii și locuitorii din Ilfov practică regulat turismul montan în proporție de 50,6%, față de 41,6% în restul țării [C]. Pentru Brașov, profilul are o consecință directă: cele trei publicuri cele mai apropiate de natura activă (tinerii, familiile cu copii și bucureștenii) sunt și publicuri pe care destinația le atrage deja [I].

Fidelitatea publicului de natură. Dintre vizitatorii Brașovului care practică regulat turismul montan, 51,4% revin în oraș cel puțin o dată pe an, față de 43,8% dintre ceilalți vizitatori, iar 75,3% au urcat pe Tâmpa, față de 69,8% [C]. Dintre toți călătorii care practică regulat turismul montan, 41,2% consideră Brașovul o destinație „foarte atractivă", față de 31,3% dintre ceilalți [C]. Publicul de natură este, așadar, mai fidel și mai entuziast decât restul publicului destinației [I].

Natura din jurul Brașovului ca destinație. Munții Carpați, ca destinație de drumeție montană, sunt atractivi pentru 77,7% dintre călătorii români (33,5% îi consideră „foarte atractivi"), la nivelul Deltei Dunării (79,4%) și al satelor și cetăților săsești (77,6%), după orașul Brașov (86,9%) și orașul Sibiu (81,3%) [C]. Atractivitatea Carpaților urcă la 81,8% în rândul vizitatorilor Brașovului și la 88,6% în rândul celor care practică regulat turismul montan [C]. Țara Făgărașului este atractivă pentru 75,5% dintre călători; Vama Buzăului, pentru 35,4%, dar 49,0% dintre călători nu au o părere despre ea, cel mai probabil pentru că nu o cunosc [C/I]. Frecventarea este mai mică decât atractivitatea: 27,5% dintre călători merg în Carpați, la drumeție, cel puțin o dată pe an, iar 21,6% nu au mers niciodată [C].

De ce merg românii la munte și ce vor să facă acolo. Celor care practică regulat turismul montan, cercetarea le-a cerut să spună, cu propriile cuvinte, de ce îi atrage muntele și ce activități își doresc acolo. Răspunsurile, recodificate de echipă, sunt prezentate în Tabelul 3.

Tabelul 3. Motivațiile și activitățile turismului montan, în cuvintele călătorilor români (II.2)

Motivația (de ce vă place?)	Pondere	Activitatea dorită (ce activități?)	Pondere
Aerul curat	33,9%	Drumeții, trasee montane, ture de mai multe zile	44,0%
Natura, pădurea, verdeața	19,2%	Plimbări, mers pe jos	26,8%
Liniștea, relaxarea, deconectarea	18,1%	Schi, snowboard, săniuș	11,3%
Drumeția, plimbarea, urcatul pe munte	15,8%	Cățărare, alpinism	4,8%
Peisajele, priveliștile	15,7%	Camping, foc de tabără, grătar, picnic	3,3%
Mișcarea, sportul, sănătatea	7,8%	Aventură (rafting, tiroliană, parapantă, peșteri)	3,2%
Iarna, schiul, zăpada	3,9%	Relaxare, odihnă	3,1%
Aventura, adrenalina, explorarea	3,5%	Vizitarea obiectivelor din zonă	3,0%
Mai puțină aglomerație, departe de oraș	1,9%	Bicicletă, ciclism montan	2,4%
Răcoarea, clima	1,5%	Observarea naturii și a faunei	1,8%

Sursa: cercetarea națională de referință, călătorii care practică regulat turismul montan, răspunsuri deschise recodificate de echipa de proiect; un răspuns poate intra în mai multe categorii; procente ponderate. [C]

Tabelul descrie un public care vine la munte pentru aer, natură și liniște și care vrea să meargă pe jos [C]. Cererea dominantă este o cerere de mișcare ușoară: drumețiile (44,0%) și plimbările (26,8%) sunt cele mai frecvente activități dorite, iar schiul (11,3%) este al treilea, la mare distanță [C]. Pentru Brașov, tabelul fixează ierarhia produselor: înainte de orice infrastructură de sport extrem, destinația are nevoie de trasee bune, sigure și ușor de găsit [I].

Alternativele pentru motivul „munte". Întrebați ce destinații ar alege în locul Brașovului, 19,9% dintre călătorii care răspund numesc cel puțin o destinație montană: Sinaia (5,7%), Poiana Brașov (2,9%), Alpii (2,4%), Predealul (2,2%), Bușteniul (2,2%), Branul (2,1%) și Austria (1,7%) sunt cele mai frecvente [C]. Brașovul concurează pentru motivul „munte" cu Valea Prahovei și, la publicul mai exigent, cu Alpii [I].

Din datele cercetării naționale rezultă trei constatări [I]. Natura este, alături de orașul istoric, una dintre cele două componente principale ale imaginii Brașovului, iar muntele este prima asociere spontană cu orașul. Cererea pentru natură este largă și se potrivește cu ce oferă orașul: aer curat, liniște, drumeție și plimbare, căutate mai ales de tineri, de familii și de bucureșteni, adică de publicuri pe care destinația le atrage deja. Iar publicul de natură este mai fidel decât restul publicului Brașovului, ceea ce face din produsul de natură și un instrument de fidelizare.

2.2. Experiența consumată: ce spun recenziile

Din cele 47.513 de recenzii online analizate pentru destinație, baza de percepție a turiștilor (fără recenziile de cazare) cuprinde 14.420 de recenzii [C]. Raportul de analiză a destinației formulează astfel diferențiatorul perceptual al Brașovului:

> *„Diferențiatorul nu trebuie redus la «medieval». Teritoriul mai puternic este întâlnirea dintre orașul istoric și munte: patrimoniu urban recognoscibil, explorabil pe jos, într-un cadru carpatic imediat."* (raportul de analiză a destinației) [C]

Locurile de natură au volume mari de recenzii și note ridicate. Tabelul 4 reunește datele publice ale paginilor locurilor de natură de pe platformele de recenzii, la momentul colectării.

Tabelul 4. Locurile de natură și experiențele în natură ale Brașovului pe platformele de recenzii (II.2)

Loc sau experiență	Platformă	Număr de recenzii pe platformă	Scor (1–5)
Tâmpa (pagina de „rezervație naturală")	Google	19.656	4,7
Belvedere Tâmpa	Google	383	4,8
Pietrele lui Solomon	Google	4.084	4,7
Lacul Noua (zona de agrement)	Google	2.525	4,7
Vârful Postăvaru	Google	1.323	4,8
Parcul Nicolae Titulescu	Google	9.690	4,7
Parcul Tractorul	Google	4.451	4,5
Grădina zoologică	Google	17.261	4,3
Parcul de aventură	Google	10.663	4,7
Tururi de observare a faunei sălbatice care pleacă din Brașov (patru oferte)	Tripadvisor	25–409	4,8–5,0
Drumeție ghidată în Piatra Craiului, cu plecare din Brașov	Tripadvisor	122	5,0

Sursa: datele publice ale paginilor (numărul total de recenzii și scorul afișat), din baza de recenzii a raportului de analiză a destinației; prelucrare a echipei de proiect. [C]

Tâmpa are cele mai multe recenzii dintre locurile de natură ale destinației, de două ori mai multe decât parcul cu cele mai multe recenzii, iar scorurile locurilor de natură sunt ridicate (4,3–4,8) [C]. Tururile de observare a faunei și drumețiile ghidate au scoruri aproape maxime, dar volume mici: sunt produse de nișă, private, care pleacă din Brașov spre munții din jur [C/I].

În discursul turiștilor, natura este privită mai mult decât folosită. În cele 14.420 de recenzii turistice, ursul apare în 2,5% dintre ele (aproape în totalitate în recenziile tururilor de observare a faunei), drumeția și traseele în 1,4%, pădurea în 1,2% și transportul pe cablu în 0,9% [C]. În cele 23.000 de recenzii Booking, pădurea apare în 1,0% dintre ele, iar drumeția are 24 de mențiuni [C]. Raportul de analiză a destinației constată, pentru Poiana, același tipar: stațiunea este „codificată" de iarnă, iar

„produsul de vară este mult mai puțin prezent spontan în discursul turiștilor” (raportul de analiză a destinației) [C].

Familia este publicul sejurului lung. În recenziile Booking, familiile au cea mai mare durată medie a sejurului (2,00 nopți) și cea mai mare pondere a sejururilor de trei nopți și peste (26,2%); ele reprezintă 33,9% din sejururi, dar 41,7% din sejururile de trei nopți și peste și 46,0% din cele de cinci nopți și peste [C]. Raportul de analiză a destinației formulează condiția sejurului de familie: „copiii au activități, adulții au relaxare” (raportul de analiză a destinației) [C]. Natura accesibilă este, pentru familie, principala sursă de activități care nu costă mult și care umplu o zi întreagă [I].

Din recenzii rezultă o constatare care se leagă direct de diagnosticul calitativ [I]: natura Brașovului este foarte apreciată acolo unde este vizibilă (Tâmpa, belvederile, Pietrele lui Solomon, Postăvaru), dar rar consumată ca experiență organizată. Experiențele de natură cel mai bine evaluate există, sunt mici și pleacă din Brașov spre regiune, fără ca destinația să le pună în vitrină.

2.3. Anotimpurile: ce arată datele

Raportul de analiză a destinației, construit pe seriile lunare INS ale municipiului (2010–2025), arată că Brașovul nu are problema de sezonalitate pe care o au majoritatea destinațiilor montane și urbane din România [C].

Două sezoane reale și un gol de primăvară. Coeficientul de variație al înnoptărilor lunare din municipiu a fost de 0,158 în 2022–2025, față de o mediană națională de 0,205, calculată pe cele 43 de orașe analizate în raportul de analiză a destinației; în 2010, era de 0,231 [C]. Dintre cele 21 de orașe cu peste 100.000 de înnoptări anuale, doar București, Bacău, Suceava și Timișoara au curbe mai plate [C]. Raportul de analiză a destinației descrie două sezoane: iarna (decembrie 1,06, ianuarie 0,99, februarie 1,04) și vara–toamna (iulie 1,14, august 1,36, septembrie 1,04, octombrie 1,10), separate de un extrasezon lung, martie–iunie, cu minimul anual în martie (0,76), și de unul scurt, în noiembrie (0,90) [C]. Cu 329.367 de înnoptări în lunile de iarnă, municipiul are al doilea volum de iarnă din țară, după București, și este singura reședință de județ la care toate cele trei luni de iarnă sunt la nivelul mediei anuale sau peste [C]. Seriile includ Poiana Brașov, care nu poate fi separată.

Tabelul 5. Anotimpurile municipiului Brașov: ponderea înnoptărilor, indicii sezonieri și gradul de ocupare estimat (medii 2022–2025) (II.2)

Anotimp	Pondere în înnoptările anuale	Indici sezonieri lunari	Grad de ocupare estimat, pe luni
Iarna (decembrie–februarie)	25,8%	1,06 / 0,99 / 1,04	34,5% / 32,4% / 37,1%
Primăvara (martie–mai)	20,2%	0,76 / 0,77 / 0,89	24,9% / 26,1% / 29,0%
Vara (iunie–august)	28,6%	0,93 / 1,14 / 1,36	31,3% / 37,1% / 44,3%
Toamna (septembrie–noiembrie)	25,4%	1,04 / 1,10 / 0,90	35,1% / 36,0% / 30,4%

Sursa: raportul de analiză a destinației, pe datele INS (TEMPO); ponderile pe anotimpuri sunt calcule ale echipei de proiect pe seria lunară a raportului de analiză a destinației. [C]

Problema principală este utilizarea capacității. Nicio lună a anului nu depășește 45% grad de ocupare estimat, iar intervalul martie–mai este singurul cu valori sub 30% [C]. Raportul de analiză a destinației conchide: „Brașovul a rezolvat problema sezonalității, dar nu și pe cea a utilizării capacității” (raportul de analiză a destinației) [C]. Seriile lunare ale anului 2025 confirmă tiparul: aprilie a adus 6,3% din sosirile anului, august 10,2% [C]. În segmentul închirierilor pe termen scurt,

ocuparea din 2025 a fost cea mai mică în martie (35,3%), apoi în mai (41,1%) și în noiembrie (43,4%), și cea mai mare în august (67,2%) [C]. În Poiana Brașov, golul de primăvară este mult mai adânc decât în oraș (capitolul P5, Tabelul 3).

Clima și zăpada. Situl Natura 2000 Postăvaru urcă până la altitudinea de 1.783 m[71], iar consultarea consemnează îndoiala privind viitorul schiului la această altitudine: „Față de faptul că clima s-a încălzit, 1.700 sus e puțin" (Subiect 23) [D]. Tema nesustenabilității climatice a schiului (B14) apare în 2 interviuri și în 3 ateliere [C]. Capitolul P5 a stabilit, pentru stațiune, modernizarea domeniului schiabil existent fără extindere, ca bază pentru 2027–2031 (scenariul S1 al capitolului P5). Pentru oraș, consecința este alta: produsul de natură al destinației nu poate depinde de zăpadă [I].

Din datele despre anotimpuri rezultă trei constatări [I]. Iarna nu este o prioritate de cerere pentru capitolul naturii: municipiul are deja cel mai mare sezon de iarnă al unei reședințe de județ. Golul este primăvara (martie–mai) și noiembrie, adică lunile în care natura din jurul Brașovului are ceva propriu de oferit: fauna ieșită din iarnă, pădurea înverzită, sezonul de drumeție, bicicletă și alergare, culorile toamnei. Iar ținta este creșterea cererii în lunile slabe, fără presiune suplimentară în vârfuri; redistribuirea vizitatorilor între luni nu este, în sine, un obiectiv.

2.4. Resursa: inventarul naturii accesibile din Brașov

Brașovul are, în interiorul municipiului și în jurul lui, o densitate de arii naturale protejate și de păduri deschise publicului puțin obișnuită pentru un oraș de această mărime [I]. Tabelul 6 le inventariază, cu regimul și administratorul lor.

Tabelul 6. Inventarul naturii accesibile din Brașov: regim, suprafață și administrare (II.2)

Loc	Regim de protecție	Suprafață	Administrare	Repere pentru turism
Muntele Tâmpa	rezervație naturală (cod 2.255); sit Natura 2000 ROSCI0120, arie specială de conservare din 2022	188,20 ha (rezervația); 214 ha (situl)	Agenția Națională pentru Mediu și Arii Protejate, prin Direcția Județeană de Mediu Brașov; terenul forestier, Regia Pădurilor Kronstadt	plan de management aprobat în 2016; telecabină înlocuită și redeschisă în octombrie 2025; platforma belvedere închisă din mai 2026 și în refacere
Pădurile-parc ale municipiului	regim de pădure-parc (Codul silvic), aprobat între 2023 și 2025	circa 2.000 ha (1.700–2.200 ha în comunicările publice), din 14.655,8 ha de pădure municipală	Regia Pădurilor Kronstadt	piste de familie Răcădău–Noua în lucru (circa 8 km); parc dendrologic de 25,2 ha în amenajare
Drumurile forestiere	deschise pietonilor și bicicliștilor prin regulament local (2021)	30 de drumuri, circa 83 km	Regia Pădurilor Kronstadt	interzise autovehiculelor, motocicletelor și ATV-urilor, cu excepția evenimentelor aprobate
Postăvaru	sit Natura 2000 ROSCI0207; rezervație naturală (cod 2.253)	circa 1.300 ha (situl); 1.025,50 ha (rezervația); 728–1.783 m	regim general al ariilor protejate; fond forestier al Regiei Pădurilor Kronstadt	plan de management elaborat în 2020–2023; domeniul schiabil și traseele de ciclism montan ale stațiunii
Piatra Mare	sit Natura 2000 ROSCI0195	circa 4.274 ha; 700–1.840 m	regim general al ariilor protejate	plan de management elaborat; Canionul Șapte Scări, amenajat de regia pădurilor din Săcele

[71]Situl Natura 2000 ROSCI0207 Postăvarul, altitudine 728–1.783 m, proiectul CARPASIT, Fundația Carpați: <https://carpasit.fundatiacarpati.ro/wp/wp-content/uploads/2022/08/Brosura-sinteza-Carpasit-v072022.pdf>

Loc	Regim de protecție	Suprafață	Administrare	Repere pentru turism
Dealul Cetății Lempeș – Mlaștina Hărman	sit Natura 2000 ROSCI0055; rezervațiile naturale Dealul Cetății – Lempeș și Mlaștina Hărman	373,9 ha (situl)	regim general al ariilor protejate	plan de management elaborat; zonă de plimbare, picnic și zbor liber
Stejerișul Mare	rezervație botanică (cod 2.256)	16,30 ha	Regia Pădurilor Kronstadt (fond forestier)	lângă drumul spre Poiana
Parcul Național Piatra Craiului	parc național (din 1990); sit Natura 2000 ROSCI0194	14.766 ha	Regia Națională a Pădurilor – Romsilva (administrația parcului, din 1999)	trasee de drumeție și de ciclism montan; Zărnești ca poartă
Parcul Natural Bucegi	parc natural (din 1990); sit Natura 2000 ROSCI0013	32.663 ha	Regia Națională a Pădurilor – Romsilva	acces dinspre Bran, Moieciu, Bușteni, Sinaia
Ciucaș; Munții Făgăraș	situri Natura 2000 ROSCI0038; ROSCI0122	21.864 ha; 198.617,5 ha	regim general al ariilor protejate	drumeție montană de o zi sau de mai multe zile

Sursa: Legea nr. 5/2000 și datele Agenției Europene de Mediu privind siturile Natura 2000; documentele Primăriei Municipiului Brașov și ale Regiei Pădurilor Kronstadt; administrațiile parcurilor; presa de referință; detalii și grade de încredere în Anexa C.[72][73][74][75] [C]

Inventarul se completează cu infrastructura turismului activ și a zborului. În Postăvaru funcționează un parc de ciclism montan cu șase trasee de coborâre[76], deservit de telegondolă și de telescaunul Ruia[77] (secțiunea 2.6.6) [C]. Destinația are, pe lângă aeroportul internațional, aerodromul de la Sânpetru și terenul de zbor al aeroclubului de la Ghimbav[78], iar cercetarea proiectului despre aviația ușoară și de agrement identifică punctele de decolare pentru zborul liber (Postăvaru, Bunloc, Lempeș), al căror statut oficial nu a putut fi confirmat, și zborul cu planorul în unde orografice, practicat de la Sânpetru în octombrie–decembrie [C/I]. Via Transilvanica are, din iunie 2025, o extensie oficială de circa 170 km, de la Viscri la Brașov, prin Țara Făgărașului, Zărnești, Bran și Râșnov[79] [C]. Infrastructura de cabane este, în schimb, slabă: cabanele turistice din municipiu au realizat, în 2025, 4.036 de înnoptări, 0,3%

[72]Rezervația „Tâmpa (Muntele)", cod 2.255, 188,20 ha (Legea nr. 5/2000); situl ROSCI0120 Muntele Tâmpa, 214 ha, desemnare inițială prin Decretul nr. 949/1962 (formularul standard Natura 2000, Agenția Europeană de Mediu): <https://bio.discomap.eea.europa.eu/arcgis/rest/services/Bio/Natura2000_Dyna_WM/MapServer/11/query?where=SITECODE%3D%27ROSCI0120%27&outFields=&returnGeometry=false&f=json>

[73]Avizul Ministerului Mediului pentru regimul de pădure-parc al pădurilor din jurul Brașovului, circa 2.000 ha, și amenajările permise (G4Media, 8 mai 2025): <https://www.g4media.ro/brasov-va-avea-2-000-de-hectare-de-padure-parc-aviz-favorabil-de-la-ministerul-mediului-este-singurul-oras-din-romania-care-a-primit-aceasta-aprobare.html> ; avizul din noiembrie 2023 pentru peste 1.700 ha (Newsbv): <https://newsbv.ro/padure-parc-jurul-brasovului-peste-1-700-trasee-plimbari-ciclism-spatii-recreere-locuri-joaca-copii/>

[74]Regulamentul privind accesul pe drumurile forestiere din fondul forestier proprietate publică a municipiului Brașov, aprobat prin HCL nr. 151/25.03.2021: 30 de drumuri, 83,2 km (Regia Pădurilor Kronstadt): <https://www.rplpkronstadt.ro/drumuri-forestiere/>

[75]Parcul Național Piatra Craiului, 14.766 ha: <https://www.pcrai.ro/istoricul-parcului-national> ; Parcul Natural Bucegi: <https://bucegipark.ro/en/history> ; siturile Piatra Mare și Dealul Cetății Lempeș – Mlaștina Hărman, proiectul CARPASIT: <https://carpasit.fundatiacarpati.ro/wp/wp-content/uploads/2022/08/Brosura-sinteza-Carpasit-v072022.pdf>

[76]Observator, 25 iulie 2026, cele șase trasee ale parcului de ciclism montan din Postăvaru și clasificarea lor: <https://observatornews.ro/economic/se-redeschide-bike-parkul-din-postavarul-cat-costa-sa-inchiriezi-o-bicicleta-pentru-o-zi-661183.html>

[77]G4Media, 20 iunie 2025, deschiderea parcului de ciclism montan, cu telegondola și telescaunul Ruia la sfârșit de săptămână: <https://www.g4media.ro/?p=1076583>

[78]Aeroclubul României, Aerodromul Sânpetru (pistă de 530 m): <https://aeroclubulromaniei.ro/page/aerodrom-sanpetru> ; terenul de zbor Ghimbav (pistă de 1.000 m): <https://aeroclubulromaniei.ro/page/teren-de-zbor-ghimbav>

[79]Via Transilvanica, extensia Terra Borza Teutonica, de la Viscri la Brașov: <https://www.viatransilvanica.com/en/regions/terra-borza-teutonica> ; inaugurarea din 5 iunie 2025 (Observator): <https://observatornews.ro/eveniment/via-transilvanica-se-extinde-cum-arata-noul-tronson-care-va-fi-inaugurat-pe-5-iunie-617651.html>

din total [C], iar un participant la atelierul de turism activ descrie pierderea celor mai multe dintre cabanele asociației montane din care face parte (secțiunea 2.6.6) [D].

Două lucruri lipsesc din inventar [I]. Primul este o hartă publică unică a tuturor traseelor din jurul orașului, cu regimul, dificultatea și administratorul fiecăruia. Al doilea este o evidență a folosirii lor: nu există o numărătoare publică a vizitatorilor nici pe Tâmpa, nici în pădurile-parc, nici pe Postăvaru. Primăria a prezentat, în 2021, propunerea unui „Parc Natural Brassovia" care să reunească natura din jurul orașului într-o singură arie administrată; propunerea nu a fost aprobată de Consiliul Local[80] [C].

2.5. Vocea stakeholderilor: statistica tematică

Consultarea Etapei I a produs, pentru natură, cel mai larg consens și, în același timp, una dintre cele mai lungi liste de probleme [I]. Matricele tematice cu valență înregistrează natura în 32 de teme distincte. Tabelul 7 le prezintă pe cele principale; Anexa A dă detaliul pe surse.

Tabelul 7. Temele consultării care privesc natura, pe valență (II.2)

Cod	Tema	Interviuri (din 22)	Ateliere (din 12)
A2	Natura și peisajul: Tâmpa, munții în oraș, pădurile	21	9
A15	Traseele de bicicletă „unice în România", comunitatea de ciclism	6	6
A18	Zona metropolitană bogată: cetăți, biserici fortificate, Piatra Craiului	12	6
A21	Liniștea și deconectarea ca promisiune de destinație	4	3
A22	Biodiversitatea și fauna ca activ: ursul ca atracție, observatoarele	4	5
A38	Stilul de viață activ în natură („Lifestyle Capital", punte între urban și natură)	0	4
B6	Ursul și fauna sălbatică: siguranță, pierderi economice, hrănire, deșeuri	12	5
B21	Ariile protejate și Tâmpa: blocaj legal, eroziunea potecilor, conflictul pietoni–bicicliști	9	2
B24	Infrastructura de agrement lipsă: copii, apă, popasuri, trasee accesibile	9	8
B25	Sezonalitatea și extrasezonul (noiembrie, luni–joi, octombrie–decembrie)	9	5
B26	Supraaglomerarea și presiunea pe centru și pe Poiana (weekend, Drumul Vechi)	9	6
B28	Incendii, riscuri climatice, deșeuri în pădure	6	0
B39	Dezvoltarea imobiliară necontrolată, amenințare la peisaj	0	5
B55	Spațiile verzi publice insuficient valorificate (interdicții, asfaltare, toalete lipsă)	0	3
B59	Transport public metropolitan rar și infrastructură pietonală și velo fragmentată	0	7
C7	Pachetul urs: prevenție, pubele rezistente la urs, educație, observare, garduri	6	5
C13	Pădurile-parc și natura amenajată: piste de familie, trasee terapeutice, accesibilizare, Tâmpa	9	5
C18	Educație: programe pentru copii, reguli în locul îngrădirilor, oferta înaintea regulii	9	7
C20	Dispersia regională: Brașovul ca bază de explorare, safariuri, trasee regionale	10	8
C28	Siguranța montană: echipament minim, borne, refugii, delimitarea schi–sanie	3	1

Sursa: matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere). Unitatea de numărare pentru ateliere este atelierul, nu vorbitorul; masa rotundă a arhitecților este numărată ca atelier. [C]

Din tabel rezultă trei observații. Întâi, atuul naturii (A2) este aproape unanim, dar atuurile mai precise (fauna ca activ, liniștea, stilul de viață activ, traseele de bicicletă) sunt numite de puțini; consultarea ia

[80]Primăria Municipiului Brașov, prezentarea propunerii „Parcul Natural Brassovia", martie 2021: <https://brasovcity.ro/file-zone/arii-protejate/parcul-natural-brassovia/Prezentare-Parcul-Natural-Brassovia-Martie-2021.pdf> ; propunerea nu a fost aprobată de Consiliul Local (G4Media, 8 mai 2025): <https://www.g4media.ro/brasov-va-avea-2-000-de-hectare-de-padure-parc-aviz-favorabil-de-la-ministerul-mediului-este-singurul-oras-din-romania-care-a-primit-aceasta-aprobare.html>

natura ca dată și vorbește mai ales despre ce lipsește în jurul ei. În al doilea rând, problemele se concentrează pe cinci teme: ursul (B6), blocajul ariilor protejate și al Tâmpei (B21), agrementul lipsă (B24), sezonalitatea (B25) și aglomerația (B26). În al treilea rând, în matricea consolidată mai multe teme apar numai în ateliere, adică în discuția de grup a locuitorilor și a operatorilor: stilul de viață activ (A38), presiunea imobiliară asupra peisajului (B39), interdicțiile din spațiile verzi (B55) și transportul fragmentat spre natură (B59). Sunt teme ale vieții de zi cu zi a orașului, pe care interviurile individuale, centrate pe turism, le-au atins doar marginal [I].

2.6. Douăsprezece constatări ale consultării

2.6.1. „Oraș de munte": natura ca identitate trăită

Consultarea descrie natura Brașovului ca pe un mod de viață. Subiectul 24 formulează diferența față de alte orașe: „Noi ce avem în plus e natura. [...] Adică avem muntele în centrul orașului. Unde mai găsești asta?" (Subiect 24) și „pot să fiu în pădure, în natură și să văd căprioare în mijlocul orașului" (Subiect 24) [D]. Pentru un participant la atelierul locuitorilor, granița dintre oraș și munte este de un minut de mers pe jos:

> *„ieși din Piața Sfatului și traversezi, mai mergi un minut și ești într-o zonă care nu mai e atât de urbană. Ești la poalele munților, se simte cumva"* (atelierul 11) [D]

Atelierul de turism activ a dat acestui mod de viață un nume. Întrebat de moderator dacă brașovenii sunt „molcomi" și „așezați", un participant a răspuns:

> *„Nu, suntem o zonă activă... Activă în natură... [...] Te duci seara la Piatra Mare sau pe Tâmpa, urci pe jos, te dai cu bicicleta, te întorci acasă și îți faci treaba așa cum o știi tu. [...] Deci nu există un alt oraș în România care să-ți ofere genul ăsta de viață..."* (atelierul 07) [D]

Același participant a propus formula prin care le explică străinilor orașul: „e Lifestyle Capital of Romania. Deci că este capitala stilului de viață din România" (atelierul 07) [D]. Notele scrise ale atelierului leagă siguranța, aerul curat și muntele într-o singură idee, „ORAȘ ACTIV ÎN NATURĂ → MIȘCARE", și definesc Brașovul drept „O punte între urban și natură" (atelierul 07) [D]. Tinerii din atelierul locuitorilor ajung la aceeași concluzie pe altă cale, pornind de la felul în care orașul se îmbină cu sportul:

> *„se blenduiește cu sportul asociat naturii care este aici dă o unicitate și dă [...] o vibrație tânără pe care nu am mai văzut-o în alt oraș"* (atelierul 11) [D]

Natura are și un registru al liniștii. Întrebat ce cuvânt definește Brașovul, Subiectul 22 a găsit unul singur: „Ar trebui să fie liniște, că asta avem, că-i bine, că nu-i bine, dar eu zic că-i bine" (Subiect 22) [D]. Muntele modelează chiar sociabilitatea orașului: „toată lumea când merge pe munte se salută unul pe altul" (atelierul 03) [D]. Pentru Subiectul 12, imaginea pe care străinii o au despre Brașov se rezumă la „Pădure multă, accesibilă, sălbatică" (Subiect 12) [D]. Aceeași lectură apare în interviurile tezei despre geografia simbolică a orașului, realizate cu câțiva ani înaintea consultării proiectului:

> *„dar fiind oraș de munte are aceste avantaje. Faptul că ai muntele Tâmpa, ai promenada de sub Tâmpa, ai După Ziduri, ai niște avantaje pe care oricum lumea nu le cunoaște sau nu le exploatează la maxim."*[81] [D]

[81]Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului", teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

Identitatea nu este însă trăită de toată lumea. Instituțiile culturale au formulat o observație incomodă:

> *„Nu se identifică cu munții, atenție! Noi aveam impresia asta despre Brașov, dar dacă mă duc să întreb acuma câți dintre ei au urcat pe munte, o să avem un șoc!”* (atelierul 02) [D]

Iar Subiectul 10 observă că localnicii nu mai văd ce au:

> *„ai acest Everest în [...] propria curte, știi? Pentru că dacă tu privești... îți privești propriul oraș fără să fii conștient că ai Tâmpa și Postăvarul”* (Subiect 10) [D]

Natura este identitatea comună a orașului, dar o identitate pe care o parte a locuitorilor o folosește intens, iar alta doar o privește. Strategia trebuie să lucreze pentru ambele [I].

2.6.2. Natura locuitorilor: folosită intens, îngrădită și aglomerată

Brașovenii folosesc intens natura de proximitate [D/I]. Subiectul 22 descrie un sfârșit de săptămână obișnuit:

> *„aproape toată lumea e ori în Postăvaru, ori se duce cu parapanta de pe Bunloc, ori face o drumeție, se duce până la Pietrele lui Solomon...”* (Subiect 22) [D]

Pentru plimbarea de zi cu zi, nu e nevoie de mai mult:

> *„Pentru că noi, brașovenii, nu ducem lipsă de locuri de plimbare. [...] Mă duc și mă plimb pe sub Tâmpa, știi? Ce să mă mai duc și până în Poiană?”* (Subiect 22) [D]

O participantă la atelierul mediului academic descrie pensionarii pe care îi întâlnește, duminică de duminică, pe drumul Poienii: „Mie mi-s așa de dragi când îi [...] găsesc pe drumul de Poiană și aproape în fiecare duminică sunt aceiași” (atelierul 12) [D].

Această folosire intensă se lovește de patru obstacole.

Interdicțiile. În parcurile publice ale orașului, locuitorii nu au voie să stea pe iarbă. Notele atelierului de turism activ, scrise ca viziune a orașului din 2034, se opresc pentru a corecta prezentul:

> *„la momentul actual nu ai voie pe spațiul verde în parcurile publice, doar în cele de agrement, care în ultima vreme au început să fie din ce în ce mai pline de asfalt”* (atelierul 07) [D]

Arhitecții au formulat aceeași constatare și au rezumat soluția:

> *„Deci pe proprietățile publice din Brașov nu poți să faci nimic pe spațiul verde! Absolut nimic!”* (sesiunea OAR) [D]
>
> *„Democratizarea accesului.”* (sesiunea OAR) [D]

Subiectul 11 propune același principiu pentru biciclete, role și câini: „Eu aș lăsa accesul, dar nu ai voie cu o viteză mai mare de X”, pentru că „toate îngrădirile astea de fapt vin cu minusuri. Mai bine stabilești niște reguli clare...”; „Ai un flux poate mai scăzut decât să ai un flux zero” (Subiect 11) [D].

Lipsa infrastructurii pentru familii. Familia brașoveană nu are unde să meargă cu bicicleta în siguranță:

> *„Oamenii, de exemplu o familie în momentul de față care ar avea doi copii, să zicem, nu știu dacă are unde să se plimbe cu bicicleta în siguranță în momentul de față în Brașov. Nu are.”* (Subiect 11) [D]

Diagnosticul este confirmat de atelierul mediului academic („infrastructura pentru biciclete este chiar absentă, este foarte segmentată și nu este sigură", atelierul 12) și de planul de acțiune al Consiliului Județean, care consemnează „mai puțin de 10 km de piste adecvate pentru biciclete" (secțiunea 2.6.11) [D/C]. Nici locurile de picnic nu mai sunt cele de altădată:

> *„Mergeai oriunde, da, dar era o activitate de weekend: știam că weekend de weekend mă duc la grătar. Ei, bine, acuma nu prea mai ai locurile astea în care să mergi și nici locurile amenajate nu sunt destule"* (Subiect 11) [D]

Aglomerația. La sfârșit de săptămână, locurile de plimbare ale brașovenilor sunt și locurile turiștilor: „mă duc să mă plimb, dar de fapt sunt bară la bară cu alți turiști. Drumul Vechi, așa" (Subiect 12) [D]. Memoriul de observație al atelierului de turism activ consemnează un efect de imitație: la Pietrele lui Solomon, turiștii au preluat obiceiul grătarului de la localnici [D]. Un interlocutor din teza despre geografia simbolică a orașului descria aceeași retragere a locuitorilor din locurile aglomerate:

> *„Eu, ca și brașovean, recunosc că nu mă mai duc prea des în centru tocmai pentru că este plin de turiști [...]. Prefer să merg în afară Brașovului și asta este ceea ce ar putea defini Brașovul, faptul că e înconjurat de verde [...]."*[82] [D]

Distribuția inegală și lipsa alternativelor. În atelierul mediului academic, o participantă a întrebat: „ne gândim ce facem cu turiștii când vin, ce experiențe le oferim, dar ce facem cu localnicii? Adică noi ce mai facem? Unde mai mergem?"; și a adăugat: „Că mai vrem și noi să mergem. Și ne-am săturat de Sub Tâmpa" (atelierul 12) [D]. Natura de proximitate aparține mai ales cartierelor de la poalele muntelui (Șchei, Răcădău, Noua, Valea Cetății), iar cartierele noi din nord sunt departe de ea [I]. Ancheta din teza despre geografia simbolică a Brașovului susține această lectură: locuitorii au dat cele mai mari note pentru spațiile verzi cartierelor Dârste–Noua (7,74 din 10), Tractorul (7,37) și Răcădău (7,36), iar cele mai mici Bartolomeului (5,90) și unui ansamblu rezidențial nou din nordul orașului (6,65). Aceeași teză arată, pe datele INS, că suprafața spațiilor verzi din municipiu a rămas, în 2011–2016, la 146 ha, adică 5 mp pe locuitor[83] [C]. Subiectul 24 cere natură aproape de casă, pentru ca Tâmpa să rămână loc de weekend:

> *„Mi-ar trebui un parc în care să pot să ies într-o după-amiază aproape de casă și să rămână, dacă vreau să ies în natură în weekend, să mă plimb, să am posibilitatea să fac asta în Tâmpa"* (Subiect 24) [D]

Subiectul 5 avertizează că, fără natură în cartiere, locuitorii noilor ansambluri vor căuta muntele în același loc: „O să stea și ei în bloc și o să asalteze Poiana Brașov" (Subiect 5) [D].

Consultarea a formulat și un principiu de echilibru între locuitori și turiști. Subiectul 11 pornește de la reducerea pe care, după cum își amintește, stațiunea o oferea brașovenilor într-o singură zi a săptămânii:

> *„aceste lucruri ar trebui să se întoarcă nu doar miercurea, ci pentru locuitori ar trebui să existe anumite beneficii și atunci cred că ar exista un echilibru"* (Subiect 11) [D]

[82]Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului", teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

[83]Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului", teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

Arhitecții au pus condiția într-o frază: „Adică dacă reușim să trezim Brașovul brașovenilor, atunci restul...” (sesiunea OAR) [D].

2.6.3. Natura turiștilor: de la decor la experiență

Diagnosticul pe care consultarea îl pune ofertei de natură pentru turiști este convergent: resursa există, organizarea lipsește [I]. Subiectul 6 l-a formulat cel mai clar:

> *„Suntem înconjurați de natură, dar nicăieri nu este pusă în valoare, absolut nicăieri.”* (Subiect 6) [D]

> *„Sunt operatori de la noi care pleacă la Bran, la Viscri, la naiba, ca să poată să opereze pe un traseu corect, pe un circuit corespunzător turistic. Noi, în Brașov, pe raza municipiului și pe Poiană, nu avem.”* (Subiect 6) [D]

Turistul care vine la Brașov parcurge un circuit scurt și apoi rămâne fără program [D/I]. Subiectul 22 descrie tiparul:

> *„Vor să vină să vadă centrul, să urce pe Tâmpa, să urce până la Pietrele lui Solomon și se duc și se-ntorc. Și au copii, sau adolescenți, sau ei. Și ce fac?”* (Subiect 22) [D]

Răspunsul pe care îl propune același subiect este o ofertă organizată pe durate:

> *„Dacă ai două ore, faci asta. Dacă ai trei ore, faci asta. Dacă ai patru ore, șapte ore, faci asta. Astea sunt traseele, acolo poți să mănânci, aici poți să te cațeri, te costă cam atâta, astea-s riscurile, astea-s beneficiile”* (Subiect 22) [D]

Teza despre geografia simbolică a Brașovului explică acest tipar. Harta mentală a orașului, așa cum o descriu locuitorii și liderii de opinie, este „centrată asupra unui număr mic de puncte de interes”[84] [C], iar teza conchide:

> *„Faptul că harta mentală a Brașovului este limitată la centrul orașului arată că «spațiul de acțiune» al actorilor, fie ei localnici sau turiști, este limitat la centrul orașului, ceea ce subliniază lipsa dezvoltării unor alternative la acesta.”*[85] [C]

Natura organizată ca ofertă este una dintre aceste alternative [I]. Pentru mai mulți subiecți, frumusețea locului nu mai este suficientă. Subiectul 18 o spune din perspectiva pieței:

> *„Tu anumite locuri, oricât de frumoase ar fi, prin ele înseși așa doar pe faptul că «sunt frumoasă și asta-mi e suficient și mă recomandă talentul» nu mai funcționează”* (Subiect 18) [D]

Subiectul 10 o spune din perspectiva turistului străin cu venituri mari: „vei găsi șapte milioane de alte locuri mai interesante ca decor, știi?” (Subiect 10) [D].

Ce caută străinii. Pentru Subiectul 17, diferența Carpaților față de Alpi nu este peisajul, ci viața sălbatică:

> *„Tu nu poți compara, de exemplu, Munții Făgăraș sau Piatra Craiului cu Dolomitii sau cu Alpii, pentru că munții oriunde te duci sunt frumoși, pentru că e o... o minune a naturii. Ceea ce este diferit: ce populează zonele respective.”* (Subiect 17) [D]

[84]Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

[85]Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

Mesajul pentru acest public este, în cuvintele aceluiași subiect: „Hai aici să vezi natură intactă, să vezi oraș și comunități care sunt aproape de natură, să vezi animale sălbatice” (Subiect 17) [D]. Pentru turiștii din țările cu climă aridă, pădurea însăși este produsul:

> *„Aterizează aici și în 3 ore ești în pădure, o pădure pe care n-au văzut-o niciodată. [...] Și toată lumea remarcă verdele ăsta care e marfă”* (atelierul 07) [D]

Un participant la același atelier a descris, ca pe o experiență-model, două nopți petrecute în pădure, „total deconectat, observând fauna”, cu „ploaia și ceața specifice acestei zone” (atelierul 07) [D].

Ce caută familiile. În vara lui 2026, Subiectul 8 a constatat un segment nou de familii care caută natură ghidată:

> *„Au descoperit în primul rând natura. Deci ne-am axat foarte mult pe partea aceasta de urcări... de drumeții, drumeții, drumețiile clasice, drumețiile însoțite de un ghid autorizat”* (Subiect 8) [D]

Părinții, în cuvintele aceluiași subiect, își încredințează copiii ghizilor:

> *„Își lasă copiii pe mâna unor oameni care știu ce înseamnă natura, care știu ce înseamnă [...] valoarea naturii pentru un copil, pentru un copil care în mod normal stă între pereți”* (Subiect 8) [D]

Hotelierii din atelierul 04 au numit obstacolul: traseele existente sunt pentru localnici, nu pentru familiile care vin în vizită:

> *„pentru noi, localnicii, sunt foarte ok traseele care sunt, dar sunt foarte grele. În a crea niște trasee mai lejere pentru cei care vin...”* (atelierul 04) [D]

Conceptul de turism din 2023 consemna, pentru Poiana Brașov, aceleași lipsuri: infrastructura pentru mers pe jos și pentru trasee ușoare de drumeție scurtă prin pădure era insuficientă, iar infrastructura de bicicletă pentru nivel ușor și mediu, potrivită familiilor cu copii, lipsea[86] [D].

Familia are nevoie și de un spațiu în care adulții să se odihnească în timp ce copiii se joacă în siguranță:

> *„ai nevoie pentru familiști spațiu în care adultul poate bea o cafea în liniște și poate să stea o jumătate de oră pe telefon sau o oră, copilul în condiții safe se joacă”* (Subiect 17) [D]

Ce a funcționat cândva. Natura a fost, pentru o parte a turiștilor, motivul unor sejururi lungi. Subiectul 21 își amintește turiștii cu rucsacul, care „Stăteau și săptămâni, își tot își tot prelungeau... [...] ...da, șederea, pentru că le plăcea orașul, vibe-ul, culorile toamnei, culorile primăverii...” (Subiect 21) [D]. Natura pe patru anotimpuri nu este o idee nouă pentru Brașov; este o cerere pe care destinația a avut-o și pe care nu a organizat-o [I].

2.6.4. Tâmpa: rezervație, parc sau munte în oraș

Tâmpa este locul în care toate tensiunile capitolului se întâlnesc: identitatea orașului, folosirea zilnică de către locuitori, presiunea turistică, regimul de arie protejată, siguranța, fauna și eroziunea [I].

[86] Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului” (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

Starea de fapt. Tâmpa este rezervație naturală (188,20 ha) din 1962, sit Natura 2000 (ROSCI0120, 214 ha) din 2007–2008 și, din 2022, arie specială de conservare[87][88]. Planul de management și regulamentul ariei au fost aprobate în 2016 și sunt în vigoare[89] [C]. Administrarea ariilor protejate revine, după fuziunea din 2025, Agenției Naționale pentru Mediu și Arii Protejate, prin Direcția Județeană de Mediu Brașov; terenul forestier este administrat de Regia Pădurilor Kronstadt [C]. Telecabina a fost înlocuită integral și redeschisă în octombrie 2025, cu două cabine de câte 25 de persoane și o capacitate de 490 de persoane pe oră[90]; platforma belvedere de pe vârf a fost închisă la sfârșitul lui mai 2026 din cauza degradării și este în refacere, din lemn[91] [C]. Pe Drumul Serpentinelor, scurtăturile au îngustat poteca, în unele locuri, la 40–50 cm[92], iar regulamentul sitului interzice accesul auto, cu excepția urgențelor [C]. Din 2024, ultima sâmbătă din septembrie este, prin hotărâre a Consiliului Local, „Ziua ariei naturale protejate Muntele Tâmpa”[93] [C].

Polul accesibilității. O parte a consultării cere ca Tâmpa să fie amenajată pentru oameni. Subiectul 21 o descrie ca pe parcul principal al orașului:

> *„Să fie mai friendly cu [...] turiștii, pentru că el, oricât vrem noi să spunem că este wild, că este sălbatic, el nu mai este atât de sălbatic. Este ușor accesibil și-atunci ar trebui, fără să [...] deranjăm natura, să îl amenajăm pentru oameni”* (Subiect 21) [D]

Subiectul 15 descrie consecințele unei rezervații folosite ca parc urban:

> *„Pentru ei este surprinzător acel loc. Pentru noi este surprinzător că ei sunt acolo. Sunt încălțați mereu necorespunzător, de la sandale la șlapi [...]”* (Subiect 15) [D]

Același subiect formulează cerința astfel:

> *„intervenții cât mai puțin invazive în așa fel încât totuși să putem avea niște trasee dincolo de limita asta ușor a profesionalismului în deplasarea pe cărări montane”* (Subiect 15) [D]

Subiectul 23 numește publicurile pe care Tâmpa le exclude astăzi: „El nu e prietenos cu persoane cu dizabilități, [...] cu persoane vârstnice [...] și pentru familii cu copii mici sau foarte mici” (Subiect 23), cu o concluzie fără echivoc: „Bă, protejarea naturii nu-nseamnă s-o lăsăm pârloagă” (Subiect 23) [D]. Poziția cea mai radicală cere renunțarea la statutul de rezervație: „N-avem nevoie de sălbăticie și rezervație în centrul Brașovului, ne trebuie un parc!” (Subiect 14) [D]. Același subiect descrie însă o

[87]Rezervația „Tâmpa (Muntele)”, cod 2.255, 188,20 ha (Legea nr. 5/2000); situl ROSCI0120 Muntele Tâmpa, 214 ha, desemnare inițială prin Decretul nr. 949/1962 (formularul standard Natura 2000, Agenția Europeană de Mediu): <https://bio.discomap.eea.europa.eu/arcgis/rest/services/Bio/Natura2000_Dyna_WM/MapServer/11/query?where=SITECODE%3D%27ROSCI0120%27&outFields=&returnGeometry=false&f=json>

[88]Hotărârea Guvernului nr. 685/2022 privind declararea ariilor speciale de conservare ca parte a rețelei Natura 2000 (TVR Info, 25 mai 2022): <https://tvrinfo.ro/?p=92179>

[89]Ordinul MMAP nr. 767/2016 privind aprobarea Planului de management și a Regulamentului sitului ROSCI0120 Muntele Tâmpa și Rezervației naturale Tâmpa (Muntele), Monitorul Oficial nr. 413/01.06.2016: <https://legeaz.net/monitorul-oficial-413-2016/ordin-mmap-767-2016-plan-management-muntele-tampa>

[90]Telecabina Tâmpa, înlocuită și redeschisă în octombrie 2025: două cabine de câte 25 de persoane, 490 de persoane pe oră (SI Magazin): <https://www.simagazin.com/en/?p=96575> ; datele operatorului, inclusiv adaptarea pentru cărucioare și pentru persoane cu dizabilități: <https://www.discoverpoiana.ro/ro/instalatii-brasov>

[91]Platforma belvedere de pe Tâmpa, închisă la sfârșitul lui mai 2026 din cauza degradării (Digi24, 24 mai 2026): <https://www.digi24.ro/stiri/platforma-belvedere-de-pe-tampa-a-fost-inchisa-din-cauza-degradarii-avansate-planurile-primariei-3783363> ; contractul de proiectare și execuție a platformei noi, august 2026 (Economedia): <https://economedia.ro/?p=364911>

[92]Degradarea Drumului Serpentinelor, circa 3 km și 25 de serpentine, cu poteca îngustată pe alocuri la 40–50 cm (TVR Info, 7 iunie 2024): <https://tvrinfo.ro/traseele-de-pe-muntele-tampa-din-brasov-sunt-deteriorate-de-turistii-grabiti-risca-mult-cand-se-abat-de-la-poteca/>

[93]Hotărârea Consiliului Local nr. 474/2024: ultima sâmbătă din septembrie, „Ziua ariei naturale protejate Muntele Tâmpa” (Zile și Nopți): <https://zilesinopti.ro/?p=888467>

intervenție modestă, care nu cere schimbarea statutului: treptele refăcute, cu „o mână curentă", „treptele toate egale" și „câte un stâlp ici-colo" (Subiect 14) [D].

Polul conservării. Subiectul 24 descrie mecanismul prin care o intervenție mică devine o pierdere mare:

> *„Aș conserva, în primul rând, natura, pentru că e un... e un slippery slope dacă nu... în cât intervii. Intervii puțin ca s-o faci mai accesibilă, după care pui asfalt, dar doar pe serpentine, după care ajungi să pui bandă rulantă ca să poată oricine să ajungă sus fără să ia telecabina. Deja nu... ai luat Tâmpei exact ce are mai valoros: biodiversitatea și natura."* (Subiect 24) [D]

Infrastructura atrage infrastructură, iar aceasta atrage conflictul cu fauna:

> *„după aia tragem și curent electric și după aia de fapt am intrat în pădure și am intrat peste faună și ne plângem că vine ursul peste noi"* (Subiect 24) [D]

Pentru același subiect, Tâmpa face parte dintr-un sistem ecologic care o leagă de munte: „Tâmpa nu e doar un munte și atât, înconjurată doar de oraș" (Subiect 24) [D]. Concluzia aceluiași subiect este o regulă de arbitraj: „Natura nu se poate apăra singură" (Subiect 24) [D].

Calea de mijloc. Între cele două poluri, consultarea conține o poziție de mijloc, formulată de Subiectul 7: „Eu cred că la mijloc trebuie, adică cu niște reguli" (Subiect 7) [D], și una de procedură, formulată de Subiectul 11 pentru ariile protejate din jurul orașului:

> *„eu sunt 100% convins că împreună cu administrația care gestionează aceste arii, se pot găsi trasee astfel încât ariile protejate să fie protejate, dar să fie și puse la dispoziția comunității"* (Subiect 11) [D]

Arhitecții apără statutul Natura 2000 al Tâmpei („Foarte bine că-i Natura 2000", sesiunea OAR) [D], cer doar lucrările minime de siguranță pe trepte și pe platforma de pe vârf și văd în Tâmpa ceea ce diferențiază Brașovul de Sibiu:

> *„Ce n-are Sibiul, are Brașovul! Mi se pare că ăsta trebuie să fie un punct de atracție, adică este ceva al locului unic: să stai în piață și să ai Tâmpa și să poți să urci pe Tâmpa. Sibiul nu are asta."* (sesiunea OAR) [D]

Subiectul 24 a descris pregătirea unui plan nou ca pe o ocazie: „avem pânza asta albă în fața noastră, da?" (Subiect 24) [D]. Planul aprobat în 2016 există și este în vigoare; revizuirea lui este, în fapt, ocazia la care se referă subiectul [C/I]. Ce cer pozițiile moderate (poteci refăcute, trepte egale, mână curentă, belvedere sigură, informare, reguli de vizitare) ține, în cea mai mare parte, de lucrări de siguranță și de interpretare pe care planul de management al unei arii protejate le poate prevedea; ele nu cer scoaterea Tâmpei din regimul de protecție [I]. Capitolul C a preluat, pe aceeași logică, Cetatea Brașovia ca parc arheologic compatibil cu regimul Natura 2000 (DC2-d). Scenariul S1 din secțiunea 7 tranșează controversa.

2.6.5. Pădurile-parc: natura amenajată de la marginea orașului

Pădurea-parc este instrumentul pe care consultarea îl numește cel mai precis. Subiectul 12 l-a definit astfel:

> *„Pădurea-parc este acea pădure a cărei funcție este o funcție de protecție, nu este o funcție de producție, este eliminată, și este pădurea care este pusă la dispoziția, pe limba română așa scurt, este pădurea care este la dispoziția oamenilor pentru activități culturale, educative, recreative, turistice."* (Subiect 12) [D]

Regimul juridic este favorabil amenajărilor ușoare: noul Cod silvic permite amenajările necesare pădurilor-parc numai dacă nu implică tăieri de arbori sau defrișări și nu scot terenul din fondul forestier[94], iar comunicările publice ale aprobării vorbesc despre alei de cel mult 2 m lățime, piste pentru biciclete, poteci, bănci, toalete ecologice și construcții provizorii din lemn de cel mult 15 mp[95] [C]. Subiectul 12 consideră că amenajările nu cer autorizație de construire („nu ai nevoie de autorizație de construcție și elimină o groază de birocrație", Subiect 12) [D]; afirmația nu a putut fi confirmată din legislația de urbanism și rămâne de lămurit cu Primăria (Anexa C).

Proiectele în curs. Regia Pădurilor Kronstadt a început, în toamna lui 2026, lucrările la primele două piste de bicicletă pentru familii, circa 8 km între Răcădău (de la Iepure) și Noua, pietruite, finanțate din bugetul Regiei[96] [C]. Subiectul 12 le descrie ca pe un traseu pentru toate vârstele:

> *„să te poți da de la nepoțel, cu bunică, cu părinți, cu toată lumea. Ce se întâmplă în Postăvaru este pentru o altă categorie de bicicliști, e clar"* (Subiect 12) [D]

Parcul dendrologic din Noua (25,2 ha) este în amenajare din 2019, cu lucrările oprite o perioadă lungă[97], iar un traseu suspendat la nivelul coronamentului arborilor a fost prezentat ca concept în 2025, fără decizie publică ulterioară[98] [C]. Traseele terapeutice sunt, potrivit Subiectului 12, în plan, fără un proiect public identificat [D]. Conceptul de turism din 2023 consemna intenția Regiei de a extinde pădurea-parc până la 2.300 ha, de la 1.767 ha, și o monitorizare a vizitatorilor, făcută împreună cu institutul de cercetări silvice din Brașov[99] [D]. Regulamentul din 2021 al drumurilor forestiere deschide pietonilor și bicicliștilor 30 de drumuri, circa 83 km, interzice accesul cu autovehicule, motociclete și ATV-uri, cu excepția evenimentelor aprobate, obligă utilizatorii de biciclete și de alte

[94]Legea nr. 331/2024 privind Codul silvic, art. 41 alin. (11), Monitorul Oficial nr. 7/09.01.2025: <https://legeaz.net/monitorul-oficial-7-2025/codul-silvic>

[95]Avizul Ministerului Mediului pentru regimul de pădure-parc al pădurilor din jurul Brașovului, circa 2.000 ha, și amenajările permise (G4Media, 8 mai 2025): <https://www.g4media.ro/brasov-va-avea-2-000-de-hectare-de-padure-parc-aviz-favorabil-de-la-ministerul-mediului-este-singurul-oras-din-romania-care-a-primit-aceasta-aprobare.html> ; avizul din noiembrie 2023 pentru peste 1.700 ha (Newsbv): <https://newsbv.ro/padure-parc-jurul-brasovului-peste-1-700-trasee-plimbari-ciclism-spatii-recreere-locuri-joaca-copii/>

[96]Regia Pădurilor Kronstadt, contractul pentru două trasee de biciclete pentru familii, circa 8 km, finanțate din bugetul Regiei cu 532.366,60 lei (BizBrașov, 29 septembrie 2026): <https://bizbrasov.ro/2026/09/29/lucrari-piste-biciclete-paduri-brasov/> ; începerea lucrărilor (Transilvania 365, octombrie 2026): <https://transilvania365.ro/incep-lucrarile-la-prima-pista-de-biciclete-din-padurile-parc-ale-brasovului-traseul-va-avea-8-kilometri/>

[97]Regia Pădurilor Kronstadt, „Parcul Dendrologic Kronstadt", 25,2 ha, în cartierul Noua: <https://www.rplpkronstadt.ro/uploads/Parcul-Dendrologic-Kronstadt .pdf> ; stadiul lucrărilor în 2025 (Radio România Brașov FM): <https://www.radiobrasovfm.ro/stiri-din-brasov/parc-dendrologic-pe-25-de-hectare-in-cartierul-noua-id205849.html>

[98]Prezentarea conceptului unui traseu suspendat la nivelul coronamentului arborilor, martie 2025 (Profit.ro): <https://profit.ro/povesti-cu-profit/foto-germanii-aduc-la-brasov-conceptul-treetop-walk-21956949>

[99]Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri", 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului" (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

mijloace de deplasare să reducă viteza în preajma pietonilor și cere ca utilizarea comercială să fie avizată[100] [C]. Subiectul 12 îl consideră un avantaj rar:

> *„Brașovul este chiar un caz fericit, are un regulament de utilizare a drumurilor forestiere, care drumurile forestiere sunt puse la dispoziția turiștilor. Inclusiv și sau mai ales a celor pe două roți”* (Subiect 12) [D]

Principiul. Subiectul 12 a formulat principiul pe care capitolul îl preia pentru întreaga natură a destinației:

> *„Niciodată nu am fost pe principiul: «Băi, trebuie amendat». Da, trebuie amendat, dar ca să poți să-i ceri omului ceva, trebuie să-i și oferi. Și am zis: «Hai întâi să oferim ceva și după aceea să cerem».”* (Subiect 12) [D]

Riscurile. Pădurea-parc are trei riscuri. Primul este comportamentul în afara traseului:

> *„Problema cea mai mare o reprezintă turistul care merge și se consideră îndreptățit de a ieși din traseu și de a face ce vrea el în acea pădure”* (Subiect 12) [D]

Al doilea este conflictul dintre pietoni și bicicliști, pe care Subiectul 12 îl leagă de lipsa unei rețele separate: „Din păcate, nu există o rețea separată de trasee de bicicletă astfel încât să nu intre pe traseele turistice” (Subiect 12) [D]. Al treilea este focul, în zonele a ceea ce subiectul numește „turismul de grătar”: „Sunt câteva zone în Brașov, vorbim de Noua, Pietrele lui Solomon, în la Iepure mai era” și „Riscul de incendiu este foarte, foarte mare” (Subiect 12) [D]. Răspunsul este tot unul de ofertă: vetre de foc amenajate la distanță de pădure, „încât cei care doresc să iasă la pădure doar pentru așa ceva să aibă unde” (Subiect 12) [D].

Aceleași locuri au, în consultare, două lecturi. Subiectul 13 le propune ca „Brașovul verde” pentru familii: „Tâmpa, da? Sub Tâmpa, [...] Pietrele lui Solomon, [...] Noua, Parcul din Noua” (Subiect 13) [D]; Subiectul 12 le vede ca pe zonele cu cel mai mare risc de incendiu. Ambele lecturi sunt corecte și duc la aceeași concluzie: locurile de natură ale familiilor trebuie amenajate tocmai pentru că sunt folosite [I]. Arhitecții au propus și traseul care leagă toate aceste locuri, de la Piața Sfatului pe Tâmpa, prin Șaua Tâmpei, Răcădău și La Iepure, până la Noua: un traseu care „poate să devină un traseu de-o zi întreagă în care scoți pe oameni din centru” (sesiunea OAR) [D].

Plantele invazive. Consultarea nu a semnalat riscul plantelor invazive. Managementul de proiect a observat troscot japonez (Reynoutria japonica) tot mai prezent în pădurea de pin de la intersecția străzilor Cloșca și 8 Martie, precum și tufe mici ale aceleiași specii în curțile unor case din oraș [I, observație a managementului de proiect]. Specia se regenerează din fragmente mici de rizom, formează pâlcuri dense, care înlătură prin competiție arbuștii și plantele lemnoase native, și este dificil de controlat[101] [C]. Din 2025, troscotul japonez este inclus pe lista speciilor alogene invazive care afectează Uniunea, stabilită în temeiul Regulamentului (UE) nr. 1143/2014, care prevede restricții și măsuri de gestionare pentru speciile de pe această listă[102][103] [C]. În România, specia este semnalată ca

[100]Regulamentul privind accesul pe drumurile forestiere din fondul forestier proprietate publică a municipiului Brașov, aprobat prin HCL nr. 151/25.03.2021: 30 de drumuri, 83,2 km (Regia Pădurilor Kronstadt): <https://www.rplpkronstadt.ro/drumuri-forestiere/>

[101]Lawson și colab., regenerarea troscotului japonez din fragmente de rizom și dificultatea controlului, PeerJ, 9, e11783, 2021: <https://doi.org/10.7717/peerj.11783>

[102]Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2025/1422 al Comisiei din 17 iulie 2025 de actualizare a listei speciilor alogene invazive care afectează Uniunea (EUR-Lex): <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg_impl/2025/1422/oj>

[103]Regulamentul (UE) nr. 1143/2014 privind prevenirea și gestionarea introducerii și răspândirii speciilor alogene invazive (EUR-Lex): <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2014/1143/oj>

invazivă, iar un studiu din sudul Transilvaniei a inclus-o printre plantele invazive cu potențial ridicat de răspândire, cu drumurile și râurile drept coridoare de răspândire[104] [C].

Riscul pentru Brașov este extinderea speciei din grădini și de la liziera pădurii spre rezervațiile naturale, cum este Tâmpa, și spre pădurile din Postăvaru [I]. Ca și în cazul incendiilor, prevenția este mai ieftină decât intervenția: un focar mic, depistat devreme, se poate controla, iar unul extins în pădure cere tratament repetat, pe mai mulți ani [I]. Măsura propusă este D3-k.

2.6.6. Turismul activ: o comunitate fără produs comun

Brașovul are o comunitate de turism activ pe care participanții o numesc fără ezitare: alpiniști, drumeți, bicicliști, schiori de tură, parapantiști, alergători, ghizi, școli de schi, operatori de aventură [D]. Natura activă este, pentru mulți dintre ei, unul dintre motivele pentru care trăiesc aici (secțiunea 2.6.1) [D/I]. Comunitatea are și infrastructura ei: traseele de bicicletă din Postăvaru, despre care Subiectul 7 spune că „s-au făcut [...] traseele de bicicletă, care-s niște trasee unice în România” (Subiect 7) [D], aerodromurile de sport, punctele de decolare pentru zborul liber, domeniul schiabil și locurile de concurs ale Festivalului Olimpic al Tineretului European (FOTE) din februarie 2027, cu probele alpine în Poiana Brașov și cu probe de schi alpinism la Cheile Grădiștei–Fundata[105] [C].

Comunitatea nu are însă un produs comun [I]. Un participant la atelierul de turism activ a numit lipsa: Brașovul „poate fi promovat [...] ca un hub care, cum am spus, îți deschide porțile spre Transilvania, spre munți”, dar „lipsește o... un mesaj, un slogan, să zic așa, pe care să-l... sau nu un slogan, o imagine pe care să... un concept”, pentru că „noi avem impresia că tragem cumva singuri la promovarea destinației” (atelierul 07) [D].

Bicicleta: unde și pentru cine. Ciclismul montan este tema cea mai disputată a turismului activ [I]. Subiectul 5 cere separarea strictă: „Dar vreau să spun că potecile ori sunt pentru oameni, ori sunt pentru bicicliști” (Subiect 5) [D]. Subiectul 6 vede în bicicliști un public de valoare:

> *„E totuși un segment de clientelă educat. Dacă știe să se comporte în raport cu natura, este un client educat de care noi avem nevoie”* (Subiect 6) [D]

Subiectul 7 cere trasee pentru toată lumea, nu doar pentru sportivi: „Îți trebuie trasee ușoare și foarte ușoare, de agrement” (Subiect 7) [D], iar Subiectul 11 arată că publicul s-a schimbat: „sunt foarte multe biciclete electrice și din ce în ce mai accesibile” (Subiect 11) [D]. Un participant la atelierul de turism activ a arătat, pe exemplul unei arii protejate din apropiere, cum se pot amenaja trasee fără distrugeri:

> *„deci am făcut 11 trasee de biciclete, de mountain bike. Le-am desenat pe drumuri existente, fără să stricăm nimic, am făcut săgeți peste tot, 160 de săgeți și 80 de stâlpi și așa mai departe. [...] Nu trebuie să-i faci să strici toate fânețele ca să faci tu dâmburi, să sară cu bicicleta sau nu știu ce.”* (atelierul 07) [D]

Conceptul de turism din 2023 consemna aceeași dispută. În grupul de lucru pentru zona verde, o asociație montană a semnalat conflictul dintre bicicliști și drumeți pe aceleași trasee; comunitatea

[104]EPPO Global Database, Reynoutria japonica în România: <https://gd.eppo.int/taxon/POLCU/distribution/RO> ; Zimmermann și colab., hărțile de risc ale plantelor invazive din centrul României, NeoBiota 24, 2015 (EPPO Reporting Service 2015/139): <https://gd.eppo.int/reporting/article-4937>

[105]Festivalul Olimpic al Tineretului European, Brașov 2027, 14–21 februarie 2027: localitățile și probele (Radio România Brașov FM): <https://www.radiobrasovfm.ro/sport/stiri-locale/pregatirile-pentru-fote-brasov-2027-au-intrat-intr-o-noua-etapa-id219408.html> ; programul sportiv (Comitetul Olimpic Național al Ucrainei): <https://noc-ukr.org/en/news/ogolosheno-sportivnu-programu-zimovogo-ye-yu-of-2027-u-rumuniyi>

bicicliștilor era estimată la circa 500 de utilizatori, iar grupul a identificat nevoia unor trasee ușoare de ciclism montan între Poiana și Brașov, folosibile la urcare și la coborâre[106] [D].

Bike parkul din Postăvaru. Parcul de ciclism montan are șase trasee de coborâre, cu lungimi între 1,1 și aproape 6 km, clasificate după culoare: „Traseele albastre sunt ușoare, cele roșii au dificultate medie, iar cele negre sunt foarte dificile”[107] [C]. Consultarea descrie o dificultate reală mai mare decât cea anunțată. În două interviuri, moderatorul a observat că traseele albastre sunt, în fapt, de nivel roșu și, într-unul dintre ele, că parcul nu are trasee verzi, pentru începători („nu ai trasee verzi și chiar și albastru e mai mult roșu”, moderatorul). Subiecții au confirmat: „Exact! Deci el a fost gândit pe ce avem noi în munte” (Subiect 7); „Sunt niște [...] secțiuni unde... Da, sunt. Se întâmplă și la pârtii” (Subiect 15) [D]. Pentru Subiectul 11, traseele „sunt pentru hard enduro, adică pentru cei care se dau mai tare, cu sărituri, cu nu știu... contrapante și așa mai departe” (Subiect 11) [D]. Hotelierii din atelierul 04 le-au descris ca fiind „foarte grele” și au cerut trasee mai ușoare pentru cei care vin în vizită (secțiunea 2.6.3) [D]. În atelierul apartamentelor în regim hotelier, un participant a relatat concluzia atelierului de turism activ: investițiile ar trebui să meargă spre drumeție și spre ciclism montan, „dar nu doar mountain bike cum este acuma, de nivel foarte ridicat, și [...] zone de biciclit în familii sau pentru începători” (atelierul 08) [D].

Conceptul de turism din 2023 ajunsese la aceeași concluzie: „Gradul de dificultate al actualei rețele de trasee este mediu, spre dificil, lipsind în continuare opțiunile ușoare”. Același document constata că parcul „nu are o administrare clară” și că nu are implementată „o schemă explicită de management și comunicare”[108] [D].

Transportul pe cablu. Programul instalațiilor pe cablu adaugă o a doua problemă [I]. În 2025, telegondola și telescaunul Ruia, care urcă bicicliștii spre trasee, au fost programate la sfârșit de săptămână, cu extinderea programului în funcție de cerere[109]; din iulie 2026, programul anunțat al telegondolei este cel puțin de vineri până duminică, iar extinderea în alte zile este condiționată de o creștere puternică a gradului de ocupare[110] [C]. Hotelierii au semnalat începutul târziu al sezonului: „În iulie s-a dat drumul la Bike Park. Iulie... Iunie, în altă parte” (atelierul 04) [D]. Un participant la atelierul de turism activ a descris consecința pentru afacerile care depind de cablu:

> *„pentru că noi operăm în Poiana Brașov, avem anumite probleme pe partea de operativitate continuă a instalațiilor din Poiana Brașov pe cablu. [...] și din cauza aceasta nu putem efectiv să estimăm numărul de turiști care vor veni”* (atelierul 07) [D]

[106]Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului” (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

[107]Observator, 25 iulie 2026, cele șase trasee ale parcului de ciclism montan din Postăvaru și clasificarea lor: <https://observatornews.ro/economic/se-redeschide-bike-parkul-din-postavarul-cat-costa-sa-inchiriezi-o-bicicleta-pentru-o-zi-661183.html>

[108]Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului” (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

[109]G4Media, 20 iunie 2025, deschiderea parcului de ciclism montan, cu telegondola și telescaunul Ruia la sfârșit de săptămână: <https://www.g4media.ro/?p=1076583>

[110]G4Media, 16 iulie 2026, programul telegondolei pentru parcul de ciclism montan, cel puțin de vineri până duminică: <https://www.g4media.ro/50-reducere-pentru-brasoveni-la-transportul-cu-telegondola-in-bike-park-postavarul-vinerea-brasovenilor-pentru-bikeri-daca-gradul-de-ocupare-va-creste-foarte-foarte-tar.html>

Notele scrise ale aceluiași atelier cer „Operativitate continuă a instalațiilor pe cablu din Poiana Brașov, care pot asigura o continuitate economică a operatorilor / hotelurilor din Bv și Poiana Brașov” (atelierul 07) [D].

Managementul de proiect a observat că, atunci când telegondola nu funcționează, o parte dintre bicicliști urcă cu telecabina Capra Neagră, a cărei stație superioară se află la circa 1.775 m[111], în zona vârfului Postăvaru, unde nu există un traseu de bicicletă omologat. Mulți dintre acești bicicliști nu au pregătirea necesară pentru coborârea pe acest teren, ceea ce produce accidentări repetate și o presiune mare asupra Salvamontului [I, observație a managementului de proiect]. Într-o singură zi din iulie 2025, Salvamontul a intervenit în patru situații cu bicicliști accidentați pe traseele de coborâre din Postăvaru, una cu traumatism cranio-cerebral sever, cu evacuare pentru elicopterul SMURD, și a avertizat asupra „riscurilor reale de pe traseele de mountain biking din zona Postăvaru”[112] [C]. Subiectul 11 descrie alternativa, urcarea pe bicicletă pe un traseu de nivel mediu:

> *„Se poate urca inclusiv până în Postăvaru cu bicicleta dacă e [...] un traseu ca nivel mediu. Da, ai nevoie de condiție fizică să urci, pentru că ai o pantă, dar nu trebuie construit în așa fel încât curbele să fie foarte abrupte”* (Subiect 11) [D]

Parcul aparține domeniului schiabil al stațiunii (capitolul P5, D3-e). Capitolul de față tratează clasificarea traseelor și accesul pe cablu ca probleme de siguranță ale muntelui orașului (D4-j, D6-i) [I].

Muntele fără zăpadă. Pentru o parte a participanților la atelierul de turism activ, viitorul muntelui ține mai mult de bicicletă decât de schi:

> *„cred că nu merită investiți bani în direcția aceasta și că Poiana Brașov trebuie să se dezvolte ca să devină capitala mountain biking-ului din România”* (atelierul 07) [D]

Argumentul este cel al anului de lucru: „8 luni pe an de lucru, decât să avem două luni plin de haos și dezorganizare totală” (atelierul 07) [D]. Capitolul P5 a stabilit, pentru stațiune, modernizarea domeniului schiabil fără extindere și dezvoltarea produsului de vară; capitolul de față preia, pentru destinație, argumentul celor opt luni de lucru (direcția D7).

Cabanele. Un participant la atelierul de turism activ descrie pierderea infrastructurii care a făcut posibil turismul montan (cifrele invocate nu au putut fi confirmate din surse publice, Anexa C):

> *„Da, asociația noastră deținea totuși 40 de cabane. Astăzi pot să zic că 10. [...] Celelalte le-am pierdut în câțiva ani, au fost privatizate și majoritatea sunt distruse pentru că cabanele nu sunt cabane, cabanele sunt de interes social, dar nu aduc profit.”* (atelierul 07) [D]

Evenimentele. Consultarea propune evenimente în natură de mai multe feluri: un festival de folk într-o poiană, alergări prin pădure, evenimente de bicicletă (Subiect 12) [D], și un festival al sporturilor montane extreme în a doua jumătate a lui noiembrie, cu o invitație care este, în sine, un concept de produs: „Nu veniți pentru confort! Veniți să stați în burniță și-n noroi!” (Subiect 23) [D]. Un participant la atelierul de turism activ avertizează însă asupra presiunii pe care o creează nevoia de a aglomera:

> *„Deci trebuie tot timpul trebuie ceva ca să aglomereze și să fie turism de masă. În loc să se bucure de faptul că e parcul acolo [...]”* (atelierul 07) [D]

[111]Lift-World, telecabina Capra Neagră, Poiana Brașov, 1.038–1.775 m: <https://lift-world.info/fr/lifts/10926/datas.htm>

[112]Ziarul Financiar, 5 iulie 2025, patru intervenții ale Salvamontului pentru bicicliști accidentați pe traseele de coborâre din masivul Postăvaru: <https://www.zf.ro/eveniment/accidente-in-lant-pe-trasee-de-ciclism-montan-din-masivul-postavaru-22849450>

Riscul pentru localitățile de la poalele munților are un model negativ: „Riscul e să ajungă un pic ca... centrul Branului: casă lângă casă [...]” (atelierul 07) [D].

Zborul. Brașovul are o tradiție aeronautică pe care cercetarea proiectului despre aviația ușoară și de agrement o propune ca produs de natură: aerodromuri de sport la mai puțin de 25 km de oraș, zboruri panoramice deasupra Poienii, a Branului și a Râșnovului, parapantă, parașutism și zbor cu planorul în unde orografice, un produs al lunilor octombrie–decembrie [C/I]. Subiectul 22 numește parapanta de pe Bunloc printre activitățile obișnuite de sfârșit de săptămână ale brașovenilor, iar Subiectul 19 o pune în oferta de agrement în aer liber a Poienii, alături de bicicletă, parcurile de aventură și săniile de vară [D]. Capitolul C a preluat centenarul aviatic din 2027 (DC6-h).

Turismul motorizat. Consultarea conține și o nișă controversată: turismul cu motociclete de enduro, cu vehicule de teren și cu ATV-uri, prezentat pozitiv de Subiectul 10 și de un participant la atelierul de turism activ [D]. Regulamentul drumurilor forestiere interzice accesul acestor vehicule în pădurile municipiului, cu excepția evenimentelor aprobate [C]. Conceptul de turism din 2023 consemna, din partea organizației care elabora planul de management al sitului Natura 2000 Postăvarul, aceeași îngrijorare: activitățile off-road, schiul în afara pârtiilor și deșeurile lăsate de turiști dau zonei „un caracter de turism dezorganizat”[113] [D]. Scenariul S5 tranșează locul acestei nișe.

2.6.7. Ursul: „și erou, și adversar”

Ursul este tema de natură cu cea mai mare încărcătură emoțională din consultare. Ursul și fauna sălbatică ca problemă (B6) apar în 12 interviuri și în 5 ateliere, pachetul de măsuri propus pentru urs (C7) în 6 interviuri și 5 ateliere, iar fauna ca atu (A22) în 4 interviuri și 5 ateliere [C]. Participanții la atelierul de turism activ au rezumat ambivalența într-o formulă pe care capitolul o preia ca titlu: „Deci e și erou, și adversar ursul”; „Deci oamenii vin pentru urs și e și adversarul cel mai mare, da” (atelierul 07) [D].

Datele. Studiul național al populației de urs brun, finalizat în decembrie 2025, estimează între 10.657 și 12.787 de exemplare în România; județul Brașov are cea mai mare densitate dintre județe, 29,9 exemplare la 100 km^2, și o abundență medie de circa 1.329 de urși[114] [C]. În 2025, jandarmeria din județul Brașov a intervenit de 1.160 de ori pentru urși, față de 770 de ori în 2024; 70% dintre solicitări au venit din zonele locuite, peste 60% din municipiul Brașov și din Poiana Brașov, iar 750 de apeluri s-au concentrat în lunile iunie–august[115] [C]. În intervențiile jandarmeriei din 2025 au fost împușcați trei urși în tot județul; până la începutul lui septembrie 2026, pe raza municipiului fuseseră împușcați sau eutanasiați 14 urși[116] [C].

[113]Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului” (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

[114]Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor, raportul sintetic al studiului privind analiza probelor genetice de urs brun, decembrie 2025: <https://mmediu.ro/storage/2025/12/Raportul-sintetic-al-studiului-privind-analiza-probelor-genetice.pdf>

[115]Bilanțul Inspectoratului de Jandarmi Județean Brașov pentru 2025: 1.160 de intervenții la urs, față de 770 în 2024 (G4Media, 31 decembrie 2025): <https://www.g4media.ro/numarul-interventiilor-la-urs-a-crescut-cu-peste-50-in-judetul-brasov-fata-de-2024-sapte-din-zece-apeluri-privind-ursi-vin-din-zone-locuite-arata-bilantul-ijj-brasov.html>

[116]Al 14-lea urs împușcat sau eutanasiat pe raza municipiului Brașov în 2026 (Profit.ro, septembrie 2026): <https://profit.ro/perspective/urs-impuscat-in-parcare-in-poiana-brasov-22695226>

Cadrul legal s-a schimbat de trei ori între 2024 și 2026. Legea nr. 242/2024 a aprobat, pentru 2024 și 2025, câte 426 de exemplare pentru prevenție și 55 pentru intervenție la nivel național[117] [C]. Ordonanța de urgență nr. 60/2025 permite, în localități, intervenția directă prin oricare dintre metodele prevăzute (alungare, tranchilizare și relocare, extragere) și interzice, din noiembrie 2025, „hrănirea sub orice formă" a ursilor aflați în libertate, cu amenzi de 10.000–30.000 de lei[118] [C]. Legea promulgată la 5 octombrie 2026 stabilește, pentru 2026, niveluri de 859 de exemplare pentru prevenție și 110 pentru intervenție[119] [C]. Intervenția în localități revine unei echipe conduse de primar sau de viceprimar, din care fac parte jandarmeria sau poliția locală, personalul gestionarului fondului cinegetic și un medic veterinar[120] [C]. Gestiunea populației ține de aceste autorități și de acest cadru; strategia turistică nu o tranșează și nu o înlocuiește [I].

Trei experiențe ale aceluiași animal. Consultarea descrie ursul din trei poziții diferite.

Prima este a turistului care renunță. În atelierul apartamentelor în regim hotelier, un participant a relatat ce aude de la cei care ar vrea să vină: „am auzit-o de la oameni care vor să vină în Brașov: «Bă, nu vin în Brașov că mi-e frică de urși»" (atelierul 08) [D]. În atelierul hotelierilor au fost descrise anulări:

> *„Și în Poiană au avut anulări tabere care urmau să fie făcute peste vară în Poiană. Și au sunat și au zis: «La revedere, nu venim din cauza ursilor»"* (atelierul 04) [D]

Subiectul 8 vorbește despre o „pierdere de business efectivă și cuantificabilă" (Subiect 8), iar Subiectul 16 aude ezitarea mai ales de la familii:

> *„Mai ales când au copii. Aud asta, dar nu doar de la turiștii din străinătate. Aud asta mai ales de la români"* (Subiect 16) [D]

Pierderile nu sunt însă măsurate: nu există date oficiale despre anulările atribuite ursilor, iar scăderea cererii din Poiana din vara lui 2026 a fost pusă de hotelieri pe seama cheltuielilor mai prudente ale turiștilor[121] [C].

A doua este a locuitorului de la marginea pădurii:

> *„Uite de exemplu, la mine pe stradă, trec zilnic ursii. [...] Oamenii nici măcar nu mai sună la 112, că s-au săturat deja de ei. [...] Că e drăguț, dar câinii latră, oamenii se sperie, nu poți să scoți copiii afară, nu mai merge nimeni după ciuperci, zmeură, soc în capătul străzii, da?"* (atelierul 02) [D]

[117]Legea nr. 242/2024: 426 de exemplare pentru prevenție și 55 pentru intervenție (Europa Liberă): <https://romania.europalibera.org/a/pentru-2024-se-aproba-uciderea-a-426-de-ursi-bruni-cota-de-preven%c5%a3ie-%c5%9fi-55-de-exemplare-cota-de-interven%c5%a3ie/33037087.html>

[118]Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 60/2025 (textul publicat, inclusiv preambulul): <https://hotnews.ro/wp-content/uploads/2025/11/OUGANEXA.pdf> ; fișa actului normativ: <https://leap.unep.org/en/countries/ro/national-legislation/emergency-ordinance-no-60-november-6-2025>

[119]Nivelurile de prevenție (859 de exemplare) și de intervenție (110 de exemplare) pentru 2026, votate de Camera Deputaților în aprilie 2026 (Agerpres): <https://agerpres.ro/viata-parlamentara/2026/04/22/camera-deputatilor-cota-de-interventie-preventiva-la-ursii-bruni-din-romania-pentru-2026---aprobata--1549001> ; promulgarea legii la 5 octombrie 2026 (Euronews România, 6 octombrie 2026): <https://www.euronews.ro/articole/nicusor-dan-a-promulgat-noua-lege-privind-ursii-859-de-exemplare-pot-fi-impuscate-preventiv>

[120]Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 81/2021 privind metodele de intervenție imediată pentru prevenirea și combaterea atacurilor exemplarelor de urs brun, art. 2 (echipa de intervenție): <https://legeaz.net/monitorul-oficial-732-2021/oug-81-2021-ursi>

[121]Scăderea înnoptărilor din Poiana Brașov în vara lui 2026, atribuită de hotelieri cheltuielilor mai prudente ale turiștilor (Euronews România, 10 august 2026): <https://www.euronews.ro/articole/vara-slaba-pentru-turismul-la-munte-turistii-au-petrecut-cu-50percent-mai-putine>

În Răcădău, alertele au devenit parte a nopții: „Stau [...] în Răcădău. În ultimele două săptămâni, noapte de noapte RO-Alert cu urși" (atelierul 08) [D]. Întrebat dacă cine se plimbă seara pe la marginea pădurii este în siguranță, Subiectul 6 a răspuns: „E, cum ți-e norocul. Nu, nu ești" (Subiect 6) [D]. Același atelier care a descris teama a cerut și o lectură echilibrată:

> *„presiunea aceasta media legată de urși și portretizarea Brașovului ca fiind oraș plin de urși, [...] e un pic exagerată din perspectiva media, unu la mână, și doi la mână este și o realitate cu care chiar ne confruntăm"* (atelierul 08) [D]

A treia este a vizitatorului care vine pentru urs. „Foarte mulți străini care sunt entuziasmați să vadă urși"; „De asta mulți vin aici și solicită asta, să vadă urși" (atelierul 03) [D]. Subiectul 17 pune problema în termeni de produs: „cum facem ca să fie brand turistic, să fie atracție turistică, să nu fie numai sperietoare că nu vin turiști aicea?" (Subiect 17) [D], iar Subiectul 8 consideră că fenomenul apariției animalelor sălbatice, „gestionat corect", „ar putea fi chiar un plus" (Subiect 8) [D]. Datele confirmă o cerere mică, dar foarte satisfăcută: tururile de observare a faunei care pleacă din Brașov au scoruri de 4,8–5,0 pe platformele de recenzii, iar ursul apare în 2,5% dintre recenziile turistice, aproape numai în cele ale acestor tururi (secțiunea 2.2); în imaginea spontană a românilor, ursul este asociat cu Brașovul de doar 1,4% dintre călători (secțiunea 2.1) [C].

Cauza asupra căreia destinația are control. Consultarea numește aceeași cauză din unghiuri diferite: hrana de origine umană. Subiectul 7 o leagă de deșeuri:

> *„Urșii sunt atrași de miros. [...] dacă oamenii nu-nțeleg că tre' să-și pună deșeurile în locurile amenajate, ursul nu așteaptă după turist [...]. Ăla vine"* (Subiect 7) [D]

Subiectul 15 descrie hrănirea pentru fotografie, întâlnită în municipiu și în Poiana: „oamenii lăsau mâncare să vină ursul, să-l poată oferi spre fotografiere", și își încheie descrierea cu o regulă: „un urs hrănit de om este un urs mort" (Subiect 15) [D]. Subiectul 12 explică mecanismul:

> *„Îți atragi prietenii, îl înveți că există și alt tip de mâncare decât cea pe care el o mănâncă în mod obișnuit, ceea ce nu este în regulă și atunci îl ajuți, între ghilimele, să dezvolte un comportament deviant"* (Subiect 12) [D]

Subiectul 11 trage concluzia: „Ursul nu e vinovat. Vinovați suntem noi, oamenii" (Subiect 11) [D]; „Ursul de ce vine la tomberon? Pentru că în momentul de față poate să-l deschidă" (Subiect 11) [D]. Preambulul ordonanței din 2025 numește hrănirea neautorizată una dintre cauzele principale ale incidentelor[122] [C].

[122]Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 60/2025 (textul publicat, inclusiv preambulul): <https://hotnews.ro/wp-content/uploads/2025/11/OUGANEXA.pdf> ; fișa actului normativ: <https://leap.unep.org/en/countries/ro/national-legislation/emergency-ordinance-no-60-november-6-2025>

Brașovul are un precedent documentat. Un studiu al conflictelor om–urs din zona urbană a Brașovului în 2004–2018 a localizat 42,6% dintre ele în Răcădău, la contactul cu liziera pădurii; 26 dintre cele 31 de containere de gunoi analizate în trei cartiere se aflau lângă pădure[123] [C]. În 2006, Primăria, operatorul de salubritate, vânătorii, cercetătorii și organizațiile de mediu au introdus golirea containerelor de trei ori pe zi, interdicția de a lăsa gunoiul lângă containere, patrule și relocări; contactul turiștilor cu urșii a scăzut, dar urșii veneau încă la containerele din Răcădău în 2009–2010[124] [C]. Subiectul 17 își amintește episodul ca pe o lecție:

> *„Ursul fiind un animal oportunist, vine la mâncare gratuită. [...] Dar s-a oprit. Și există soluția de atunci, cum s-a oprit: au schimbat sistemul de colectare a gunoiului”* (Subiect 17) [D]

Sursele confirmă parțial această lectură: măsurile au redus fenomenul, fără să-l elimine (Anexa C).

Ce funcționează în alte locuri. La Râșnov, un gard electric de circa 6 km pe liziera vestică a pădurii a fost instalat în 2025, după ce zona Policlinicii, protejată din 2023, nu a mai fost vizitată de animale sălbatice[125] [C]. La Băile Tușnad, 16 containere rezistente la urși, de cinci tipuri, funcționează din mai 2024[126] [C]. La nivel național, până în decembrie 2025 fuseseră instalate peste 1.100 de sisteme electrice de protecție[127] [C]. În municipiul Brașov nu am identificat un program de pubele sau de containere rezistente la urși; ecoinsulele instalate din 2022 nu sunt descrise ca rezistente la urși [C/I]. Complexul pentru urși-problemă propus în 2019 de Regia Pădurilor Kronstadt pe Valea Timișului era, în iulie 2025, parțial împrejmuit și fără termen de finalizare[128] [C].

Propunerile consultării acoperă aceeași logică a prevenției. Subiectul 17 propune ca operatorii dintr-o zonă să-și asume problema împreună: garduri electrice întreținute, deșeuri gestionate la fiecare unitate de cazare, pubele rezistente la urși, cu sprijinul OMD pentru finanțarea gardurilor (Subiect 17) [D]. Participanții la atelierul de turism activ cer ca la fiecare intrare pe potecă să existe „o pancartă cu [...] 10 reguli sau sugestii cum să te comporți în fața ursului” și o procedură de alertă: „O procedură în bike park când apare ursul, măcar să știm cum se anunță” (atelierul 07) [D]. Subiectul 12 pune educația înaintea oricărei alte măsuri:

> *„Educația duce la atenuarea senzației de teamă. Nu va dispărea teama, pentru că da, în acest moment avem această problemă cu suprapopularea de urs în zonă și animalele sunt imprevizibile”* (Subiect 12) [D]

Observarea. Observarea faunei nu este interzisă. Atragerea urșilor cu hrană, pe care se sprijină majoritatea observatoarelor din fondurile cinegetice, este însă sancționabilă din noiembrie 2025, iar

[123]Cimpoca și Voiculescu, studiu al conflictelor om–urs din zona urbană a Brașovului, 2004–2018, Sustainability, 14(13), 7833, 2022: <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/13/7833>

[124]Fundația Carpați, Volumul I al proiectului „Habituated Bears in Romania – A Challenge for Romanian Wildlife Management”, 2006: <https://media.rufford.org/media/project_reports/47.01.05%20Detailed%20Final%20Report.pdf> ; urșii la containerele din Răcădău în 2009 (Evenimentul Zilei): <https://evz.ro/ursii-de-tomberon-liberi-pe-tampa-852429.html>

[125]Gardul electric de circa 6 km de pe liziera vestică a pădurii de la Râșnov (TVR Info, 24 iulie 2025): <https://tvrinfo.ro/?p=562837> ; gardul de la Policlinica din Râșnov, 2023 (G4Media): <https://www.g4media.ro/gard-electric-impotriva-ursilor-la-rasnov-a-fost-construit-pentru-a-stopa-coborarea-ursilor-in-oras.html>

[126]Primele containere rezistente la urși, montate la Băile Tușnad în mai 2024 (Antena 3): <https://www.antena3.ro/actualitate/locale/imagini-cu-primele-containere-anti-urs-montate-in-romania-709955.html>

[127]Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor, comunicatul din 12 decembrie 2025 privind populația de urs brun și sistemele electrice de protecție instalate: <https://mmediu.ro/en/comunicare/comunicate-de-presa/diana-buzoianu-romania-are-in-premiera-date-stiintifice-complete-pentru-un-management-responsabil-al-populatiei-de-urs-brun/>

[128]Stadiul complexului pentru urși-problemă de pe Valea Timișului (Newsweek România, 29 iulie 2025): <https://newsweek.ro/actualitate/rezervatia-de-ursi-de-la-brasov-bate-pasul-pe-loc-s-a-construit-doar-un-gard>

preambulul ordonanței vizează explicit descurajarea observatoarelor turistice amplasate în habitatele naturale ale ursilor[129][130] [C]. Propunerea Subiectului 8 de a hrăni animalele în zone dedicate din afara Poienii (Subiect 8) [D] nu mai este compatibilă cu acest cadru [I]. Rămân trei forme de observare compatibile cu legea și cu siguranța: turul ghidat care urmărește urmele și semnele faunei fără a o atrage cu hrană, observarea speciilor care nu sunt hrănite (cerbi, căprioare, păsări) și vizita la sanctuarul de urși de la Zărnești, unde peste 130 de urși salvați din captivitate trăiesc pe 69 de hectare de pădure, cu acces numai în tur ghidat[131] [C/I]. Zonele de observare din afara stațiunii propuse în capitolul P5 (D6-b) funcționează, în consecință, fără hrănire [I].

Din date și din consultare rezultă trei constatări [I]. Ursul este, întâi, o problemă de siguranță publică a orașului și abia apoi un subiect turistic: incidentele se petrec în cartiere și în stațiune, iar teama locuitorilor precede teama turiștilor. Cauza pe care destinația o poate controla este hrana de origine umană (deșeurile, hrănirea, resturile lăsate pe trasee), pentru că gestiunea populației ține de alte autorități. Observarea faunei are o cerere reală, care poate fi servită numai în forma care nu hrănește și nu obișnuiește ursul cu omul. Direcția D5 organizează politica destinației pe aceste trei constatări.

2.6.8. Siguranța montană: informare, localizare, responsabilitate

În consultare, siguranța montană este mai puțin o temă a accidentelor și mai mult una a pregătirii vizitatorului [I]. Tema siguranței montane (C28) apare în 3 interviuri și într-un atelier [C], dar riscul vizitatorului nepregătit este descris în mai multe surse (Subiecții 11, 12, 15 și 24; atelierele 03 și 07; sesiunea OAR) [D].

Datele. Serviciul public local care asigură salvarea montană în masivul Postăvaru și în Poiana Brașov are 17 salvatori montani cu pregătire de paramedic și două baze, la Bradu, permanentă, și pe Cristianul Mare, iarna[132] [C]. În 2025, serviciul a avut 792 de intervenții pentru 866 de persoane, față de 703 de intervenții pentru 749 de persoane în 2024; 675 de intervenții au avut loc în cele 89 de zile cu pârtii deschise, iar 117, pentru 122 de persoane, în sezonul cald; 282 de persoane au fost predate echipajelor de urgență, iar trei au fost evacuate cu elicopterul[133] [C]. Serviciul județean Salvamont-Salvaspeo, subordonat Consiliului Județean, are patru formații (Brașov, Predeal, Râșnov, Victoria), iar conducerea lui a declarat public, în august 2026, o capacitate operativă de circa 17% din necesar[134] [C]. Pentru Tâmpa și pentru pădurile-parc nu există o evidență publică a incidentelor [C/I].

Din 2026, fiecare turist plătește, pe noapte, 5 lei pentru Salvamont, alături de cei 7 lei pentru promovare turistică[135] [C]. Regulamentul taxei speciale Salvamont o definește ca venit cu destinație specială, folosit

[129]Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 60/2025 (textul publicat, inclusiv preambulul): <https://hotnews.ro/wp-content/uploads/2025/11/OUGANEXA.pdf> ; fișa actului normativ: <https://leap.unep.org/en/countries/ro/national-legislation/emergency-ordinance-no-60-november-6-2025>

[130]Observatoarele de urși bazate pe hrănire (TVR Info, 1 aprilie 2025): <https://tvrinfo.ro/observatoarele-de-ursi-aduc-profit-de-pe-urma-animalelor-salbatice-dar-sunt-o-forma-de-turism-in-afara-legii/>

[131]Sanctuarul de urși de la Zărnești: 69 ha, peste 130 de urși salvați, vizitare numai cu tur ghidat: <https://millionsoffriends.org/en/libearty/>

[132]Serviciul public local Salvamont al municipiului Brașov: <https://salvamontbrasov.ro/despre-noi/>

[133]Bilanțul Salvamont Brașov pentru 2025: 792 de intervenții și 866 de persoane (Brasov.net, 16 ianuarie 2026): <https://www.brasov.net/bilantul-salvamont-brasov-pentru-anul-2025/>

[134]Capacitatea operativă a Serviciului Public Județean Salvamont-Salvaspeo Brașov (Radio România Brașov FM, august 2026): <https://www.radiobrasovfm.ro/stiri-din-brasov/doar-17-personal-operativ-are-serviciul-public-judetean-salvamont-brasov-id218577.html>

[135]Consiliul Local al Municipiului Brașov, 22 decembrie 2025: taxa de promovare turistică de 7 lei și taxa Salvamont de 5 lei, de la 1 ianuarie 2026 (Economedia): <https://economedia.ro/?p=311181>

pentru cheltuielile ocazionate de activitatea de salvare în munți[136] [C]. Destinația sumelor nu este însă cunoscută de toți cei care colectează taxa: „Nu am înțeles, sincer, de ce a trebuit să plătesc și taxa aceea de Salvamont" (atelierul 08) [D].

Cifrele arată că intervențiile se concentrează în domeniul schiabil, a cărui siguranță este tratată în capitolul P5 (D6) [C/I]. Sezonul cald are mai puține intervenții, dar este sezonul în care cresc drumeția, bicicleta și bicicleta electrică, adică produsele pe care capitolul de față le dezvoltă [I]. Accidentele de pe traseele de coborâre cu bicicleta din Postăvaru (secțiunea 2.6.6) sunt partea cea mai vizibilă a acestui risc [C/I].

Vizitatorul nepregătit. Pe Tâmpa, riscul vine din contrastul dintre aparența de parc și terenul de munte:

> *„Adică pentru o deplasare, acum merge și în șlapi. Atenție, merge în șlapi, în sandale, cu riscuri, cu riscuri mari și dacă-i vreme bună. Pe acest traseu cunoscut de brașoveni ca traseul Serpentinelor, pe Serpentine sunt zone cu stâncă foarte, foarte mari."* (Subiect 15) [D]

Pe munte, situația este aceeași, iar nimeni nu verifică echipamentul:

> *„De exemplu, pe zona montană, ca să nu mergem doar pe perioada iernii, urcă din ce în ce mai mulți turiști neechipați corespunzător. Parcurile încasează o mică taxă, au taxa de parc, [...] dar nu-ți verifică nimeni echipamentul."* (Subiect 11) [D]

Responsabilitatea. Subiectul 11 pornește de la faptul că salvarea montană rămâne gratuită și cere, în schimb, consecințe pentru cine își asumă riscuri fără pregătire:

> *„Dar minim de echipament necesar să-l ai la dispoziție și în momentul în care se întâmplă un incident din cauza faptului că nu [...] ai respectat niște reguli, ar trebui să existe niște consecințe"* (Subiect 11) [D]

Subiectul 12 vede în amenzi un instrument eficient, după ce destinația a oferit ce trebuie: „În momentul în care se umblă la buzunar, omul deja se gândește de două ori" (Subiect 12) [D]. Aceeași sursă formulează însă și condiția prealabilă, oferta înaintea sancțiunii (secțiunea 2.6.5).

Informarea și localizarea. Pentru participanții la atelierul antreprenorilor culturali, informarea este o obligație a gazdei: „suntem obligați [...] să informăm și să educăm turistul care ne trece pragul" (atelierul 03) [D]. Subiectul 11 descrie problema localizării în caz de urgență și propune soluția:

> *„Și o informare, pentru că este... [...] turistul care vine, în general nu știe unde se află: «Sunt în Brașov, sunt pe pârtie». «Care pârtie? Unde?» [...] Și atunci aș face exact cu... cu localizări, [...] poate niște borne care să fie numerotate, [...] lucruri de genul ăsta."* (Subiect 11) [D]

Pentru familiile care merg cu bicicleta, siguranța înseamnă un traseu marcat și cineva care poate interveni; Subiectul 11 descrie alegerea familiei:

> *„ar putea să aleagă un traseu care știe că este singur... sigur, este marcat, [...] are și cine să intervină în caz de se întâmplă ceva"* (Subiect 11) [D]

[136]Regulamentul taxei speciale Salvamont, anexă la proiectul de hotărâre privind taxele locale pentru 2026, art. 2 și art. 5: <https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/TAXE%202026/06.%20ANEXA%202.pdf>

Subiectul 17 explică de ce turiștii se simt în siguranță cu un ghid:

> *„Faptul că ai echipă de intervenție sau oameni care dacă chiar este critic sau înainte să devină critic intervine și te ajută, adică există o echipă de suport în spate, care ca la pompieri stă și așteaptă”* (Subiect 17) [D]

Riscurile fizice ale traseelor de lângă oraș. Pe lângă stânca de pe Serpentine, consultarea semnalează lemnul căzut de pe Tâmpa:

> *„văd o groază de copaci, de crengi care putrezesc acolo și nu înțeleg de ce. [...] la un moment dat pot pleca de-a berbeleacul și pot omorî oameni”* (atelierul 02) [D]

Într-o rezervație naturală, lemnul mort face parte din habitat; ce se îndepărtează de lângă poteci, pentru siguranța vizitatorilor, stabilește planul de management [I]. Riscul de incendiu din zonele de grătar este tratat în secțiunea 2.6.5.

Din consultare și din date rezultă o constatare [I]: siguranța pe munte depinde de un lanț cu patru verigi, informarea înainte de plecare (ce traseu, cât durează, ce riscuri, ce echipament), localizarea pe traseu (marcaje, borne numerotate, semnal), intervenția rapidă și responsabilitatea vizitatorului după incident. Intervenția există, dar este solicitată la limita capacității; celelalte trei verigi sunt slabe sau lipsesc. Direcția D6 le completează.

2.6.9. Anotimpurile în consultare

Consultarea vorbește despre anotimpuri mai ales în limbajul sezoanelor de afaceri (schiul, vara, extrasezonul) și rar în limbajul naturii [I]. Sezonalitatea și extrasezonul (B25) apar în 9 interviuri și în 5 ateliere [C].

O aspirație veche. Destinația pe patru anotimpuri este un obiectiv formulat de mult: „Trebuie să-i propunem o stațiune pentru 4 anotimpuri. Aceasta este o discuție pe care cred că o avem deja de vreo 15 ani” (Subiect 15) [D]. Arhitecții au formulat-o ca atu al orașului: „Brașovul are un lucru foarte bun: este singura localitate din țară care își permite să facă turism pe patru anotimpuri. E singura” (sesiunea OAR) [D]. Alți participanți au nuanțat afirmația, cu exemplul Sibiului, iar autorul ei a precizat-o:

> *„Dacă vrei sport, vin la Brașov. Toamnă, primăvară, da? Mă duc cu bicicleta, mă duc... Și are potențial. Problema este că nu avem servicii care să atragă calitate mai mare.”* (sesiunea OAR) [D]

Datele din secțiunea 2.3 dau dreptate părții a doua a afirmației: curba anuală a municipiului este una dintre cele mai plate dintre orașele mari ale țării, dar capacitatea este folosită slab în toate lunile [C].

Golurile numite. Lunile pe care consultarea le numește slabe sunt aceleași cu cele din datele INS: primăvara și noiembrie [C/D]. Conceptul de turism din 2023 consemna, pentru stațiune, același gol: grupul de lucru al Poienii a definit intervalul 1 martie–30 iunie drept extrasezon[137] [D]. „În martie-aprilie fiind foarte slab în turism, nu numai... a fost foarte slab, îmi venea să închid, vă zic sincer” (atelierul 08) [D]. Restauratorii au pus întrebarea la care produsul de natură trebuie să răspundă:

> *„ce putem să aducem când plouă și e noiembrie? De ce ar veni cineva noiembrie pe ploaie în Brașov?”* (atelierul 05) [D]

[137] Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului” (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

Subiectul 17 observă că extrasezonul lovește mai tare localitățile din jur decât orașul:

> *„Nu vorbesc despre Brașov, care oricum în aproape orice sezon atrage vizitatori. Vorbesc de zonele limitrofe, limitrofe însemnând și Râșnov, de exemplu, sau 25-30 de kilometri de municipiu...”* (Subiect 17) [D]

Percepțiile despre lunile slabe diferă după segment: pentru evenimentele corporative din Poiana, iulie este o lună slabă (Subiect 6) [D], în timp ce în seriile municipiului iulie are un indice sezonier de 1,14 și un grad de ocupare estimat de 37,1% [C].

Vara și iarna. Vara funcționează pe drumeție și pe bicicletă:

> *„Bine, Poiana funcționează și vara, da? Funcționează și vara și mi se pare că funcționează binișor pe zona asta de hiking, pe zona de biciclete”* (Subiect 18) [D]

Iarna depinde de o zăpadă tot mai nesigură: „din păcate nici zăpadă nu mai avem așa multă, avem vreun două luni pe an” (atelierul 04) [D]. Consultarea se împarte între adaptarea domeniului schiabil și reorientarea muntelui spre bicicletă și drumeție (secțiunea 2.6.6); capitolul P5 a stabilit, pentru stațiune, modernizarea fără extindere [I].

Evenimentele ca punte. Pentru mai mulți subiecți, evenimentele sunt instrumentul prin care se umple intervalul dintre sezoane:

> *„Acuma că nu funcționează ca iarna, nu funcționează ca iarna, dar in-between eu cred că tot prin evenimente reușești cumva să construiești bridge-ul ăsta între cele două sezoane”* (Subiect 18) [D]

Atelierul apartamentelor în regim hotelier a semnalat limita acestui instrument: evenimentele în aer liber sunt riscante tocmai în martie și în noiembrie, când vremea este cea mai nefavorabilă (atelierul 08) [D]. Festivalul sporturilor montane propus pentru a doua jumătate a lui noiembrie (secțiunea 2.6.6) răspunde acestei limite printr-un concept care face din vremea rea o parte a experienței [I].

Anotimpurile naturii. Natura proprie fiecărui anotimp apare rar în consultare. Subiectul 14 descrie primăvara pe Tâmpa:

> *„Și acuma dacă ne uităm primăvara pe Tâmpa, mai vedem din loc în loc câte o pată albă: sunt cireși amari care au acum vreo 15-20 de metri, că s-au dus și ei cu vegetația, și înfloresc acolo-n vârf”* (Subiect 14) [D]

Subiectul 21 își amintește turiștii care își prelungeau ședereа pentru „culorile toamnei, culorile primăverii” (secțiunea 2.6.3), iar un participant la atelierul de turism activ a descris, ca experiență-model, ploaia și ceața „specifice acestei zone” (atelierul 07) [D].

Din consultare și din date rezultă o constatare [I]: destinația are lunile slabe în anotimpurile în care natura din jurul orașului se schimbă cel mai vizibil (pădurea care înverzește și înflorește primăvara, culorile toamnei, prima zăpadă pe creste, zborul cu planorul în unde orografice din octombrie–decembrie), dar nu are un calendar al naturii care să transforme aceste schimbări în motive de vizită. Direcția D7 construiește acest calendar.

2.6.10. Brașovul ca bază pentru natura regiunii

Dispersia regională și Brașovul ca bază de explorare (C20) apar în 10 interviuri și în 8 ateliere, iar zona metropolitană bogată (A18) în 12 interviuri și în 6 ateliere [C].

Resursa. Subiectul 10 descrie resursa în termeni de proximitate:

> *„într-o proximitate de 30-40 de km ai un playground natural foarte interesant, foarte complex ca valoare și și valoare istorică, și valoare a spațiului natural”* (Subiect 10) [D]

Inventarul din secțiunea 2.4 confirmă descrierea: la cel mult o oră și jumătate de drum se află Parcul Național Piatra Craiului, Parcul Natural Bucegi și masivele Postăvaru, Piatra Mare, Ciucaș și Făgăraș, toate situri Natura 2000 [C/E], iar pentru 77,7% dintre călătorii români Carpații sunt o destinație atractivă [C].

Orașul ține două zile, regiunea poate ține o săptămână. Participanții la atelierul locuitorilor au descris sejurul-tip al unui străin:

> *„Deci ai... ai zice că stai o săptămână undeva în Brașov și vrei în timpul ăsta să faci cât mai multe lucruri și da, te duci o zi până acolo, o zi până la Zărnești, pe munte și așa mai departe, o zi la Bran... Oarecum poți să faci lucrul ăsta pentru că Brașovul în sine nu te ține aicea mai mult de două zile în momentul de față”* (atelierul 11) [D]

Durata medie a sejurului în municipiu a fost, în 2025, de 1,84 nopți [C]. Viziunea scrisă în atelierul de turism activ propune echilibrul unui sejur de o săptămână:

> *„Cele două nopți din oraș, cu cele două nopți din pădure și cele două din... de unde am mai zis pe aia... din satele din jur, au creat un echilibru perfect”* (atelierul 07) [D]

Piața externă și piața internă. Pentru Subiectul 18, regiunea contează mai ales pentru străini:

> *„Când lucrezi pe extern, cu cât asociezi mai mult ce se-ntâmplă în jurul Brașovului, cu atât crește atractivitatea. Când vorbești de intern, da, Brașovul poate să existe prin el însuși”* (Subiect 18) [D]

Astăzi, pentru o parte a străinilor, orașul este doar un loc de trecere: întrebați ce este Brașovul pentru străini, arhitecții au răspuns „Un punct de a ajunge la Bran” și „Da, un pitstop din care să vezi Transilvania” (sesiunea OAR) [D].

Baza nu este organizată. Lipsesc partenerii de pe teren și serviciile de la capătul drumului. Subiectul 17 descrie safariurile care s-ar putea organiza din Brașov spre Piatra Craiului și ce le lipsește: „dar asta fără partener... [...] Când vorbesc de infrastructură, vorbesc și de cabana unde îți dă un bulz sau o mămăligă” (Subiect 17) [D]. Restauratorii au propus o soluție de distribuție:

> *„Să vorbim cu agențiile de turism să aibă în hotel să poată să aibă fiecare recepționer tablete să poată să vândă tururile și să aibă niște display-uri de restul zonei”* (atelierul 05) [D]

Limitele ideii de bază. Formula „hub” aparține, în interviuri, mai ales moderatorului [I]; în atelierul restauratorilor, Brașovul este numit „punctul de plecare” spre regiune (atelierul 05) [D]. Cei care au discutat ideea i-au pus limite. Distanța:

> *„Cred că nimeni nu vrea să conducă două–trei ore într-o direcție și înapoi, pentru că îți petreci vacanța ca pe un road trip. Dar cred că o oră – Branul e cu siguranță un punct de ancorare bun”* (Subiect 16) [D]

Proporția dintre drum și timpul petrecut la destinație: „trebuie să ai ce face într-un loc de trei ori timpul pe care îl ai... durează ca să faci până acolo, știi?” (Subiect 22) [D]. Identitatea: „Adică Branul nu definește Brașovul și nici Brașovul nu definește Castelul Bran” (atelierul 08) [D].

Câștigul regiunii. Subiectul 10 vede în Via Transilvanica modelul unui produs care lasă valoare în satele de pe traseu: „Dar faptul că tranzitează zone locuite în care oamenii ăia au ajuns să pună pe masa

turiștilor ălora ceva, le-a schimbat lor viața" (Subiect 10) [D]. Din iunie 2025, extensia Terra Borza Teutonica a traseului leagă Viscri de Brașov pe circa 170 km, prin 14 unități administrativ-teritoriale ale județului (secțiunea 2.4) [C].

Din consultare rezultă o constatare [I]: Brașovul are resursa unei baze de explorare, dar orașul reține valoarea numai dacă turistul doarme în Brașov, chiar atunci când își petrece ziua în regiune. Pentru aceasta sunt necesare produse de o zi organizate pe durate, transport fără mașină până la punctele de plecare, parteneriate cu administrațiile parcurilor și cu localitățile-poartă și o distribuție a ofertei regionale în unitățile de cazare din oraș. Direcția D8 le organizează.

2.6.11. Mobilitatea spre natură

Mobilitatea spre natură are două scări: accesul în muntele orașului, în primul rând în Poiana, și accesul spre Carpații din jur [I]. Transportul public metropolitan rar și infrastructura pietonală și velo fragmentată (B59) sunt codificate în 7 ateliere, iar lipsa transportului spre regiune apare și în interviuri (Subiecții 3–4 și 10) [C/D].

Poiana, punctul critic. Accesul în stațiune în zilele de vârf blochează și accesul brașovenilor la muntele lor:

> *„Toată tot drumul a fost blocat de mașini. Oare nu s-ar putea introduce autobuze pentru perioada aceea când este de vârf, să se coboare, să se urce doar cu autobuzele în Poiană? [...] Am stat două ore atunci în trafic..."* (atelierul 08) [D]

Conceptul de turism din 2023 propunea, pentru accesul în stațiune, mijloace de transport public alternative, ca o gondolă sau un tren cu cremalieră, plecând dintr-un nod de mobilitate din Bartolomeu[138] [D]. Parcarea de transfer din Poiana Mică este apreciată de cei care o folosesc:

> *„Park and ride adică se vede ce a însemnat Park Park and ride-ul din din Poiana Mică ce a însemnat pentru schi. Este colosal. Deci este mană cerească. De când a apărut, numai pe ăla îl folosești. Noi!"* (Subiect 12) [D]

Capitolul P5 a stabilit pentru stațiune gestiunea fluxurilor, linia de transport public de mare frecvență, abonamentul integrat și linia 20B Poiana–Râșnov (D1-a, D1-b, D1-c și D1-d) și a tratat accesele noi în scenariul S2 [I].

Localitățile-poartă. Transportul public spre punctele de plecare în Carpați este rar:

> *„Odată ce ieși din el, rutele metropolitane sunt foarte rare. De exemplu, dacă vrea cineva să meargă la Prejmer sau la Zărnești sau chiar și la Râșnov, sunt destul de rare autobuzele și chiar și dacă există trenuri și ele sunt destul de rare"* (atelierul 12) [D]

Calea ferată spre Zărnești, poarta Parcului Național Piatra Craiului, este în stare proastă („încolo spre Zărnești e vai de capul ei", atelierul 11) și puțin folosită de turiști, deși arhitecții o văd ca pe o legătură ideală pentru natura activă:

> *„Uite, de exemplu, trenul ăsta Brașov–Zărnești mi se pare o chestie super șmecheră dacă ar fi folosit. Este o super chestie conexiunea asta: poți să-ți cari bicicleta, poți să faci o grămadă de chestii"* (sesiunea OAR) [D]

[138] Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri", 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului" (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

Turistul fără mașină. Subiectul 13 a formulat conceptul: „să promovăm un concept în care să spui: «Domnule, vii la Brașov, stai trei nopți, dar nu-ți trebuie autoturism»” (Subiect 13) [D]. Subiectul 15 pune locuitorii în rolul de model: „Dacă noi, brașovenii, ne vom obișnui să facem lucrul ăsta, turiștii se vor adapta după felul în care facem noi lucrurile” (Subiect 15) [D]. O voce divergentă consideră că legăturile există și că bariera este alta: „S-a conectat cât s-a putut de bine: cu autobuze, cu bicicletă, cu drum tot timpul bun. [...] Eu cred că problema este de prețuri” (Subiect 21) [D].

Bicicleta ca mijloc de transport spre natură. Planul strategic de acțiune HINGE al Consiliului Județean pentru intermodalitatea bicicletă–transport public (decembrie 2023), pus la dispoziția proiectului, consemnează „mai puțin de 10 km de piste adecvate pentru biciclete” și propune, ca primă acțiune, linia 20B Poiana Brașov–Râșnov cu remorcă pentru biciclete, testată în 2023, cu o investiție estimată de 1,24 milioane de euro și un cost de operare de 337.260 de euro pe an [C]. Același plan leagă linia de gara Râșnov, care urma să fie modernizată în proiectul trenului metropolitan, estimat atunci pentru 2026–2027, și cere ca trenurile din zona metropolitană să fie echipate pentru transportul bicicletelor [C]; stadiul actual al proiectului trenului metropolitan nu a putut fi confirmat din surse publice [I]. Bugetul municipal pe 2024 prevedea patru trasee de piste de biciclete finanțate prin PNRR, de 16,1 km[139] [C]. Participanții la atelierul de turism activ cer o rețea care să lege orașul de natură: „Și nu doar în interiorul orașului, și conectarea cu celelalte localități aferente” (atelierul 07) [D]. Subiectul 11 propune un traseu lung pe liziera pădurii, între Bartolomeu, Cristian, Râșnov și Poiana:

> *„poți să legi două-trei orașe cu trasee lungi, care nu sunt de dificultate mare, sunt un fel de drum forestier, [...] dar ar trebui mai bine semnalizate”* (Subiect 11) [D]

Capetele de traseu. Consultarea nu discută capetele de traseu de la poalele orașului: stațiile de transport public, parcările și punctele de informare de unde pornesc traseele spre Tâmpa, Răcădău, Noua, Pietrele lui Solomon și Postăvaru [I]. Aglomerația de pe Drumul Vechi (secțiunea 2.6.2) arată însă că, în lipsa acestor puncte, fluxul de sfârșit de săptămână se concentrează pe aceleași două-trei trasee [I].

Din consultare rezultă o constatare [I]: natura Brașovului este aproape ca distanță, dar greu accesibilă fără mașină. Mobilitatea urbană aparține capitolului P1–P2, iar accesul în stațiune capitolului P5; capitolul de față preia accesul fără mașină la capetele de traseu și la localitățile-poartă (D3, D8).

2.6.12. Guvernanța naturii

Natura accesibilă din Brașov este administrată de cel puțin opt categorii de instituții, cu competențe care se suprapun pe același teren [C/I]. Tabelul 8 le reunește.

Tabelul 8. Instituțiile care administrează natura accesibilă din Brașov (II.2)

Instituția	Ce administrează sau decide	Legătura cu turismul de natură
Primăria Municipiului Brașov	domeniul public (parcuri, spații verzi, aleile de la poalele Tâmpei), urbanismul, salubritatea, transportul public local; serviciul public local Salvamont, agrement și parcări	natura din oraș; accesul la capetele de traseu; salvarea montană în Postăvaru și în Poiana
Consiliul Local al Municipiului Brașov	regulamentele locale (accesul pe drumurile forestiere, 2021), taxa specială pentru promovarea turistică, Ziua	regulile de acces și finanțarea

[139]Proiectul de buget al municipiului Brașov pe 2024: piste de biciclete finanțate prin PNRR, patru trasee, 16,1 km: <https://buget2024.brasovcity.ro/>

Instituția	Ce administrează sau decide	Legătura cu turismul de natură
	ariei protejate Muntele Tâmpa; autoritatea Regiei Pădurilor Kronstadt	
Regia Publică Locală a Pădurilor Kronstadt	14.655,8 ha de fond forestier public al municipiului, inclusiv pădurile-parc, drumurile forestiere și fondul cinegetic din jurul orașului	trasee, piste pentru familii, parc dendrologic, prevenția incendiilor, gestiunea faunei
Agenția Națională pentru Mediu și Arii Protejate, prin Direcția Județeană de Mediu Brașov	ariile naturale protejate din jurul orașului care nu au administrație proprie (Tâmpa, Postăvaru, Piatra Mare, Lempeș): regulamente, avize, autorizații	orice traseu, amenajare sau eveniment într-o arie protejată
Regia Națională a Pădurilor – Romsilva	administrațiile Parcului Național Piatra Craiului și Parcului Natural Bucegi	drumeția și observarea faunei în Carpații din jur
alte autorități publice	Serviciul Public Județean Salvamont-Salvaspeo; planul de intermodalitate bicicletă–transport public; sprijinul pentru extensia Via Transilvanica	siguranța în celelalte masive; legăturile metropolitane
Garda Forestieră, Jandarmeria, gestionarii fondurilor cinegetice	controlul fondului forestier; intervențiile la urs; gestiunea faunei de interes cinegetic	siguranța și fauna
Primăriile și regiile de pădure din localitățile vecine	pădurile și obiectivele proprii (Canionul Șapte Scări, la Săcele; gardul electric de la Râșnov; poarta Piatra Craiului, la Zărnești)	produsele regionale de natură
OMD Brașov	managementul și marketingul destinației	produsul, informarea, calendarul, distribuția

Sursa: actele și documentele instituțiilor, secțiunile 2.4 și 2.6; detalii în Anexa C.[140][141][142] [C]

Avizele. Consultarea descrie un traseu nou ca pe un parcurs administrativ lung:

> *„Ei, lucrurile sunt simple doar la nivel declarativ. Ca să te apuci să faci lucrul ăsta, se complică situația. [...] Ca să mai facem un traseu, documentația din spate este extrem, extrem de stufoasă”* (Subiect 15) [D]

Pentru cine vrea să creeze un circuit lângă o arie protejată, interlocutorii sunt prea mulți: „Dar sunt n zone în care dacă vrei să creezi un circuit fără să deranjezi, trebuie să contactezi 10 regii care nu...” (atelierul 07) [D]. Subiectul 23 consideră că problema ține de lege:

> *„pe parte de turism, tre’ să fie permise aceste chestiuni de infrastructură turistică ușoară din asta: poteci de munte, chestii de genul ăsta. Dar asta-i o chestiune care ține de cadrul legislativ”* (Subiect 23) [D]

Întreținerea și responsabilul. Ce s-a făcut din inițiativă privată nu are un responsabil public. Cei care au pus indicatoare pe banii lor nu le pot legaliza:

> *„Am făcut noi niște indicatoare care să fie cât de cât să arate cumva pe banii noștri, nici măcar pe-alea nu le poți legaliza, că, vai Doamne, îți trebuie certificate de urbanism și așa mai departe”* (Subiect 6) [D]

[140]Înființarea Agenției Naționale pentru Mediu și Arii Protejate prin fuziunea agenției pentru arii protejate cu agenția pentru protecția mediului, aprilie 2025 (Europa Liberă): <https://romania.europalibera.org/a/hotarare-de-guvern-agentia-pentru-mediu-si-arii-protejate-infiintare-ordonanta-de-urgenta/33377319.html>

[141]Regia Publică Locală a Pădurilor Kronstadt, raportul de activitate pe 2020 (14.655,8 ha de fond forestier; ariile protejate din fondul administrat): <https://www.brasovcity.ro/file-zone/rapoarte/intreprinderi-publice/2020/Raport%20de%20activitate%20R.P.L.P.%20Kronstadt%20R.A.%202020.pdf>

[142]Administrația Parcului Național Piatra Craiului, subunitate a Regiei Naționale a Pădurilor – Romsilva: <https://www.pcrai.ro/> ; Administrația Parcului Natural Bucegi: <https://bucegipark.ro/en/history>

Arhitecții au dat exemplul unui traseu de cicloturism din regiune care s-a degradat după amenajare: „Și tot ce era s-a distrus pentru că nu...”; „Trebuia întreținut.”; „Trebuie fonduri. Deci, până la urmă, tot administrația trebuie să...” (sesiunea OAR) [D]. Conceptul de turism din 2023 consemna, din grupul de lucru pentru zona verde, aceleași lipsuri: traseele turistice de drumeție și de ciclism nu au o formă juridică, ceea ce „generează situații neclare în managementul acestei infrastructuri”; Salvamontul întreținea 18 trasee omologate, iar circa 30% dintre trasee, inclusiv cele de ciclism montan, nu erau omologate; informațiile despre trasee nu erau centralizate[143] [D]. Pentru traseele neomologate și pentru harta traseelor din jurul orașului, nicio sursă nu numește o instituție responsabilă [I].

Coordonarea. Instituțiile și operatorii lucrează în paralel:

> *„toți avem intenții bune, toți facem chestii bune, dar se duc în diferite direcții și ăla care are puterea mai mare la un moment dat trage în altă direcție”* (atelierul 07) [D]

Subiectul 12 cere o strategie comună și o comunicare instituțională comună: „Da, aicea cred că e o strategie pe care trebuie s-o dezvoltăm împreună cu municipalitatea, cu autorități”; „Dar comunicarea trebuie făcută, cred că e de aicea e mai mult de lucru și e o chestie inter... instituțională” (Subiect 12) [D]. Arhitecții cer aceeași scară: „Și până nu rezolvi chestia asta la scară mare, degeaba toată lumea face bucățica lui internă...” (sesiunea OAR) [D]. Subiectul 10 vede în OMD instituția care poate lega ofertele:

> *„acest OMD asta ar trebui să asta ar trebui să facă: să devină platforma, liantul care să unifice punctele astea, să unifice servicii, să poată să creeze sinergiile astea”* (Subiect 10) [D]

Ghizii, cei care ar trebui să lege oferta pe teren, sunt puțini și în competiție: „Și ei sunt fiecare în competiție cu fiecare.”; „Ar putea fi dezvoltați. Poate o afiliere...” (Subiecții 19–20) [D].

Propunerea unui parc natural. Primăria a prezentat, în 2021, propunerea unui „Parc Natural Brassovia”, care să reunească natura din jurul orașului într-o arie administrată unitar; propunerea nu a fost aprobată de Consiliul Local[144] [C]. Conceptul de turism din 2023 consemna o cerere apropiată: o organizație de mediu pleda pentru declararea zonei verzi Tâmpa–Postăvaru drept arie naturală de interes local, urmată de un management integrat al conservării și al recreerii, iar documentul propunea un plan director al infrastructurii de recreere și o echipă tehnică permanentă pentru administrarea ei și a experienței vizitatorilor[145] [D]. Consultarea proiectului nu a reluat explicit propunerea parcului natural; ea cere un arbitru și un loc de coordonare [I].

Din consultare și din documente rezultă trei constatări [I]. Natura destinației nu are un loc în care instituțiile care o administrează să se întâlnească cu operatorii și cu comunitățile care o folosesc. Un traseu nou trece prin prea multe avize, iar un traseu existent nu are un responsabil clar pentru marcaj, hartă și întreținere. Iar destinația nu știe câți oameni folosesc natura: nu există o numărătoare publică

[143] Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului” (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

[144] Primăria Municipiului Brașov, prezentarea propunerii „Parcul Natural Brassovia”, martie 2021: <https://brasovcity.ro/file-zone/arii-protejate/parcul-natural-brassovia/Prezentare-Parcul-Natural-Brassovia-Martie-2021.pdf> ; propunerea nu a fost aprobată de Consiliul Local (G4Media, 8 mai 2025): <https://www.g4media.ro/brasov-va-avea-2-000-de-hectare-de-padure-parc-aviz-favorabil-de-la-ministerul-mediului-este-singurul-oras-din-romania-care-a-primit-aceasta-aprobare.html>

[145] Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului” (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

a vizitatorilor pe trasee, iar incidentele și conflictele nu sunt înregistrate într-o evidență comună. Secțiunea 6 propune răspunsul, cu instituțiile existente.

2.7. Controversele naturii

Consultarea conține unsprezece controverse legate de natură [I]. Tabelul 9 le prezintă, cu pozițiile și sursele lor, și indică locul în care strategia le tranșează: șase prin scenariile din secțiunea 7, celelalte prin poziționare, principii și direcții.

Tabelul 9. Controversele naturii: pozițiile din consultare și locul în care strategia le tranșează (II.2)

Controversa	Pozițiile și sursele lor	Unde se tranșează
Tâmpa: parc sau rezervație	amenajare pentru public, până la renunțarea la statutul de rezervație (Subiecții 14, 21, 23; atelierul 02); conservare cu antropizare minimă (Subiect 24; sesiunea OAR); reguli și lucrări minime de siguranță (Subiecții 5, 7, 11, 15; sesiunea OAR)	S1; D2
Pietonii și bicicliștii	separare strictă (Subiect 5; sesiunea OAR, pentru Tâmpa); poteca împărțită prin educație (Subiecții 6, 7, 15; atelierul 07); rețea separată și reguli de viteză (Subiecții 11, 12); conflictul semnalat și în conceptul de turism din 2023	S2; D3
Ursul: protecție sau eliminare	teama și reducerea populației (Subiect 14; atelierele 01, 02); ursul ca resursă turistică (Subiect 17; atelierele 03, 05, 07); prevenție fără hrănire și intervenție asupra exemplarelor habituate (Subiecții 15, 17; atelierele 04, 08)	S3; D5
Scara evenimentelor în natură	evenimente mari (atelierul 08; Subiecții 7, 12); fără turism de masă pe munte (Subiecții 10, 19, 20; atelierele 07, 12); scara aleasă explicit (Subiect 18); microfestivaluri de regulă sub 3.000 de participanți (conceptul de turism din 2023)	S4; D4
Turismul motorizat	nișă de organizat (Subiecții 10, 12; atelierul 07); nicio sursă nu i se opune explicit, iar regulamentul drumurilor forestiere ale municipiului îl interzice	S5; D4
Coordonarea naturii	un arbitru sau o structură unică (atelierul 07; sesiunea OAR; propunerea Primăriei din 2021 pentru un parc natural); coordonare prin OMD și prin instituțiile existente (Subiecții 6, 10, 17)	S6; secțiunea 6
Schiul și bicicleta; clima	extinderea domeniului schiabil și zăpada tehnică (atelierele 01, 07; Subiecții 15, 19, 20); vara și ciclismul montan ca viitor al muntelui (Subiecții 3, 4, 16, 23; atelierul 07)	capitolul P5 (S1); D4, D7
Dezvoltarea imobiliară și peisajul	amenințare pentru peisaj și pentru poalele muntelui (atelierele 01, 03, 07, 11; sesiunea OAR; Subiecții 1, 24); cererea de locuire ca fenomen firesc (Subiecții 1, 3); reguli și limite (atelierele 07, 09)	capitolul P1–P2; D1
Locuitorii și turiștii	presiunea turistică și retragerea locuitorilor (Subiecții 1, 9, 17, 19, 20, 22; atelierul 12; sesiunea OAR); risc îndepărtat (Subiect 13; atelierele 01, 04, 05); beneficii și reguli pentru locuitori (Subiecții 11, 12; sesiunea OAR)	principiile din 3.3; D1
Natura premium sau natura pentru toți	mai puțini turiști, cu valoare mai mare (atelierele 01, 12; Subiecții 6, 10, 19, 20); natura accesibilă tuturor (atelierele 01, 05, 12; sesiunea OAR; Subiecții 12, 23)	poziționarea din 3.2
Brașovul ca bază sau ca destinație în sine	bază de explorare a regiunii (atelierele 01, 04, 07, 08, 11; Subiecții 3, 8, 16, 17); destinație în sine, cu riscul tranzitului (atelierele 03, 08, 10; Subiecții 2, 6, 10, 12)	D8

Sursa: secțiunile 2.6.1–2.6.12; dosarele tematice ale consultării. [D/I]

Controversele privind Tâmpa, pietonii și bicicliștii, ursul, turismul motorizat și coordonarea au fost prezentate în secțiunile 2.6.4–2.6.7 și 2.6.12, iar controversa schi–bicicletă și cea privind Brașovul ca bază, în secțiunile 2.6.6, 2.6.9 și 2.6.10. Pentru celelalte patru controverse, formulările din consultare sunt redate mai jos.

Scara. Pentru Subiectul 10, muntele nu suportă volumul: „Nu faci acum, nu știu, să vină milioane de oameni în vârful Postăvaru pentru că le spui că aerul de-acolo este nu știu cum” (Subiect 10) [D]. În atelierul mediului academic, ambiția relatată a unor congrese foarte mari în Poiana a produs o reacție directă: „Eu m-am speriat și am zis: «Doamne, ferește!»” (atelierul 12) [D]. Subiectul 24 leagă alegerea de scară de prețul ei:

> *„Dacă stabilim că e important să ne mișcăm repede cu mașina, atunci într-adevăr sacrificăm natură pentru [...] asta, dar atunci să nu ne plângem că [...] nu avem natură”* (Subiect 24) [D]

Conceptul de turism din 2023 propunea, pentru OMD, microfestivaluri care atrag de regulă sub 3.000 de participanți, organizate inclusiv în spații naturale, cum sunt pădurile[146] [D].

Locuitorii și turiștii. Presiunea turistică este descrisă ca un val: „Marea majoritate e un val care vine și parcă te... nu te absoarbe, te mănâncă, te...” (Subiect 9) [D]. Arhitecții au amintit că locuitorii cartierelor nu sunt întrebați:

> *„Poate ei vor să vină să se plimbe în liniște în centru, da? Nu vor aglomerație, nu vor... Pe ei nu-i întreabă nimeni”* (sesiunea OAR) [D]

Natura premium sau natura pentru toți. În atelierul mediului academic s-au exprimat ambele poziții. Una cere selecție prin preț:

> *„Nu te poți dezvolta pe turism cu un turism de masă de weekend atâta timp cât nu faci totul ca să upgradezi și ca să transmiți un mesaj elitist: «Brașovul nu-i la îndemâna oricui», da?”* (atelierul 12) [D]

Alți participanți la același atelier au cerut acces la natură pentru toate buzunarele (atelierul 12) [D]. Participanții la atelierul stațiunii au propus o formulă care împacă cele două poziții: „Nu este doar All-Season, ci este și All-Clients” (atelierul 01) [D].

Dezvoltarea imobiliară. Notele atelierului locuitorilor din Șchei formulează o condiție pe care o pot accepta toate pozițiile: „Dezvoltarea este posibilă doar prin reguli clare și limite care să protejeze patrimoniul și comunitatea locală” (atelierul 09) [D]. O formulare apropiată apare în interviurile tezei despre geografia simbolică a orașului: „se construiește foarte, foarte dens și foarte puțin spațiu verde”[147] [D].

2.8. Sinteza diagnosticului

Tabelul 10. Sinteza diagnosticului naturii pe treisprezece dimensiuni (II.2)

Dimensiune	Starea de fapt	Evidență	Marcaj
Imaginea și cererea	Natura în asocierile spontane a 36,3% dintre călători și a 43,5% dintre vizitatori; muntele, prima asociere; cerere de mișcare ușoară (drumeții 44,0%, plimbări 26,8%); publicul de natură, mai fidel decât restul	cercetarea națională	[C]
Experiența consumată	Locurile de natură, mult evaluate și bine notate (4,3–4,8); natura privită mai mult decât folosită (drumeția în 1,4% dintre recenziile	recenziile online	[C]

[146]Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului” (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

[147]Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

Dimensiune	Starea de fapt	Evidență	Marcaj
	turistice); turnurile de faună și drumețiile ghidate, puține și foarte bine notate		
Anotimpurile	Curbă anuală plată (coeficient de variație 0,158); primăvara aduce 20,2% din înnoptări, cu ocupare sub 30% în martie–mai; noiembrie are indicele 0,90; iarna depinde de zăpadă	INS; raportul de analiză a destinației; atelierele 04, 05, 08	[C]/[D]
Resursa	Rezervații și situri Natura 2000 în oraș și în jur; circa 2.000 ha de pădure-parc; 83 km de drumuri forestiere deschise; fără hartă unică și fără evidența folosirii	documente oficiale	[C]/[I]
Natura locuitorilor	Folosire intensă; interdicții în parcuri, lipsa traseelor sigure pentru familii, aglomerație, distribuție inegală între cartiere	Subiecții 5, 11, 12, 22, 24; atelierele 07, 11, 12; sesiunea OAR	[D]
Tâmpa	Rezervație și arie specială de conservare, cu plan din 2016; 72,3% dintre vizitatori au urcat; poteci erodate, platforma belvedere închisă în 2026; controversa parc–rezervație	documente oficiale; cercetarea națională; Subiecții 7, 11, 14, 15, 21, 23, 24; sesiunea OAR	[C]/[D]
Pădurile-parc și traseele	Regim favorabil amenajărilor ușoare; piste pentru familii în lucru; risc de incendiu în zonele de grătar; troscot japonez la marginea pădurii; conflict pietoni–bicicliști	documente oficiale; Subiecții 5, 6, 7, 12; observația managementului de proiect	[C]/[D]/[I]
Turismul activ	Comunitate puternică, trasee de ciclism montan, zbor, FOTE 2027; fără produs comun, cabane pierdute, evenimente fără scară definită; bike park fără trasee pentru începători, cu transport pe cablu programat la sfârșit de săptămână	atelierele 04, 07, 08; Subiecții 7, 10, 11, 15, 23; documente; conceptul din 2023	[D]/[C]
Fauna	Densitatea cea mai mare de urși din țară; intervenții în creștere; teamă la locuitori și la turiști; cauza controlabilă, hrana de origine umană; observare legală numai fără hrănire	date oficiale; 12 interviuri și 5 ateliere	[C]/[D]
Siguranța	792 de intervenții Salvamont în 2025, majoritatea pe pârtie; vizitatori nepregătiți; localizare slabă pe trasee; accidente grave pe traseele de coborâre cu bicicleta	Salvamont; presa; Subiecții 11, 12, 15; atelierele 03, 08	[C]/[D]
Regiunea	Carpații, atractivi pentru 77,7% dintre călători; sejur de 1,84 nopți; baza neorganizată: fără produse pe durate, fără parteneri, fără transport	cercetarea națională; INS; Subiecții 10, 16, 17, 18, 22; atelierele 05, 07, 08, 11	[C]/[D]
Mobilitatea	Poiana blocată în zilele de vârf; transport public rar spre localitățile-poartă; sub 10 km de piste adecvate pentru biciclete	planul județean; atelierele 08, 11, 12; Subiecții 12, 13	[C]/[D]
Guvernanța	Cel puțin opt categorii de instituții, fără loc de coordonare; avize multe; fără responsabil pentru marcaje și hărți; fără date despre folosire	documente; Subiecții 6, 10, 12, 15, 23; atelierul 07; sesiunea OAR	[C]/[D]/[I]

Sursa: secțiunile 2.1–2.7 ale capitolului.

Din sinteză rezultă imaginea unei destinații cu o resursă naturală mare, o cerere largă și fidelă și o organizare slabă [I]. Natura este aproape, protejată și apreciată, dar este folosită fără informare, fără date și fără coordonare, iar costurile acestei lipse de organizare le plătesc mai întâi locuitorii: aglomerația, conflictele de pe poteci, ursii din cartiere. Pentru turist, natura rămâne un decor al orașului istoric, iar pentru destinație, o rezervă de nopți și de cheltuieli pe care nu o folosește.

2.9. Analiza SWOT

Analiza SWOT este construită din diagnosticul de mai sus. Fiecare element este urmat de marcajul sursei care îl susține. Punctele tari și punctele slabe privesc natura destinației așa cum este; oportunitățile și amenințările privesc mediul ei (piața, climatul, cadrul legal, deciziile altor instituții).

Tabelul 11. Analiza SWOT a naturii și a turismului activ în destinația Brașov (II.2)

Puncte tari	Puncte slabe
Natura începe din centrul istoric: potecile Tâmpei pornesc la câteva minute de mers pe jos de Piața Sfatului, pădurile-parc sunt la cel mult 30 de minute, iar Postăvaru la 20–45 de minute [C/E]	Natura este privită mai mult decât folosită; oferta de experiențe organizate este mică și fragmentată [C/D]
Imaginea de „oraș de munte”: muntele este prima asociere spontană cu Brașovul, iar natura apare în asocierile a 43,5% dintre vizitatori [C]	Sejurul este scurt (1,84 nopți), iar orașul se consumă în una-două zile [C/D]
Cerere națională largă pentru mișcare ușoară în natură; publicul de natură este mai fidel și mai entuziast decât restul publicului [C]	Primăvara și noiembrie sunt slabe; ocuparea estimată este sub 30% în martie–mai [C]
Regim juridic favorabil amenajărilor ușoare: circa 2.000 ha de pădure-parc, 83 km de drumuri forestiere deschise pietonilor și bicicliștilor [C]	Natura locuitorilor este îngrădită: interdicții în parcuri, lipsa traseelor sigure pentru familii, aglomerație, cartiere fără parcuri [D]
Comunitate de turism activ (ciclism montan, alergare, alpinism, zbor), aerodromuri de sport și FOTE 2027 [C/D]	Nu există nicio hartă unică a traseelor, niciun responsabil pentru marcaje, nicio evidență a folosirii naturii [C/I]
Arii protejate și parcuri în jur (Piatra Craiului, Bucegi, Postăvaru, Piatra Mare) și extensia Via Transilvanica până în Brașov [C]	Transport public rar spre localitățile-poartă; sub 10 km de piste adecvate pentru biciclete; Poiana blocată în zilele de vârf [C/D]
Fauna mare, diferențiator față de Alpi; turnurile de observare care pleacă din Brașov sunt evaluate cu 4,8–5,0 [C/D]	Cabane pierdute; infrastructură slabă de agrement și de informare (toalete, apă, popasuri, puncte de informare) [D]
Curba anuală plată: două sezoane reale, iar iarna este a doua din țară ca volum [C]	Avize multe, instituții fără loc de coordonare, proprietate fragmentată [D/I]
Salvamont municipal profesionist, cu o componentă dedicată a taxei speciale pentru promovarea turistică [C]	Vizitatori nepregătiți, localizare slabă pe trasee, conflicte între pietoni și bicicliști [D]
Principiul ofertei înaintea regulii, formulat în consultare (Subiect 12); regulamentul de acces pe drumurile forestiere [C/D]	Teama de urs reduce folosirea naturii de proximitate, seara și cu copiii [D]
Lectura „oraș de munte”, confirmată de surse independente de consultare: teza despre geografia simbolică a orașului și conceptul de turism din 2023 [C/D]	Parcul de ciclism montan: fără trasee pentru începători, cu trasee albastre care au tronsoane de nivel roșu; transport pe cablu pentru bicicliști programat la sfârșit de săptămână [C/D]
Oportunități	**Amenințări**
Pădurile-parc, la început de amenajare: piste pentru familii, parc dendrologic, trasee noi [C]	Ursul: incidente, teamă, anulări și efect de imagine, în județul cu cea mai mare densitate de urși din țară [C/D]
Revizuirea planului de management al Tâmpei, ca ocazie de accesibilizare gradată în limitele regimului de protecție [C/I]	Hrănirea și deșeurile care obișnuiesc ursul cu omul; observatoarele bazate pe hrănire, sancționabile din 2025 [C]
Extrasezonul ca produs: natura de primăvară, noiembrie, zborul cu planorul în unde orografice din octombrie–decembrie [I]	Clima: ierni cu puțină zăpadă la altitudinea Postăvarului, ploi în lunile de extrasezon [C/D]
Familiile cu copii, tinerii și bucureștenii, publicuri apropiate de natura activă [C]	Antropizarea și presiunea imobiliară la poalele muntelui; infrastructura care atrage alte infrastructuri [D]
Brașovul ca bază regională: Via Transilvanica, Piatra Craiului, sanctuarul de urși de la Zărnești, satele Țării Bârsei [C/D]	Aglomerația din locurile de natură ale locuitorilor și conflictul locuitori–turiști [D]
Linia 20B cu remorcă pentru biciclete, pistele de biciclete	Incendiile de vegetație în zonele de grătar [D]

Puncte tari	Puncte slabe
finanțate prin PNRR și proiectul trenului metropolitan din planul județean [C]	
FOTE 2027 și evenimentele sportive în aer liber; centenarul aviatic din 2027 (capitolul C) [C]	Polarizarea dezbaterii despre Tâmpa și urs și blocajul avizelor [D]
Taxa specială Salvamont și taxa specială pentru promovarea turistică, ca surse stabile de finanțare [C]	Alternativele pentru motivul „munte”: Valea Prahovei, Alpii, Sibiul cu Munții Făgăraș [C/D]
Educația ecologică a copiilor și programele școlare în pădure [D]	Turismul de masă de o zi, care lasă gunoi și puțină valoare [D]
Cererea internațională pentru natură „intactă” și pentru faună [D]	Nișele motorizate, cu impact nediscutat asupra pădurii [D]
Lista europeană a speciilor invazive, care include troscotul japonez din 2025, ca temei pentru un program local de control [C/I]	Plantele invazive: troscotul japonez, observat la marginea pădurii, cu risc de extindere spre Tâmpa și spre pădurile Postăvarului [C/I]
Cererea de ciclism montan de familie și de nivel mediu, semnalată în consultare și în conceptul din 2023 [D]	Accidentele de bicicletă pe traseele de coborâre din Postăvaru și presiunea asupra Salvamontului [C/I]

Sursa: secțiunile 2.1–2.8; notele externe citate în text. [C]/[D]/[I]

Din analiza SWOT rezultă patru constatări [I]. Punctele tari sunt aproape toate date de natură și de regimul ei juridic, iar punctele slabe sunt aproape toate de organizare: informare, coordonare, acces, produs. Oportunitățile principale sunt fie deja în curs (pădurile-parc, FOTE 2027, taxa specială pentru promovarea turistică), fie depind de decizii ale instituțiilor existente (revizuirea planului Tâmpei, linia 20B, trenul metropolitan), iar strategia trebuie să le lege între ele. Două amenințări pot anula restul, ursul și aglomerația; amândouă se gestionează mai întâi prin prevenție și prin ofertă (eliminarea hranei de origine umană, distribuția fluxurilor între locuri și anotimpuri) și abia apoi prin interdicții. Plantele invazive și accidentele de bicicletă din Postăvaru sunt riscuri mai noi, care se gestionează tot prin prevenție: depistarea timpurie a focarelor, clasificarea corectă a traseelor și un transport pe cablu previzibil. Locuitorii sunt primii afectați de punctele slabe și primii beneficiari ai oportunităților, ceea ce face din natura locuitorilor punctul de pornire al direcțiilor.

2.10. Ciclismul montan: piața, modelele și riscurile

Ciclismul montan este tratat în capitol ca produs al direcțiilor D3, D4, D6 și D8 și, pentru stațiune, în capitolul P5 (D1-f, D3-e). Secțiunea de față adună datele externe care arată ce poate aștepta destinația de la acest segment și care sunt riscurile lui, pentru că Brașovul are deja o parte din infrastructură – un parc de ciclism montan cu urcare pe cablu, o comunitate de practicanți, un aeroport și un centru istoric la 15 minute de munte – și pentru că, în jurul lui, piața se formează abia acum [I].

Piața. Ciclismul montan a devenit, în ultimul deceniu, un segment cu motor electric. În Germania, piața de referință a Brașovului, s-au vândut în 2024 circa 3,85 milioane de biciclete, dintre care 53% electrice; bicicletele de munte electrice sunt circa 40% din bicicletele electrice vândute, în timp ce bicicletele de munte fără motor au scăzut la 3% din piață[148] [C]. În Tirol, destinația alpină care a organizat cel mai sistematic segmentul, 12% dintre oaspeții de vară merg cu bicicleta de munte în timpul vacanței, 6% de mai multe ori; vârsta medie a bicicliștilor montani este de 49,7 ani, 68% sunt oaspeți fideli, iar regiunea oferă peste 6.000 km de trasee desemnate, 300 km de poteci înguste și peste

[148]Zweirad-Industrie-Verband (ZIV), datele pieței germane de biciclete pentru 2024, publicate în martie 2025, în sinteza Nimms Rad / MTB-News: https://www.nimms-rad.de/news/?p=54331

200 de unități de cazare certificate pentru bicicliști[149] [C]. În Statele Unite, un studiu pe 13 rețele de trasee și patru evenimente (2014–2024) a măsurat o cheltuială medie de 416 dolari pe vizită la o destinație de ciclism montan, pentru cazare, restaurante și comerț, și circa cinci călătorii pe an pentru practicantul tipic[150] [C]. O analiză critică a 33 de studii academice și de practică arată însă că măsurătorile impactului economic al turismului de ciclism montan sunt inconsecvente și greu de comparat[151] [C]; de aceea capitolul cere destinației propriile serii de date (secțiunea 8.2; S4), nu împrumutarea cifrelor altora [I].

Modelele. Trei destinații arată ce poate produce ciclismul montan pentru un loc construit inițial pentru schi [C]:

- *Whistler (Canada)*, stațiunea de schi cea mai mare din America de Nord, primește circa 3,4 milioane de vizite pe an, dintre care 53% vara și 47% iarna; parcul de biciclete funcționează de la jumătatea lui mai până la jumătatea lui octombrie, cu cinci instalații pe cablu, 158 de trasee și 1.507 m diferență de nivel[152]. Festivalul Crankworx din 2023 a avut 301.460 de participanți în zece zile, 61% vizitatori, dintre care 92.139 din afara regiunii; 87% dintre aceștia au înnoptat, în medie 5,2 nopți; efectul economic a fost de 29,6 milioane de dolari canadieni în Whistler, cu 523 de locuri de muncă susținute, și de 50,7 milioane în Canada, potrivit studiului comandat organizatorilor și organizației de management a destinației[153].
- *Saalfelden Leogang (Austria)*, primul parc de biciclete al Austriei, deschis în 2001 cu 16.700 de urcări în primul sezon, a ajuns la circa 270.000 de urcări pe sezon; sezonul 2026 durează de la 8 mai la 8 noiembrie, 185 de zile, iar 52% din înnoptările regiunii se realizează în sezonul cald. Regiunea a găzduit 14 etape de Cupă Mondială din 2010 și campionatele mondiale din 2012 și 2020 (a treia ediție, în 2028) și poartă din 2023 eticheta UCI Bike Region[154].
- *Maribor (Slovenia)*, modelul cel mai apropiat de Brașov: un oraș din care o telegondolă urcă direct în parcul de biciclete de pe Pohorje, administrat de operatorul municipal de transport; sezonul 2024 a avut aproape 20.000 de bicicliști până la sfârșitul lui octombrie, de două ori mai mulți decât în anul precedent, cu trasee noi pentru familii și pentru începători și cu un parc de inițiere în construcție[155].

[149]Tirol Werbung, „Mountain biking – target audience", cu datele anchetei T-MONA, vara 2022: https://www.b2b.tirol/en/target-audience/mountain-biking

[150]Trust for Public Land, „Economic Benefits of Mountain Biking" (2025), în Bicycle Retailer and Industry News, 2 aprilie 2025: https://www.bicycleretailer.com/studies-reports/2025/04/02/public-lands-report-measures-economic-impact-tourists-who-mountain-bike

[151]Buning, R. J., Lamont, M. (2020), „Mountain bike tourism economic impacts: A critical analysis of academic and practitioner studies", Tourism Economics; prezentare în IMBA Europe Knowledge Hub: https://www.imba-europe.org/knowledge-hub/mountain-bike-tourism-economic-impacts-a-critical-analysis-of-academic-and-practitioner-studies/

[152]Tourism Whistler, „Whistler Stats and Facts": https://media.whistler.com/all-about-whistler/stats-and-facts/

[153]Crankworx, 5 decembrie 2023, studiul de impact economic al festivalului Crankworx Whistler 2023, realizat de Sport Tourism Canada pentru Crankworx Events și Tourism Whistler: https://www.crankworx.com/news/2023-crankworx-whistler-festival-generated-over-50-million-in-economic-activity-in-canada-as-it-gears-up-for-a-return-in-summer-2024/

[154]Pinkbike, „Austria's First Bike Park Turns 25: How Leogang Built a 270,000-Ride Powerhouse" (2026): https://www.pinkbike.com/news/epic-bikepark-leogang-celebrates-25th-anniversary.html; MeinBezirk, „Tourismus-Erfolg Leogang: Vom Pionierprojekt zum Bike-Hotspot" (2026): https://www.meinbezirk.at/salzburg/c-sport/vom-pionierprojekt-zum-bike-hotspot_a8637954; Saalfelden Leogang, „Awarded with the UCI Bike Region Label", 27 octombrie 2023: https://www.saalfelden-leogang.com/en/news-events/news/awarded-with-the-uci-bike-region-label_news_4440410

[155]Visit Pohorje, „Bike Park Pohorje Maribor with numerous new features and excellent attendance this year", 29 octombrie 2024: https://www.visitpohorje.si/en/bike-park-pohorje-maribor-with-numerous-new-features-and-excellent-attendance-this-year/

În Scoția, rețeaua de trasee 7stanes, construită de autoritatea forestieră în sudul țării, a ajuns la circa 395.000 de vizite pe an și a creat 139 de locuri de muncă în primii ani de funcționare; pentru 78% dintre vizitatori, traseele erau singurul motiv al vizitei în regiune[156] [C].

Mecanismele de monetizare. În destinațiile mature, accesul la trasee este gratuit, iar venitul vine din patru surse: transportul pe cablu, cardul oaspetelui finanțat din taxa de stațiune, serviciile conexe (închirieri, școli, ghidaj) și evenimentele [C/I]. Leogang a crescut de la circa 150.000 de urcări cu bicicleta în 2014 la peste 260.000 în 2023; ciclismul montan a adus circa 13% din cifra de afaceri a instalațiilor în 2022/2023, mai mult decât toate celelalte activități de vară la un loc, iar regiunea are circa un milion de înnoptări pe an, aproape jumătate vara[157] [C]. Tarifele sunt construite pe durate (două ore, dimineață, după-amiază, zi, mai multe zile, sezon), cu reducere la cumpărarea online; biletul de o zi din Postăvaru este în linia prețurilor europene, dar fără durate scurte și fără abonament de sezon [C/I]. Rețeaua transfrontalieră Gravity Card reunește în 2026 32 de parcuri de biciclete din șapte țări (Germania, Austria, Cehia, Elveția, Slovenia, Italia, Polonia)[158] [C]; aderarea la o astfel de rețea are sens după un prag de trafic, pe care capitolul îl fixează la 100.000 de urcări pe sezon (secțiunea 8.2) [I]. Segmentul de familie și de inițiere este tratat în aceste destinații ca produs distinct: trasee ușoare, parcuri pentru copii, parcuri de îndemânare și piste de tip pump track [C]. Pentru Brașov, principiile sunt: traseele nu se tarifează; cardul oaspetelui al destinației primește beneficii pentru bicicliști (urcări incluse, transportul bicicletei inclus, reducere la biletele de zi), cu sursa de finanțare stabilită prin evaluarea juridică și financiară a Primăriei – bugetul local, contractele comerciale sau contribuțiile operatorilor, nu taxa specială pentru promovarea turistică, până la un temei juridic expres (regula capitolului P1–P2, S5), iar liniile 20 și 132 cu remorci intră în card; tarifele instalațiilor se construiesc pe durate, cu reducere online; familiile și începătorii primesc un produs propriu (D3-c; P5, D3-e); cardul și comunicarea destinației promovează numai traseele omologate și gradate real [I].

Clima. Argumentul climatic este tratat în Volumul I (secțiunea 1.8): la o încălzire de 2 °C, 53% dintre cele 2.234 de stațiuni de schi europene analizate ar avea un risc foarte ridicat de deficit de zăpadă, iar în masivele de altitudine medie analizate în Franța și în Elveția riscul rămâne ridicat (56%) chiar cu jumătate din suprafață acoperită cu zăpadă produsă. Poiana Brașov, între 1.000 și 1.783 m, este o stațiune de altitudine medie; concluzia pentru ea este calitativă și cere un studiu climatic local [C/I]. Sezonul de ciclism montan, din mai până în noiembrie în modelele de mai sus, este de aproape două ori mai lung decât sezonul de schi al stațiunii, iar instalațiile pe cablu, cea mai mare investiție a stațiunii, ar lucra pe tot parcursul lui [I].

Brașovul astăzi. Parcul de ciclism montan din Postăvaru a avut în 2026 șase trasee de coborâre, două negre, trei roșii și unul albastru, fără niciun traseu verde, și s-a deschis la 20 iunie, cu acces cu telecabina Kapa la sfârșit de săptămână și cu telescaunul Ruia din 3 iulie; biletul de o zi a costat 180 de lei[159] [C]. Din 25 aprilie 2026, autobuzele liniei 20 Brașov–Poiana au remorci pentru biciclete, cu

[156]Ekos Limited, Tourism Resources Company (2007), „7stanes Phase 2 Evaluation", pentru Forestry Commission Scotland, în Headwaters Economics, Trails Library: https://headwaterseconomics.org/trail/81-7stanes-economic-impact/

[157]MTB Rider, 13 noiembrie 2023, comunicatul Leoganger Bergbahnen: de la circa 150.000 de urcări (2014) la peste 260.000 (2023); ciclismul montan circa 13% din cifra de afaceri 2022/2023; circa un milion de înnoptări pe an, aproape jumătate vara: <https://mtbrider.de/news/der-epic-bikepark-leogang-wachst-und-wachst>

[158]Gravity Card, rețeaua de parcuri de biciclete partenere (32 de parcuri în șapte țări, 2026): <https://www.gravity-card.com/>

[159]Brașov.net, „Bikepark Postăvarul, gata de start: din 20 iunie, pasionații de downhill revin pe munte" (2026): https://www.brasov.net/bikepark-postavarul-gata-de-start-din-20-iunie-pasionatii-de-downhill-revin-pe-munte/; Metropola, „Bike-park Postăvarul s-a deschis oficial", tarifele sezonului 2026: https://www.metropola.ro/noutati/bike-park-postavarul-s-a-deschis-oficial-trasee-pregatite-si-reduceri-speciale-pentru-bikerii-brasoveni

transport gratuit și o capacitate de până la 60 de biciclete pe oră[160] [C]. Linia 132 Râșnov–Poiana Brașov, cu prima probă de traseu făcută în octombrie 2026, ar urma să devină operațională din decembrie 2026[161] [C]. În regiune, Cheile Grădiștei (Fundata) a găzduit în mai 2024 campionatele europene de ciclism montan cross-country, cu peste 400 de sportivi din 32 de țări[162], iar parcurile de biciclete de la Bran și de la Azuga completează oferta [C]. Brava Park, la Bran (Valea Porții), la mai puțin de o oră de Brașov, este exemplul de parc de dimensiune mică orientat spre familii: patru trasee de coborâre, două albastre (2,5 și 2,6 km) și două roșii (3,2 și 3 km), urcare cu teleschi, sezon din aprilie până în noiembrie, trasee panoramice pentru biciclete electrice și, iarna, pârtii de schi și de tubing[163] [C]; operatorul, anul deschiderii și prețurile rămân de confirmat [I]. Este nivelul care lipsește astăzi în Postăvaru: trasee albastre reale, pentru începători [I]. Comunitatea de practicanți este descrisă în consultare ca numeroasă și organizată (secțiunea 2.6.6) [D]. O organizație din Cluj este membru al IMBA Europe, federația europeană a asociațiilor de ciclism montan; Brașovul nu are, deocamdată, nicio afiliere de destinație[164] [C]. Combinația de care dispune Brașovul – oraș medieval, aeroport, telegondolă, munte la 15 minute de centru și trasee care coboară până în oraș – este rară între destinațiile de ciclism montan din Europa Centrală și de Est [I].

Riscurile. Un studiu epidemiologic pe două sezoane (2023–2024) în două parcuri de biciclete din vestul Austriei a înregistrat 274 de bicicliști accidentați, adică 4 accidentări la 1.000 de vizite sau 6 la 10.000 de coborâri; 77,4% dintre accidente au fost căderi din eroarea biciclistului, 20,8% la aterizarea săriturilor, 52% dintre diagnostice au fost fracturi, circa un sfert dintre accidentați au fost evacuați cu elicopterul, iar accidentele s-au concentrat vineri–duminică, între orele 10 și 16, 15% la prima coborâre a zilei[165] [C]. La Poiana Brașov, serviciul Salvamont a avut în 2024 un număr de 703 intervenții, pentru 749 de persoane, 514 în sezonul rece și 235 în sezonul cald; în sezonul cald, circa 28% dintre incidente s-au produs pe traseele marcate de coborâre cu bicicleta, iar august a fost luna cu cele mai multe persoane ajutate (50)[166] [C]. Capitolul P5 (secțiunea 2.6.7) descrie mecanismul local al riscului: trasee mai grele decât gradarea lor, fără trasee ușoare; un program al instalațiilor pe cablu care nu poate fi anticipat; o telecabină care urcă bicicletele în zona vârfului Postăvaru, unde nu există traseu omologat, de unde coboară și bicicliști fără pregătirea și fără echipamentul necesare [C/D/I].

Pentru strategie, riscurile ciclismului montan se grupează în șase categorii, fiecare cu răspunsul ei în direcțiile capitolului [I]: (1) accidentele bicicliștilor, din gradare nepotrivită, echipament insuficient și lipsa traseelor de inițiere – gradarea reală a traseelor, traseele verzi, informarea la plecare și echipamentul obligatoriu (D4-j; P5, D3-e), limitarea transportului bicicletelor în zona vârfului (D6-i);

[160]Economedia, „Primăria Brașov va relua, de sâmbătă, transportul gratuit al bicicletelor în Poiana Brașov, cu autobuzul” (aprilie 2026): https://economedia.ro/?p=334454

[161]Monitorul Expres, 6 octombrie 2026, „Linia 132 Râșnov–Poiana Brașov, tot mai aproape de operaționalizare”: https://www.monitorulexpres.ro/2026/10/06/linia-132-rasnov-poiana-brasov-tot-mai-aproape-de-operationalizare-a-fost-facuta-prima-proba-de-traseu/

[162]Union Européenne de Cyclisme, „EuroMTB24: Cheile Grădiștei, Romania, poised for history” (mai 2024): https://uec.ch/en/actu/275/euromtb24-cheile-gradistei-romania-poised-for-history

[163]Bikeverse, fișa parcului Brava Park (Bran): <https://bikeverse.ro/en/bike-parks/brava-park-bran> ; site-ul parcului: <https://www.bravapark.ro/bike-park>

[164]IMBA Europe, lista membrilor (32 de organizații din 22 de țări și regiuni): https://www.imba-europe.org/about-imba/members/

[165]„Causes and associated factors of mountain bike injuries in bike parks in western Austria: a two-season descriptive epidemiological study”, AIMS Public Health, 13(2), 2026: https://www.aimspress.com/article/doi/10.3934/publichealth.2026022?viewType=HTML

[166]Agerpres, 4 februarie 2025, raportul de activitate al Salvamont Poiana Brașov pentru 2024: https://agerpres.ro/social/2025/02/04/brasov-teribilismul-pe-partii-si-pe-traseele-de-biciclete---intre-principalele-cauze-ale-accidentelo--1419504

(2) conflictul cu pietonii pe potecile comune – separarea pe tronsoanele aglomerate, cu sens unic la coborâre (D3-d; scenariul S2); (3) fauna – procedura de alertă la urs și patrulele de bicicletă în sezon (D5-f; P5, D3-e); (4) mediul – trasee pe drumuri existente, fără distrugerea pajiștilor și fără amenajări în ariile protejate, cu evaluarea impactului (D4-d; secțiunea 6.3); (5) funcționarea – programul imprevizibil al instalațiilor pe cablu, care face imposibilă planificarea operatorilor (P5, D1-f); (6) guvernanța și reputația – lipsa unui administrator al rețelei de trasee și efectul disproporționat al unui accident grav (P5, D3-e; secțiunea 6.2). Programul transversal din secțiunea 4 leagă aceste răspunsuri într-un singur produs al destinației.

3. Viziune 2034, poziționare și principii

3.1. Viziunea

Viziunea de mai jos reunește articolele de viziune scrise în atelierul de turism activ, răspunsurile convergente din interviuri și propunerile celorlalte ateliere, verificate față de datele din secțiunea 2 și completate cu interpretările și propunerile echipei de proiect, marcate [I].

Brașovul 2034 este orașul de munte al României. Natura începe din centrul istoric, se parcurge pe jos, cu bicicleta sau cu telecabina, la nivelul fiecăruia, în fiecare anotimp, iar Carpații din jur se descoperă pornind din oraș [I].

Brașoveanul are natura aproape de casă, în fiecare cartier. Parcurile se folosesc: pe iarbă se poate sta, se poate juca și se poate face picnic după reguli clare. Familiile au trasee sigure de bicicletă de la cartiere la pădurile-parc, iar Tâmpa rămâne locul de plimbare de seară și de sfârșit de săptămână al orașului [I].

Tâmpa este rezervație naturală și arie specială de conservare, cu poteci refăcute și sigure, cu trepte și mână curentă pe tronsoanele abrupte, cu platforma belvedere refăcută și cu interpretarea naturii și a istoriei ei la poale și sus. Nu are asfalt și nu are infrastructură grea în pădure; cine nu poate urca pe jos urcă cu telecabina [I].

Pădurile-parc din jurul orașului au o rețea de trasee gradate și marcate, cu piste pentru familii, trasee de alergare și trasee de ciclism montan separate de potecile pietonilor, cu locuri de picnic cu vetre amenajate și cu parcul dendrologic deschis publicului. Plantele invazive sunt inventariate, iar focarele sunt tratate înainte să ajungă în rezervații [I]. Principiul ofertei înaintea regulii este principiul întregii naturi a destinației: „Hai întâi să oferim ceva și după aceea să cerem” (Subiect 12) [D].

Turistul găsește natura organizată pe durate și pe niveluri, după formula propusă în consultare: „Dacă ai două ore, faci asta. Dacă ai trei ore, faci asta” (Subiect 22) [D]. Are o singură hartă a traseelor, ghizi curatoriați de OMD, atestați acolo unde legea o cere, informare la intrarea pe fiecare traseu și produse proprii pentru primăvară și pentru toamnă. Traseele de ciclism montan sunt clasificate după dificultatea lor reală, de la traseul de familie la cel de expert, iar transportul pe cablu are un program cunoscut dinainte [I].

Ursii nu mai găsesc hrană în oraș, în Poiana și pe trasee. Locuitorii și turiștii știu ce au de făcut la o întâlnire cu ursul, iar fauna se observă fără să fie hrănită [I].

Muntele este sigur pentru cine îl respectă: vizitatorul știe unde se află, ce echipament îi trebuie și pe cine sună, iar banii plătiți pentru Salvamont se văd într-un raport public [I].

Brașovul este baza din care se pleacă spre Piatra Craiului, Bucegi, Postăvaru, Piatra Mare, Ciucaș, Făgăraș și Țara Bârsei, cu transport fără mașină și cu parteneri locali. Turistul doarme în Brașov și cheltuiește în regiune, iar sejurul se lungește de la două nopți la trei și mai multe [I]. Natura servește astfel scopul strategiei, creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști: clienții în plus vin din sejurul mai lung, din extrasezon, din zilele lucrătoare și din vizitatorii de o zi care rămân peste noapte, iar durata medie a sejurului ajunge la cel puțin 2,0 nopți și gradul de ocupare la cel puțin 37% [I].

Instituțiile care administrează natura destinației se întâlnesc într-un singur loc de coordonare, iar avizele pentru trasee trec printr-un singur ghișeu [I].

Viziunile scrise în atelierul de turism activ au dat acestei imagini formule proprii, pe care capitolul le preia ca orizont: „O punte între urban și natură” și un „ORAȘ ACTIV ÎN NATURĂ” (atelierul 07) [D].

3.2. Poziționarea: Brașovul, oraș de munte

Poziționarea preia formula stakeholderilor („Noi suntem oraș de munte, punct!”, atelierul 02; „Brașovul este un oraș de munte”, atelierul 08) [D] și o transformă într-o promisiune pe care vizitatorul și locuitorul o pot verifica [I]. Promisiunea are cinci componente:

- natura începe din centrul istoric: potecile Tâmpei pornesc la câteva minute de mers pe jos de Piața Sfatului, iar pădurile-parc sunt la cel mult 30 de minute, pe jos sau cu transportul public (cercurile 1 și 2 din secțiunea 1.2);
- natura este accesibilă gradat, de la alee la creastă, pentru fiecare vârstă și condiție fizică;
- natura are ce oferi în fiecare anotimp, inclusiv primăvara și în noiembrie;
- din Brașov se pleacă, fără mașină, spre Carpații din jur;
- locuitorii sunt primii beneficiari ai acestei promisiuni.

Prima componentă a promisiunii apare și în interviurile tezei despre geografia simbolică a orașului:

> *„Frumusețea Brașovului este că din Piața Sfatului [...] ajungi în 5 minute în natură ori sub Tâmpa unde ai muntele ori după Ziduri unde ai zona asta frumoasă și naturală din jurul fortificației.”*[167] [D]

Patru argumente susțin poziționarea [I]. Primul este cererea: muntele este prima asociere spontană a românilor cu Brașovul, natura apare în asocierile a 43,5% dintre vizitatori, iar publicul de natură este mai fidel decât restul publicului (secțiunea 2.1) [C]; teza despre geografia simbolică a orașului și conceptul de turism din 2023 ajung, pe alte căi, la aceeași imagine a orașului (secțiunea 1.1) [C/D]. Al doilea este diferențierea: stațiunile Văii Prahovei sunt stațiuni de munte, iar Sibiul este un oraș istoric aflat la distanță de munte; Brașovul este singurul dintre ele care unește un oraș istoric mare cu un munte aflat în interiorul lui („Ce n-are Sibiul, are Brașovul!”, sesiunea OAR) [D/I]. Al treilea este resursa: rezervațiile, pădurile-parc și siturile Natura 2000 din oraș și din jur (secțiunea 2.4) [C]. Al patrulea este comunitatea: un mod de viață activ în natură, pe care un participant la atelierul de turism activ l-a numit „Lifestyle Capital of Romania” (atelierul 07) [D].

[167] Lorena (Oprica) Aldea, „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat în sociologie, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2020; exemplar pus la dispoziția echipei de proiect; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: <https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10>

Poziționarea are cinci consecințe pentru direcții [I]. Comunicarea arată natura din oraș și natura folosită (drumeția, bicicleta, alergarea, zborul, observarea faunei), nu doar panorama. Produsul se organizează pe durate și pe niveluri, de la plimbarea de o oră la sejurul de o săptămână. Investiția publică merge în amenajări ușoare în natură și în servicii la poale (informare, transport, toalete, popasuri); infrastructura grea rămâne în afara pădurii. Fiecare produs pentru turiști se verifică întâi prin efectul lui asupra locuitorilor. Iar fauna se comunică responsabil: ursul face parte din natura destinației și se observă de la distanță, fără hrănire.

Poziționarea naturii este compatibilă cu poziționarea premium a stațiunii Poiana Brașov stabilită în capitolul P5: Poiana este componenta de stațiune a orașului de munte, iar orașul este baza din care natura stațiunii și a regiunii se consumă în același sejur [I].

3.3. Principii directoare

Șapte principii guvernează direcțiile din secțiunea 4.

Locuitorii întâi. Fiecare măsură se verifică prin efectul ei asupra accesului locuitorilor la natura de proximitate: gratuit, aproape de casă, fără mașină și în siguranță. Un produs turistic care reduce acest acces nu se promovează [I]. Principiul formulat în consultare este același: „dacă reușim să trezim Brașovul brașovenilor, atunci restul...” (sesiunea OAR) [D].

Întâi oferta, apoi regula. Destinația oferă întâi traseul, informarea, locul de picnic și coșul de gunoi de la capătul traseului, apoi aplică regula și sancțiunea: „ca să poți să-i ceri omului ceva, trebuie să-i și oferi” (Subiect 12) [D].

Accesibilitate gradată, de la alee la creastă. Cu cât locul este mai aproape de oraș, cu atât amenajarea poate fi mai consistentă; cu cât este mai sălbatic, cu atât amenajarea este mai ușoară. Oferta acoperă familiile cu copii mici, vârstnicii, persoanele cu dizabilități și sportivii [I].

Amenajare ușoară în natură, servicii la poale. În ariile protejate și în pădurile-parc se fac numai amenajări ușoare, compatibile cu regimul lor (poteci, trepte, balustrade, bănci, panouri, construcții provizorii din lemn), fără asfalt și fără tăieri de arbori. Serviciile care cer construcții (parcare, toalete, alimentație, închirieri) se amplasează la poale, la capetele de traseu [I].

Prevenție înaintea intervenției. Pentru urs, pentru incendii, pentru plantele invazive și pentru accidente, destinația elimină întâi cauza pe care o poate controla: hrana de origine umană, focul în afara vetrelor, focarele de plante invazive lăsate să se extindă, vizitatorul neinformat sau dus cu telecabina pe un teren care îl depășește [I].

Distribuția fluxurilor în spațiu și în timp. Presiunea care azi se concentrează pe Tâmpa, pe Drumul Vechi, pe Pietrele lui Solomon și în Poiana se distribuie spre pădurile-parc, spre Carpații din jur și spre lunile de extrasezon [I].

Valoare reținută în destinație. Produsele de natură se construiesc cu ghizi, închirieri, cabane, transportatori și producători locali, iar Brașovul rămâne locul în care turistul doarme, chiar și atunci când își petrece ziua în regiune [I].

4. Direcții strategice

Fiecare direcție are aceeași structură: constatarea care o fundamentează, obiectivul, măsurile, actorii responsabili și orizontul. Măsurile sunt formulate la nivelul de detaliu al unei strategii; dimensionarea tehnică și financiară revine planificării operaționale. Marcajul [D] indică măsurile preluate din propunerile stakeholderilor; [I] indică măsurile derivate de echipă din diagnostic sau propuse de managementul de proiect; [C] indică proiectele confirmate de documente oficiale. Codurile măsurilor (D1-a, D1-b și așa mai departe) sunt cele la care celelalte capitole pot face trimitere, cu mențiunea capitolului P3.

D1. Natura de proximitate și natura locuitorilor

Constatare. Brașovenii folosesc intens natura de proximitate, dar o folosesc îngrădit și inegal: în parcurile publice nu au voie să stea pe iarbă, familiile nu au trasee sigure de bicicletă, locurile de plimbare sunt aglomerate la sfârșit de săptămână, iar cartierele noi sunt departe de natură (secțiunea 2.6.2) [D]. Unii locuitori nu mai găsesc alternative: „ne-am săturat de Sub Tâmpa” (atelierul 12) [D]. Arhitecții au rezumat soluția: „Democratizarea accesului” (sesiunea OAR) [D]. Folosirea naturii de către locuitori nu este măsurată [C].

Obiectiv. Până în 2028, parcurile publice ale municipiului pot fi folosite pentru odihnă, joacă, picnic și sport ușor, după reguli clare. Până în 2031, fiecare cartier are o legătură pietonală sau velo continuă spre natura de la poalele orașului. Până în 2034, cartierele care azi nu au un spațiu verde utilizabil la distanță de mers pe jos au cel puțin unul.

Măsuri.

- (a) **Regulamentul de utilizare a parcurilor și a spațiilor verzi publice**, revizuit: zone de gazon deschise pentru odihnă, joacă și picnic, sport ușor, bicicletă și role cu limită de viteză, câini în lesă și zone dedicate pentru câini, reguli de curățenie și de liniște, în locul interdicțiilor generale (sesiunea OAR; atelierul 07; Subiect 11) [D]. Regulamentul se elaborează împreună cu regulamentul de acces la spațiul public din capitolul C (DC4-i), care tratează utilizarea culturală a parcurilor [I].
- (b) **Parcuri și păduri urbane noi** în cartierele fără natură de proximitate, cu prioritate pe platformele industriale dezafectate și în cartierele noi din nord, și locuri de joacă pentru copii de vârste diferite (Subiect 24; atelierele 03, 04, 08, 11; sesiunea OAR) [D].
- (c) **Coridoarele verzi de la centru spre natură**: prelungirea aleii de sub Tâmpa, legătura pietonală centru–Șchei–Pietrele lui Solomon și traseul de o zi Piața Sfatului–Tâmpa–Șaua Tâmpei–Răcădău–La Iepure–Noua, propus de arhitecți (sesiunea OAR; Subiecții 1, 9; atelierul 12) [D]. Coridoarele centrului istoric sunt tratate în capitolul C (DC2-h) și în capitolul P1–P2; măsura de față le prelungește spre poale [I].
- (d) **Rețeaua velo de familie de la cartiere la pădurile-parc**: legarea pistelor pentru familii Răcădău–Noua (D3-c) cu pistele urbane finanțate prin PNRR și evaluarea traseului propus pe digul Ghimbășelului, spre Prejmer și Hărman (atelierul 12; Subiect 11) [D/I].
- (e) **Programul „Brașovenii în natură”**: ture ghidate pentru locuitori în pădurile-parc, pe Tâmpa și în Carpații din jur, Ziua ariei naturale protejate Muntele Tâmpa (ultima sâmbătă din septembrie) ca zi anuală a orașului în natură, voluntariat pentru poteci și ecologizare, în legătură cu

programul „Turist în propriul oraș” din capitolul C (DC7-j) (Subiect 21; atelierul 12; sesiunea OAR) [D/I].

- (f) **Modulul „natura locuitorilor” în chestionarul pentru rezidenți** propus în capitolul G: frecvența ieșirilor în natură, locurile folosite, mijlocul de transport, obstacolele (interdicții, aglomerație, teama de urs), pentru nivelurile de referință ale indicatorilor din secțiunea 8 [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov (spații verzi, urbanism, mobilitate), Consiliul Local (regulamente), Regia Pădurilor Kronstadt (legătura cu pădurile-parc), OMD Brașov (programul pentru locuitori, chestionarul), școlile și asociațiile locale. **Orizont.** (a), (e), (f): 2027–2028; (c), (d): 2027–2031; (b): 2028–2034.

D2. Tâmpa, conservată și accesibilă gradat

Constatare. Tâmpa este rezervație naturală din 1962, sit Natura 2000 și, din 2022, arie specială de conservare, cu plan de management aprobat în 2016 [C]. Este al cincilea obiectiv al Brașovului ca rată de vizitare (72,3% dintre vizitatori) și locul de plimbare zilnică al locuitorilor [C/D]. Potecile sunt erodate, platforma belvedere a fost închisă în 2026, iar vizitatorii urcă nepregătiți [C/D]. Consultarea se împarte între amenajarea ca parc și conservarea strictă; pozițiile moderate cer lucrări de siguranță și de interpretare pe care un plan de management le poate prevedea (secțiunea 2.6.4) [D/I].

Obiectiv. Până în 2029, Tâmpa are un plan de management revizuit, care stabilește traseele de vizitare, capacitatea de suport și lucrările de siguranță și de interpretare permise. Până în 2031, traseele principale sunt refăcute și sigure, eroziunea este oprită, iar fiecare intrare are informare. Statutul de arie protejată se păstrează (secțiunea 7, S1).

Măsuri.

- (a) **Revizuirea planului de management și a regulamentului ariei**, cu dezbatere publică, ca act principal al direcției: zonarea vizitării (zona de primire de la poale, traseele de vizitare, zonele de liniște), capacitatea de suport a traseelor, lucrările permise, regulile de vizitare și indicatorii de monitorizare (Subiect 24) [D/I]. Revizuirea revine autorității pentru arii protejate, cu Primăria și Regia Pădurilor Kronstadt ca parteneri [I].
- (b) **Refacerea potecilor existente**, fără asfalt și fără lărgire: trepte egale și mână curentă pe tronsoanele abrupte, blocarea scurtăturilor care erodează Drumul Serpentinelor, drenaj, materiale locale (Subiecții 14, 15; sesiunea OAR) [D]. Lucrările urgente de siguranță se fac în cadrul planului în vigoare; celelalte, în cadrul planului revizuit [I].
- (c) **Platforma belvedere refăcută** (contractul din 2026) și un punct de interpretare la stația superioară a telecabinei [C/I]. Telecabina, adaptată, potrivit operatorului, pentru cărucioare și pentru persoane cu dizabilități[168], rămâne accesul la vârf pentru cine nu poate urca pe jos, cu program extins vara (sesiunea OAR) [C/D].
- (d) **Traseul accesibil de la poale**: aleea de sub Tâmpa amenajată ca traseu pentru persoane cu dizabilități, vârstnici și cărucioare, cu bănci, apă, belvederi spre oraș și spre pădure (Subiect 23) [D].
- (e) **Interpretarea naturii și a istoriei**: panouri și conținut digital despre biodiversitatea Tâmpei („mierla de pe Tâmpa”, flora, geologia, Subiect 23), despre Cetatea Brașovia (capitolul C,

[168]Telecabina Tâmpa, înlocuită și redeschisă în octombrie 2025: două cabine de câte 25 de persoane, 490 de persoane pe oră (SI Magazin): <https://www.simagazin.com/en/?p=96575> ; datele operatorului, inclusiv adaptarea pentru cărucioare și pentru persoane cu dizabilități: <https://www.discoverpoiana.ro/ro/instalatii-brasov>

DC2-d) și despre regulile de vizitare, cu ture ghidate și rangeri în weekend (Subiecții 14, 23; atelierul 07) [D].

- (f) **Informarea la intrări**: la pornirea potecilor de pe aleea de sub Tâmpa și la stația telecabinei, informații despre durată, dificultate, echipament, faună și urgențe (Subiect 15) [D/I].
- (g) **Contoare automate de vizitatori** la intrările principale, care produc prima serie publică de date despre folosirea unei arii naturale a orașului [I].

Actori. Agenția Națională pentru Mediu și Arii Protejate, prin Direcția Județeană de Mediu Brașov (planul, avizele), Primăria Municipiului Brașov (lucrările, interpretarea, aleea de la poale), Regia Pădurilor Kronstadt (fondul forestier), Salvamont, operatorul telecabinei, OMD Brașov (comunicarea), organizațiile de mediu și cluburile montane. **Orizont.** (a): 2027–2029; (b): lucrări urgente 2027, restul 2029–2031; (c): 2026–2027; (d), (e), (f): 2027–2029; (g): 2027.

D3. Pădurile-parc și rețeaua de trasee de la marginea orașului

Constatare. Circa 2.000 de hectare de pădure municipală au regim de pădure-parc, care permite amenajări ușoare fără tăieri de arbori, iar 30 de drumuri forestiere, circa 83 km, sunt deschise pietonilor și bicicliștilor [C]. Primele piste pentru familii sunt în lucru, parcul dendrologic este neterminat, iar traseele terapeutice și poteca în coronament sunt în stadiu de plan sau de concept [C/D]. Riscurile sunt comportamentul în afara traseului, conflictul dintre pietoni și bicicliști și focul din zonele de grătar (secțiunea 2.6.5) [D]. Nu există o hartă unică a traseelor din jurul orașului și nicio evidență a folosirii lor [C/I]. Pădurile din jurul orașului sunt expuse și plantelor invazive: troscotul japonez, specie alogenă invazivă care afectează Uniunea, a fost observat la marginea pădurii (secțiunea 2.6.5) [C/I].

Obiectiv. Până în 2028, destinația are o hartă unică a traseelor din jurul orașului. Până în 2031, pădurile-parc au o rețea de trasee gradate, marcate și cartografiate, cu trasee separate pentru pietoni, pentru familiile cu biciclete și pentru ciclismul montan, cu locuri de picnic cu vetre, cu locuri de belvedere amenajate și cu puncte de plecare dotate la poale; o potecă în coronament, într-o pădure-parc din afara ariilor protejate, are studiul și avizele făcute.

Măsuri.

- (a) **Harta unică a traseelor din jurul orașului** (Tâmpa, pădurile-parc, Postăvaru, Piatra Mare, Lempeș), digitală și tipărită, cu regimul, dificultatea, durata și administratorul fiecărui traseu, disponibilă prin cod QR în fiecare unitate de cazare (Subiect 22; atelierele 08, 12) [D]. Harta este publicată și pe platformele drumeților și ale bicicliștilor (Komoot, AllTrails, Outdooractive, Trailforks), condiția existenței destinației pe piața europeană a drumeției (capitolul M, DM9-b) [I].
- (b) **Clasificarea și marcajul unitar al traseelor** pe patru niveluri (familie, ușor, mediu, sportiv), cu marcaje corelate cu dificultatea reală a terenului și cu borne numerotate (D6-b) (Subiect 11; atelierul 04) [D].
- (c) **Rețeaua de familie**: finalizarea pistelor Răcădău–Noua și extinderea lor spre Cristian, Râșnov și Poiana, pe drumuri forestiere existente și pe liziera pădurii, fără tăieri (Subiecții 11, 12; atelierul 04; sesiunea OAR) [C/D]. Traseele din stațiune sunt cele din capitolul P5 (D2-c) [I].

• (d) **Separarea pietonilor de bicicliști**: trasee dedicate ciclismului montan pe tronsoanele aglomerate, cu sens unic la coborâre, și aplicarea regulii din regulamentul drumurilor forestiere privind reducerea vitezei în preajma pietonilor (Subiecții 5, 11, 12, 15) [D/C].

• (e) **Locurile de picnic și de grătar**: vetre amenajate la distanță de pădure, toalete ecologice și apă la capetele de traseu, coșuri de gunoi rezistente la urși numai la capete, iar pe trasee regula după care gunoiul se duce acasă: „Când te duci cu sticla de apă plină poți să ți-o aduci acasă și goală” (Subiect 12) [D].

• (f) **Parcul dendrologic din Noua**: reluarea lucrărilor, deschiderea pentru public și pentru școli și programul de educație despre pădure (Subiect 12) [C/D].

• (g) **Trasee tematice și terapeutice**: biodiversitate, istorie, pădurea pentru sănătate, cu interpretare (Subiecții 2, 12, 14, 20) [D]. Poteca în coronament este tratată ca măsură proprie (D3-m) [I].

• (h) **Capetele de traseu de la poale** (Răcădău, Noua, Dârste, Șchei–Pietrele lui Solomon, Valea Cetății): stație de transport public, parcare limitată, panou de informare, toaletă și, unde este cazul, închiriere de echipament (secțiunea 2.6.11) [I].

• (i) **Prevenția incendiilor**: patrulare în perioadele secetoase, accesul vehiculelor de intervenție, rezervoare de apă și interdicția focului în afara vetrelor (Subiect 12) [D].

• (j) **Contoare de vizitatori și de bicicliști** pe traseele principale și raport anual public al folosirii pădurilor-parc [I].

• (k) **Plantele invazive**: studiul fenomenului de către autorități, împreună cu instituțiile abilitate și cu specialiști în botanică și în silvicultură: inventarul și cartarea focarelor, începând cu troscotul japonez din pădurea de pin de la intersecția străzilor Cloșca și 8 Martie; depistarea timpurie în rezervația Tâmpa, în pădurile-parc și în pădurile din Postăvaru; un plan de control, cu metode potrivite fiecărei specii și cu reguli pentru pământul și resturile vegetale care pot conține fragmente de rizom; informarea proprietarilor de grădini și a celor care întrețin spațiile verzi, în cadrul Regulamentului (UE) nr. 1143/2014 [I, propunere a managementului de proiect].

• (l) **Locurile de belvedere amenajate**: locuri de oprire, de odihnă și de contemplare (bancă, parapet, un panou discret cu ce se vede), pe Tâmpa în limitele planului de management revizuit (D2), la Cetățuia, pe Dealul Melcilor, pe Warthe, la capetele de traseu de la poale și în pădurile-parc, oriunde zona și regimul legal permit; o parte dintre ele primesc instalații de fotografiat cu identitatea vizuală a destinației, după codul de design al Volumului I (S5), fără kitsch (Volumul I, S5-a); în Poiana, locurile corespunzătoare sunt în capitolul P5 (D2-d) [I].

• (m) **Poteca în coronament**: un traseu la nivelul coronamentului arborilor, cu turn de observare, într-o pădure-parc ușor accesibilă din oraș și din jurul lui, cu patru condiții: amplasarea în afara ariilor protejate și a siturilor Natura 2000, nu pe Tâmpa, acolo unde Codul silvic și regimul pădurii-parc permit amenajarea fără tăieri de arbori; evaluarea impactului și avizarea prin ghișeul unic (secțiunea 6.3); legarea de un capăt de traseu cu transport public (D3-h) și de rețeaua de piste pentru familii (D3-c); un parteneriat în care investiția este privată, terenul rămâne public, iar OMD integrează obiectivul în cardul oaspetelui și în catalogul produselor pe durate (D4-a). Modelul de referință este rețeaua europeană de poteci în coronament, cu 13 obiective în opt țări, peste 85 de milioane EUR investiți și peste 2,2 milioane de vizitatori în 2023; prima, din Parcul Național Bayerischer Wald (2009, 1.300 m, turn de 44 m), a primit peste 3,35 milioane de vizitatori în 15 ani,

iar cea mai veche din Germania, Hainich (2005, 540 m, între 10 și 24 m înălțime), este accesibilă cu liftul pentru cărucioare și pentru persoanele cu mobilitate redusă[169][170] [C]; două obiective ale rețelei funcționează în stațiuni de schi, la Bachledka (Slovacia) și pe Pohorje (Slovenia) [C]. Conceptul prezentat la Brașov în martie 2025, la o întâlnire organizată de Regia Pădurilor Kronstadt, cu investiția suportată de companie și cu terenul pus la dispoziție de Primărie, nu a primit o decizie publică ulterioară[171][172] [C]. Argumentele: funcționare în toate anotimpurile, accesibilitate pentru familii, seniori și persoane cu mobilitate redusă, observarea pădurii și a faunei de la înălțime, în siguranță, și un flux de vizitatori care susține cheltuiala în economia locală fără presiune pe potecile din pădure [I].

Actori. Regia Pădurilor Kronstadt (coordonator), Primăria Municipiului Brașov, autoritatea pentru arii protejate (pentru traseele și pentru speciile invazive din ariile protejate), Salvamont, cluburile de ciclism, asociațiile montane și voluntarii (marcaj, întreținere), OMD Brașov (harta, informarea), specialiștii în botanică și în silvicultură din universitate și din institutele de cercetare (plantele invazive). **Orizont.** (a), (b), (i), (j): 2027–2028; (c): 2026–2030; (d), (e), (h): 2027–2030; (f): 2027–2029; (g): 2028–2031; (k): inventarul în 2027, controlul anual în 2027–2034.

D4. Turismul activ: produse, comunități, evenimente și zborul

Constatare. Brașovul are o comunitate de turism activ, trasee de ciclism montan apreciate, aerodromuri de sport, puncte de decolare pentru zborul liber și, în februarie 2027, competițiile Festivalului Olimpic al Tineretului European [C/D]. Comunitatea nu are însă un produs comun („tragem cumva singuri", atelierul 07), cabanele s-au pierdut, iar evenimentele în natură nu au o scară definită (secțiunea 2.6.6) [D]. Cererea națională este dominată de drumeție și de plimbare; formele de aventură și cicloturismul sunt practicate regulat de unul din cinci, respectiv unul din zece călători (secțiunea 2.1) [C]. Parcul de ciclism montan din Postăvaru nu are trasee pentru începători, iar traseele lui albastre au tronsoane de nivel roșu (secțiunea 2.6.6) [C/D].

Obiectiv. Până în 2030, destinația are o ofertă de turism activ organizată pe durate și pe niveluri, vândută prin canalele OMD și prin unitățile de cazare, cu ghizi curatoriați de OMD, atestați acolo unde legea o cere, și un calendar al evenimentelor în natură dimensionat după capacitatea locurilor. FOTE 2027 este folosit ca lansare a acestei oferte.

Măsuri.

- (a) **Catalogul produselor active pe durate și pe niveluri**: două ore, o jumătate de zi, o zi, două–cinci zile; drumeție, bicicletă, alergare, cățărare, schi de tură, observarea faunei, zbor; cu prețuri, riscuri și echipament, după modelul propus de Subiectul 22 („Astea sunt traseele, acolo poți să mănânci, aici poți să te cațeri, te costă cam atâta, astea-s riscurile", Subiect 22) [D].

[169]Erlebnis Akademie AG, comunicatul din 10 septembrie 2024, „15 Jahre Baumwipfelpfad Bayerischer Wald": <https://www.eak-ag.de/eakag/presse/bwp-pressemitteilungen/bayerischer-wald/2024-09-10-15-Jahre-Baumwipfelpfad-Bayerischer-Wald-Eine-touristische-Erfolgsgeschichte-mit-Weitblick.php> ; lista obiectivelor rețelei: <https://www.eak-ag.de/eakag/ueber-uns/baumwipfelpfade/>

[170]Bad Langensalza, pliantul Baumkronenpfad Hainich (2023): <https://badlangensalza.de/storage/sites/2/2024/03/Imageflyer_Baumkronenpfad_2023_Web.pdf>

[171]Prezentarea conceptului unui traseu suspendat la nivelul coronamentului arborilor, martie 2025 (Profit.ro): <https://profit.ro/povesti-cu-profit/foto-germanii-aduc-la-brasov-conceptul-treetop-walk-21956949>

[172]Biz Brașov, 6 martie 2025, conceptul „Treetop Walk" prezentat la Brașov: <https://bizbrasov.ro/2025/03/06/turism-brasov-poteca-deasupra-padurii/> ; G4Media, 7 martie 2025: <https://www.g4media.ro/brasovul-ar-putea-avea-o-poteca-in-varful-arborilor-treetop-walk-proiectul-propune-amenajarea-unui-traseu-la-inaltime-cu-o-podea-de-sticla-suspendata-si-turn-de-observare.html>

- (b) **Ghizii**: registrul ghizilor de munte și de natură activi în destinație, formare comună (biodiversitate, siguranță, limbi străine, faună), afiliere la OMD, în programul „Prietenii tăi din Transilvania” (capitolul C, DC5-c; Volumul I, S6), în care ghizii montani sunt prietenii curatoriați de OMD pentru munte, prezentați pe platforma destinației (Subiecții 17, 19–20; atelierul 07) [D/I].
- (c) **Comunitățile sportive ca parteneri**: acorduri între OMD și cluburile de alpinism, ciclism, alergare, schi de tură și zbor liber și asociațiile montane, pentru marcaj, voluntariat, evenimente și comunicarea stilului de viață activ al orașului (atelierul 07) [D/I].
- (d) **Ciclismul montan din mai până în noiembrie**: Postăvaru, cu bike parkul stațiunii (capitolul P5, D3-e), și pădurile-parc, cu trasee marcate pe drumuri existente și fără distrugerea pajiștilor, după modelul celor 11 trasee amenajate într-o arie protejată din apropiere (atelierul 07) [D]; trasee marcate pentru bicicleta electrică și pentru cross-country între oraș, pădurile-parc, Poiana și localitățile-poartă; măsura se execută în cadrul programului transversal „Brașov, destinație de ciclism montan” (sfârșitul secțiunii 4), fundamentat pe datele din secțiunea 2.10 [C/I].
- (e) **Cabanele și refugiile**: inventarul cabanelor și al refugiilor din masivele din jurul orașului, program cu proprietarii și cu asociațiile montane pentru deschidere previzibilă și refugii din lemn integrate în peisaj, realizate ca proiect complet (amplasare, ancorare, întreținere) (Subiect 11; atelierul 07) [D].
- (f) **Evenimentele în natură**: regula scării (plafon de participanți în ariile protejate și în pădure, volumul la poale), autorizarea prin ghișeul unic (secțiunea 6.3), includerea în calendarul unic al destinației (capitolul C, DC6-a); festivalul sporturilor montane din a doua jumătate a lui noiembrie ca eveniment de extrasezon (Subiect 23) [D/I].
- (g) **Moștenirea FOTE 2027**: traseele, voluntarii și imaginea competițiilor de iarnă din Poiana Brașov, Cheile Grădiștei–Fundata, Predeal și Râșnov, folosite pentru promovarea iernii active și a sporturilor de munte pentru tineri[173] [C/I].
- (h) **Zborul ca produs de natură**: zboruri panoramice, parapantă (Bunloc, Postăvaru), planorism în unde orografice la Sânpetru în octombrie–decembrie; clarificarea statutului punctelor de decolare, în legătură cu centenarul aviatic din 2027 tratat în capitolul C (DC6-h) [C/I].
- (i) **Turismul motorizat**: fără promovare publică; activitățile organizate numai în afara pădurilor-parc și a ariilor protejate, pe trasee autorizate, cu acordul administratorului și cu evaluarea impactului (secțiunea 7, S5) [I].
- (j) **Traseele de ciclism montan pe niveluri reale**: reclasificarea traseelor bike parkului din Postăvaru după dificultatea lor reală, pe baza unei evaluări independente, astfel încât traseele albastre să nu conțină tronsoane de nivel roșu, cu accesibilizarea corespunzătoare a plecărilor de la telecabină și de la telegondolă; informarea la plecare despre nivelul și profilul fiecărui traseu; trasee ușoare și de familie (inclusiv traseul de pe Lupului inferior, aflat în studiu, capitolul P5, D3-e) și trasee de anduranță între Poiana și Brașov, folosibile la urcare și la coborâre (Subiecții 7, 11, 15; atelierele 04, 07, 08; conceptul de turism din 2023) [D/I].

Actori. OMD Brașov (catalogul, distribuția, calendarul), cluburile sportive și asociațiile montane, ghizii, Regia Pădurilor Kronstadt, Salvamont, aeroclubul și operatorii de zbor, operatorii privați de

[173]Festivalul Olimpic al Tineretului European, Brașov 2027, 14–21 februarie 2027: localitățile și probele (Radio România Brașov FM): <https://www.radiobrasovfm.ro/sport/stiri-locale/pregatirile-pentru-fote-brasov-2027-au-intrat-intr-o-noua-etapa-id219408.html> ; programul sportiv (Comitetul Olimpic Național al Ucrainei): <https://noc-ukr.org/en/news/ogolosheno-sportivnu-programu-zimovogo-ye-yu-of-2027-u-rumuniyi>

turism activ, operatorul bike parkului, alte autorități publice. **Orizont.** (a), (b), (c): 2027–2028; (g): 2027; (d), (f), (h), (i): 2027–2030; (e): 2028–2031; (j): reclasificarea în 2027, traseele noi în 2027–2030.

D5. Fauna sălbatică: coexistență, siguranță și observare responsabilă

Constatare. Județul Brașov are cea mai mare densitate de urși din țară, iar intervențiile pentru urși cresc, cu cele mai multe apeluri din municipiu și din Poiana [C]. Teama îi afectează mai întâi pe locuitorii cartierelor de la marginea pădurii și apoi pe turiști; ursul este, în același timp, motiv de vizită pentru o parte a străinilor (secțiunea 2.6.7) [D]. Cauza asupra căreia destinația are control este hrana de origine umană: deșeurile accesibile, hrănirea, resturile lăsate pe trasee [C/D]. Din noiembrie 2025, hrănirea ursilor este interzisă sub orice formă, iar observatoarele bazate pe hrănire sunt sancționabile [C]. Gestiunea populației (cotele, relocările, extragerile) ține de autoritățile stabilite de lege [C].

Obiectiv. Până în 2030, deșeurile din cartierele de la marginea pădurii, din Poiana și de la capetele de traseu nu mai sunt accesibile ursilor, iar numărul intervențiilor pentru urși în municipiu scade an de an. Locuitorii și turiștii primesc aceeași informație despre comportamentul la întâlnirea cu ursul, iar observarea faunei promovată de destinație se face numai fără hrănire.

Principiul de funcționare. Direcția acționează pe trei paliere: prevenție, informare și comportament, observare responsabilă. Capitolul P5 aplică stațiunii prevenția prin deșeuri și patrule, informarea și observarea controlată (D6-a, D6-b), iar gestiunea populației rămâne și acolo în competența autorităților. Strategia turistică nu propune măsuri de gestiune a populației; acestea rămân în competența autorităților care le au prin lege [I].

Măsuri: prevenție.

- (a) **Deșeuri inaccesibile ursilor** în cartierele de la marginea pădurii (cu prioritate cele în care au fost semnalați urși în mai 2026: Răcădău, Noua, Stejeriș, Drumul Poienii, zona Carierei[174]), în Poiana și la capetele de traseu: pubele și containere rezistente la urși, platforme închise și program de colectare adaptat, cu prioritate în zonele cu cele mai multe intervenții (Subiecții 7, 11, 17) [D]. Măsura reia, cu mijloacele de astăzi, lecția din Răcădău din 2006 [C/I].
- (b) **Garduri electrice pe liziera cu cele mai multe incursiuni** și sprijin pentru gardurile unităților de cazare de lângă pădure, după modelul aplicat la Râșnov (Subiect 17) [D/C].
- (c) **Aplicarea și controlul interdicției de hrănire** și a regulilor privind deșeurile, cu Poliția Locală, Jandarmeria și Garda Forestieră, cu sancțiuni aplicate efectiv, însoțite de o campanie publică (Subiect 15) [C/D].
- (d) **Fără coșuri de gunoi pe trasee**: coșuri rezistente la urși numai la capetele de traseu și regula după care gunoiul de pe trasee se duce acasă, prevăzută și pentru pistele pentru familii (Subiect 12) [D].

Măsuri: informare și comportament.

- (e) **Regulile de comportament în prezența ursului** la fiecare intrare pe potecă, în fiecare unitate de cazare și în aplicația destinației, în mai multe limbi (atelierul 07) [D].

[174]Zonele municipiului în care au fost raportați urși în mai 2026: Poiana Brașov, Noua, Răcădău, Stejeriș, Drumul Poienii, strada 8 Martie – Carierei (G4Media, 28 mai 2026): <https://www.g4media.ro/urs-capturat-si-eutanasiat-in-brasov-animalul-mai-fusese-capturat-in-localitate-120-de-apeluri-la-112-in-luna-mai.html>

- (f) **Procedura de alertă pentru operatorii de turism activ** (parcuri de aventură, parcul de ciclism montan, trasee organizate) și alerta localizată, coordonate cu echipa de intervenție a municipiului (atelierele 01, 07) [D].
- (g) **Comunicarea publică echilibrată** a riscului și a intervențiilor, cu date lunare, pentru a corecta atât subestimarea, cât și exagerarea riscului (atelierul 08; Subiect 17) [D/I].

Măsuri: observare responsabilă.

- (h) **Standardul de observare a faunei al destinației**: fără hrănire, fără apropiere, în grupuri mici, cu ghizi curatoriați de OMD, atestați acolo unde legea o cere (D4-b); OMD promovează numai operatorii care respectă standardul [I].
- (i) **Cunoașterea ursului**: sanctuarul de urși de la Zărnești, programele de educație despre marile carnivore pentru școli, după precedentul de la Zărnești descris în atelierul de turism activ, și interpretarea faunei pe trasee (Subiect 10; atelierul 07) [D/C].
- (j) **Harta incidentelor și a semnalărilor**, comună jandarmeriei, Primăriei, Salvamontului și Regiei Pădurilor Kronstadt, cu raport anual public [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov (salubritate, echipa de intervenție, Poliția Locală), operatorul de salubritate, Regia Pădurilor Kronstadt și gestionarii fondurilor cinegetice, Jandarmeria, Garda Forestieră, Direcția Județeană de Mediu, OMD Brașov (comunicare, standardul de observare), operatorii din cazare și din turismul activ, asociațiile de proprietari din cartierele de la marginea pădurii. **Orizont.** (c), (e), (f): 2027; (h): 2027–2028; (a), (d), (g), (j): 2027–2029; (b), (i): 2027–2030.

D6. Siguranța montană, educația și responsabilitatea vizitatorului

Constatare. Serviciul Salvamont al municipiului a avut, în 2025, 792 de intervenții pentru 866 de persoane, majoritatea în domeniul schiabil, iar serviciul județean funcționează cu o capacitate operativă declarată de circa 17% din necesar [C]. Pe Tâmpa și pe munte urcă vizitatori nepregătiți, nimeni nu le verifică echipamentul, iar turistul accidentat nu știe să spună unde se află (secțiunea 2.6.8) [D]. Componenta Salvamont a taxei speciale pentru promovarea turistică este venit cu destinație specială, dar destinația sumelor nu este cunoscută de toți cei care le colectează [C/D]. Pe traseele de coborâre cu bicicleta din Postăvaru au loc accidente grave, iar o parte dintre bicicliști urcă cu telecabina Capra Neagră în zona vârfului, unde nu există traseu de bicicletă omologat, atunci când telegondola nu funcționează (secțiunea 2.6.6) [C/I].

Obiectiv. Până în 2029, fiecare intrare principală pe traseele din jurul orașului are informare unitară, traseele principale au borne numerotate, iar taxa specială Salvamont are un raport public anual. Până în 2031, fiecare școală din municipiu are acces la un program anual de educație în natură. Din 2027, instalațiile pe cablu care deservesc traseele de bicicletă au un program anunțat pentru întregul sezon cald.

Măsuri.

- (a) **Informarea unitară la intrarea pe trasee**: durată, dificultate, echipament minim, riscuri, faună, număr de urgență și cod de localizare, după același model pe Tâmpa, în pădurile-parc, pe Postăvaru și pe Piatra Mare (atelierele 03, 07; Subiect 22) [D].
- (b) **Borne numerotate și coduri de localizare** pe traseele din jurul orașului, integrate în harta unică (D3-a) și în sistemul de urgență (Subiect 11) [D].

- (c) **Câteva reguli ale muntelui**, comunicate unitar de toate instituțiile și de toți operatorii: echipamentul potrivit, rămânerea pe traseu, gunoiul dus acasă, focul numai în vetre, câinii în lesă, viteza redusă pe bicicletă lângă pietoni (Subiecții 11, 12; atelierul 07) [D].
- (d) **Raportul public anual al componentei Salvamont** a taxei speciale pentru promovarea turistică: sumele colectate, cheltuielile, intervențiile și investițiile, publicat de Primărie (atelierul 08) [D/I].
- (e) **Capacitatea de intervenție**: evaluarea, de către Primărie și alte autorități publice, a necesarului de salvatori și de echipamente pentru sezonul cald și pentru traseele noi din D3 și D4, cu hărți și coduri de localizare comune [C/I].
- (f) **Educația în natură pentru copii**: un program școlar în pădure pentru clasele mici (Subiect 12), lecțiile în aer liber din „Săptămâna Altfel" (Subiect 23), educația despre fauna locală (atelierul 07), cu ghizi, rangeri și salvatori montani [D]. Conceptul de turism din 2023 propunea, în aceeași logică, ateliere de descoperire a naturii pentru copii și părinți și mici expediții montane cu geologi[175] [D].
- (g) **Responsabilitatea vizitatorului**: aplicarea sancțiunilor existente pentru abaterile de pe trasee (focul în afara vetrelor, câinii fără lesă, ieșirea din traseu în ariile protejate, vehiculele cu motor pe drumurile forestiere), cu patrule comune în weekendurile aglomerate (Subiecții 1, 6, 12; atelierul 07) [D]. Salvarea montană rămâne gratuită (Subiect 11) [D].
- (h) **Echipamentul la îndemână**: închirieri de încălțăminte și de echipament la capetele de traseu și la stația telecabinei Tâmpa, prin operatori privați [I].
- (i) **Transportul pe cablu și accesul cu bicicleta în zona vârfului Postăvaru**: funcționarea previzibilă și de lungă durată a telegondolei și a celorlalte instalații pe cablu în sezonul cald, cu un program anunțat la începutul sezonului, în completarea măsurii D1-f din capitolul P5; limitarea transportului bicicletelor cu telecabina Capra Neagră până în zona vârfului Postăvaru (stația meteorologică), unde nu există traseu de bicicletă omologat; zona rămâne accesibilă bicicliștilor care au antrenamentul necesar și urcă pe bicicletă tot traseul [I, propunere a managementului de proiect]. Subiectul 11 descrie un astfel de traseu de urcare, de nivel mediu (secțiunea 2.6.6) [D].

Exemplu de inițiativă: „Trees are Beautiful People", expoziție interactivă itinerantă despre arbori și oameni. Conceptul, elaborat de Ioana Cosânzeana Duică, specialist în educație[176], arată cum ar trebui comunicată natura orașului către copii, familii și vizitatori: zece instalații interactive, în care vizitatorul nu doar privește, ci respiră spre senzori, apasă butoane și alege scenarii – interiorul unui arbore bătrân, masa-ecosistem a schimbărilor climatice, limbajele arborilor, istoria vizitatorului pusă în paralel cu istoria unui arbore, pădurea care se aprinde numai când apasă mai mulți vizitatori împreună, aerul, apa și pădurea care construiește. Expoziția este gândită să călătorească: module demontabile, fără fixări permanente, ambalate în cufere de transport și montabile în spații diferite, de la o școală la un bastion sau la stația telecabinei. Proiectul este, deocamdată, un concept și o propunere, nu un spațiu funcțional; capitolul îl reține ca model pentru educația în natură (D6-f), pentru alternativele acoperite din zilele cu vreme rea

[175] Asociația de Ecoturism din România și Detente Consultants, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri", 2023, elaborat în proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului" (cod SIPOCA 1043), cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; document pus la dispoziția echipei de proiect.

[176] Ioana Cosânzeana Duică, specialist în educație, autoarea conceptului „Trees are Beautiful People" (one-pager și simulare vizuală de concept, octombrie 2026): https://ro.linkedin.com/in/ioana-cosanzeana-duica-555bba348

(D7-e) și pentru interpretarea naturii de pe Tâmpa (D2-e), ca program educațional și de marketing al mărcii „Brașov, prietenul tău din Transilvania”, în care natura este în centrul orașului [I].



Simulare vizuală de concept: expoziția itinerantă „Trees are Beautiful People” (randare din prezentarea autoarei, Ioana Cosânzeana Duică)



Simulare vizuală de concept: instalația „Arborii și clima", masa-ecosistem cu senzori (randare din prezentarea autoarei)

Actori. Serviciul public local Salvamont al municipiului și Serviciul Public Județean Salvamont-Salvaspeo, Primăria Municipiului Brașov, alte autorități publice, Regia Pădurilor Kronstadt, autoritatea pentru arii protejate, Inspectoratul Școlar Județean și școlile, Jandarmeria și Poliția Locală, OMD Brașov (comunicare), cluburile montane, operatorul instalațiilor pe cablu (D6-i). **Orizont.** (c), (d), (i): 2027; (a), (b), (e), (g): 2027–2029; (f), (h): 2028–2031.

D7. Patru anotimpuri: calendarul naturii și produsele de extrasezon

Constatare. Municipiul are două sezoane reale și o curbă anuală plată, dar primăvara aduce doar 20,2% din înnoptări, cu un grad de ocupare estimat sub 30% în martie, aprilie și mai, iar noiembrie are un indice sezonier de 0,90 [C]. Consultarea numește aceleași goluri și propune evenimente ca punte între sezoane, dar natura proprie fiecărui anotimp apare rar în ofertă (secțiunea 2.6.9) [D/I]. Zăpada este tot mai nesigură la altitudinea Postăvarului [C/D].

Obiectiv. Până în 2034, ponderea primăverii în înnoptările anuale ale municipiului crește de la 20,2% la cel puțin 23%, iar indicele sezonier al lunii martie urcă de la 0,76 la cel puțin 0,85, fără creșterea vârfului din august. Destinația are un calendar al naturii pe toate cele douăsprezece luni.

Măsuri.

- (a) **Calendarul naturii al destinației**: ce se poate vedea și face în natură, lună de lună (pădurea care înverzește și înflorește, cireșii de pe Tâmpa, culorile toamnei, prima zăpadă pe creste, zborul în unde orografice), integrat în calendarul unic al destinației din capitolul C (DC6-a) (Subiecții 14, 21) [D/I].

- (b) **Primăvara naturii** (martie–mai): drumeție și ciclism de primăvară, alergare montană, observarea faunei fără hrănire, natura pentru grupurile școlare, pachete pentru familii în vacanța de primăvară și în săptămâna de după Paște (Subiect 23) [D/I].
- (c) **Toamna și noiembrie**: produse pentru culorile toamnei (Subiect 21), festivalul sporturilor montane din a doua jumătate a lui noiembrie (Subiect 23; D4-f), taberele de zbor cu planorul în unde orografice de la Sânpetru (D4-h) [D/C].
- (d) **Zilele de luni–joi**: produse de mai multe zile pentru familii, seniori, grupuri școlare și cantonamente, cum sunt turele de bicicletă de mai multe zile (Subiect 20) și circuitele pentru seniori din martie până în octombrie (Subiect 6) [D].
- (e) **Zilele cu vreme rea**: alternative acoperite legate de natură (centre de interpretare, muzee, spații de agrement) și oferta pentru zilele cu vreme rea, comunicată odată cu prognoza (Subiect 11; atelierul 05) [D].
- (f) **Iarna fără zăpadă suficientă**: produse de iarnă care nu depind de schi (drumeție de iarnă, rachete de zăpadă, observarea urmelor animalelor, zilele de soare de pe creste), complementare deciziei din capitolul P5 privind domeniul schiabil (S1) [I].
- (g) **Vara răcoroasă și activă („coolcation”)**: Brașovul comunică vara ca destinație răcoroasă și activă, cu orașul la 600 m, Poiana la 1.000 m și Postăvarul la 1.800 m, cu drumeția, ciclismul montan și natura ca produse; 81% dintre europeni spun că schimbările climatice le afectează deciziile de călătorie, 15% caută activ climate mai blânde, 14% evită destinațiile expuse caniculei, iar interesul pentru Mediterana a scăzut cu 8 puncte[177] [C]; piețele-țintă ale acestui mesaj sunt cele cu veri caniculare: Spania, Italia, Portugalia, Franța și sudul Germaniei (capitolul M, DM2, DM4, DM8; Volumul I, 3.14) [I].

Actori. OMD Brașov (calendarul, pachetele, comunicarea), operatorii de turism activ și ghizii, aeroclubul, cluburile sportive, școlile, Regia Pădurilor Kronstadt, instituțiile culturale (pentru zilele cu vreme rea). **Orizont.** (a), (e): 2027–2028; (b), (c), (d), (g): 2027–2030; (f): 2028–2031.

D8. Brașovul ca bază pentru natura regiunii

Constatare. La cel mult o oră și jumătate de drum de centrul orașului se află un parc național, un parc natural și masivele Postăvaru, Piatra Mare, Ciucaș și Făgăraș, iar Via Transilvanica ajunge, din 2025, până în Brașov [C/E]. Orașul ține vizitatorul una-două zile, iar durata medie a sejurului este de 1,84 nopți [C/D]. Baza nu este organizată: lipsesc produsele de o zi pe durate, partenerii de pe teren, transportul fără mașină și distribuția ofertei regionale în cazare (secțiunea 2.6.10) [D/I].

Obiectiv. Direcția este una dintre funcțiile prin care OMD și autoritățile construiesc viziunea destinației, „capitala Carpaților”, comunicată public cu dovezile ei și construită prin funcții, nu declarată (Volumul I, 2.1). Până în 2031, turistul poate ajunge fără mașină la cel puțin patru porți ale Carpaților din jur și găsește în cel puțin jumătate dintre unitățile de cazare din Brașov oferta de excursii de natură de o zi și de mai multe zile. Durata medie a sejurului în municipiu ajunge la cel puțin 2,0 nopți, indicatorul-reper al strategiei, cu 2,2 ca prag al ambiției; sejurul mai lung și vizitatorii de o zi care rămân peste noapte aduc unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, mai mulți clienți, iar numărul turiștilor crește sustenabil [I].

[177] European Travel Commission, „Monitoring Sentiment for Intra-European Travel”, primăvara–vara 2025: <https://etc-corporate.org/news/europe-travel-spring-summer-2025/>

Măsuri.

- (a) **Catalogul excursiilor de natură din Brașov**, de o zi și de două–cinci zile, organizat după regula duratei („trebuie să ai ce face într-un loc de trei ori timpul pe care îl ai... durează ca să faci până acolo”, Subiect 22); catalogul include, pentru zilele cu vreme rea și pentru combinațiile natură–cultură, castelele și muzeele din județul Covasna (Kálnoky, Mikó–Muzeul Ecvestru Secuiesc, „Haszmann Pál”, Muzeul Depresiunii Baraolt), la mai puțin de o oră de Brașov (capitolul C, DC6-g) [D]. Catalogul include explicit sanctuarul de urși de la Zărnești (69 ha, peste 130 de urși salvați, vizitare numai în tur ghidat), ca produs de faună compatibil cu legea și ca motiv de vizită pentru piețele externe (D5-i; D8-g), și traseul de familie interconectat Brașov–Poiana Brașov–Râșnov–Zărnești–Bran (programul de ciclism montan) [I]. Argumentul economic al catalogului este cel al traseelor de drumeție: Peaks of the Balkans, traseu de lungă distanță din Balcani, aduce circa 43.000 de drumeți pe an, 73,93 EUR pe zi și persoană și 16,28 milioane EUR efecte locale de venit, echivalentul a 1.380 de locuri de muncă[178] [C]; rezidenții Uniunii au făcut în 2024 aproape 1,2 miliarde de călătorii cu înnoptare, cu 104 EUR pe noapte[179] [C].
- (b) **Parteneriate cu administrațiile Parcului Național Piatra Craiului și Parcului Natural Bucegi**, cu localitățile-poartă (Zărnești, Bran, Moieciu, Râșnov, Săcele) și cu administratorii traseelor lungi, pentru produse comune, ghizi locali și servicii la capătul drumului (Subiecții 10, 17) [D/I].
- (c) **Transportul fără mașină spre porțile Carpaților**: trenul Brașov–Zărnești cu bicicleta, autobuze de sfârșit de săptămână spre Bran–Moieciu și spre intrările în parcuri, linia 20B Poiana–Râșnov (capitolul P5, D1-d), bilet integrat cu abonamentul destinației (atelierele 11, 12; sesiunea OAR; Subiect 13); linia 132 Râșnov–Poiana Brașov, în pregătire din octombrie 2026, cu remorci de biciclete, după modelul liniei 20, ca legătură a parcului de ciclism montan cu Râșnov [D/C].
- (d) **Distribuția ofertei regionale în cazare**: puncte de vânzare la recepție, materiale comune ale destinației, rezervare online (atelierul 05) [D].
- (e) **Brașovul pe Via Transilvanica**: punct de sosire și de plecare al extensiei Terra Borza Teutonica, cu informare, transport de bagaje și cazare pentru drumeți, legat de traseele velo metropolitane (sesiunea OAR; atelierul 07) [D/I].
- (f) **Cicloturismul metropolitan**: trasee spre Țara Bârsei (Prejmer, Hărman, Sânpetru, Cristian) pe drumuri cu trafic redus, cu servicii pentru bicicliști și cu legătură cu rutele gastronomice metropolitane din capitolul G (DG2-f) (atelierele 01, 07, 12; sesiunea OAR) [D].
- (g) **Produsele de faună și de cunoaștere a naturii** din regiune (sanctuarul de urși de la Zărnești, observarea fără hrănire, drumețiile ghidate în parcul național), după standardul din D5-h [D/I].

Actori. OMD Brașov (catalogul, distribuția), organizația de management a destinației la nivel județean, alte autorități publice (transportul metropolitan, cicloturismul), administrațiile parcurilor (Romsilva), primăriile localităților-poartă, operatorul feroviar regional, operatorii de turism și ghizii. **Orizont.** (a), (d): 2027–2028; (b), (e), (g): 2027–2030; (c), (f): 2028–2031.

[178]Reuter, T., Kemmerling, B., Schmalenbach, S., Brözel, C. (2025), „Economic impact of long-distance hiking trails: the Peaks of the Balkans”, Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 52, 100928: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221307802500074X>

[179]Eurostat, Statistics Explained, „Tourism trips – introduction and key figures”, date extrase în noiembrie 2025: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/SEPDF/cache/33297.pdf>

Tabelul 12. Sinteza direcțiilor strategice ale capitolului P3 (II.2)

Direcție	Obiectiv 2034	Măsuri-cheie	Actor coordonator	Pornire
D1 Natura de proximitate și natura locuitorilor	Parcuri folosibile; fiecare cartier legat de natura de la poale; cartierele fără verde au un spațiu verde	Regulamentul parcurilor; parcuri noi; coridoare verzi; rețea velo de familie; „Brașovenii în natură”	Primăria Municipiului Brașov	2027
D2 Tâmpa, conservată și accesibilă gradat	Plan de management revizuit; poteci refăcute și sigure; statut de protecție păstrat	Revizuirea planului; poteci; belvedere; traseu accesibil; interpretare; contoare	autoritatea pentru arii protejate; Primăria Municipiului Brașov	2027
D3 Pădurile-parc și rețeaua de trasee	Hartă unică; rețea gradată, marcată, cu pietoni și bicicliști separați	Harta; marcajul; rețeaua de familie; vetre; capete de traseu; prevenția incendiilor; plantele invazive	Regia Pădurilor Kronstadt	2027
D4 Turismul activ	Ofertă pe durate și niveluri; ghizi curatoriați de OMD; evenimente dimensionate	Catalogul; ghizii; comunitățile; ciclismul montan; cabanele; evenimentele; zborul; reclasificarea traseelor de ciclism montan	OMD Brașov	2027
D5 Fauna sălbatică	Deșeuri inaccesibile ursilor; intervenții în scădere; observare fără hrănire	Pubele și garduri; aplicarea interdicției de hrănire; regulile la intrări; alerta; standardul de observare	Primăria Municipiului Brașov	2027
D6 Siguranța montană și educația	Informare și borne pe traseele principale; raport Salvamont; educație în natură în toate școlile	Informarea la intrări; bornele; regulile muntelui; raportul anual; educația; transportul pe cablu previzibil	Primăria Municipiului Brașov; Salvamont	2027
D7 Patru anotimpuri	Primăvara cel puțin 23% din înnoptări; martie cel puțin 0,85; calendar al naturii	Calendarul naturii; primăvara; toamna și noiembrie; luni–joi; vremea rea	OMD Brașov	2027
D8 Brașovul ca bază	Patru porți accesibile fără mașină; sejur de cel puțin 2,0 nopți	Catalogul excursiilor; parteneriate; transport; distribuție; Via Transilvanica; cicloturism	OMD Brașov; alte autorități publice	2027

Sursa: secțiunea 4.

Programul transversal „Brașov, destinație de ciclism montan”

Programul grupează măsurile capitolului și ale capitolelor P5 și M care privesc ciclismul montan, le dă o ordine și le completează, ca destinația să le poată urmări ca un singur produs, cu un responsabil, un buget și indicatori proprii. Datele care îl fundamentează sunt în secțiunea 2.10 [C]; opțiunea strategică este ca Brașovul să devină una dintre principalele destinații de ciclism montan din Europa Centrală și de Est, construită pe ce are deja – relief, climă, aeroport, telegondolă, comunitate locală, coborârea din vârf până în centrul istoric – și pe un sezon din mai până în noiembrie, de aproape două ori mai lung decât cel de schi [I]. Programul nu adaugă măsuri noi; conținutul lui se execută prin măsurile indicate în paranteze.

Infrastructura.

1. *Un plan unic al rețelei de trasee din Postăvaru*, cu niveluri de la verde la negru după standardul internațional, cu traseele existente consolidate și cu o evaluare independentă a gradării (D4-j; P5, D3-e). Prioritatea sunt *două trasee verzi*, de inițiere, pentru începători și pentru familii cu copii, inclusiv traseul de familie de pe Lupului inferior, pentru că astăzi nu există niciun traseu verde, iar singurul traseu albastru are tronsoane de nivel roșu [C/D/I].

2. *Coborârea emblematică „din Postăvaru până în Centrul Vechi”*, pe un traseu dedicat, separat de potecile de drumeție, care ar fi una dintre cele mai lungi coborâri amenajate din Europa, și prelungirea traseelor spre Râșnov, cu remorci de biciclete pe linia 132 Râșnov–Poiana Brașov, după modelul liniei 20 (D3-d; D8-c; capitolul P1–P2) [I].

3. *Instalațiile pe cablu deschise bicicliștilor zilnic din iunie până în septembrie și la sfârșit de săptămână în mai, octombrie și noiembrie*, cu program publicat înaintea sezonului și cu suporturi pentru biciclete pe toate instalațiile; personalul instalațiilor este format pentru primirea bicicliștilor, ca parte a promisiunii de comportament a destinației (P5, D1-f; Volumul I, 3.14) [I].

4. *Infrastructura de serviciu*: spălătorii de biciclete și puncte de hidratare la plecări și la sosiri, ateliere la bază, legarea traseelor de pistele din oraș și de capetele de traseu (D3-h; capitolul P1–P2) [I].

5. *Certificarea „bike friendly” a unităților de cazare*, ca modul al etichetei de calitate a destinației: depozitare sigură, atelier, spălătorie, uscător, informare despre trasee, după modelul certificărilor europene cu peste 5.900 de unități în șase țări[180] (capitolul G, DG7-b; Politica 7) [C/I].

6. *Traseele marcate pentru bicicleta electrică și pentru cross-country*, pe drumuri forestiere existente, între oraș, pădurile-parc, Poiana și localitățile-poartă, fără amenajări noi în ariile protejate (D4-d; D8-f) [I].

7. *Segmentul de familie și de inițiere ca produs distinct*: cele două trasee verzi din Postăvaru, pistele pentru familii Răcădău–Noua, un parc de îndemânare și o pistă de tip pump track la poalele orașului și în Poiana, după modelul segmentului „ușor” al destinațiilor mature (secțiunea 2.10), pentru familiile care formează publicul prioritar al strategiei (D3-c; P5, D3-e) [I].

8. *Traseul de familie interconectat Brașov–Poiana Brașov–Râșnov–Zărnești–Bran*, pe drumuri forestiere și agricole existente, fără amenajări în ariile protejate: fie coborârea din Poiana spre Râșnov, fie plecarea din Brașov spre Râșnov pe la Cristian, fie ambele, apoi Zărnești, cu sanctuarul de urși drept punct de atracție pentru piețele externe (D8-g), și Bran, unde cine vrea intră în parcul de biciclete Brava Park (secțiunea 2.10); întoarcerea cu trenul Brașov–Zărnești cu bicicleta sau cu linia 132 Râșnov–Poiana cu remorci (D3-c; D8-c; D8-f) [I].

Promovarea.

1. *Evenimentele în trepte*: etapele circuitelor naționale, existente; competiții europene de enduro și de coborâre; pe termen lung, o etapă de Cupă Mondială de coborâre sau de enduro și un festival de tip Crankworx, în calendarul unic al destinației și după regula scării pentru evenimentele în natură (D4-f; capitolul C, DC6) [I].

2. *Prezența acolo unde sunt bicicliștii*: platformele de trasee (Trailforks, Komoot), presa de specialitate, creatorii de conținut și turoperatorii de turism activ care vând deja Brașovul; publicul este ușor de identificat și de atins, spre deosebire de turismul generalist (capitolul M, DM9-b) [I].

3. *Pachetele zbor + bicicletă* prin aeroportul Brașov-Ghimbav, cu transportul bicicletei inclus, pentru Ungaria, Polonia, Cehia, Germania și Israel, și integrarea parcurilor de biciclete din vecinătate – Cheile Grădiștei, Bran, Azuga – în oferta destinației, cu Poiana Brașov–Brașov ca bază, pentru sejururi de cinci–șapte zile (capitolul M, DM1-b, DM5–DM7; D8-a) [I].

[180]ADFC, marca Bett+Bike, cu circa 5.900 de unități certificate în Germania, Austria, Tirolul de Sud, Danemarca, Belgia și Luxemburg (2025): https://pedelec-elektro-fahrrad.de/news/adfc-marke-bettbike-wird-30/646678

4. *Cardul oaspetelui și tarifele pe durate*: beneficii pentru bicicliști în cardul oaspetelui al destinației (urcări și transportul bicicletei incluse, reducere la biletele de zi), finanțate din bugetul local, din contracte comerciale sau din contribuțiile operatorilor, nu din taxa specială pentru promovarea turistică, până la un temei juridic expres (P1–P2, S5), cu liniile 20 și 132 incluse; tarifele instalațiilor construite pe durate, cu reducere la cumpărarea online; traseele rămân gratuite (secțiunea 2.10; Volumul I, S1; P5, D1-c) [I].

Organizarea.

1. *Un administrator al rețelei de trasee*, cu buget anual de întreținere, în parteneriat între Primărie, operatorul instalațiilor pe cablu, Regia Pădurilor Kronstadt și o asociație locală de ciclism montan; traseele se întrețin permanent, cu patrule de bicicletă în sezon (P5, D3-e; secțiunea 6.2) [I].

2. *Instructorii și ghizii de ciclism montan*, prietenii tăi din Transilvania pentru bicicletă: curatoriați de OMD, pregătiți permanent, atestați acolo unde legea o cere, iar acolo unde există o schemă de certificare recunoscută, certificați, cu sprijinul OMD (D4-b; Volumul I, S6) [I].

3. *Afilierea*: înscrierea asociației locale de ciclism montan în IMBA Europe, ca membru asociat, și, după găzduirea unei competiții din calendarul UCI, candidatura destinației la eticheta UCI Bike Region, pe care o poartă astăzi, între altele, Saalfelden Leogang, Val di Sole și sudul Scoției[181] (D4-c; capitolul M) [C/I].

4. *Indicatorii*: urcările cu bicicleta pe sezon, înnoptările bicicliștilor, lungimea sezonului instalațiilor și cheltuiala medie pe vizitator, integrate în sistemul de date al destinației (secțiunea 8.2; S4) [I].

5. *Pragul transfrontalier*: aderarea la o rețea de carduri ale parcurilor de biciclete de tip Gravity Card se decide după atingerea pragului de 100.000 de urcări pe sezon; indicatorul urcărilor (secțiunea 8.2) devine și pragul de decizie (secțiunea 2.10) [I].

Siguranța. Programul se execută numai împreună cu măsurile de siguranță: gradarea reală și informarea la plecare, traseele de inițiere, limitarea transportului bicicletelor în zona vârfului Postăvaru, procedura la urs, echipamentul obligatoriu, patrulele și raportarea anuală a intervențiilor Salvamont pentru bicicliști, cu cauzele lor, raportate la 1.000 de vizite și la 10.000 de coborâri, cu cazurile grave și decesele separat (D6; P5, D3-e, D6-e); promovarea programului pe piețe și extinderea rețelei sunt condiționate de evaluarea independentă a traseelor și de capacitatea Salvamont [I].

Actori. OMD Brașov (programul, platformele, pachetele, calendarul), Primăria și Consiliul Local, operatorul instalațiilor pe cablu, administratorul rețelei de trasee, Regia Pădurilor Kronstadt, asociația locală de ciclism montan și cluburile sportive, Salvamont, RATBV și Agenția Metropolitană, alte autorități publice (Râșnov, parcurile din regiune), aeroportul și compania aeriană, unitățile de cazare.
Orizont. Traseele verzi, planul rețelei și administratorul: 2027–2028; programul instalațiilor: din sezonul 2027; coborârea emblematică și legătura cu Râșnov: 2028–2031; certificarea unităților: din 2028; evenimentele europene: din 2029; candidatura la eticheta UCI: după 2031; parcul de îndemânare și pista de tip pump track: 2028; traseul de familie interconectat: tronsonul spre Râșnov 2028–2029, Zărnești și Bran 2029–2031.

[181]Saalfelden Leogang, „Awarded with the UCI Bike Region Label", 27 octombrie 2023, cu criteriile etichetei și lista orașelor și regiunilor distinse: https://www.saalfelden-leogang.com/en/news-events/news/awarded-with-the-uci-bike-region-label_news_4440410

5. Intervențiile autorității publice: inventarul complet

Secțiunea 4 a formulat direcțiile și măsurile. Secțiunea de față le citește dintr-un singur unghi: ce trebuie să facă autoritatea publică, adică Primăria Municipiului Brașov, Consiliul Local, Regia Pădurilor Kronstadt și, acolo unde competența este a lor, alte autorități publice, autoritatea pentru arii protejate și administrațiile parcurilor. Produsele (catalogul, pachetele, ghizii, evenimentele) aparțin operatorilor și OMD Brașov; autoritatea publică le face posibile prin reguli, infrastructură ușoară, informare și date.

Inventarul are opt domenii. Fiecare intervenție este reluată în Anexa B, cu codul măsurii din secțiunea 4, responsabilul, orizontul și prioritatea. Prioritatea 1 înseamnă intervenție care condiționează restul; prioritatea 2, intervenție de bază a orizontului 2027–2031; prioritatea 3, intervenție de termen lung sau condiționată de un studiu ori de o evaluare prealabilă.

5.1. Regulile

Consiliul Local adoptă regulamentul revizuit de utilizare a parcurilor și a spațiilor verzi publice, cu acces pe gazon, picnic, sport ușor și reguli pentru biciclete, role și câini (D1-a) [D]. Autoritatea pentru arii protejate revizuiește, cu Primăria și cu Regia Pădurilor Kronstadt ca parteneri, planul de management și regulamentul Tâmpei (D2-a) [I]. Regia Pădurilor Kronstadt aplică regulamentul drumurilor forestiere din 2021, inclusiv regula reducerii vitezei în preajma pietonilor, și îl completează cu regulile pentru traseele dedicate ciclismului montan (D3-d) [C/I]. OMD Brașov și instituțiile partenere adoptă regulile muntelui comunicate unitar (D6-c), standardul de observare a faunei (D5-h) și regula scării pentru evenimentele în natură (D4-f) [I].

5.2. Natura din oraș

Primăria deschide gazonul parcurilor după noul regulament, amenajează locuri de joacă pentru copii de vârste diferite, identifică terenurile pentru parcurile și pădurile urbane noi (platformele industriale dezafectate, cartierele noi) și prelungește coridoarele verzi spre poale: aleea de sub Tâmpa, legătura centru–Șchei–Pietrele lui Solomon, traseul Piața Sfatului–Tâmpa–Răcădău–Noua (D1-a, D1-b, D1-c) [D]. Rețeaua velo de familie leagă cartierele de pădurile-parc (D1-d) [D/I].

5.3. Tâmpa

Primăria, cu acordul autorității pentru arii protejate, execută lucrările urgente de siguranță pe poteci (trepte, mână curentă, blocarea scurtăturilor, drenaj) și finalizează platforma belvedere; amenajează aleea de la poale ca traseu accesibil și montează informarea la intrări și interpretarea naturii și a istoriei (D2-b, D2-c, D2-d, D2-e, D2-f) [D/I]. Contoarele de vizitatori produc prima serie publică de date despre folosirea Tâmpei (D2-g) [I].

5.4. Pădurile-parc, traseele și capetele de traseu

Regia Pădurilor Kronstadt finalizează pistele pentru familii Răcădău–Noua și extinde rețeaua de familie spre Cristian, Râșnov și Poiana; separă traseele de ciclism montan de potecile pietonilor pe tronsoanele aglomerate; amenajează vetrele, toaletele și punctele de apă la capetele de traseu; reia lucrările la parcul dendrologic (D3-c, D3-d, D3-e, D3-f) [C/D]. Primăria și Regia amenajează capetele de traseu de la poale, cu stație de transport public, parcare limitată și panou de informare (D3-h) [I]. Harta unică a traseelor și marcajul unitar se realizează cu OMD Brașov, cu Salvamontul și cu cluburile

montane (D3-a, D3-b) [D]. Regia Pădurilor Kronstadt, autoritatea pentru arii protejate și Primăria, pentru spațiile verzi, studiază împreună cu specialiști prezența plantelor invazive și aplică planul de control (D3-k) [I]. Primăria și Regia amenajează locurile de belvedere, cu instalațiile de fotografiat ale destinației (D3-l), și avizează, prin ghișeul unic, poteca în coronament într-o pădure-parc din afara ariilor protejate, cu investiție privată pe teren public (D3-m) [I].

5.5. Fauna

Primăria și operatorul de salubritate fac deșeurile inaccesibile ursilor în cartierele de la marginea pădurii, în Poiana și la capetele de traseu (D5-a); Primăria, cu Regia Pădurilor Kronstadt, evaluează și montează gardurile electrice pe tronsoanele de lizieră cu cele mai multe incursiuni (D5-b); Poliția Locală aplică interdicția de hrănire și regulile privind deșeurile (D5-c) [C/D]. Procedura de alertă pentru operatorii de turism activ și harta incidentelor se construiesc cu echipa de intervenție a municipiului și cu jandarmeria (D5-f, D5-j) [D/I].

5.6. Siguranța, informarea și educația

Primăria, Salvamontul și Regia Pădurilor Kronstadt montează informarea unitară la intrările pe trasee și bornele numerotate (D6-a, D6-b) [D]. Primăria publică anual raportul componentei Salvamont a taxei speciale pentru promovarea turistică (D6-d) [D/I] și evaluează, cu alte autorități publice, necesarul de intervenție pentru sezonul cald (D6-e) [C/I]. Programele de educație în natură pentru școli se fac cu Regia Pădurilor Kronstadt, cu Inspectoratul Școlar și cu ghizii (D6-f) [D]. Primăria convine cu operatorul instalațiilor pe cablu un program previzibil pentru sezonul cald și limitarea transportului bicicletelor cu telecabina până în zona vârfului Postăvaru (D6-i) [I]; traseele parcului de ciclism montan se reclasifică după dificultatea reală (D4-j) [D/I].

5.7. Mobilitatea spre natură

Primăria leagă capetele de traseu de transportul public local (D3-h) [I]. Alte autorități publice, cu primăriile localităților-poartă și cu operatorul feroviar regional, organizează transportul fără mașină spre porțile Carpaților: trenul Brașov–Zărnești cu bicicleta, autobuzele de sfârșit de săptămână spre Bran–Moieciu, linia 20B Poiana–Râșnov din planul județean (D8-c; capitolul P5, D1-d) [D/C]. Accesul în stațiune și mobilitatea urbană sunt tratate în capitolele P5 și P1–P2.

5.8. Guvernanța, datele și finanțarea

OMD Brașov convoacă grupul de coordonare pentru natură și turism activ (secțiunea 6.2) [I]. Primăria extinde la întreaga rețea de trasee din jurul orașului ghișeul unic de avizare propus pentru stațiune în capitolul P5 (secțiunea 5.5 și Anexa B, nr. 13 ale acelui capitol); mecanismul este descris în secțiunea 6.3 [I]. Primăria, Regia Pădurilor Kronstadt și OMD constituie seriile de date care lipsesc: contoarele pe trasee, harta incidentelor, modulul „natura locuitorilor” din chestionarul pentru rezidenți (D2-g, D3-j, D5-j, D1-f) [I]. Finanțarea folosește sursele existente: bugetul local, bugetul Regiei Pădurilor Kronstadt, cele două taxe speciale, fondurile pentru mobilitate și pentru mediu (secțiunea 6.4) [C/I].

Intervențiile se desfășoară în următoarea ordine: regulile, guvernanța și datele (5.1 și 5.8) vin întâi, pentru că fără ele investițiile nu au un cadru și nu pot fi evaluate; prevenția pentru urs, informarea și siguranța (5.5 și 5.6) vin imediat după, pentru că privesc viața locuitorilor; Tâmpa, traseele, natura din

oraș și mobilitatea (5.2, 5.3, 5.4 și 5.7) se desfășoară pe tot orizontul strategiei. Anexa B dă, pentru fiecare intervenție, domeniul, responsabilul, orizontul și prioritatea.

6. Guvernanța: cine face

6.1. Actorii și ce lipsește

Natura accesibilă din Brașov are cel puțin opt categorii de administratori, fiecare cu competența lui (Tabelul 8) [C/I]. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local răspund de natura din oraș, de reguli, de salvarea montană din Postăvaru și de transportul public local. Regia Pădurilor Kronstadt administrează pădurile municipiului, inclusiv pădurile-parc și drumurile forestiere. Autoritatea pentru arii protejate, prin Direcția Județeană de Mediu Brașov, avizează tot ce se face în ariile protejate fără administrație proprie, iar Romsilva administrează parcurile din jur. Autoritatea județeană răspunde de salvarea montană în celelalte masive și de legăturile metropolitane. OMD Brașov, în care Primăria deține 45% din voturi, are mandatul de management și de marketing al destinației, fără competențe administrative asupra naturii [C].

Consultarea și documentele arată că lipsesc trei lucruri (secțiunea 2.6.12) [I]: un loc în care aceste instituții să se întâlnească cu operatorii și cu comunitățile care folosesc natura; o cale unică prin care un traseu, o amenajare ușoară sau un eveniment în natură să primească avizele necesare; date comune despre folosirea naturii, despre incidente și despre faună.

Capitolul nu propune o structură nouă de administrare a naturii. Administrarea rămâne a instituțiilor care o au prin lege, iar răspunsul la cele trei lipsuri se construiește cu ele [I].

6.2. Grupul de coordonare pentru natură și turism activ

OMD Brașov convoacă un grup de coordonare pentru natură și turism activ [I]. Grupul este un cadru de lucru, fără personalitate juridică, fără competențe de administrare și fără buget propriu; deciziile rămân ale fiecărei instituții, în competența ei. Rolul lui este să-i aducă la aceeași masă pe cei care administrează natura și pe cei care o folosesc, ca măsurile din secțiunea 4 să fie planificate, executate și evaluate împreună.

Componența. Primăria Municipiului Brașov (spații verzi, urbanism, mobilitate, Poliția Locală, serviciul local Salvamont), Regia Pădurilor Kronstadt, Direcția Județeană de Mediu Brașov, administrațiile Parcului Național Piatra Craiului și Parcului Natural Bucegi, alte autorități publice (Salvamont-Salvaspeo, transportul metropolitan), Garda Forestieră, Jandarmeria, primăriile localităților-poartă, reprezentanții operatorilor de turism activ, ai ghizilor, ai cluburilor sportive și ai asociațiilor montane, organizațiile de mediu și universitatea. Pentru Poiana Brașov, asociația operatorilor stațiunii participă în rolul consultativ stabilit în capitolul P5 [I].

Funcționarea. Grupul se reunește trimestrial și înaintea fiecărui sezon. Produce patru documente comune: planul anual al traseelor, al lucrărilor și al evenimentelor în natură; calendarul naturii (D7-a); harta unică a traseelor (D3-a); raportul anual al naturii destinației, cu datele din secțiunea 6.5 [I].

Legătura cu celelalte capitole. Evenimentele în natură intră în calendarul unic al destinației, ținut de OMD Brașov (capitolul C, DC6-a). Traseele și siguranța din stațiune rămân în cadrul capitolului P5 (D2, D6), iar grupul asigură continuitatea rețelei dintre oraș și stațiune [I].

6.3. Ghișeul unic de avizare pentru trasee, amenajări ușoare și evenimente în natură

Capitolul P5 a propus un ghișeu unic de avizare pentru traseele și intervențiile din ariile protejate ale stațiunii. Capitolul de față îl extinde la întreaga rețea de trasee din jurul orașului și la evenimentele în natură [I].

Ghișeul unic este o procedură administrativă și nu creează o instituție nouă. Solicitantul (o regie, un club, un organizator de eveniment, un operator) depune o singură documentație, iar ghișeul, organizat de Primăria Municipiului Brașov, obține avizele necesare de la administratorii terenului și de la autoritatea pentru arii protejate, după un calendar cunoscut. Competențele de avizare nu se schimbă [I].

Pentru amenajările ușoare care se repetă (marcaje, panouri, bănci, trepte, balustrade, vetre), ghișeul propune proceduri-tip, aprobate o singură dată de autoritățile competente și aplicate apoi fiecărui caz. Evaluarea juridică a Primăriei privind autorizarea amenajărilor ușoare din pădurile-parc, despre care Subiectul 12 susține că nu cer autorizație de construire (secțiunea 2.6.5), precede aceste proceduri [I]. Pentru evenimentele în natură, ghișeul aplică regula scării (D4-f, secțiunea 7, S4).

6.4. Finanțarea

Măsurile capitolului se finanțează din surse existente; capitolul nu propune taxe noi [I].

Bugetul local finanțează regulamentele, natura din oraș, lucrările de siguranță de pe Tâmpa, capetele de traseu, deșeurile inaccesibile ursilor și informarea de pe trasee [I]. **Bugetul Regiei Pădurilor Kronstadt** finanțează deja amenajările din pădurile-parc: pistele pentru familii Răcădău–Noua, contractate în 2026 pentru 532.366,60 lei, sunt finanțate din bugetul Regiei[182] [C]. **Cele două taxe speciale** au destinații diferite: taxa specială Salvamont, de 5 lei pe turist și noapte, este venit cu destinație specială pentru salvarea montană, iar măsura D6-d face vizibilă folosirea ei; componenta de promovare turistică, de 7 lei, poate finanța comunicarea produselor de natură, harta și calendarul naturii și evenimentele în natură, în limitele regulamentului ei[183][184] [C/I]. **Programele naționale și europene** pentru mobilitate, pentru mediu și pentru protecția împotriva ursilor completează aceste surse: pistele de biciclete finanțate prin PNRR, linia 20B din planul județean, programele pentru sisteme electrice de protecție[185][186] [C]. **Operatorii** cofinanțează măsurile care îi privesc direct, cum sunt gardurile electrice și pubelele unităților de cazare de lângă pădure (Subiect 17) [D].

[182]Regia Pădurilor Kronstadt, contractul pentru două trasee de biciclete pentru familii, circa 8 km, finanțate din bugetul Regiei cu 532.366,60 lei (BizBrașov, 29 septembrie 2026): <https://bizbrasov.ro/2026/09/29/lucrari-piste-biciclete-paduri-brasov/> ; începerea lucrărilor (Transilvania 365, octombrie 2026): <https://transilvania365.ro/incep-lucrarile-la-prima-pista-de-biciclete-din-padurile-parc-ale-brasovului-traseul-va-avea-8-kilometri/>

[183]Consiliul Local al Municipiului Brașov, 22 decembrie 2025: taxa de promovare turistică de 7 lei și taxa Salvamont de 5 lei, de la 1 ianuarie 2026 (Economedia): <https://economedia.ro/?p=311181>

[184]Regulamentul taxei speciale Salvamont, anexă la proiectul de hotărâre privind taxele locale pentru 2026, art. 2 și art. 5: <https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/TAXE%202026/06.%20ANEXA%202.pdf>

[185]Proiectul de buget al municipiului Brașov pe 2024: piste de biciclete finanțate prin PNRR, patru trasee, 16,1 km: <https://buget2024.brasovcity.ro/>

[186]Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor, comunicatul din 12 decembrie 2025 privind populația de urs brun și sistemele electrice de protecție instalate: <https://mmediu.ro/en/comunicare/comunicate-de-presa/diana-buzoianu-romania-are-in-premiera-date-stiintifice-complete-pentru-un-management-responsabil-al-populatiei-de-urs-brun/>

6.5. Datele

Destinația nu știe astăzi câți oameni folosesc natura, unde și când, și nu are o evidență comună a incidentelor (secțiunea 1.4) [C]. Capitolul propune șase serii noi [I]:

- vizitatorii numărați de contoare pe Tâmpa și pe traseele principale ale pădurilor-parc (D2-g, D3-j);
- incidentele și semnalările privind fauna, pe hartă, din datele jandarmeriei, ale Primăriei, ale Salvamontului și ale Regiei (D5-j);
- intervențiile Salvamont pe sezoane și pe zone, cu cauzele lor, inclusiv accidentele de bicicletă din Postăvaru, din raportul anual (D6-d);
- focarele de plante invazive inventariate și tratate, din inventarul comun al Regiei, al autorității pentru arii protejate și al Primăriei (D3-k);
- folosirea naturii de către locuitori, din modulul dedicat al chestionarului pentru rezidenți (D1-f);
- percepția naturii de către vizitatori, din reluările cercetării naționale și din monitorizarea anuală a recenziilor.

Seriile intră în raportul anual al naturii destinației, publicat de OMD Brașov pe baza datelor grupului de coordonare [I].

Condiția de funcționare: fără locul de coordonare și fără ghișeul unic, măsurile din secțiunile 4 și 5 rămân, ca până acum, inițiative ale fiecărei instituții, fără continuitate și fără evaluare [I].

7. Scenarii strategice și opțiunea recomandată

Pentru șase alegeri care privesc natura, consultarea și datele conturează variante diferite. Fiecare scenariu prezintă variantele, criteriile de alegere și opțiunea recomandată de strategie. Acolo unde opțiunea depinde de un studiu, de o evaluare juridică sau de un act al altei autorități, recomandarea precizează etapa și instituția care decide la implementare.

S1. Tâmpa. (a) Renunțarea la statutul de rezervație și amenajarea Tâmpei ca parc urban (Subiect 14) [D]. (b) Conservarea strictă, cu intervenții limitate la siguranță și cu antropizare minimă (Subiect 24) [D]. (c) Accesibilizarea gradată în cadrul planului de management revizuit: poteci refăcute și sigure, trepte și mână curentă pe tronsoanele abrupte, platforma belvedere, interpretare, traseu accesibil la poale, servicii la poale și sus, fără asfalt și fără infrastructură grea în pădure (Subiecții 7, 11, 15, 21; sesiunea OAR) [D/I]. Criterii: regimul juridic (rezervație din 1962, arie specială de conservare din 2022, plan aprobat în 2016), siguranța vizitatorilor, accesul locuitorilor, conservarea biodiversității, costul, acceptarea publică. Opțiunea recomandată [I]: (c). Varianta (a) nu este compatibilă cu regimul juridic al ariei. Planul revizuit se aprobă de autoritatea pentru arii protejate, iar lucrările se execută de Primărie, cu Regia Pădurilor Kronstadt (D2-a, D2-b).

S2. Pietonii și bicicliștii. (a) Separarea strictă pe toate potecile: bicicletele numai pe trasee dedicate (Subiect 5) [D]. (b) Potecile împărțite, cu educație și reguli de comportament (Subiecții 6, 7, 15) [D]. (c) Separarea pe tronsoanele aglomerate, trasee dedicate ciclismului montan, cu sens unic la coborâre, și reguli de viteză și de prioritate a pietonului pe drumurile forestiere (Subiecții 11, 12) [D]. Criterii: siguranța, eroziunea, costul, acceptarea de către ambele comunități, datele contoarelor. Opțiunea recomandată [I]: (c). Pe Tâmpa, regimul bicicletelor se stabilește prin planul de management revizuit;

tronsoanele care se separă se aleg de Regia Pădurilor Kronstadt pe baza datelor contoarelor din primul an (D3-d, D3-j).

S3. Ursul. (a) Reducerea populației ca soluție principală (Subiect 14; atelierele 01, 02) [D]. (b) Ursul ca atracție turistică, cu observatoare bazate pe hrănire (Subiect 8) [D]. (c) Prevenția prin eliminarea hranei de origine umană și prin garduri, informarea locuitorilor și a turiștilor, intervenția rapidă, potrivit legii, asupra exemplarelor care intră în localități și observarea fără hrănire (Subiecții 11, 12, 15, 17; atelierele 04, 07, 08) [D/I]. Criterii: cadrul legal, siguranța locuitorilor și a turiștilor, eficacitatea (lecția din Răcădău), imaginea destinației, costul. Opțiunea recomandată [I]: (c). Varianta (b) este exclusă de interdicția hrănirii din 2025. Gestiunea populației (varianta a) nu ține de strategia turistică; ea rămâne în competența autorităților stabilite de lege, iar strategia nu o recomandă și nu o contestă.

S4. Evenimentele în natură. (a) Evenimente mari, de masă, în pădure și în ariile protejate (atelierul 08; Subiecții 7, 12) [D]. (b) Niciun eveniment în natură; evenimentele numai la poale [I]. (c) Un plafon de participanți pentru evenimentele din ariile protejate și din pădurile-parc, stabilit pe tip de eveniment și pe loc, cu volumul mare la poale și evenimente de nișă în natură (Subiecții 10, 18; atelierele 07, 12; conceptul de turism din 2023, care propunea microfestivaluri de regulă sub 3.000 de participanți) [D/I]. Criterii: capacitatea de suport a locului, perioadele sensibile pentru faună, siguranța, valoarea pentru destinație, acceptarea locuitorilor. Opțiunea recomandată [I]: (c). Plafoanele se stabilesc de administratorii terenurilor și de autoritatea pentru arii protejate, prin grupul de coordonare, înaintea primului calendar comun (2027), și se aplică prin ghișeul unic (secțiunea 6.3).

S5. Turismul motorizat. (a) Promovarea turismului motorizat de aventură ca nișă a destinației (Subiect 10) [D]. (b) Interzicerea oricărei forme de turism motorizat [I]. (c) Zonarea strictă: activități numai în afara pădurilor-parc și a ariilor protejate, pe trasee autorizate, cu acordul administratorului, fără promovare publică din partea destinației [I]. Criterii: regulamentul drumurilor forestiere din 2021, care interzice autovehiculele, motocicletele și ATV-urile, cu excepția evenimentelor aprobate; regimul ariilor protejate; conflictul cu drumeții și cu fauna; zgomotul; valoarea economică. Opțiunea recomandată [I]: (c). Excepțiile pentru evenimente pe drumurile forestiere se aprobă de Regia Pădurilor Kronstadt, după regula scării din S4.

S6. Coordonarea naturii. (a) O structură nouă de administrare a naturii din jurul orașului, de tipul parcului natural propus de Primărie în 2021 [C]. (b) Situația actuală: fiecare instituție lucrează în competența ei, fără un loc comun [I]. (c) Grupul de coordonare convocat de OMD Brașov și ghișeul unic de avizare, cu instituțiile existente (secțiunile 6.2 și 6.3) [I]. Criterii: costul și timpul de înființare, competențele legale, eficacitatea coordonării, continuitatea dincolo de un mandat. Opțiunea recomandată [I]: (c). Propunerea unui parc natural se reevaluează la evaluarea intermediară din 2030, pe baza datelor colectate în primii ani (secțiunea 6.5); o eventuală reluare a ei revine Primăriei și Consiliului Local.

8. Indicatori și monitorizare

8.1. Baza actuală și golul statistic

Destinația are date bune despre percepția naturii (cercetarea națională, recenziile) și despre sezonalitate (seriile INS), dar nu are date despre folosirea naturii, despre incidente și despre natura locuitorilor (secțiunile 1.4 și 6.5) [C]. Indicatorii de mai jos combină seriile existente cu seriile noi

propuse în secțiunea 6.5. Indicatorii de percepție se măsoară la reluările cercetării naționale (recomandat: 2028, 2031, 2034) și anual pe baza recenziilor; indicatorii de folosire și de proces se raportează anual, în raportul anual al naturii destinației [I]. Din 2028, operatorii de turism activ și de cazare din pădurile-parc intră în raportarea de sustenabilitate a operatorilor destinației, prevăzută de obiectivul de dezvoltare OD5.4, „Reziliență climatică și consum responsabil de resurse": consumul de apă și de energie pe înnoptare și ponderea produselor locale în achiziții, raportate anual, după metoda comună a observatorului destinației; datele individuale rămân confidențiale, iar observatorul publică agregatele și evoluția lor [I].

8.2. Setul de indicatori

Tabelul 13. Indicatorii propuși pentru monitorizarea direcțiilor capitolului P3 (II.2)

Indicator	Sursa	Nivel de referință	Țintă 2034
Vizitatorii Brașovului care asociază spontan orașul cu natura	cercetarea națională	43,5%	cel puțin 48%
Vizitatorii care numesc natura (fără Poiana și schi) între lucrurile care le plac cel mai mult	cercetarea națională	16,5%	cel puțin 20%
Recenziile turistice care menționează drumeția și traseele	recenziile online	1,4%	cel puțin 3%
Ponderea primăverii (martie–mai) în înnoptările anuale ale municipiului	INS	20,2% (media 2022–2025)	cel puțin 23%
Indicele sezonier al lunii martie (înnoptări)	INS; raportul de analiză a destinației	0,76	cel puțin 0,85
Durata medie a sejurului în municipiu	INS	1,84 nopți (2025)	cel puțin 2,0 nopți (2,2 ca prag al ambiției)
Vizitatori numărați pe Tâmpa și pe traseele principale ale pădurilor-parc; ponderea celor din afara Tâmpei	contoare	inexistent	serie constituită din 2028; pondere în creștere
Harta unică a traseelor; trasee publice clasificate și marcate unitar	Regia Pădurilor Kronstadt; OMD	hartă inexistentă	hartă publicată în 2028; toate traseele publice în 2031
Kilometri de trasee velo pentru familii în pădurile-parc	Regia Pădurilor Kronstadt	circa 8 km în lucru	cel puțin 25 km
Traseele parcului de ciclism montan clasificate după o evaluare independentă a dificultății; trasee ușoare și de familie	operatorul parcului; Primăria	niciun traseu pentru începători; trasee albastre cu tronsoane de nivel roșu	reclasificare în 2027; cel puțin un traseu de familie în 2028
Focarele de plante invazive inventariate în pădurile-parc, în ariile protejate și pe domeniul public; ponderea celor tratate	Regia Pădurilor Kronstadt; autoritatea pentru arii protejate; Primăria	inventar inexistent	inventar în 2027; toate focarele din ariile protejate tratate anual
Intrările principale pe trasee cu informare unitară și borne numerotate	Primăria; Salvamont	de constituit	toate intrările principale în 2029
Plan de management al Tâmpei revizuit	autoritatea pentru arii protejate	plan aprobat în 2016	plan revizuit în 2029
Parcurile publice mari cu gazon deschis folosirii, după noul regulament	Primăria	regulament restrictiv	toate, din 2028
Folosirea naturii de către locuitori (frecvență, locuri, obstacole)	chestionarul pentru rezidenți	de constituit	primul val în 2027; creștere la fiecare val
Intervențiile pentru urși în municipiu și în	Jandarmeria;	de constituit: numărul	serie publicată din 2027; în

Indicator	Sursa	Nivel de referință	Țintă 2034
Poiana Brașov	Primăria	exact al intervențiilor în municipiu și în Poiana, solicitat Jandarmeriei (context județean: 1.160 în 2025, peste 60% în municipiu și în Poiana)	scădere anuală din 2028
Zonele prioritare de la marginea pădurii cu deșeuri inaccesibile ursilor	Primăria; operatorul de salubritate	program inexistent	toate zonele prioritare în 2030
Operatorii de observare a faunei promovați de OMD care respectă standardul fără hrănire	OMD	standard inexistent	toți
Intervențiile Salvamont în sezonul cald, cu cauzele lor	Salvamont	117 (2025)	raportate anual, cu analiza cauzelor
Programul telegondolei în sezonul cald, anunțat la începutul sezonului; intervențiile Salvamont pentru bicicliști în Postăvaru	operatorul instalațiilor; Salvamont	sfârșit de săptămână, cu extindere după cerere (2025–2026); de constituit	program pentru întregul sezon din 2027; intervenții în scădere
Siguranța ciclismului montan: intervenții Salvamont la 1.000 de vizite ale parcului și la 10.000 de coborâri, cu cazurile grave și decesele raportate separat, alături de numărul absolut și de timpul de răspuns	Salvamont; operatorul parcului; administratorul rețelei de trasee	de constituit (2024: 235 de intervenții în sezonul cald în Poiana, circa 28% pe traseele de coborâre)	serie din 2027; rata în scădere anuală; zero decese
Urcările cu bicicleta pe instalațiile pe cablu din Postăvaru, pe sezon	operatorul instalațiilor; administratorul rețelei de trasee	nepublicat	serie publică din 2027, în creștere anuală
Zilele de funcționare a instalațiilor pe cablu pentru bicicliști, pe sezon	operatorul instalațiilor	program variabil, stabilit în sezon (2026)	zilnic iunie–septembrie și la sfârșit de săptămână în mai, octombrie și noiembrie, din 2028
Traseele verzi, de inițiere, din parcul de ciclism montan	administratorul rețelei de trasee	niciunul (2026)	cel puțin două în 2028
Înnoptările și cheltuiala medie ale bicicliștilor montani (ancheta la vizitatori; unitățile certificate „bike friendly”)	OMD; observatorul destinației	de constituit	serie din 2027; unități certificate: cel puțin 30 în 2030
Raportul public al componentei Salvamont a taxei speciale pentru promovarea turistică	Primăria	inexistent	anual, din 2027
Școlile din municipiu cu program anual de educație în natură	Inspectoratul Școlar; Regia Pădurilor Kronstadt	de constituit	toate școlile, în 2031
Porțile Carpaților accesibile fără mașină la sfârșit de săptămână	alte autorități publice; OMD	de constituit	cel puțin patru, în 2031
Excursiile de natură din catalogul OMD; unitățile de cazare care le distribuie	OMD	catalog inexistent	catalog din 2028; cel puțin jumătate dintre unități
Ghizi de natură și de munte curatoriați de OMD, atestați acolo unde legea o cere	OMD	de constituit	în creștere anuală
Operatorii de turism activ și de cazare din pădurile-parc care raportează anual consumul de apă și de energie pe înnoptare și ponderea produselor locale în achiziții (OD5.4)	operatorii; observatorul destinației (OMD Brașov)	raportare inexistentă	raportare anuală din 2028, după metoda comună a observatorului destinației; toți operatorii în 2034; consumul pe înnoptare în scădere față de 2028; ponderea produselor locale în creștere

Indicator	Sursa	Nivel de referință	Țintă 2034
Durata medie de obținere a avizelor pentru trasee și amenajări ușoare	ghișeul unic	de constituit	în scădere față de primul an
Traseul de familie interconectat Brașov–Poiana–Râșnov–Zărnești–Bran	Regia Pădurilor Kronstadt; alte autorități publice; OMD	niciun tronson semnalizat (2026)	traseul integral, până la Bran (tronsonul spre Râșnov până în 2029)
Locurile de belvedere amenajate; poteca în coronament	Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt; OMD	platforma de pe Tâmpa în refacere (2026)	cel puțin 10 locuri amenajate (6 până în 2030); poteca în funcțiune (avizată până în 2028)

Sursa: secțiunile 2 și 4; nivelurile de referință sunt cele calculate în capitol, țintele sunt ale strategiei și se revizuiesc la evaluarea intermediară din 2030. [C]/[I]

9. Surse și trasabilitate

Documente ale proiectului. Consultări de grup: atelierele 01 (Poiana Brașov), 02 (instituții culturale), 03 (antreprenori culturali), 04 (hoteluri și cazare), 05 (alimentație publică), 07 (turism activ, cu notele scrise ale participanților și memoriul de observație), 08 (apartamente în regim hotelier), 09 (locuitorii din centrul istoric și Șchei), 10 (mediul de afaceri), 11 (locuitorii celorlalte cartiere), 12 (mediul academic) și masa rotundă a arhitecților. Interviuri individuale: toate cele 22 de interviuri (24 de subiecți). Matricele tematice: matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere) și matricea de screening cu valență a interviurilor. Date secundare: raportul de analiză a destinației pe date INS și platforme online; datele platformelor de închiriere pe termen scurt; extrasele INS TEMPO pentru municipiul Brașov; baza consolidată a recenziilor. Cercetarea națională de referință: baza călătorilor cu recodări, baza asocierilor spontane și recodificarea întrebărilor deschise despre turismul montan. Cercetarea proiectului despre aviația ușoară și de agrement. Capitolele P5, C și G ale strategiei, pentru temele preluate și pentru trimiterile de conținut.

Documente externe și validarea faptelor. Legea nr. 5/2000 și datele Agenției Europene de Mediu privind siturile Natura 2000; Hotărârea Guvernului nr. 685/2022; Ordinul MMAP nr. 767/2016 privind planul de management al Tâmpei; Codul silvic (Legea nr. 331/2024); Hotărârea Consiliului Local nr. 151/2021 privind accesul pe drumurile forestiere și Hotărârea Consiliului Local nr. 474/2024 privind Ziua ariei naturale protejate Muntele Tâmpa; documentele Regiei Pădurilor Kronstadt; Ordonanțele de urgență nr. 81/2021 și nr. 60/2025, Legea nr. 242/2024 și legea cotelor din 2026; studiul Ministerului Mediului privind populația de urs brun (decembrie 2025); datele Inspectoratului de Jandarmi Județean Brașov; bilanțurile Salvamont; regulamentul taxei speciale Salvamont și hotărârea Consiliului Local din 22 decembrie 2025 privind taxa specială pentru promovarea turistică; Planul Strategic de Acțiune HINGE al Consiliului Județean Brașov; datele aeroclubului privind aerodromurile; site-urile administrațiilor parcurilor Piatra Craiului și Bucegi și al traseului Via Transilvanica; articole științifice despre conflictele om–urs din Brașov; Regulamentul (UE) nr. 1143/2014 și Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2025/1422 privind speciile alogene invazive; datele EPPO și literatura științifică despre troscotul japonez; datele publice despre parcul de ciclism montan, despre instalațiile pe cablu și despre accidentele de bicicletă din Postăvaru; conceptul de turism pentru municipiul Brașov din 2023, folosit ca sursă de informații secundare; teza de doctorat despre geografia simbolică a Brașovului (2020); presa de referință. Registrul verificărilor, cu gradul de încredere al fiecărei surse, este în Anexa C.

Note

Anexa A. Statistica tematică

Tabelul A1. Temele consultării care privesc natura, cu numărul de interviuri și de ateliere în care apar (II.2)

Cod	Tema	Interviuri (din 22)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare
A2	Natura și peisajul (Tâmpa, munții în oraș, pădurile)	21	9	01, 02, 03, 04, 07, 08, 10, 11, OAR
A14	Pădurile-parc: cadru juridic favorabil, proiecte în curs	3	0	-
A15	Traseele de bicicletă „unice în România”, comunitatea de ciclism	6	6	01, 04, 07, 08, 12, OAR
A16	Active adormite valorificabile (Cetatea de pe Tâmpa, Cetățuia, Stejeriș, Poiana Honterus și altele)	6	8	02, 03, 04, 07, 09, 11, 12, OAR
A18	Zona metropolitană bogată: cetăți, biserici fortificate, Piatra Craiului	12	6	01, 02, 04, 07, 11, OAR
A20	Tradiția aviatică (aerodromuri, școala de piloți, parapanta)	1	1	12
A21	Liniștea și deconectarea ca promisiune de destinație	4	3	01, 07, 08
A22	Biodiversitatea și fauna ca activ (ursul ca brand, sanctuarul, observatoarele)	4	5	02, 03, 07, 11, 12
A36	Oferta de agrement pentru familii în zona metropolitană (parcuri tematice și de aventură, piscine, pădure educațională)	0	3	04, 08, OAR
A38	Stilul de viață activ în natură și calitatea vieții („Lifestyle Capital”, punte între urban și natură)	0	4	07, 10, 12, OAR
B6	Ursul și fauna sălbatică: siguranță, pierderi economice, hrănire, deșeuri	12	5	01, 02, 04, 07, 08
B14	Schiul limitat sau nesustenabil climatic (altitudine, sezon scurt, concurența Alpilor)	2	3	01, 07, 08
B21	Ariile protejate și Tâmpa: blocaj legal, supralegiferare, eroziunea potecilor, conflictul pietoni–bicicliști	9	2	02, OAR
B24	Infrastructura de agrement lipsă: copii, apă, popasuri, trasee accesibile	9	8	01, 04, 07, 08, 09, 10, 11, OAR
B25	Sezonalitatea și extrasezonul (noiembrie, luni–joi, octombrie–decembrie)	9	5	01, 05, 07, 08, 12
B26	Supraaglomerarea și presiunea pe centru și pe Poiana (weekend, Drumul Vechi)	9	6	01, 03, 08, 11, 12, OAR
B28	Incendii, riscuri climatice, deșeuri în pădure	6	0	-
B39	Dezvoltarea imobiliară necontrolată, amenințare la peisaj și la caracterul locului	0	5	01, 03, 07, 11, OAR
B53	Degradarea și pierderea cabanelor montane	0	1	07
B54	Siguranța deficitară pe pârtii și trasee (patrule, proceduri de alertă)	0	1	07
B55	Spațiile verzi publice insuficient valorificate (interdicții de folosire, asfaltare, toalete lipsă)	0	3	07, 08, OAR
B59	Transport public metropolitan rar și infrastructură pietonală și velo fragmentată	0	7	03, 04, 07, 08, 11, 12, OAR
C7	Pachetul urs: prevenție, pubele rezistente la urs, educație, zone de observare, garduri	6	5	01, 02, 04, 07, 08
C13	Pădurile-parc și natura amenajată: piste de familie, trasee	9	5	04, 07, 08, 12, OAR

Cod	Tema	Interviuri (din 22)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare
	terapeutice, accesibilizare, Tâmpa			
C17	Rezidenții: card de rezident, strategie pentru brașovean, „turist în propriul oraș”	6	8	01, 02, 03, 07, 09, 11, 12, OAR
C18	Educație: programe pentru copii, reguli în locul îngrădirilor, oferta înaintea regulii	9	7	01, 02, 03, 04, 07, 08, 12
C20	Dispersia regională: Brașovul ca bază de explorare, safariuri, trasee regionale	10	8	01, 02, 04, 05, 07, 11, 12, OAR
C23	Tradiția aviatică: festivaluri aviatice	1	0	-
C24	Agrement cu apă: șstrand, luciu de apă, piscine publice	4	1	OAR
C28	Siguranța montană: echipament minim, borne, refugii integrate, delimitare schi–sanie	3	1	07
C29	Sportul: cantonamente, bază de antrenament, FOTE 2027	4	4	01, 04, 05, 12
C46	Rețea funcțională de cabane montane	0	1	07

Sursa: matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere). Unitatea de numărare pentru ateliere este atelierul, nu vorbitorul; „OAR” este masa rotundă a arhitecților (atelierul 13). [C]

Anexa B. Inventarul intervențiilor autorității publice

Prioritate 1: condiționează restul; prioritate 2: intervenție de bază a orizontului 2027–2031; prioritate 3: termen lung sau condiționată de un studiu ori de o evaluare prealabilă.

Tabelul B1. Intervențiile autorității publice pentru natură și turism activ, pe domenii (II.2)

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
1	Reguli	Regulamentul revizuit de utilizare a parcurilor și a spațiilor verzi publice	D1-a	Consiliul Local; Primăria	2027–2028	1
2	Reguli	Revizuirea planului de management și a regulamentului Tâmpei	D2-a	autoritatea pentru arii protejate; Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2029	1
3	Reguli	Regulile pentru traseele de ciclism montan și aplicarea regulamentului drumurilor forestiere	D3-d	Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2028	2
4	Reguli	Regulile muntelui, comunicate unitar	D6-c	OMD; Salvamont; Regia Pădurilor Kronstadt; Primăria	2027	2
5	Reguli	Standardul de observare a faunei fără hrănire	D5-h	OMD; Direcția Județeană de Mediu	2027–2028	2
6	Reguli	Regula scării pentru evenimentele în natură: plafoane pe tip de eveniment și pe loc	D4-f, S4	administratorii terenurilor; autoritatea pentru arii protejate; grupul de coordonare	2027	1
7	Natura din oraș	Deschiderea gazonului în parcuri; locuri de joacă pentru vârste diferite	D1-a, D1-b	Primăria	2027–2029	2
8	Natura din oraș	Terenurile și amenajarea parcurilor și pădurilor urbane noi	D1-b	Primăria; Consiliul Local	2028–2034	3
9	Natura din oraș	Coridoarele verzi spre poale: aleea de sub Tâmpa prelungită; centru–Șchei–Pietrele lui Solomon; Piața Sfatului–Tâmpa–Răcădău–Noua	D1-c	Primăria	2027–2031	2
10	Natura din	Rețeaua velo de familie de la cartiere la	D1-d	Primăria; Regia Pădurilor	2027–2031	2

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
	oraș	pădurile-parc; evaluarea traseului de pe digul Ghimbășelului		Kronstadt		
11	Natura din oraș	Programul „Brașovenii în natură” și Ziua ariei protejate Muntele Tâmpa	D1-e	OMD; Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2028	2
12	Tâmpa	Lucrările urgente de siguranță pe poteci: trepte, mână curentă, blocarea scurtăturilor, drenaj	D2-b	Primăria, cu acordul autorității pentru arii protejate	2027	1
13	Tâmpa	Refacerea potecilor conform planului revizuit	D2-b	Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt	2029–2031	2
14	Tâmpa	Platforma belvedere și punctul de interpretare de la stația superioară a telecabinei	D2-c	Primăria	2026–2027	1
15	Tâmpa	Traseul accesibil de la poale	D2-d	Primăria	2027–2029	2
16	Tâmpa	Interpretarea naturii și a istoriei; informarea la intrări	D2-e, D2-f	Primăria; OMD	2027–2029	2
17	Tâmpa	Contoarele de vizitatori	D2-g	Primăria	2027	1
18	Trasee	Harta unică a traseelor din jurul orașului	D3-a	OMD; Regia Pădurilor Kronstadt; Salvamont	2027–2028	1
19	Trasee	Clasificarea și marcajul unitar al traseelor; bornele numerotate	D3-b, D6-b	Regia Pădurilor Kronstadt; Salvamont; cluburile montane	2027–2029	1
20	Trasee	Finalizarea pistelor pentru familii Răcădău–Noua și extinderea spre Cristian, Râșnov și Poiana	D3-c	Regia Pădurilor Kronstadt	2026–2030	2
21	Trasee	Trasee dedicate ciclismului montan pe tronsoanele aglomerate	D3-d	Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2030	2
22	Trasee	Vetre, toalete ecologice și apă la capetele de traseu	D3-e	Regia Pădurilor Kronstadt; Primăria	2027–2030	2
23	Trasee	Parcul dendrologic din Noua	D3-f	Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2029	2
24	Trasee	Traseele tematice și terapeutice din pădurile-parc (biodiversitate, istorie, pădurea pentru sănătate), cu interpretare	D3-g	Regia Pădurilor Kronstadt; Primăria; OMD	2028–2031	2
25	Trasee	Capetele de traseu de la poale	D3-h	Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2030	2
26	Trasee	Prevenția incendiilor: patrulare, acces pentru intervenție, rezervoare de apă	D3-i	Regia Pădurilor Kronstadt; serviciile de urgență	2027–2028	1
27	Trasee	Contoarele pe traseele pădurilor-parc și raportul anual	D3-j	Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2028	1
28	Trasee	Studiul și controlul plantelor invazive: inventarul focarelor, depistarea timpurie în ariile protejate, planul de control	D3-k	Regia Pădurilor Kronstadt; autoritatea pentru arii protejate; autoritatea de mediu; Primăria; specialiști	2027–2034	1
28a	Păduri-parc	Locurile de belvedere amenajate (bancă, parapet, panou discret), pe Tâmpa în limitele planului de management, la Cetățuia, pe Dealul Melcilor, pe Warthe, la capetele de traseu și în pădurile-parc, cu instalațiile de fotografiat ale destinației	D3-l	Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt; OMD	2027–2029	2
28b	Păduri-parc	Poteca în coronament, într-o pădure-parc din afara ariilor protejate și a siturilor Natura	D3-m; D1	Regia Pădurilor Kronstadt; Primăria; OMD; investitorul	studiu și avize 2027–	2

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
		2000, nu pe Tâmpa, fără tăieri: evaluarea impactului și avizarea prin ghișeul unic, investiție privată pe teren public; bienala de artă în natură în pădurile-parc și pe Postăvaru, în afara zonelor strict protejate (Volumul I, S1)			2028; realizare 2029–2031	
29	Trasee	Reclasificarea traseelor parcului de ciclism montan după dificultatea reală, cu accesibilizarea plecărilor de la instalațiile pe cablu; trasee ușoare și de familie	D4-j	operatorul parcului; Primăria; Salvamont; cluburile de ciclism	2027–2030	1
30	Fauna	Deșeuri inaccesibile ursilor în zonele prioritare	D5-a	Primăria; operatorul de salubritate	2027–2029	1
31	Fauna	Garduri electrice pe liziera cu cele mai multe incursiuni	D5-b	Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2030	2
32	Fauna	Aplicarea interdicției de hrănire și a regulilor privind deșeurile	D5-c	Poliția Locală; Jandarmeria; Garda Forestieră	2027	1
33	Fauna	Regulile de comportament în prezența ursului, la intrările pe trasee și în cazare	D5-e	OMD; Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt	2027	1
34	Fauna	Procedura de alertă pentru operatorii de turism activ	D5-f	Primăria (echipa de intervenție); operatorii	2027	1
35	Fauna	Harta incidentelor și raportul anual	D5-j	Primăria; Jandarmeria; Salvamont; Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2029	2
36	Siguranță	Informarea unitară la intrarea pe trasee	D6-a	Primăria; Salvamont; Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2029	1
37	Siguranță	Raportul public anual al componentei Salvamont a taxei speciale pentru promovarea turistică	D6-d	Primăria	2027	1
38	Siguranță	Evaluarea capacității de intervenție pentru sezonul cald și pentru traseele noi	D6-e	Primăria; alte autorități publice	2027–2029	2
39	Siguranță	Programele de educație în natură pentru școli	D6-f	Regia Pădurilor Kronstadt; Inspectoratul Școlar Județean; OMD	2028–2031	2
40	Siguranță	Patrulele comune în weekendurile aglomerate	D6-g	Poliția Locală; Jandarmeria; Regia Pădurilor Kronstadt	2027–2029	2
41	Siguranță	Program previzibil al instalațiilor pe cablu în sezonul cald; limitarea transportului bicicletelor cu telecabina până în zona vârfului Postăvaru	D6-i	Primăria; operatorul instalațiilor pe cablu; Salvamont	2027	1
42	Mobilitate	Legarea capetelor de traseu de transportul public local	D3-h	Primăria; operatorul de transport public	2027–2030	2
43	Mobilitate	Transportul fără mașină spre porțile Carpaților: trenul spre Zărnești cu bicicleta, autobuze de sfârșit de săptămână, linia 20B	D8-c	alte autorități publice; primăriile localităților-poartă; operatorul feroviar regional	2028–2031	2
44	Mobilitate	Cicloturismul metropolitan spre Țara Bârsei	D8-f	alte autorități publice; primăriile	2028–2031	3
45	Guvernanță	Grupul de coordonare pentru natură și turism activ	sect. 6.2, S6	OMD Brașov	2027	1
46	Guvernanță	Ghișeul unic de avizare pentru trasee, amenajări ușoare și evenimente; evaluarea	sect. 6.3	Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt; autoritatea pentru	2027–2028	1

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
		juridică privind autorizarea amenajărilor ușoare		arii protejate		
47	Guvernanță	Modulul „natura locuitorilor” în chestionarul pentru rezidenți	D1-f	OMD; Primăria	2027	1
48	Guvernanță	Raportul anual al naturii destinației	sect. 6.5	OMD Brașov	2028	2
49	Guvernanță	Reevaluarea propunerii unui parc natural, la evaluarea intermediară	S6	Primăria; Consiliul Local	2030	3

Sursa: secțiunile 4, 5 și 6.

Anexa C. Registrul verificărilor factuale

Registrul consemnează faptele invocate în consultare și în documentele proiectului care au fost verificate din surse externe, cu gradul de încredere al sursei: CO (confirmat oficial: act normativ, instituție publică, site oficial), SS (sursă secundară concordantă, de regulă presa de referință sau un articol științific), NC (neconfirmat). Corecturile sunt aplicate în text; unde verificarea nu a fost posibilă, afirmația rămâne [D].

Tabelul C1. Faptele verificate, sursa și discrepanța față de declarațiile din consultare (II.2)

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
1	Statutul juridic al Tâmpei	Rezervație naturală (cod 2.255, 188,20 ha), protejată din 1962; sit ROSCI0120, 214 ha, de importanță comunitară din 2007–2008; arie specială de conservare prin HG nr. 685/2022 (CO pentru sit; SS pentru hotărâre)	Legea nr. 5/2000; Agenția Europeană de Mediu; presă	Subiect 24: Tâmpa ar fi devenit arie de interes comunitar prin hotărârea de guvern din 2022; situl este de importanță comunitară din 2007–2008, iar hotărârea din 2022 l-a declarat arie specială de conservare
2	Planul de management al Tâmpei	Aprobat prin Ordinul MMAP nr. 767/2016 și invocat ca aplicabil în 2026; nicio revizuire în curs identificată (SS)	Monitorul Oficial nr. 413/2016	Subiect 24: „pânza asta albă”; planul există, iar ocazia este revizuirea lui
3	Administrarea ariilor protejate din jurul orașului	Agenția Națională pentru Mediu și Arii Protejate, prin Direcția Județeană de Mediu Brașov, după fuziunea din aprilie 2025; fondul forestier al Tâmpei este administrat de Regia Pădurilor Kronstadt (SS)	presă; autorizații de mediu	Subiect 24: termenul „custode” aparține regimului de dinainte de 2018
4	Suprafața pădurilor-parc	1.700–2.200 ha în comunicările publice, circa 2.000 ha; numărul actului de aprobare neidentificat (SS)	presă	Subiect 12: „circa 3.000 ha”, neconfirmat; Subiect 23: 8.000–9.000 ha prin hotărâre de guvern, neconfirmat și puțin plauzibil (55–60% din fondul forestier municipal; aprobarea a venit prin avizul ministerului)
5	Amenajările permise în pădurea-parc	Codul silvic, art. 41 alin. (11): numai fără tăieri de arbori și fără scoatere din fondul forestier (SS); lista amenajărilor, după presă (SS)	Legea nr. 331/2024; presă	Subiect 12: amenajările nu cer autorizație de construire; NC, evaluarea juridică a Primăriei precede procedurile-tip (secțiunea 6.3)
6	Pistele pentru familii Răcădău–Noua	Două trasee, circa 8 km (3 + 5), pietruite, 532.366,60 lei din bugetul Regiei; lucrări începute în octombrie 2026 (SS)	presă; site-ul Regiei	Subiect 12: „7 km”; diferență de rotunjire

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
7	Parcul dendrologic din Noua	25,2 ha; lucrări începute în 2019, oprite o perioadă lungă (CO pentru concept; SS pentru stadiu)	documentul Regiei; Radio România Brașov FM	Concordă
8	Traseul suspendat la nivelul coronamentului	Concept prezentat în martie 2025; nicio aprobare identificată (SS pentru concept; NC pentru stadiu)	presă	Afirmația că amplasamentul a fost găsit rămâne [D]
9	Traseele terapeutice în pădurile-parc	Niciun proiect oficial identificat (NC)	site-ul Regiei	Rămâne [D] (Subiect 12)
10	Regulamentul drumurilor forestiere	HCL nr. 151/2021: 30 de drumuri, 83,2 km; interzise autovehiculele, motocicletele și ATV-urile, cu excepția evenimentelor aprobate; viteza redusă în preajma pietonilor (CO)	site-ul Regiei	Concordă
11	Telecabina Tâmpa	Înlocuită și redeschisă la 19 octombrie 2025; două cabine de câte 25 de persoane; 490 de persoane pe oră (CO pentru datele operatorului; SS pentru rest)	operator; presă	Concordă cu sesiunea OAR (cabine mai mari, program extins)
12	Platforma belvedere	Închisă la sfârșitul lui mai 2026; contract de refacere semnat în august 2026; finalizarea neconfirmată (SS)	presă	-
13	Drumul Serpentinelor	Circa 3 km și 25 de serpentine; poteca îngustată pe alocuri la 40–50 cm (SS, o sursă)	TVR Info	Concordă (Subiect 15)
14	Postăvaru, Piatra Mare, Lempeș	Situri Natura 2000 (CO); planuri de management elaborate în proiectul CARPASIT, aprobarea neconfirmată (SS / NC)	Agenția Europeană de Mediu; Fundația Carpați	Concordă
15	Parcul Național Piatra Craiului	Parc național din 1990, 14.766 ha, administrat de Romsilva; administrația funcționează din 1999 (CO)	site-ul parcului	Formula „prima administrație de parc din România” nu se confirmă: administrația a fost una dintre primele trei, constituite în 1999
16	Populația de urs brun	10.657–12.787 de exemplare în România; județul Brașov: circa 1.329, 29,9 la 100 km^2, cea mai mare densitate (CO)	Ministerul Mediului	Subiect 12, „suprapopularea de urs”: concordă cu poziția oficială; efectivul optim invocat public nu are o metodologie publicată
17	Intervențiile la urs în județ	1.160 în 2025, față de 770 în 2024; peste 60% din apeluri din municipiu și din Poiana (SS, date ale jandarmeriei)	presă	Concordă cu atelierele 01, 04 și 08
18	Urșii extrași în municipiu în 2026	14 până la începutul lui septembrie (SS)	presă	Atelierul 04: opt urși eliminați într-o lună în Poiana; NC
19	Interdicția hrănirii urșilor	OUG nr. 60/2025: „hrănirea sub orice formă”, amendă de 10.000–30.000 de lei (CO, textul publicat)	textul ordonanței	Subiect 15: „cred că e 10.000 de lei”; corect ca minim
20	Echipa de intervenție la urs	OUG nr. 81/2021, art. 2: primar sau viceprimar, jandarmerie sau poliție locală, gestionarul fondului cinegetic, medic veterinar (CO)	textul ordonanței	Atelierul 01: „o singură echipă de intervenție practic în tot Brașovul”; NC
21	Cotele de urs	Legea nr. 242/2024: 426 + 55 de exemplare pentru 2024 și 2025; legea promulgată la 5 octombrie 2026: 859 + 110 pentru 2026 (SS)	presă	-

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
22	Precedentul Răcădău	42,6% din conflictele om–urs din zona urbană în 2004–2018; măsurile din 2006 au redus contactul turiștilor cu urșii, dar urșii veneau încă la containere în 2009–2010 (SS)	articol științific; raport de proiect; presă	Subiect 17: fenomenul „s-a oprit" prin schimbarea colectării; parțial confirmat
23	Gardul electric de la Râșnov	Policlinica protejată din 2023; circa 6 km pe liziera vestică în 2025 (SS)	presă	Concordă (Subiect 17)
24	Pubele rezistente la urși	Niciun program municipal identificat în Brașov (NC); 16 containere la Băile Tușnad din mai 2024 (SS)	presă	-
25	Observatoarele de urși	Există observatoare în fondurile cinegetice; hrănirea pentru observare este sancționabilă din noiembrie 2025 (SS / CO)	presă; OUG nr. 60/2025	Atelierul 03: observatoarele în care urșii sunt hrăniți; practica nu mai este legală
26	Sanctuarul de urși de la Zărnești	69 ha; peste 130 de urși salvați; vizitare numai cu tur ghidat (CO)	site-ul asociației	Concordă (Subiect 10)
27	Salvamont municipal	792 de intervenții pentru 866 de persoane în 2025; 703 pentru 749 în 2024; 17 salvatori montani (CO / SS)	site-ul serviciului; presă	-
28	Salvamont județean	Patru formații; capacitate operativă declarată de circa 17% din necesar (SS)	presă	-
29	Taxa Salvamont	5 lei pe turist și noapte din 2026, hotărârea Consiliului Local din 22 decembrie 2025 (SS); venit cu destinație specială, folosit pentru salvarea montană (CO, regulamentul consultat); numărul hotărârii neidentificat (NC)	presă; brasovcity.ro	Atelierul 04: din taxă s-ar plăti utilaje de pârtie și personalul centrului de informare; NC, regulamentul restrânge folosirea sumelor la salvarea montană
30	Planul HINGE al Consiliului Județean	Plan finanțat prin Inițiativa Europeană pentru Climă (EUKI); Acțiunea 1, linia 20B Poiana–Râșnov cu remorcă pentru biciclete; „mai puțin de 10 km de piste adecvate pentru biciclete" (CO)	documentul Consiliului Județean	Stadiul liniei 20B după pilotul din 2023: NC
31	Via Transilvanica	Extensia Terra Borza Teutonica, circa 170 km, Viscri–Brașov, inaugurată la 5 iunie 2025; 14 unități administrativ-teritoriale (CO / SS)	site-ul oficial; presă	Atelierul 02: un „segment" Brașov–Bran numit „Via Teutonica"; denumirea oficială este Terra Borza Teutonica, de la Viscri la Brașov
32	FOTE 2027	14–21 februarie 2027; probele la Poiana Brașov, Cheile Grădiștei–Fundata, Predeal, Râșnov, Brașov (CO / SS)	comitete olimpice; presă	Concordă
33	Aerodromurile de sport	Sânpetru, pistă de 530 m; Ghimbav, pistă de 1.000 m (CO); Prejmer, aerodrom privat (SS); siturile de zbor liber fără statut oficial identificat (NC)	Aeroclubul României	Subiect 23: patru aerodromuri în zonă; NC
34	Cabanele asociației montane invocate în atelierul 07	Numărul cabanelor deținute astăzi nu a putut fi confirmat; sursele publice consultate indică o singură cabană retrocedată (SS)	surse enciclopedice; studiu universitar	Atelierul 07: „40 de cabane. Astăzi pot să zic că 10"; neconfirmat
35	Cabanele turistice din municipiu	4.036 de înnoptări în 2025, 0,3% din total (CO)	INS	-
36	„Parcul Natural Brassovia"	Propunere prezentată de Primărie în martie 2021 (CO); neaprobată de Consiliul Local (SS)	brasovcity.ro; presă	-

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
37	Ziua ariei naturale protejate Muntele Tâmpa	HCL nr. 474/2024: ultima sâmbătă din septembrie (SS)	presă	-
38	Legea invocată pentru coridoarele ecologice	Nicio lege cu numărul invocat identificată (NC)	-	Subiect 24; rămâne [D]
39	Troscotul japonez (Reynoutria japonica)	Specie alogenă invazivă care afectează Uniunea din 2025, Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2025/1422 (CO); semnalată ca invazivă în România, cu potențial ridicat de răspândire în sudul Transilvaniei (SS); regenerare din fragmente mici de rizom (SS, articol științific)	EUR-Lex; EPPO; articole științifice	Observația managementului de proiect privind focarele din pădurea de pin de la intersecția străzilor Cloșca și 8 Martie și din curțile unor case: neverificată de specialiști (NC)
40	Parcul de ciclism montan din Postăvaru	Șase trasee de coborâre, clasificate albastru (ușor), roșu (mediu) și negru (foarte dificil) (SS); program anunțat al telegondolei și al telescaunului Ruia la sfârșit de săptămână în 2025 și, pentru telegondolă, cel puțin de vineri până duminică din iulie 2026, cu extindere în funcție de cerere (SS)	presă	Subiecții 7, 11 și 15, atelierele 04 și 08 și conceptul din 2023: trasee albastre cu tronsoane de nivel roșu, fără trasee pentru începători; nicio evaluare independentă a dificultății identificată (NC)
41	Telecabina Capra Neagră	Stația superioară la circa 1.775 m, diferență de nivel de 737 m (SS)	baza de date Lift-World	Lipsa unui traseu de bicicletă omologat în zona vârfului Postăvaru și reperul stației meteorologice: observații ale managementului de proiect, neconfirmate din surse publice (NC)
42	Accidentele de bicicletă din Postăvaru	5 iulie 2025: patru intervenții Salvamont pentru bicicliști accidentați pe traseele de coborâre, una cu traumatism cranio-cerebral sever (SS)	presă	Nicio statistică publică pe sezon a accidentelor de bicicletă (NC)
43	Conceptul de turism din 2023	Document elaborat în proiectul SIPOCA 1043, cofinanțat din Fondul Social European, pe baza a patru grupuri de lucru din ianuarie–martie 2023 (documentul)	documentul	Documentul numește o parte dintre organizațiile participante, dar nu publică lista participanților, consemnările discuțiilor și procedura de analiză; afirmațiile rămân [D]

Sursa: verificările echipei de proiect din sursele indicate.

II.3. Poiana Brașov (P5)

Poiana Brașov – stațiunea în strategia Brașovului: diagnostic, viziune, direcții și intervențiile autorității publice

Capitol tematic cu funcție de strategie a stațiunii · Politica 3 din Volumul I, secțiunea 3.3



Cabana Postăvaru, cota 1.604 m, cu Bucegii în zare (foto: arhiva proiectului, BrandBerry srl)

Cheie de lectură

Capitolul este scris pentru două feluri de cititori. Primul este cititorul Volumului I al Strategiei 2027–2034, pentru care Poiana Brașov este prioritatea P5 a arhitecturii strategice și unul dintre cele două perimetre ale Analizei Diagnostic Multicriteriale Integrate (ADMI), realizată în etapa a treia a proiectului. Al doilea este cititorul care deschide capitolul separat de raport: conducerea OMD Brașov, Primăria Municipiului Brașov, alte autorități publice, operatorii din stațiune și asociația lor. Pentru acest al doilea cititor, capitolul poartă cu el tot ce îi trebuie ca să fie înțeles singur: diagnosticul, sursele, viziunea, direcțiile, lista intervențiilor publice, indicatorii. Formatul: rezumat executiv, legătura cu Volumul I, raționament, diagnostic, viziune, direcții cu măsuri codificate, intervențiile autorității publice, guvernanță, scenarii strategice cu opțiunea recomandată, indicatori, anexe.

Premisa capitolului este premisa întregii strategii: dezvoltare locală prin turism, nu promovare turistică. Pentru Poiana Brașov, această premisă are o consecință precisă. Stațiunea nu are locuitori în număr semnificativ și nu are o autoritate publică proprie; este o localitate componentă a municipiului Brașov, iar cei care o *„locuiesc”* sunt operatorii ei și, în fiecare weekend, brașovenii care urcă pentru

schi, plimbare sau o masă. Dezvoltarea locală înseamnă aici două lucruri în același timp: o stațiune care produce valoare pentru oraș (sejururi mai lungi, clientelă solvabilă, descongestionarea centrului) și o stațiune pe care brașovenii o pot folosi ca pe al doilea lor spațiu de agrement, fără mașină și fără teamă. Pentru stațiune, scopul strategiei înseamnă mai mulți clienți pentru unitățile conforme, nu mai multe paturi (secțiunea 2.4).

Capitolul tratează stațiunea ca parte a destinației Brașov, nu ca destinație separată. Alegerea decurge din situația de fapt explicată în secțiunea 1.2: accesul, cererea, guvernanța, taxa și brandul stațiunii trec toate prin oraș. În același timp, capitolul pune pe masă, în secțiunea 5 și în Anexa B, lista completă a intervențiilor pe care autoritatea publică trebuie să le facă în stațiune pentru ca ea să devină ceea ce operatorii, administrația și publicul spun, în aceleași cuvinte, că ar trebui să fie: o stațiune premium, cu infrastructură coerentă (alei și promenade, cu iluminat) și reguli clare, fără kitsch.

Obiectivul și poziționarea centrală ale capitolului sunt aceleași: Poiana Brașov este stațiune premium. Standardul premium nu privește doar hotelurile; el trebuie să se regăsească în toate serviciile stațiunii, private și publice deopotrivă: cazare, alimentație, agrement, dar și spațiul public, iluminatul, întreținerea, transportul, informarea, ordinea publică și siguranța.

Capitolul subliniază, în fiecare secțiune, o condiție a premium-ului pe care nici investiția publică, nici standardul fiecărui hotel nu o pot îndeplini singure: cooperarea operatorilor pentru experiența de ansamblu a stațiunii. Turistul plătește pentru o stațiune, iar experiența pe care o păstrează este a stațiunii întregi, de la sosire la plecare, iar o parte din serviciile care o compun (transportul intern, activitățile organizate, seara, informarea la sosire, pachetele, cardul stațiunii) nu poate fi oferită de niciun operator singur. Consultarea arată că operatorii au început să coopereze, după ani în care fiecare s-a ocupat aproape exclusiv de propria unitate. Capitolul tratează această cooperare ca direcție strategică distinctă (D7) și o urmărește în diagnostic, în viziune, în poziționare, în principii, în guvernanță și în indicatori.

Convenția de marcaje: **[C]** date confirmate în baze de date sau în documente oficiale; **[E]** evaluări și calcule ale echipei de proiect, pe baza datelor; **[I]** interpretări sau propuneri ale echipei de proiect; **[D]** declarații ale stakeholderilor, redate ca atare; **[SS]** informații din surse secundare concordante (presă, comunicate, site-uri instituționale), neverificate în documente oficiale. Citatele din interviuri sunt atribuite prin numărul subiectului (convenția seriei: 22 de interviuri, 24 de subiecți); citatele din consultările de grup sunt atribuite atelierului, fără identificarea vorbitorului; intervențiile echipei de proiect sunt atribuite *„moderatorului”*. Niciun nume de persoană nu apare în text; hotelurile, restaurantele și firmele private nu sunt numite. Datele cercetării naționale de referință sunt prezentate ponderat, fără detalii de eșantion, care rămân în metodologia raportului cercetării naționale. Faptele externe invocate în consultare au fost verificate din surse oficiale sau de autoritate; corecturile sunt aplicate în text și consemnate în Anexa C. Datele de prezență din rețeaua de telefonie mobilă, disponibile în proiect, nu au fost folosite în acest capitol. Informațiile din cele două surse anterioare consultării, conceptul de turism al municipiului din 2023 și cercetarea doctorală despre geografia simbolică a Brașovului, sunt atribuite explicit sursei, cu statutul metodologic precizat în secțiunea 1.4.

Trei alte capitole ale strategiei ating stațiunea și sunt doar referite aici. Capitolul P3 a preluat politica privind fauna la nivelul destinației (D5), siguranța montană și responsabilitatea vizitatorului (D6), rețeaua de trasee din jurul orașului și extinderea ghișeului unic de avizare la întreaga rețea de trasee.

Capitolul G a preluat identitatea gastronomică a Țării Bârsei și *„mâncarea cinstită”* ca răspuns la rusticul generic, Târgul de Crăciun și recurența mică a evenimentelor. Capitolul C a preluat calendarul unic al destinației cu un singur integrator al calendarului, OMD Brașov, împreună cu Primăria și cu instituțiile de cultură„ evenimentele de referință (inclusiv opțiunea unui festival mare de iarnă în Poiana Mică, evaluată în scenariul S1), narațiunea și medierea, kitsch-ul ca problemă de identitate și Sala Polivalentă. Capitolul de față conduce pe tot ce este al stațiunii: domeniul public și centrul ei, accesul, produsul pe patru anotimpuri, activele publice adormite, standardul de cazare, siguranța, cooperarea operatorilor pentru experiența comună a stațiunii, guvernanța și rolul consultativ al asociației operatorilor; codurile sale (D1–D7, D2-b1, D3-n) sunt cele la care capitolele P3, G și C fac trimitere.

Capitolul pe o pagină. Acest capitol este capitolul II.3 al Volumului II, Capitolele integrale, al Strategiei de Dezvoltare și Marketing Turistic a Destinației Brașov 2027–2034; în Volumul I, el fundamentează Politica 3, „Poiana Brașov, stațiune premium". Ce decide: Poiana Brașov devine stațiunea montană premium de referință a României, compactă și pentru patru anotimpuri, cu standard premium în toate serviciile, private și publice; stațiunea primește un centru, zona zero, cu reguli stricte pentru comerț și evenimente; planul urbanistic zonal și regulamentul stațiunii opresc blocurile de apartamente și dau reguli comune; domeniul public se dezvoltă prin programele de investiții ale municipiului, pe baza documentațiilor tehnico-economice și a bugetelor aprobate, iar promovarea stațiunii este parte a promovării destinației, din taxa specială pentru promovarea turistică, dozată anual după evoluția indicatorilor; consensul dintre administrație și operatori este condiția care face investițiile mai ușoare; asociația operatorilor devine consultant și partener al administrației; operatorii construiesc împreună experiența stațiunii, cu cardul stațiunii, naveta și calendarul; transportul pe cablu funcționează predictibil, iarna și vara, cu parcul de ciclism montan gradat de la verde la negru; siguranța, fauna și pârtia au măsuri proprii; brașoveanul urcă în Poiana cu autobuzul. Șapte direcții (D1–D7), cu măsuri codificate, actori și orizont, și scenariile stațiunii cu opțiunea recomandată. Direcția strategiei se citește în Volumul I, „Strategia pe scurt", paginile lui de deschidere.

Rezumat executiv

1. **Poiana Brașov este activul cu cea mai mare notorietate și cea mai mare rată de vizitare al destinației Brașov, și în același timp activul despre care destinația știe cel mai puțin.** În cercetarea națională de referință, 88,5% dintre vizitatorii Brașovului au fost în Poiana cel puțin o dată (63,0% de mai multe ori), mai mult decât în Piața Sfatului (84,2%) sau la Biserica Neagră (83,9%); 89,0% dintre românii care nu au vizitat Brașovul știu de ea, mai mult decât de orice alt obiectiv al orașului [C]. Statistica oficială nu o separă însă de municipiu: nu există nicio serie INS a sosirilor, înnoptărilor sau ocupării în stațiune. Capitolul reconstruiește profilul ei din patru surse (cercetarea națională, datele platformelor de închiriere pe termen scurt, recenziile online, consultarea) și recomandă constituirea statisticii dedicate din evidența taxei speciale pentru promovarea turistică, care există deja.

2. **Stațiunea are prețuri premium, dar experiența din afara hotelului nu este la același nivel.** Tariful mediu al unei unități de închiriere pe termen scurt din Poiana este de 2,2 ori cel din oraș, iar venitul pe unitate disponibilă cu 70–75% mai mare; sejurul rezervat prin Booking are 2,08 nopți față de 1,79 în oraș, iar străinii stau 2,38 nopți [C]. În schimb, ocuparea este structural scăzută (37% în medie, față de 50% în oraș), cade la 27% în extrasezon și a început să scadă în 2026 odată cu tariful și cu veniturile (−13,8% la opt luni) [C]. Ceea ce reține turiștii care stau mult în Poiana este personalul, mâncarea și spa-ul hotelului, nu stațiunea: valoarea se produce în interiorul unităților, nu în spațiul public.

3. **Diagnosticul stakeholderilor este cel mai convergent din întreaga consultare.** Operatorii stațiunii, în atelierul 01, și subiecții interviurilor descriu aceeași situație, cu intensități diferite: standardul privat este ridicat, domeniul public este în urmă. Nu există un centru al stațiunii, o promenadă, trasee de alergare și de plimbare marcate, iluminat de stațiune, peisagistică unitară; seara stațiunea este întunecată și golită; comerțul din parcarea de sub teleferic este *„bazar în toată regula"*; turistul *„nu intră în modul de vacanță"* la sosire și nu are ce face între 17 și 22, așa că *„se întoarce în Brașov"* [D]. Tema apare în 15 teme distincte ale matricei consolidate, iar cea mai

frecventă dintre ele, Poiana ca *„loc de cazare scump”*, în 9 interviuri și 5 ateliere [C]. Conceptul de turism elaborat pentru municipiu în 2023, pe baza unui grup de lucru dedicat stațiunii, descria deja aceleași probleme: lipsa unui centru și a unui plan clar de urbanism, infrastructura insuficientă pentru mers pe jos, parcările care nu funcționează ca sistem, lipsa traseelor de bicicletă pentru nivelurile ușor și mediu și lipsa datelor statistice (secțiunea 2.7) [D].

4. **Accesul cere gestiunea fluxurilor înainte de orice drum nou.** Blocajele din zilele de vârf sunt produse în mai mult de jumătate de mașini cu numere de Brașov, drumul Poienii este drum național și nu poate fi închis decât punctual prin Comisia de circulație, iar parcarea de transfer din Poiana Mică (434 de locuri, deschisă în 2017) funcționează fără ca fluxul să fie dirijat prioritar spre ea [C/D]. Consultarea conține două poziții: accese noi (al treilea acces, extinderea spre Râșnov, telecabina) și renunțarea la accese noi în favoarea capacității de primire (*„N-aș umbla la drum”*). Capitolul adoptă a doua poziție pentru orizontul strategiei; extinderea domeniului schiabil spre Râșnov este tratată separat, ca proiect metropolitan de termen lung (secțiunea 7, S1).

5. **Siguranța este condiția de funcționare a stațiunii, iarna și vara.** Ursul a schimbat comportamentul rezidenților și al turiștilor și produce pierderi operatorilor: tema are cea mai mare incidență din seria de interviuri (12 din 22); în stațiune, Subiectul 6 nu mai iese cu copiii după ora 19, Subiectul 8 vorbește despre *„pierdere de business efectivă și cuantificabilă”*, iar echipa de intervenție este una singură pentru toată zona metropolitană [D]. Conflictul dintre schi și sanie este, după Salvamont, sursa celor mai grave accidente. Vara, riscul se mută în bike park, parcul de ciclism montan din Postăvaru: din cele șase trasee, două sunt negre, trei roșii, iar singurul traseu albastru are prima porțiune roșie; programul instalațiilor pe cablu care urcă bicicliștii se stabilește în funcție de cerere, iar când telegondola nu funcționează, bicicletele sunt urcate cu telecabina Capra Neagră până în zona vârfului Postăvaru, de unde nu pornește niciun traseu omologat de bicicletă [C/I]. Capitolul recomandă funcționarea predictibilă și de lungă durată a tuturor instalațiilor pe cablu, trasee albastre care să fie albastre pe toată lungimea lor, trasee verzi și oprirea transportului bicicletelor cu telecabina până în zona vârfului; cine are pregătirea necesară urcă acolo pe bicicletă (D1-f, D3-e, D6-e) [I].

6. **Guvernanța stațiunii este împărțită între cinci categorii de actori care nu au un loc unde să se întâlnească.** Primăria deține domeniul public, Ministerul Sportului deține stadionul și patinoarul (ambele nefuncționale), operatorul privat decide programul instalațiilor pe cablu, administrațiile ariilor protejate avizează orice traseu, drumul este al statului. Operatorii cer de peste 15 ani *„un punct administrativ separat cu buget propriu”* și simt că *„prioritățile Poienii nu coincid cu ale Brașovului”*; conducerea OMD vorbește despre o *„ruptură”* Poiana–Brașov *„mult mai adâncă decât am crezut”* [D]. Capitolul nu propune o structură nouă de administrare: nicio structură din Poiana și nicio substructură a Primăriei sau a OMD nu primește un rol de administrare independentă a stațiunii. Dezvoltarea domeniului public al stațiunii se realizează prin programele de investiții ale municipiului, prin structurile existente ale Primăriei Municipiului Brașov, pe baza documentațiilor tehnico-economice și a bugetelor aprobate; strategia identifică nevoile și propune direcții și proiecte, fără angajamente financiare automate; promovarea stațiunii este parte a promovării destinației, din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD, dozată anual după evoluția indicatorilor; Asociația proprietarilor și operatorilor devine consultant și partener al administrației publice locale, membru consultativ în dezvoltarea stațiunii.

7. **Asociația proprietarilor și operatorilor din Poiana Brașov este consultant și partener al administrației publice locale, membru consultativ în strategia de dezvoltare a stațiunii, și numai ea.** Este membru fondator al OMD, poartă de peste 15 ani agenda stațiunii pentru patru anotimpuri și este, în absența unei comunități rezidente, singura reprezentare colectivă a stațiunii. Structura asociativă care îi cuprinde pe toți operatorii din Poiana, reprezentativă pentru ei, este singura cu rol consultativ dedicat stațiunii în relația cu OMD și cu administrațiile locale, în mod particular cu Primăria Municipiului Brașov. Capitolul precizează cum se exercită acest rol (avize asupra regulamentelor și a bugetului stațiunii, propuneri, interlocutor unic, date) și îl condiționează de reprezentativitate, pentru că Subiecții 19–20 descriu operatorii din Poiana ca *„extraordinar de individualiști”* și constată că *„există colaborare, dar nu există voință”* [D]. Asociația este, în același timp, cadrul în care operatorii organizează împreună serviciile comune ale stațiunii (punctul 8 și direcția D7).

8. **Experiența Poienii o construiesc operatorii împreună, iar cooperarea lor este condiția poziționării premium.** Turistul rămâne cu experiența întregii stațiuni, nu a unei singure unități, iar astăzi această experiență nu există ca atare. În percepția clientului, *„nu există nimic făcut în comun în Poiană”* (Subiect 19); stațiunea este *„un loc relativ lipsit de viață în afara spațiilor hoteliere și în care nu se întâmplă lucrurile în mod coordonat”*, concluzie confirmată de sală: *„Exact! Nu se întâmplă coordonat”* (atelierul 01); în ultimii ani, fiecare operator *„s-a focusat pe ceea ce are în curtea proprie”* (Subiect 8) [D]. Schimbarea a început. În cuvintele Subiectului 8, operatorii și-au făcut *„fiecare ziduri în jurul locațiilor”*; întrebat dacă zidurile au fost dărâmate sau doar micșorate, a răspuns: *„Le-am micșorat cu siguranță”*, iar în vara lui 2026 discuțiile cu celelalte unități pentru activități și pachete comune au fost redeschise (Subiect 8) [D]. Capitolul face din această cooperare direcția D7: cardul stațiunii, valabil la toți operatorii; biroul comun de activități și naveta stațiunii; pachetele și programul serii construite împreună; aceeași informare la sosire în orice unitate; promovarea Poienii, prin OMD, ca stațiune; o cartă de cooperare a operatorilor. Cooperarea este voluntară și privată, se organizează prin Asociație, iar autoritatea publică o facilitează prin Regulamentul stațiunii, prin programul de investiții al stațiunii și prin promovarea ei din taxa specială pentru promovarea turistică.

9. **Viziunea 2034: o stațiune compactă, premium și pentru patru anotimpuri, cu un centru care astăzi lipsește.** Centrul stațiunii este *„zona zero”* a Poienii: locul în care turistul ajunge mai întâi, în care se concentrează comerțul de standard, gastronomia și calendarul, și din care pornesc aleile, promenada și traseele. Comerțul și evenimentele din zona zero sunt supuse unor reguli stricte, ca noul centru să nu ajungă ce este astăzi zona de vânzări din parcarea de lângă teleferic. În fiecare weekend al anului, stațiunea celebrează, în zona zero, o țară cu ambasadă în România, împreună cu gastronomia ei (*„Poiana celebrează lumea”*). Turistul primește în orice unitate aceeași informare și cardul stațiunii și își alege activitățile dintr-un singur loc, oriunde ar fi cazat. Brașoveanul urcă în Poiana cu autobuzul, nu cu mașina. Stațiunea rămâne *„o Poiană”*: fără blocuri de apartamente, cu pădurea și Postăvarul drept valoarea numărul unu.

10. **Poziționarea centrală: Poiana Brașov este stațiune premium, iar standardul premium se aplică tuturor serviciilor, private și publice.** Argumentele sunt datele (stațiunea este deja premium ca preț și operatorii au respins reducerea tarifului pentru volum), nucleul de clientelă fidelă (matură, solvabilă, cu o recomandare de 82%), compactitatea fizică și existența alternativelor de masă în zona metropolitană. Premium nu înseamnă exclusiv prin preț: oferta de cazare rămâne

„pentru toate buzunarele”, iar standardul se vede în reguli, în calitatea spațiului public și a serviciilor publice și în experiența de la sosire până la plecare. Pentru stațiune, scopul strategiei, creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști, înseamnă mai mulți clienți pentru unitățile conforme, nu mai multe paturi: sejururi mai lungi, extrasezon și zile lucrătoare (secțiunea 2.4).

11. **Șapte direcții strategice (D1–D7) și un inventar al intervențiilor publice.** D1 acces și mobilitate (gestiunea fluxurilor și capacitatea de primire); D2 domeniul public și centrul stațiunii, nucleul priorității P5; D3 produs pentru patru anotimpuri; D4 turism de conferințe, sport și active adormite; D5 standard de cazare, urbanism și închirieri pe termen scurt; D6 siguranță; D7 cooperarea operatorilor pentru experiența comună a stațiunii. Secțiunea 5 și Anexa B listează, pe opt domenii, toate intervențiile care revin autorității publice (infrastructură de bază, centrul stațiunii, reguli, mobilitate, trasee și agrement public, siguranță, active publice, date și finanțare), cu responsabil, orizont și prioritate.

12. **Integrarea cu Brașovul are mecanisme concrete.** Abonamentul integrat al destinației (transport public, parcare de transfer, cablu, obiective) pentru sejururi de trei nopți fără mașină; linia de transport public de mare frecvență oraș–stațiune și linia 20B Poiana–Râșnov din planul județean HINGE; produsul de conferințe comun cu Sala Polivalentă; calendarul unic al destinației; promovarea stațiunii ca parte a promovării destinației, din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD; statistica dedicată din evidența aceleiași taxe. Fiecare măsură a stațiunii se verifică prin întrebarea *„ce aduce orașului”*, și invers.

13. **Pentru șase alegeri strategice, capitolul formulează opțiunea recomandată (secțiunea 7).** Domeniul schiabil: modernizarea fără extindere ca bază pentru 2027–2031, extinderea spre Râșnov sau legarea prin instalații cu Predealul, ca proiecte metropolitane de termen lung, condiționate de un studiu de fezabilitate, și accesibilizarea Postăvarului în orice variantă. Accesul: fără accese rutiere noi, cu gestiunea fluxurilor și cu redundanța asigurată prin drumul Râșnov și linia 20B. Piața: menținerea nivelului tarifar și creșterea valorii și a numărului de clienți ai unităților conforme prin servicii, prin prelungirea sejurului și prin extrasezon. Consultarea Asociației: instituită prin hotărâre a Consiliului Local și aplicată prin protocol. Drumul Poienii: protocol permanent cu administratorul drumului național, cu preluarea în administrarea municipiului ca variantă condiționată de evaluarea juridică. Centrul de Agrement: funcțiune mixtă, cu operator profesionist. Indicatorii propuși pornesc de la nivelurile de referință calculate în capitol (ocupare, tarif, durata sejurului, vizitare, recomandare, percepția *„scump”*) și adaugă seriile care astăzi lipsesc (înnoptări în stațiune, zile de blocaj, utilizarea parcării de transfer, kilometri de trasee, incidente cu faună, zile de funcționare a instalațiilor pe cablu în sezonul cald, intervenții Salvamont pentru bicicliști, weekenduri tematice, comercianți conformi, servicii comune ale operatorilor, pachete comune, participarea operatorilor la Asociație).

Legătura cu Volumul I. Capitolul corespunde Politicii 3, *„Poiana Brașov, stațiune premium”*, din Volumul I al strategiei (secțiunea 3.3).

Convenția de coduri: în raport, direcțiile capitolelor P3 și P5 primesc prefixul capitolului (P3·D1, P5·D1), iar scenariile capitolelor apar ca P3·Sc1, P5·Sc1, G·Sc1, C·Sc1 și P1–P2·Sc1, pentru a nu se confunda cu politicile orizontale S1–S6; codurile DMC, DG, DC, P4 și P6 rămân neschimbate. Pentru capitolul de față, direcțiile D1–D7 devin P5·D1–P5·D7, măsurile își păstrează litera (D2-b1 devine

P5·D2-b1), iar scenariile S1–S6 din secțiunea 7 devin P5·Sc1–P5·Sc6.

Obiectivele de dezvoltare servite de direcții: D1, OD4.2 (o experiență fără fricțiuni); D2, OD1.4 (standard premium în Poiana Brașov, în serviciile private și publice); D3, OD2.2 (Poiana pe patru anotimpuri); D4, OD2.2 și OD1.3 (mai mulți vizitatori din segmentele de valoare); D5, OD1.4 și OD3.4 (reguli egale pe piața cazării); D6, OD4.4 (siguranța vizitatorului în oraș și pe munte); D7, OD1.4 și OD5.1 (OMD cu mandat, resurse și parteneri).

Măsurile-cheie și indicatorii capitolului sunt preluați în fișa Politicii 3 din raport și în Anexa 1, planul de implementare.

1. Raționamentul unui capitol distinct

1.1. De ce Poiana Brașov are nevoie de un capitol propriu

Am identificat șase argumente pentru un capitol dedicat stațiunii, integrat în strategia municipiului:

Primul este **argumentul juridic și administrativ**. Poiana Brașov este atestată ca stațiune turistică de interes național prin Hotărârea Guvernului nr. 852/2008, cu modificările ulterioare, și figurează ca atare în lista oficială a stațiunilor atestate[187]. Statutul este, în același timp, un statut al municipiului Brașov, în a cărui unitate administrativ-teritorială stațiunea se află integral. Nu există o autoritate publică a Poienii, nu există un consiliu al stațiunii, nu există un buget al ei. Tot ce se face în domeniul public al stațiunii se face de la Brașov, cu bugetul și cu prioritățile Brașovului. Acesta este, cum vom vedea, atât obstacolul principal, cât și resursa principală a stațiunii.

Al doilea este **argumentul funcțional**. Produsul stațiunii este un sejur într-o stațiune montană: schi, natură, spa și relaxare, sport, conferințe. Produsul orașului este un city break cultural și urban. Cele două produse au clienți, motivații, durate de sejur și sezoane diferite. Subiectul 19 o formulează astfel: *„Turismul de oraș e unul, turismul de Poiană e altul. Ele se completează, aș avea grijă să le structurez diferit. Dar parte din politicile de primire oaspeți le-aș sincroniza”* (Subiect 19) [D]. Datele confirmă diferența: sejurul rezervat prin Booking este de 2,08 nopți în Poiana și de 1,79 în oraș, iar ponderea sejururilor de trei nopți și peste este de 28,5% față de 19,2% [C].

Al treilea este **argumentul cererii**. În cercetarea națională de referință, Poiana Brașov este, dintre cele 25 de obiective și experiențe ale Brașovului testate, cel mai vizitat (88,5% dintre vizitatorii Brașovului) și cel mai cunoscut în rândul celor care nu au vizitat încă orașul (89,0%) [C]. Stațiunea este poarta prin care românii intră, în imaginație, în destinația Brașov, înaintea Pieței Sfatului și a Bisericii Negre.

Al patrulea este **argumentul consultării**. În toate cele trei straturi ale Etapei I, atelierul dedicat stațiunii, atelierele sectoriale și interviurile individuale, Poiana apare ca una dintre cele două sub-destinații critice ale municipiului, alături de Centrul Istoric, pentru care se cere un management dedicat (tema C1 a matricei consolidate: 4 interviuri și 2 ateliere) [C]. Capitolul distinct răspunde unei cereri consemnate în consultare.

[187] Hotărârea Guvernului nr. 852/2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice, cu modificările și completările ulterioare (portalul legislativ: https://legislatie.just.ro); lista oficială a stațiunilor turistice atestate, actualizată la 17 iunie 2026, reprodusă de InfoCons: https://infocons.ro/statiunile-turistice-oficiale-din-romania-in-2026-vezi-daca-destinatia-ta-este-pe-lista-atestata-de-autoritati-infocons-protectia-consumatorilor-te-informeaza/

Al cincilea este **argumentul arhitecturii strategice**. În ierarhia priorităților stabilită de managementul proiectului, P5 desemnează refacerea infrastructurii turistice publice a Poienii (alei, piste de alergare, trasee velo, promenadă) și crearea unui centru efectiv al stațiunii, care astăzi lipsește. ADMI a lucrat cu două perimetre, municipiul și Poiana împreună cu zona metropolitană; stațiunea are, de aceea, în Volumul I, un diagnostic, direcții și opțiuni strategice proprii.

Al șaselea este **argumentul lipsei de date**. Institutul Național de Statistică publică seriile de capacitate, sosiri și înnoptări la nivelul municipiului, în care Poiana este inclusă fără a putea fi separată; seriile Direcției Județene de Statistică sunt la nivel de județ și de tip de structură[188]. Nu există, prin urmare, date oficiale despre numărul turiștilor cazați în stațiune, durata sejurului sau tarifele practicate. Un investitor hotelier din stațiune a spus același lucru în presa economică: nimeni nu urmărește câți dintre turiștii Brașovului au stat efectiv în Poiana[189]. Conceptul de turism din 2023 consemna aceeași lipsă a unui sistem coordonat de date statistice pentru stațiune (secțiunea 2.7) [D]. Capitolul reconstruiește, de aceea, profilul cantitativ al stațiunii din surse alternative și propune o statistică dedicată.

1.2. Axioma integrării: de ce stațiunea nu poate funcționa decât împreună cu Brașovul

Integrarea stațiunii cu orașul este pusă în discuție în consultare din ambele părți: din stațiune, prin cererea de autonomie (*„un punct administrativ separat”*), din oraș, prin tendința de a trata Poiana ca pe un cartier scump. Am identificat cinci legături structurale între stațiune și oraș, fiecare cu o consecință pentru strategie:

Accesul. Stațiunea are două căi rutiere, drumul Brașov–Poiana și drumul Râșnov–Poiana, iar drumul Poienii are statut de drum național. Orice decizie de restricționare a traficului depinde de Comisia de circulație și de Poliția Rutieră, nu de o autoritate a stațiunii (Subiect 15) [D]. Aeroportul Internațional Brașov-Ghimbav, gara, parcarea de transfer din Bartolomeu și cea din Poiana Mică sunt infrastructuri ale municipiului sau ale județului. Consecința: mobilitatea stațiunii se planifică împreună cu mobilitatea orașului (P1), nu separat.

Cererea. Vizitatorul fidel al Poienii este și vizitatorul fidel al Brașovului: dintre cei care au fost în Poiana de mai multe ori, 22,3% vin în Brașov de câteva ori pe an, față de 9,5% dintre ceilalți vizitatori ai orașului [C]. În lipsa unei oferte de seară în stațiune, o parte dintre turiștii cazați în Poiana coboară în oraș pentru masă și divertisment (*„se întoarce în Brașov”*, Subiect 18; *„stai mai bine în oraș decât în Poiană”*, Subiect 19), iar brașovenii urcă tot mai mult pentru schi, plimbare și spa (*„brașovenii au început să consume tot mai mult din serviciile din Poiană”*, atelierul 01) [D]. Consecința: orașul și stațiunea își dau reciproc motivul pentru noaptea a doua și a treia; strategia le tratează ca pe două etape ale aceluiași sejur.

Guvernanța. OMD Brașov are printre membrii fondatori atât Primăria Municipiului Brașov (45% din voturi), cât și asociația operatorilor din Poiana, alături de organizația hotelierilor, Breasla Cârciumarilor Brașoveni și asociația de schi-sport cu sediul în stațiune (atelierul 12) [D]. Taxa specială

[188] Institutul Național de Statistică, TEMPO Online, matricele TUR101C (capacitate), TUR104H (sosiri) și TUR105E (înnoptări), municipiul Brașov: http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/ ; Direcția Județeană de Statistică Brașov, seria „Turiști cazați 2005–2023” (nivel județean, pe tipuri de structuri): https://brasov.insse.ro/wp-content/uploads/2025/05/03.Turisti-cazati-2005-2023.pdf

[189] Bursa, 29 ianuarie 2024, interviu cu un investitor hotelier din Poiana Brașov („Poiana Brașov is a tourist resort, not a neighborhood of Brașov”): https://www.bursa.ro/stefan-timt-entrepreneur-poiana-brasov-is-a-tourist-resort-not-a-neighborhood-of-brasov-and-that-is-why-it-must-be-promoted-46357157

pentru promovarea turistică, 7 lei pe noapte pentru promovare turistică și 5 lei pentru Salvamont, adoptată de Consiliul Local în decembrie 2025, se colectează la nivelul municipiului[190]; reinvestirea ei în stațiune este una dintre cele mai larg susținute cereri ale operatorilor (tema C35, 6 ateliere) [C/D]. Consecința: instrumentele de guvernanță ale stațiunii se construiesc în interiorul OMD și al bugetului municipal, nu în afara lor.

Brandul. În asocierile spontane ale românilor cu Brașovul, Poiana apare la 14,1% dintre vizitatori, iar familia *„schi, iarnă, zăpadă”* adună alte 112 de mențiuni: stațiunea este o parte a mărcii Brașov, nu o marcă concurentă [C]. Reciproc, 1,6% dintre călătorii naționali numesc Poiana drept destinație concurentă a Brașovului, o percepție minoritară, dar reală, de produs separat [C]. Consecința: comunicarea stațiunii se face sub brandul destinației, cu sub-marca stațiunii, nu invers.

Complementaritatea. Ce lipsește stațiunii (centru, viață de seară, gastronomie urbană, cultură) există în oraș, la cincisprezece minute. Ce lipsește orașului (natură imediată, sport, spa și relaxare, capacitate de conferințe, aer de munte) există în stațiune. *„Este singura stațiune din România unde poți fi în mijlocul naturii, pe pârtie, și în 15 minute să fii în centrul istoric al unui oraș medieval sau la un aeroport internațional”* (atelierul 01) [D]. Consecința: produsul destinației se vinde ca un sistem (oraș plus stațiune), iar fiecare componentă își asumă ce face mai bine.

Concluzia operațională: strategia stațiunii este strategia unei sub-destinații a Brașovului, în care operatorii, reuniți într-o asociație reprezentativă, sunt consultant și partener al administrației publice locale și al OMD, membru consultativ în dezvoltarea stațiunii, și construiesc împreună experiența comună a stațiunii. Consultarea a cerut un management dedicat pentru ambele sub-destinații critice ale municipiului, Centrul Istoric și Poiana (Subiecții 1, 6 și 8) [D]; capitolul răspunde acestei cereri prin vizibilitatea cheltuielilor pentru stațiune în programele municipiului și prin consultarea sistematică a operatorilor, nu printr-o structură nouă de administrare [I]. Secțiunea 3.4 arată cum se traduce integrarea în mecanisme concrete.

1.3. Premisa: dezvoltare locală și criteriile de evaluare

Din perspectiva dezvoltării locale, stațiunea se evaluează după șase criterii, care revin în direcțiile din secțiunea 4.

Primul este **valoarea reținută în destinație**: dacă stațiunea produce sejururi mai lungi, clientelă cu cheltuială mai mare și venituri care rămân la operatorii locali, la bugetul municipal și la forța de muncă autohtonă, pe care operatorii o invocă explicit ca sursă a prețului ridicat (*„punem calitatea mărfii, calitatea oamenilor, încercăm pe cât posibil să lucrăm cu forță de muncă autohtonă”*, Subiect 8) [D].

Al doilea este **domeniul public la standardul domeniului privat**: dacă spațiul stațiunii (alei, centru, iluminat, trasee, peisagistică) este la nivelul hotelurilor care îl înconjoară. Este criteriul pe care consultarea îl numește cel mai des și cel care dă conținut priorității P5.

Al treilea este **accesul brașovenilor**: dacă stațiunea este folosibilă de locuitorii orașului ca spațiu de agrement, fără mașină și fără cost prohibitiv, în fiecare weekend al anului. Principiul transversal al strategiei, locuitorul pe primul loc, se aplică în stațiune în forma aceasta.

[190]Taxa specială pentru promovarea turistică, 7 lei (promovare turistică) și 5 lei (Salvamont) pe turist și noapte, Consiliul Local Brașov, 22 decembrie 2025: https://www.profit.ro/stiri/social/ultima-ora-taxa-pe-zi-majorata-puternic-pentru-turisti-in-brasov-si-poiana-brasov-22283033 ; https://newsbv.ro/taxe-sejururi-brasov-majorare/

Al patrulea este **sezonalitatea**: dacă produsul umple cele două perioade de extrasezon (martie–mai și septembrie–noiembrie), în care ocuparea stațiunii cade la 27–30% [C], fără să dilueze poziționarea.

Al cincilea este **identitatea fără kitsch**: dacă ceea ce vede turistul la sosire, în parcarea de sub teleferic, pe alei, în comerț, exprimă o stațiune de munte de standard sau o banalizează. Criteriul corespunde politicii orizontale S5 a Volumului I, identitate fără kitsch și brand.

Al șaselea este **experiența stațiunii ca întreg**: dacă turistul găsește în Poiana servicii pe care operatorii le oferă împreună (activități organizate, transport intern, program de seară, informare la sosire, pachete, un card al stațiunii) sau numai ofertele separate ale fiecărei unități. Criteriul măsoară cooperarea operatorilor, tratată în direcția D7.

1.4. Surse, metodă, limite

Capitolul triangulează cinci categorii de surse. Prima este cercetarea națională de referință a proiectului, din care se folosesc bateria celor 25 de obiective ale Brașovului (vizitare la vizitatori, notorietate la nevizitatori), întrebările deschise (asocieri spontane, ce place, ce lipsește, destinații concurente) și profilul socio-demografic și comportamental al vizitatorilor; toate procentele sunt ponderate. A doua sunt datele secundare: seriile INS TEMPO pentru municipiul Brașov (capacitate, sosiri, înnoptări), datele platformelor de închiriere pe termen scurt pentru Brașov și Poiana Brașov (inventar, ocupare, tarif, venituri, lunar, din august 2023 până în august 2026), analiza celor 47.513 de recenzii online ale destinației (5.766 pentru Poiana) și analiza duratei sejurului din recenziile Booking. A treia este consultarea Etapei I: atelierul 01, dedicat stațiunii, celelalte 11 ateliere și masa rotundă a arhitecților, cele 22 de interviuri individuale, prelucrate în două matrice tematice cu valență (atuuri, probleme, propuneri). A patra este documentele de planificare externe care privesc stațiunea, în primul rând Planul Strategic de Acțiune HINGE al Consiliului Județean Brașov[191]. A cincea categorie cuprinde două surse anterioare consultării care privesc și stațiunea: conceptul de turism al municipiului din 2023[192] și cercetarea doctorală despre geografia simbolică a Brașovului[193].

Am identificat trei limite ale analizei:

- lipsa statisticii oficiale pentru stațiune: singurele serii lunare specifice Poienii sunt cele ale platformelor de închiriere pe termen scurt, care acoperă numai acest segment (77–101 de anunțuri active pe lună în 2026), adică o fracțiune mică a capacității stațiunii, dominată de hoteluri; capitolul le folosește ca semnal de sezonalitate și de poziționare tarifară, nu ca măsură a volumului;
- cercetarea națională măsoară percepția și comportamentul românilor, nu ale turiștilor străini, pentru care sursa rămâne analiza recenziilor online;
- consultarea a avut un atelier dedicat stațiunii, cu 18 participanți din industria ei, și o serie de interviuri în care Poiana a fost temă principală pentru cel puțin opt subiecți; opinia brașovenilor

[191]Consiliul Județean Brașov (cu Civitta), „Planul Strategic de Acțiune HINGE" (finanțat prin Inițiativa Europeană pentru Climă, EUKI), decembrie 2023, Acțiunea 1: linia 20B Poiana Brașov–Râșnov cu remorcă pentru biciclete.

[192]Detente Consultants și Asociația de Ecoturism din România, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri", 2023, proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului", cod SIPOCA 1043 / MySMIS2014+ 151424, Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; documentul nu este publicat online.

[193]Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului", teză de doctorat, SNSPA; articolul autoarei despre geografia simbolică a Brașovului în mediul online: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10

care nu mai urcă în Poiana apare în consultare, dar nu a fost măsurată cantitativ, ceea ce chestionarul pentru rezidenți propus în capitolul G ar trebui să corecteze.

Cele două surse anterioare consultării au statut metodologic diferit.

Cercetarea doctorală despre geografia simbolică a Brașovului este o cercetare sociologică documentată, cu metodă descrisă: analiză de date secundare, o anchetă sociologică în rândul locuitorilor, cu date ponderate după structura populației orașului, și interviuri în profunzime cu 17 interlocutori din mediul politic, antreprenorial, nonguvernamental și din presă. Capitolul îi preia constatările despre locul Poienii în imaginea orașului (secțiunea 2.2) și câteva mărturii ale interlocutorilor ei, atribuite cercetării doctorale.

Conceptul de turism din 2023 a fost elaborat de Detente Consultants și de Asociația de Ecoturism din România, în proiectul SIPOCA 1043 al municipiului, pe baza a patru grupuri de lucru, dintre care unul dedicat stațiunii, reunit la 17 martie 2023. Potrivit documentului, informațiile primite în grupurile de lucru *„au fost analizate prin perspectiva experienței profesionale și observațiile directe ale autorilor acestui document”* (Conceptul). Documentul nu descrie componența grupurilor, desfășurarea discuțiilor, modul de consemnare și de analiză a intervențiilor sau criteriile după care au fost reținute problemele și propunerile, astfel încât drumul de la discuție la concluzie nu poate fi reconstituit. Capitolul îl folosește, de aceea, ca sursă de informații secundare, nu ca cercetare socio-antropologică documentată după standardele metodologice acceptate de profesioniști. Constatările lui sunt atribuite explicit documentului, sunt confruntate cu datele și cu consultarea din 2026 și servesc drept argument suplimentar acolo unde converg cu acestea (secțiunea 2.7).

2. Diagnostic

2.1. Stațiunea în cererea națională: cel mai vizitat și cel mai cunoscut obiectiv al Brașovului

Cercetarea națională de referință măsoară locul pe care Poiana Brașov îl ocupă în mintea călătorului român, independent de ce spun despre ea operatorii și administrația.

Vizitarea. Dintre cele 25 de obiective și experiențe ale Brașovului testate, Poiana Brașov are cea mai mare rată de vizitare în rândul celor care au vizitat orașul: 88,5% au fost acolo cel puțin o dată, 63,0% de mai multe ori, 25,5% o singură dată; alți 9,4% o cunosc fără să o fi vizitat și doar 2,1% nu au auzit de ea [C]. Piața Sfatului (84,2%), Biserica Neagră (83,9%), Cetatea Brașovului (73,1%), Muntele Tâmpa (72,3%) și Strada Sforii (63,2%) vin după ea.

Tabelul 1. Vizitarea principalelor obiective ale Brașovului de către vizitatorii destinației (II.3)

Obiectiv sau experiență	Vizitat de mai multe ori	Vizitat o dată	Total vizitat	Cunoscut, nevizitat	Nu cunoaște
Poiana Brașov	63,0%	25,5%	88,5%	9,4%	2,1%
Piața Sfatului	60,2%	24,0%	84,2%	9,3%	6,5%
Biserica Neagră	48,5%	35,4%	83,9%	11,1%	5,0%
Cetatea Brașovului	33,7%	39,4%	73,1%	20,5%	6,4%
Muntele Tâmpa	39,2%	33,1%	72,3%	20,4%	7,3%
Strada Sforii	34,0%	29,2%	63,2%	18,0%	18,8%
Turnul Negru	18,7%	36,8%	55,5%	25,6%	18,9%

Sursa: cercetarea națională de referință, vizitatorii Brașovului, procente ponderate. [C]

Notorietatea la nevizitatori. În rândul românilor care nu au vizitat niciodată Brașovul, Poiana Brașov este obiectivul cel mai cunoscut: 89,0%, față de 79,4% pentru Biserica Neagră, 74,7% pentru Piața Sfatului, 73,7% pentru Tâmpa și 72,6% pentru Cetate; bisericile fortificate din jurul orașului au 45,3% [C]. Pentru publicul care nu a ajuns încă în destinație, Poiana este prima imagine a Brașovului. Este un activ de notorietate pe care niciun alt element al destinației nu îl egalează și pe care strategia nu l-a numit până acum ca atare.

Profilul vizitatorului fidel. Cei 63,0% care au vizitat Poiana de mai multe ori, comparați cu ceilalți vizitatori ai Brașovului, descriu un nucleu de clientelă matură, cu venituri peste medie și cu o loialitate ridicată față de destinație [C]:

- vârstă: 32,5% au 60 de ani și peste (față de 17,5% la ceilalți), 21,3% au 50–59 de ani (față de 12,8%); doar 10,1% au 18–29 de ani (față de 29,5%);
- venit: 27,3% declară venituri lunare nete ale gospodăriei de 7.000–9.999 de lei (față de 18,5%) și 6,5% peste 15.000 de lei (față de 3,7%);
- frecvență: 22,3% vin în Brașov de câteva ori pe an (față de 9,5%) și 33,5% cel puțin o dată pe an (față de 23,3%);
- satisfacție și recomandare: 54,8% descriu ultima experiență cu Brașovul ca *„total agreabilă”* (față de 41,3%), iar 82,0% ar recomanda *„sigur”* destinația (față de 65,4%);
- proveniență: mai mulți din București și Ilfov (14,9% față de 10,5%), din Argeș, Dâmbovița și Prahova (12,3% față de 9,2%), din Bacău, Neamț, Galați și Vrancea (11,2% față de 7,9%) și din Brașov și Sibiu (8,0% față de 4,1%);
- comportament montan: 28,9% practică turismul montan atât în minivacanțe, cât și în concediul principal (față de 21,8%).

Pe scalele de evaluare a destinației Brașov (1–7), vizitatorii fideli ai Poienii dau scoruri mai mari pe *„plină de viață”* (5,77 față de 5,31), *„interesantă”* (5,71 față de 5,21), *„relaxantă”* (5,61 față de 5,10) și *„plăcută”* (5,95 față de 5,51), dar nu și pe *„exclusivistă”* (4,35 față de 4,45). Pe această ultimă dimensiune, media tuturor vizitatorilor este 4,38, cu o distribuție în două blocuri: 25,2% dau scorul maxim, 18,6% scorul minim [C]. Percepția de exclusivitate a destinației este, deci, polarizată, nu consensuală: poziționarea premium a stațiunii nu poate fi presupusă ca dată; trebuie construită și comunicată [I].

Pentru strategie rezultă trei concluzii [I]. Poiana are un capital de notorietate și de vizitare superior oricărui alt activ al destinației. Nucleul ei de clientelă fidelă este matur, solvabil și dispus să recomande; el nu trebuie pierdut în favoarea unei întineriri forțate a publicului, ci completat cu segmente noi (familii cu copii, sportivi, conferințe). Iar exclusivitatea nu este un atribut de care publicul este convins; este un atribut pe care stațiunea trebuie să îl merite.

2.2. Imaginea spontană: Poiana în imaginea Brașovului

Întrebați ce le vine în minte când aud *„Brașov”*, 11,1% dintre călătorii români și 14,1% dintre vizitatorii Brașovului numesc Poiana Brașov. Între cele 3.556 de asocieri brute codificate, familia *„Poiana”* adună 159 de mențiuni, după *„munte”* (381), *„Biserica Neagră”* (254), *„frumos”* (214), *„istorie, medieval”* (203) și *„centru, Piața Sfatului”* (187), și înaintea *„aerului curat”* (114), a *„schiului, iernii, zăpezii”* (112), a

„Tâmpei” (90) și a *„naturii”* (83) [C]. Imaginea Brașovului rămâne organizată de munte, de monumentul-emblemă și de centrul istoric; Poiana este un constituent important al ei, nu dominant.

La întrebarea *„ce vă place cel mai mult la Brașov”*, 12,2% dintre vizitatori numesc Poiana. La întrebarea *„ce lipsește Brașovului”*, stațiunea apare în 0,4% dintre răspunsuri, patru mențiuni în total, de tipul *„mai multe telecabine și încă un mod de a ajunge în Poiană”* și *„mai multe activități în Poiana Brașov”* [C]. Absența Poienii din răspunsurile despre lipsuri are două explicații [I]. Pentru publicul național, stațiunea nu este o problemă, ceea ce confirmă forța brandului. În același timp, deficitele diagnosticate de operatori (domeniul public, viața de seară, centrul) nu au ajuns în conștiința cererii, cel mai probabil pentru că vizita tipică a românului în Poiana este de zi sau de weekend, pentru schi sau plimbare, nu de sejur.

Douăzeci și șase de respondenți (1,6% dintre călătorii naționali) numesc Poiana Brașov drept destinație concurentă a Brașovului, într-o listă dominată de Sibiu (225 de mențiuni), Cluj (146), Iași (127), Oradea (94), litoral (85) și Timișoara (79); Sinaia are 44 de mențiuni, Predealul 13 [C]. Pentru acest public, Poiana și Brașovul sunt două destinații între care se alege; strategia urmărește ca ele să fie vizitate succesiv, în același sejur.

Cercetarea doctorală despre geografia simbolică a Brașovului[194] ajunge, pe alte date, la o poziție asemănătoare a stațiunii. Natura, poziția în centrul țării și *„accesul la stațiunea de schi Poiana Brașov sau la traseele montane”* sunt, alături de centrul istoric, *„principalele atracții pentru turiștii care vizitează Brașovul și reprezintă puncte foarte bine definite ale geografiei simbolice a Brașovului”*; autoarea consemnează că aproape toate aspectele pozitive ale orașului despre care i-au vorbit oamenii *„țineau de poziționarea geografică a orașului, de faptul că este între munți și că este aproape de Poiana Brașov, în care mai ales iarna este foarte frumos”* (teza) [C]. Întrebați care sunt simbolurile orașului, cei mai mulți interlocutori ai cercetării numesc centrul istoric, Piața Sfatului, Biserica Neagră și Tâmpa [D]. Poiana apare în interviuri ca loc în care brașovenii își duc vizitatorii (*„îi mai duc în Poiană dar nu la restaurante”*; *„În Poiană îi duc în Postăvaru”*) și ca imagine a Brașovului pentru publicul din afară: *„sunt foarte mulți străini care când vorbești de Brașov fac referire la Poiana Brașov”* (interlocutori ai cercetării doctorale) [D]. Pentru locuitori, stațiunea este o resursă a orașului, mai mult decât un simbol al lui; pentru publicul din afară, este una dintre imaginile prin care Brașovul este cunoscut, ceea ce concordă cu notorietatea măsurată în cercetarea națională (secțiunea 2.1) [I]. Teza consemnează și limita acestei imagini: orașul este asociat cu *„centru frumos, mai știe lumea de Poiana Brașov, Tâmpa […] și cam atât pentru că aia ai promovat”* (interlocutor al cercetării doctorale) [D], iar pentru a-și păstra atractivitatea *„are nevoie ca mai multe elemente să fie create și adăugate acestei hărți”* (teza) [C]. Pentru stațiune, una dintre aceste adăugiri este chiar centrul ei (D2-b) [I].

2.3. Experiența consumată: ce spun recenziile și durata sejurului

Din cele 47.513 de recenzii online analizate pentru destinație, 5.766 privesc Poiana Brașov: 5.000 pe Booking, 418 pe TripAdvisor, 348 pe Google [C]. Recenziile conduc la trei constatări.

Poiana este descrisă mai ales prin experiențele pe care le oferă, mai puțin ca peisaj. În cele 406 de recenzii relevante de pe Google și TripAdvisor (restaurante, școli de schi, obiective; fără tururi), asocierile cele mai frecvente sunt serviciile prietenoase (30,0%), iarna, zăpada și schiul (27,6%),

[194] Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA; articolul autoarei despre geografia simbolică a Brașovului în mediul online: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10

„tradițional, românesc, rustic” (22,9%), frumusețea locului (21,2%), atmosfera (18,7%), muntele și natura (17,0%), familia, copiii și începătorii (16,0%); intenția de revenire apare în 12,8%, programul de după schi în 12,6%, percepția *„scump”* în 7,6% [C]. Străinii asociază stațiunea mai puternic cu iarna (31,6% față de 20,0% la români) și cu familia (20,3% față de 9,3%); românii, cu revenirea (13,3% față de 7,5%) și cu prețul (9,3% față de 6,0%) [C]. Raportul de analiză a destinației formulează concluzia care contează pentru strategie: Poiana *„rămâne puternic dependentă perceptual de iarnă”*; produsul de vară *„este mult mai puțin prezent spontan în discursul turiștilor”*.

Sejurul este mai lung decât în oraș, dar lung în vacanțe, nu în extrasezon. Durata medie a sejurului rezervat prin Booking este de 2,08 nopți în Poiana față de 1,79 în Brașov; 28,5% dintre sejururi au cel puțin trei nopți (față de 19,2%) și 4,7% cel puțin cinci (față de 2,7%) [C]. Străinii stau mai mult decât românii (2,38 față de 1,97 nopți; 36,0% față de 25,5% sejururi de trei nopți și peste). Piața israeliană, una dintre cele mai importante piețe externe ale stațiunii în recenziile analizate (250 de recenzii), are 3,14 nopți în medie, 54,8% sejururi de trei nopți și peste și 18,0% de cinci și peste [C]. Lunar, sejururile cele mai lungi se înregistrează în februarie (2,52 nopți; 40,8% de trei nopți și peste), iulie (2,39) și august (2,22), adică în vacanțele școlare, nu în extrasezonul conferințelor [C].

Valoarea se produce în interiorul hotelului. Ce reține turiștii care stau mult în Poiana este personalul (31,0% dintre mențiunile pozitive ale sejururilor de trei nopți și peste), mâncarea (16,9%), spa-ul (16,6%), facilitățile (7,1%) și adecvarea pentru familie (4,8%) [C]. Nicio categorie de spațiu public (promenadă, centru, alei, iluminat) nu apare în acest tablou, pentru că aceste elemente lipsesc din stațiune. Constatarea se leagă direct de diagnosticul calitativ: stațiunea este un ansamblu de hoteluri bune într-un spațiu public care nu produce valoare.

2.4. Piața: ce arată datele disponibile

Nivelul municipiului. În 2025, structurile de primire turistică ale municipiului Brașov au înregistrat 715.064 de sosiri și 1.318.726 de înnoptări, la o capacitate medie în funcțiune de 10.885 de locuri pe zi, cu un indice de utilizare netă de 33,2% și o durată medie a sejurului de 1,84 nopți [C]. Sezonul de iarnă (decembrie–februarie) însumează, în medie pe 2022–2025, 329.367 de înnoptări, adică 25,8% din an, ceea ce plasează municipiul pe locul al doilea național după București și pe primul loc între destinațiile care nu sunt capitală [C]. Capacitatea existentă cuprinde 57 de hoteluri cu 7.344 de locuri, 138 de unități de tip apartamente și camere de închiriat cu 2.490 de locuri și 73 de pensiuni cu 1.592 de locuri; în 2025, hotelurile au realizat 868.730 de înnoptări, apartamentele 253.301, pensiunile 134.965 [C]. Toate aceste cifre includ Poiana fără a o separa.

Segmentul închirierilor pe termen scurt, singura serie lunară a stațiunii. Inventarul activ de anunțuri din Poiana a crescut de la 58 (august 2023) la 70 (august 2024) și 84 (august 2025), apoi a scăzut la 77 în august 2026 (−8,3%); în Brașov, creșterea a continuat: 1.701, 1.980, 2.135, 2.218 [C]. Stațiunea reprezintă circa 3,5% din inventarul segmentului în destinație, dar cu o poziționare tarifară de alt ordin.

Tabelul 2. Segmentul închirierilor pe termen scurt: Poiana Brașov față de Brașov, 2024–2025 (II.3)

Indicator	Poiana 2024	Poiana 2025	Brașov 2024	Brașov 2025
Ocupare medie lunară (media aritmetică a lunilor)	39,4%	37,3%	51,3%	49,6%
Ocupare iarnă (decembrie–februarie)	50,3%	51,0%	48,4%	49,6%

Indicator	Poiana 2024	Poiana 2025	Brașov 2024	Brașov 2025
Ocupare vară (iunie–august)	48,1%	44,7%	62,0%	58,2%
Ocupare în extrasezon (martie–mai, septembrie–noiembrie)	29,6%	26,8%	47,3%	45,2%
Tarif mediu zilnic (lei, media lunilor)	688	715	316	319
Raport tarif Poiana / Brașov	2,18×	2,24×	-	-
Venit pe unitate disponibilă (ocupare × tarif, lei)	276	278	163	159
Venituri (milioane lei)	6,95	8,75 (+26,0%)	109,5	117,4 (+7,2%)
Camere-nopți vândute	9.752	11.582 (+18,8%)	343.840	363.748 (+5,8%)

Sursa: datele platformelor de închiriere pe termen scurt pentru perimetrele Brașov și Poiana Brașov; mediile sezoniere și venitul pe unitate sunt calcule ale echipei de proiect din valorile lunare. [C]

Tabelul 3. Ocuparea lunară a segmentului închirierilor pe termen scurt din Poiana Brașov, 2024–2026 (II.3)

Luna	2024	2025	2026
Ianuarie	41,3%	52,0%	54,7%
Februarie	58,8%	63,4%	63,0%
Martie	20,1%	20,7%	13,4%
Aprilie	16,8%	27,4%	15,7%
Mai	30,8%	18,7%	26,0%
Iunie	39,4%	36,0%	35,3%
Iulie	45,5%	43,1%	43,7%
August	59,5%	55,0%	50,0%
Septembrie	31,5%	26,8%	-
Octombrie	42,3%	38,2%	-
Noiembrie	35,9%	28,9%	-
Decembrie	51,0%	37,5%	-

Sursa: datele platformelor de închiriere pe termen scurt, perimetrul Poiana Brașov. [C]

Seriile arată trei tendințe [C]. Tariful mediu din Poiana este de aproximativ 2,2 ori cel din oraș, iar venitul pe unitate disponibilă cu 70–75% mai mare: stațiunea este premium în sens economic. Prima tarifară este plătită cu o ocupare structural mai mică: 37–39% în medie anuală față de 50–51% în oraș, iar în extrasezon 27–30% față de 45–47%; în martie 2026, ocuparea a fost de 13,4%. Anul 2026 marchează o inflexiune: la opt luni, ocuparea medie a scăzut la 37,7% (față de 39,5% în aceeași perioadă din 2025), tariful mediu la 667 de lei (față de 710 de lei, −6,1%), veniturile la 5,38 milioane lei (−13,8%) și camerele-nopți la 7.563 (−7,5%), în timp ce în Brașov ocuparea și tariful au crescut (50,2% față de 49,1%; 342 de lei față de 315 de lei). Datele sugerează [I] că segmentul a atins un plafon de preț în 2025 și a început să îl corecteze în 2026, dinamică descrisă și de Subiectul 8: *„am ajuns pe un plafon de ofertare”* (Subiect 8) [D]. Cum hotelurile reprezintă cea mai mare parte a capacității stațiunii, seriile trebuie citite ca semnal de piață, nu ca bilanț.

Sinteza cantitativă [I]. Datele descriu o stațiune cu brand național de primă mărime, cu prețuri premium și cu sejururi mai lungi decât orașul, dar cu o cerere concentrată în două vârfuri (iarna și vacanța de vară), cu ocupare scăzută și în scădere în 2026, și cu o valoare percepută produsă aproape exclusiv în interiorul unităților de cazare. Diagnosticul strategiei, *„volum fără valoare”*, se citește în

Poiana invers față de oraș: aici este valoare fără volum, concentrată în câteva luni și în câteva hoteluri. Pentru stațiune, scopul strategiei, creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști, înseamnă mai mulți clienți pentru unitățile conforme, nu mai multe paturi. Ocuparea crește prin sejururi mai lungi, prin extrasezon și prin zilele lucrătoare, prin vizitatorii de o zi care rămân peste noapte și prin intrarea în evidență a cazărilor neînregistrate, iar numărul turiștilor crește sustenabil, în limitele capacității de primire a stațiunii [I].

2.5. Vocea stakeholderilor: statistica tematică

Consultarea Etapei I a produs pentru Poiana Brașov cel mai coerent diagnostic calitativ din întreaga serie. Matricele tematice cu valență înregistrează stațiunea în 15 teme distincte, cărora li se adaugă trei teme transversale cu incidență directă asupra ei (ursul, traficul, mobilitatea). Tabelul 4 le prezintă cu frecvența lor; Anexa A dă detaliul pe surse.

Tabelul 4. Temele consultării care privesc Poiana Brașov, pe valență (II.3)

Cod	Tema	Interviuri	Ateliere
A11	Poiana ca activ al Brașovului	6	2
A25	Memoria organizării de tip ONT și cooperarea maturizată	3	3
A31	Stațiune compactă, fără zonă rezidențială	0	1
B13	Poiana deficitară: „loc de cazare scump”, „ce faci de la 17 la 22”	9 (10 subiecți)	5
B14	Nesustenabilitatea climatică a schiului	2	3
B26	Supraaglomerarea centrului și a Poienii	9	6
B57	Ruptura Poiana–Brașov	0	3
C1	Management dedicat al sub-destinațiilor	4	2
C14	Stațiune pentru patru anotimpuri; extinderea schiului; instalații; hoteluri de cinci stele; „modul de vacanță”	10 (11 subiecți)	4
C24	Agrement cu apă, inclusiv lacul din Poiana Mică	4	1
C25	Standardizare și brand unitar de stațiune	3	0
C28	Siguranță montană	3	1
C33	Poziționare premium	0	4
C34	Reglementare urbanistică strictă	0	6
C35	Colectarea și reinvestirea taxei de stațiune	0	6
B6	Ursul și fauna (transversal)	12	-
B10	Traficul (transversal)	14	-
C6	Mobilitatea (transversal)	15	-

Sursa: matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere) și matricea de screening cu valență a interviurilor. Unitatea de numărare pentru ateliere este atelierul, nu vorbitorul. [C]

Din tabel rezultă două observații. Întâi, temele *„pozitive”* ale stațiunii (A11, A25, A31) sunt puține și slab reprezentate în raport cu problemele (B13, B26) și cu propunerile (C14): consultarea nu contestă valoarea Poienii, o ia ca dată, și vorbește aproape numai despre ce îi lipsește. În al doilea rând, patru teme apar exclusiv în ateliere, adică în discuția de grup a operatorilor, nu în interviurile individuale: ruptura Poiana–Brașov, poziționarea premium, reglementarea urbanistică strictă și reinvestirea taxei. Sunt teme de grup, de identitate colectivă a stațiunii, și ele dau conținut secțiunii dedicate asociației operatorilor.

2.6. Unsprezece constatări ale consultării

2.6.1. Ce face Poiana să fie Poiana: natura, standardul, apropierea

Atelierul 01, cu 18 participanți din industria stațiunii, a răspuns la întrebarea *„ce face Poiana Brașov să fie Poiana Brașov”* cu un consens pe trei valori: natura și cadrul natural (Postăvaru, pădurea, aerul, mediul protejat), ospitalitatea premium și calitatea serviciilor, apropierea de oraș și de aeroport, la care participanții au adăugat tradiția pionieratului în schiul românesc și diversitatea ofertei: *„nu este doar All-Season, ci este și All-Clients”* (atelierul 01) [D]. Natura a fost pusă pe primul loc fără discuție:

> *„Cadrul natural este protejat și trebuie să rămână valoarea numărul 1. Dacă distrugem pădurea și cadrul natural, Poiana își pierde identitatea.”* (atelierul 01) [D]

Din interiorul industriei hoteliere, identitatea stațiunii este definită prin două elemente. *„Unul din elementele de identitate este standardul”*, menținut de operatorii mari, majoritari, și în anii de criză; celălalt este faptul că *„ești înconjurat de natură și natura este parte din ofertă, orice ai face”* (Subiect 8) [D]. Domeniul schiabil este descris ca *„cel mai frumos din România”*, cu circa 26 km de pârtii, *„nici mulți, nici puțini”* (Subiect 15), cu avantajul protecției la vânt (Subiect 7) și cu o funcționare mai sigură și pe mai multe zile decât în Valea Prahovei (Subiect 6) [D]. Sezonul 2021–2022 s-a încheiat cu un record de peste două milioane de treceri prin turnichete, obținut cu 400.000 de metri cubi de zăpadă artificială[195].

Un atu formulat numai în atelierul 01, dar cu valoare strategică mare, este compactitatea:

> *„Este stațiunea cu cea mai puțină zonă rezidențială din țară! Este aproape zero! Aproape 100% e stațiune dedicată turismului! Deci nu găsești blocuri, nu găsești un cartier de blocuri ca în alte părți. Asta trebuie să salvăm noi! Destinație fără blocuri de apartamente!”* (atelierul 01) [D]

2.6.2. Standard privat ridicat, domeniu public în urmă

Nucleul diagnosticului este raportul dintre ce au făcut operatorii și ce nu a făcut administrația. Subiectul 6 descrie situația astfel:

> *„Investițiile sunt private și la un standard destul de înalt, dar tot ce se întâmplă lângă nu e corespunzător unei destinații turistice care pretinde a fi și o destinație premium, nedeclarată, dar până la urmă dacă avem preponderent hoteluri de 4 stele, nu este o destinație low cost. [...] Nu ai o promenadă, nu ai o bancă, nu ai un iluminat corespunzător, nu ai o floare, deci aspectul este extrem de... lasă de dorit.”* (Subiect 6) [D]

Același subiect leagă starea domeniului public de imposibilitatea de a promova: *„nu poți să plătești camera acolo cât e și să ai peisajul pe care-l ai”*; *„când faci reclamă, trebuie să vii cu un pachet real, ca atunci când omul ajunge, zice: «Da, băi, chiar este o destinație premium». Dar dacă te duci în stânga, în dreapta, te sperii!”* (Subiect 6) [D]. Subiectul 18 ajunge la aceeași concluzie: *„dacă Brașovul arată bine, în Poiană încă mai e de lucru la zona de infrastructură”*, *„la cum arată trotuarele, la cum arată străzile, la cum arată signalistica, la cum arată anumite spații verzi”*; *„Poiana trebuie să arate impecabil. Pentru că atunci ai justificarea de ce este o stațiune scumpă. [...] dacă tot ne lăudăm noi că este un Courchevel al României, păi fă-o să fie Courchevel. Că nu e astăzi”* (Subiect 18) [D].

[195] Profit.ro, 9 mai 2022, sezonul de schi 2021–2022 în Poiana Brașov (2.022.377 de treceri, 400.000 mc de zăpadă artificială, zece tunuri mobile bugetate): https://profit.ro/profitul-tau/sport/domeniul-schiabil-din-poiana-brasov-va-redeveni-cel-mai-mare-din-tara-20700074

Subiecții 19–20 sunt mai critici:

> *„Poiana astăzi oferă doar spații de cazare, atât. Și nu numai că oferă doar spații de cazare, cei care oferă spații de cazare sunt extraordinar de individualiști și nu există nimic făcut în comun în Poiană, în percepția clientului. [...] Poiana ar putea să fie un loc exclusivist, dacă ar oferi și motivații să mergi acolo. Deocamdată este doar un loc de cazare scump."* (Subiect 19) [D]

Aceeași sursă notează că *„companiile aleg Poiana după ce se termină locațiile din Sinaia. Pentru că Sinaia este mult mai cochet, mult mai primitor, mult mai bine organizat, numai că nu mai are capacități"* (Subiect 19) [D]. Sinaia este, de altfel, reperul invocat și din interiorul stațiunii: *„Uită-te să vezi cum s-a dezvoltat Sinaia. [...] au schimbat tot peisagistic. Când intri în Sinaia, deja ești în modul ăla de vacanță"* (Subiect 6) [D].

2.6.3. Centrul lipsă și „modul de vacanță"

Stațiunea nu are un centru. Lipsa lui este resimțită din interior ca absență a vieții și ca imposibilitate de a organiza ceva festiv. O participantă la atelierul 01 a descris contrastul dintre oraș și stațiune într-o duminică de decembrie:

> *„Într-o duminică, după ora 18:00, am mers în Brașov pentru cină. Am luat autobuzul și am coborât în Brașov. Când am terminat cu cina, Brașovul frumos, luminat, zumzăit, nu era un loc nicăieri să te așezi la masă [...]. Și ne-am întors în Poiană cu autobuzul: beznă totală! Vorbim de 7 decembrie. Beznă totală în Poiană! Doar câteva lumini aprinse pe strada principală, nimic împodobit. Brașovul plin de viață, iar în Poiană pauză. Discrepanța a fost așa de mare încât m-a apucat o tristețe profundă!"* (atelierul 01) [D]

Răspunsul colegilor din sală a numit cauza: *„Târgul de Crăciun a fost în Brașov, în Poiană n-a fost deloc Târg de Crăciun"*; *„Pentru că stațiunea nu e definită, nu avem un centru clar. Unde punem un brad? Avem aleea asta, dar e plină de chioșcuri. Ne trebuie un pietonal! Un pietonal cu iluminat, cu bănci, de la biserică până în Poiana Mică, legat prin traseul forestier"* (atelierul 01) [D].

„Modul de vacanță" este expresia pe care consultarea a produs-o pentru ceea ce lipsește la sosire. Subiectul 6 o descrie ca pe o stare care trebuie să înceapă la intrarea în stațiune, nu la recepție: *„Trebuie să intri direct! Nu când intri în recepție, nu când... nu! [...] «Uau, am ajuns! Băi, ce mișto e!» Dacă nu ai chestiile astea încă de la bun început, e doar încă o cazare la un hotel, când ești pe-acolo prin Poiană [...] n-ai unde să stai, să admiri nimic, pentru că nu ai! Nu ai o bancă, nu ai un loc"* (Subiect 6) [D]. Și descrie ce ar trebui să simtă turistul: *„mândru că a ajuns în locul ăla: «Băi, am ajuns în Poiana Brașov!»"*; *„să le pară rău că nu mai este încă o zi"* (Subiect 6) [D].

Operatorii recunosc și ei că, în ultimii ani, nu stațiunea, ci hotelurile o fac să fie o destinație: *„Imaginați-vă că anulați toate hotelurile mari, anulați Spa-urile, închideți sălile de conferință. Ce mai rămâne în Poiană?"* (atelierul 01), la care un instructor de schi a răspuns cu legea de bază a turismului: *„turistul este atras de activitatea pe care o face. La mare vine pentru plajă, la munte vine pentru pârtie, pentru drumeție. Cazarea și masa sunt conexe, vin după aceea. Nu poți să pui căruța înaintea boilor!"* (atelierul 01) [D]. Moderatorul a rezumat: participanții văd Poiana *„ca pe un loc relativ lipsit de viață în afara spațiilor hoteliere și în care nu se întâmplă lucrurile în mod coordonat"*, iar sala a confirmat: *„Exact! Nu se întâmplă coordonat"* (atelierul 01) [D].

Studiul din 2013 al domeniului schiabil, reluat în Conceptul de turism din 2023, numea aceeași lipsă: stațiunea nu are *„un centru al stațiunii, un nucleu vital, «inima stațiunii»"*; actualizarea din 2023

constata că lipsa centrului îi împinge pe turiști spre centrul Brașovului, cu autoturismul (Conceptul) [D].

2.6.4. Kitsch-ul: parcarea de sub teleferic, chioșcurile, „bazarul”

Ceea ce turistul vede la sosire în zona cea mai frecventată a stațiunii, baza instalațiilor pe cablu și parcarea de lângă ele, este descris în consultare astfel:

> *„Dacă te plimbi pe acolo și vezi răgăliile alea de... Sunt foarte dur cu Poiana, dar sunt dur pentru că îți zic percepția clientului. Avem bazar în toată regula în Poiană, cum e ăla din Bușteni, cum e ăla din Comarnic, pe dreapta. Very low end. Avem o grămadă de nenorociri pe o pârtie acolo, care arată ca la Târlung, bâlci, Balcani și așa mai departe.”* (Subiect 19) [D]

Același subiect: *„N-aș vrea să mă duc prin Poiană și să văd clădiri dărăpănate. N-aș vrea să mă duc prin Poiană și să văd pajiști întregi cu iarbă de aia așa. Chioșcul ăla îl știu de când eram în liceu, frate. Ce caută acolo, la intrarea în Poiană, un chioșc?”* (Subiect 19) [D]. Subiectul 13 descrie același lucru din perspectiva produsului: *„nu aș vrea ca oamenii să vină doar în Poiana Brașov să mănânce un kurtos și un langoș”* (Subiect 13) [D]. Masa 2 a atelierului 01 a cerut *„păstrarea autenticității și eliminarea comerțului ieftin/kitsch”*, iar moderatorul a pus pierderea autenticității *„cu vânzarea de tot felul de produse kitsch”* între amenințările destinației, *„nu mai zic de Bran”* (atelierul 01) [D]. Subiectul 6 a formulat cel mai simplu motivul pentru care kitsch-ul contează: *„Omul când vede ordine și liniște și că totu-i pus la loc și așa, nu-și permite să fie țăran”* (Subiect 6) [D].

Problema este, prin urmare, una de reguli. Comerțul din parcarea de sub teleferic există pentru că nimic nu îl împiedică și nimic nu îl selectează. Fără reguli de acces, un centru nou al stațiunii ar atrage exact același comerț, în loc nou [I].

2.6.5. Seara: „ce face turistul de la 17 la 22”

Subiectul 18 formulează astfel problema serii:

> *„În Poiană una dintre întrebările-cheie este ce face turistul începând cu ora 16:00. Da? Pentru că lucrurile sunt simple: la 16:00–16:30 s-a terminat ziua de schi. No, și trebuie să ai într-o abordare strategică răspunsul la întrebarea ce face turistul de la ora 17:00 după ce a făcut duș, la ora 22:00. Și, din păcate, răspunsul pe care eu îl găsesc azi în Poiană este că nu face nimic, ba mai mult, se întoarce în Brașov. [...] Și-atuncea e bine că se-ntoarce în Brașov, dar tu mai creezi o zonă de problemă.”* (Subiect 18) [D]

Consultarea indică trei cauze. Zona de divertisment *„este spre zero”*, iar centrul multifuncțional *„mi se pare că este un eșec”* (Subiect 18) [D]. Plimbarea de seară, care ar fi forma naturală de ocupare a acestor ore, este blocată de două lucruri: nu există pe unde (*„nu poți să mergi pe jos”*, Subiect 6) și nu este sigură (*„ursul iese la 9:00, 8:00 pe stradă”*, Subiect 6) [D]. Iar brașoveanul care ar putea umple terasele serii nu urcă: *„nu mă interesează zero Poiana, în afară de un spa; unde mănânci în Poiană? două locuri maxim”* (Subiect 22) [D].

2.6.6. Accesul și parcarea

Subiectul 15 descrie mecanismul blocajelor din zilele de vârf: brașovenii *„pleacă la 7:00 dimineața, sâmbăta și duminica, ca să parcheze cât mai aproape de principalele mijloace de transport pe cablu”*; în zilele în care *„este totul roșu pe Waze”*, *„rămân autobuzele blocate nu pentru că sunt București, Gorj, Constanța, ci pentru că există numere de Brașov și chiar poate-s mai mult de jumătate”* (Subiect 15) [D].

Cifra de *„4.000 de mașini”* la care *„Poiana s-a blocat”* circulă ca informație neverificată (Subiect 18) [D]. Statutul drumului este bariera legală: *„nu se poate închide un drum național. Acuma, dacă acest drum va trece la Primăria Municipiului Brașov cu denumire Drumul de Poiană [...] atunci se aplică alte reguli. Dar până atunci [...] doar Comisia de Circulație poate să-l închidă pe intervale scurte de timp când sunt evenimente”* (Subiect 15) [D]; un alt subiect are o lectură juridică diferită, după care drumurile naționale care traversează localitățile sunt administrate de acestea (Subiect 23) [D]. Lipsa de predictibilitate a închiderilor lovește direct operatorii: *„Noi nu știm când se închide drumul de Poiană, ne trezim cu un... «Băi, vezi, nu coborâți pe Râșnov», pe grupul nostru”* (Subiect 6) [D].

Parcarea de transfer din Poiana Mică, cu 434 de locuri, deschisă în 2017, cu transfer cu microbuze spre stațiune[196], este lăudată (*„colosal, mană cerească”*, Subiect 12) și, în același timp, descrisă ca nefolosită la potențial: *„parcarea din Poiana Mică, care-i mai mare decât Poiana Mare, dar îi zicem Poiana Mică”* (Subiect 15) [D]. Conceptul din 2023 consemna că parcările stațiunii *„nu operează ca un sistem”*, fără monitorizarea și comunicarea locurilor libere, că parcarea din Poiana Mică *„este prea joasă pentru anumite tipuri de autovehicule”* și că unele parcări intermediare nu au acces pietonal (Conceptul) [D]. Un interlocutor al cercetării doctorale despre geografia simbolică a orașului spunea același lucru despre *„parcarea din Poiană”*: *„mașina mea nu intră în parcarea aia și s-au cheltuit foarte mulți bani acolo”* [D]. Soluțiile propuse se împart în două familii. Prima cere accese noi: extinderea domeniului schiabil spre Râșnov cu parcări la baza pârtiilor (*„ar aduce cu sine o descongestionare inclusiv la capitolul parcări”*, Subiect 15), un al treilea acces, telecabina Brașov–Poiana (Subiecții 11, 15, 18) [D]. A doua refuză explicit accesele noi:

> *„N-aș umbla la drum, cum zic toți că trebuie să dublăm accesul, nu e adevărat. Când te duci în St. Moritz, drumul e de două benzi: o bandă dus, una întors. Dar când ajungi acolo găsești și parcări, găsești și hoteluri, găsești și lac. [...] Toată lumea merge în coloană. Dar când ajungi în stațiune ți-ai găsit locul.”* (Subiect 19) [D]

Între cele două, Subiectul 18 formulează decizia în termeni de poziționare: *„dacă vrei să creezi big events, atunci trebuie să rezolvi problema afluirii și defluirii. Dacă vrei să rămâi mic, cochet și scump, no, atunci trebuie să faci contrariul: să nu creezi alte accese”* (Subiect 18) [D]. Soluțiile de gestiune, în schimb, sunt consensuale: *„nu aș mai lăsa mașinile să depășească Poiana Mică”* (Subiect 18); aplicația cu locurile de parcare libere (*„ne uităm pe o aplicație și vedem câte locuri de parcare mai sunt libere în Poiana Brașov”*, Subiect 15); autobuzul direct din Bartolomeu *„dotat pentru schiuri, echipament”* (Subiect 11); legătura rapidă aeroport–centru–Poiana într-un abonament integrat al destinației, *„vii la Brașov, stai trei nopți, dar nu-ți trebuie autoturism”* (Subiect 13) [D].

[196] Adevărul, 30 august 2017, parcarea din Poiana Mică (434 de locuri, transfer cu microbuze): https://adevarul.ro/stiri-locale/brasov/parcarea-ultramoderna-din-poiana-mica-se-va-1807053.html

2.6.7. Siguranța: fauna, pârtia și bike parkul

Ursul este tema cu cea mai mare incidență din seria de interviuri (12 din 22) și, pentru stațiune, cea cu efectul cel mai direct asupra produsului. Efectul asupra locuitorilor stațiunii este descris de Subiectul 6: *„Eu personal nu ies cu copiii seara și nici ai mei nu mai ies. După ora 7:00”*; *„Gândește-te la ăia care vor să facă jogging, nici ei nu mai pot. [...] Că și dimineața sunt”* (Subiect 6) [D]. Efectul asupra afacerilor este confirmat de Subiectul 8: *„ne-a adus într-adevăr pierdere de business efectivă și cuantificabilă”* (Subiect 8) [D]. Capacitatea de răspuns este descrisă în atelierul 01: *„Există o singură echipă de intervenție practic în tot Brașovul și nu doar aici, ci și în împrejurimi”*; *„apelurile pentru urși sunt din toată zona metropolitană! Sunt vreo 60 de urși numai prin Săcele”* (atelierul 01) [D]. Viitorul stațiunii în lipsa siguranței este formulat ca avertisment:

> *„Nicio destinație turistică nu va crește, mai mult decât atât, riscă să intre în faliment dacă nu e siguranță. Și din punct de vedere sociologic, nu trebuie să pui problema că într-adevăr în Poiană în 2034, cu hoteluri care sunt la limita rentabilității, vom fi de fapt Poiana plină de buruieni, Poiana plină de locații închise, de lăcăte și de urși!”* (atelierul 01) [D]

Consultarea conține și cadrul de răspuns, pe care capitolul P3 îl organizează, la nivelul destinației, pe trei paliere (D5): prevenția, prin patrule (*„aș face o patrulă permanentă”*, Subiect 6) și prin gestiunea deșeurilor (*„un urs hrănit de om este un urs mort”*, Subiect 15; *„Ursul nu e vinovat. Vinovați suntem noi, oamenii”*, Subiect 11); informarea și educația; observarea responsabilă, cu zone de observare în afara stațiunii și regula *„entuziasmului corelat cu distanța”* (Subiect 8), fără hrănire [D/I]. Gestiunea populației rămâne în competența autorităților stabilite de lege. Pe pârtie, Subiectul 11 numește sursa accidentelor grave: *„sănii scăpate de sub control care au lovit alte persoane”*; soluția este delimitarea strictă a pârtiilor de schi de cele de sanie și de tubing (coborârea pe colac), cu modelul pârtiei de tubing din Poiana, *„care este contrapantă, nu e nimeni pus în pericol”* (Subiect 11) [D]. Conceptul din 2023 constata, pe aceeași temă, că se schiază *„riscant și în viteză pentru nivelul de aglomerație din anumite zile”* și că riscul de accidente rămâne ridicat din cauza suprapunerii schiorilor de niveluri diferite și a intersecțiilor de pârtii (Conceptul) [D]. Pe trasee, lipsesc regulile aplicate și informația de localizare: *„turistul care vine, în general nu știe unde se află: «Sunt în Brașov, sunt pe pârtie». «Care pârtie? Unde?»”* (Subiect 11) [D].

Bike parkul și transportul pe cablu. Vara, siguranța stațiunii depinde de parcul de ciclism montan și de instalațiile pe cablu care urcă bicicliștii. Bike parkul de pe domeniul schiabil, inițiat în 2020 (Conceptul) [D], a avut în sezonul 2026 șase trasee, cele mai multe cu plecare de la stația superioară a telegondolei: două negre (dificile), trei roșii (medii) și unul albastru (ușor), a cărui primă porțiune este roșie; niciun traseu nu este verde[197] [C]. Gradarea nu corespunde întotdeauna terenului. În interviul cu Subiectul 15, moderatorul a observat că *„albastrul din Poiană e mai degrabă roșu”*, iar subiectul a confirmat: *„Sunt niște sunt niște, da, niște secțiuni unde... Da, sunt. Se întâmplă și la pârtii”* (Subiect 15) [D]; Subiectul 7 a explicat de ce: *„el a fost gândit pe ce avem noi în munte”* (Subiect 7) [D]. Traseele *„sunt pentru hard enduro, adică pentru cei care se dau mai tare, cu sărituri”* (Subiect 11), iar *„Ce se întâmplă în Postăvaru este pentru o altă categorie de bicicliști”* (Subiect 12) [D]. Hotelierii au tras concluzia pentru familiile care vin în vizită:

> *„pentru noi, localnicii, sunt foarte ok traseele care sunt, dar sunt foarte grele. În a crea niște trasee mai lejere pentru cei care vin...”* (atelierul 04) [D]

[197] Transilvania 365, 11 iulie 2026, traseele bike parkului Postăvarul (dificultate, lungime, plecare): https://transilvania365.ro/de-weekend-mai-putin-urcat-mai-mult-pedalat-telegondola-deschide-drumul-spre-bike-park-ul-postavarul/

Conceptul din 2023 ajunsese la aceeași evaluare: *„Gradul de dificultate al actualei rețele de trasee este mediu, spre dificil, lipsind în continuare opțiunile ușoare”*, iar parcul de ciclism montan *„nu are o administrare clară”* și nicio schemă explicită de management și comunicare (Conceptul) [D]. Nevoia unor trasee dedicate apare și într-un interviu al cercetării doctorale despre geografia simbolică a orașului (2020): *„hai să facem cabina, să dăm drumul celor cu biciclete să urce, hai să le facem și trasee ca să nu coboare ei pe pârtia care iarna e pârtie de schi și să facă șanțuri de la roți”* [D]. Același dezechilibru caracterizează domeniul schiabil: studiul din 2013 reluat în Concept constata că 43% din suprafața pârtiilor are dificultate mare și numai 15% dificultate mică (Conceptul) [C]. Iarna și vara, stațiunea a fost amenajată mai ales pentru utilizatorii experimentați [I].

Programul instalațiilor pe cablu care urcă bicicliștii se stabilește pe parcursul sezonului, în funcție de cerere și de lucrările de revizie. În iunie 2026, bike parkul s-a redeschis cu acces cu telegondola în anumite weekenduri și cu telescaunul Ruia din 3 iulie[198]; în iulie, telegondola funcționa *„cel puțin de vineri până duminică”*, cu prelungirea în alte zile numai dacă *„gradul de ocupare va crește foarte, foarte tare”*[199]; din septembrie, telescaunul Ruia a intrat în revizie, telegondola funcționează sâmbăta și duminica, iar în restul săptămânii bicicletele sunt urcate cu telecabina Capra Neagră, funcționarea instalațiilor fiind *„adaptată în funcție de cerere”*[200] [C]. Pentru operatorii de turism activ, programul nu poate fi anticipat:

> *„avem anumite probleme pe partea de operativitate continuă a instalațiilor din Poiana Brașov pe cablu. Pentru... și din cauza aceasta nu putem efectiv să estimăm numărul de turiști care vor veni...”* (atelierul 07) [D]

Consecința este directă pentru echipele operatorilor (*„nu știi niciodată câți oameni ai nevoie în echipă”*), iar viziunea scrisă în același atelier cere *„Operativitatea continuă a instalațiilor pe cablu din Poiana Brașov, care pot asigura o continuitate economică a operatorilor”* (atelierul 07) [D].

Telecabina Capra Neagră urcă din stațiune până la 1.775 m, în zona vârfului Postăvaru și a stației meteorologice; telegondola și telecabina Kanzel urcă la 1.727 m, pe Cristianul Mare, iar telescaunul Ruia la 1.710 m[201] [C]. Din zona stației superioare a telecabinei Capra Neagră nu pornește niciun traseu omologat de bicicletă [I]. Echipa de proiect a identificat, din discuțiile consultării și din observația directă, un mecanism care leagă cele două probleme [I]: atunci când telegondola nu funcționează, turiștii și vizitatorii din Brașov cu biciclete urcă cu telecabina Capra Neagră direct în zona vârfului; o parte dintre ei nu au pregătirea necesară pentru coborârea pe un teren dificil, fără traseu amenajat, iar accidentele rezultate pun o presiune constantă pe Salvamont. Seriile publice nu separă bicicliștii în statistica intervențiilor: serviciul Salvamont al municipiului a avut, în sezonul cald al anului 2025, 117 de intervenții pentru 122 de persoane[202], iar într-o singură zi din iulie 2025 a intervenit pentru patru bicicliști accidentați pe traseele de coborâre din Postăvaru, dintre care unul, cu traumatism cranian

[198]Monitorul Expres, 15 iunie 2026, redeschiderea traseelor de ciclism montan din Postăvaru: https://www.monitorulexpres.ro/2026/06/15/se-redeschid-traseele-de-mountain-bike-din-postavarul/

[199]G4Media, 16 iulie 2026, programul telegondolei pentru bike park: https://www.g4media.ro/50-reducere-pentru-brasoveni-la-transportul-cu-telegondola-in-bike-park-postavarul-vinerea-brasovenilor-pentru-bikeri-daca-gradul-de-ocupare-va-creste-foarte-foarte-tar.html

[200]BizBrașov, 17 septembrie 2026, programul instalațiilor pe cablu pentru bike park (telescaunul Ruia în revizie; telegondola sâmbăta și duminica; telecabina Capra Neagră în restul săptămânii): https://bizbrasov.ro/2026/09/17/program-transport-cablu-bikepark/

[201]Datele operatorului instalațiilor pe cablu din Poiana Brașov (altitudinea stațiilor superioare, lungimea instalațiilor): https://www.discoverpoiana.ro/ro/instalatii-poiana-brasov

[202]Bilanțul Salvamont Brașov pentru 2025 (Brasov.net, 16 ianuarie 2026): https://www.brasov.net/bilantul-salvamont-brasov-pentru-anul-2025/

sever, a fost preluat de elicopterul SMURD[203] [C]. Conceptul din 2023 consemna, din grupul de lucru pentru zona verde a municipiului (Tâmpa–Postăvaru), că circa 30% dintre traseele actuale, inclusiv cele de bicicletă, nu sunt omologate și că traseele turistice nu au o formă juridică (Conceptul) [D].

Din consultare, din Concept și din datele publice rezultă trei verigi slabe ale siguranței de vară, legate între ele [I]: trasee mai grele decât gradarea lor, fără trasee ușoare; un program al instalațiilor pe cablu care nu poate fi anticipat; o instalație care urcă bicicletele într-o zonă fără traseu omologat. Prima ține de amenajarea și de administrarea bike parkului (D3-e), a doua de acordul dintre Primărie și operatorul instalațiilor pe cablu (D1-f), a treia de o regulă de acces (D6-e).

2.6.8. Activele publice adormite

Stațiunea are trei active publice care nu produc nimic. Stadionul Poienii *„este într-o stare deplorabilă”* și patinoarul acoperit *„nu funcționează”* de circa trei ani, din cauza unor infiltrații la acoperiș și a unor litigii, ambele în proprietatea Ministerului Sportului (Subiect 8) [D]. Centrul de Agrement, în administrarea Primăriei, este evaluat divergent în funcție de funcția pe care o privește fiecare: *„un fel de struțocămilă”*, *„nici-nici”*, ca spațiu de conferințe (Subiect 8); *„un eșec”* (Subiect 18); dar *„un centru foarte fain: cu cățărare, are pistă de bowling, tenis”*, ca agrement și alternativă pe vreme rea (Subiect 11) [D]. Cantonamentele sportive se cazează în stațiune, dar se antrenează în Brașov sau la Cristian: *„mai toate locațiile mari avem anual solicitări pentru cantonamente, dar ei vin [...] cazare, masă, dar pregătirea efectivă sportivă o fac la bazele din Brașov”* (Subiect 8) [D]. Sania de vară de pe pârtia Bradul, cu o coborâre de 990 m, licitată de Primărie în noiembrie 2023 pentru proiectare și execuție la o valoare estimată de 17,25 milioane lei[204], este descrisă în consultare ca *„aprobată”* (Subiect 13) [D]; stadiul ei actual nu a putut fi confirmat din surse publice. Conceptul din 2023 includea sania de vară, alături de o sanie de iarnă, de un spațiu dedicat evenimentelor în aer liber și de o bază de sport, în planul de investiții propus pentru stațiune, iar viziunea lui cerea *„un centru de agrement funcțional și de calitate”* (Conceptul) [D].

2.6.9. Prețul, gastronomia și identitatea

Percepția *„scump”* este recunoscută de operatori și apărată economic. *„Cam toată lumea ne spune același lucru: «Măi, sunteți scumpi!»”*; prețul vine din *„calitatea mărfii, calitatea oamenilor”*, din forța de muncă autohtonă și din lanțul de furnizori, iar reducerea lui pentru volum a fost discutată și respinsă: *„reducerea prețului nu o să vină la pachet cu un volum de clienți, ba din contră, poate să ne aducă niște clienți pe care nu cred că ni-i dorim [...] pe termen lung impactul va fi de reducere a calității turistului”* (Subiect 8) [D]. În același timp, din interior se recunoaște că oferta este *„pentru toate buzunarele”*: *„găsești camere de la 250 la 800”*, *„avem și de 3 stele, avem și de 4, și de 5, și chiar și de 2 stele”* (Subiect 6) [D].

Gastronomia stațiunii este percepută în recenzii ca *„tradițional, românesc, rustic”* (22,9%) [C], ceea ce moderatorul a corectat în interviu: *„gastronomia din Poiană nu-i tradițională, e mai degrabă rustică”*, iar respondentul a confirmat (Subiect 8) [D]. Din oraș, verdictul este mai aspru: *„e un jaf total; farfurii complicate și nerelevante, care arată toate la fel”*, cu remediul unei identități gastronomice a fiecărui

[203]Ziarul Financiar, 5 iulie 2025, accidente pe traseele de ciclism montan din masivul Postăvaru: https://www.zf.ro/eveniment/accidente-in-lant-pe-trasee-de-ciclism-montan-din-masivul-postavaru-22849450

[204]Economica.net, 20 noiembrie 2023, licitația Primăriei Municipiului Brașov pentru sania de vară de pe pârtia Bradul (17,25 milioane lei, coborâre de 990 m): https://www.economica.net/?p=707518 ; Adevărul, 21 noiembrie 2023: https://adevarul.ro/stiri-locale/brasov/omul-gospodar-isi-face-vara-car-si-iarna-sanie-2318182.html

local, *„cinci preparate ale noastre de aici, făcute corect, mâncare cinstită”* (Subiect 22) [D]. Capitolul G a preluat acest remediu pentru întreaga destinație.

2.6.10. Cooperarea operatorilor și experiența comună a stațiunii

Constatarea traversează întreaga consultare: experiența turistului în Poiana se oprește, în mare parte, la limita unității în care este cazat. Operatorii au investit în propriile unități și au construit, fiecare, o ofertă completă în interiorul lor, dar stațiunea, ca experiență comună, lipsește. Subiectul 8 descrie felul în care s-a ajuns aici:

> *„Știi că înainte toată lumea își punea pe paginile proprii, pe site-urile proprii: obiective, obiective. După care au intrat cumva într-un con de umbră, fiecare s-a focusat pe ceea ce are în curtea proprie și pe ceea ce poate oferi cu surse proprii. Era cazare, era masă, erau serviciile indoor, spa-urile și activitățile proprii fiecărei locații.”* (Subiect 8) [D]

Din afara stațiunii, rezultatul este perceput la fel. *„Poiana astăzi oferă doar spații de cazare, atât”*, iar cei care le oferă *„sunt extraordinar de individualiști și nu există nimic făcut în comun în Poiană, în percepția clientului”* (Subiect 19) [D]. Atelierul 01 a ajuns la aceeași concluzie: *„Poiana, în ultimii ani, nu mai este neapărat o destinație prin sine, ci locațiile (hotelurile) o fac să fie o destinație”*; moderatorul a rezumat că participanții văd stațiunea ca pe un loc *„în care nu se întâmplă lucrurile în mod coordonat”*, iar sala a confirmat: *„Exact! Nu se întâmplă coordonat”* (atelierul 01) [D]. Subiectul 6 descrie aceeași situație: *„fiecare face ce poate, fiecare se zbate să reușească să facă ceva”* (Subiect 6) [D].

Consultarea arată și că lucrurile au început să se schimbe. Subiectul 8 numește schimbarea *„moment de maturizare”* și o explică prin felul în care operatorii au înțeles competiția:

> *„Pentru că cred că foarte mulți dintre noi, foarte mult timp, am gândit greșit ideea asta de competiție. Competiția este bună și trebuie să ne diferențiem [...] fiecare prin produse proprii, dar totuși trebuie să avem și niște elemente de unicitate, iar unicitatea asta ne poate aduce și o eficiență, și un revenue, și un share de costuri. Iar noi [...] am uitat că putem să fim separați, dar împreună, da? Și [...] ne-am făcut fiecare ziduri în jurul locațiilor noastre și am crezut că dacă vorbim unii cu ceilalți și share-uim informații și încercăm să facem lucruri împreună, de fapt nu facem altceva decât să diminuăm cererea proprie, ceea ce este total [...] neadevărat.”* (Subiect 8) [D]

Întrebat dacă operatorii și-au dărâmat zidurile sau doar le-au micșorat, Subiectul 8 a răspuns: *„Le-am micșorat cu siguranță”* (Subiect 8) [D]. Explicația dată de același subiect este una de cadru: *„ne-au lipsit [...] elementele acelea de [...] integrare, acele elemente care să ne adune împreună [...], dar acuma avem cadrul, ne-am putut așeza la aceeași masă”* (Subiect 8) [D]. În vara lui 2026, discuția a fost redeschisă cu celelalte unități din stațiune (*„Suntem competitori, dar practic suntem și parteneri”*), pornind de la un model pe care Poiana l-a avut: firmele care *„adunau cererea de la toate hotelurile”*, făceau *„pick-up la fiecare locație”* și organizau tururi *„pentru clienții Poienii, nu neapărat pentru clienții hotelului X, Y sau Z. Erau clienții stațiunii și aveam cumva o viziune completă în ceea ce comunicam”* (Subiect 8) [D]. Turiștii au primit pozitiv primele pachete construite astfel: au găsit *„pe oferta Poienii [...] elemente similare de [...] identitate a stațiunii”*, păstrând libertatea de a-și alege hotelul după preferințe (Subiect 8) [D].

Cooperarea nu este însă consolidată. Subiectul 19 constată că *„există colaborare, dar nu există voință”*, între hotelieri și în relația cu administrația (Subiect 19) [D]; în atelierul 01, *„Noi trebuie să fim uniți și să promovăm pachete comune!”* a fost formulat ca deziderat, nu ca stare de fapt (atelierul 01) [D]; presa consemnează cel puțin o retragere din Asociație pe fond de dezacord asupra promovării[205].

Consultarea conține două repere pentru o stațiune care funcționează unitar. Primul este intern: Poiana ar trebui să facă, *„la nivel macro”*, ceea ce face un complex hotelier mare care a înțeles *„că trebuie să le dea oamenilor de toate: agrement, Spa, restaurante, evenimente”* (atelierul 01) [D]. Al doilea este extern. Subiectul 11 descrie o stațiune din Canada în care numele stațiunii era prezent la toți operatorii, cardul de reducere era valabil *„indiferent de operatorul economic la care mergeam noi, indiferent de magazin”*, iar programul de după schi era extins la nivelul întregii stațiuni: *„s-a mers pe o idee generală […] Și atunci au creat o idee de stațiune profi”* (Subiect 11) [D]. Subiectul 19 formulează ținta astfel: *„servicii unitare, concurențiale, dar unitare”* (Subiect 19) [D].

În matricea consolidată, tema are două coduri dedicate stațiunii: A25, memoria modelului organizat și cooperarea maturizată din Poiana (3 interviuri, 3 ateliere), și C25, standardizarea și brandul unitar de stațiune (3 interviuri) [C]. La nivelul întregii destinații, lipsa stratului de agregare, adică a excursiilor, pachetelor și integratorilor care leagă ofertele separate (B8), apare în 12 interviuri și 3 ateliere, iar propunerea unui asemenea strat, cu card sau bilet unic (C4), în 11 interviuri și 6 ateliere [C].

Pentru strategie, constatarea are o consecință directă. Investiția publică din secțiunea 5 poate da stațiunii un centru, alei, iluminat și reguli, iar standardul fiecărui operator poate rămâne ridicat; fără cooperarea operatorilor, turistul continuă să consume hoteluri bune într-o stațiune fără experiență comună. O parte din serviciile care fac diferența dintre un loc de cazare și o stațiune (transportul intern, activitățile organizate, seara, informarea, pachetele, cardul stațiunii) nu poate fi oferită de niciun operator singur și nici de autoritatea publică, pentru că sunt servicii private. Ele depind de operatori, împreună. Capitolul tratează, de aceea, cooperarea operatorilor ca direcție strategică distinctă (D7) [I].

2.6.11. Guvernanța: trei falii

Prima falie este cea de prioritizare, trăită din stațiune ca abandon relativ:

> *„Prioritățile Poienii nu coincid cu ale Brașovului și discrepanțele sunt mari și se văd cu ochiul liber. Noi nu suntem conectați la nimic, nimic, nimic ce se întâmplă în Brașov. În afară de faptul că-ți dă cu mătura, strânge gunoiul, chestii pe care le și plătim, și se taie iarba […] și că ne pun ultimele becuri rămase de acum doi ani prin pod […] de Crăciun […]. Asta înseamnă că cineva nu prioritizează.”* (Subiect 6) [D]

„Suntem foarte puțini votanți din Poiana Brașov, motiv pentru care administrația locală nu prea ne ia în seamă” (atelierul 01) [D]. A doua falie este cea de cooperare în interiorul industriei, tratată în secțiunea 2.6.10: zidurile dintre operatori au fost *„micșorate”* (Subiect 8), dar cooperarea nu este încă o practică stabilă (*„există colaborare, dar nu există voință”*, Subiect 19) [D]. A treia falie este cea dintre oraș și stațiune, numită în ateliere *„ruptură”* (tema B57) și descrisă de conducerea OMD, în atelierul mediului academic, ca *„mult mai adâncă decât am crezut”*; în atelierul hotelierilor, competiția indirectă dintre Brașov și Poiana a fost numită *„cel mai greu obiectiv”* al organizației de management

[205]Bursa, 29 ianuarie 2024, interviu cu un investitor hotelier din Poiana Brașov („Poiana Brașov is a tourist resort, not a neighborhood of Brașov”): https://www.bursa.ro/stefan-timt-entrepreneur-poiana-brasov-is-a-tourist-resort-not-a-neighborhood-of-brasov-and-that-is-why-it-must-be-promoted-46357157

[D]. Din afară, relația este *„ca uleiul cu apa”*, deși *„sunt dependente”*, cu o cauză structurală: *„noi nu avem comunitate acolo”*; *„Predealul e mort, cumpărat de bucureșteni care nu locuiesc acolo; aceeași problemă e cu Poiana”* (Subiect 21) [D]. Cel mai important atu urbanistic al stațiunii, compactitatea fără zonă rezidențială, este în același timp cauza celei mai mari slăbiciuni de guvernanță: nu există o comunitate care să ceară [I].

2.7. Conceptul de turism din 2023: problemele și soluțiile identificate pentru stațiune

Conceptul de turism al municipiului, elaborat în 2023[206], tratează Poiana Brașov ca pe una dintre cele patru zone turistice ale municipiului și dedică o secțiune separată reanalizării studiului din 2013 al domeniului schiabil. Documentul este folosit aici ca sursă de informații secundare, cu statutul precizat în secțiunea 1.4. Constatările lui sunt redate cu atribuirea *„(Conceptul)”* și cu marcajul [D], pentru că reproduc, prin filtrul autorilor, pozițiile participanților la grupurile de lucru; datele numerice preluate de document din studiul din 2013 sunt marcate [C], cu gradul de încredere SS în Anexa C. Constatările din 2023 provin din alte discuții, cu alți participanți și cu alți autori decât consultarea din 2026; acolo unde coincid cu aceasta, convergența întărește diagnosticul capitolului [I].

Ce funcționează, potrivit grupului de lucru. Grupul de lucru al stațiunii, reunit la 17 martie 2023, a reținut ca puncte tari renumele național, poziția în centrul țării, poziționarea pe segmentul premium, componenta de turism de afaceri și evenimente, raportul calitate–preț al domeniului schiabil, cu un singur abonament pentru tot domeniul, curățenia îmbunătățită, serviciul Salvamont, transportul public, competițiile sportive, infrastructura de ciclism montan *„pentru nivelul avansat”* și apariția unei săli de conferințe de 1.000 de locuri (Conceptul) [D]. Grupul a împărțit anul stațiunii în patru perioade: sezonul de iarnă (20 decembrie – 28 februarie, la care se adaugă perioada Paștelui), sezonul de vară (1 iulie – 10 septembrie), un sezon preponderent de afaceri și evenimente (10 septembrie – 20 decembrie) și un extrasezon (1 martie – 30 iunie) (Conceptul) [D]; seriile din Tabelul 3 confirmă că lunile martie–mai sunt cele mai slabe ale anului [C].

Ce nu funcționează și ce propune grupul de lucru. Tabelul 5 reunește problemele identificate în Concept pentru stațiune, regăsirea lor în consultarea din 2026 și măsurile capitolului care le răspund.

Tabelul 5. Problemele stațiunii identificate în Conceptul de turism din 2023, regăsirea lor în consultarea din 2026 și măsurile capitolului (II.3)

Problema identificată în Concept (2023)	Regăsirea în consultarea din 2026	Măsura capitolului
Lipsa unui plan clar de urbanism și a unui centru al stațiunii; lipsa magazinelor	convergentă: centrul lipsă și „modul de vacanță” (secțiunea 2.6.3; atelierul 01; Subiecții 6, 18)	D2-a, D2-b, D2-b1
Investițiile de tip aparthotel, care aduc „un volum și mai mare de turiști și semi-rezidenți”; propunerea unui PUZ cu limite pentru construcțiile de tip apartament și cu un procent de ocupare a terenului dat ca exemplu de 25%	convergentă: „destinație fără blocuri de apartamente” (atelierul 01); autorizările din trecut (Subiect 19)	D2-a, D5-b
Infrastructură insuficientă pentru mers pe jos (trotuare, trasee scurte prin pădure); trotuare greu de	convergentă: „nu poți să mergi pe jos” (Subiect 6); pietonalul cerut în atelierul 01	D2-c, D2-g

[206]Detente Consultants și Asociația de Ecoturism din România, „Concept de turism pentru Municipiul Brașov. Analiză, viziune, obiective, măsuri”, 2023, proiectul „Creșterea capacității de management durabil a destinației turistice Brașov la nivelul județului și al municipiului”, cod SIPOCA 1043 / MySMIS2014+ 151424, Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014–2020; documentul nu este publicat online.

Problema identificată în Concept (2023)	Regăsirea în consultarea din 2026	Măsura capitolului
folosit sau inexistente iarna		
Parcările nu funcționează ca sistem: fără informare despre locurile libere; parcarea din Poiana Mică prea joasă pentru unele autovehicule; parcări intermediare fără acces pietonal	convergentă: aplicația de parcare (Subiect 15); fluxurile de vârf (Subiecții 15, 18)	D1-a, D1-g
Două fronturi de acces la domeniul schiabil, la telegondolă și la baza pârtiei Bradul, fără o legătură ușoară între ele; folosirea haotică a spațiului de pietoni, autoturisme, autobuze și transportul hotelurilor	parțială: consultarea descrie baza telefericului ca loc de comerț neintegrat (secțiunea 2.6.4), nu legătura dintre fronturi	D2-b, D7-c
Siguranța pe pârtie: se schiază „riscant și în viteză"; competițiile secționează domeniul schiabil	convergentă: conflictul schi–sanie (Subiect 11); siguranța pe pârtie (atelierul 07)	D6-c
Lipsa infrastructurii de bicicletă pentru nivelurile ușor și mediu; bike park „mediu, spre dificil", fără opțiuni ușoare și fără administrare clară	convergentă: Subiecții 7, 11, 12, 15; atelierele 04 și 07 (secțiunea 2.6.7)	D3-e, D6-e
Circa 30% dintre trasee, inclusiv cele de bicicletă, neomologate; traseele turistice fără formă juridică	convergentă: documentația „extrem, extrem de stufoasă" (Subiect 15); indicatoarele care nu pot fi autorizate (Subiect 6)	ghișeul unic (secțiunea 5.5), D3-e
Lipsa informării în timp real asupra stării pârtiilor și a funcționării instalațiilor (constatare din 2013, menținută)	convergentă: operativitatea instalațiilor pe cablu (atelierul 07)	D1-f
Lipsa unui sistem coordonat de date statistice	convergentă: invizibilitatea statistică a stațiunii (secțiunile 1.1 și 8.1)	secțiunea 8
Lipsa unei poziționări și a unei segmentări asumate de toată stațiunea; promovare fragmentată; fără pachete de cazare și schi	convergentă: „nimic făcut în comun" (Subiect 19); „nu se întâmplă coordonat" (atelierul 01)	secțiunea 3.2; D7-d, D7-h
Ofertă nediversificată: fără pârtii de sanie, parc de zăpadă, trasee pe zăpadă; ofertă insuficientă pentru copii și începători; lipsa unui spațiu pentru evenimente în aer liber și a unei baze de sport	convergentă: centrul de inițiere în sporturi montane (atelierul 01); cantonamentele fără bază (Subiect 8)	D3-a, D3-b, D3-f, D4-b, D4-d
Accesul fără drumuri noi, prin transport public alternativ (gondolă sau tren cu cremalieră) dintr-un nod de mobilitate din Bartolomeu	parțială: „N-aș umbla la drum" (Subiect 19); telecabina Brașov–Poiana (Subiecții 11, 15, 18); trenul pe cremalieră (Subiect 23)	D1-b, S2
O echipă de cel puțin două persoane pentru managementul turistic permanent al stațiunii	divergentă ca formă: capitolul nu creează structuri de administrare a stațiunii (secțiunea 6.2)	secțiunea 6.4

Sursa: Conceptul de turism pentru municipiul Brașov (2023), secțiunile despre stațiune, zona verde și domeniul schiabil; secțiunile 2.3–2.6 ale capitolului. [D]/[I]

Domeniul schiabil, în studiul din 2013 reluat în Concept. După investițiile din 2010–2011, domeniul schiabil avea circa 80 de hectare de pârtii și 25 km, iar capacitatea de cazare a stațiunii era estimată la circa 3.200 de locuri (Conceptul) [C]. Studiul încadra Poiana între stațiunile mici spre mijlocii și consemna, pentru sezonul 2012–2013, un grad mediu de încărcare a instalațiilor pe cablu de 21,1%, sub pragul de 25% sub care investițiile nu își ating obiectivul, o medie de 2.300 de schiori pe zi față de un prag de confort de 3.500 și 416 de accidente într-un sezon (Conceptul) [C]. Actualizarea din 2023 constată că situația investițiilor majore în domeniul schiabil este *„neschimbată față de anul 2013"*, că întreținerea pârtiilor și cooperarea dintre cei doi operatori ai domeniului s-au îmbunătățit și că trei

concluzii ale studiului din 2013 rămân valabile: lipsa unui concept unic și a unei poziționări clare, lipsa unei scheme de management și lipsa unei strategii pentru o stațiune de patru sezoane (Conceptul) [D].

Ce preia capitolul. Din Concept, capitolul preia constatările care converg cu consultarea și cu datele și propunerile care le răspund: PUZ-ul stațiunii, cu limite pentru construcțiile de tip apartament (D2-a, D5-b); infrastructura pentru mers pe jos (D2-c); sistemul de parcări, cu informare despre locurile libere și cu verificarea gabaritului parcării din Poiana Mică (D1-a, D1-g); sania de vară (D3-f); traseele ușoare de bicicletă, inclusiv traseele de anduranță între Poiana și Brașov, și administrarea bike parkului (D3-e); informarea în timp real asupra instalațiilor pe cablu (D1-f); statistica dedicată (secțiunea 8); stagiile de practică pentru forța de muncă (D7-f) [I]. Propunerea unei echipe de cel puțin două persoane pentru managementul turistic al stațiunii este preluată numai ca nevoie: în coerență cu secțiunea 6.2, capitolul nu creează o structură de administrare a stațiunii, iar sarcinile privind stațiunea se atribuie explicit în echipa existentă a OMD Brașov (secțiunea 6.4) [I].

Între 2023 și 2026, constatările despre centrul lipsă, mersul pe jos, parcări, traseele ușoare de bicicletă, date și coordonare au rămas aceleași [I]. Persistența lor sprijină ordinea intervențiilor propusă în secțiunea 5: regulile, guvernanța și datele întâi, apoi domeniul public al stațiunii.

2.8. Controversele

Consultarea conține trei controverse. Strategia le tranșează prin poziționarea din secțiunea 3.2 și prin opțiunile recomandate în secțiunea 7.

Masă sau *„mic, cochet și scump”*. Dilema a fost formulată explicit de Subiectul 18 (secțiunea 2.6.6) și tranșată de Subiecții 19–20 în favoarea exclusivității: *„Eu n-aș vrea să văd în Poiană […] full board, all-inclusive. Nu! Pentru all-inclusive avem destinații destule în țară. […] Să meargă în Predeal pentru all-inclusive. Poiana aș lăsa-o pe individual, pe politici faine”*; *„putem să mutăm la Predeal masa, care va vizita Brașovul și va cheltui în Brașov”* (Subiect 19) [D]. O parte a operatorilor din stațiune și administrația susțin însă evenimentele de calibru și extinderea (atelierul 01, masa 1: *„evenimente culturale și sportive constante”*, *„domeniu schiabil extins/modernizat”*; Subiect 15) [D]. Massif, festivalul de iarnă din Poiana Mică, este reperul ambelor tabere: o parte a consultării îl descrie ca neadaptat stațiunii (*„nici Masivul nu a fost adaptat la nevoile noastre”*, Subiect 6; *„S-a încercat cu Masif-ul. N-am înțeles de ce a avortat”*, Subiect 18), în timp ce cifrele publice arată două ediții cu peste 38.000 și peste 43.000 de participanți, o ediție de decembrie 2025 neținută și o *„Massif Week”* în martie 2026 care nu este ediție oficială[207]: discontinuitate, nu eșec [C].

Viitorul schiului. Majoritatea vocilor cer extindere, zăpadă artificială și instalații noi (Subiecții 7, 11, 15; atelierul 01). Subiectul 23 formulează poziția contrară, din perspectiva climatului:

> *„Nu mai cred în schi în Poiana Brașov; altitudinea e mică, 1.700 sus e puțin față de cât s-a încălzit clima; compensezi cu efort mare, n-are sens.”* (Subiect 23) [D]

Alternativa aceluiași subiect este Postăvarul accesibilizat pentru toate categoriile, trenul pe cremalieră și un parc de aventură pe Ruia, cu Poiana Mică drept amfiteatru natural pentru festivaluri [D]. Tema nesustenabilității climatice (B14) apare în 2 interviuri și 3 ateliere, iar moderatorul a pus-o deschis

[207]Massif (Poiana Brașov), 2023: peste 38.000 de participanți; 2024: peste 43.000; ediția din decembrie 2025 neținută; „Massif Week” 2–7 martie 2026: https://www.revistabiz.ro/massif-festivalul-de-la-brasov-a-atras-peste-42-milioane-de-euro-in-comunitate/ ; https://agerpres.ro/cultura-media/2025/12/16/massif-revine-in-poiana-brasov-cu-un-nou-format-in-perioada-27-februarie---8-martie-2026--1512479 ; https://www.monitorulexpres.ro/2026/02/21/massif-week-aduce-petreceri-in-poiana-brasov-intre-2-si-7-martie/

între amenințări în atelierul 01: *„pârtia de schi va deveni probabil o pârtie de montan la un moment dat. Sau cu zăpadă artificială, cine știe ce tehnologii vor fi”* [D]. Masivul Postăvaru, sit Natura 2000 (ROSCI0207), are altitudinea maximă de 1.783 m[208], ceea ce face ca orice extindere să fie judecată simultan climatic și de mediu.

Cine este clientul. Stațiunea *„pentru brașoveni”* (dorită în atelierul 01 pentru restaurante, agrement și consum de zi, cu rezerva că *„brașovenii nu sunt cei care vin la cazare”*), stațiunea *„pentru turistul cu venituri peste medie și educat”* (Subiecții 6 și 8) și stațiunea *„pentru toate buzunarele”* (Subiect 6) coexistă în discurs. Soluția stakeholderilor este selecția prin reguli, standard și preț, nu prin excludere: *„clasa va atrage masa, dar o va filtra foarte bine”* (Subiect 19) [D].

2.9. Sinteza diagnosticului

Tabelul 6. Sinteza diagnosticului stațiunii Poiana Brașov pe zece dimensiuni (II.3)

Dimensiune	Starea de fapt	Evidență	Marcaj
Notorietate și vizitare	Cel mai vizitat (88,5%) și cel mai cunoscut (89,0% la nevizitatori) obiectiv al Brașovului; nucleu fidel matur, solvabil, cu recomandare de 82%; exclusivitatea percepută polarizat	cercetarea națională	[C]
Imagine	14,1% dintre vizitatori asociază spontan Poiana cu Brașovul; 12,2% o numesc ca lucrul care le place cel mai mult; 0,4% ca lipsă; 1,6% dintre călători o văd ca destinație concurentă	cercetarea națională	[C]
Experiență și sejur	Stațiune descrisă prin experiențe, codificată „iarnă”; 2,08 nopți (oraș 1,79), străini 2,38, israelieni 3,14; sejururi lungi în vacanțe, nu în extrasezon; valoarea produsă de personal, mâncare, spa, nu de spațiul public	recenzii; raportul de analiză a destinației	[C]
Piață	Tarif 2,2× față de oraș, venit pe unitate +70–75%; ocupare 37% (oraș 50%), extrasezon 27%; 2026: ocupare, tarif și venituri în scădere (−13,8%)	date platforme; INS	[C]
Produs și spațiu public	Standard privat ridicat; fără centru, promenadă, alei, iluminat de stațiune, trasee marcate; „modul de vacanță” absent; seara întunecată; „ce faci de la 17 la 22” fără răspuns; kitsch la baza telefericului	atelierul 01; Subiecții 6, 8, 13, 18, 19, 22; Conceptul	[D]
Acces	Blocaje de vârf majoritar locale; drum național; parcarea de transfer din Poiana Mică (434 de locuri) fără prioritate de flux; parcări care nu funcționează ca sistem; închideri nepredictibile; două familii de soluții (accese noi / capacitate de primire)	Subiecții 6, 11, 13, 15, 18, 19; Conceptul	[D]/[C]
Siguranță	Urs: rezidenții nu mai ies seara, pierderi economice, o singură echipă de intervenție metropolitană; conflict schi–sanie ca sursă a accidentelor grave; lipsa regulilor aplicate pe trasee; vara, trasee de bicicletă mai grele decât gradarea lor, program al instalațiilor pe cablu stabilit în funcție de cerere, biciclete urcate în zona vârfului, fără traseu omologat	12 interviuri; atelierele 01, 04, 07; Subiecții 7, 11, 12, 15; Conceptul; presă	[D]/[C]/[I]
Active publice	Stadion „deplorabil” și patinoar nefuncțional (Ministerul Sportului); Centrul de Agrement „nici-nici” ca spațiu de conferințe, bun ca agrement; sania de vară licitată în 2023, stadiu neconfirmat; cantonamente fără bază de antrenament	Subiecții 8, 11, 13, 18; presă	[D]/[C]
Cooperarea operatorilor	Ofertă completă în interiorul fiecărei unități, fără experiență comună a stațiunii („nimic făcut în comun”, „nu se întâmplă coordonat”); zidurile dintre operatori „micșorate”, discuții redeschise în 2026 pentru activități și pachete comune; cooperare fără „voință” stabilă	Subiecții 6, 8, 11, 19; atelierul 01	[D]
Guvernanță	Cinci categorii de actori fără loc de întâlnire; falie de prioritizare, de cooperare și oraș–stațiune; cerere de management dedicat; fără comunitate rezidentă; Asociația ca unică reprezentare colectivă	Subiecții 6, 8, 15, 19, 21; ateliere 01, 04, 12	[D]/[I]

[208]Fișa sitului Natura 2000 ROSCI0207 Postăvarul (altitudine 728–1.783 m; municipiul Brașov, Predeal, Râșnov, Săcele), proiectul CARPASIT, Fundația Carpați: https://carpasit.fundatiacarpati.ro/wp/wp-content/uploads/2022/05/pliant-ROSCI-0207-Postavarul.pdf

Sursa: secțiunile 2.1–2.8 ale capitolului.

În raport cu orașul, situația stațiunii este inversă: orașul are volum fără valoare; stațiunea are valoare fără volum, prețuri premium plătite cu ocupare scăzută, notorietate maximă neconvertită în sejur, un domeniu privat care a investit fără ca domeniul public să îl urmeze. Consultarea arată că stațiunea a rămas *„aceeași stațiune prăfuită de ani de zile”* (Subiect 6) din lipsa unui responsabil pentru spațiul dintre hoteluri, nu din lipsa cererii sau a investitorilor [D/I]. Lipsește, în aceeași măsură, ceea ce numai operatorii pot face împreună: serviciile comune care transformă o sumă de unități bune într-o stațiune [D/I].

2.10. Analiza SWOT

Analiza SWOT de mai jos este construită din diagnosticul de mai sus. Fiecare element este urmat de sursa care îl susține. Punctele tari și punctele slabe privesc stațiunea așa cum este; oportunitățile și amenințările privesc mediul ei (orașul, piața, climatul, cadrul legal).

Tabelul 7. Analiza SWOT a stațiunii Poiana Brașov (II.3)

Puncte tari	Puncte slabe
Cea mai mare notorietate (89,0% la nevizitatori) și cea mai mare rată de vizitare (88,5%) dintre toate obiectivele Brașovului [C]	Fără centru, promenadă, alei, trasee marcate, iluminat de stațiune, peisagistică unitară; „modul de vacanță” absent la sosire [D]
Nucleu de clientelă fidelă, matură, solvabilă, cu recomandare de 82% și experiență „total agreabilă” la 54,8% [C]	Ocupare structural scăzută (37%), extrasezon la 27%, martie 2026 la 13% în segmentul închirierilor pe termen scurt [C]
Poziționare premium în sens economic: tarif de 2,2× față de oraș, venit pe unitate cu 70–75% mai mare [C]	Valoarea produsă numai în interiorul unităților (personal, mâncare, spa); spațiul public nu apare în recenzii [C]
Standard hotelier ridicat, menținut de operatorii mari și în anii de criză; capacitate de conferințe în 95% dintre unitățile mari [D]	Kitsch și comerț neintegrat la baza telefericului și la intrarea în stațiune; „bazar în toată regula” [D]
Natura și Postăvarul ca valoare numărul unu; compactitate, fără zonă rezidențială și fără blocuri [D]	Seara fără ofertă („ce faci de la 17 la 22”): turistul coboară în oraș, brașoveanul nu urcă [D]
Domeniul schiabil „cel mai frumos din România”, protejat la vânt, cu record de peste două milioane de treceri în sezonul 2021–2022 [D/C]	Active publice adormite: stadion, patinoar, Centrul de Agrement fără funcție clară; cantonamente fără bază [D]
Sejur mai lung decât în oraș (2,08 nopți; străini 2,38; israelieni 3,14) [C]	Blocaje de acces în zilele de vârf, produse majoritar de traficul local; închideri de drum nepredictibile pentru operatori [D]
Apropierea de oraș (15 minute), de aeroport (30 de minute) și de obiectivele metropolitane (Bran, Râșnov) [D]	Ursul: rezidenții nu mai ies seara, pierderi economice, o singură echipă de intervenție [D]
Parcarea de transfer din Poiana Mică (434 de locuri) existentă; bike park în expansiune; sania de vară în pregătire [C/D]	Guvernanță fragmentată, fără loc de întâlnire; fără comunitate rezidentă și fără greutate electorală; cooperare internă „fără voință” [D]
Infrastructură de ciclism montan pentru nivelurile mediu și avansat, cu urcare pe cablu, cu trasee „unice în România” (Subiect 7) [C/D]	Parcul de ciclism montan fără trasee verzi, cu un singur traseu albastru, a cărui primă porțiune este roșie; program al instalațiilor pe cablu stabilit în funcție de cerere; biciclete urcate cu telecabina în zona vârfului, fără traseu omologat [C/I]
Asociația operatorilor, membru fondator al OMD, cu o agendă de peste 15 ani pentru patru anotimpuri [D]	Invizibilitate statistică: nicio serie oficială de sosiri, înnoptări sau ocupare a stațiunii [C]
Cooperarea operatorilor a început: zidurile dintre unități	Ofertă construită unitate cu unitate: niciun serviciu comun

Puncte tari	Puncte slabe
„micșorate”, activități și pachete comune rediscutate în 2026, memoria unui model organizat pentru „clienții stațiunii” [D]	vizibil pentru turist (card, activități, navetă, program de seară, informare); „nimic făcut în comun” [D]
Oportunități	**Amenințări**
Integrarea cu orașul: abonament al destinației, linie de mare frecvență, calendar unic, Sala Polivalentă (iunie 2027) ca generator de cerere de conferințe și de cazare premium [D/I]	Scăderea tarifului și a veniturilor începută în 2026 în segmentul închirierilor pe termen scurt; plafonul de preț atins în 2025 [C]
Taxa specială pentru promovarea turistică majorată din 2026 (7 + 5 lei pe noapte) ca sursă pentru promovarea stațiunii și pentru statistica dedicată [C/I]	Clima: altitudine maximă de 1.783 m; dependența perceptuală de iarnă (27,6% dintre asocieri; 31,6% la străini) [C]
Piețe externe cu sejur lung și cu zbor direct spre Brașov-Ghimbav (Israel, Regatul Unit, Germania, Polonia) [C/D]	Sinaia „vine tare din urmă” ca aspect și investiții publice; Straja și alte stațiuni „din spate”; brașovenii care aleg Austria sau Bansko [D]
Linia 20B Poiana–Râșnov cu remorcă pentru biciclete din planul județean HINGE; trenul metropolitan cu gara Râșnov [C]	„Pe urma Predealului”: stațiune în „moarte clinică” prin dezinteresul autorității locale, reperul negativ al operatorilor [D]
Cererea națională pentru spa și relaxare (a doua formă de turism ca atractivitate după litoral) și pentru turism montan de familie [C]	Supraturismul de zi și de weekend: „vin, bifează, pleacă”, „îți lasă doar gunoi” [D]
Vacanța de schi a elevilor din februarie; produse de inițiere pentru copii și tineri [D]	Dezvoltări imobiliare rezidențiale sau de tip aparthotel care ar rupe compactitatea; „greșeli” repetate de autorizare în trecut [D]
Cantonamentele sportive, FOTE 2027 și competițiile de juniori ca cerere de extrasezon [D]	Incidente cu fauna sau accidente grave pe pârtie și în bike park, cu efect reputațional disproporționat [C/D]
Cele 26 de respondenți care văd Poiana ca destinație concurentă: un public care poate fi convins să o consume în succesiune cu orașul [C/I]	Fragmentarea guvernanței între OMD-ul municipal, OMD-ul județean (avizat în iunie 2026), Primărie și operatori [C/I]
Experiența unitară a stațiunii (card valabil la toți operatorii, birou comun de activități, pachete comune, program comun al serii) ca diferențiere față de stațiunile concurente, cu costuri împărțite între operatori [D/I]	Revenirea la individualism: retrageri din Asociație, concurență prin preț între unități, servicii comune abandonate după primul sezon [D/I]

Sursa: secțiunile 2.1–2.9; notele externe citate în text. [C]/[D]/[I]

Din analiza SWOT rezultă cinci constatări. Punctele tari ale stațiunii sunt aproape toate ale operatorilor și ale naturii; punctele slabe sunt aproape toate ale domeniului public, ale guvernanței și ale lipsei de cooperare dintre operatori. Oportunitățile vin, în majoritate, din oraș. Amenințările sunt de două feluri: cele pe care stațiunea nu le controlează (clima, piața, concurența) și cele pe care le-ar putea controla dacă ar avea cine (kitsch-ul, imobiliarul, siguranța). Singurul punct slab pe care îl pot elimina numai operatorii, împreună, este lipsa experienței comune a stațiunii, iar punctul tare pe care se pot sprijini este cooperarea începută în ultimii ani. Prioritatea are, prin urmare, două componente: domeniul public al stațiunii are nevoie de un responsabil și de un buget, iar experiența stațiunii are nevoie de operatori care o construiesc împreună [I].

3. Viziune 2034, poziționare și principii

3.1. Viziunea

Viziunea de mai jos reunește cele trei viziuni de masă produse în atelierul 01 și răspunsurile convergente din interviuri, verificate față de datele de piață și de percepție și completate cu propunerile managementului de proiect, marcate ca atare.

Poiana Brașov 2034 este stațiunea montană premium de referință a României: compactă și pentru patru anotimpuri, cu un standard premium în toate serviciile ei, private și publice.

Stațiunea are un centru. Centrul este *„zona zero”* a Poienii: locul în care turistul ajunge mai întâi, în care se concentrează comerțul de standard, gastronomia și calendarul de evenimente, și din care pornesc aleile, promenada și traseele. Comerțul și evenimentele din zona zero sunt guvernate de reguli stricte, pentru ca noul centru să nu reproducă modelul zonei de vânzări din parcarea de lângă teleferic [I, propunere a managementului de proiect].

Domeniul public este la standardul domeniului privat: alei, promenadă, iluminat, mobilier, peisagistică, signalistică, întreținere, toate la nivelul hotelurilor care le înconjoară.

Turistul intră *„în modul de vacanță”* din momentul sosirii, nu la recepția hotelului. Are ce face între 17 și 22 fără să coboare în oraș. Poate alerga dimineața, poate pedala și se poate plimba seara în siguranță, pe trasee marcate și luminate. Își prelungește sejurul pentru că *„îi pare rău că nu mai este încă o zi”* (Subiect 6).

Bicicliștii găsesc în stațiune trasee pentru fiecare nivel, de la cel de familie la cel de competiție, gradate după dificultatea reală a terenului, și instalații pe cablu care funcționează după un program cunoscut dinainte [I].

Turistul trăiește Poiana ca pe o singură stațiune. Primește la sosire, în orice unitate, aceeași informare și cardul stațiunii, valabil la toți operatorii; își alege activitățile dintr-un singur loc, oriunde ar fi cazat; folosește naveta stațiunii; poate cina într-un restaurant, merge la spa în altă unitate și la schi cu o școală a stațiunii, într-un pachet cumpărat o singură dată. Operatorii concurează prin calitatea propriilor servicii și cooperează pentru experiența stațiunii, pentru *„clienții stațiunii”* (Subiect 8).

În fiecare weekend al anului, stațiunea celebrează, în zona zero, o țară care are ambasadă în România, împreună cu gastronomia ei. Întreaga Poiană are astfel un motiv de viață în fiecare săptămână, nu doar în vârfurile de sezon [I, propunere a managementului de proiect].

Brașoveanul urcă în Poiana ca în al doilea său spațiu de agrement, cu autobuzul, nu cu mașina, și găsește acolo ce nu găsește în oraș: natura la îndemână, sport, aer, liniște.

Stațiunea este integrată cu orașul în ambele sensuri: ce lipsește uneia există în cealaltă, la cincisprezece minute, și cele două se vând ca un singur sejur.

Domeniul public al stațiunii se dezvoltă prin programele de investiții ale municipiului, iar promovarea stațiunii este parte a promovării destinației, din taxa specială pentru promovarea turistică; operatorii ei, reuniți într-o asociație reprezentativă, sunt consultant și partener al administrației publice locale și al OMD, membru consultativ în strategia de dezvoltare a stațiunii, și organizează împreună serviciile comune ale stațiunii.

Stațiunea rămâne *„o Poiană”*: fără blocuri de apartamente, fără dezvoltări rezidențiale care să altereze conceptul de stațiune, cu pădurea și Postăvarul drept valoarea numărul unu.

Viziunile de masă din atelierul 01 au formulat ținte pe care capitolul le preia ca orizont, nu ca angajamente cuantificate: *„stațiunea nr. 1 de turism montan și sport din România, de importanță națională și internațională”*, cu *„centru de inițiere în sporturi montane”* pentru copii și tineri (masa 1); *„trecerea de la turismul de weekend la sejururi de 4–5 zile”*, cu umplerea primăverii și a toamnei prin conferințe, festivaluri și spa (masa 2); *„peisagistică și estetică unitară”*, *„stoparea haosului urbanistic”* și *„reinvestirea taxei de turism direct în Poiana Brașov”* (masa 3) [D].

3.2. Poziționarea: stațiune premium

Obiectivul și poziționarea centrală a Poienii sunt cele de stațiune premium. Opțiunile din secțiunea 7 privesc mijloacele prin care se realizează această poziționare.

Poiana Brașov se poziționează ca stațiune premium, cu capacitate de primire dimensionată, nu ca destinație de masă. Patru argumente susțin decizia. Datele de piață arată că stațiunea este deja premium în sens economic și că reducerea prețului pentru volum a fost evaluată și respinsă chiar de operatori, din motive de calitate a clientelei (Subiect 8) [C/D]. Nucleul de clientelă fidelă identificat în cercetarea națională este matur și solvabil, iar recomandarea de 82% arată că este mulțumit de ce primește și trebuie protejat [C]. Compactitatea fizică a stațiunii și statutul de drum național al accesului fac ca orice scenariu de masă să presupună investiții de acces cu impact asupra cadrului natural, adică asupra valorii numărul unu [I]. Destinația dispune, în zona metropolitană, de alternative pentru fluxurile de masă, pe care stakeholderii le numesc explicit (*„masa la Predeal”*, Subiect 19) [D].

Poziționarea premium presupune ca standardul să nu fie doar al hotelurilor. Turistul plătește un tarif premium pentru întreaga stațiune, nu doar pentru cameră, iar *„Poiana trebuie să arate impecabil. Pentru că atunci ai justificarea de ce este o stațiune scumpă”* (Subiect 18) [D]. Standardul premium se aplică, așadar, tuturor serviciilor, private și publice, inclusiv celor pe care operatorii le pot oferi numai împreună:

- cazarea, alimentația și agrementul privat, prin Regulamentul stațiunii (D5);
- spațiul public, prin centrul stațiunii, alei, promenadă, iluminat, mobilier, peisagistică și signalistică (D2);
- întreținerea, prin deszăpezire, salubritate și îngrijirea spațiilor verzi la nivel de stațiune, nu de cartier (D2-g);
- transportul, prin linia de mare frecvență, parcarea de transfer și abonamentul destinației (D1);
- informarea, la sosire și pe trasee (D2-h);
- experiența de ansamblu a stațiunii, prin serviciile pe care operatorii le organizează împreună: cardul stațiunii, activitățile, naveta, pachetele, programul serii, aceeași primire în orice unitate (D7);
- ordinea publică și siguranța, cu un personal *„foarte elegant și cu o atitudine corectă”*, care spune turistului: *„Bună ziua, sunteți într-un loc exclusivist, vă rugăm să vă comportați ca atare”* (Subiect 6) [D], și cu reguli aplicate pe pârtie și pe trasee (D6).

Premium nu înseamnă exclusiv prin preț. Stațiunea rămâne *„pentru toate buzunarele”* în sensul ofertei de cazare, de la pensiuni de două stele la hoteluri de cinci, dar standardul se vede în comportamentul pe care stațiunea îl cere și îl face posibil: reguli aplicate, standard vizual unitar, acces auto limitat, transport public de calitate, comerț selectat în centru. Consultarea o formulează astfel: *„clasa va atrage masa, dar o va filtra foarte bine”* (Subiect 19); *„omul când vede ordine și liniște și că totu-i pus la loc, nu-și permite să fie țăran”* (Subiect 6) [D].

Poziționarea are cinci consecințe directe asupra direcțiilor. Evenimentele mari de masă, de tipul festivalului de zeci de mii de participanți, nu se amplasează în stațiune, ci în Poiana Mică sau în alte locații ale destinației cu afluire și defluire rezolvate; stațiunea găzduiește evenimente de nișă, sportive, corporative și culturale, de dimensiune compatibilă cu capacitatea ei de primire. Accesul rutier nu se dublează; se gestionează prin capacitate de parcare la intrare, transport public prioritar și restricții de flux. Dezvoltarea imobiliară se limitează la funcțiuni turistice, fără aparthoteluri și fără locuințe colective. Comerțul și evenimentele din noul centru al stațiunii sunt supuse unor reguli mai stricte decât restul stațiunii, pentru că zona zero este locul în care poziționarea premium devine vizibilă sau se compromite. Serviciile comune ale operatorilor (D7) se organizează la standardul hotelurilor care le oferă: un card al stațiunii sau un birou de activități de calitate inferioară ar slăbi tocmai poziționarea pe care trebuie să o susțină.

3.3. Principii directoare

Șase principii guvernează toate direcțiile din secțiunea 4.

Standard premium în toate serviciile, private și publice. Investiția publică în spațiul stațiunii este condiția ca investiția privată să fie percepută ca premium: *„nu poți să plătești camera acolo cât e și să ai peisajul pe care-l ai”* (Subiect 6) [D].

Experiența stațiunii, construită împreună de operatori. Experiența pe care turistul o cumpără este a stațiunii. Fiecare operator concurează prin calitatea propriilor servicii, iar serviciile care compun experiența stațiunii (transportul intern, activitățile, seara, informarea la sosire, pachetele, cardul stațiunii) se organizează împreună, la nivel de stațiune, prin cooperarea voluntară a operatorilor în cadrul Asociației și, pentru componentele de destinație, prin OMD, *„pentru clienții Poienii, nu neapărat pentru clienții hotelului X, Y sau Z”* (Subiect 8) [D]. Măsurile operatorilor se verifică prin întrebarea *„ce aduce stațiunii”*, alături de întrebarea *„ce aduce unității mele”* [I].

Patru anotimpuri, cu un produs propriu pentru fiecare sezon. Iarna rămâne sezonul de bază (schi, familie, vacanțe școlare); vara este sezonul naturii active (bicicletă, drumeție, sport, familie); cele două perioade de extrasezon, cele mai slabe în toate datele, sunt perioadele conferințelor, ale relaxării și ale spa-ului, ale sportului de performanță și ale evenimentelor de nișă.

Integrare cu Brașovul în ambele sensuri. Fiecare măsură a stațiunii se verifică prin întrebarea *„ce aduce orașului”* (sejururi mai lungi, clientelă de valoare, descongestionarea centrului) și fiecare măsură a orașului relevantă pentru stațiune se verifică prin întrebarea *„ce aduce Poienii”* (Sala Polivalentă, aeroportul, trenul metropolitan, abonamentul integrat).

Orientare prin reguli și stimulente, fără interdicții generice. Regulamentul stațiunii, regulile de urbanism și regimul închirierilor pe termen scurt definesc ce este permis și la ce standard; interzic

punctual (locuințe colective, aparthoteluri, comerț neintegrat în zona zero), nu generic. Este linia adoptată de strategie și pentru reglementarea închirierilor pe termen scurt la nivelul destinației.

Siguranța drept condiție de funcționare. *„Nicio destinație turistică nu va crește, mai mult decât atât, riscă să intre în faliment dacă nu e siguranță”* (atelierul 01) [D]. Gestiunea faunei, a conflictelor de pe pârtie și a riscurilor montane precede orice promovare. Vara, aceeași regulă se aplică bike parkului: un traseu se promovează la nivelul de dificultate pe care îl are în realitate.

3.4. Ce înseamnă integrarea cu Brașovul, în practică

Integrarea cu Brașovul se realizează prin opt mecanisme, fiecare dezvoltat într-una dintre direcțiile strategice:

Abonamentul integrat al destinației (transport public, parcare de transfer, transport pe cablu, intrări la obiective), pentru sejururi de trei nopți fără mașină, propus în consultare sub numele de lucru *„Brașov City Mountain Pass”* (Subiect 13), cu cardul stațiunii, oferit de operatorii din Poiana, drept componentă de stațiune: D1-c, D7-a.

Linia de transport public de mare frecvență între gară, Livada Poștei, parcarea de transfer din Bartolomeu și stațiune, cu vehicule dotate pentru echipament, și linia 20B Poiana–Râșnov cu remorcă pentru biciclete din planul județean: D1-b, D1-d.

Sejurul în două etape: o zi în stațiune și Postăvaru, o zi în centrul istoric, o zi de gastronomie și cultură, formula propusă în consultare pentru trecerea de la două nopți la trei sau patru (Subiect 13), vândută ca un singur produs de OMD: D3, capitolele G și C.

Produsul de conferințe comun: Sala Polivalentă și hotelurile din stațiune ca *„prima opțiune de cazare și relaxare premium pentru participanți”* (atelierul 01, masa 2): D4-c.

Calendarul unic al destinației, ținut de OMD Brașov ca integrator al calendarului, în care calendarul stațiunii este o componentă, nu un calendar paralel: D3-n, secțiunea 6.

Promovarea stațiunii ca parte a promovării destinației, din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD, cu programul anual stabilit cu consultarea Asociației: secțiunea 6.

Statistica dedicată a stațiunii din evidența aceleiași taxe, pe care Primăria o are deja: secțiunea 8.

Comunicarea sub brandul destinației, cu sub-marca stațiunii: *„Brașov, Transilvania”* pentru străini, cu Poiana ca motiv de sejur, nu ca destinație paralelă (Subiect 18): construirea mărcii destinației, în politica orizontală S5 și în planul de marketing din Volumul I.

4. Direcții strategice

Fiecare direcție are aceeași structură: constatarea care o fundamentează, obiectivul, măsurile, actorii responsabili și orizontul. Măsurile sunt formulate la nivelul de detaliu al unei strategii; dimensionarea tehnică și financiară revine etapei de planificare operațională. Marcajul [D] indică măsurile preluate din propunerile stakeholderilor; [I] indică măsurile derivate de echipă din diagnostic sau propuse de managementul de proiect. Codurile măsurilor (D1-a, D2-b1 și așa mai departe) sunt cele la care capitolele G și C fac trimitere.

D1. Acces și mobilitate: gestiunea fluxurilor și capacitatea de primire

Constatare. Blocajele de vârf sunt generate în mai mult de jumătate de traficul local (Subiect 15), drumul Poienii este drum național, iar parcarea de transfer din Poiana Mică (434 de locuri, 2017) funcționează fără ca fluxul să fie dirijat prioritar spre ea [D/C]. Două poziții coexistă în consultare: accese suplimentare (al treilea acces, extinderea spre Râșnov, telecabina Brașov–Poiana) și renunțarea la noi accese în favoarea capacității de primire (*„N-aș umbla la drum”*, Subiect 19) [D]. Poziționarea adoptată în secțiunea 3.2 alege a doua; extinderea domeniului schiabil spre Râșnov este tratată în secțiunea 7 (S1). Vara, programul instalațiilor pe cablu se stabilește în funcție de cerere și nu poate fi anticipat nici de operatorii stațiunii, nici de bicicliști (secțiunea 2.6.7) [C/D].

Obiectiv. Până în 2030, accesul în stațiune în zilele de vârf se face predominant fără autoturism propriu dincolo de Poiana Mică, iar timpul de acces din Brașov este predictibil. Până în 2028, operatorii și turiștii află orice închidere a drumului imediat după aprobarea evenimentului, de regulă în luna anterioară, printr-un singur canal. Din sezonul 2027, programul anual al instalațiilor pe cablu este publicat înaintea fiecărui sezon, iar pe tot sezonul cald cel puțin o instalație care urcă bicicliștii la plecarea traseelor funcționează zilnic.

Măsuri.

- (a) **Schema de gestiune a fluxurilor de vârf.** Numărarea automată a autoturismelor la intrarea în stațiune, cu afișarea locurilor libere în oraș, la Livada Poștei și la Bartolomeu, și oprirea accesului auto dincolo de Poiana Mică la atingerea pragului de ocupare a parcărilor din stațiune, cu informare în timp real printr-o aplicație de parcare, pentru ca autobuzul de mare frecvență să circule pe un drum eliberat (Subiect 15; *„nu aș mai lăsa mașinile să depășească Poiana Mică”*, Subiect 18) [D]. Condiția juridică este tranșarea regimului drumului: preluarea în administrarea Primăriei ca *„Drumul Poienii”* sau un protocol permanent cu administratorul drumului național și cu Comisia de circulație. Interviurile consemnează lecturi divergente ale regimului (Subiecții 15 și 23), deci evaluarea juridică a Primăriei este prima sarcină pe această direcție (secțiunea 7, S5).
- (b) **Linia de transport public de mare frecvență** Brașov (gară, Livada Poștei, parcarea de transfer Bartolomeu) – Poiana, cu vehicule dotate pentru echipament de schi și biciclete și cu prioritate fizică pe drum în zilele de vârf – semafor prioritar și bandă pe segmentele unde geometria drumului o permite, nu bandă dedicată pe tot drumul (Subiect 11) [D/I]. Frecvența, nu tariful, este ceea ce face ca brașoveanul să lase mașina acasă: *„dacă stai după autobuz o oră, după aceea mai stai în trafic încă o oră-două”* (Subiect 11) [D]. Linia servește și personalul unităților din stațiune, pentru care *„programul de muncă depinde de programul mașinii”* (interlocutor al cercetării doctorale) [D]; primele și ultimele curse se stabilesc și după turele de lucru din stațiune [I].
- (c) **Abonamentul integrat al destinației** (*„Brașov City Mountain Pass”*, Subiect 13): transport public, parcare de transfer, transport pe cablu și intrări la obiective, pentru sejururi de trei nopți fără autoturism [D]. Integrarea tarifară cu parcarea de transfer: cine parchează în Poiana Mică sau în Bartolomeu are transportul inclus; iarna, produsul integrat „parcare la Poiana Mică + transport + schi”, cu legătura spre transportul pe cablu, este oferta implicită a zilelor de vârf [I].
- (d) **Linia 20B Poiana Brașov–Râșnov cu remorcă pentru biciclete**, Acțiunea 1 a Planului Strategic de Acțiune HINGE al Consiliului Județean: pilot la Ziua Intermodalității 2023; investiție estimată de 1,24 milioane de euro, din care două autobuze finanțate prin PNRR; costuri de operare de 337.260 de euro pe an, împărțite între Primăria Brașov și Primăria Râșnov; indicator-țintă de 70

de bicicliști pe zi în primul an, 12.500 pe an, și 200 pe zi după cinci ani[209] [C]. Linia este, pentru stațiune, redundanța accesului și legătura cu gara Râșnov a viitorului tren metropolitan.

- (e) **Calendarul public al închiderilor de drum** pentru evenimente, comunicat operatorilor și turiștilor printr-un singur canal, imediat după aprobarea evenimentului, de regulă în luna anterioară (Subiect 6) [D].
- (f) **Funcționarea predictibilă și de lungă durată a transportului pe cablu.** Un program anual al tuturor instalațiilor pe cablu, publicat înaintea fiecărui sezon, cu perioadele de revizie anunțate, cu funcționarea zilnică, din iunie până în septembrie, și la sfârșit de săptămână în mai, octombrie și noiembrie, a cel puțin uneia dintre instalațiile care urcă bicicliștii la plecarea traseelor bike parkului, cu suporturi pentru biciclete pe toate instalațiile și cu personal format pentru primirea bicicliștilor (programul „Brașov, destinație de ciclism montan", capitolul P3) și cu informare în timp real asupra funcționării instalațiilor și a stării pârtiilor și a traseelor (atelierul 07; Conceptul) [D]. Operatorii stațiunii primesc programul odată cu calendarul anual, ca să își poată dimensiona echipele: *„nu știi niciodată câți oameni ai nevoie în echipă"* (atelierul 07) [D]. Programul extins (nocturne, extrasezon) se negociază cu operatorul (*„Adică aș face nocturne"*, Subiect 19) sau, în scenariul invocat de stakeholderi, prin preluarea instalațiilor în regim comunitar (*„l-aș lua de la un operator privat și l-aș da comunității"*, Subiect 19) [D]. Opțiunea de preluare cere o evaluare juridică și economică separată, în sarcina Primăriei; până la rezultatul ei, obiectul negocierii este programul.
- (g) **Parcarea în stațiune.** Dimensionarea capacității de parcare din stațiune pentru cererea de vară, cu soluții subterane sau semi-îngropate acolo unde terenul permite (Subiect 19), în timp ce vârfurile de iarnă se preiau la Poiana Mică, eliminarea parcării pe spațiile verzi și pe trotuare (Subiect 15) și tarifarea diferențiată față de parcarea de transfer, astfel încât parcarea în stațiune să fie opțiunea scumpă, nu cea implicită [D/I]. Gabaritul de acces al parcării din Poiana Mică se verifică și se semnalizează la intrarea pe drumul Poienii și în aplicația de parcare, cu o soluție de parcare pentru vehiculele care îl depășesc, iar parcările intermediare primesc acces pietonal spre stațiune (Conceptul) [D/I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov (mobilitate, parcări), RATBV, administratorul drumului național și Comisia de circulație, autoritatea județeană (HINGE, tren metropolitan), Primăria Râșnov, operatorul domeniului schiabil, OMD Brașov (abonamentul). **Orizont.** (a), (b), (e): 2027–2028; (c), (d), (g): 2028–2030; (f): programul anual publicat, din sezonul 2027; programul extins, 2027–2028; preluarea instalațiilor, numai după evaluarea juridică și economică.

D2. Domeniul public și centrul stațiunii: prioritatea P5 în sens strict

Constatare. Este direcția cu cel mai înalt grad de convergență din întregul material și nucleul priorității P5. Stațiunea nu are centru, promenadă, trasee de alergare și de plimbare marcate, iluminat de stațiune, peisagistică unitară; *„modul de vacanță"* nu se declanșează la sosire; seara, stațiunea este întunecată și golită; comerțul de la baza telefericului este *„bazar"* [D]. Conceptul de turism din 2023 descria aceleași lipsuri (secțiunea 2.7) [D]. Toate aceste deficiențe sunt de competența autorității publice.

[209]Consiliul Județean Brașov (cu Civitta), „Planul Strategic de Acțiune HINGE" (finanțat prin Inițiativa Europeană pentru Climă, EUKI), decembrie 2023, Acțiunea 1: linia 20B Poiana Brașov–Râșnov cu remorcă pentru biciclete.

Obiectiv. Până în 2031, Poiana Brașov are un centru pietonal identificabil, *„zona zero”* a stațiunii, cu reguli proprii de urbanism, comerț și evenimente; o rețea continuă de alei și trasee pentru alergare, plimbare și bicicletă de agrement; iluminat și mobilier urban unitar; iar spațiul public al stațiunii apare în recenzii și în cercetarea de teren ca parte a experienței premium.

Măsuri.

- (a) **Planul urbanistic zonal al stațiunii, cu concept peisagistic unitar.** Iluminat *„de stațiune”* (*„boem”*, care lasă să se vadă stelele, Subiect 6), mobilier, signalistică, materiale, reguli pentru fațade, panouri și terenuri private neîngrijite (*„proprietarii care au terenuri neîngrijite trebuie somați și amendați”*, Subiect 6) [D]; interdicția explicită a locuințelor colective și a aparthotelurilor; eliminarea comerțului ambulant neintegrat (*„chioșcul ăla la intrarea în Poiană”*, Subiect 19; *„eliminarea comerțului ieftin/kitsch”*, atelierul 01) [D].
- (b) **Centrul stațiunii ca *„zona zero”* a Poienii.** Un spațiu pietonal central nou, conceput ca punct de atracție și de orientare al stațiunii, locul în care turistul ajunge mai întâi, care mută greutatea vizitelor dinspre parcarea de sub teleferic spre un loc definit și care dă Poienii ceea ce îi lipsește: o adresă. Cuprinde bradul de Crăciun, târgul de iarnă, o scenă pentru evenimente de dimensiunea stațiunii, terase și comerț de standard; răspunde întrebării *„unde punem un brad?”* (atelierul 01) [D]. Amplasamentul se stabilește prin PUZ, cu opțiunea invocată în atelier a axei biserică – Poiana Mică [I, propunere a managementului de proiect].
- (b1) **Regulamentul zonei zero**, adoptat prin hotărâre a Consiliului Local ca parte a Regulamentului stațiunii (D5-a), cu trei componente. Urbanism: cod de design pentru construcții, fațade, mobilier, signalistică, iluminat și materiale, cu interdicția structurilor provizorii și a improvizațiilor comerciale. Codul de design include signalistica și mobilierul urban care poartă simbolurile stațiunii, alese odată cu el din valorile numite de operatori în atelierul 01 (Postăvarul și pădurea, tradiția pionieratului în schiul românesc), în linia măsurii S5-a a Volumului I, povestea orașului spusă prin spațiul public [I]. Comerț: accesul comercianților în zona zero prin selecție pe criterii publice de concept, de calitate a produsului și de standard vizual, în cadrul legislației achizițiilor publice și a concurenței, prin contracte de concesiune sau de închiriere cu clauze de standard și de reziliere; excluderea explicită a produselor de tip kitsch și a comerțului ambulant neintegrat, astfel încât comercianții noi sau cei care se vor muta în noul centru să nu reproducă modelul zonei de vânzări din parcarea din apropierea telefericului. Evenimente: un singur integrator al calendarului, OMD Brașov, prin calendarul unic al destinației, cu consultarea Asociației, reguli de volum sonor, de program, de gestiune a deșeurilor și de aspect al structurilor temporare. Măsura este o propunere a managementului de proiect [I], fundamentată pe diagnosticul convergent din secțiunea 2.6.4. În stațiune, selecția comerțului pe concept privește amplasamentele de pe domeniul public care se atribuie sau se reatribuie și este condiționată de inventarul cadastral al domeniului public, de titlurile și contractele existente și de o procedură publică de selecție. Selecția o face Primăria, ca proprietar al domeniului public, cu avizul consultativ al Asociației.
- (c) **Promenada și rețeaua de trasee.** Traseul pietonal iluminat de la biserică până în Poiana Mică, legat de traseul forestier (atelierul 01); trasee de alergare marcate, cu suprafață adecvată și bucle de 3, 5 și 10 km, trecute în harta stațiunii (*„dimineața la ora 6:00 ar vrea să alerge, dar nu au un traseu”*, propunere relatată de Subiectul 15); traseu de bicicletă de agrement pentru familii

Poiana Mică – Poiana Mare și spre Râșnov, pe liziera pădurii și pe drumuri forestiere, fără defrișări (Subiect 11) [D].

- (d) **Zone de ședere și de contemplare a peisajului.** Bănci, belvederi, spații pentru familii cu copii mici: *„n-ai o zonă de liniște, n-ai o zonă în care să te poți retrage”* (Subiect 6); *„dă-te cu un cărucior pe stradă și vezi ce poți să faci cu un copil mic când ăla adoarme”* (Subiect 6) [D]. Măsura cuprinde locurile de belvedere ale stațiunii: la stațiile superioare ale instalațiilor pe cablu, pe Postăvaru și pe drumul spre Poiana Mică, cu bancă, parapet, un panou discret cu ce se vede și, unde este cazul, instalații de fotografiat cu identitatea vizuală a destinației, după codul de design al zonei zero, fără kitsch (capitolul P3, D3-l; Volumul I, S5) [I].
- (e) **Regimul de liniște adaptat stațiunii.** Program de construcții și de lucrări zgomotoase diferit de cel urban, în special în vacanțe: *„nu poți într-o stațiune să ai program de liniște la fel ca într-un oraș”* (Subiect 6) [D].
- (f) **Programul serii.** Răspunsul la *„ce faci de la 17 la 22”*: iluminat și deschidere a spațiului public, program coordonat al teraselor și al restaurantelor, organizat de operatori împreună (D7-e), calendar săptămânal de seară în sezon, cu zona zero drept loc (atelierul 01; Subiect 18) [D/I]. Capitolul C dă conținutul cultural al serii; capitolul de față dă locul și regulile.
- (g) **Întreținerea la standard.** Deszăpezire, salubritate, tuns, flori, reparații curente la un nivel definit printr-un caiet de sarcini al stațiunii, cu indicatori de calitate și cu raportare publică; reproșul operatorilor nu este că aceste servicii nu există, ci că sunt la nivelul unui cartier, nu al unei stațiuni (*„ne pun ultimele becuri rămase de acum doi ani”*, Subiect 6) [D/I].
- (h) **Signalistica și informarea în stațiune.** Sistem unitar de orientare (direcții, distanțe, trasee, obiective), borne numerotate pe trasee pentru localizare în caz de urgență (Subiect 11), informare digitală la sosire (*„când ajunge turistul în Poiană ar trebui să primească în mod automat pe telefon un set de instrucțiuni”*, Subiect 6), în locul indicatoarelor pe care operatorii le-au făcut *„pe banii noștri”* fără a le putea autoriza [D].

Actori. Primăria Municipiului Brașov (urbanism, investiții, spații verzi, servicii publice), Consiliul Local (regulamentele în 2027, PUZ-ul în 2028), asociația operatorilor din Poiana (avize consultative, cofinanțarea animării), Regia Pădurilor Kronstadt și administrațiile ariilor protejate (trasee), OMD Brașov (calendar, informare). **Orizont.** PUZ și concept peisagistic: 2027; regulamentul zonei zero: 2027–2028; centrul și promenada: 2028–2031; trasee, signalistică, întreținere la standard: 2027–2029.

D3. Produs pentru patru anotimpuri

Constatare. Datele arată două vârfuri (februarie și iulie–august) și un extrasezon în care ocuparea segmentului de închirieri pe termen scurt scade la 27–30% [C]. Conferințele nu compensează: *„pe august nu sunt evenimente corporate, deci ne bazăm pe leisure. Chiar și iulie e foarte slab”* (Subiect 6); *„se vor începe evenimentele doar după data de 15 septembrie”* (Subiect 8) [D]. Stakeholderii au o viziune de produs clară pentru fiecare sezon, dar fără organizare la nivel de stațiune. Vara, bike parkul este produsul cel mai dezvoltat al stațiunii, dar traseele lui sunt, în cea mai mare parte, de nivel mediu și dificil (secțiunea 2.6.7) [C/D].

Obiectiv. Până în 2034, raportul dintre ocuparea de extrasezon și cea de vârf se apropie de cel al orașului, durata medie a sejurului crește de la circa 2 nopți spre 3, iar stațiunea are un motiv de vizită în weekendurile din calendarul ei anual, tot mai multe de la un an la altul.

Măsuri, iarna.

- (a) **Menținerea și modernizarea domeniului schiabil existent**: înzăpezire artificială, instalații, iluminat pentru schi nocturn, delimitarea strictă a pârtiilor de schi de cele de sanie și tubing (*„cele mai grave accidente... sănii scăpate de sub control”*, Subiect 11) [D]; un derdeluș amenajat pentru copii, cu pantă blândă, în zona Poiana Mică, în locul pantelor improvizate dintre stațiune și stână, pe care familiile le folosesc astăzi fără nicio amenajare [I]. Extinderea spre Râșnov și legarea prin instalații cu Predealul sunt tratate în secțiunea 7 (S1), ca proiecte metropolitane de termen lung.
- (b) **Vacanța de schi a copiilor** (*„o singură decizie foarte bună pe februarie”*, Subiect 6) valorificată prin produse de inițiere pentru copii și tineri, un *„centru de inițiere în sporturi montane”* (atelierul 01, masa 1) [D].
- (c) **Biletul unic de schi** la nivelul destinației metropolitane (Poiana, Predeal, Bran, Cheile Grădiștei), pe modelul biletului comun al muzeelor, pentru clientela de sezon care *„weekendul ăsta vrea la Predeal, weekendul ăsta vrea în Poiană”* (Subiect 11) [D].
- (d) **Sezonul festiv în stațiune**: târg și iluminat de Crăciun în zona zero, până acum inexistente (*„în Poiană n-a fost deloc Târg de Crăciun”*, atelierul 01) [D]; capitolul G a tratat Târgul de Crăciun al destinației, cu stațiunea ca a doua locație.

Măsuri, vara.

- (e) **Bike parkul, cu o gamă completă de dificultate.** Reevaluarea gradării traseelor existente, astfel încât traseele albastre să fie albastre pe toată lungimea lor, prin variante ocolitoare pe tronsoanele mai dificile sau prin reclasificare [I]; două trasee verzi, de inițiere, ca prioritate, cu traseul de familie de pe Lupului inferior, aflat în studiu (Subiect 15) [D], și, pe termen mediu, coborârea emblematică din Postăvaru până în Centrul Vechi, pe traseu dedicat, separat de potecile de drumeție (capitolul P3, programul „Brașov, destinație de ciclism montan”) [I]; și trasee de anduranță, ușoare și medii, între Poiana și Brașov, care pot fi parcurse la urcare și la coborâre (Conceptul) [D]; un administrator unic al parcului de ciclism montan, cu buget anual de întreținere și cu schemă de întreținere, de patrulare și de comunicare, în parteneriat între Primărie, operatorul instalațiilor pe cablu, Regia Pădurilor Kronstadt și o asociație locală de ciclism montan (Conceptul; capitolul P3) [D/I]; spălătorie de biciclete, punct de hidratare și atelier la bază [I]; patrule de bicicletă în sezon (*„bike patrol pe vară”*, atelierul 07) și procedura de alertă la apariția ursului (*„O procedură în bike park când apare ursul, măcar să știm cum se anunță”*, atelierul 07) [D]; la plecarea fiecărui traseu, un panou cu dificultatea, lungimea, diferența de nivel și echipamentul obligatoriu [I]. Segmentul de familie și de inițiere este un produs distinct al parcului: trasee verzi, un parc de îndemânare și o pistă de tip pump track la baza instalațiilor, după modelul destinațiilor mature; traseele nu se tarifează, venitul vine din instalații, cu tarife pe durate și reducere online, din cardul stațiunii și din servicii (capitolul P3, secțiunea 2.10 și programul de ciclism montan) [I].
- (f) **Sania de vară** de pe pârtia Bradul, licitată în 2023, de dus la capăt și de integrat în zona de agrement a bazei pârtiei [D/C].
- (g) **Activitățile opționale organizate la nivel de stațiune**: drumeții ghidate, echitație, excursii în zona metropolitană, cu înscriere din toate unitățile și cu preluarea turiștilor de la fiecare unitate, prin biroul comun de activități al stațiunii (D7-b), *„pentru clienții Poienii”* (Subiect 8), după modelul activităților *„care se făceau odinioară la nivel global în Poiană”* (atelierul 01) [D].

- (h) **Agrementul cu apă** în Poiana Mică (lacul, tema C24) și parcul de aventură, cu evaluarea opțiunii unui parc mare pe Ruia (Subiect 23) [D].
- (i) **Accesibilizarea Postăvarului** pentru toate categoriile de public: trasee gradate, informare, localizare prin borne numerotate (Subiect 11) [D].

Măsuri, extrasezon.

- (j) **Conferințe și evenimente corporative**: produsul de stațiune din D4.
- (k) **Relaxarea și spa-ul** ca poziționare a stațiunii, nu doar a hotelurilor: *„Trebuie promovată Poiana Brașov ca și un centru de wellness”* (Subiect 13) [D]; cererea națională pentru relaxare și spa este a doua ca atractivitate după litoral [C].
- (l) **Turismul de seniori organizat**, în circuite de șapte nopți cu program zilnic, pe modelul turismului organizat de primire de altădată: *„din martie poți să-i ai până în octombrie relaxat”* (Subiect 6) [D].
- (m) **Evenimente de nișă**, crescute cu răbdare în ani, nu *„orice, oriunde, oricum”* (Subiecții 18 și 20): competiții sportive (ciclism, alergare montană, schi alpin de juniori), evenimente gastronomice, sejururi de retragere și reflecție, cu Poiana Mică pentru formatele mari [D/I]. Experiența festivalului Massif, discontinuu după două ediții cu public mare, se preia ca regulă de adecvare a evenimentului la stațiune și la sezon, nu ca argument împotriva evenimentelor.
- (n) **Programul *„Poiana celebrează lumea”*, weekendurile țărilor.** În weekendurile din calendarul anual al stațiunii – cel puțin două pe lună în sezon și unul pe lună în extrasezon în primii doi ani, cu creșterea frecvenței pe măsură ce programul se consolidează; un program în fiecare weekend al anului nu este realist la început, iar ținta celor 52 de weekenduri pe an se plasează la maturitate, în 2034, condiționată de capacitatea organizatorilor și de cerere, stațiunea celebrează, în zona zero, o țară care are ambasadă în România (sau mai multe, grupate regional), împreună cu gastronomia ei. Propunere a managementului de proiect [I]. Formatul: vineri seara – duminică; program cultural adus de ambasada parteneră și de comunitatea țării respective din România (muzică, film, meșteșuguri, prezentări de destinație); gastronomia țării invitate pregătită de restaurantele stațiunii, care adoptă împreună, prin Asociație, un meniu tematic pentru weekend (D7-e), și de bucătari invitați, în asociere cu produsele Țării Bârsei, pentru ca programul să întărească identitatea gastronomică locală, nu să o dilueze (D5-d, capitolul G); comerț tematic selectat conform Regulamentului zonei zero. Mecanismul: calendarul anual se construiește de OMD Brașov, cu consultarea Asociației, cu sprijinul Direcției Protocol a Ministerului Afacerilor Externe și al ambasadelor, pe relațiile diplomatice deja active ale municipiului (vizitele ambasadorilor și ale delegațiilor orașelor înfrățite, Subiect 13) [D]. Lista misiunilor diplomatice rezidente în România este suficient de lungă pentru rotație pe mai mulți ani fără repetare; dimensionarea exactă revine planificării. Comunicarea are două publicuri: comunitatea țării respective din România (cu precădere din București, la două ore de Poiana) și piața-sursă a țării, cu prioritate pentru piețele cu zbor direct spre Brașov-Ghimbav și cu sejur lung în recenzii (Israel, Regatul Unit, Germania, Polonia) [C/D]. Funcția programului este triplă: dă răspunsul săptămânal la *„ce faci de la 17 la 22”*, dă brașovenilor un motiv recurent de a urca și transformă extrasezonul dintr-o absență într-un calendar. Programul este de scara stațiunii, nu a festivalului de masă, și înlocuiește evenimentele ad-hoc, nu li se adaugă (*„calendar fix de evenimente anuale”*, atelierul 01; evenimente *„pe care să ai răbdare să le crești”*, Subiect 18) [D].

Actori. Operatorul domeniului schiabil, administratorul bike parkului, asociația operatorilor, școlile de schi și cluburile sportive, Primăria (sania de vară, agrement public, trasee), OMD Brașov (calendar, bilet unic, promovare), alte autorități publice (circuite metropolitane), Ministerul Afacerilor Externe și ambasadele (D3-n). **Orizont.** (a)–(d), (g), (k): 2027–2029; (e), (f), (i), (m), (n): 2027–2031; (h), (l): 2029–2034.

D4. Conferințe, sport și activele adormite

Constatare. Stațiunea are capacitate de conferință în *„95%"* dintre unitățile mari (Subiect 8), dar frâna este accesul și lipsa unui centru dedicat; *„companiile aleg Poiana după ce se termină locațiile din Sinaia"* (Subiect 19) [D]. Trei active publice sunt adormite: stadionul, patinoarul (Ministerul Sportului) și Centrul de Agrement (Primăria), evaluat ca *„struțocămilă"* în funcția de conferință și pozitiv în funcția de agrement [D]. Cantonamentele se cazează în stațiune, dar se antrenează în altă parte (Subiect 8) [D].

Obiectiv. Până în 2031, Poiana Brașov are un produs de conferințe de stațiune și o bază sportivă funcțională, iar cele trei active publice sunt reintroduse în circuit cu funcțiuni clarificate.

Măsuri.

- (a) **Clarificarea funcțiunii Centrului de Agrement**: fie reconfigurare ca centru de conferințe de stațiune (pereți amovibili, fluxuri, Subiect 8), fie specializare pe agrement și alternativă pe vreme rea (Subiect 11), cu operator profesionist selectat de Primărie, pentru că *„primăria nu trebuie să se inventeze operator în toate"* (Subiect 18) [D]. Opțiunea recomandată este funcțiunea mixtă (secțiunea 7, S6).
- (b) **Protocol Primărie – Ministerul Sportului – asociația operatorilor pentru stadion și patinoar**: transfer sau administrare comună, cu funcțiune de bază sportivă pentru cantonamente și de patinoar public în sezon [D/I].
- (c) **Produsul de conferințe de stațiune**: ofertă comună a hotelurilor pentru congrese care depășesc capacitatea unei unități (D7-g), cu transport comun și program social în stațiune și în oraș; legătura cu Sala Polivalentă și cu evenimentele internaționale ale Brașovului, pentru care Poiana devine *„prima opțiune de cazare și relaxare premium pentru participanți"* (atelierul 01, masa 2) [D].
- (d) **Segmentul sportiv**: cantonamente cu antrenament în stațiune (bază sportivă, trasee de alergare din D2, pârtii și bike park), competiții de juniori, legătura cu FOTE 2027 și cu cluburile locale [D/I].

Actori. Primăria, Ministerul Sportului, asociația operatorilor, OMD Brașov, cluburile sportive, administratorul Sălii Polivalente. **Orizont.** (a), (c): 2027–2029; (b), (d): 2028–2031.

D5. Standardul de cazare, urbanismul și închirierile pe termen scurt

Constatare. Standardul privat este atuul stațiunii, dar neuniform: *„nu poți să ai hoteluri care arată ca dracu' și hoteluri care se chinuie în marea de mizerie să se ridice"* (Subiect 19) [D]. Autorizațiile pentru aparthoteluri acordate în trecut sunt descrise ca greșeli repetate de administrații succesive (Subiect 19) [D]. Segmentul închirierilor pe termen scurt din stațiune este mic (77 de anunțuri active), cu tarif foarte ridicat și cu inventar în scădere în 2026 [C]. Mai multe voci cer unu-trei hoteluri de cinci stele

(Subiect 18) și resping formulele de tip totul inclus și hotelurile de mare capacitate (*„eu n-aș vrea să văd în Brașov un hotel de 350 de camere”*, Subiect 19) [D].

Obiectiv. Un regulament al stațiunii, aplicabil tuturor unităților de cazare și de alimentație, care definește standardul minim de aspect, funcționare și servicii, cu stimulente și sancțiuni, și o politică de urbanism care protejează compactitatea.

Măsuri.

- (a) **Regulamentul stațiunii Poiana Brașov**, propus de Asociație și de OMD Brașov, însușit de Primărie și adoptat prin hotărâre a Consiliului Local, cu punctaj de conformare, program de conformare în trei ani și legătură cu impozitul pe clădiri și cu autorizația de funcționare (în limitele permise de Codul fiscal, ca propunere de evaluat de către autorități): *„regulament [...] la care aceștia trebuie să adere, ca să aibă autorizație de funcționare. Foarte dur, în pași, pentru trei ani”*; *„dacă nu vă faceți punctajul aici, impozitul pe clădire va fi atât”* (Subiect 19) [D]. Conținut: aspect exterior și întreținerea terenului, iluminat și signalistică conforme conceptului peisagistic, program minim de funcționare a serviciilor de alimentație în sezon, gestiunea deșeurilor rezistentă la urs, participarea la serviciile comune ale stațiunii. Din 2028, regulamentul include raportarea anuală a consumului de apă și de energie pe înnoptare și a ponderii produselor locale în achiziții, după metoda comună a observatorului destinației, iar raportarea intră în punctajul de conformare; datele individuale rămân confidențiale, iar observatorul publică agregatele (OD5.4, reziliență climatică și consum responsabil de resurse) [I]. Regulamentul separă obligațiile legale și de standard (siguranță, calitate, autorizare), care intră în punctajul de conformare, de participarea comercială voluntară la card, la navetă și la pachete, care nu condiționează autorizarea; consecința neparticipării este numai absența din produsele comune și din comunicarea lor [I].
- (b) **Politica urbanistică**: funcțiuni exclusiv turistice, fără locuințe colective și fără aparthoteluri; capacitate maximă pe unitate (reperul invocat: 100–150 de camere, Subiect 19); încurajarea hotelurilor de cinci stele în limitele PUZ [D].
- (c) **Închirierile pe termen scurt în stațiune**: aplicarea cadrului de la nivelul destinației (înregistrare, standard, fiscalizare, plata taxei speciale pentru promovarea turistică), cu o particularitate: în stațiune, unitățile de acest tip respectă același regulament de aspect și de servicii ca hotelurile și pensiunile, pentru că nu există zonă rezidențială care să le justifice regimul de locuință [I].
- (d) **Identitatea gastronomică**: încurajarea, prin regulament și prin program OMD, a unei oferte locale identificabile (preparate ale Țării Bârsei, *„mâncare cinstită”*), în locul rusticului generic; răspuns la percepția *„tradițional, rustic”* din recenzii și la critica brașovenilor (Subiect 22) [D/I]. Conținutul este în capitolul G.

Actori. Primăria și Consiliul Local (elaborare, adoptare, autorizare, impozite), Asociația operatorilor (propunere și aviz consultativ), OMD Brașov (standard de destinație, gastronomie), operatorii de închirieri pe termen scurt. **Orizont.** Regulament: 2027–2028; conformare: 2028–2031; raportarea consumului de apă și de energie și a produselor locale: anual, din 2028.

D6. Siguranța: fauna, pârtia, muntele

Constatare. Ursul este tema cu cea mai mare incidență din interviuri și cu efect direct asupra produsului stațiunii: plimbarea de seară, alergarea, familia cu copii [D]. Conflictul dintre schi și sanie

este sursa celor mai grave accidente (Subiect 11) [D]. Echipamentul inadecvat pe trasee și lipsa regulilor aplicate completează tabloul. Vara, bike parkul are trasee mai grele decât gradarea lor, iar când telegondola nu funcționează bicicletele sunt urcate cu telecabina Capra Neagră până în zona vârfului Postăvaru, unde nu există traseu omologat de bicicletă; accidentele de pe traseele de coborâre solicită Salvamontul (secțiunea 2.6.7) [C/I].

Obiectiv. Stațiunea este sigură și percepută ca sigură: plimbarea de seară, alergarea de dimineață și drumeția cu copii sunt posibile fără teamă, iar regulile pârtiei și ale traseelor sunt cunoscute și aplicate. Vara, bicicliștii urcă cu transportul pe cablu numai până la plecarea traseelor omologate, iar intervențiile Salvamont pentru bicicliști scad de la un sezon la altul.

Măsuri.

- (a) **Politica privind fauna, preluată din capitolul P3 (D5) și aplicată stațiunii**, pe trei paliere: prevenția, prin pubele rezistente la urs la toate unitățile și în spațiul public, obligatorii prin regulamentul stațiunii (Subiecții 11 și 17), și prin patrule permanente de seară în sezon (Subiect 6); informarea și educația, cu aplicarea sancțiunilor existente pentru hrănire (Subiect 15); observarea responsabilă (D6-b) [D]. Gestiunea populației rămâne în competența autorităților stabilite de lege; pentru stațiune, capitolul cere o echipă de intervenție cu timp de răspuns garantat (atelierul 01 consemnează o singură echipă pentru întreaga zonă metropolitană) [D].
- (b) **Valorizarea controlată**: zone de observare în afara stațiunii (Poiana Mică, Ruia, spre carieră), cu regula *„entuziasmului corelat cu distanța”* (Subiect 8) [D], fără hrănire, interzisă din noiembrie 2025, și după standardul de observare al destinației (capitolul P3, D5-h) [C/I].
- (c) **Regulile pârtiei**: delimitarea fizică schi–sanie, reguli privind portul căștii, limitarea accesului fără echipament adecvat, reguli de îmbarcare, cu sancțiuni definite împreună cu operatorul; *„ar trebui să existe niște reguli, dar ar trebui ulterior găsite și sancțiunile”* (Subiect 11) [D].
- (d) **Siguranța pe trasee**: borne numerotate și localizare, informare la intrarea pe trasee, dotarea uniformă a traseelor de bicicletă, iluminat autonom cu panouri solare pe traseele de agrement de la liziera pădurii (Subiect 11) [D].
- (e) **Bicicletele urcă pe cablu numai până la plecarea traseelor omologate.** Telecabina Capra Neagră nu mai urcă turiști cu biciclete până la stația superioară din zona vârfului Postăvaru, unde nu există traseu omologat de bicicletă. Bicicletele se urcă numai cu instalațiile care ajung la plecarea traseelor bike parkului, iar pe tot sezonul cald cel puțin una dintre acestea funcționează zilnic (D1-f). Vizitatorii, turiștii și sportivii care au pregătirea necesară pot ajunge în zona vârfului urcând pe bicicletă tot traseul, fără transport pe cablu. Regula se adoptă odată cu regulile traseelor (D6-d), prin acordul Primăriei cu operatorul instalațiilor pe cablu și cu Salvamontul, și se comunică la casele de bilete, la îmbarcare și în informarea parcului de ciclism montan [I, propunere a managementului de proiect].

Actori. Primăria și Poliția Locală, Salvamont, gestionarii fondurilor cinegetice și Garda Forestieră, Regia Pădurilor Kronstadt, operatorul domeniului schiabil și al instalațiilor pe cablu, administratorul bike parkului, asociația operatorilor (regulament, pubele, patrule cofinanțate), OMD Brașov (comunicare). **Orizont.** (a), (c): 2027–2028; (e): din sezonul cald 2027; (b), (d): 2028–2030.

D7. Cooperarea operatorilor: experiența comună a stațiunii

Constatare. Experiența turistului se oprește, astăzi, la limita unității în care este cazat. Fiecare operator a construit o ofertă completă în interiorul propriei unități (*„era cazare, era masă, erau serviciile indoor, spa-urile și activitățile proprii fiecărei locații”*, Subiect 8), dar *„nu există nimic făcut în comun în Poiană, în percepția clientului”* (Subiect 19), iar lucrurile nu se întâmplă *„coordonat”* (atelierul 01) [D]. Operatorii au început să coopereze: zidurile dintre unități au fost *„micșorate”*, iar în 2026 au fost redeschise discuțiile pentru activități și pachete comune (Subiect 8) [D]. Cooperarea nu este însă consolidată (*„există colaborare, dar nu există voință”*, Subiect 19) [D]. Serviciile care fac din Poiana o stațiune sunt, în parte, servicii private pe care niciun operator nu le poate oferi singur și pe care autoritatea publică nu le poate oferi în locul operatorilor (secțiunea 2.6.10) [I].

Obiectiv. Până în 2029, turistul primește, în orice unitate din stațiune, aceeași informare la sosire și cardul stațiunii și are acces la un birou comun de activități și la naveta stațiunii. Până în 2031, Poiana se vinde și se comunică drept stațiune, cu pachete comune ale mai multor operatori, iar experiența de ansamblu a stațiunii (activități, seară, servicii comune) apare în recenzii alături de serviciile hotelurilor. Până în 2034, toți operatorii stațiunii participă la serviciile comune.

Principiul de funcționare. Cooperarea este voluntară și privată. Se organizează între operatori, în cadrul Asociației, iar componentele care privesc destinația (promovarea, abonamentul integrat, calendarul) se realizează prin OMD Brașov. Asociația nu primește prin această direcție competențe de administrare a stațiunii; rolul ei față de autoritățile publice rămâne cel de consultant și partener din secțiunea 6.3. Autoritatea publică facilitează: Regulamentul stațiunii poate recunoaște participarea la serviciile comune ca bonificare în punctajul de conformare (D5-a), fără ca autorizarea de funcționare să depindă de participarea comercială, iar programul de investiții al stațiunii și taxa specială pentru promovarea turistică pot cofinanța componentele de interes public ale acestor servicii, cum sunt informarea la sosire și animarea zonei zero (secțiunea 6.2) [I].

Măsuri.

- (a) **Cardul stațiunii Poiana Brașov.** Un card primit de fiecare turist la sosire, în orice unitate, cu reduceri și avantaje la toți operatorii participanți (restaurante, spa-uri, școli de schi, închirieri de echipament, agrement, transport pe cablu), pe modelul descris de Subiectul 11, în care cardul de reducere era valabil *„indiferent de operatorul economic la care mergeam noi, indiferent de magazin”* (Subiect 11) [D]. Cardul este componenta de stațiune a abonamentului integrat al destinației (D1-c) și instrumentul prin care turistul consumă și în afara unității în care este cazat [I].
- (b) **Biroul comun de activități al stațiunii.** Un singur punct de rezervare, fizic în zona zero și digital, pentru activitățile organizate la nivel de stațiune (drumeții ghidate, echitație, bicicletă, excursii metropolitane, programe pentru copii), cu înscriere din toate unitățile și cu preluarea turiștilor de la fiecare unitate, pe modelul firmelor care *„adunau cererea de la toate hotelurile”* și organizau tururi pentru *„clienții stațiunii”* (Subiect 8) [D]. Biroul preia activitățile din D3-g [I].
- (c) **Naveta stațiunii.** Transport intern între unități, zona zero, baza instalațiilor pe cablu și Poiana Mică, și transfer spre oraș seara, cu finanțarea stabilită de Primărie, prin contractul de transport public, cu orar unic afișat în toate unitățile și cu legătură la linia de transport public de mare frecvență (D1-b) [D/I].

- (d) **Pachetele comune ale stațiunii.** Oferte construite de mai mulți operatori împreună (cazare într-o unitate, cină în alta, spa, școală de schi, activități), vândute ca produs al stațiunii prin OMD Brașov și prin canalele fiecărui operator: *„Noi trebuie să fim uniți și să promovăm pachete comune!”* (atelierul 01) [D]. Sejurul în două etape, stațiune și oraș (secțiunea 3.4), și pachetele de extrasezon (D3) sunt primele pachete de construit [I].
- (e) **Programul comun al serii.** Calendar coordonat de deschidere a restaurantelor, barurilor și teraselor după ora 17, cu prelungirea programului de după schi prin rotație între unități, astfel încât în fiecare seară a sezonului să existe ofertă deschisă și cunoscută de toate recepțiile; legătura cu programul serii din spațiul public (D2-f) și cu weekendurile *„Poiana celebrează lumea”* (D3-n), la care participă toate restaurantele stațiunii [D/I]. Subiectul 11 descrie, în stațiunea canadiană, localuri de după schi care *„funcționau de la [...] dimineața până seara târziu, doar că-și schimbau turele”*, cu precizarea că profitul unui program extins vine în timp: *„Profitul va veni, dar oamenii trebuie să afle mai întâi”* (Subiect 11) [D].
- (f) **Aceeași primire în orice unitate.** Un set comun de informații la sosire (harta stațiunii, trasee, programul serii, activități, reguli privind fauna, numere de urgență), în format digital și tipărit, distribuit de toate unitățile (D2-h), și un program comun de formare prin care recepția fiecărei unități cunoaște și recomandă oferta întregii stațiuni, inclusiv serviciile altor operatori [D/I]. Formarea comună include, după propunerea din Conceptul din 2023, stagii de practică în unitățile stațiunii pentru elevii și studenții din învățământul de profil (Conceptul) [D].
- (g) **Oferta comună pentru grupuri și conferințe**, pentru evenimentele care depășesc capacitatea unei unități (D4-c), cu un singur interlocutor pentru organizator, cazare repartizată între unități, transport și program social comune [D].
- (h) **Promovarea stațiunii ca stațiune.** Conținut comun, imagine comună și buget comun de promovare, realizate prin OMD Brașov, în care Poiana este comunicată ca stațiune și ca motiv de sejur, nu ca listă de unități. Consultarea leagă promovarea de unitatea ofertei: *„Ce brand să faci dacă tu nu ești unitar?”* (Subiect 6); campaniile luate *„punctual”* au *„un impact mult mai mic decât dacă ar fi o campanie centralizată”* (Subiect 11) [D].
- (i) **Costuri și achiziții comune.** Servicii pe care operatorii le pot cumpăra împreună, cu un cost mai mic pentru fiecare: patrulele de seară (D6-a), pubelele rezistente la urs, formarea personalului, transportul, materialele de informare. Este unul dintre câștigurile cooperării numite de Subiectul 8: *„o eficiență, și un revenue, și un share de costuri”* (Subiect 8) [D].
- (j) **Schimbul de informații între operatori.** Panelul lunar al stațiunii (secțiunea 6.3), cu date agregate și confidențiale de ocupare și tarif, și un calendar comun al evenimentelor din unități, pentru ca operatorii să își planifice oferta în cunoștință de cauză. Temerea că, discutând și împărtășind informații, operatorii își *„diminuează cererea proprie”* a fost respinsă din interiorul industriei: *„ceea ce este total [...] neadevărat”* (Subiect 8) [D].
- (k) **Carta de cooperare a operatorilor.** Un document adoptat în Asociație, prin care membrii își asumă participarea la serviciile comune (a)–(j), standardul acestora și contribuția fiecăruia, cu o evaluare anuală publică a serviciilor comune. Carta este mecanismul prin care cooperarea devine practică stabilă și nu depinde de persoanele care o susțin la un moment dat [I].

Actori. Asociația proprietarilor și operatorilor din Poiana Brașov (coordonarea serviciilor comune și carta de cooperare), toți operatorii stațiunii (hoteluri, pensiuni, restaurante, școli de schi, operatori de

agrement și de închirieri pe termen scurt), operatorul domeniului schiabil și al transportului pe cablu, OMD Brașov (promovare, abonament, calendar, pachete de destinație), Primăria Municipiului Brașov (facilitare prin Regulamentul stațiunii și prin programul de investiții al stațiunii). **Orizont.** (f), (j), (k): 2027; (a), (b), (d), (e), (h): 2027–2029; (c), (g), (i): 2028–2030.

Tabelul 8. Sinteza direcțiilor strategice ale stațiunii Poiana Brașov (II.3)

Direcție	Obiectiv 2034	Măsuri-cheie	Actor coordonator	Pornire
D1 Acces și mobilitate	Acces de vârf fără autoturism dincolo de Poiana Mică; închideri predictibile; transport pe cablu cu program anual publicat	Gestiunea fluxurilor și regimul drumului; linie de mare frecvență; abonament integrat; linia 20B; parcare dimensionată; programul anual al instalațiilor pe cablu	Primăria Brașov, RATBV	2027
D2 Domeniul public și centrul	Zona zero, promenadă, trasee, iluminat și întreținere la standard	PUZ și concept peisagistic; zona zero cu Regulament de urbanism, comerț și evenimente; promenada biserică–Poiana Mică; trasee; signalistică	Primăria Brașov	2027
D3 Patru anotimpuri	Extrasezon apropiat de oraș; sejur spre 3 nopți; motive de vizită în weekendurile din calendarul stațiunii	Schi modernizat și sigur; bike park cu gamă completă de dificultate, sania de vară; activități de stațiune; conferințe, spa și relaxare, seniori; „Poiana celebrează lumea”	OMD Brașov, Primăria Brașov	2027
D4 Conferințe, sport, active	Produs de conferințe de stațiune; bază sportivă; active reactivate	Centrul de Agrement clarificat; stadion și patinoar; cantonamente	Primăria, Ministerul Sportului	2027
D5 Standard, urbanism, închirieri	Regulament al stațiunii; compactitate protejată	Regulament cu punctaj; funcțiuni exclusiv turistice; închirieri pe termen scurt la standard de stațiune	Primăria Brașov, Consiliul Local	2027
D6 Siguranță	Stațiune sigură și percepută ca sigură	Cele trei paliere ale faunei; reguli de pârtie; trasee semnalizate; biciclete urcate pe cablu numai până la plecarea traseelor omologate	Primăria, Salvamont, operatorul domeniului schiabil	2027
D7 Cooperarea operatorilor	Experiența comună a stațiunii; toți operatorii în serviciile comune	Cardul stațiunii; birou comun de activități; navetă; pachete comune; programul serii; aceeași primire în orice unitate; promovarea stațiunii ca stațiune; carta de cooperare	Asociația; OMD Brașov	2027

Sursa: secțiunea 4.

5. Intervențiile autorității publice în Poiana Brașov: inventarul complet

Secțiunea 4 a formulat direcțiile și măsurile. Secțiunea de față le citește dintr-un singur unghi: ce trebuie să facă autoritatea publică, adică Primăria Municipiului Brașov, Consiliul Local și, acolo unde competența este a lor, alte autorități publice, ministerele și administrațiile ariilor protejate. Consultarea arată că operatorii au investit în unitățile lor, iar stațiunea a rămas în urmă acolo unde intervenția este de competența autorității publice. Direcția D7 aparține operatorilor; autoritatea publică intră în ea numai prin facilitare, reluată în secțiunea 5.8.

Inventarul are opt domenii. Fiecare intervenție este reluată în Anexa B, în format de tabel, cu codul măsurii din secțiunea 4, responsabilul, orizontul și prioritatea. Prioritatea 1 înseamnă intervenție care condiționează restul (fără ea, altele nu au sens); prioritatea 2, intervenție de bază a orizontului 2027–

2031; prioritatea 3, intervenție de termen lung sau condiționată de un studiu ori de o evaluare prealabilă.

5.1. Infrastructura publică de bază

În acest domeniu, consultarea numește cel mai des: trotuare, străzi, alei, iluminat, spații verzi, signalistică, *„nu ai o bancă, nu ai o floare”* (Subiect 6) [D]. Intervențiile sunt cele ale oricărei administrații, dar la standardul unei stațiuni de interes național, nu al unui cartier.

Refacerea trotuarelor și a aleilor pe întreaga stațiune, cu o rețea continuă, fără întreruperi, pe care să se poată merge seara fără a circula pe carosabil (*„nici măcar nu poți să bei o bere că trebuie să mergi cu mașina că n-ai încotro, nu poți să mergi pe jos”*, Subiect 6) [D]. Un sistem de iluminat public de stațiune, cu stâlpi și corpuri conforme conceptului peisagistic, cu iluminat de seară pe promenadă și pe traseele de plimbare, în locul *„stâlpilor ăia oribili, reci, care nu exprimă nimic”* (Subiect 6) [D]. Întreținerea spațiilor verzi la standard de stațiune: tuns, flori, arbori, cu un caiet de sarcini propriu stațiunii și cu intervenții obligatorii pe terenurile private neîngrijite, prin somație și amendă conform legii (Subiect 6) [D]. Deszăpezirea cu utilaje dedicate stațiunii și cu program de sezon (*„acolo e o stațiune unde are nevoie de un utilaj”*, Subiect 6) [D]. Salubritatea cu pubele rezistente la urs în tot spațiul public și cu ridicare la frecvența de sezon (Subiecții 11 și 17) [D]. Toalete publice, puncte de apă și de odihnă pe trasee și în zona zero [I]. Mobilier urban unitar (bănci, coșuri, rastele pentru biciclete, panouri) conform conceptului peisagistic [D/I]. Signalistica și orientarea: sistem unitar de indicatoare, hărți ale stațiunii la intrări și în zona zero, borne numerotate pe trasee (Subiect 11), în locul indicatoarelor neautorizabile făcute de operatori (Subiect 6) [D]. Gestiunea apelor pluviale și a drumurilor forestiere de acces, pentru ca traseele să fie utilizabile și după ploaie și pentru ca intervenția de urgență să fie posibilă (Subiect 12; capitolul P3) [D].

5.2. Centrul stațiunii, zona zero

Zona zero mută greutatea vizitelor dinspre parcarea de sub teleferic spre un spațiu amenajat pentru pietoni și dă stațiunii un centru. Intervenția are patru etape.

Întâi, să decidă amplasamentul prin Planul urbanistic zonal al stațiunii, cu opțiunea axei biserică – Poiana Mică invocată în atelierul 01, și să rezerve terenul (public sau de achiziționat) [D/I]. În al doilea rând, să proiecteze și să construiască spațiul: piațetă pietonală, scenă de dimensiunea stațiunii, spații pentru terase și pentru comerț selectat, bradul și târgul de iarnă, iluminat, mobilier, acces pietonal continuu dinspre parcări și dinspre baza instalațiilor pe cablu [I]. În al treilea rând, să adopte Regulamentul zonei zero (D2-b1) înainte de deschidere, nu după: codul de design, cu signalistica și mobilierul urban care poartă simbolurile stațiunii, regimul de concesiune și de selecție a comercianților pe concept și calitate, excluderea kitsch-ului și a comerțului ambulant, autoritatea unică de calendar și regulile pentru evenimente [I]. În al patrulea rând, să rezolve, în același timp, baza telefericului: comerțul din parcarea de sub teleferic și de sub gondolă intră sub același regulament, cu termen de conformare și cu relocarea comercianților conformi în zona zero; ceea ce nu se conformează dispare [I]. Fără această a patra intervenție, zona zero ar fi un al doilea centru lângă cel vechi, nu centrul stațiunii.

5.3. Regulile

Autoritatea publică are de adoptat, prin hotărâri ale Consiliului Local, un pachet de șase acte.

Planul urbanistic zonal al stațiunii, cu conceptul peisagistic unitar, cu interdicția locuințelor colective și a aparthotelurilor, cu capacitatea maximă pe unitate de cazare și cu funcțiunile permise (D2-a, D5-b) [D/I]. Regulamentul stațiunii Poiana Brașov, cu punctajul de conformare, programul de trei ani, legătura cu impozitul pe clădiri și cu autorizația de funcționare (în limitele permise de Codul fiscal, ca propunere de evaluat de către autorități) și, din 2028, raportarea anuală a consumului de apă și de energie pe înnoptare și a ponderii produselor locale în achiziții (D5-a) [D/I]. Regulamentul zonei zero (D2-b1) [I]. Regulamentul local de publicitate pentru stațiune, în temeiul Legii nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate: firme, panouri, bannere, *„panouri spoite cu «De vânzare»”* (Subiect 6) [D]. Regimul de liniște al stațiunii, diferit de cel urban: program de construcții și de lucrări zgomotoase adaptat sezoanelor de vacanță (D2-e) [D]. Regulile pârtiei și ale traseelor, adoptate împreună cu operatorul domeniului schiabil și cu Salvamontul, cu sancțiuni (D6-c, D6-d) [D]. La acestea se adaugă regimul închirierilor pe termen scurt din stațiune, derivat din cel al destinației (D5-c) [I].

5.4. Mobilitatea și accesul

Clarificarea regimului juridic al drumului Poienii: preluare în administrarea municipiului sau protocol permanent cu administratorul drumului național și cu Comisia de circulație, ca premisă a oricărei scheme de gestiune a fluxurilor (D1-a) [D/I]. Schema de gestiune a fluxurilor de vârf, cu prag de închidere, informare în timp real și aplicație de parcare (D1-a) [D]. Linia de transport public de mare frecvență oraș–stațiune, cu vehicule dotate pentru echipament și cu prioritate în zilele de vârf (D1-b) [D]. Integrarea tarifară a parcării de transfer din Poiana Mică și din Bartolomeu cu transportul public și cu abonamentul destinației (D1-c) [D/I]. Linia 20B Poiana–Râșnov cu remorcă pentru biciclete, împreună cu Primăria Râșnov și cu alte autorități publice (D1-d) [C]. Calendarul public al închiderilor de drum (D1-e) [D]. Dimensionarea și tarifarea parcărilor din stațiune, eliminarea parcării pe spații verzi și pe trotuare (D1-g) [D/I]. Programul anual al transportului pe cablu, convenit cu operatorul: publicat înaintea fiecărui sezon, cu funcționarea zilnică, vara, a cel puțin unei instalații care urcă bicicliștii la plecarea traseelor, cu nocturne și extrasezon și cu informare în timp real (D1-f) [D/I]. Verificarea și semnalizarea gabaritului parcării din Poiana Mică și accesul pietonal la parcările intermediare (D1-g) [D/I].

5.5. Traseele și agrementul public

Promenada iluminată biserică – Poiana Mică, legată de traseul forestier (D2-c) [D]. Traseele de alergare marcate, cu suprafață adecvată și bucle de 3, 5 și 10 km (D2-c) [D]. Traseul de bicicletă de agrement pentru familii, pe liziera pădurii și pe drumuri forestiere, spre Poiana Mică și spre Râșnov, fără defrișări (D2-c) [D]. Reevaluarea gradării traseelor bike parkului, traseele verzi, traseul de familie de pe Lupului inferior, aflat în studiu, traseele de anduranță între Poiana și Brașov și un administrator unic al parcului de ciclism montan (D3-e) [D/I]. Accesibilizarea Postăvarului pentru toate categoriile de public, cu trasee gradate și borne (D3-i) [D]. Sania de vară de pe Bradul, licitată în 2023, de finalizat (D3-f) [C/D]. Agrementul cu apă în Poiana Mică și parcul de aventură (D3-h) [D]. Zonele de ședere, belvederile, spațiile pentru familii cu copii mici (D2-d) [D]. Locurile de picnic amenajate, cu vetre la distanță de pădure, ca măsură de prevenire a incendiilor și a conflictelor cu fauna (Subiecții 11 și 12) [D]. Toate traseele presupun avizele administrațiilor ariilor protejate și ale Regiei Pădurilor Kronstadt; Subiectul 15 descrie *„documentația din spate”* ca *„extrem, extrem de stufoasă”* (Subiect 15) [D], ceea ce face din constituirea unui ghișeu unic de avizare pentru trasee o intervenție în sine [I].

5.6. Siguranța

Echipa de intervenție pentru faună cu timp de răspuns garantat pentru stațiune, în locul unei singure echipe pentru toată zona metropolitană (D6-a) [D]. Patrulele de seară în sezon, cu Poliția Locală, cofinanțate de operatori (D6-a) [D]. Pubelele rezistente la urs în spațiul public și obligativitatea lor pentru unități, prin regulament (D6-a) [D]. Aplicarea sancțiunilor pentru hrănirea faunei (D6-a) [D]. Zonele de observare controlată în afara stațiunii, fără hrănire (D6-b) [D/C]. Delimitarea fizică a pârtiilor de schi de cele de sanie și tubing, cu operatorul (D6-c) [D]. Bornele de localizare și informarea la intrarea pe trasee (D6-d) [D]. Iluminatul autonom pe traseele de agrement de la liziera pădurii (D6-d) [D]. Regula după care bicicletele se urcă cu transportul pe cablu numai până la plecarea traseelor omologate, iar telecabina Capra Neagră nu mai urcă biciclete până în zona vârfului Postăvaru, convenită cu operatorul instalațiilor și cu Salvamontul (D6-e) [I]. Patrulele de bicicletă și procedura de alertă la apariția ursului în bike park (D3-e) [D].

5.7. Activele publice

Clarificarea funcțiunii Centrului de Agrement și selectarea unui operator profesionist (D4-a) [D]. Protocolul cu Ministerul Sportului pentru stadion și patinoar: transfer sau administrare comună, cu funcțiune de bază sportivă și de patinoar public (D4-b) [D/I]. Finalizarea saniei de vară (D3-f) [C/D]. Inventarul terenurilor publice din stațiune disponibile pentru zona zero, pentru parcări și pentru baza sportivă [I].

5.8. Guvernanța, datele și finanțarea

Direcțiile și proiectele propuse pentru domeniul public al stațiunii, pe care municipiul le prioritizează prin programele lui de investiții, pe baza documentațiilor tehnico-economice și a bugetelor aprobate, cu cheltuielile pentru stațiune vizibile în raportarea anuală (secțiunea 6) [I]. Promovarea stațiunii ca parte a promovării destinației, din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD, dozată anual după evoluția indicatorilor, în limitele regulamentului de utilizare a taxei (secțiunea 6) [D/I]. Formalizarea consultării Asociației de către Primărie (secțiunea 6.3) [I]. Constituirea seriei lunare a înnoptărilor din stațiune din evidența taxei speciale pentru promovarea turistică, pe care Primăria o are deja, și solicitarea către Institutul Național de Statistică a publicării datelor la nivelul localității componente (secțiunea 8) [I]. Digitalizarea formularelor de cazare într-un format care să permită statistici de profil (Subiect 6) [D]. Ghișeul unic de avizare pentru trasee și intervenții în ariile protejate (secțiunea 5.5) [I]. Facilitarea serviciilor comune ale operatorilor (D7): includerea participării la serviciile comune în punctajul Regulamentului stațiunii și cofinanțarea, din programele de investiții ale municipiului și din taxa specială pentru promovarea turistică, a componentelor lor de interes public, cum sunt informarea la sosire și animarea zonei zero [I].

Intervențiile se desfășoară în următoarea ordine: regulile și guvernanța (5.3 și 5.8) vin întâi, pentru că fără ele investițiile se fac fără adresă; zona zero și infrastructura de bază (5.1 și 5.2) vin imediat după, pentru că ele sunt ceea ce vede turistul; mobilitatea, traseele, siguranța și activele (5.4–5.7) se desfășoară pe tot orizontul strategiei. Anexa B dă această ordine în format de tabel.

6. Guvernanța: cine face

6.1. Actorii și locul care lipsește

Poiana Brașov este administrată de cinci categorii de actori cu competențe fragmentate și fără un loc instituțional în care acestea să se întâlnească. Primăria Municipiului Brașov deține domeniul public al stațiunii și exercită atribuțiile de urbanism, salubritate, iluminat, spații verzi și parcări; serviciul public de Salvamont, agrement și parcări gestionează *„niște obiective fixe”*, Centrul de Agrement, parcările, serviciul de salvare, fără un mandat teritorial asupra stațiunii (Subiect 6) [D]. Ministerul Sportului deține stadionul și patinoarul (Subiect 8) [D]. Operatorul privat al transportului pe cablu și al domeniului schiabil decide programul instalațiilor, calendarul sezonului și investițiile în pârtii. Regia Pădurilor Kronstadt și administrațiile ariilor protejate ale masivului Postăvaru avizează orice intervenție pe trasee (Subiect 15) [D]. Drumul de acces este drum național. Deasupra tuturor, OMD Brașov, în care Primăria deține 45% din voturi și asociația operatorilor din Poiana este membru fondator, are mandatul de management și marketing al destinației, dar nu competențe administrative asupra stațiunii. Din iunie 2026, OMD-ul județului Brașov, avizat de ministerul de resort, cu Consiliul Județean, aeroportul și operatori privați majori printre fondatori[210], adaugă un al doilea nivel de management al destinației, cu care OMD Brașov se coordonează pentru produsele metropolitane (biletul unic de schi, circuitele), fără ca administrarea stațiunii să se mute de la Primăria Municipiului Brașov [C/I].

Capitolul propune o arhitectură simplă, cu o regulă: administrația este facilitator, nu operator; *„primăria trebuie doar să aibă o strategie și după aia să găsească operatori de maximă calitate”* (Subiect 18) [D].

6.2. Principiul: administrare publică, consultare dedicată

Strategia nu creează o structură nouă de administrare a Poienii. Nicio structură din Poiana, nicio substructură a Primăriei și nicio substructură a OMD nu are rol de administrare independentă a stațiunii; competențele rămân ale instituțiilor care le au prin lege, iar managementul destinației rămâne al OMD Brașov, pentru întreaga destinație, inclusiv stațiunea. Asociația proprietarilor și operatorilor din Poiana Brașov devine consultant și partener al administrației publice locale și este implicată, ca membru consultativ, în strategia de dezvoltare a stațiunii.

Singura structură cu rol dedicat stațiunii este structura asociativă a operatorilor din Poiana, care îi cuprinde pe toți și este reprezentativă pentru ei. Ea este consultant și partener al administrației publice locale și al OMD, membru consultativ în strategia de dezvoltare a stațiunii (secțiunea 6.3).

Cererea operatorilor pentru *„un punct administrativ separat cu buget propriu care să gestioneze problemele și, efectiv, tot ce se întâmplă în Poiană”* (Subiect 6) [D] primește, astfel, un răspuns în două părți, fără o structură nouă [I].

Prima parte privește domeniul public al stațiunii (investiții, întreținere, iluminat, spații verzi, deszăpezire, salubritate): dezvoltarea lui se realizează prin programele de investiții ale municipiului, pe baza documentațiilor tehnico-economice și a bugetelor aprobate, gestionate de direcțiile existente;

[210] Agerpres, 16 iunie 2026, avizarea OMD-ului județului Brașov de către Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului: https://agerpres.ro/administratie/2026/06/16/brasov-omd-a-judetului-a-primit-avizul-ministerului-economiei-antreprenoriatului-si-turismului--1567045

strategia identifică nevoile și propune direcții și proiecte, fără angajamente financiare automate. Ceea ce contează este ca cheltuielile pentru stațiune să devină vizibile și comparabile de la un an la altul, în raportarea anuală, iar prioritățile stațiunii să fie citite împreună cu ale cartierelor orașului, nu în concurență cu ele.

A doua parte este promovarea stațiunii. Reinvestirea taxei de stațiune este cererea cu cea mai largă susținere în ateliere (tema C35, 6 ateliere) și viziunea explicită a mesei 3 din atelierul 01: *„banii colectați din turismul din Poiană să se întoarcă în infrastructură locală, promovare integrată prin OMD și evenimente proprii stațiunii”* [D]. Un investitor hotelier cerea public, în 2024, ca 10–20% din taxele și impozitele locale plătite de operatori să se întoarcă în promovarea stațiunii[211] [D]. Natura taxei limitează însă răspunsul: potrivit regulamentului ei de utilizare, taxa finanțează promovarea turistică, nu domeniul public, iar taxa este una singură, a întregii destinații. De aceea capitolul propune ca promovarea stațiunii să fie parte a promovării destinației, din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD, dozată anual după evoluția indicatorilor, cu un program anual stabilit cu consultarea Asociației (comunicarea stațiunii pe piețele externe, calendarul și evenimentele ei ca instrumente de promovare, informarea la sosire), în timp ce animarea spațiului public, siguranța și componentele de interes public ale serviciilor comune ale operatorilor (D7) se finanțează din programele de investiții ale municipiului și din fonduri atrase [I]. Contrapartida este raportarea integrală a înnoptărilor și plata taxei de către toți operatorii, inclusiv cei de închirieri pe termen scurt: promovarea vizibilă a stațiunii transformă taxa dintr-un cost perceput ca pierdut într-o investiție în stațiune.

6.3. Asociația proprietarilor și operatorilor din Poiana Brașov: rolul consultativ și cadrul cooperării

Operatorii din Poiana Brașov sunt organizați de decenii într-o structură asociativă proprie, numită în consultare *„Organizația Patronală Poiana Brașov”* (Subiect 15; președintele organizației a participat la atelierul 01) și *„Asociația Poiana Brașov”* în calitate de membru fondator al OMD Brașov (atelierul 12) [D]. Conceptul de turism din 2023 o numește *„Asociația de Turism Poiana Brașov”* și consemnează că din ea fac parte majoritatea structurilor de cazare mari, unități mai mici și reprezentanți ai școlilor de schi, membrii cumulând 1.596 de camere, dintre care 1.247 în hoteluri (Conceptul) [D]. În text, structura este numită *„Asociația”*.

Ce spun sursele. Patru constatări. Asociația poartă de mult agenda pe care acest capitol o preia: *„stațiune pentru patru anotimpuri. Aceasta este o discuție pe care cred că o avem deja de vreo 15 ani. Am făcut parte din acest angrenaj care se numește Organizația Patronală Poiana Brașov și discutăm […] despre ce oferim, cum oferim, în ce sezon”* (Subiect 15) [D]. Operatorii au militat *„pentru o atenție specială Brașov – Poiana Brașov”*, au cerut în trecut un punct administrativ dedicat și au făcut pe cont propriu signalistică de stațiune (Subiect 6) [D]; un investitor afirma în presă că antreprenorii locali au finanțat un studiu de prefezabilitate pentru extinderea domeniului schiabil, depus autorităților în 2019 și rămas fără continuare[212] [D].

[211]Bursa, 29 ianuarie 2024, interviu cu un investitor hotelier din Poiana Brașov („Poiana Brașov is a tourist resort, not a neighborhood of Braşov”): https://www.bursa.ro/stefan-timt-entrepreneur-poiana-brasov-is-a-tourist-resort-not-a-neighborhood-of-brasov-and-that-is-why-it-must-be-promoted-46357157

[212]Bursa, 29 ianuarie 2024, interviu cu un investitor hotelier din Poiana Brașov („Poiana Brașov is a tourist resort, not a neighborhood of Braşov”): https://www.bursa.ro/stefan-timt-entrepreneur-poiana-brasov-is-a-tourist-resort-not-a-neighborhood-of-brasov-and-that-is-why-it-must-be-promoted-46357157

Asociația este deja parte a guvernanței destinației, ca membru fondator al OMD, iar operatorii așteaptă de la OMD funcția de organizare a turismului pe care o avea sistemul centralizat de altădată: *„Păi deja l-am organizat prin OMD. OMD-ul ar trebui să preia lucrurile astea”*, cu avertismentul că *„autoritățile locale trebuie să înțeleagă rolul acestor OMD-uri. Dacă tot ei vor să le conducă, nu se va întâmpla nimic”* și cu sentimentul urgenței: *„ăsta e ultimul tren pe care l-am putea prinde în sensul de a schimba ceva”* (Subiect 6) [D].

Coeziunea internă este în curs de consolidare, dar nu consolidată. Din interior: *„ne-am făcut fiecare ziduri în jurul locațiilor noastre [...] acuma avem cadrul, ne-am putut așeza la aceeași masă”* (Subiect 8); zidurile, spune același subiect, au fost *„micșorate”*, iar în vara lui 2026 au fost redeschise discuțiile cu celelalte unități pentru activități și pachete comune (secțiunea 2.6.10) [D]. Din exterior: operatorii din Poiana *„sunt extraordinar de individualiști și nu există nimic făcut în comun”*; *„există colaborare, dar nu există voință”* (Subiect 19) [D]; presa consemnează cel puțin o retragere din Asociație pe fond de dezacord asupra promovării[213]. Conceptul din 2023 constata, la rândul lui, că *„majoritatea actorilor privați s-au reunit în cadrul unei asociații și există premisele unei colaborări”* (Conceptul) [D]. În atelierul 01, *„Noi trebuie să fim uniți și să promovăm pachete comune!”* a fost formulat ca deziderat, nu ca stare de fapt [D].

În absența unei comunități rezidente, Asociația este singura formă de reprezentare colectivă a stațiunii. Poiana nu are consiliu de cartier, asociații de locatari sau greutate electorală (*„suntem foarte puțini votanți”*, atelierul 01; *„noi nu avem comunitate acolo”*, Subiect 21) [D]. Această situație, atipică față de Centrul Istoric sau de Șchei, justifică un rol consultativ dedicat, recunoscut explicit de Primărie și de OMD [I].

Rolul: consultant și partener al administrației publice locale și al OMD, membru consultativ în strategia de dezvoltare a stațiunii. Asociația nu exercită competențe publice: autorizarea, sancțiunea, bugetele publice, selecția comercianților de pe domeniul public și regimul drumului rămân ale autorităților care le au prin lege. Rolul consultativ se exercită pe patru căi.

Prima: avize consultative asupra actelor care privesc stațiunea. Primăria solicită avizul Asociației înainte de adoptarea PUZ-ului stațiunii, a Regulamentului stațiunii, a Regulamentului zonei zero, a regimului de liniște și a regulilor pârtiei (secțiunea 5.3), asupra programului anual de promovare a stațiunii din taxa specială pentru promovarea turistică și al programului de investiții pentru domeniul public (secțiunea 6.2) și asupra criteriilor de selecție a comercianților din zona zero (D2-b1).

A doua: propuneri. Asociația propune Primăriei și OMD măsuri, investiții și priorități pentru stațiune, inclusiv textul inițial al Regulamentului stațiunii, cu punctajul de conformare (D5-a); propunerile sunt analizate și primesc răspuns motivat.

A treia: interlocutor unic al operatorilor. Primăria, administratorul drumului, Comisia de circulație, Salvamontul și OMD comunică cu operatorii stațiunii printr-un singur canal, pentru calendarul închiderilor de drum, pentru siguranță și pentru calendarul de evenimente (*„Noi nu știm când se închide drumul de Poiană”*, Subiect 6) [D].

[213]Bursa, 29 ianuarie 2024, interviu cu un investitor hotelier din Poiana Brașov („Poiana Brașov is a tourist resort, not a neighborhood of Brașov”): https://www.bursa.ro/stefan-timt-entrepreneur-poiana-brasov-is-a-tourist-resort-not-a-neighborhood-of-brasov-and-that-is-why-it-must-be-promoted-46357157

A patra: date. Asociația organizează panelul lunar al stațiunii (secțiunea 8), prin care unitățile membre raportează agregat ocuparea, tariful mediu și structura clientelei, și susține raportarea integrală a înnoptărilor pentru taxa specială pentru promovarea turistică.

Cadrul cooperării dintre operatori. Pe lângă rolul consultativ, Asociația este cadrul în care operatorii organizează împreună serviciile comune ale stațiunii (D7): cardul stațiunii, biroul de activități, naveta internă și spre oraș pentru *„clienții stațiunii”*, pachetele comune, programul comun al serii, aceeași primire în orice unitate, oferta comună pentru conferințe, meniurile tematice ale programului *„Poiana celebrează lumea”* (D3-n), achizițiile comune (pubelele rezistente la urs, cofinanțarea patrulelor de seară) și carta de cooperare (Subiecții 8, 11, 13, 17, 19; atelierul 01) [D/I]. Pentru experiența turistului, această funcție contează cel puțin cât rolul consultativ: consultarea influențează ce face autoritatea publică în stațiune, iar cooperarea determină ce servicii găsește turistul în afara unității în care este cazat. Serviciile comune sunt cooperare între operatori, de natură privată, nu administrare a stațiunii.

Forma consultării. Asociația este membru al OMD Brașov, așa că rolul ei consultativ nu are nevoie de un protocol suplimentar cu OMD: el se formalizează printr-o hotărâre a Adunării Generale a OMD, cu lista actelor supuse consultării, și, pentru actele Primăriei, printr-o hotărâre a Consiliului Local care instituie consultarea obligatorie a Asociației asupra actelor enumerate mai sus, cu termene de răspuns (scenariul S4) [I].

Condiția: reprezentativitatea. Rolul consultativ are sens numai dacă Asociația îi cuprinde pe toți operatorii din Poiana: pe lângă hotelurile mari, pensiunile, restaurantele independente, școlile de schi, operatorii de agrement și operatorii de închirieri pe termen scurt. O asociație a operatorilor mari nu poate vorbi în numele stațiunii. Același lucru este valabil pentru serviciile comune: un card al stațiunii sau un birou de activități la care participă numai o parte dintre operatori nu îi dă turistului experiența unei stațiuni. Dezacordurile interne consemnate (promovare, poziționare, preț) se tranșează în interiorul Asociației, înainte ca avizul ei să fie transmis administrației [I].

Riscul principal este cel al unui aviz care apără interesul de cazare în detrimentul accesului brașovenilor și al funcției de agrement public a stațiunii. De aceea, rolul Asociației rămâne consultativ, iar decizia rămâne a autorității publice, care răspunde față de toți locuitorii municipiului [I].

6.4. Ceilalți actori

Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local dețin instrumentele publice ale stațiunii: PUZ-ul și regulamentele (secțiunea 5.3), domeniul public (5.1, 5.2), mobilitatea și parcările (5.4), traseele publice și sania de vară (5.5), siguranța prin Poliția Locală și Salvamont (5.6), Centrul de Agrement și protocoalele pentru stadion și patinoar (5.7), programul de investiții, promovarea stațiunii și statistica (5.8).

OMD Brașov ține calendarul unic al destinației, administrează abonamentul destinației, standardul de destinație și comunicarea sub brandul comun, realizează promovarea stațiunii din taxa specială pentru promovarea turistică colectate în Poiana și este partenerul instituțional al programului *„Poiana celebrează lumea”*; consultă Asociația asupra a tot ce privește stațiunea. Conceptul din 2023 propunea, ca obiectiv, existența unei *„echipe de minim 2 persoane, care să se ocupe permanent de managementul turistic al stațiunii”* (Conceptul) [D]. Capitolul preia nevoia fără a crea o structură separată: în echipa existentă a OMD Brașov, sarcinile privind stațiunea (calendarul, promovarea

Poienii ca stațiune, relația cu Asociația, urmărirea indicatorilor din secțiunea 8) se atribuie explicit unor persoane, fără competențe de administrare a stațiunii (secțiunea 6.2) [I].

Autoritatea județeană și instituțiile ei răspund de linia 20B și de legăturile metropolitane din planul HINGE, de trenul metropolitan cu gara Râșnov, de circuitele metropolitane și de coordonarea cu stațiunile vecine (Predeal, Bran, Cheile Grădiștei) pentru biletul unic de schi.

Operatorul domeniului schiabil și al transportului pe cablu decide, în dialog cu Primăria, programul instalațiilor, regulile pârtiei și investițiile în domeniul existent; este partea privată a extinderii analizate în S1 și membru al Asociației; transportul pe cablu și domeniul schiabil sunt componente centrale ale cardului stațiunii și ale pachetelor comune (D7).

Salvamont, Regia Pădurilor Kronstadt, administrațiile ariilor protejate, Garda Forestieră și gestionarii fondurilor cinegetice poartă siguranța montană, avizele pentru trasee și gestiunea faunei; ghișeul unic de avizare este instrumentul prin care intră în aceeași cameră.

Ministerul Sportului este partea protocolului pentru stadion și patinoar. **Ministerul Afacerilor Externe și ambasadele** sunt partenerii programului săptămânal al țărilor. **Primăria Râșnov** este partener pentru linia 20B, pentru traseul de bicicletă și, în varianta (a) a S1, pentru extinderea domeniului schiabil.

Condiția de funcționare: fără programul de investiții al Primăriei pentru stațiune și fără consultarea efectivă a Asociației, măsurile din secțiunile 4 și 5 rămân, ca până acum, cereri ale operatorilor către o administrație care are alte priorități [I]. În aceeași măsură, fără cooperarea operatorilor (D7), investiția publică ar îmbunătăți spațiul dintre hoteluri fără ca turistul să găsească în el o experiență comună a stațiunii [I].

7. Scenarii strategice și opțiunea recomandată

Pentru șase alegeri care privesc stațiunea, consultarea și datele conturează variante diferite. Fiecare scenariu prezintă variantele, criteriile de alegere și opțiunea recomandată de strategie. Acolo unde opțiunea depinde de un studiu sau de o evaluare juridică, recomandarea precizează etapa și instituția care decide la implementare.

S1. Viitorul domeniului schiabil. (a) Extinderea spre Râșnov, cu parcări la baza noilor pârtii și instalație de transport pe cablu (*„o explozie pentru Râșnov”*, descongestionarea Brașovului și a Poienii, Subiect 15; proiectul declarativ *„Transylvania Three Valleys”* din notele atelierului 07; studiul de prefezabilitate invocat în presă) [D]. (b) Modernizarea domeniului existent fără extindere (înzăpezire, instalații, nocturne), cu diversificare de vară [D]. (c) Tranziția treptată dincolo de schi: Postăvarul accesibilizat pentru toate categoriile, tren pe cremalieră, parc de aventură pe Ruia, Poiana Mică ca amfiteatru (Subiect 23) [D]. (d) Legarea Poienii cu Predealul prin instalații pe cablu, pe versantul predelean al Postăvarului, cu înclinare favorabilă: ar crea primul domeniu schiabil cu două stațiuni legate din România și ar prelua o parte din traficul auto dintre ele; rămâne, ca și (a), un proiect de studiat [I]. Criterii: viabilitatea climatică la altitudinea masivului (maximum 1.783 m), constrângerile sitului Natura 2000 Postăvarul, costul și modelul de finanțare, efectul asupra accesului și asupra compactității, cererea pieței de schi. Opțiunea recomandată [I]: (b), ca bază pentru 2027–2031. Variantele (a) și (d) rămân proiecte metropolitane de termen lung: fezabilitatea lor climatică, de mediu și financiară se evaluează într-un studiu dedicat al autorităților publice implicate (Primăria

Municipiului Brașov, Primăria Râșnov, Primăria Predeal, alte autorități publice), înaintea oricărei decizii de investiție. Elementele variantei (c), în primul rând accesibilizarea Postăvarului, se aplică oricare ar fi rezultatul studiului.

S2. Accesul. (a) Accese noi: al treilea acces rutier, telecabina Brașov–Poiana, consolidarea accesului dinspre Râșnov, pentru evenimente mari și pentru redundanță [D]. (b) Fără accese noi: gestiunea fluxurilor, capacitate de parcare la intrare, transport public prioritar (*„N-aș umbla la drum”*, Subiect 19) [D]. Criterii: poziționarea adoptată, costul, impactul asupra cadrului natural, decizia din S1 (extinderea spre Râșnov creează, practic, un al doilea acces principal). Opțiunea recomandată [I]: (b), cu redundanța asigurată prin drumul Râșnov și linia 20B; telecabina Brașov–Poiana se evaluează *„pe numere”* (Subiect 18) numai dacă studiul din S1 confirmă extinderea spre Râșnov; legătura pe cablu Poiana Mică–stațiune, propusă în consultare, rămâne opțiune de evaluat în același studiu, ca alternativă la autobuz pe ultimul segment.

S3. Prețul și ocuparea. (a) Creșterea ocupării prin ajustarea prețului și prin evenimente de masă. (b) Menținerea nivelului tarifar și creșterea valorii și a numărului de clienți ai unităților conforme prin servicii, experiențe, prelungirea sejurului și extrasezon. Datele arată plafonul de preț atins în 2025 și corectat în 2026, iar operatorii au respins explicit reducerea prețului pentru volum (Subiect 8) [C/D]. Opțiunea recomandată [I]: (b), adoptată ca poziționare în secțiunea 3.2, cu monitorizare trimestrială a indicatorilor din secțiunea 8 și cu produse de extrasezon care aduc mai mulți clienți unităților conforme fără a dilua poziționarea; numărul turiștilor crește sustenabil, în limitele capacității de primire a stațiunii.

S4. Forma juridică a consultării Asociației. Principiul este stabilit: Asociația este consultant și partener al administrației publice locale, membru consultativ în dezvoltarea stațiunii (secțiunea 6.2). Variantele privesc forma: (a) hotărâre a Adunării Generale a OMD Brașov, al cărei membru este Asociația, cu lista actelor supuse consultării și termene de răspuns; (b) hotărâre a Consiliului Local care instituie consultarea obligatorie a Asociației asupra actelor Primăriei; (c) combinația, cu hotărârea Consiliului Local drept cadru și hotărârea Adunării Generale a OMD drept procedură. Criterii: stabilitatea în timp (dincolo de un mandat), reprezentativitatea Asociației, compatibilitatea cu statutul OMD. Opțiunea recomandată [I]: (c); dacă un acord operațional rămâne necesar, el are ca obiect numai calendarul consultării și circuitul avizelor, între Primărie și Asociație; adoptarea revine Adunării Generale a OMD, Consiliului Local și Primăriei, în 2027 (Anexa B, nr. 10).

S5. Regimul juridic al drumului Poienii. (a) Preluarea în administrarea municipiului ca *„Drumul Poienii”* (Subiect 15). (b) Protocol permanent cu administratorul drumului național și cu Comisia de circulație. (c) Menținerea situației actuale, cu închideri punctuale. Criterii: fezabilitatea juridică (lecturile divergente ale Subiecților 15 și 23), costul întreținerii preluate, flexibilitatea schemei de gestiune a fluxurilor. Opțiunea recomandată [I]: (b), protocolul permanent, aplicabil din 2027, care permite pornirea schemei de gestiune a fluxurilor (D1-a); varianta (a) rămâne posibilă dacă evaluarea juridică a Primăriei, care tranșează lecturile divergente din consultare, o confirmă și dacă municipiul își asumă costul întreținerii. Evaluarea juridică precede măsura D1-a.

S6. Funcțiunea Centrului de Agrement. (a) Centru de conferințe de stațiune, reconfigurat (Subiect 8). (b) Centru de agrement și alternativă pe vreme rea, specializat (Subiect 11). (c) Funcțiune mixtă, cu operator profesionist și cu fluxuri separate. Criterii: costul reconfigurării, cererea de conferințe după deschiderea Sălii Polivalente, complementaritatea cu zona zero, modelul de operare (Subiect 18).

Opțiunea recomandată [I]: (c), funcțiunea mixtă, cu operator profesionist selectat de Primărie și cu fluxuri separate pentru conferințe și pentru agrement; funcțiunea dominantă se stabilește de Primărie, ca proprietar, după primul an de funcționare a Sălii Polivalente, pe baza cererii de conferințe constatate.

8. Indicatori și monitorizare

8.1. Baza actuală și golul statistic

Stațiunea nu dispune de nicio serie statistică oficială proprie. Singurele date specifice sunt cele ale platformelor de închiriere pe termen scurt (lunar, numai acest segment), recenziile online (anual, pe platforme) și, la câțiva ani, cercetarea națională. Două surse administrative existente pot acoperi golul fără costuri noi de colectare [I]. Taxa specială pentru promovarea turistică este declarată și plătită de fiecare unitate de cazare, deci Primăria are deja, în evidențele fiscale, numărul de înnoptări impozitate pe fiecare unitate din Poiana Brașov; agregarea lunară a acestor date pentru perimetrul stațiunii ar produce imediat seria de înnoptări care lipsește. Formularele de cazare completate la recepție pot fi digitalizate într-un format care să permită statistici agregate de profil (Subiect 6) [D]. La acestea se adaugă panelul lunar al stațiunii (secțiunea 6.3), prin care unitățile membre ale Asociației raportează agregat, confidențial, ocuparea și tariful mediu, pe modelul panelurilor hoteliere din destinațiile europene.

Capitolul recomandă ca Primăria Municipiului Brașov și OMD Brașov să solicite Direcției Județene de Statistică Brașov și Institutului Național de Statistică publicarea datelor privind frecventarea structurilor de primire turistică la nivelul localității componente Poiana Brașov, cel puțin ca serie anuală de sosiri și înnoptări. Fără aceste serii, evaluarea strategiei în 2030 și 2034 se va face pe percepții, nu pe date.

8.2. Setul de indicatori

Tabelul 9. Indicatorii propuși pentru monitorizarea strategiei stațiunii (II.3)

Indicator	Sursa	Nivel de referință	Țintă 2034
Înnoptări în stațiune (lunar)	evidența taxei speciale pentru promovarea turistică; panelul stațiunii	inexistent	serie constituită din 2027
Ocupare medie anuală, închirieri pe termen scurt	date platforme	37,3% (2025)	cel puțin 45%
Ocupare în extrasezon (martie–mai, septembrie–noiembrie), toate formele de cazare, din seria lunară a înnoptărilor din evidența taxei speciale pentru promovarea turistică; până la constituirea seriei, segmentul închirierilor pe termen scurt, singura serie lunară disponibilă	evidența taxei speciale pentru promovarea turistică; date platforme	de constituit în 2027 (reper 2025, segmentul închirierilor pe termen scurt: 26,8%)	creștere cu 50% față de bază (reper: cel puțin 40%)
Raport tarif Poiana / Brașov	date platforme	2,24× (2025)	menținut la cel puțin 2×
Durata medie a sejurului (Booking)	recenzii	2,08 nopți	cel puțin 2,8 nopți
Pondere sejururi de 3 nopți și peste (Booking)	recenzii	28,5%	cel puțin 40%
Vizitarea Poienii de către vizitatorii Brașovului	cercetarea națională	88,5%	menținut la cel puțin 85%

Indicator	Sursa	Nivel de referință	Țintă 2034
Recomandare „sigur da” la vizitatorii fideli ai Poienii	cercetarea națională	82,0%	menținut la cel puțin 80%
Pondere recenzii „scump”	recenzii	7,6%	cel mult 7%
Mențiuni pozitive ale spațiului public (promenadă, centru, alei) în recenzii	recenzii	de constituit	în creștere
Zile de blocaj al accesului rutier pe sezon	Primăria; Poliția Rutieră	de constituit	spre zero
Utilizarea parcării de transfer din Poiana Mică în zilele de vârf	Primăria	de constituit	cel puțin 90%
Kilometri de trasee marcate (alergare, plimbare, velo de agrement)	Primăria; Regia Pădurilor	de constituit	rețea continuă
Evenimente în extrasezon (număr, participanți)	OMD; Asociația	de constituit	calendar stabil
Weekenduri „Poiana celebrează lumea” pe an	OMD; Asociația	program inexistent	52 pe an din 2028
Operatori membri ai Asociației (pondere din totalul operatorilor stațiunii)	Asociația	de constituit	toți operatorii
Unități care distribuie cardul stațiunii și informarea comună la sosire	Asociația	card inexistent	100% din 2029
Servicii comune ale operatorilor în funcțiune permanentă (card, birou de activități, navetă, pachete, programul serii)	Asociația; OMD	de constituit	toate cele cinci din 2029
Pachete comune ale mai multor operatori vândute pe an	OMD; Asociația	de constituit	în creștere anuală
Mențiuni în recenzii ale activităților și serviciilor de stațiune, dincolo de unitatea de cazare	recenzii	de constituit	în creștere
Intervenții și incidente cu faună în stațiune	Salvamont; gestionar cinegetic	de constituit	în scădere
Zile de funcționare, în sezonul cald, a instalațiilor pe cablu care urcă bicicliștii la plecarea traseelor	Primăria; operatorul instalațiilor	program stabilit în funcție de cerere (2026)	program anual publicat din 2027; funcționare zilnică pe tot sezonul cald
Intervenții Salvamont pentru bicicliști în masivul Postăvaru, cu cauzele lor	Salvamont	nepublicate separat (117 de intervenții în sezonul cald al anului 2025, pentru toate activitățile)	raportate anual, în scădere
Trasee ușoare (verzi și albastre) ale parcului de ciclism montan, conforme pe toată lungimea cu gradarea lor	administratorul bike parkului	niciun traseu verde; un traseu albastru, cu prima porțiune roșie (2026)	cel puțin o treime din rețea
Unități conforme Regulamentului stațiunii	Asociația; Primăria	regulament inexistent	100% în 2031
Comercianți din zona zero selectați și conformi	Primăria	zonă inexistentă	100% de la deschidere

Sursa: secțiunile 2 și 4; nivelurile de referință sunt cele calculate în capitol, țintele sunt ale strategiei și se revizuiesc la evaluarea intermediară din 2030. [C]/[I]

9. Surse și trasabilitate

Documente ale proiectului. Consultări de grup: atelierul 01 (Poiana Brașov) cu transcriptul și notele manuscrise ale participanților; atelierele 04 (hoteluri și cazare), 07 (turism activ, cu notele participanților), 08 (închirieri pe termen scurt), 11 (locuitori), 12 (mediul academic); masa rotundă a arhitecților; memoriul de observație al consultărilor. Interviuri individuale: 05 (Subiect 6), 06 (Subiect

7), 07 (Subiect 8), 10 (Subiect 11), 11 (Subiect 12), 12 (Subiect 13), 14 (Subiect 15), 17 (Subiect 18), 18 (Subiecții 19–20); raportul integrat al celor 22 de interviuri, cu sinteza transversală despre Poiana Brașov și controversele 1, 9, 12 și 13, din care sunt preluate și citatele Subiecților 21, 22 și 23. Matricele tematice: matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere) și matricea de screening cu valență a interviurilor. Date secundare: raportul de analiză a destinației pe date INS și platforme online; evaluarea datelor platformelor de închiriere pe termen scurt și baza lor de date; extrasele INS TEMPO pentru municipiul Brașov; baza consolidată a recenziilor. Cercetarea națională de referință: baza călătorilor cu recodări și baza asocierilor spontane, cu scriptul de analiză. Capitolele P3, G și C ale strategiei, pentru temele preluate.

Documente externe și validarea faptelor. Hotărârea Guvernului nr. 852/2008 și lista oficială a stațiunilor turistice atestate; Institutul Național de Statistică (TEMPO Online) și Direcția Județeană de Statistică Brașov; Planul Strategic de Acțiune HINGE al Consiliului Județean Brașov (2023); Consiliul Local Brașov (taxa specială pentru promovarea turistică, decembrie 2025); Primăria Municipiului Brașov (licitația pentru sania de vară, 2023); fișa sitului Natura 2000 ROSCI0207 Postăvarul (proiectul CARPASIT); Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate; presa de referință (Agerpres, Adevărul, Bursa, Economica, Profit.ro, Revista Biz, Monitorul Expres) pentru parcarea din Poiana Mică, sezonul de schi, festivalul Massif, OMD-ul județului și pozițiile publice ale investitorilor din stațiune. Conceptul de turism pentru municipiul Brașov (2023), folosit ca sursă de informații secundare, cu studiul din 2013 al domeniului schiabil reluat în el; teza de doctorat despre geografia simbolică a Brașovului (2020); datele operatorului instalațiilor pe cablu; comunicatele Primăriei din 2026 privind parcul de ciclism montan și transportul pe cablu, preluate de presă; bilanțul Salvamont pentru 2025. Registrul verificărilor, cu gradul de încredere al fiecărei surse, este în Anexa C.

Propuneri ale managementului de proiect integrate în capitol, marcate [I]: centrul stațiunii ca *„zona zero”*, cu Regulament de urbanism, comerț și evenimente (D2-b, D2-b1); programul *„Poiana celebrează lumea”*, weekendurile țărilor (D3-n); cele două se reflectă în viziune, în poziționare, în rolul Asociației și în indicatori.

Anexa A. Statistica tematică

Tabelul A1. Temele consultării care privesc Poiana Brașov, cu sursele în care apar (II.3)

Cod	Tema	Interviuri (subiecți)	Ateliere	Observații
A11	Poiana ca activ al Brașovului	6 interviuri	2	atuul este luat ca dat; consultarea vorbește mai ales despre ce lipsește
A25	Memoria organizării de tip ONT; cooperarea maturizată	3	3	Subiecții 6 și 8: „clienții stațiunii”, turism organizat de primire, program zilnic
B8	Lipsa stratului de agregare: excursii, pachete, integrator (nivelul destinației)	12	3	în stațiune: „nimic făcut în comun” (Subiect 19)
B52	Lipsa cooperării între sub-sectoarele turismului (nivelul destinației)	0	3	temă exclusiv de grup
C4	Stratul de agregare: excursii, pachete, card sau bilet unic (nivelul destinației)	11	6	baza măsurilor D7-a, D7-b, D7-d
A31	Stațiune compactă, fără zonă rezidențială	0	1 (atelierul 01)	„destinație fără blocuri de apartamente”
B13	Poiana deficitară: „loc de cazare scump”, „ce	9 (10 subiecți)	5	tema centrală a diagnosticului

Cod	Tema	Interviuri (subiecți)	Ateliere	Observații
	faci de la 17 la 22”			
B14	Nesustenabilitatea climatică a schiului	2	3	Subiect 23; moderatorul (atelierul 01)
B26	Supraaglomerarea centrului și a Poienii	9	6	blocajele de vârf; „Drumul Vechi, bară la bară” (Subiect 12)
B57	Ruptura Poiana–Brașov	0	3	temă exclusiv de grup; conducerea OMD (atelierul 12)
C1	Management dedicat al sub-destinațiilor	4	2	Centrul Istoric (Subiect 1) și Poiana (Subiecții 6, 8)
C14	Patru anotimpuri; extinderea schiului; instalații; hoteluri de cinci stele; „modul de vacanță”	10 (11 subiecți)	4	cea mai frecventă propunere pentru stațiune
C24	Agrement cu apă, lacul din Poiana Mică	4	1	Subiect 23 (Ruia, lacul)
C25	Standardizare și brand unitar de stațiune	3	0	Subiect 11 (modelul stațiunii canadiene cu marcă unică); Subiect 6
C28	Siguranță montană	3	1	Subiect 11: delimitare schi–sanie, echipament, borne
C33	Poziționare premium	0	4	temă exclusiv de grup
C34	Reglementare urbanistică strictă	0	6	inclusiv masa rotundă a arhitecților
C35	Colectarea și reinvestirea taxei de stațiune	0	6	masa 3, atelierul 01
B6	Ursul și fauna	12	-	Subiecții 6, 8, 11, 12, 14, 15, 16, 17 și alții
B10	Traficul	14	-	-
C6	Mobilitatea	15	-	-

Sursa: matricea consolidată a temelor și matricea de screening cu valență. Unitatea de numărare pentru ateliere este atelierul. [C]

Anexa B. Inventarul intervențiilor autorității publice

Prioritate 1: condiționează restul; prioritate 2: intervenție de bază a orizontului 2027–2031; prioritate 3: termen lung sau condiționată de un studiu ori de o evaluare prealabilă.

Tabelul B1. Intervențiile autorității publice în Poiana Brașov, pe domenii (II.3)

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
1	Reguli	Planul urbanistic zonal al stațiunii, cu concept peisagistic unitar, funcțiuni exclusiv turistice, fără locuințe colective și aparthoteluri, capacitate maximă pe unitate	D2-a, D5-b	Primăria; Consiliul Local	2028	1
2	Reguli	Regulamentul stațiunii Poiana Brașov: punctaj de conformare, program de trei ani, legătură cu impozitul pe clădiri și cu autorizația de funcționare (în limitele permise de Codul fiscal, ca propunere de evaluat de către autorități); raportarea anuală a consumului de apă și de energie pe înnoptare și a ponderii produselor locale în achiziții, din 2028	D5-a	Consiliul Local, cu Asociația	2027–2028	1
3	Reguli	Regulamentul zonei zero: cod de design, cu signalistica și mobilierul urban care poartă simbolurile stațiunii (S5-a din Volumul I), selecția comercianților pe concept și calitate, excluderea kitsch-ului, autoritate unică de calendar	D2-b1	Consiliul Local	2027–2028	1

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
4	Reguli	Regulamentul local de publicitate pentru stațiune (Legea nr. 185/2013): firme, panouri, bannere	D2-a	Consiliul Local; Poliția Locală	2027–2028	2
5	Reguli	Regimul de liniște al stațiunii, cu program de lucrări adaptat vacanțelor	D2-e	Consiliul Local	2027	2
6	Reguli	Regulile pârtiei și ale traseelor, cu sancțiuni, adoptate cu operatorul și cu Salvamontul	D6-c, D6-d	Consiliul Local; operator	2027–2028	2
7	Reguli	Regimul închirierilor pe termen scurt în stațiune, la standardul hotelurilor și pensiunilor	D5-c	Consiliul Local	2027–2028	2
8	Guvernanță	Direcțiile și proiectele propuse pentru domeniul public al stațiunii, prioritizate de municipiu prin programele lui de investiții, pe baza documentațiilor tehnico-economice și a bugetelor aprobate, cu cheltuielile vizibile în raportarea anuală	secț. 6.2	Primării; Consiliul Local	2027	1
9	Guvernanță	Hotărârea privind promovarea stațiunii din taxa specială pentru promovarea turistică colectate în Poiana, prin OMD, cu program anual stabilit cu consultarea Asociației	secț. 6.2	Consiliul Local	2027	1
10	Guvernanță	Formalizarea rolului consultativ al Asociației, membru al OMD, prin hotărâre a Adunării Generale a OMD și, pentru actele Primăriei, prin hotărâre a Consiliului Local, cu lista actelor supuse consultării	secț. 6.3, S4	Adunarea Generală a OMD; Primăria; Consiliul Local	2027	1
11	Date	Seria lunară a înnoptărilor din stațiune din evidența taxei speciale pentru promovarea turistică; solicitarea către INS a datelor la nivelul localității componente	secț. 8	Primăria; OMD	2027	1
12	Date	Digitalizarea formularelor de cazare într-un format utilizabil statistic	secț. 8	Primăria; OMD	2028	3
13	Guvernanță	Ghișeul unic de avizare pentru trasee și intervenții în ariile protejate	secț. 5.5	Primăria; Regia Pădurilor; administrațiile ariilor protejate	2027–2028	2
14	Centrul	Amplasamentul zonei zero prin PUZ și rezervarea terenului	D2-b	Primăria; Consiliul Local	2028	1
15	Centrul	Proiectarea și construirea zonei zero: piațetă, scenă, terase, comerț selectat, brad și târg de iarnă, acces pietonal continuu	D2-b	Primăria	2028–2031	2
16	Centrul	Conformarea sau desființarea comerțului din parcările de la baza instalațiilor pe cablu (telecabină și telegondolă), cu relocarea comercianților conformi în zona zero	D2-b1	Primăria; Poliția Locală	2028–2029	1
17	Infrastructură	Refacerea trotuarelor și a aleilor, rețea continuă pe întreaga stațiune	D2-c	Primăria	2027–2030	2
18	Infrastructură	Iluminatul public de stațiune, conform conceptului peisagistic, inclusiv pe promenadă și pe traseele de plimbare	D2-a	Primăria	2027–2030	2
19	Infrastructură	Întreținerea spațiilor verzi la standard de stațiune; somații și amenzi pentru terenurile private neîngrijite	D2-a, D2-g	Primăria; Poliția Locală	2027	2
20	Infrastructură	Deszăpezirea cu utilaje și program dedicate stațiunii	D2-g	Primăria	2027	2
21	Infrastructură	Salubritatea cu pubele rezistente la urs și frecvență	D2-g,	Primăria; operatorul de	2027	1

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
		de sezon	D6-a	salubritate		
22	Infrastructură	Toalete publice, puncte de apă și de odihnă în zona zero și pe trasee	D2-d	Primăria	2028–2030	2
23	Infrastructură	Mobilier urban unitar	D2-a	Primăria	2028–2030	2
24	Infrastructură	Signalistica și orientarea: indicatoare, hărți, borne numerotate; informare digitală la sosire	D2-h, D6-d	Primăria; OMD	2027–2029	2
25	Infrastructură	Gestiunea apelor pluviale și întreținerea drumurilor forestiere de acces	secț. 5.1	Primăria; Regia Pădurilor	2028–2031	3
26	Mobilitate	Clarificarea regimului juridic al drumului Poienii	D1-a, S5	Primăria; administratorul drumului; Comisia de circulație	2027	1
27	Mobilitate	Schema de gestiune a fluxurilor de vârf, cu prag de închidere și aplicație de parcare	D1-a	Primăria; Poliția Rutieră	2027–2028	1
28	Mobilitate	Linia de transport public de mare frecvență oraș–stațiune, cu vehicule dotate și prioritate în zilele de vârf	D1-b	Primăria; RATBV	2027–2028	1
29	Mobilitate	Integrarea tarifară a parcărilor de transfer cu transportul public și cu abonamentul destinației	D1-c	Primăria; RATBV; OMD	2028–2030	2
30	Mobilitate	Linia 20B Poiana–Râșnov cu remorcă pentru biciclete	D1-d	alte autorități publice; Primăria Brașov; Primăria Râșnov	2028–2030	2
31	Mobilitate	Calendarul public al închiderilor de drum, comunicat imediat după aprobarea evenimentului, de regulă în luna anterioară	D1-e	Primăria; Comisia de circulație	2027	2
32	Mobilitate	Dimensionarea și tarifarea parcărilor din stațiune; eliminarea parcării pe spații verzi și trotuare	D1-g	Primăria	2028–2031	2
33	Mobilitate	Programul anual al transportului pe cablu, publicat înaintea sezonului: funcționarea zilnică, vara, a cel puțin unei instalații care urcă bicicliștii la plecarea traseelor; nocturne și extrasezon; informare în timp real	D1-f	Primăria; OMD; operator	2027–2028	1
34	Trasee	Promenada iluminată biserică – Poiana Mică, legată de traseul forestier	D2-c	Primăria; Regia Pădurilor	2028–2031	1
35	Trasee	Traseele de alergare marcate (bucle de 3, 5 și 10 km)	D2-c	Primăria; Regia Pădurilor	2027–2029	2
36	Trasee	Traseul de bicicletă de agrement pentru familii, spre Poiana Mică și spre Râșnov	D2-c	Primăria; Regia Pădurilor; Primăria Râșnov	2028–2030	2
37	Trasee	Reevaluarea gradării traseelor parcului de ciclism montan; traseele verzi, traseul de familie de pe Lupului inferior și traseele de anduranță Poiana–Brașov	D3-e	Primăria; administratorul bike parkului; Regia Pădurilor	2027–2029	2
38	Trasee	Accesibilizarea Postăvarului: trasee gradate, informare, borne	D3-i	Primăria; Salvamont; administrațiile ariilor protejate	2028–2031	2
39	Agrement	Finalizarea saniei de vară de pe Bradul	D3-f	Primăria	2027–2028	2
40	Agrement	Agrementul cu apă în Poiana Mică și parcul de aventură	D3-h	Primăria; parteneri privați	2029–2034	3

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
41	Agrement	Zone de ședere, belvederi, spații pentru familii cu copii mici	D2-d	Primăria	2028–2030	2
42	Agrement	Locuri de picnic amenajate, cu vetre la distanță de pădure	secț. 5.5	Primăria; Regia Pădurilor	2028–2030	3
43	Siguranță	Echipa de intervenție pentru faună cu timp de răspuns garantat pentru stațiune	D6-a	Primăria; gestionarii cinegetici; Garda Forestieră	2027	1
44	Siguranță	Patrulele de seară în sezon, cofinanțate de operatori	D6-a	Primăria; Poliția Locală; Asociația	2027	2
45	Siguranță	Aplicarea sancțiunilor pentru hrănirea faunei; campanii de informare	D6-a	Poliția Locală; OMD	2027	2
46	Siguranță	Zonele de observare controlată a faunei în afara stațiunii, fără hrănire	D6-b	Primăria; gestionarii cinegetici	2028–2030	3
47	Siguranță	Delimitarea fizică a pârtiilor de schi de cele de sanie și tubing	D6-c	Operator; Primăria; Salvamont	2027–2028	1
48	Siguranță	Iluminatul autonom pe traseele de agrement de la liziera pădurii	D6-d	Primăria	2028–2030	3
49	Active	Clarificarea funcțiunii Centrului de Agrement și selectarea unui operator profesionist	D4-a, S6	Primăria	2027–2029	2
50	Active	Protocolul cu Ministerul Sportului pentru stadion și patinoar	D4-b	Primăria; Ministerul Sportului	2028–2031	2
51	Active	Inventarul terenurilor publice din stațiune disponibile pentru zona zero, parcări și baza sportivă	secț. 5.7	Primăria	2027	1
52	Produs	Târgul și iluminatul de Crăciun în zona zero	D3-d	Primăria; OMD; Asociația	2027	2
53	Produs	Programul „Poiana celebrează lumea”: cadru, parteneriat cu MAE și ambasadele, calendar	D3-n	OMD; Primăria; Asociația	2027–2028	2
54	Produs	Biletul unic de schi la nivel metropolitan	D3-c	OMD-ul județului; operatorii	2028–2030	3
55	Guvernanță	Facilitarea serviciilor comune ale operatorilor: participarea la serviciile comune în punctajul Regulamentului stațiunii; cofinanțarea, din programul de investiții al stațiunii și din taxa specială pentru promovarea turistică, a componentelor de interes public (informarea la sosire, animarea zonei zero)	D7, D5-a	Primăria; Consiliul Local, cu Asociația	2027–2028	2
56	Trasee	Administratorul unic al bike parkului, cu schemă de întreținere, de patrulare și de comunicare	D3-e	Primăria	2027	1
57	Siguranță	Regula de acces: bicicletele urcate cu transportul pe cablu numai până la plecarea traseelor omologate; telecabina Capra Neagră fără biciclete până la stația superioară	D6-e	Primăria; operatorul instalațiilor pe cablu; Salvamont	2027	1
58	Siguranță	Patrulele de bicicletă în sezon și procedura de alertă la apariția ursului în parcul de ciclism montan	D3-e, D6-a	Primăria; administratorul bike parkului; Salvamont	2027	2
59	Mobilitate	Verificarea și semnalizarea gabaritului parcării din Poiana Mică; acces pietonal la parcările intermediare	D1-g	Primăria	2027	2

Sursa: secțiunile 4, 5 și 6.

Anexa C. Registrul verificărilor factuale

Registrul consemnează faptele invocate în consultare și în documentele proiectului care au fost verificate din surse externe, cu gradul de încredere al sursei, CO (confirmat oficial: instituție publică, organizator oficial, site al instituției), SS (sursă secundară, de regulă presă de referință, concordantă), NC (neconfirmat), și cu discrepanța față de declarațiile [D] ale stakeholderilor. Corecturile sunt aplicate în text; unde verificarea nu a fost posibilă, afirmația rămâne [D].

Tabelul C1. Faptele verificate, sursa și discrepanța față de declarațiile din consultare (II.3)

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
1	Statutul de stațiune turistică de interes național	Atestată prin HG nr. 852/2008; figurează în lista oficială actualizată la 17 iunie 2026 (CO pentru listă; portal legislativ pentru act)	ministerul de resort (lista oficială); InfoCons	Concordă
2	Lipsa statisticii INS la nivelul stațiunii	TEMPO publică la nivel de municipiu; DJS Brașov la nivel de județ, pe tipuri de structuri (CO)	INS; DJS Brașov	Concordă cu afirmația investitorului din presă
3	Taxa specială pentru promovarea turistică 7 + 5 lei pe noapte	Adoptată de Consiliul Local la 22 decembrie 2025, aplicabilă din 2026 (SS, concordant)	presă	Concordă
4	Parcarea de transfer din Poiana Mică	434 de locuri, finalizată în 2017, transfer cu microbuze (SS)	Adevărul	„Mai mare decât Poiana Mare” (Subiect 15) este formulare colocvială, nu cifră
5	Linia 20B Poiana–Râșnov	Acțiunea 1 a planului HINGE: 1,24 milioane euro investiție, 337.260 de euro pe an operare, 70 de bicicliști pe zi în primul an (CO)	Consiliul Județean Brașov	Concordă
6	Domeniul schiabil: „circa 26 km”	Nicio cifră oficială actuală identificată; studiul din 2013 al domeniului schiabil, reluat în Conceptul de turism din 2023: circa 80 ha de pârtii și 25 km după investițiile din 2010–2011 (SS); sezonul 2021–2022: 2.022.377 de treceri, 400.000 mc de zăpadă artificială (SS)	Conceptul; Profit.ro	Concordă aproximativ (25 km față de „circa 26 km”, Subiect 15)
7	Sania de vară „aprobată”	Licitație de proiectare și execuție lansată de Primărie în noiembrie 2023 (17,25 milioane lei, 990 m pe Bradul); stadiul ulterior neconfirmat (SS pentru licitație; NC pentru stadiu)	Economica; Adevărul	„Aprobată” (Subiect 13) este parțial: licitată, stadiu necunoscut
8	Massif, „eșec” / „a avortat”	Două ediții cu peste 38.000 și peste 43.000 de participanți; ediția din decembrie 2025 neținută; „Massif Week” martie 2026 fără statut de ediție oficială (SS)	presă	Nuanțat: discontinuitate, nu eșec de public; inadecvare la stațiune rămâne [D]
9	Altitudinea masivului („1.700 sus”)	ROSCI0207 Postăvarul: 728–1.783 m (SS, fișa proiectului CARPASIT)	Fundația Carpați	Concordă aproximativ
10	„4.000 de mașini” la care Poiana se blochează	Nicio sursă identificată (NC)	-	Rămâne [D], informație declarată ca neverificată de subiect
11	Regimul drumului Poienii (drum național; închidere doar prin Comisia de circulație)	Afirmația Subiectului 15 este concordantă cu practica închiderilor punctuale pentru evenimente (SS); lectura Subiectului 23 diferă	presă	Divergență juridică; evaluarea juridică a Primăriei precede măsura D1-a (S5)
12	Stadionul și patinoarul în	Neverificat din surse publice (NC)	-	Rămâne [D] (Subiect 8)

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
	proprietatea Ministerului Sportului; patinoar nefuncțional			
13	OMD-ul județului Brașov	Avizat de minister la 16 iunie 2026; fondatori: Consiliul Județean, aeroportul, administrația Parcului Național Piatra Craiului, operatori privați (SS, Agerpres)	Agerpres	Nu a fost invocat în consultare; context nou
14	Studiul de prefezabilitate pentru extinderea domeniului schiabil, finanțat de antreprenori, depus în 2019	Afirmație a unui investitor în presă (SS, nesusținută de documente)	Bursa	Rămâne [D]
15	„Transylvania Three Valleys”	Notă manuscrisă în atelierul 07; niciun document public identificat (NC)	-	Proiect potențial, statut declarativ
16	Membrii fondatori ai OMD Brașov; ponderea Primăriei de 45%	Confirmată în documentația proiectului; ponderea verificată și închisă (CO, documente OMD)	OMD Brașov	Concordă
17	Conceptul de turism din 2023	Document realizat în proiectul SIPOCA 1043, cu patru grupuri de lucru; metoda de prelucrare a discuțiilor nu este descrisă (SS)	documentul	Folosit ca sursă de informații secundare (secțiunea 1.4)
18	Denumirea asociației operatorilor	„Asociația de Turism Poiana Brașov”; membrii cumulează 1.596 de camere, dintre care 1.247 în hoteluri (SS, Conceptul); denumirea juridică nu a fost verificată în registrul asociațiilor (NC)	Conceptul	În consultare: „Organizația Patronală Poiana Brașov” (Subiect 15), „Asociația Poiana Brașov” (atelierul 12)
19	Instalațiile pe cablu: stațiile superioare	Capra Neagră: 1.775 m, 2.809 m lungime; Kanzel și telegondola: 1.727 m; telescaunul Ruia: 1.710 m (CO, datele operatorului)	operatorul instalațiilor	-
20	Traseele bike parkului în 2026	Șase trasee: două negre, trei roșii, unul albastru, cu prima porțiune roșie; cele mai multe pornesc de la stația superioară a telegondolei (SS)	Transilvania 365	Concordă cu moderatorul („albastrul din Poiană e mai degrabă roșu”) și cu Subiectul 15
21	Programul instalațiilor pe cablu pentru bicicliști în 2026	Iunie: telegondola în anumite weekenduri, telescaunul Ruia din 3 iulie; iulie: telegondola cel puțin vineri–duminică; septembrie: Ruia în revizie, telegondola sâmbăta și duminica, Capra Neagră în restul săptămânii; funcționare „adaptată în funcție de cerere” (SS, comunicate ale Primăriei preluate de presă)	Monitorul Expres; G4Media; BizBrașov	Concordă cu atelierul 07
22	Biciclete urcate cu Capra Neagră în zona vârfului, fără traseu omologat	Transportul bicicletelor cu Capra Neagră confirmat pentru zilele lucrătoare din septembrie 2026 (SS); lipsa unui traseu omologat din zona stației superioare și mecanismul accidentelor: constatări ale echipei de proiect, neconfirmate din surse publice (NC)	BizBrașov	Rămâne [I]
23	Accidentele de bicicletă din Postăvaru	Iulie 2025: patru bicicliști accidentați într-o singură zi, unul preluat de elicopterul SMURD (SS); ponderea bicicliștilor în intervențiile Salvamont din sezonul cald nu este publicată (NC)	Ziarul Financiar; Brasov.net	-
24	Gabaritul parcării din	„prea joasă pentru anumite tipuri de	Conceptul; teza	-

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
	Poiana Mică	autovehicule” (SS, Conceptul); afirmație concordantă într-un interviu al cercetării doctorale; înălțimea de acces neidentificată (NC)		

Sursa: verificările echipei de proiect din sursele indicate.

II.4. Gastronomia Brașovului (G)

Gastronomia Brașovului – patrimoniul culinar în strategia destinației: diagnostic, viziune, direcții și intervențiile autorității publice

Capitol tematic cu funcție de strategie gastronomică a destinației · Politica 4 din Volumul I, secțiunea 3.4



Breasla Cârciumarilor Brașoveni, partener al politicii gastronomice (foto: arhiva proiectului, BrandBerry srl)

Cheie de lectură

Capitolul este scris pentru două feluri de cititori. Primul este cititorul Volumului I al Strategiei 2027–2034, pentru care gastronomia dă conținut, în primul rând, priorităților P2 (centrul istoric coordonat vizual), P5 (Poiana Brașov), P6 (apartamentele în regim hotelier) și P7 (un oraș viu) și politicilor orizontale S1 (prelungirea ședерii), S2 (calendarul de evenimente) și S5 (identitate fără kitsch); legăturile cu celelalte priorități sunt date în Tabelul 11. Al doilea este cititorul care deschide capitolul separat de raport: conducerea OMD Brașov, Primăria Municipiului Brașov, alte autorități publice, Breasla Cârciumarilor Brașoveni (în continuare, Breasla Cârciumarilor Brașoveni), producătorii din Țara Bârsei, școlile de ospitalitate și universitatea. Pentru acest al doilea cititor, capitolul conține tot ce

îi trebuie ca să fie înțeles singur: diagnosticul, sursele, viziunea, direcțiile, lista intervențiilor publice și indicatorii. Formatul: rezumat executiv, legătura cu Volumul I, raționament, diagnostic, viziune, direcții cu măsuri codificate, intervențiile autorității publice, guvernanță, scenarii, indicatori, anexe.

Premisa capitolului este premisa întregii strategii: dezvoltare locală prin turism, nu promovare turistică. Pentru gastronomie, premisa are o consecință precisă. Capitolul tratează mâncarea ca pe un lanț de valoare: producătorii agricoli și pastorali din Țara Bârsei, procesatorii, piețele, alimentația publică, formarea profesională. Fluxul turistic poate susține acest lanț sau îl poate ocoli. Întrebarea capitolului este, de aceea, cum se folosește cererea turiștilor, împreună cu cea a locuitorilor, astfel încât valoarea să rămână în economia locală, iar oferta să își păstreze identitatea.

Capitolul tratează locuitorul ca prim client al gastronomiei orașului: brașovenii umplu localurile în cele mai multe zile ale anului, le recomandă vizitatorilor și părăsesc centrul atunci când oferta se banalizează [I]. O ofertă pe care locuitorii o evită ajunge să depindă de clientela de trecere și se uniformizează, cum arată secțiunea 2.7.3 [I]. Principiul transversal al strategiei, locuitorul în centrul ei, se aplică aici în forma cea mai directă.

Capitolul urmărește, în fiecare secțiune, două condiții ale valorii pe care nicio instituție și niciun local nu le pot îndeplini singure. Prima este legătura dintre bucătăriile orașului și producătorii Țării Bârsei: fără ea, cererea pentru mâncare locală se hrănește din aprovizionarea generică. A doua este reperul comun: un set de preparate documentate, cu o rețetă de bază stabilită împreună de breaslă, pe care vizitatorul să le poată cere și recunoaște în orice local. Ambele au început să prindă formă. Breasla Cârciumarilor Brașoveni a relansat, în noiembrie 2025, la Zilele Ospitalității, prăjitura Streusel Kuchen, cu paisprezece interpretări în localurile breslei[214] și oferă, din octombrie 2026, reduceri locuitorilor Brașovului în zilele de miercuri[215] [C]. Capitolul tratează aceste începuturi ca resursă a direcțiilor DG1, DG5 și DG7.

Convenția de marcaje: **[C]** date confirmate în baze de date sau în documente oficiale; **[E]** evaluări și calcule ale echipei de proiect, pe baza datelor; **[I]** interpretări sau propuneri ale echipei de proiect; **[D]** declarații ale stakeholderilor, redate ca atare; **[SS]** informații din surse secundare concordante (presă, comunicate, site-uri instituționale), neverificate în documente oficiale. Citatele din interviuri sunt atribuite prin numărul subiectului (convenția seriei: 22 de interviuri, 24 de subiecți); citatele din ateliere sunt atribuite atelierului, fără identificarea vorbitorului; intervențiile echipei de proiect sunt atribuite *„moderatorului”* și poartă marcajul [I]. Niciun nume de persoană nu apare în text; hotelurile, restaurantele și firmele private locale nu sunt numite. Datele cercetării naționale de referință sunt prezentate ponderat, fără detalii de eșantion, care rămân în metodologia raportului cercetării naționale. Documentația de patrimoniu culinar pusă la dispoziția proiectului (nouă prezentări și liste) este citată ca document al proiectului; afirmațiile ei istorice poartă marcajul [D] până la confirmarea lor în izvoare. Faptele externe invocate în consultare au fost verificate din surse oficiale sau de autoritate; corecturile sunt aplicate în text și consemnate în Anexa C.

[214]Biz Brașov, 12 noiembrie 2025, „Prăjitură simbol a Brașovului: streusel cu miere” (relansarea la Zilele Ospitalității, 13 noiembrie 2025; episodul din 1558–1559 prezentat ca tradiție preluată din cronici, fără izvor documentar citat): https://bizbrasov.ro/2025/11/12/prajitura-simbol-a-brasovului/ ; numărul interpretărilor, după documentația de patrimoniu culinar pusă la dispoziția proiectului.

[215]Zile și Nopți, 6 octombrie 2026, programul „Miercurea Brașovenilor” al Breslei Cârciumarilor Brașoveni (15% reducere pentru locuitorii municipiului și ai județului, miercurea, 7 octombrie – 16 decembrie 2026): https://zilesinopti.ro/2026/10/06/miercurea-restaurant-reducere-brasoveni/

Două alte capitole ale strategiei ating gastronomia și sunt doar referite aici. Capitolul P5 a stabilit, pentru stațiune, identitatea gastronomică a localurilor ca măsură a direcției D5 (D5-d), programul *„Poiana celebrează lumea”* (D3-n), Târgul de Crăciun din zona zero (D3-d) și programul comun al serii (D7-e); capitolul de față le dă conținutul gastronomic. Capitolul C a preluat calendarul unic al destinației și integrarea calendarului (DC6), Junii și patrimoniul viu (DC1), narațiunea și medierea (DC5), conținutul cultural al serii și al cartierelor (DC7). Capitolul de față tratează tot ce ține de gastronomie: patrimoniul culinar și reperele (DG1), lanțul scurt al Țării Bârsei (DG2), oferta și terasele centrului istoric (DG3), micul dejun contractat (DG4), consumul de seară și de cartier (DG5), evenimentele gastronomice (DG6), oamenii și breasla (DG7). Codurile sale (DG1-f, DG1-g, DG3-a, DG3-c, DG3-g, DG4-b, DG5-a, DG5-e, DG6-a, DG6-e, DG7-f și celelalte) sunt cele la care capitolul C face trimitere.

Capitolul pe o pagină. Acest capitol este capitolul II.4 al Volumului II, Capitolele integrale, al Strategiei de Dezvoltare și Marketing Turistic a Destinației Brașov 2027–2034; în Volumul I, el fundamentează Politica 4, „Gastronomia". Ce decide: gastronomia devine un motiv al nopții a doua și a treia și o sursă de venit care rămâne în economia locală; reperele culinare ale orașului sunt documentate, verificate și protejate, cu cartea-etalon a rețetelor Țării Bârsei; produsele Țării Bârsei intră în meniuri și pe piață, prin lanțul scurt; centrul istoric are terase conforme Ghidului teraselor și o ofertă onestă, cu program de seară; oaspeții apartamentelor primesc micul dejun contractat în localurile orașului; cartierele au piațete și poli de calitate; evenimentele gastronomice intră în calendarul destinației; eticheta de calitate a destinației, acordată de OMD, leagă localurile de comunicarea destinației și de stimulente; Breasla Cârciumarilor Brașoveni are rol consultativ și organizează cooperarea. Șapte direcții (DG1–DG7), cu măsuri codificate, actori și orizont. Direcția strategiei se citește în Volumul I, „Strategia pe scurt", paginile lui de deschidere.

Rezumat executiv

1. **Gastronomia este prezentă în întreaga consultare.** În matricea consolidată a temelor, gastronomia ca atu (tema A6: bogăție, produse locale, patrimoniu culinar urban documentabil) apare în 12 dintre cele 22 de interviuri (14 dintre cei 24 de subiecți) și în 6 dintre cele 12 ateliere, iar evenimentele, între care festivalul brânzei și berea locală, apar în 14 interviuri și în toate cele 12 ateliere [C]. Analiza tematică dedicată a capitolului a identificat 619 de pasaje despre a mânca și a bea în destinație, în toate interviurile și în 11 dintre cele 12 ateliere; tema este centrală în trei surse [C].

2. **Decalajul strategic este între consum și identitate: Brașovul este consumat gastronomic, dar nu este recunoscut după un preparat sau un produs.** La nivel național, 37,5% dintre călătorii români practică regulat turismul gastronomic, iar 72,5% cel puțin ocazional; 11,3% includ mâncarea printre criteriile după care aleg o destinație [C]. Când aud *„Brașov"*, doar 5,9% dintre călători numesc spontan ceva legat de mâncare, iar două treimi dintre aceste mențiuni sunt generice (*„mâncare"*, *„mâncare bună"*, *„gastronomie"*); niciun preparat nu este numit de mai mult de trei ori [C]. Pentru Țara Făgărașului, proporția este de 8,3%, iar brânza este produsul numit cel mai des [C].

3. **Publicul gastronomic este mai legat de Brașov decât ceilalți călători.** Călătorii care practică regulat turismul gastronomic vin mai des în Brașov (39,0% cel puțin o dată pe an, față de 30,0% dintre cei care nu îl practică), îl consideră mai des *„foarte atractiv"* (43,2% față de 33,7%) și l-ar recomanda *„sigur"* în proporție mai mare (79,5% față de 71,6%); diferențele sunt semnificative statistic [C]. Chiar și în acest public, doar 8,2% asociază spontan Brașovul cu mâncarea [C]. Cererea este, așadar, deja legată de Brașov; îi lipsesc reperele gastronomice pe care să le recunoască [I].

4. **Experiența consumată este bună, dar nu excepțională.** Cele 8.077 de recenzii ale experiențelor culinare au o notă medie de 4,37 din 5 și 17,2% recenzii negative, sub muzee, wellness, natură, agrement și cazare [C]. Calitatea slabă a mâncării și serviciul explică cele mai multe recenzii negative; dintre temele care descriu oferta, prețul ridicat este asociat cu cea mai mică notă (2,79), iar produsele locale și micul dejun, cu cea mai mare (4,68) [C]. Restaurantele cu specific românesc sunt evaluate mai bine (4,50) decât cele fără specific declarat (4,30) și decât lanțurile de restaurante rapide (3,36); restaurantele asociate Poienii au 3,77 și o treime de recenzii negative [C].

5. **Destinația nu are statistica propriei alimentații publice.** Nu există date publice, la nivelul municipiului, despre numărul localurilor, locurile la masă, cifra de afaceri, numărul angajaților sau cheltuiala turiștilor pentru hrană [C]. Cele 1,32 milioane de înnoptări din 2025 în structurile de primire ale municipiului înseamnă cel puțin tot atâtea mese principale pe an [E], la care se adaugă mesele vizitatorilor de o zi și ale oaspeților celor 2.218 de anunțuri active de închiriere pe termen scurt din oraș [C/E]. Capitolul propune constituirea acestei statistici din surse administrative existente.

6. **Patrimoniul culinar al orașului este documentat, dar nu este folosit.** Documentația pusă la dispoziția proiectului inventariază circa 135 de preparate, produse și băuturi și susține o teză confirmată în consultare: bucătăria Brașovului este una de tradiție urbană, a orașului multietnic, distinctă de rusticul pastoral [D]. Niciun preparat nu are însă rețetă de referință, protecție oficială sau un loc de producție recunoscut, iar atestarea istorică a prăjiturii Streusel nu este confirmată documentar [C/D]. Singurul produs al Țării Bârsei protejat la nivelul Uniunii Europene, novacul afumat din Țara Bârsei (indicație geografică protejată din 2017), nu apare nici în consultare, nici în documentația de patrimoniu culinar [C].

7. **Diagnosticul stakeholderilor are trei straturi convergente.** Centrul istoric s-a banalizat gastronomic (covrigi, pizza, șaorma, meniuri identice), iar brașovenii l-au părăsit la sfârșit de săptămână. Patrimoniul urban este cunoscut de câteva persoane și lipsește din meniuri și din recomandările personalului de primire. Lanțul care leagă cazarea neînregistrată, turistul cu buget mic și masa cumpărată de la supermarket ocolește alimentația publică [I]; în formularea unui subiect, *„e un turism de Mega Image și de Lidl în Brașov”* (Subiect 20) [D].

8. **Prețul este dimensiunea cea mai disputată.** Operatorii susțin că oferă un raport bun între calitate și preț și explică nivelul prețurilor prin costul muncii, legislația repausului săptămânal și productivitatea scăzută; în consultare apare și opinia că prețurile din alimentația publică *„au luat-o razna”* (Subiect 22) [D], iar 6,9% dintre vizitatorii Brașovului cer prețuri mai mici [C]. Capitolul propune ca răspuns valoarea și onestitatea, fără reducerea generală a prețurilor: o ofertă accesibilă pentru consumul de zi cu zi și eliminarea abuzurilor semnalate în Poiana și pe artera principală [I].

9. **Norma pentru spațiul public există, iar consultarea cere aplicarea ei.** Ghidul de amplasare a teraselor, elaborat de Primăria Municipiului Brașov în 2023, a constatat pentru 2022 o ocupare de fapt a domeniului public cu 55% mai mare decât cea declarată, tratează elementele de marcă de pe mobilierul teraselor drept reclamă neautorizată și interzice închiderile perimetrale și echipamentele de preparare pe domeniul public [C]. Consultarea cere aplicarea consecventă a normei, zone definite pentru program de seară după ora 22 și redistribuirea consumului dinspre culoarul format de strada Republicii și Piața Sfatului spre alte nuclee ale orașului [D].

10. **Viziunea 2034: Brașovul este destinația românească recunoscută pentru calitatea mâncării și pentru preparatele ei locale.** Vizitatorul știe ce să ceară și găsește aceleași repere în zeci de localuri; produsele Țării Bârsei au nume, marcă și loc de vânzare; brașoveanul s-a întors în centru și are piațete vii în cartiere; Poiana servește identitatea locului. Gastronomia servește scopul strategiei, creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști, prin sejururi mai lungi, prin oferta de seară care îi ține peste noapte pe vizitatorii de o zi și prin micul dejun contractat al oaspeților din apartamentele care intră în evidență (secțiunea 2.8) [I]. Poziționarea recomandată are trei niveluri: etalonul gastronomic al României (promisiunea de calitate pe piața internă),

bucătăria urbană, de tradiție burgheză, a târgului de la intersecția lumilor (conținutul identitar) și gastronomia de munte a Țării Bârsei (argumentul de nișă pentru piețele externe) [I].

11. **Șapte direcții strategice (DG1–DG7) și un inventar al intervențiilor publice.** DG1 patrimoniul culinar și reperele gastronomice ale orașului; DG2 lanțul scurt al Țării Bârsei: produsul local în meniuri și pe piață; DG3 centrul istoric: oferta, terasele și programul de seară; DG4 apartamentele în regim hotelier și micul dejun contractat; DG5 oraș viu și policentric: piațete de cartier și poli de calitate; DG6 evenimente gastronomice și calendarul destinației; DG7 oameni, breaslă, educație. Secțiunea 5 și Anexa B listează, pe opt domenii, intervențiile care revin autorității publice: reguli, fiscalitate și stimulente, spațiu public, patrimoniu și protecție, educație și formare, evenimente, date, guvernanță și finanțare.

12. **Guvernanța nu adaugă structuri noi.** Gastronomia nu are astăzi un responsabil instituțional. Capitolul propune ca OMD Brașov să își asume gastronomia ca funcție de destinație (reperele, eticheta de calitate, calendarul, comunicarea), Primăria Municipiului Brașov să aplice regulile pe care le-a adoptat deja și să folosească instrumentele fiscale locale, iar Breasla Cârciumarilor Brașoveni, membru al OMD, să aibă un rol consultativ explicit și să organizeze cooperarea dintre localuri, cu condiția să fie reprezentativă pentru întregul sector [I].

13. **Pentru șase alegeri strategice, capitolul formulează opțiunea recomandată.** Poziționarea pe trei niveluri (etalon național, bucătărie urbană, gastronomie de munte), cu etalonul național ca bază; stimulentele și aplicarea normelor existente, cu fiscalitatea diferențiată pentru spațiile comerciale din centru ca singur instrument cu efect restrictiv; gastronomia ca temă transversală a strategiei, cu un mandat explicit al OMD Brașov; marca colectivă a reperelor, deținută de OMD Brașov și completată cu atestările produselor agroalimentare; diviziunea de rol dintre oraș (bucătăria urbană) și Poiana (un rustic de calitate, cu produse ale Țării Bârsei); o piață volantă a producătorilor în 2027–2028, ca test înaintea alegerii modelului pieței Brașovului (secțiunea 7). Indicatorii propuși pornesc de la nivelurile de referință calculate în capitol (asocierea spontană, nota medie și ponderea recenziilor negative, mențiunile de preț și de mic dejun, terasele conforme) și adaugă seriile care astăzi lipsesc (localurile și angajații din alimentația publică, localurile cu repere în meniu, produsele protejate, achizițiile locale, frecvența ieșirilor la masă ale brașovenilor).

Legătura cu Volumul I. Capitolul corespunde Politicii 4, „Gastronomia”, din Volumul I al strategiei (secțiunea 3.4).

Convenția de coduri: în raport, direcțiile capitolelor P3 și P5 primesc prefixul capitolului (P3·D1, P5·D1), iar scenariile capitolelor apar ca P3·Sc1, P5·Sc1, G·Sc1, C·Sc1 și P1–P2·Sc1, pentru a nu se confunda cu politicile orizontale S1–S6; codurile DMC, DG, DC, P4 și P6 rămân neschimbate. Pentru capitolul de față, direcțiile DG1–DG7 și măsurile lor își păstrează codurile, iar scenariile S1–S6 din secțiunea 7 apar în raport ca G·Sc1–G·Sc6.

Obiectivele de dezvoltare servite de direcții: DG1, OD1.5 (mai multă valoare reținută în economia locală) și OD4.1 (satisfacție și recomandare); DG2, OD1.5; DG3, OD3.2 (un centru istoric locuibil) și OD2.3 (un oraș policentric și viu); DG4, OD3.4 (reguli egale pe piața cazării) și OD1.5; DG5, OD2.3 și OD3.1 (acceptarea turismului de către locuitori); DG6, OD2.1 (cerere mai echilibrată între sezon și extrasezon și în zilele lucrătoare); DG7, OD4.3 (servicii de calitate și oameni pregătiți).

Măsurile-cheie și indicatorii capitolului sunt preluați în fișa Politicii 4 din raport și în Anexa 1, planul de implementare.

1. Raționamentul unui capitol distinct

1.1. De ce gastronomia are nevoie de un capitol propriu

Am identificat șase argumente pentru un capitol dedicat gastronomiei, integrat în strategia destinației:

Primul este **argumentul consultării**. Gastronomia apare în toate cele 22 de interviuri individuale și în 11 dintre cele 12 ateliere, indiferent de profilul interlocutorilor [C]. Este, totodată, una dintre cele cinci priorități de analiză stabilite de managementul proiectului pentru raportul consolidat al Etapei I.

Al doilea este **argumentul decalajului**. Cercetarea națională de referință arată o practică gastronomică largă și o asociere spontană slabă a Brașovului cu mâncarea (secțiunile 2.1 și 2.2). Consultarea formulează același decalaj din interior: *„se știe în România că în Brașov se mănâncă bine”*, dar există *„un turism gastronomic care încă nu e exploatat cum trebuie”* (Subiect 20) [D]. Capitolul tratează acest decalaj ca obiect principal al strategiei gastronomice [I].

Al treilea este **argumentul economic**. Alimentația publică este componenta experienței turistice cu lanțul de aprovizionare cel mai scurt posibil: brânzeturile, carnea, legumele, fructele, pâinea și băuturile pot proveni din Țara Bârsei, iar forța de muncă este încă, în bună parte, locală. Fiecare masă luată în oraș de un vizitator poate fi venit pentru un producător din Hărman, Prejmer sau Cristian, pentru un bucătar format la Brașov și pentru un local care plătește chirie și impozite în oraș; aceeași masă cumpărată de la supermarket rămâne, în cea mai mare parte, în afara economiei locale [I].

Consultarea descrie greutatea alimentației publice în economia centrului astfel: *„echivalentul a avea un startup de tehnologie în Cluj e a avea o terasă în centrul Brașovului”* (Subiect 1) [D]. Gastronomia este, de aceea, instrumentul prin care diagnosticul strategiei, *„volum fără valoare”*, poate fi corectat cel mai direct, la nivelul cheltuielii zilnice a vizitatorului [I].

Al patrulea este **argumentul identitar**. Documentația de patrimoniu culinar pusă la dispoziția proiectului și cele mai detaliate interviuri pe această temă susțin, convergent, că Brașovul are o bucătărie proprie, urbană, burgheză și multiculturală, pe care nici locuitorii, nici operatorii, nici turiștii nu o cunosc [D]. Capitolul identitar al strategiei lucrează cu identitățile Brașovului la plural; gastronomia este una dintre identitățile pe care vizitatorul le poate experimenta direct, în fiecare zi a sejurului.

Al cincilea este **argumentul arhitecturii strategice**. Gastronomia nu este o prioritate a strategiei, dar este prezentă, cel mai direct, în patru priorități și trei politici orizontale ale ei: în centrul istoric (P2), în Poiana (P5), în apartamentele în regim hotelier (P6), în viața de seară și a cartierelor (P7), în prelungirea șederii (S1), în calendar (S2) și în identitatea fără kitsch (S5) [I]. Fără un capitol propriu, măsurile gastronomice s-ar risipi în șapte locuri, fără un responsabil și fără indicatori comuni.

Al șaselea este **argumentul lipsei de date**. Statistica publică nu oferă, la nivelul municipiului Brașov, numărul unităților de alimentație publică, locurile la masă, cifra de afaceri, numărul angajaților sau cheltuiala turiștilor pentru hrană; raportul de analiză a destinației constată aceeași absență [C]. Capitolul reconstruiește imaginea sectorului din surse alternative și propune o statistică dedicată (secțiunea 8).

1.2. Gastronomia în arhitectura strategiei: șapte legături structurale

Am identificat șapte legături structurale între gastronomie și prioritățile strategiei, fiecare cu o consecință pentru strategie:

Centrul istoric (P2). Terasele, vitrinele și comerțul alimentar stradal compun o parte importantă a imaginii pe care vizitatorul o are despre centrul istoric [I]. În 2022, suprafața ocupată de terase depășea cu 55% suprafața declarată la Primărie, iar mobilierul predominant era furnizat de un producător local de băuturi alcoolice și purta elementele lui de marcă [C]. Consecința: aplicarea Ghidului de amplasare a teraselor este o măsură a priorității P2, iar calitatea ofertei din centru se sprijină prin instrumente fiscale și de comunicare (DG3).

Poiana Brașov (P5). Capitolul P5 a stabilit identitatea gastronomică a localurilor ca măsură a direcției D5 (D5-d) și asocierea programului *„Poiana celebrează lumea”* cu produsele Țării Bârsei (D3-n). Restaurantele asociate stațiunii au o notă medie de 3,77 și o treime de recenzii negative, față de 4,41 și 16,0% în oraș [C]. Consecința: capitolul de față dă conținutul gastronomic al acestor măsuri (DG1, DG2, DG6-d), iar capitolul P5 rămâne cadrul regulilor din stațiune.

Apartamentele în regim hotelier (P6). Cele 2.218 de anunțuri active de închiriere pe termen scurt din oraș cazează un flux important de vizitatori [C], pe care consultarea îl asociază cu masa cumpărată de la supermarket [D]. În recenziile Booking, oaspeții apartamentelor menționează micul dejun de aproape două ori mai rar decât oaspeții hotelurilor (6,8% față de 12,0%) [C]. Consecința: micul dejun contractat cu localurile din zonă (DG4) este legătura dintre regimul apartamentelor și alimentația publică.

Orașul viu (P7). Programul localurilor se încheie, în cea mai mare parte, la ora 22, iar consumul de seară este concentrat pe un singur culoar al centrului [D]. Consecința: zonele cu program de seară, piațetele de cartier și polii de calitate din afara centrului (DG3-c, DG5) sunt contribuția gastronomiei la un oraș viu.

Prelungirea șederii (S1). În recenziile de cazare, mențiunile despre mâncare și restaurante cresc odată cu durata sejurului, de la 2,5% la sejururile de o noapte la 6,3% la cele de trei nopți [C]. Consecința: gastronomia se construiește ca motiv al nopții a doua și a treia, prin trasee, rute metropolitane și pachete (DG2-f, DG1-g).

Calendarul de evenimente (S2). Evenimentele (tema C8 a matricei consolidate, care include festivalul brânzei și berea locală) sunt, alături de guvernanța prin OMD, una dintre cele două teme de propunere prezente în toate cele 12 ateliere [C]. Consecința: evenimentele gastronomice (DG6) intră în calendarul unic al destinației, ținut de OMD Brașov ca integrator al calendarului (capitolul C, DC6).

Identitatea fără kitsch (S5). Banalizarea ofertei, rusticul generic și mobilierul cu mărci comerciale sunt, în consultare, tot atâtea forme ale kitsch-ului gastronomic [D/I]. Consecința: reperele documentate (DG1) și regulile pentru spațiul public (DG3) sunt componenta gastronomică a identității fără kitsch.

Concluzia operațională: gastronomia funcționează în strategie ca o funcție transversală, cu un responsabil de coordonare (OMD Brașov), cu instrumente publice deja existente (regulile pentru terase, fiscalitatea locală, autorizarea) și cu un partener sectorial (Breasla Cârciumarilor Brașoveni),

nu ca o prioritate separată cu structură proprie [I]. Secțiunea 3.4 arată cum se traduce această funcție în mecanisme concrete.

1.3. Premisa: dezvoltare locală și criteriile de evaluare

Din perspectiva dezvoltării locale, gastronomia destinației se evaluează după șase criterii, care revin în direcțiile din secțiunea 4.

Primul este **valoarea reținută în economia locală**: cât din cheltuiala vizitatorului pentru hrană rămâne la producătorii, procesatorii, localurile și angajații din Brașov și din Țara Bârsei și cât se scurge spre lanțuri de comerț și spre importuri. Subiectul 8 leagă prețul de calitatea mărfii și a personalului: *„punem calitatea mărfii, calitatea oamenilor, încercăm pe cât posibil să lucrăm cu forță de muncă autohtonă”* (Subiect 8) [D]; legătura cu valoarea reținută în economia locală este o interpretare a echipei [I].

Al doilea este **produsul local în farfurie**: dacă produsele Țării Bârsei ajung în meniurile orașului și ale stațiunii, cu nume și cu proveniență declarată, sau rămân un argument de comunicare fără acoperire în bucătării.

Al treilea este **locuitorul ca prim client**: dacă oferta gastronomică a orașului este accesibilă și dorită de brașoveni, în centru și în cartiere, în toate zilele săptămânii.

Al patrulea este **identitatea fără banalizare**: dacă oferta exprimă locul (memoria, produsele, comunitățile orașului) sau îl înlocuiește cu un meniu generic, identic cu cel al oricărui centru istoric din Europa.

Al cincilea este **sezonalitatea și durata șederii**: dacă gastronomia dă vizitatorului un motiv pentru noaptea a doua și a treia și pentru lunile de extrasezon, în care ocuparea scade.

Al șaselea este **calitatea muncii**: dacă sectorul oferă locuri de muncă stabile și calificate, cu parcursuri de formare, și dacă antreprenoriatul din alimentația publică este suficient de bine pregătit ca să reziste.

Lanțul de valoare pe care capitolul îl are în vedere pornește de la producătorii agricoli și pastorali din Țara Bârsei, trece prin procesatori (lăptării, măcelării, brutării, cofetării), prin piețe și comerț alimentar, prin alimentația publică (restaurante, bistrouri, cafenele, localuri cu servire la fereastră) și ajunge la vizitator și la locuitor. Lanțul are două straturi de sprijin: formarea profesională (școlile de ospitalitate și Facultatea de Alimentație și Turism a Universității Transilvania) și organizarea breslei. Capitolul analizează unde se rupe acest lanț și ce îl poate reface.

1.4. Surse, metodă, limite

Capitolul triangulează cinci categorii de surse.

Prima este cercetarea națională de referință a proiectului, din care se folosesc formele de turism practicate, criteriile de alegere și de respingere a unei destinații, asocierile spontane cu Brașovul și cu Țara Făgărașului, răspunsurile la întrebările *„ce vă place”* și *„ce lipsește”* Brașovului, evaluarea experienței și intenția de recomandare. Toate procentele sunt ponderate. Pentru variabilele gastronomice, răspunsurile deschise au fost recodate direct din textul brut, cu un dicționar de termeni gastronomici, conform deciziei metodologice a proiectului.

A doua categorie o formează datele secundare: seriile INS TEMPO pentru municipiul Brașov (sosiri, înnoptări, durata sejurului); datele platformelor de închiriere pe termen scurt pentru Brașov și Poiana Brașov; analiza celor 47.513 de recenzii online ale destinației, dintre care 8.077 privesc experiențele culinare, completată cu o analiză lexicală proprie, multilingvă, pe familii de termeni; raportul de analiză a destinației; Ghidul de amplasare a teraselor al Primăriei Municipiului Brașov.

A treia categorie o formează consultarea Etapei I: cele 22 de interviuri individuale (24 de subiecți) și cele 12 consultări de grup (11 ateliere tematice și sesiunea cu arhitecții și urbaniștii Ordinului Arhitecților din România, filiala Brașov, numită în text sesiunea OAR și codificată ca atelierul 13), citite integral, inclusiv notele manuscrise ale participanților și fișele de idei ale atelierelor 09 și 10. Ca în Volumul I, prin *„ateliere”* se înțeleg în capitol toate cele 12 consultări de grup. Consultarea este prelucrată în două moduri: prin matricea consolidată a temelor, cu valență (atuuri, probleme, propuneri), care rămâne grila oficială a Volumului I, și printr-o analiză tematică dedicată a acestui capitol, în 20 de subteme gastronomice, care numără orice pasaj despre a mânca și a bea, inclusiv mențiunile incidentale, și servește analizei de intensitate.

A patra este documentația de patrimoniu culinar pusă la dispoziția proiectului: prezentări despre identitatea culinară a orașului și influențele ei, despre specificul bucătăriei din Țara Bârsei, lista de bucate specifice, o listă de delicatese, o prezentare despre dulciurile de tradiție imperială și patru studii de caz (Streusel Kuchen, rabarbărul și tarhonul, friptura măruntă de Brașov, biscuiții Krumiri din Casale Monferrato).

A cincea categorie o formează documentele externe folosite pentru validarea faptelor: legislația, registrele oficiale ale produselor protejate, sursele instituționale și presa de referință, consemnate în Anexa C cu gradul de încredere al fiecărei surse.

Am identificat patru limite ale analizei:

- lipsa statisticii structurale a alimentației publice la nivelul municipiului (unități, locuri la masă, cifră de afaceri, angajați, cheltuiala turiștilor pentru hrană), pe care capitolul o semnalează și propune să o acopere (secțiunea 8);
- recenziile descriu unitățile cu vizibilitate digitală ridicată, selectate în baza de recenzii, nu structura ofertei din oraș; ele nu confirmă și nu infirmă estimările respondenților privind ponderea pizzei sau a burgerilor în ofertă;
- cercetarea națională măsoară percepția și comportamentul românilor, nu ale turiștilor străini, pentru care sursa rămâne analiza recenziilor;
- afirmațiile cantitative ale respondenților (de exemplu, ponderile de 90% sau de 85% din ofertă, invocate de Subiecții 22 și 5) și afirmațiile istorice ale documentației de patrimoniu sunt redate ca declarații [D] până la verificarea lor; opinia brașovenilor despre oferta orașului nu a fost măsurată cantitativ, ceea ce chestionarul proiectului pentru rezidenți ar trebui să corecteze.

2. Diagnostic

2.1. Gastronomia în cererea națională: o practică largă și un public fidel Brașovului

Cercetarea națională de referință măsoară gastronomia în patru locuri: ca formă de turism practicată, ca criteriu de alegere și de respingere a unei destinații, ca asociere spontană cu Brașovul și ca lipsă sau preferință declarată de cei care au vizitat orașul. Toate procentele de mai jos sunt ponderate [C].

Practica. Întrebați ce forme de turism practică în minivacanțe și în concedii, 37,5% dintre călătorii români declară că practică regulat turismul gastronomic, iar 72,5% cel puțin ocazional; 27,5% nu îl practică deloc [C]. Practica regulată se împarte în 23,3% care o au atât în minivacanțe, cât și în concediu, 10,9% doar în minivacanțe și 3,3% doar în concediu; alți 35,0% o practică doar ocazional. Între cele douăsprezece forme de turism testate, gastronomia ocupă locul al șaselea la practica regulată, după litoral, turismul balnear, ecoturismul, turismul montan și turismul rural, și înaintea cumpărăturilor, a călătoriilor rutiere, a evenimentelor și a turismului religios.

Tabelul 1. Formele de turism practicate de călătorii români (II.4)

Forma de turism	Practică regulată	Cel puțin ocazional
Litoral	74,9%	92,0%
Balnear (spa, centre de agrement acvatic)	54,2%	86,0%
Ecoturism	44,3%	78,4%
Montan	42,6%	73,3%
Rural, agroturism	41,0%	80,8%
Gastronomic	**37,5%**	**72,5%**
Cumpărături	31,0%	70,1%
Călătorii rutiere	28,8%	54,5%
Evenimente	25,9%	72,1%
Religios	22,9%	61,7%
Aventură	20,6%	44,2%
Cicloturism	10,6%	27,2%

Sursa: cercetarea națională de referință, călătorii români, procente ponderate. Practica regulată cuprinde răspunsurile „doar în minivacanțe", „doar în concediu" și „atât în minivacanțe, cât și în concediu". [C]

Practica regulată este mai frecventă la tineri (48,6% dintre călătorii de 18–29 de ani, față de 31,6% la cei de peste 60 de ani), la bucureșteni (46,0%) și, în mai mică măsură, la femei (38,6% față de 36,5%) și în gospodăriile cu copii minori (39,7% față de 36,4%) [C].

Criteriul de alegere. Întrebați deschis care sunt primele trei criterii, altele decât banii, după care aleg o destinație, 11,3% dintre călători numesc mâncarea, restaurantele sau gastronomia în cel puțin una dintre cele trei mențiuni: 1,3% ca prim criteriu, 5,5% ca al doilea și 5,1% ca al treilea [C]. Simetric, 8,8% numesc mâncarea proastă sau necorespunzătoare printre motivele pentru care resping o destinație [C]. Gastronomia nu este, pentru călătorul român, motivul principal al alegerii, dar intră în decizie ca al doilea sau al treilea criteriu și, mai ales, în evaluarea experienței [I]. Consultarea formulează aceeași poziție: mâncarea *„e doar parte, e un layer din setul de experiențe pe care trebuie să le trăiești. Evident, calitatea spațiilor de cazare și a mâncării trebuie să fie superioară"* (Subiect 10) [D].

Publicul gastronomic și Brașovul. Comparația dintre călătorii care practică regulat turismul gastronomic, cei care îl practică ocazional și cei care nu îl practică arată că publicul gastronomic este și publicul cel mai legat de Brașov (Tabelul 2).

Tabelul 2. Raportarea la Brașov a călătorilor, după practica turismului gastronomic (II.4)

Indicator	Practică regulată	Practică ocazională	Nu practică
Pondere în totalul călătorilor	37,5%	35,0%	27,5%
Asociază spontan Brașovul cu mâncarea	8,2%	6,4%	2,3%
Numesc mâncarea printre criteriile de alegere a unei destinații	17,4%	9,0%	6,7%
Merg în Brașov cel puțin o dată pe an	39,0%	31,6%	30,0%
Consideră Brașovul o destinație „foarte atractivă”	43,2%	37,1%	33,7%
Descriu ultima experiență în Brașov ca „total agreabilă” (vizitatori)	53,6%	46,5%	47,8%
Ar recomanda „sigur” Brașovul (vizitatori)	79,5%	77,4%	71,6%
Numesc prețurile printre lucrurile care lipsesc Brașovului (vizitatori)	4,9%	6,4%	10,6%

Sursa: cercetarea națională de referință, procente ponderate. Diferențele dintre practicanții regulați și cei care nu practică turismul gastronomic sunt semnificative statistic (test χ^2, $p < 0,05$) pentru toate rândurile, cu excepția ultimului. [C]

Din tabel rezultă trei constatări [I]. Prima: publicul gastronomic merge mai des în Brașov, îl consideră mai atractiv și l-ar recomanda *„sigur”* în proporție mai mare decât ceilalți călători; este, deci, un public pe care destinația îl are deja și pe care trebuie să îl păstreze. A doua: chiar și în acest public, doar 8,2% asociază spontan Brașovul cu mâncarea; consumul gastronomic nu s-a transformat în imagine. A treia: cei care nu practică turismul gastronomic reclamă de două ori mai des prețurile decât practicanții regulați; diferența nu este semnificativă statistic, dar sugerează că sensibilitatea la preț este mai mare tocmai în publicul pentru care masa în oraș nu face parte din motivația călătoriei.

Ce place și ce lipsește. Experiența de ansamblu cu destinația este evaluată pozitiv de 95,2% dintre vizitatori (49,7% *„total agreabilă”*), iar 76,7% ar recomanda *„sigur”* Brașovul [C]. La întrebarea *„ce vă place cel mai mult la Brașov”*, 2,5% dintre vizitatori numesc mâncarea sau restaurantele, de regulă alături de centrul vechi și de Tâmpa. La întrebarea *„ce lipsește Brașovului pentru a fi mai atractiv”*, 3,7% fac referiri gastronomice, iar 6,9% cer prețuri mai mici, în formulări precum *„mai multe localuri cu preparate tradiționale și prețuri mai mici”*, *„prețuri de bun simț la alimentația publică și restaurante”* sau *„mai multe restaurante de tipul împinge tava”* [C]. Reclamațiile vizitatorilor privesc prețul și lipsa unei oferte tradiționale accesibile; calitatea mâncării nu apare printre ele [I].

Zona extinsă. Întrebați ce activități își doresc în turismul rural, 13,7% dintre cei atrași de această formă de turism numesc mâncarea și produsele locale; în așteptările față de Țara Făgărașului, gastronomia reprezintă 4,6%, față de 3,7% pentru Vama Buzăului și 1,1% pentru Munții Carpați [C]. În imaginarul călătorului român, gastronomia este legată mai ales de sat și de produs [I]. Pentru Brașov, această asociere deschide două posibilități: produsele Țării Bârsei, legate de sat și de munte, și bucătăria urbană a orașului, pe care nicio altă destinație nu o revendică explicit [I].

Concluzia secțiunii este decalajul pe care capitolul îl tratează în toate direcțiile sale: o practică gastronomică largă la nivel național, un public gastronomic legat de Brașov și o asociere spontană slabă a orașului cu mâncarea. Brașovul rămâne o destinație foarte atractivă pentru călătorii români, iar gastronomia lui nu este încă asociată cu preparate sau produse anume [I].

2.2. Imaginea spontană: un oraș în care se mănâncă bine, fără un preparat al său

Întrebați ce le vine în minte când aud *„Brașov”*, 5,9% dintre călători numesc ceva legat de mâncare sau de băutură, iar 4,9% ceva legat de mâncare, indicatorul de persoane folosit în Volumul I și în brieful mărcii [C]. Dintre cele 3.556 de asocieri brute formulate, 78 (2,2%) sunt gastronomice, în timp ce familia *„munte”* adună 381 de mențiuni, *„Biserica Neagră”* 254, *„frumos”* 214, *„istorie, medieval”* 203, *„centru, Piața Sfatului”* 187, *„Poiana”* 159, *„aer curat”* 114, *„schi, iarnă, zăpadă”* 112, *„Tâmpa”* 90 și *„natură”* 83 [C]. Compoziția celor 78 de mențiuni gastronomice arată că imaginea este una generală, fără conținut (Tabelul 3).

Tabelul 3. Compoziția asocierilor gastronomice spontane cu Brașovul (II.4)

Tipul mențiunii	Mențiuni	Conținut
Generice	53	„mâncare” (21), „gastronomie” (19), „mâncare bună” (13)
Restaurante, fără nume	5	„restaurante bune”, „restaurante faine”, „restaurante”
Localuri numite	3	numele nu se reproduc
Preparate și produse	13	clătite (3, dintre care o dată „clătite brașovene”), brânză (2), bere (2, dintre care o dată „bere artizanală”); câte o mențiune pentru pizza, patiserie, grătar, pălincă, bulz și kürtős
Terase, cafenele, evenimente	4	terase (2), cafenele (1), Oktoberfest (1)
Total	**78**	**2,2% din cele 3.556 de asocieri**

Sursa: cercetarea națională de referință, asocierile spontane cu destinația Brașov (trei mențiuni libere), recodate din textul brut. [C]

Două treimi dintre mențiunile gastronomice sunt generice, iar niciun preparat nu este numit de mai mult de trei ori [C]. Călătorii români asociază Brașovul, cel mult, cu ideea generală de mâncare bună, fără să numească preparate anume [I].

Pentru Țara Făgărașului, testată în aceeași cercetare, 8,3% dintre călători formulează cel puțin o asociere gastronomică, iar brânza este produsul numit cel mai des: 28 dintre cele 116 de mențiuni gastronomice [C]. Comparația arată că un produs identificabil poate deveni reper al unei destinații chiar în lipsa unei promovări dedicate, și că acest rol îl are, în imaginea regiunii, un produs pastoral, nu un preparat urban [I].

2.3. Experiența consumată: ce spun recenziile

Analiza celor 47.513 de recenzii online ale destinației (Booking, Google Maps, Tripadvisor) conduce la șase constatări despre gastronomie [C].

Experiențele culinare sunt a doua categorie de recenzii, după cazare. Din totalul recenziilor, 8.077 (17,0%) privesc unități de alimentație publică: 4.624 pe Google Maps și 3.453 pe Tripadvisor. Pentru turiștii români, gastronomia este categoria dominantă a experienței din afara cazării: 48,7% dintre recenziile lor care nu privesc cazarea sunt culinare, față de 33,8% la străini; în Poiana, ponderea urcă la 80% [C]. Raportul de analiză a destinației notează că românii descriu mai frecvent experiența consumată și repetabilă (gastronomie, atmosferă, servicii, revenire), în timp ce străinii situează mai mult experiența în contextul orașului [C].

Calitatea este bună, dar nu de vârf. Recenziile culinare au o notă medie de 4,37 din 5, cu 77,1% recenzii de cinci stele și 13,2% de una sau două stele; ponderea recenziilor negative este de 17,2% [C]. Gastronomia se situează sub muzee, wellness, natură, agrement și cazare și deasupra obiectivelor turistice, serviciilor de schi, divertismentului și cumpărăturilor (Tabelul 4). Românii evaluează mai sever decât străinii: recenziile culinare scrise în limba română au nota medie 4,18 și 22,0% recenzii negative, față de 4,44 și 15,4% pentru recenziile în alte limbi; pe Tripadvisor, platforma cu cea mai mare pondere a străinilor, nota medie este 4,49 [C].

Tabelul 4. Recenziile destinației pe categorii de experiență (II.4)

Categorie	Recenzii	Nota medie	Recenzii negative
Muzee și artă	1.098	4,69	8,0%
Wellness și viață activă	1.937	4,59	11,3%
Natură și parcuri	454	4,59	9,7%
Experiențe recreative	5.363	4,58	10,9%
Cazare	25.017	4,43	14,2%
Experiențe culinare	**8.077**	**4,37**	**17,2%**
Obiective și repere	1.804	4,31	18,4%
Servicii de schi și munte	630	4,29	18,1%
Divertisment și viață de noapte	2.562	4,09	23,6%
Cumpărături	571	3,99	27,3%

Sursa: baza consolidată a recenziilor destinației (Booking, Google Maps, Tripadvisor); clasificarea pozitiv/negativ este cea a bazei. [C]

Dintre temele care descriu oferta, prețul ridicat este asociat cu cele mai mici note, iar produsele locale și micul dejun, cu cele mai bune. Analiza lexicală multilingvă a recenziilor culinare, pe familii de termeni, arată că recenziile care menționează prețul ridicat (scump, *„nu merită banii”*, *„jaf”*) au o notă medie de 2,79, iar cele care menționează raportul bun dintre calitate și preț, de 4,50 (Tabelul 5) [C]. Mențiunile produselor locale și ale micului dejun au cele mai bune note dintre familiile care privesc oferta (4,68), iar mențiunile ofertei generice (pizza, burger, șaorma, restaurante rapide) coboară nota la 4,08 [C]. În recenziile de una și două stele, temele dominante sunt calitatea slabă a mâncării (rece, reîncălzită, congelată, fără gust: 20,0%), serviciul (așteptare, personal nepoliticos: 18,8%), oferta generică (16,2%) și prețul (7,7%) [C].

Tabelul 5. Mențiunile din recenziile culinare, pe familii de termeni (II.4)

Familie de termeni	Toate recenziile	Recenzii de 5 stele	Recenzii de 1–2 stele	Nota medie când apare
Calitate pozitivă (delicios, excelent, gustos)	47,5%	56,8%	5,7%	4,87
Atmosferă, ambianță, decor	19,0%	21,7%	5,0%	4,76
Tradițional, românesc, local, autentic	17,0%	16,3%	16,2%	4,35
Ofertă generică (pizza, burger, șaorma, restaurante rapide)	11,1%	9,7%	16,2%	4,08
Vin, bere, băuturi	8,0%	7,6%	8,7%	4,30
Cafea, cofetărie, desert	6,0%	5,8%	6,6%	4,32
Calitate negativă (rece, congelat, fără gust, murdar)	3,9%	0,7%	20,0%	2,13

Familie de termeni	Toate recenziile	Recenzii de 5 stele	Recenzii de 1–2 stele	Nota medie când apare
Serviciu negativ (așteptare, nepoliticos)	3,7%	0,8%	18,8%	2,22
Raport bun între calitate și preț	3,0%	3,0%	1,9%	4,50
Mic dejun	2,3%	2,4%	0,7%	4,68
Preț ridicat	2,1%	0,7%	7,7%	2,79
Terasă	1,6%	1,5%	2,3%	4,14
Produse locale, de casă, artizanale	1,0%	1,1%	0,4%	4,68

Sursa: baza consolidată a recenziilor destinației, recenziile culinare; analiza lexicală multilingvă a echipei de proiect. O recenzie poate conține mai multe familii de termeni. [C]

Localurile cu specific sunt evaluate mai bine decât cele generice. Unitățile din categoria culinară a bazei se împart în restaurante cu specific românesc sau tradițional (23 de unități, 3.766 de recenzii, nota medie 4,50, 13,5% recenzii negative), restaurante fără specific declarat (24 de unități, 1.599 de recenzii, 4,30, 19,8%), restaurante italiene și pizzerii (7 unități, 878 de recenzii, 4,45), bistrouri și localuri de mic dejun (4 unități, 534 de recenzii, 4,67, 8,8%), restaurante de burgeri (2 unități, 4,42), restaurante de hotel (2 unități, 4,23) și lanțuri de restaurante rapide (5 unități, 592 de recenzii, 3,36, 43,6%) [C]. Segmentul cu specific românesc este cel mai recenzat și al doilea cel mai bine evaluat; segmentul fără specific declarat are o notă mai mică decât restaurantele cu specific românesc, cele italiene și bistrourile, iar numai restaurantele de hotel (4,23) și lanțurile de restaurante rapide (3,36) au note mai mici. Tipologia descrie unitățile cu vizibilitate digitală ridicată, selectate în baza de recenzii, nu structura ofertei din oraș.

Poiana Brașov are o problemă reputațională distinctă. Cele 559 de recenzii culinare asociate stațiunii au nota medie 3,77 și 33,3% recenzii negative, față de 4,41 și 16,0% în oraș; mențiunile prețului ridicat apar în 8,2% dintre ele, de cinci ori mai des decât în oraș (1,6%) [C]. Raportul de analiză a destinației localizase deja percepția *„scump”* (7,6% dintre recenziile relevante ale stațiunii; 9,3% la români, 6,0% la străini) în primul rând în serviciile de alimentație publică și constatase că stațiunea este locul în care se produce asocierea *„tradițional, românesc, rustic”* (22,9% dintre recenzii) [C].

Mâncarea câștigă importanță odată cu durata sejurului. În recenziile Booking ale unităților de cazare, micul dejun este menționat pozitiv în 11,4% dintre texte (negativ în 3,4%), iar mâncarea și restaurantele în 3,7% (negativ în 1,7%) [C]. Ponderea mențiunilor pozitive despre mâncare crește de la 2,5% la sejururile de o noapte la 4,1% la cele de două nopți și la 6,3% la cele de trei nopți; pentru micul dejun, de la 9,8% la sejururile de o noapte la 15,0% la cele de patru nopți și peste [C]. Oaspeții hotelurilor menționează micul dejun de aproape două ori mai des decât oaspeții apartamentelor în regim hotelier (12,0% față de 6,8%), în timp ce mențiunile despre restaurante sunt apropiate (3,6% față de 4,0%) [C]. Calculul din raportul de analiză a destinației, după un alt mod de calcul, confirmă tendința generală: în Brașov, mâncarea și restaurantele apar în 5,6% dintre textele pozitive ale sejururilor de una sau două nopți și în 9,5% la cele de trei nopți și peste; în Poiana, în 12,3% și 16,9%; micul dejun, în 18,9% și 23,0%, iar la sejururile lungi micul dejun devine și sursă de nemulțumire prin repetitivitate [C].

Pentru strategie rezultă două concluzii [I]. Experiența culinară a Brașovului este, în medie, satisfăcătoare și este evaluată mai bine la localurile cu specific decât la cele generice, ceea ce susține

orientarea spre identitate. Calitatea slabă a mâncării, serviciul și prețul ridicat explică cele mai multe evaluări negative, iar Poiana concentrează riscul; produsele locale și micul dejun sunt asociate cu cele mai bune evaluări, ceea ce indică direcția în care valoarea percepută poate crește fără scăderea prețului.

2.4. Piața și oferta: ce arată datele disponibile

Golul statistic. Statistica publică nu oferă, la nivelul municipiului Brașov, numărul unităților de alimentație publică, al locurilor la masă și al angajaților, cifra de afaceri a sectorului sau cheltuiala turiștilor pentru hrană; raportul de analiză a destinației nu le conține nici el [C]. Imaginea pieței se reconstruiește, de aceea, din date indirecte (Tabelul 6).

Tabelul 6. Cifrele-cadru ale pieței gastronomice a Brașovului: ce se știe și ce lipsește (II.4)

Indicator	Valoare	Sursa	Marcaj
Sosiri în structurile de primire turistică ale municipiului (2025)	715.064	INS	[C]
Înnoptări în structurile de primire turistică (2025)	1.318.726	INS	[C]
Durata medie a sejurului (2025)	1,84 nopți	INS	[C]
Anunțuri active de închiriere pe termen scurt în oraș (august 2023–2026)	1.701; 1.980; 2.135; 2.218	date platforme	[C]
Camere-nopți vândute în segmentul închirierilor pe termen scurt (2025)	363.748	date platforme	[C]
Mese principale ale turiștilor cazați în structurile de primire, pe an	cel puțin 1,3 milioane	evaluare: o masă principală pe înnoptare	[E]
Micul dejun al oaspeților din segmentul închirierilor pe termen scurt, neasigurat de cazare, pe an	scenariu de oportunitate: până la 363.748 de porții, câte una pe cameră-noapte vândută	evaluare; pilotul măsoară oaspeții pe cameră, ponderea celor care iau micul dejun, ponderea unităților fără mic dejun inclus și rata de utilizare a contractului	[E]
Locuri la terase în centrul istoric	circa 4.000	Primăria, prin presă (2023)	[C]
Suprafața teraselor din centrul istoric: închiriată față de ocupată efectiv (2022)	3.289 mp față de 5.106 mp	Ghidul de amplasare a teraselor	[C]
Produse ale Țării Bârsei protejate la nivelul Uniunii Europene	1 (novacul afumat, IGP din 2017)	registrul Uniunii Europene	[C]
Unități de alimentație publică, locuri la masă, angajați, cifră de afaceri	nepublicate la nivel de municipiu	-	lipsă
Cheltuiala turiștilor pentru hrană; ponderea produselor locale în achiziții	nemăsurate	-	lipsă

Sursa: INS TEMPO Online; datele platformelor de închiriere pe termen scurt; Ghidul de amplasare a teraselor; presă; registrul european al denumirilor protejate; evaluările echipei de proiect. [C]/[E]

Volumul cererii. În 2025, structurile de primire turistică ale municipiului au înregistrat 715.064 de sosiri și 1.318.726 de înnoptări, la o capacitate medie de 10.885 de locuri pe zi, cu un indice de utilizare netă de 33,2% și o durată medie a sejurului de 1,84 nopți[216] [C]. Fiecare înnoptare înseamnă cel puțin o masă principală luată în afara cazării sau în restaurantul ei, adică cel puțin 1,3 milioane de mese pe an numai pentru turiștii cazați în structurile înregistrate [E]. La acestea se adaugă vizitatorii de o zi, pe care statistica nu îi numără, și oaspeții segmentului de închiriere pe termen scurt.

[216]Institutul Național de Statistică, TEMPO Online, matricele privind capacitatea, sosirile și înnoptările în structurile de primire turistică, municipiul Brașov: http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/

Segmentul închirierilor pe termen scurt. Numărul anunțurilor active în oraș a crescut de la 1.701 în august 2023 la 2.218 în august 2026; în 2025, segmentul a vândut 363.748 de camere-nopți, cu venituri de 117,4 milioane de lei, o ocupare medie de 49,6% și un tarif mediu de 319 de lei [C]. Evaluarea proiectului privind discrepanțele dintre anunțuri și unitățile înregistrate compară circa 2.300 de unități active cu circa 1.100 de unități de acest tip înregistrate la ministerul de resort [C]. Cum aceste unități nu servesc, de regulă, mic dejun, cele 363.748 de camere-nopți vândute descriu un scenariu de oportunitate de până la tot atâtea porții de mic dejun pe an pe care oaspeții și le asigură singuri, de la supermarket, din bucătăria apartamentului sau dintr-un local; cifra reală rezultă din pilotul DG4-a (oaspeți pe cameră, ponderea celor care iau micul dejun, ponderea unităților fără mic dejun inclus, rata de utilizare) [E]. Consultarea descrie supermarketul ca variantă dominantă (secțiunea 2.7.5) [D].

Terasele. Ghidul de amplasare a teraselor în centrul istoric, elaborat în 2023 de Primăria Municipiului Brașov în cadrul proiectului european HUB-IN, ca norme de aplicare a reglementărilor locale privind mobilierul agenților comerciali, a constatat că, în 2022, suprafața ocupată efectiv de terase (5.106 mp) era cu 55% mai mare decât cea închiriată (3.289 mp)[217] [C]. Ghidul reduce recuzita teraselor la mese, scaune, umbrire și afișarea meniului, impune un set restrâns de culori și materiale, interzice închiderile perimetrale, podiumurile, echipamentele de preparare și vitrinele frigorifice pe domeniul public și tratează elementele de marcă de pe mobilierul furnizat de producătorul local de băuturi drept reclamă neautorizată [C]. Presa a consemnat, la lansarea noilor reguli, circa 4.000 de locuri la terase în centru[218] și deschiderea sezonului 2023 sub noul regulament[219] [C]. Aplicarea efectivă a regulilor după 2023 nu este documentată public; consultarea o descrie ca insuficientă (secțiunea 2.7.6) [D].

Produsele protejate. Țara Bârsei are un singur produs înregistrat ca indicație geografică protejată la nivelul Uniunii Europene: novacul afumat din Țara Bârsei, înregistrat în 2017, al patrulea produs românesc cu această protecție[220] [C]. Pe lista produselor românești protejate la nivelul Uniunii nu figurează niciun produs din bucătăria urbană a Brașovului[221] [C]. Cadrul național permite și alte forme de recunoaștere: atestarea produselor tradiționale[222], atestarea rețetelor consacrate[223], mențiunea facultativă de calitate *„produs montan”*[224] și marca colectivă, înregistrată la OSIM[225] [C]. Documentația

[217]Primăria Municipiului Brașov, Ghid de amplasare a teraselor în centrul istoric al Brașovului (2023): https://brasovcity.ro/file-zone/regulamente/comert/2023/Ghid%20de%20amplasare%20a%20teraselor%20in%20centrul%20istoric%20al%20Brasovului.pdf

[218]Digi24, 2 februarie 2023, noile reguli pentru terasele din centrul Brașovului: https://www.digi24.ro/stiri/noi-reguli-pentru-terase-in-brasov-primaria-vrea-mai-mult-spatiu-pentru-pietoni-2237569

[219]G4Media, deschiderea sezonului teraselor din Brașov cu noul regulament (2023): https://www.g4media.ro/s-a-deschis-oficial-sezonul-teraselor-la-brasov-cu-un-nou-regulament-mai-vezi-un-om-pe-drum-alta-atmosfera-e-mai-bine-afara-chiar-daca-e-frig.html

[220]Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2017/640 al Comisiei, 23 martie 2017, înregistrarea denumirii „Novac afumat din Țara Bârsei” (IGP): https://www.legislation.gov.uk/eur/2017/640 ; Profit.ro, 6 aprilie 2017, al patrulea produs românesc recunoscut în UE: https://profit.ro/povesti-cu-profit/agribusiness/novacul-afumat-din-tara-barsei-este-al-patrulea-produs-romanesc-recunoscut-in-ue-16893616

[221]Reprezentanța Comisiei Europene în România, indicațiile geografice și produsele românești protejate în UE: https://romania.representation.ec.europa.eu/indicatii-geografice-si-sisteme-de-calitate-produse-romanesti-protejate-ue_mt

[222]Ordinul nr. 724/1082/360/2013 privind atestarea produselor tradiționale: https://www.avocatnet.ro/act-normativ-ORDIN-nr-724-1082-360-2013_11700.html

[223]Ordinul nr. 394/2014 privind atestarea produselor alimentare obținute conform rețetelor consacrate românești: https://legeaz.net/monitorul-oficial-234-2014/ordinul-madr-ministerului-sanatatii-anpc-394

[224]Comisia Europeană, cadrul indicațiilor geografice și al schemelor de calitate, inclusiv mențiunea facultativă „produs montan”: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/regulations-gis_ro ; InfoCons, condițiile de utilizare a mențiunii „produs montan”: https://infocons.ro/conditii-de-utilizare-a-mentiunii-de-calitate-facultative-produs-montan/

[225]Legea nr. 84/1998 privind mărcile și indicațiile geografice, republicată, inclusiv mărcile colective: https://legeaz.net/monitorul-oficial-337-2014/legea-84-1998-marcile

de patrimoniu culinar și consultarea nu menționează novacul; certificarea rețetelor este cerută în consultare, dar fără referire la aceste instrumente [C/D].

Inițiativele breslei. Breasla Cârciumarilor Brașoveni, membru al OMD Brașov, a dat în ultimul an două semnale de organizare. În noiembrie 2025, la Zilele Ospitalității, a relansat prăjitura Streusel Kuchen, cu paisprezece interpretări în localurile breslei[226] [C]. Între 7 octombrie și 16 decembrie 2026, în programul *„Miercurea Brașovenilor”*, localurile participante oferă în fiecare miercuri o reducere de 15% la întregul meniu locuitorilor municipiului și ai județului, pe baza actului de identitate; anunțul programului listează 25 de localuri[227] [C]. Relansarea prăjiturii a precedat consultarea, iar programul de reduceri a apărut după ea; niciuna dintre inițiative nu este evaluată în capitol. Ele arată că breasla poate organiza acțiuni comune ale localurilor, ceea ce direcțiile DG1, DG5 și DG7 folosesc [I].

Sinteza cantitativă [I]. Datele descriu o piață gastronomică de volum: cel puțin 1,3 milioane de mese pe an pentru turiștii cazați în structurile înregistrate, la care se adaugă segmentul în creștere al apartamentelor, cu sute de mii de porții de mic dejun neasigurate de cazare, și un flux de vizitatori de o zi nemăsurat. Destinația nu știe însă câte localuri are, câți oameni lucrează în ele, cât cheltuiesc turiștii pentru hrană și cât din această cheltuială ajunge la producătorii Țării Bârsei. Diagnosticul strategiei, *„volum fără valoare”*, se aplică gastronomiei în forma lui cea mai directă: multe mese vândute, puțină valoare identificabilă și o valoare locală care nu poate fi măsurată.

2.5. Patrimoniul culinar documentat: inventar, straturi, produse-reper, modele

Documentația de patrimoniu culinar pusă la dispoziția proiectului (nouă prezentări și liste) este cea mai completă bază de pornire pentru reperele gastronomice ale orașului [I]. Analiza ei integrală (Anexa D) conduce la cinci constatări.

Inventarul. Documentația numără circa 135 de preparate, produse și băuturi distincte, dintre care 67 formează o listă de bucate specifice Țării Bârsei, propusă ca listă-cadru pentru restaurante, și 65 un meniu-prototip al bucatelor Brașovului [C]. Inventarul acoperă toate categoriile unui meniu: gustări (plăcinte mocănești, scovergi, pogăci cu jumări, sărățele cu chimen), supe și ciorbe (ciorbă de cartofi cu afumătură și tarhon, ciorbă de fasole cu tarhon, ciorbă de miel cu tarhon, supă de vită cu șofran și tăiței), feluri principale (bulz, mămăligă cu brânză la cuptor, friptură de miel, tocană de oaie, clătite brașovene cu carne, sarmale de post cu stafide, șnițel, gulaș, friptura măruntă de Brașov), deserturi (Streusel Kuchen cu mac și miere, hencleș, cozonac cu mac, gomboți cu prune, papanași fierți, plăcintă cu rabarbăr, prăjiturile Işler, Linzer, Doboș, cremșnit, Kaiserschmarrn) și băuturi (rozoliu, crampampuli, afinată, lichior de ouă, pălincă, compot de rabarbăr) [C].

Straturile. Documentația descrie bucătăria brașoveană ca pe o sinteză între pastoral, rural, urban oriental și imperial austriac, formată de relieful montan, de păstorit, de creștinism și de tradiția urbană [D]. Stratul pastoral românesc este baza locală, anterioară oricărei influențe urbane. Stratul săsesc este cel mai bine datat în documentație: Streusel Kuchen, breslele de panificație, hencleșul, turta dulce, mezelurile de porc, grădinile cu tarhon. Stratul maghiar aduce gulașul, pogăcile, prăjitura Doboș,

[226]Biz Brașov, 12 noiembrie 2025, „Prăjitură simbol a Brașovului: streusel cu miere” (relansarea la Zilele Ospitalității, 13 noiembrie 2025; episodul din 1558–1559 prezentat ca tradiție preluată din cronici, fără izvor documentar citat): https://bizbrasov.ro/2025/11/12/prajitura-simbol-a-brasovului/ ; numărul interpretărilor, după documentația de patrimoniu culinar pusă la dispoziția proiectului.

[227]Zile și Nopți, 6 octombrie 2026, programul „Miercurea Brașovenilor” al Breslei Cârciumarilor Brașoveni (15% reducere pentru locuitorii municipiului și ai județului, miercurea, 7 octombrie – 16 decembrie 2026): https://zilesinopti.ro/2026/10/06/miercurea-restaurant-reducere-brasoveni/

pălinca și preparatul cu numele orașului cel mai cunoscut în afara lui, friptura măruntă de Brașov, al cărei nume este maghiar și a cărei origine este disputată; documentația recunoaște că brașovenii *„n-au auzit de ea până nu au călătorit în Ungaria”* [D]. Stratul urban burghez, numit *„imperial”*, este teza centrală a documentației: bucătăria orașului este o bucătărie urbană, cu șnițelul, cafeneaua și cofetăria vieneză și budapestană, ale cărei preparate au devenit, în secolul al XX-lea, bucate de sărbătoare și de duminică și pentru burghezie, și pentru restul locuitorilor [D]. Stratul memoriei recente, interbelic și comunist, lipsește din documentație, deși consultarea îl consideră asumabil (secțiunea 2.7.2) [C/D].

Produsele-reper candidate. Din inventar și din consultare se desprind zece candidați la statutul de reper al gastronomiei orașului, după criteriile formulate în consultare: notorietate existentă sau posibilă, poveste adevărată, legătură cu locul, calitatea produsului [I]:

- Streusel Kuchen cu mac și miere, singurul produs cu o campanie de valorificare deja realizată;
- clătitele brașovene cu carne și sos de roșii, unul dintre preparatele care poartă numele orașului și singurul pentru care consultarea a formulat deja rețeta de bază (secțiunea 2.7.2);
- papanașii fierți și gomboții cu prune din Șchei, pe aluat opărit;
- ciorbele cu tarhon, cu tarhonul ca semnătură aromatică a Țării Bârsei;
- rabarbărul, cu derivatele lui (plăcintă, compot, gem) și cu sezonul de primăvară;
- supa de vită cu șofran și tăiței de casă, preparatul de duminică al orașului;
- panificația breslelor (covrigii, franzela, pesmetul), mâncarea de târg a orașului;
- portofoliul brânzeturilor Țării Bârsei (brânza de burduf, brânza de burduf în coajă de brad, cașul, telemeaua veche, cașcavalul);
- friptura măruntă de Brașov, cu notorietate pe piața maghiară și origine disputată, de comunicat transparent;
- prăjiturile de tradiție imperială (Ișler, Linzer, Doboș, cremșnit), care nu sunt locale, dar pot structura un traseu al cofetăriilor.

Modelele de valorificare. Documentația conține un model aplicat la Brașov și un etalon extern. Modelul aplicat este campania Streusel Kuchen, realizată de Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov și de Breasla Cârciumarilor Brașoveni, împreună cu câteva localuri: un volum cu povești culinare și rețete tipărit în 2.000 de exemplare, 23 de ateliere cu degustare, prăjitura introdusă în paisprezece interpretări diferite în meniurile a 14–17 restaurante și a trei cofetării, cu încă trei cofetării și o brutărie în iunie 2026 [D]. Etalonul extern este biscuitul Krumiri din Casale Monferrato, creat în 1878[228], devenit reper culinar al unui oraș prin cinci pași: originea locală documentată, legătura cu un moment istoric, protecția rețetei și a mărcii, păstrarea aceluiași loc de producție ca experiență turistică și ambalajul distinctiv vândut ca suvenir [C/D]. Campania Streusel invocă primii doi pași, originea locală și momentul istoric, fără confirmare documentară (vezi mai jos), și a demonstrat capacitatea breslei de a mobiliza localurile, dar nu are rețetă de referință, protecție a mărcii, loc de producție-reper sau produs ambalat; cele paisprezece interpretări sunt utile pentru adeziune și riscante pentru identitate [I]. Lecția inversă vine de la friptura de Brașov: un nume de oraș pe un preparat creează cerere chiar în lipsa unei origini locale dovedite [I].

Ce lipsește. Documentația nu conține nicio rețetă de referință cu gramaje, nicio formă de protecție sau de atestare, doar doi producători numiți și nicio măsurare a efectului campaniei Streusel [C]. Atestarea

[228]Krumiri, biscuiți creați în 1878 la Casale Monferrato: https://en.wikipedia.org/wiki/Krumiri

istorică a prăjiturii Streusel (darurile trimise de judele Brașovului domnului Țării Românești, în 1556 sau 1558, după documentație) nu trimite la un izvor, iar documentația dă ani diferiți pentru același episod și pentru crearea biscuiților Krumiri (1787 și 1878) [C]. Presa care a consemnat relansarea din noiembrie 2025 prezintă episodul ca pe o tradiție preluată din cronici, fără un izvor documentar citat[229] [C]. Patrimoniul este, așadar, documentat ca narațiune, dar nu a devenit încă produs; direcția DG1 urmărește această trecere [I].

2.6. Vocea stakeholderilor: statistica tematică

Consultarea Etapei I este prelucrată în două moduri. Matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere), cu valență, rămâne grila oficială a Volumului I; ea reține o temă pentru o sursă numai când tema a fost discutată substanțial. Analiza tematică dedicată a acestui capitol numără, în plus, orice pasaj despre a mânca și a bea în destinație, inclusiv mențiunile incidentale, în 20 de subteme gastronomice (Anexa A).

Tabelul 7. Temele matricei consolidate care privesc gastronomia, pe valență (II.4)

Cod	Tema	Interviuri	Ateliere
A6	Gastronomia: bogăție, produse locale, patrimoniu culinar urban documentabil	12 (14 subiecți)	6
A37	Piața de alimentație publică competitivă și de calitate	0	2
B2	Banalizarea gastronomiei centrului (pizza, șaorma, covrigi, meniuri identice)	5 (6 subiecți)	4
B23	Deficitul de mândrie și de cunoaștere locală („nu ne iubim mâncarea")	8	2
B32	Prețurile nejustificate în alimentația publică	5	2
B33	Restaurantele nu valorifică gastronomia locală; produsele locale nefolosite	5 (6 subiecți)	2
B50	Calitatea serviciilor în scădere; dificultățile de personal în ospitalitate	0	2
B51	Fragilitatea antreprenoriatului din alimentația publică	0	2
B52	Lipsa cooperării între cazare, alimentație publică și turism activ	0	3
C3	Produse locale în alimentația publică: mic dejun contractat, meniuri locale, stimulente fiscale, platformă a producătorilor	4 (5 subiecți)	0
C11	Gastronomie strategică: Rețeaua Orașelor Creative UNESCO, carte-etalon, rețete certificate, studiul meniurilor, mâncare de stradă onestă, livezi	5	3
C45	Etichetă de calitate și standarde de serviciu pentru operatori	0	3
C8	Evenimente, inclusiv festivalul brânzei și berea locală (transversal)	14 (16 subiecți)	12
B38	Haosul comunicării vizuale a comerțului, inclusiv terasele (transversal)	15 (17 subiecți)	2
C32	Regim vizual unitar, inclusiv standardizarea teraselor (transversal)	12 (13 subiecți)	3
B5	Cazările nedeclarate (transversal)	11 (13 subiecți)	2
C2	Reglementarea apartamentelor în regim hotelier (transversal)	7 (9 subiecți)	3
B15	Viața de seară inexistentă; regulile de liniște (transversal)	7 (9 subiecți)	9
C19	Program prelungit, viață de seară (transversal)	6 (8 subiecți)	7
C17	Rezidenții: card de rezident, strategie pentru brașovean (transversal)	6	8
C26	Taxe și impozite diferențiate pentru centru (transversal)	5 (6 subiecți)	0
C38	Dezvoltare policentrică, poli în afara centrului (transversal)	0	6

Sursa: matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere) și matricea de screening cu valență a interviurilor. Unitatea de numărare pentru ateliere este atelierul, nu vorbitorul. [C]

[229] Biz Brașov, 12 noiembrie 2025, „Prăjitură simbol a Brașovului: streusel cu miere" (relansarea la Zilele Ospitalității, 13 noiembrie 2025; episodul din 1558–1559 prezentat ca tradiție preluată din cronici, fără izvor documentar citat): https://bizbrasov.ro/2025/11/12/prajitura-simbol-a-brasovului/ ; numărul interpretărilor, după documentația de patrimoniu culinar pusă la dispoziția proiectului.

Intensitatea temei. Analiza tematică dedicată a identificat 619 de pasaje gastronomice: 324 în cele 22 de interviuri, toate cu cel puțin un pasaj (mediana de 12,5 pasaje pe interviu), și 295 în 11 dintre cele 12 ateliere; atelierul locuitorilor din Șchei, documentat prin fișa de idei, nu conține tema [C]. Tema este centrală în trei surse (interviurile cu Subiectul 5 și cu Subiectul 22, cu câte 49 de pasaje, și atelierul 05, dedicat alimentației publice, cu 91 de pasaje), secundară în 21 și incidentală în 9 [C]. Valența este echilibrată în interviuri (86 de pasaje de atu, 101 de problemă, 137 de propunere) și mai critică în ateliere (82, 126 și 87) [C].

Din cele două numărători rezultă patru observații [I].

Prima: subtemele cele mai frecvente privesc funcția mâncării în experiența destinației. Prelungirea șederii (19 interviuri, 11 ateliere) și viața orașului pentru locuitori (17 interviuri, 11 ateliere) sunt subtemele cu cea mai largă răspândire (Tabelul A2). Stakeholderii vorbesc despre gastronomie ca despre un mijloc de a ține turistul încă o zi și de a-i readuce pe brașoveni în centru; capitolul le urmează logica.

A doua: patrimoniul culinar și standardizarea sunt subtemele cu cea mai mare densitate de pasaje pe sursă (71 de pasaje în 10 interviuri, respectiv 57 în 9), iar perechea lor apare cel mai des în aceleași pasaje (37 de pasaje) [C]. Peste o treime dintre pasajele despre patrimoniu (37 din 100) tratează, în același loc, rețetele de referință, certificarea sau marca [C]. Expertiza este însă concentrată în câteva interviuri; nu este încă o cunoaștere comună a breslei.

A treia: banalizarea centrului, prețul și apartamentele în regim hotelier formează un bloc de probleme descris în termeni cauzali, ca lanț: cazare neînregistrată, turist cu buget mic, supermarket și covrigi, restaurante care concurează prin preț, ofertă uniformizată, locuitori care evită centrul. Lanțul este formulat, independent, de Subiecții 19–20, 22 și 23, de atelierele 04, 05 și 12 și de arhitecții din sesiunea OAR [D].

A patra: cinci teme gastronomice apar numai în ateliere (piața competitivă, calitatea serviciilor, fragilitatea antreprenoriatului, lipsa cooperării dintre sub-sectoare, eticheta de calitate), iar două numai în interviuri (produsele locale în alimentația publică și fiscalitatea diferențiată pentru centru) [C]. Temele de grup sunt temele breslei, adică ale operatorilor care vorbesc despre propria piață; temele individuale sunt propunerile de politică publică. Ambele intră în direcțiile din secțiunea 4.

Matricea reține gastronomia ca atu pentru 14 subiecți și ca problemă, în formele ei principale, pentru câte 5–8 subiecți, în timp ce analiza tematică dedicată găsește pasaje de problemă în 21 de interviuri și pasaje de propunere în 20 [C]. Gastronomia este, deci, lăudată de mai mulți interlocutori decât cei care o critică, dar aproape toți cei care o laudă formulează și o rezervă, iar aproape toți au și o propunere [I].

2.7. Zece constatări ale consultării

2.7.1. Reputația: „în Brașov se mănâncă bine”

Reputația gastronomică a Brașovului precede vizita și este formulată aproape identic de interlocutori cu profiluri diferite. Subiectul 12 rezumă oferta orașului în trei elemente: *„Noi avem, odată: munte, mâncare bună, că ăsta-i adevărul, pentru că hai să fim serioși, oamenii sunt foarte interesați de partea asta, și pădure”*; despre partenerii străini: *„Dar știu că se mănâncă bine, așa, că avem mâncare bună”* (Subiect 12) [D]. Despre vizitatorii străini, Subiectul 16 spune: *„Partea culinară e mereu apreciată, mai ales mâncarea tradițională românească – fie că sunt sarmalele, fie salata de boeuf, fie ciorbele. Toți*

apreciază asta masiv" (Subiect 16) [D]. Subiectul 20 o formulează ca resursă neexploatată: *„se știe în România că în Brașov se mănâncă bine. Îs vreo câteva puncte faine centrale și un turism gastronomic care încă nu e exploatat cum trebuie"* (Subiect 20) [D].

Operatorii de alimentație publică reuniți în atelierul 05 argumentează atuul cu criterii de piață:

> *„O valoare [...] pe care cred că Brașovul deja o are [...] este într-adevăr pe businessurile deja consolidate că oferă calitate. O calitate peste media de piață a țării. [...] nu știu dacă dimensiunea noastră e chiar de excelență, că nu suntem chiar o avangardă a gastronomiei, ci că peste tot ai foarte bun value for money, așa o honestitate, cinste."* (atelierul 05) [D]

Piața este descrisă în aceeași sală ca greu de păcălit:

> *„e greu să-ți iei țeapă mare în Brașov. [...] Uitați-vă pe review-urile de pe Google, că sunt foarte, foarte, foarte puține restaurante sub 4,0, foarte puține în Brașov. Majoritatea sunt peste 4,5, ceea ce înseamnă că e zonă de excelență."* (atelierul 05) [D]

Analiza recenziilor din secțiunea 2.3 confirmă nivelul general ridicat al notelor (media 4,37), cu excepția lanțurilor de restaurante rapide și a unor localuri din Poiana, dar nu și faptul că majoritatea localurilor ar avea note de peste 4,5 [C]. Mecanismul invocat este concurența: *„ca să poți supraviețui în Brașov trebuie totuși să faci performanță cât de cât. Adică te scoate piața din joc foarte repede. [...] Vrei-nu vrei, e o rotație a personalului, e constantă. Și atunci tot nivelul orașului e sus"* (atelierul 05) [D]. Aceeași sală a formulat și limita atuului: *„Dacă ne comparăm cu Franța suntem o gastronomie primitivă. Dacă ne comparăm cu Craiova suntem excelență. [...] suntem primitivi, dar suntem cei mai buni dintre primitivi"* (atelierul 05) [D].

Subiectul 5 adaugă o comparație cu Sibiul, contrară notorietății culinare a acestuia:

> *„mâncarea e mai proastă în Sibiu decât în Brașov. În restaurante. Același fel de mâncare e mai fad, lipsesc anumite lucruri, n-are aceeași calitate. [...] În timp ce la noi, la Brașov, aș spune că mediul privat și-a făcut mai bine datoria și cu mai mare responsabilitate."* (Subiect 5) [D]

Subiectul 17 reține atuul cu o rezervă de fragilitate: *„avem restaurante destul de bune, chiar foarte bune unele, care rezistă toamna asta și iarna asta, da? Avem chefi care aduc oameni aicea, avem o gastronomie aparte"* (Subiect 17) [D]. În atelierul 12, un participant recunoaște creativitatea și numește limita economică: *„În partea de gastronomie există o eliberare de complexe a designerilor, a brașovenilor, a tuturor și foarte multă creativitate, dar tot nu este puterea respectivă, ticket-ul mediu, care să atragă publicul [...] care se autoselectează"* (atelierul 12) [D].

Atuul este, în același timp, contestat. Întrebat de ce un studiu ar arăta că Brașovul stă bine gastronomic, Subiectul 22 răspunde:

> *„Că suntem mulți. [...] Dar ce să alegi, mă? Că toată lumea vinde burgeri, coaste, pizza, paste, ouă poșate de-astea cu avocado și cu nu știu ce. Nu toată lumea, 90%."* (Subiect 22) [D]

La întrebarea moderatorului dacă, deși orașul are o gastronomie, nu are restaurante care să o pună în valoare, Subiectul 23 răspunde *„Da"* (Subiect 23) [D]. Subiectul 10 plasează atuul la scara lui reală: experiențele culinare sunt descoperite *„random"* și sunt comparabile cu cele din orice alt oraș, ceea ce face din ele *„o miză extrem de fragilă, [...] nu poți să o stabilești ca fiind un argument de vânzare unic pentru zonă"* (Subiect 10) [D].

Atuul gastronomic al Brașovului ține de calitatea medie și de onestitatea pieței și este recunoscut din exterior. Am identificat trei limite ale lui: nu este legat de un preparat sau de o poveste anume; nu este omogen, pentru că centrul istoric și Poiana sunt excepțiile negative; nu este asumat de locuitori [I].

2.7.2. Patrimoniul culinar urban și registrul rustic

Teza cea mai elaborată a consultării, formulată de Subiectul 5 și susținută, independent, de documentația de patrimoniu culinar și de Subiecții 9, 14 și 22, este că Brașovul are o bucătărie de tradiție urbană, nu rurală [D]. Subiectul 5 o argumentează astfel:

> *„Mâncarea noastră toată vine din oraș, iar ingredientele de obicei vin de la țară. Chiar și ingredientele noi care vin de după descoperirea Americii, întâi au trecut pe la oraș ca mărfuri și după aia s-au întors de la țară ca materie primă. Și de asta avem multe alimente și multe rețete care, vrem, nu vrem, sunt de tradiție urbană și vin fie din Occident, fie din Orient."* (Subiect 5) [D]

Dovada invocată pentru vechimea acestei bucătării este una instituțională, breslele de panificație:

> *„În Brașov ai, spre sfârșitul Evului Mediu și începutul epocii moderne, [...] deja la 1700, ai Breasla Brutarilor, Breasla Covrigarilor și Breasla Franzelarilor. [...] Covrigarii sunt acei care se ocupă de mâncarea de târg. [...] Dar faptul că îi avem la nivel de breaslă, care are și turn de întreținut, arată amploarea fenomenului."* (Subiect 5) [D]

Covrigul, care în celelalte surse este simbolul banalizării (secțiunea 2.7.3), apare aici ca mâncare de târg cu istorie de breaslă. Același subiect apreciază că preparatele de influență urbană sunt *„foarte multe"* și că ele sunt, *„în proporție de 90%"*, de origine occidentală sau orientală (Subiect 5) [D], și propune o listă de preparate:

> *„Șnițelul vienez cu carne de vită. [...] clătitele brașovene cu carne, care sunt cele adevărate. După aia ar mai trebui să avem compotul cu rubarbăr, gulașul de vită, [...] ciorba de fasole cu tarhon, [...] cozonacul cu mac, prăjitura cu griș, papanașii, plăcinta cu mere, așa cum se face la noi."* (Subiect 5) [D]

Preparatul de duminică al orașului este *„supa asta de vită cu șofran și tăiței de casă"*, iar doi markeri aromatici sunt propuși ca semnătură a Țării Bârsei: rabarbărul, cultivat *„deja de pe la 1830–1840"* și *„foarte cunoscut mai ales în Brașov"*, și tarhonul, care *„poate fi și un marker cultural"* (Subiect 5) [D]. Subiectul 5 datează prăjitura Streusel Kuchen în 1558, prin darurile trimise de judele Brașovului domnului Țării Românești [D]; atestarea nu a putut fi confirmată documentar (secțiunea 2.5 și Anexa C).

Subiectul 22 confirmă trei repere pe care le consideră certificabile: *„Clătita brașoveană, foarte clar, și papanașul fiert și gomboții. Astea sunt 100% branding"* (Subiect 22) [D]. Pentru clătită, propune o rețetă de bază obligatorie, cu libertate de interpretare:

> *„Nu există clătită brașoveană dulce. [...] să se creeze o entitate care să spună: dacă pui clătită brașoveană, trebuie să fie cu carne. Altfel n-ai voie să-i spui clătită brașoveană, pentru că ăsta este un brand [...] Trebuie să ai carnea de vită, sosul de roșii și smântână. Și mai departe faci tu ce vrei cu ea."* (Subiect 22) [D]

Gomboții sunt *„găluștele cu prune din zona Brașovului [...] din Scheii Brașovului și sunt pe aluat opărit, nu sunt pe cartofi"* (Subiect 22) [D]. Multiculturalitatea trebuie cercetată local, nu importată:

> *„dacă vorbim de sași și de maghiari din zonă, gastronomia lor nu are treabă cu, sau foarte, foarte puțin cu gastronomia din Germania și din Ungaria. [...] Și-atuncea cei care își deschid acest tip de*

restaurante ar trebui să cerceteze gastronomia maghiară și săsească din zonă și să folosească rețetele alea." (Subiect 22) [D]

Cheia identitară pe care o propune același subiect are trei elemente, *„ingredientul, tehnica și memoria"*, cu precizarea că memoria brașoveană a fost întreruptă: *„noi n-avem memorie, pentru că nouă ne-a fost suprimată. [...] în anii comunismului [...] neavând ingrediente, bani, nu știu ce, am făcut tot felul de prostii și am denaturat tot felul de mâncăruri, pe sărăcie"* (Subiect 22) [D]. Chiar și obiceiurile perioadei comuniste pot fi asumate: *„putem să le declarăm tot așa, ca ale noastre din perioada comunismului. Ce problemă e?"* (Subiect 22) [D].

Subiectul 9 aduce stratul austro-ungar: *„M-aș raporta la Kaiserschmarrn, la ceea ce știu că se făcea și era foarte, foarte bun [...]. Trebuie să găsesc rețeta că e în germană și trebuie tradusă"* (Subiect 9) [D]. Despre sarmale, același subiect observă că *„nu sunt ale noastre neapărat, dar..."* (Subiect 9) [D], iar moderatorul formulează principiul adopției: *„Nu sunt ale noastre până sunt ale noastre"* (moderatorul) [I]. Identitatea culinară a unui târg multietnic s-a format din întâlnirea comunităților la masă, cu preparate de origini diferite [I]; întrebarea formulată de Subiectul 9, *„ce înseamnă tradițional românesc?"*, primește, în același interviu, un răspuns care trimite la cercetare: *„Păi, să aflăm"* (Subiect 9) [D]. Subiectul 4 transformă condiția de târg multietnic într-un program pentru oraș: *„Identitatea să fie cel mai bine organizat târg din Europa!"* (Subiect 4) [D].

Subiectul 14 documentează componenta alimentară a patrimoniului viu: Marțea cu plăcinte a Junilor, *„un obicei burghez, de secol XIX, de a strânge fonduri"*, în care vătaful *„lua de la fiecare june jumătate din plăcinta cu care venea"*, iar oamenii *„puneau alta la schimb, sau dacă nu aveau plăcintă, puneau o portocală"* (Subiect 14) [D]. Brașovul era, în aceeași relatare, *„centrul prin care intrau portocalele din Balcani"* (Subiect 14) [D], o memorie gastronomică a comerțului pe care capitolul identitar al strategiei o leagă de condiția de târg și de graniță.

Atelierele arată că acest patrimoniu nu a ajuns nici în bucătării, nici la personalul care primește turistul. În atelierul 04, un participant povestește vizita unui autor de conținut gastronomic care a găsit în Brașov influențe din Moldova, din Ungaria și din Germania și apoi l-a întrebat: *„«Ce e ce mâncare e tradițională românească?» Și sincer n-am știut ce să-i spun, pentru că, ce știu eu, sarmalele sunt turcești..."* (atelierul 04) [D]. În atelierul 12: *„din punct de vedere gastronomic nu știm nimic. Eu am aflat de curând de la brașoveni despre plăcintele brașovene și un singur restaurant unde se puteau mânca"* (atelierul 12) [D]. În atelierul 11, un participant cere *„un preparat, să zicem, local al Brașovului [...] ceva care să fie într-adevăr promovat ca fiind, da, al locului și ca atare să fie și consumat ca fiind al locului, pentru că asta atrage prin curiozitate"* (atelierul 11) [D]. Instituțiile culturale își amintesc că oferta tradițională a restaurantelor a fost, odinioară, construită deliberat de turismul organizat de stat: *„au creat restaurante de profil, tradițional [...] Așa a apărut peste noapte o groază de bucătării tradiționale, da? [...] Dar, după cum știm, se mânca fabulos de bine înainte de '90"* (atelierul 02) [D].

Distincția dintre rustic și tradițional a fost formulată de moderator pornind de la analiza recenziilor și acceptată de interlocutorii cărora le-a fost prezentată. Turiștii percep ca tradițională gastronomia din Poiana și de la stână, pentru că *„se duc la stână [...] și mănâncă acele lucruri care, de fapt, sunt rustice, nu neapărat tradiționale"* (moderatorul) [I]; răspunsul Subiectului 5 a fost: *„Da, asta e o problemă. [...] rusticul e una și tradiționalul e alta. Brașovul are tradiția asta urbană"* (Subiect 5) [D]. Documentația de patrimoniu culinar o spune în aceiași termeni: *„Tradițional nu este sinonim cu rustic! [...] Brașovul*

trebuie să-și asume identitatea culinară specifică și aceasta poate fi doar cea urbană" (documentația de patrimoniu culinar) [D].

Patrimoniul culinar al orașului este documentat (secțiunea 2.5), dar consultarea îl descrie ca puțin cunoscut și puțin prezent în localuri și în comunicarea destinației [C/I].

2.7.3. Banalizarea gastronomică a centrului

Banalizarea centrului este descrisă de interlocutori cu profiluri diferite, în interviuri și în ateliere (tema B2: 5 interviuri, 4 ateliere) [C/D]. Formulările converg spre același inventar: covrigi, pizza, șaorma, burgeri, paste, clătite, vafe, înghețată, tonete, magazine de haine la mâna a doua [D].

Subiectul 22 descrie decalajul dintre promovare și ofertă:

> *„ne ducem și promovăm: «Băi, noi avem peste 8.000 de ciorbe, avem uite gastronomie locală... dacă mergeți în Bucovina e așa, dacă veniți în Țara Bârsei e așa, dacă vă duceți în Sibiu e așa.» [...] Și oamenii ăia vin în România. [...] Și găsesc... ce găsesc? Nimic! [...] Burger, pizza, fructe de mare, covrigi."* (Subiect 22) [D]

Uniformizarea este, în opinia aceluiași subiect, verificabilă: *„Dacă luăm la rând și facem un studiu pe meniurile din crâșmele din Brașov și după aceea le suprapunem, o să vezi ce suprapunere există"* (Subiect 22) [D]. Subiectul 5 avansează o cuantificare, alături de ponderea de 90% invocată de Subiectul 22 (secțiunea 2.7.1): *„nu poți să promovezi produsele tradiționale când 85% din ofertă e cu pizza și paste"* (Subiect 5) [D]. Subiectul 9 numește banalitatea drept principalul risc al destinației, *„Te pierzi în banalitate"*, și îl ilustrează cu observația unui muzician italian aflat în vizită: *„«Mai multe pizzerii decât am văzut... și locuri unde se face pastă... paste și oricum nu se fac bine» [...] a zis că n-a văzut nici în Italia. Deci noi tindem să fim cumva devorați de moda asta"* (Subiect 9) [D].

Subiecții 19–20 descriu artera principală a centrului din interior. Au parcurs-o într-o dimineață și au încercat *„niște... [...] clătite, niște vafe și o înghețată"* (Subiect 19) [D], pentru că *„n-ai cum, decât asta să mănânci acolo"* (Subiect 20) [D]; concluzia: *„Serviciile foarte rele. Era o doamnă care ne-a zis că dacă n-avem chef, să plecăm"* (Subiect 19) [D]. Paradoxul economic al centrului este formulat de aceiași subiecți: *„în Republicii găsești produse mai ieftine decât în cartier. [...] Cola în cartier costă 10 lei în Răcădău, la nu știu ce local bunicel, și pe Republicii costă 8 lei"* (Subiect 19) [D], pentru că *„tot ce înțelege centrul acuma să facă este să lupte în preț, pentru că ei nu au... [...] N-au calitate, exact, ce să oferi"* (Subiect 20) [D]. Consecința pentru locuitori: *„Noi brașovenii nu mergem pe Republicii pentru că ne e silă de aglomerația aia și de mizeria aia"* (Subiect 19) [D]; întrebat de când nu a mai mâncat pe Republicii, Subiectul 20 răspunde: *„O! Ani!"* (Subiect 20) [D]. Localurile care pot servi drept model există, dar în afara arterei: *„nu sunt pe Republicii, sunt pe început de Mureșenilor, pe Armata Roșie [strada Michael Weiss] [...] și încă vreo două"*, în *„trei zone curate. Și mai e a patra zonă curată"* (Subiect 19) [D].

Subiectul 23 reia diagnosticul, cu precizarea că nu știe dacă observațiile lui sunt *„chestii reale sau [...] nemulțumiri personale"*, și îi fixează limita de intervenție:

> *„Sunt numai magazine care vând mizerii pe Republicii și Piața Sfatului și Mureșenilor. Șaormerii și tot felul de [...] covrigării... Bă, nu așa arată turismul de calitate! [...] Pe de altă parte, nici nu poți să te interpui în piața liberă. Adică nu putem să devenim dictatori [...] Ăsta mi se pare riscul, de banalizare."* (Subiect 23) [D]

Atelierele confirmă diagnosticul. În atelierul 03, un participant descrie un centru istoric *„care arată într-un fel ok, cu excepția străzii Republicii”* și își dorește ca turistul *„să meargă la un restaurant să guste ceva din gastronomia locală, să sperăm că e locală, că [...] nu e neapărat cazul în centrul vechi să fie”* (atelierul 03) [D]. Hotelierii din atelierul 04 au formulat expresia preluată apoi în consultare:

> *„n-ar trebui să susținem turismul de covrigi. Pentru că a început să devină o... Airbnb-uri și cumpărătura la Mega. Și turismul de covrigi din toate alimentările. Restaurantele din zona centrală a Brașovului au scăzut ca și cifre, pentru că toate covrigăriile le-au crescut.”* (atelierul 04) [D]

Participanții la atelierul 05 descriu golul ofertei accesibile: *„Tu n-ai o variantă să mănânci un prânz la 30 lei, 35 lei. Nu există pe centru zona asta”* (atelierul 05) [D]; golul ofertei accesibile este ocupat de covrigării și de lanțurile de patiserie [I]. Un participant la același atelier descrie efectul cererii de masă asupra unui local cu concept propriu:

> *„La turiști, problema este cu turistul că pervertește conceptele. [...] Te forțează să introduci preparate în meniu care nu sunt neapărat în linie cu conceptul pe care îl ai. [...] dacă ai un grup de patru și nu-i dai șnițel la copilul ăla, pleacă în altă parte. [...] I-am făcut șnițel pentru copii, dar îl mâncau 65% din adulți. [...] 20% din vânzare e șnițel, 15% burger. Fac bani, nu zic. [...] dar la finalul zilei eu mi-am stricat conceptul. Eu nu mă mai regăsesc în ce am construit acum 10 ani.”* (atelierul 05) [D]

Conducerea OMD a relatat, în atelierul 11, aceeași experiență, auzită de la restaurante:

> *„au fost restaurante care au avut, s-au ținut de un meniu foarte bun și au zis: «Am cedat de doi ani pentru că ni se ridicau oameni de la masă».”* (conducerea OMD, atelierul 11) [D]

Un participant la același atelier rezumă verdictul consumatorului: restaurantele de pe Republicii *„nu au un specific neapărat românesc, au un specific european. Adică de toate pentru toți. [...] Una e să mănânci o pizza din Italia, da, sau alta e să mănânci o pizza pe Republicii”* (atelierul 11) [D].

Arhitecții din sesiunea OAR au descris centrul ca pe un decor fără conținut:

> *„Momentan, ciolan poți să mănânci oriunde, să te plimbi poți să te plimbi oriunde. Momentan mi se pare că e pierdut într-o zonă de mainstream, fără ceva specific al lui, foarte bine conturat. [...] fără personalitate, flat, un decor!”* (sesiunea OAR) [D]

Aceeași sală a formulat și principiul calității incrementale pe care capitolul îl preia: *„Adică eu cred în chestiile mici. Deci mai bine incrementezi la toate niveluri, [...] și vii pentru ciolan, dar ciolan bun, nu numai orice ciolan”* (sesiunea OAR) [D].

Banalizarea centrului este un diagnostic împărtășit de operatori, de consumatori, de tineri și de specialiști, cu un mecanism economic identificat (presiunea cererii de masă, chiriile, concurența prin preț) și cu o limită de intervenție recunoscută (libertatea comerțului) [D/I]. Strategia răspunde prin schimbarea cererii și a stimulentelor, fără interdicții noi, în direcțiile DG3 și DG4 [I].

2.7.4. Prețul, onestitatea și „două piețe”

Prețul este dimensiunea în care sursele se contrazic cel mai mult, pentru că vorbesc din poziții diferite. Operatorii apără raportul dintre calitate și preț; o parte dintre brașoveni și dintre vizitatori reclamă scumpirea [D]; cercetarea națională și recenziile confirmă ambele lecturi (secțiunile 2.1 și 2.3) [C].

Explicația structurală vine de la operatorii din atelierul 05 și privește patru factori [D]. Primul este costul muncii:

> *„eu când m-am apucat de business cred că salariul minim a crescut de 8 ori. În condițiile în care prețurile au crescut doar de 2 sau 3 ori. [...] Acuma labor cost-ul a devenit principala problemă de gestionat."* (atelierul 05) [D]

Al doilea este repausul săptămânal:

> *„Suntem singura țară din Uniunea Europeană unde ai repaus obligatoriu de 48 de ore. Singura. [...] Un restaurant în loc să-l ții cu 5 oameni, îl ții cu 10 oameni. [...] De asta și prețurile sunt un pic mai mari decât ar trebui, nu pentru că proprietarii vor să-și asume marje de profit prea mari, doar că au o productivitate mică la forța de muncă."* (atelierul 05) [D]

Codul muncii prevede, într-adevăr, un repaus săptămânal de 48 de ore consecutive, de regulă sâmbăta și duminica, cu posibilitatea acordării lui în alte zile și a cumulării lui[230] [C]; afirmația că România ar fi singura țară din Uniunea Europeană cu această regulă nu a putut fi confirmată (Anexa C).

Al treilea factor este dualitatea pieței:

> *„noi în Brașov trăim în două piețe. Piața de oraș, care are un potențial atâta și ar vrea să plătească cam atâta, n-are nevoie nici de uau calitate, dar nici de prețuri mari. Avem pe weekend și în sezon turistic o piață cu o bună parte din București, [...] care sunt dispuși să plătească aici, dar vor și calitate aici. [...] efectiv se dublează piața două zile pe săptămână."* (atelierul 05) [D]

Al patrulea este sensibilitatea la preț a consumatorului român:

> *„50% din decizia de cumpărare astăzi în România [...] este bazată eminamente pe preț. Eminamente! [...] Până în 74% din populație [...] decizia de cumpărare are ca factor majoritar prețul."* (atelierul 05) [D]

Pentru turiștii din București, raportul este invers: Brașovul este văzut ca o *„valoare bună"* și ieftin *„pentru calitatea oferită"*, cu reacția *„«în București chestia asta costă cu 50% mai scump»"* (atelierul 05) [D].

Subiectul 8 explică prețul din stațiune în aceiași termeni: *„Cam toată lumea ne spune același lucru: «Măi, sunteți scumpi!»"*, iar prețul vine din faptul că *„punem calitatea mărfii, calitatea oamenilor, încercăm pe cât posibil să lucrăm cu forță de muncă autohtonă"*; reducerea lui pentru volum este respinsă, pentru că *„pe termen lung impactul va fi de reducere a calității turistului"* (Subiect 8) [D].

Subiectul 22 critică nivelul prețurilor din sectorul ospitalității:

> *„ce se întâmplă acuma în HoReCa la nivel de prețuri este o mizerie oricum. Adică prețurile au luat-o razna și să mor eu dacă nici eu la unele n-aș da banii. Nu merită să dai banii."* (Subiect 22) [D]

Același subiect identifică golul ofertei de zi cu zi din Brașov, al localului simplu, frecventat de locuitori:

> *„într-o crâșmă de localnici... [...] Unde mănânci ceva repede, chiar într-un loc nepretențios, curat, dar simplu. Nu mai există lucrurile astea. [...] Dar în centru sigur nu."* (Subiect 22) [D]

[230] Codul muncii (Legea nr. 53/2003), art. 137, repausul săptămânal de 48 de ore consecutive: https://legeaz.net/legea-53-2003-codul-muncii/art-137 ; https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/302270

Subiectul 21 constată:

> *„dacă înainte puteai să spui că e ieftin, nu mai este ieftin. [...] Chiar suntem mai scumpi decât foarte multe state din Uniunea Europeană, cel puțin pe Brașov. [...] Da, cazare, mâncare, da, tot. Dar aș merge pe autenticitate."* (Subiect 21) [D]

În atelierul 03, absența brașovenilor din localuri este explicată prin venituri: *„S-ar putea să fie și o chestiune de [...] nivel financiar, de nivel de trai. [...] unii, care nu-și permit să meargă să mănânce cu 100 și de lei o ieșire de persoană"* (atelierul 03) [D]. În atelierul 12, un participant inversează perspectiva: *„Brașovul are un tichet mediu la restaurante jale, da? Duceți-vă la București și o să vedeți diferența, sau la Cluj. [...] Nu te poți dezvolta pe turism cu un turism de masă de weekend"* (atelierul 12) [D]. Pentru acest participant, problema este bonul mediu mic, care nu reflectă valoarea ofertei [I].

Consensul care se desprinde privește onestitatea prețului mai mult decât nivelul lui [I]. Subiectul 19 propune fiscalitatea ca instrument de standard:

> *„Eu aș scumpi taxele pentru centru. Centrul nu poate să fie mai ieftin decât restul. Și turismul se face cu bani. [...] Dacă ai venit în Brașov, băi, trebuie să știi că acolo costă."* (Subiect 19) [D]

Subiectul 23 cere turiști *„care cheltuie mult în Brașov. [...] Nu bogați neapărat. [...] Problema e că la șaormerii nu poți să cheltui mult"* (Subiect 23) [D]. Subiectul 1 face calculul, comparând Brașovul cu Clujul: *„s-ar putea cu un sfert din turiștii noștri ei să facă 80% din banii pe care îi facem noi"* (Subiect 1) [D]. Subiectul 17 formulează cerința minimă a familiei care vizitează orașul: *„să mănânc undeva corect, la un preț corect. Dacă vreau fine dining, am și [...] posibilitatea și mănânc la alt preț și în alt context"* (Subiect 17) [D].

În raport cu piețele-sursă (București, Europa de Vest), nivelul prețurilor din Brașov este perceput ca acceptabil; consultarea și recenziile indică însă două probleme distincte: lipsa unei oferte oneste și accesibile pentru locuitori și pentru consumul de zi cu zi și abuzurile de preț semnalate în Poiana, unde recenziile menționează prețul ridicat de cinci ori mai des decât în oraș [C], și pe artera principală a centrului [D]. Răspunsul strategic propus este valoarea (produs local, poveste, serviciu) [I].

2.7.5. Apartamentele în regim hotelier, supermarketul și masa luată în afara localurilor

Legătura dintre apartamentele în regim hotelier și consumul alimentar apare la interlocutori cu profiluri diferite, inclusiv la administratorii acestor apartamente (temele B5 și C2) [C/D]. Subiectul 22 formulează lanțul cauzal, cu rezerva că nu l-a evaluat cantitativ:

> *„dacă Airbnb-urile astea [...] nu sunt taxate, ei își permit să dea la niște prețuri foarte mici. Dacă dau la prețuri foarte mici, înseamnă că aduc turiști care au bani puțini. Turiștii care au bani puțini își cumpără mâncare de la Mega [...]. Deci nu consumă din restaurante decât foarte puțin. [...] Mănâncă covrigi și se plimbă pe stradă cu câte un suc în mână."* (Subiect 22) [D]

Participanții la atelierul 05 datează fenomenul:

> *„Noi am greșit [...] în perioada COVID-ului. Pentru că în perioada COVID-ului puteai să dormi cu 30–40 lei pe noapte în Brașov [...] atunci toată lumea și-a băgat casele sau apartamentele în Airbnb-uri. Tu dacă dormi cu 30 lei n-o să cheltuiești sute de lei."* (atelierul 05) [D]

Ei îl localizează și în structura comerțului din centru, unde supermarketurile s-au înmulțit (*„Deja vei avea 4 supermarketuri într-un kilometru"*), cu efect direct asupra restaurantelor: *„ei își suplimentează*

cel puțin o masă din supermarket. [...] șansele sunt că tu ții anumite mese ocupate cu 3 consumatori de ai 4 la masă, șansele sunt că vinzi un fel la 2 persoane" (atelierul 05) [D].

Aceeași figură apare în celelalte consultări. Un participant la sesiunea OAR descrie, din auzite, un turism de zi *„prin Airbnb și prin magazinele astea de alimentație [...] toată lumea merge și-și ia un salamier"* (sesiunea OAR) [D]; afirmația a fost contestată în aceeași sesiune. Moderatorul a rezumat-o în atelierul 11: turistul *„vine și ia niște mici de la Kaufland, face mici în curtea pensiunii, servește berea în pensiune și după două zile de stat în acea pensiune pleacă fericit spre casă, spunând că a fost la Brașov"* (moderatorul, atelierul 11) [I]. Un participant la atelierul 12 a trăit-o organizând o seară pentru colegi din străinătate: *„Problema: scump, se închid puburile, nu ne-a ieșit treaba. [...] au mai mâncat ceva, au mai băut un vin fiert"* (atelierul 12) [D]; la întrebarea moderatorului, *„De la Lidl?"* (moderatorul) [I], răspunsul a fost *„Da"* (atelierul 12) [D].

Consultarea conține și două nuanțe importante pentru politica publică. Prima: comerțul alimentar de proximitate nu este, în sine, problema. *„Centrele istorice nu trebuie să fie niște muzee unde doar vin turiștii și se cazează. [...] e normal să ai de unde să-ți iei o pâine, nu trebuie să fie doar restaurante sau doar alimentație publică sau doar cârciumi, cât timp e decent"* (sesiunea OAR) [D]. A doua: turistul cazat în apartament nu este un turist pierdut pentru alimentația publică. Subiectul 21 observă că *„și cel de la Airbnb va merge să viziteze, va lua masa, va face shopping"* (Subiect 21) [D]; *„nu aș spune că nu aduc neapărat bani în oraș. Aduc. Dar nu aduc atât de mult pe cât ne-am dori noi"* (Subiect 2) [D]. Administratorii de apartamente descriu oaspeți care caută *„locuri de joacă, parcuri, activități [...] Și restaurante"* și își fac singuri coduri QR cu *„partea de restaurante, pe partea de obiective turistice, nu amestecate"* (atelierul 08) [D]. Problema este lipsa unei legături organizate între cazarea în apartamente și alimentația publică [I].

Propunerea care a rezultat din consultare este tocmai această legătură:

> *„pe Airbnb-uri ar trebui reglementat până și felul în care au acces la servicii de mic dejun cei care locuiesc. Adică poate ar trebui, nu știu, contracte sau deal-uri cu restaurantele și așa introducem și experiența culinară [...] și gastronomică a Brașovului în joc, pentru că toată lumea merge și cumpără de la Lidl, adică... [...] e un turism de Mega Image și de Lidl în Brașov."* (Subiect 20) [D]

Propunerea are și un efect pentru restaurante, pe care Subiectul 19 îl numește: deschiderea de la ora 7 dimineața, *„cu un shift fain"*, acoperă orele moarte și reorganizează programul ospătarilor (Subiect 19) [D]. Managementul de proiect a dezvoltat propunerea în forma micului dejun contractat, detaliată în direcția DG4 [I, propunere a managementului de proiect].

Fluxul de oaspeți ai celor peste 2.200 de anunțuri active din oraș, dintre care o parte importantă nu sunt înregistrate (secțiunea 2.4), nu are astăzi o legătură organizată cu alimentația publică. Micul dejun contractat este măsura de reținere a valorii cu efectul cel mai direct asupra localurilor din oraș [C/I].

2.7.6. Spațiul public al consumului: terasele, ora 22 și un singur culoar

Gastronomia se consumă în spațiul public, iar consultarea descrie spațiul public al Brașovului prin trei deficiențe: dezordinea vizuală a teraselor, ora de închidere și concentrarea consumului pe un singur culoar.

Terasele. Subiectul 22 pune problema în termenii unei norme neaplicate: *„cât de deloc se respectă norma urbanistică referitoare la cum trebuie să-ți arate firma, cum îți decorezi vitrina, ce culori ai voie să folosești, cum trebuie să arate terasa. Practic stăm într-un haos și asta s-a degradat frapant în ultimul an”*, din *„nepăsarea administrației [...] Dacă nimenea nu-i oprește și nu-i penalizează, am... acolo am ajuns”* (Subiect 22) [D]. Subiectul 11 cere standardizarea și renunțarea la mobilierul cu mărci de băuturi: *„aș merge pe o standardizare a lor, nu fiecare își face de capul lui. [...] Nu fie că unul-i roșu, unul-i albastru, unul cu steluțe”*; *„aș evita foarte mult afilierea cu băuturi alcoolice [...] Dă o impresie așa de sărăcie”* (Subiect 11) [D]. Subiectul 7 adaugă costul pentru serviciile publice: *„Suntem limitați de locurile de terase. Nu poți să faci curat în timpul zilei când oamenii vizitează”*; curățenia centrului se face cu echipe de noapte, cu efective și frecvențe duble, iar subiectul propune ca taxa specială pentru promovarea turistică să acopere acest cost: *„Dacă plătesc special tourism promotion tax, atunci curățenia din [...] terase, care-i dublă, îți acoperi costul”* (Subiect 7) [D]. Instituțiile culturale semnalează concurența dintre terasă și muzeu: ghizilor *„le e mai comod să vorbească despre muzeu în Piața Sfatului [...] «Uite, mergeți acolo pe terasă și beți o bere sau o cafea»”* (atelierul 02) [D].

Ghidul de amplasare a teraselor confirmă diagnosticul din perspectiva administrației (secțiunea 2.4). El constată și efectul asupra locuitorilor: activitatea restaurantelor și a cluburilor din zona centrală *„a făcut insuportabilă locuirea în anumite spații”*, iar presiunea asupra locatarilor i-a determinat pe mulți să se mute[231] [C]. Norma există, așadar, în detaliu; problema este aplicarea ei, așa cum au spus interviurile [C/D].

Ora 22. *„E un oraș foarte frumos într-adevăr Brașovul, dar după ora 10:00 e mort. [...] Vrei să mănânci ceva noaptea? [...] Găsești două-trei fast food-uri și atât”* (Subiect 11) [D]. Subiectul 4 cere zone definite: *„ar trebui să prelungim programul teraselor [...] Să definim o zonă și acolo turistul să poată să stea până mai târziu. Că el e turist, el e în vacanță. Orice om în vacanță stă mai mult la o poveste. Nu neapărat până la 10:00 când la noi la 10:00 se ia ultima comandă”*, în *„zone acceptate de către riverani”* (Subiect 4) [D]. Subiectul 19 merge mai departe: *„în centru trebuie să fie până la ora 1:00!”* (Subiect 19) [D]. În sesiunea OAR, un participant leagă ora de închidere de o hotărâre a Consiliului Local, *„În Brașov este la ora 10:00 HCL, la 10:00 scot ștecherul din priză”* (sesiunea OAR) [D], afirmație contestată pe loc de un alt participant, iar un arhitect își amintește un Revelion de acum circa cincisprezece ani, cu *„două cârciumi în toată noaptea de Revelion deschise”* (sesiunea OAR) [D]. În atelierul 12, un participant observă că *„după ora 10:00 seara, cel mai des pe stradă este lumea cu cățelul”* (atelierul 12) [D], iar administratorii de apartamente cer ca măcar *„o terasă, gen două-trei măcar, să fie deschise mai mult”* (atelierul 08) [D]. Rezistența riveranilor este reală și legitimă, iar Ghidul teraselor o recunoaște ca drept la locuire; soluția convergentă a consultării este zonarea, adică zone acceptate pentru program prelungit, nu generalizarea lui [D/I].

Un singur culoar. *„Momentan se pune accent pe un culoar: strada Republicii, cu finiș pe Piața Sfatului. Ar trebui redistribuită toată greutatea asta și pe alte zone de interes”* (sesiunea OAR) [D]. Brașovenii și-au mutat deja consumul: centrul *„brașovenilor le-a fost luat pur și simplu de aglomerația cauzată de turiști”*, iar *„mai ales pietonala [din zona Tractorul], dacă vă duceți la ora 12:00, aproape cafenelele sunt pline”* (atelierul 03) [D]; *„dacă înainte de pandemie veneau în centru să consume o bere, să mănânce ceva [...] acuma dacă ies de două-trei ori pe an în centru, în rest stau în zonele rezidențiale din Brașov*

[231]Primăria Municipiului Brașov, Ghid de amplasare a teraselor în centrul istoric al Brașovului (2023): https://brasovcity.ro/file-zone/regulamente/comert/2023/Ghid%20de%20amplasare%20a%20teraselor%20in%20centrul%20istoric%20al%20Brasovului.pdf

sau mall-uri" (atelierul 05) [D]. Confortul locuitorului este formulat în atelierul 12 ca o condiție a strategiei: brașoveanul *„vrea să iasă și el să mănânce ceva în oraș în weekend și nu mai are unde, pentru că este plin de turiști, sunt cozi, dacă prind o masă la o terasă, e coadă de turiști care se uită"* (atelierul 12) [D].

Modelul alternativ este piațeta de cartier, descris de Subiectul 24 din experiența Barcelonei:

> *„seara, atenție, doar seara, restaurantele și cafenelele din piațetă scoteau mesele afară, piațeta se umplea [...] La ora 11:00 fix s-a strâns tot, s-a băgat înapoi, s-a spălat [...] N-am deranjat nici localnicii."* (Subiect 24) [D]

Același subiect îl transpune pe platoul din Piața Astra: *„Hai să facem o licitație, să vină niște operatori. Haideți aici și să poată lumea să stea seara la o terasă"* (Subiect 24) [D], cu lecția pietonalei din Răcădău, unde *„comercianții vin, nu vând că n-au vad și zona moare pentru că nu bagi viață în ea prin activități"* (Subiect 24) [D]. Polii de consum din afara culoarului principal sunt puțini și cunoscuți: pietonala și zona Tractorul, cele *„trei zone curate"* din jurul centrului, cu logica polului de calitate formulată de Subiectul 19: *„noi avem nevoie să nu fim singuri [...]. Adică noi să se creeze un pol de interes, o putere"* (Subiect 19) [D].

Consultarea identifică, așadar, trei probleme ale spațiului public al consumului: norma pentru terase există, dar nu este aplicată; zonele și programul de seară nu sunt reglementate; consumul este concentrat pe un singur culoar [I]. Direcția DG3 preia aplicarea Ghidului teraselor și zonarea programului de seară, iar DG5 modelul piațetei de cartier [I].

2.7.7. Gastronomia în Poiana Brașov

Capitolul P5 a tratat stațiunea în ansamblu; aici se reține numai constatările gastronomice. Pentru o parte dintre brașoveni, stațiunea nu este o destinație culinară:

> *„Unde mănânci în Poiană? Că pot să zic două locuri maxim. La niște mâncăruri de foarte bună calitate, la un preț decent? [...] toată lumea construiește niște farfurii din astea complicate și nerelevante pentru nimeni, care arată toate la fel."* (Subiect 22) [D]

Remediul propus de același subiect este identitatea gastronomică a fiecărui local, cu cinci preparate ale locului *„făcute corect. Nu reinventate [...] mâncare cinstită"* (Subiect 22) [D]. Subiectul 13: *„nu aș vrea ca oamenii să vină doar în Poiana Brașov să mănânce un kurtos și un langoș"* (Subiect 13) [D]. Subiectul 19: *„Poiana astăzi oferă doar spații de cazare, atât. [...] Deocamdată este doar un loc de cazare scump"* (Subiect 19) [D].

Operatorii din stațiune recunosc că brașovenii vin *„iarna pentru schi [...] și vara vin să se plimbe în natură. Nu vin să mănânce masiv la restaurante"* (atelierul 01) [D]. Administratorii de apartamente au constatat că, într-o dimineață, *„restaurantele, doar două am găsit deschise pe la ora 10:00 [...] Toate deschideau de la ora 12:00"* (atelierul 08) [D]. Un participant la atelierul 11 regretă transformarea stânei turistice, care *„a devenit un restaurant în adevăratul sens al cuvântului și, din păcate, s-a dus tot farmecul ăla de stână turistică"* (atelierul 11) [D].

În același timp, pentru vizitatorul român de vară, masa este chiar motivul vizitei: *„Vara se plimbă, da. Se duc la [local], la unde li s-a recomandat că e cel mai tare restaurant. Mănâncă acolo, mai fac o tură..."* (Subiect 3) [D]; la observația moderatorului, *„E turism gastronomic în Poiană"* (moderatorul) [I], același subiect a răspuns: *„Da"* (Subiect 3) [D]. Distincția dintre rustic și tradițional, formulată de

moderator (*„gastronomia din Poiană nu-i tradițională, e mai degrabă rustică”*, moderatorul) [I], a fost confirmată de Subiectul 8: *„Da, așa este, așa este”* (Subiect 8) [D]. Percepția *„scump”* este apărată economic de operatori (secțiunea 2.7.4) și confirmată de recenzii: 8,2% dintre recenziile culinare ale stațiunii menționează prețul ridicat, de cinci ori mai des decât în oraș, iar nota medie este 3,77 (secțiunea 2.3) [C].

Problema Poienii este rusticul generic și scump, cu program redus și fără produse ale Țării Bârsei în farfurie; registrul rustic ca atare poate rămâne [I]. Măsura D5-d din capitolul P5, o ofertă locală identificabilă în locul rusticului generic, și programul *„Poiana celebrează lumea”* (D3-n) primesc conținut gastronomic în direcțiile DG1, DG2 și DG6 [I].

2.7.8. Lanțul scurt: produsele Țării Bârsei

Produsul local este invocat frecvent ca argument de identitate, dar consultarea îl descrie ca puțin prezent în meniuri [D/I]. Subiectul 23 formulează cea mai detaliată propunere de politică publică din consultare:

> *„de ce n-ar trebui să avem [...] un hub agricol al Țării Bârsei? În fond, în Țara Bârsei avem multă producție agricolă. [...] Avem ferme de carne, avem lapte, [...] avem brânzeturi în Țara Bârsei, da? Avem și legumicultură multă [...] Să strângem cumva producătorii ăștia, [...] să creăm niște branduri locale, produs în Țara Bârsei, așa, și să le oferim niște condiții de acces la piață, cel puțin [...] în Brașov, așa, preferențiale.”* (Subiect 23) [D]

La completarea moderatorului, care adaugă restaurantele între destinatarii produselor, subiectul confirmă: *„Inclusiv către restaurante, da”* (Subiect 23) [D].

La întrebarea moderatorului despre restaurantele care nu folosesc produse locale, Subiectul 23 admite că *„Sunt câteva”* care o fac și explică reticența celorlalte: *„pentru că-s neserioși, vor să facă profit mult, repede”* (Subiect 23) [D]; instrumentul propus este *„reducerea taxelor. Asta cel puțin taxele locale”*; la întrebarea moderatorului, *„dacă ai x la sută meniu produs local, reducere?”* (moderatorul) [I], răspunsul a fost *„Da”* (Subiect 23) [D]. Subiectul 23 adaugă vizibilitatea gratuită (*„Și le-aș da spații publicitare moca [...] Și le-aș da spații moca în toate festivalurile”*) și, pentru generația următoare, livezi pe terenurile degradate ale Țării Bârsei, cu fructe pentru școli: *„și aș da mere și pere și gutui la toate școlile”* (Subiect 23) [D]. Subiectul 17 confirmă golul din bucătării: poziționarea destinației ar trebui să fie mâncarea *„care nu este atât de ultraprocesată, da? Nu e mirelit, adică congelată, chiar dacă avem mari probleme în restaurante pe zona asta”* (Subiect 17) [D].

Subiectul 5 propune un portofoliu de produse: *„noi ar trebui să venim cu cel puțin trei sortimente: cu brânza de burduf, cu brânza de burduf în coajă de brad, cu cașul și am putea să venim și cu telemeaua veche. [...] a cincea ar fi cașcavalul”* (Subiect 5) [D], cu poziționarea Brașovului drept *„capitala gastronomiei montane din estul Europei”* (Subiect 5) [D] și cu un model extern:

> *„să spunem și noi ca ăia din Tucson: «Bă, noi suntem niște oameni de la munte, din Depresiunea Țării Bârsei, care vă putem învăța cum puteți trăi fain și frumos, folosind resursele pe care vi le dă natura montană.» Și aici vorbim de: miere, de pește, de fructe [...] de tradiția pastorală, [...] de porc, oi... vită, oaie.”* (Subiect 5) [D]

Tucson a fost, în 2015, primul oraș din Statele Unite desemnat oraș al gastronomiei în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO[232] [C]. Subiectul 14 leagă produsul de gestiunea peisajului: *„Dacă vrem să mâncăm bine și curat, atunci trebuie să gospodărim munții cu oile. [...] să avem pădurile curate, exploatate cu oile, să avem brânză bună, să vindem"* (Subiect 14) [D]. Instituțiile culturale își amintesc o ofertă de parteneriat a orașului Bergamo: *„și-au dorit foarte mult, acum 6 ani, ca orașul Brașov să fie unul din cele 4 comunități care dau Oscarul la brânză"* (atelierul 02) [D]; aceeași discuție exprimă, hiperbolic, îngrijorarea pentru dispariția ciobanilor [D]. Subiectul 12 acceptă lanțul propus de moderator (pădurea, produsele locale, o tocană de ciuperci servită într-o cârciumă locală) ca pe *„o strategie pe care trebuie s-o dezvoltăm împreună cu municipalitatea"* (Subiect 12) [D]. Subiectul 10 aduce exemplul Via Transilvanica, traseu pedestru recunoscut oficial ca traseu de interes național[233]: *„faptul că tranzitează zone locuite în care oamenii ăia au ajuns să pună pe masa turiștilor ălora ceva, le-a schimbat lor viața"* (Subiect 10) [D].

Consultarea semnalează lipsa unei piețe a orașului cu funcție gastronomică: *„Brașovul nici nu are o piață acuma"* (atelierul 05) [D]. Subiectul 1 propune o piață de mâncare după modelul pieței Boqueria din Barcelona:

> *„poți să o faci ca Boqueria din Barcelona, poți să faci destul de ușor. E nevoie de un pic de public-privat, un pic de intervenție pentru asta, dar se poate face."* (Subiect 1) [D]

Comportamentul vizat este descris, din experiența proprie de călătorie, de conducerea OMD, în atelierul 11: *„îmi place și să merg [...] să-mi fac piața dimineață cu localnicii, să iau produsele lor locale. [...] mi se pare că poți să cunoști foarte bine un loc prin gastronomia specifică"* (conducerea OMD, atelierul 11) [D]. Un participant la atelierul 12 a organizat deja vizite pe rute gastronomice în afara orașului: *„am mers: Cincu, Făgăraș, Șinca Nouă, Veche, am făcut de jur-împrejur"* (atelierul 12) [D]; arhitecții cer, pe traseele cicloturistice metropolitane, posibilitatea *„să te oprești să mănânci într-un sat, la un loc anume, mâncare autentică, într-o gospodărie"* (sesiunea OAR) [D].

Resursa agricolă și pastorală a Țării Bârsei este recunoscută de interlocutori cu profiluri diferite, dar lipsesc organizarea producătorilor, piața și stimulentul care să o aducă în meniurile orașului; documentația de patrimoniu culinar numește doar doi producători, iar singurul produs protejat al zonei, novacul afumat, nu este menționat (secțiunea 2.4). Lanțul scurt este veriga lipsă a dezvoltării locale prin gastronomie și obiectul direcției DG2 [C/I].

2.7.9. Oamenii: breasla, educația, antreprenoriatul

Calitatea gastronomiei depinde de oameni, iar consultarea descrie trei fragilități.

Prima este antreprenorială. Operatorii din atelierul 05 o descriu astfel: *„foarte mulți intră în domeniu [...] fără o strategie asupra pieței, o strategie de marketing și de aceea am ajuns la [...] veritabilul procent de 9 din 10 businessuri în HoReCa care cam pică prin România"*; *„bariera de intrare nu era așa mare. Apartamentul bunicii era în general suficient [...] Și au intrat foarte, foarte, foarte mulți care real n-aveau nicio treabă cu domeniul. Nici pasiune, nici know-how"* (atelierul 05) [D]. Subiectul 22 vorbește despre oameni *„care nu-și fac socotelile, [...] care habar n-au de break-even"* și care deschid un local pentru că *„«mi s-a părut funny așa să ai o crâșmă»"* (Subiect 22) [D]. În atelierul 12, întrebarea este

[232]IGCAT, Tucson, primul oraș al gastronomiei din Statele Unite în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO (2015): https://igcat.org/unesco-recognizes-tucson-as-a-city-of-gastronomy/

[233]Economedia, Via Transilvanica a devenit oficial traseu pedestru de interes național: https://economedia.ro/via-transilvanica-a-devenit-oficial-traseu-pedestru-de-interes-national.html

formulată în termeni de reziliență: *„cum crești reziliența la acești cârciumari, la acești hotelieri? [...] Cum aduci brașovenii în hotel și cum faci ca hotelul să fie un cetățean?”* (atelierul 12) [D].

A doua fragilitate este forța de muncă. Pandemia a lăsat goluri încă resimțite: *„S-au pierdut foarte [...] mulți oameni buni. [...] Au plecat din industrie și aicea acuma ne confruntăm cu [...] oameni care [...] nu sunt bine pregătiți. Deprofesionalizați”* (Subiect 21) [D]. Hotelierii din atelierul 04 transmit reacțiile grupurilor pe care le cazează: *„Te duci la [...] terase și nu-ți iau în seamă comanda și-ți vorbesc urât și se întârzie [...] Calitatea serviciilor a scăzut”* (atelierul 04) [D]. Subiectul 1 semnalează efectul structural al turismului asupra salariilor din sector: *„îți face un capping, îți creează un plafon pe salarii”* (Subiect 1) [D]. Resursele de formare există și cer un loc în guvernanța destinației: un participant la atelierul 03 consideră că *„educația ar trebui să fie parte integrantă din OMD-ul acesta”* (atelierul 03) [D], iar reprezentanții Facultății de Alimentație și Turism a Universității Transilvania se declară dispuși să se implice în acțiunile destinației (atelierul 12) [D]. Pentru Subiectul 9, oamenii locului sunt ambasadorii orașului: *„Suntem cărți de vizită vii”* (Subiect 9) [D]. Recomandarea gastronomică lipsește tocmai la interfața cu turistul: *„în Viena [...] taximetristul m-a întrebat dacă-s prima dată în Viena și mi-a făcut vreo trei recomandări ce să vizitez și vreo două unde să mănânc. Asta nu se întâmplă în Brașov”* (Subiect 14) [D].

A treia fragilitate este organizarea. *„Problema e că nu prea ne unește. Noi ca restaurante ne știm între noi, suntem cât de cât organizați, hotelierii se știu între ei și au organizare, dar nu a existat așa o înțelegere între”* (atelierul 05) [D]. Arhitecții constată că o rețea a localurilor din centrul vechi, interesată de protejarea patrimoniului, nu există: *„Dar nu există o rețea”* (sesiunea OAR) [D]. Breasla Cârciumarilor Brașoveni este membru al OMD Brașov, iar operatorii așteaptă de la OMD să se contureze *„o voce, nu 20 de voci”* în relația cu Primăria (atelierul 05) [D]. Conducerea OMD, în atelierul mediului academic, formulează deficitul de inițiativă comună:

> *„nu mi se pare normal ca Brașovul să nu aibă un festival gastronomic făcut de Brașov [...] Dar mediul HoReCa nu face, partea de administrație publică nu face.”* (conducerea OMD, atelierul 12) [D]

Subiectul 22 descrie nucleul de lucru, rezultat dintr-o discuție mai veche: *„un fel de carte [...] etalon. [...] fie ca sub egida OMD-ului [...] o cercetare fain făcută, cu variante de rețete”* (Subiect 22) [D], cu o regulă de etică: *„un bucătar normal și de bun-simț nu se apucă să desființeze mâncarea altuia”* (Subiect 22) [D]. Un model de cooperare între localuri și cultură există la Cluj, unde, potrivit unui participant, cârciumarii din breasla locală alocă *„5 lei pentru cultură”* la un anumit produs (atelierul 03) [D]. Hotelierii practică deja cooperarea între hoteluri și cer *„un quality label de care avem nevoie în Brașov”* (atelierul 04) [D].

Competența există (bucătari, școli, o breaslă membră a OMD), dar este fragmentată și fără mandat comun. Inițiativele recente ale breslei (Streusel Kuchen, *„Miercurea Brașovenilor”*, secțiunea 2.4) arată că organizarea este posibilă. O gastronomie de destinație are nevoie de un grup de lucru al breslei cu mandat de la OMD Brașov, obiectul direcției DG7 [I].

2.7.10. Evenimentele cu mâncare

„Nu se poate să faci evenimente culturale de anvergură fără mâncare” (Subiect 14) [D]. Principiul este împărtășit, iar inventarul evenimentelor gastronomice existente este scurt și evaluat critic.

Oktoberfestul este criticat din patru direcții. Amplasamentul: *„de ce un astfel de eveniment de interes local nu e pe un teren public?”* (Subiect 4) [D]. Lipsa legăturii cu locul: *„berea nu e tradițională, nici măcar nu-i făcută prin Brașov... Mâncarea... absolut tot ce-i de acolo n-are legătură cu tradițiile”* (Subiect 14) [D]. Lipsa potențialului internațional: *„Oktoberfest are deja un loc. Când merg undeva, atunci hai la München”* (Subiect 16) [D]. Lipsa turiștilor străini aduși de eveniment: *„Oktoberfest-ul nu generează incoming. Foarte slab”* (atelierul 04) [D]. Hotelierii din atelierul 04 îi recunosc, totuși, funcția de întâlnire pentru comunitatea de afaceri [D]. Contrapropunerea Subiectului 14 este un festival al berii locale cu meniu brașovean:

> *„bere artizanală [...] Și doi: ce consumă brașovenii lângă bere? Mici. [...] o ceafă, niște cârnați [...] și bulz, care se face pe grătar [...] Ca și pâinea cu cartofi.”* (Subiect 14) [D]

Evenimentele locale existente sunt descrise ca mici și orientate spre comunitate: *„Festivalul Căpșunilor, Plăcintelor. Se mai întâmplă câte ceva în parc pentru comunitate [...] Dar noi vrem [...] să aducem totuși din afară”* (atelierul 04) [D]. Târgul de Crăciun este redus, în evaluarea Subiectului 5, la vin fiert, vândut inclusiv de comercianți fără legătură cu alimentația (tatuaje, curele), iar ambiția formulată de același subiect este *„un târg de Crăciun imens!”* (Subiect 5) [D].

Propunerea de cea mai mare anvergură este festivalul internațional al brânzei, legat de candidatura la Rețeaua Orașelor Creative UNESCO:

> *„Brașovul ar putea candida și să intre în Creative Cities UNESCO pe partea de gastronomie. [...] Bergamo e unul din orașele care dă [...] Oscarul la brânză. [...] Din cele 20 de brânzeturi italiene recunoscute la nivel european, nouă sunt din Bergamo [...] cei de acolo ne-au întins mâna ca să ne ajute să facem dosar.”* (Subiect 5) [D]

Verificarea surselor nuanțează afirmația. Bergamo face parte din Rețeaua Orașelor Creative UNESCO, ca oraș al gastronomiei, din 2019[234]; provincia are nouă dintre brânzeturile italiene cu denumire de origine protejată, dintr-un total de circa cincizeci, nu de douăzeci, iar în 2019 orașul a găzduit World Cheese Awards, competiția internațională la care face trimitere expresia *„Oscarul la brânză”*, folosită de Subiectul 5[235] [C]. Niciun oraș din România nu este, în prezent, oraș al gastronomiei în această rețea; orașele românești membre sunt Cluj-Napoca (film, 2021)[236], Iași (literatură, 2023)[237] și Bistrița (arhitectură, 2025)[238] [C]. Subiectul 14 propune aceeași linie:

> *„Pe partea asta de tradiție pastorală, ar trebui să avem măcar două festivaluri mari: unul dedicat tradiției pastorale, cu oierit, cu tot așa, și un festival internațional al brânzei. [...] cu astea, cu Junii și cu pastoralismul, am intra în UNESCO.”* (Subiect 14) [D]

La celălalt capăt al scării, Subiectul 22 pledează pentru recurența mică: *„oamenii putem să-i ținem în oraș prin mici evenimente, că nu trebuie să facem niște chestii mamut. [...] în fiecare weekend să fie două chestii mai mici și foarte faine”*; de exemplu, *„să nimerești în Piața Sfântul Ioan peste un loc cu cinci căsuțe în care cineva face plăcinte, altcineva îți arată cum se fac gomboții”* (Subiect 22) [D].

[234]UNRIC, 30 octombrie 2019, Bergamo desemnat oraș creativ UNESCO al gastronomiei, între cele 66 de orașe desemnate atunci: https://unric.org/it/bergamo-e-biella-tra-le-66-citta-creative-designate-dallunesco/

[235]Visit Bergamo, nouă dintre brânzeturile italiene cu denumire de origine protejată provin din provincia Bergamo; World Cheese Awards 2019, găzduit la Bergamo: https://www.visitbergamo.net/en/news/item/267/

[236]Romania Insider, noiembrie 2021, Cluj-Napoca, oraș UNESCO al filmului: https://romania-insider.com/cluj-unesco-city-film-nov-2021

[237]Romania Insider, 2023, Iași intră în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO (literatură): https://www.romania-insider.com/iasi-joins-unesco-creative-cities-network-2023

[238]Romania Insider, 3 noiembrie 2025, Bistrița intră în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO (arhitectură): https://www.romania-insider.com/bistrita-unesco-creative-cities-nov-2025

Subiectul 1 dă modelul festivalului de cartier, după exemplul unui festival bucureștean în care locuitorii unui cartier *„toți ies din casă și vând ceva ce au prin casă sau fac o experiență, fac niște mâncare, ți-o vând, se fiscalizează, dar e organizată de o asociație de cartier cu Primăria Sectorului”* (Subiect 1) [D]. Subiectul 5 propune locul: Poiana Honterus, ca *„un loc pentru festivaluri culinare în aer liber și pentru grătare, dar făcut de primărie și amenajat”* (Subiect 5) [D]. Memoria recentă oferă un produs de nișă, cantina comunistă după modelul Cracoviei, cerut de arhitecți: *„Cantina de la C.E.T.! Superbă!”* (sesiunea OAR) [D]. Subiectul 23 apreciază parizerul prăjit (*„E bun, oricum”*), dar explică de ce perioada nu este valorificată: *„noi nu ne-am împăcat cu perioada aia”* (Subiect 23) [D]. Turismul de afaceri alimentează deja localurile din oraș: *„cel puțin o cină în exterior, că trebuie să trăiască și destinația [...] se bazează pe niște servicii contractate avans plătit”* (atelierul 04) [D].

Brașovul are evenimente cu mâncare, dar nu are un eveniment gastronomic propriu și niciun calendar gastronomic. Consultarea propune evenimente pe trei scări, care se completează: un festival de referință internațională, evenimente proprii ale orașului (între care festivalul berii locale și Târgul de Crăciun) și o recurență săptămânală de evenimente mici, la care se adaugă, în stațiune, programul *„Poiana celebrează lumea”* (P5, D3-n). Direcția DG6 le articulează [I].

2.8. Controversele

Consultarea conține cinci dezacorduri pe care strategia le tranșează. Trei dintre ele sunt reluate în scenariile din secțiunea 7 (S1, S2 și S5), cu opțiunea recomandată; celelalte două sunt tranșate direct în capitol.

Rustic sau tradițional urban. Teza patrimoniului urban (Subiecții 5 și 22, documentația de patrimoniu culinar) este acceptată de interlocutorii cărora le-a fost prezentată, dar piața răsplătește registrul rustic. Recenziile din Poiana asociază stațiunea cu *„tradițional, românesc, rustic”* (secțiunea 2.3), iar grupurile organizate caută *„un restaurant la care să mănânce seara, să aibă parte de o atmosferă tradițional locală”* (atelierul 11) [C/D]. Subiectul 5 nu exclude registrul rustic: *„E bine să rămână și două-trei chestii de astea cum au [...] ei: [două localuri rustice din Poiana]. Dar, după mine, e mai important să ai...”* (Subiect 5) [D]. Linia de acțiune pe care o propune capitolul este reechilibrarea ofertei spre registrul urban tradițional, cu păstrarea câtorva repere rustice asumate și de calitate (scenariul S5) [I].

Capitală sau etalon. Operatorii din atelierul 05 au propus ca Brașovul să fie promovat drept *„capitală gastronomică a României. Nu neapărat că suntem noi atât de buni, dar nici nu sunt alții mai buni. Adică e un gol de piață destul de tare”*, cu argumentul celor *„cel puțin 15–20 de astfel de entități”* de vârf din oraș (atelierul 05) [D]. Moderatorul a corectat formula: *„nu titlu de capitală, da? Vârful gastronomic al României, nu capitală. [...] Noi suntem etalonul, hai să zicem așa”* (moderatorul, atelierul 05) [I], iar sala a ridicat obiecția recunoașterii: *„Dar ca să fim etalonul nu ar trebui să fim recunoscuți ca atare?”* (atelierul 05) [D]. Subiectul 5 propune două formule, *„capitala gastronomiei montane din estul Europei”*, *„o nișă pe care nu o are nimeni”*, și *„o capitală gastronomică a României cu ștaif”* (Subiect 5) [D]; Subiectul 22 rezumă identitatea orașului într-un cuvânt: *„Brașovul: multiculturalitate”* (Subiect 22) [D]. Titlul de capitală ar fi, în plus, contestabil: Sibiul a fost Regiune Gastronomică Europeană în 2019[239] [C]. Capitolul recomandă etalonul ca promisiune pe piața internă și gastronomia de munte ca argument de nișă pe pieţele externe (secțiunea 3.2 și scenariul S1) [I].

[239]IGCAT, Sibiu, Regiune Gastronomică Europeană în 2019: https://igcat.org/sibiu-named-european-region-of-gastronomy-in-2019/

Intervenție publică sau stimulente. Subiectul 19 cere taxe mai mari pentru spațiile comerciale din centru (secțiunea 2.7.4) [D]. Subiectul 23 avertizează că *„e greu de intervenit în piața liberă așa, știi? Și-i și periculos. [...] Principial periculos”* (Subiect 23) [D]. Subiectul 22, întrebat cum se poate stimula schimbarea dacă nu se poate interzice, răspunde: *„N-ai cum s-o faci. Asta ține de [...] conștientizare a oamenilor”* și numește cauza: *„Noi nu ne iubim mâncarea. Noi nu suntem mândri de mâncarea noastră, nu știm să o vindem, nu știm să o povestim, nici nu o cunoaștem”* (Subiect 22) [D]. Poziția comună posibilă este principiul adoptat de strategie pentru apartamentele în regim hotelier, orientarea prin stimulente, fără interdicții: stimulente pentru produsul local și pentru reperele documentate, fiscalitate diferențiată pentru spațiile comerciale din centru, aplicarea normelor existente, fără interdicții privind tipul ofertei (scenariul S2) [I].

Volum sau valoare. În atelierul 05, întrebarea *„Ne dorim mulți turiști sau puțini turiști? [...] Dacă vrem volum sau vrem calitate?”* a primit răspunsuri opuse: *„Lasă că cu săracii faci mai mulți bani decât cu bogații”*, dar și *„Ultimii sunt strict care vin, parchează mașina în centru, au sandvișurile de acasă și poate o cafea. Ăia nu-i vrem”* (atelierul 05) [D]. În atelierul 04, moderatorul a refuzat să definească turistul dorit drept turist *„educat și cu bani, pentru că asta nu este o definiție”* (moderatorul, atelierul 04) [I].

Strategia tranșează dilema prin scopul ei: creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști; clienții noi vin din sejurul mai lung, din extrasezon, din zilele lucrătoare, din vizitatorii de o zi care rămân peste noapte și din intrarea în evidență a cazărilor neînregistrate [I]. Pentru gastronomie, scopul înseamnă mai mulți clienți, turiști și locuitori, pentru localurile care respectă criteriile de calitate ale orașului (eticheta de calitate a destinației, Ghidul teraselor): reperele, produsele locale și evenimentele dau motive pentru noaptea a doua și a treia (DG1, DG2, DG6), oferta de seară îi poate ține peste noapte pe vizitatorii de o zi (DG3-c, DG5), iar oaspeții apartamentelor care intră în evidență ajung în localuri prin micul dejun contractat (DG4) [I]. Capitolul adoptă, pe baza secțiunilor 2.7.3 și 2.7.4, două poziții din consultare [I]: turiști care cheltuie mult, *„nu bogați neapărat”* (Subiect 23) [D], și calitate crescută treptat la toate nivelurile de preț, *„ciolan bun, nu numai orice ciolan”* (sesiunea OAR) [D].

Evenimente importate sau evenimente proprii. Oktoberfestul este criticat de patru surse independente și apărat parțial de hotelieri pentru funcția lui de întâlnire a comunității de afaceri (secțiunea 2.7.10) [D]. Capitolul propune, alături de evenimentul privat existent, un eveniment propriu al orașului, cu bere și bucate locale, pe teren public (DG6-b), și Festivalul Culturii Culinare a Brașovului, cu festivalul brânzei ca nucleu, ca eveniment de referință internațională (DG6-a) [I].

2.9. Sinteza diagnosticului

Tabelul 8. Sinteza diagnosticului gastronomic pe treisprezece dimensiuni (II.4)

Dimensiune	Starea de fapt	Evidență	Marcaj
Cerere	37,5% dintre călătorii români practică regulat turismul gastronomic, 72,5% cel puțin ocazional; criteriu de alegere pentru 11,3%; publicul gastronomic merge mai des în Brașov și îl recomandă mai sigur	cercetarea națională	[C]
Imagine	Asociere spontană a Brașovului cu mâncarea: 5,9%; 53 dintre cele 78 de mențiuni sunt generice; niciun preparat numit de mai mult de trei ori; Țara Făgărașului: 8,3%, prin brânză	cercetarea națională	[C]

Dimensiune	Starea de fapt	Evidență	Marcaj
Experiență consumată	8.077 de recenzii culinare, nota medie 4,37, 17,2% negative; prețul ridicat coboară nota la 2,79, produsele locale și micul dejun o ridică la 4,68; localurile cu specific peste cele generice	recenziile destinației	[C]
Piață și date	Cel puțin 1,3 milioane de mese pe an pentru turiștii cazați; 2.218 de anunțuri de închiriere pe termen scurt; un scenariu de oportunitate de până la 363.748 de porții de mic dejun pe an neasigurate de cazare; nicio statistică a alimentației publice la nivel de municipiu	INS; date platforme; evaluări ale echipei	[C]/[E]
Patrimoniu și identitate	Circa 135 de preparate documentate; nicio rețetă de referință sau protecție și aproape niciun producător numit; atestarea istorică a prăjiturii Streusel neconfirmată; novacul afumat, singurul produs protejat al zonei, absent din consultare și din documentație	documentația de patrimoniu; registrul UE	[C]/[D]
Oferta din centrul istoric	Ofertă banalizată și uniformizată pe artera principală, evitată de brașoveni; concepte de local modificate sub presiunea cererii de masă; localurile-model grupate în trei-patru zone adiacente	Subiecții 5, 9, 19–20, 22, 23; atelierele 03, 04, 05, 11; sesiunea OAR	[D]
Preț	Două piețe (oraș și weekend); costul muncii și repausul săptămânal ca explicații ale operatorilor; lipsa unei oferte oneste și accesibile pentru consumul de zi cu zi	atelierul 05; Subiecții 8, 19, 21, 22, 23	[D]
Apartamente și micul dejun	Supermarketul ca substitut al mesei; oaspeți care caută totuși restaurante; propunerea contractelor de mic dejun cu localurile	Subiecții 2, 19–20, 21, 22; atelierele 04, 05, 08, 11, 12; sesiunea OAR	[D]
Spațiu public și seară	Terase cu 55% peste suprafața închiriată (2022); normă detaliată, aplicată insuficient; program până la ora 22; consum concentrat pe un singur culoar; locuitori plecați din centru	Ghidul teraselor; Subiecții 4, 7, 11, 19, 22, 24; atelierele 03, 05, 08, 12; sesiunea OAR	[C]/[D]
Poiana Brașov	Nota medie 3,77, 33,3% recenzii negative, mențiuni de preț de cinci ori mai dese decât în oraș; rustic generic, program redus	recenziile destinației; Subiecții 3, 8, 13, 19, 22; atelierele 01, 08, 11	[C]/[D]
Lanț scurt	Produse ale Țării Bârsei recunoscute de toți actorii, fără asociere a producătorilor, piață sau stimulent; congelatele în bucătării; oferta orașului Bergamo nevalorificată	Subiecții 1, 5, 10, 12, 14, 17, 23; atelierele 02, 05, 11, 12; sesiunea OAR	[D]
Oameni și organizare	Antreprenoriat fragil, personal deprofesionalizat, serviciu în scădere; breaslă membră a OMD, cu inițiative recente, dar fără mandat de destinație; școli de profil disponibile	atelierele 03, 04, 05, 12; Subiecții 1, 14, 21, 22; presă	[D]/[C]
Evenimente	Niciun eveniment gastronomic propriu al orașului; Oktoberfest importat; festivaluri locale mici; niciun oraș românesc al gastronomiei în rețeaua UNESCO	Subiecții 1, 4, 5, 14, 16, 22; atelierele 04, 12; surse externe	[D]/[C]

Sursa: secțiunile 2.1–2.8 ale capitolului.

Analiza confirmă, pentru gastronomie, diagnosticul strategiei: volumul de mese servite turiștilor este mare, iar valoarea identificabilă și reținută în economia locală este redusă [I]. Am identificat cinci cauze ale acestui decalaj:

- lipsa reperelor comune: un patrimoniu documentat ca narațiune, dar fără rețete de referință, protecție, producători și loc în meniuri;
- lipsa legăturii cu producătorii Țării Bârsei, pe care niciun actor nu o organizează;
- aplicarea incompletă a regulilor existente pentru spațiul public și lipsa regulilor pentru programul de seară;
- lipsa unei legături organizate între oaspeții apartamentelor în regim hotelier și alimentația publică;

- lipsa unui responsabil al gastronomiei ca funcție a destinației, care să lege breasla, școlile, producătorii și administrația.

Spre deosebire de alte componente ale destinației, gastronomia are o rezervă de reînnoire documentată și nefolosită, patrimoniul urban și produsele Țării Bârsei, iar valorificarea ei cere, în primul rând, mai multă organizare; investițiile de capital vin într-o a doua etapă [I].

2.10. Analiza SWOT

Analiza SWOT de mai jos este construită din diagnosticul de mai sus și din reperele externe documentate în capitol. Fiecare element este urmat de marcajul sursei care îl susține. Punctele tari și punctele slabe privesc gastronomia destinației așa cum este; oportunitățile și amenințările privesc mediul ei (piața, cadrul legal, concurența, celelalte componente ale strategiei).

Tabelul 9. Analiza SWOT a gastronomiei Brașovului (II.4)

Puncte tari	**Puncte slabe**
Reputația „în Brașov se mănâncă bine", recunoscută din exterior; piață competitivă, cu note ridicate pentru localurile cu specific (4,50) și pentru bistrouri (4,67) [C/D]	Asociere spontană slabă și generică (5,9%); niciun preparat recunoscut ca reper al orașului [C]
Public gastronomic național larg (37,5% practică regulată) și fidel Brașovului: 39,0% merg în Brașov cel puțin o dată pe an, 79,5% l-ar recomanda „sigur" [C]	Oferta banalizată și uniformizată de pe artera principală a centrului, evitată de brașoveni [D]
Patrimoniu culinar urban documentat (circa 135 de preparate), cu straturi pastoral, săsesc, maghiar și burghez [C/D]	Prețul ridicat, asociat cu note foarte mici (2,79 când este menționat); lipsa ofertei oneste și accesibile pentru consumul de zi cu zi [C/D]
Resursa agricolă și pastorală a Țării Bârsei; brânzeturile; novacul afumat, indicație geografică protejată [C/D]	Poiana: nota 3,77, 33,3% recenzii negative, rustic generic, program redus [C/D]
Breasla Cârciumarilor Brașoveni organizată, membră a OMD, cu inițiative comune recente (Streusel Kuchen, „Miercurea Brașovenilor") [C]	Nicio rețetă de referință, nicio formă de protecție, aproape niciun producător numit; atestări istorice neconfirmate [C]
Școli de ospitalitate și o facultate de profil, dispuse să se implice [D]	Lanț scurt neorganizat: fără asociere a producătorilor, fără piață, fără stimulent [D]
Normă detaliată pentru terase, elaborată de Primărie (2023) [C]	Spațiu public: terase peste suprafața închiriată, program până la ora 22, consum concentrat pe un singur culoar [C/D]
Experiența de ansamblu cu destinația evaluată pozitiv de 95,2% dintre vizitatori [C]	Antreprenoriat fragil, personal deprofesionalizat, serviciu în scădere [D]
Localurile-model existente, grupate în câteva zone din jurul centrului și în cartiere [D]	Lipsa statisticii alimentației publice și a cheltuielii turiștilor pentru hrană [C]
Oportunități	**Amenințări**
Cererea gastronomică mai ridicată la tineri (48,6% dintre călătorii de 18–29 de ani o practică regulat) [C]	Creșterea anunțurilor de închiriere pe termen scurt (de la 1.701 la 2.218 în trei ani), cu un flux fără legătură organizată cu localurile [C/D]
Rețeaua Orașelor Creative UNESCO: niciun oraș românesc al gastronomiei; Bergamo, oraș al gastronomiei din 2019, ca partener posibil [C/D]	Costul muncii, regimul repausului săptămânal și sensibilitatea la preț a consumatorului român, invocate de operatori [D]
Instrumente juridice disponibile și nefolosite: produs tradițional atestat, rețetă consacrată, mențiunea „produs montan", marca colectivă [C]	Înmulțirea supermarketurilor în centrul istoric [D]
Taxa specială pentru promovarea turistică (7 lei pentru	Reputația gastronomică deja recunoscută a altor

Puncte tari	Puncte slabe
promovare turistică) ca sursă de finanțare a programelor de destinație [C]	destinații (Sibiu, Regiune Gastronomică Europeană 2019; Țara Făgărașului prin brânză) [C]
Programul „Poiana celebrează lumea" (P5, D3-n) și calendarul unic al destinației (capitolul C, DC6) ca vehicule ale gastronomiei locale [I]	Erodarea resursei pastorale, semnalată în atelierul 02 [D]
Sala Polivalentă și turismul de afaceri, care contractează deja cine în oraș [D]	Conflictul dintre viața de seară și dreptul la locuire al riveranilor [C/D]
Via Transilvanica, rutele metropolitane și cicloturismul ca vehicule ale mesei la producător [C/D]	Fragmentarea inițiativelor (paisprezece interpretări ale aceleiași prăjituri; evenimente fără calendar) [I]
Modele externe documentate: Slovenia, Regiune Gastronomică Europeană 2021, cu gastronomia între produsele principale ale strategiei turistice naționale; piețele și halele gastronomice europene [C]	Riscul unei identități gastronomice construite pe atestări neverificate („minciuna se termină iute", Subiect 5) [D]
Mâncarea câștigă importanță odată cu durata sejurului (mențiunile pozitive cresc de la 2,5% la o noapte la 6,3% la trei nopți) [C]	Imaginea „scump" a Poienii, care se poate extinde asupra destinației [C/I]

Sursa: secțiunile 2.1–2.9 și direcțiile din secțiunea 4; notele externe citate în text. [C]/[D]/[I]

Din analiza SWOT rezultă cinci constatări [I].

Prima: punctele tari ale gastronomiei Brașovului sunt ale pieței (calitatea medie, concurența, breasla) și ale resurselor (patrimoniul, Țara Bârsei); punctele slabe sunt ale organizării (repere, lanț scurt, reguli aplicate, date).

A doua: cele mai multe puncte slabe cer reguli aplicate, cooperare între actori și un responsabil; investițiile de capital (piața Brașovului, Cetățuia, muzeul gastronomiei) vin după acestea.

A treia: oportunitățile vin, în majoritate, din instrumente existente și nefolosite (instrumentele juridice de protecție, rețeaua UNESCO, taxa specială pentru promovarea turistică, programele din capitolele P5 și C).

A patra: amenințările principale sunt de natură economică (costul muncii, sensibilitatea la preț, supermarketurile, fluxul apartamentelor) și pot fi atenuate numai parțial la nivel local, prin creșterea valorii oferite.

A cincea: cea mai gravă amenințare pe termen lung este una pe care destinația o controlează: o identitate gastronomică construită pe atestări neverificate sau pe rusticul generic ar consuma creditul pe care piața l-a acumulat. Prioritatea are, de aceea, două componente: reperele documentate și protejate (DG1) și legătura cu producătorii (DG2), pe care se sprijină celelalte direcții.

3. Viziune 2034, poziționare și principii

3.1. Viziunea

Viziunea de mai jos sintetizează propunerile convergente ale consultării, verificate față de datele de cerere și de experiență și completate cu propunerile echipei de proiect, marcate ca atare [I].

Brașovul 2034 este destinația românească recunoscută pentru calitatea mâncării și pentru preparatele ei locale.

Vizitatorul știe, înainte de a ajunge, ce se mănâncă la Brașov: clătita brașoveană cu carne, ciorbele cu tarhon, brânzeturile Țării Bârsei, prăjitura cu mac a sașilor, cafeneaua cu prăjituri de tradiție imperială. Găsește aceste repere în meniurile a zeci de localuri, cu rețeta de bază respectată și cu libertatea interpretării.

Produsele Țării Bârsei au nume, marcă și loc de vânzare: în piața orașului, în restaurante și în pachetul pe care vizitatorul îl duce acasă. O parte tot mai mare din cheltuiala vizitatorilor pentru hrană ajunge la producătorii din zona metropolitană.

Centrul istoric are localuri cu poveste, terase conforme unei norme aplicate, o ofertă onestă la prânz și zone definite în care seara continuă după ora 22. Brașovenii s-au întors în centru, iar cartierele au piațete vii seara.

Oaspetele unui apartament în regim hotelier ia micul dejun într-un local din apropiere; primul lui contact cu gastronomia orașului este unul organizat [I, propunere a managementului de proiect].

Poiana Brașov servește bucate care exprimă identitatea locului, în locul rusticului generic, și celebrează în fiecare weekend o țară, împreună cu produsele Țării Bârsei.

Calendarul destinației are un eveniment gastronomic propriu, cu ecou internațional, și evenimente mici și recurente, în piețele centrale și în cartiere.

Breasla Cârciumarilor Brașoveni, școlile de ospitalitate, producătorii și OMD Brașov țin împreună reperele, eticheta de calitate și calendarul; Primăria Municipiului Brașov aplică regulile și folosește instrumentele fiscale locale pentru a răsplăti calitatea.

Gastronomia este, în această viziune, unul dintre motivele nopții a doua și a treia petrecute în Brașov și un motiv pentru care brașoveanul iese din casă în propriul oraș. Prin sejururile mai lungi, prin oferta de seară care îi ține peste noapte pe vizitatorii de o zi și prin micul dejun contractat al oaspeților din apartamente, ea contribuie la scopul strategiei: creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști.

3.2. Poziționarea: etalon național, bucătărie urbană, gastronomie de munte

Consultarea a produs trei formule de poziționare, care nu se exclud, dar care cer o ierarhie.

Prima, formulată în atelierul 05 și corectată acolo de moderator, este **etalonul gastronomic al României**. Formula renunță la titlul de capitală, pe care alte destinații îl pot disputa (Sibiul a fost Regiune Gastronomică Europeană în 2019[240] [C]), și promite un nivel: calitate medie ridicată, onestitate și diversitate, susținute de datele din secțiunea 2.3 și de *„cel puțin 15–20”* de localuri de vârf invocate de operatori (atelierul 05) [D/I]. Este poziționarea realistă pentru piața internă: pentru călătorii români, Brașovul este o destinație foarte atractivă, iar recenziile lor despre experiențele din afara cazării sunt, în proporție de 48,7%, culinare (față de 33,8% la străini) [C/I].

A doua, formulată de documentația de patrimoniu culinar și de Subiectul 5, este **bucătăria urbană *„cu ștaif”* a unui târg de la intersecția lumilor**: tradiția burgheză și multiculturală a orașului, în registrul cafenelei și al prăjiturilor de tradiție imperială, distinctă de rusticul generic [D]. Este

[240]IGCAT, Sibiu, Regiune Gastronomică Europeană în 2019: https://igcat.org/sibiu-named-european-region-of-gastronomy-in-2019/

poziționarea identitară, coerentă cu capitolul identitar al strategiei (târgul, condiția de graniță, comunitățile) și cu diferențierea față de destinațiile care valorifică bucătăria rurală.

A treia, formulată de Subiectul 5, este **gastronomia de munte a Țării Bârsei**: tradiția pastorală, brânzeturile, mierea, fructele, cu ambiția unei candidaturi în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO pe gastronomie și cu orașul Bergamo ca partener posibil [D]. Este poziționarea de nișă pentru piețele externe, verificabilă numai prin dosar, prin festival și prin produse protejate.

Recomandarea capitolului este o arhitectură pe trei niveluri, cu o singură promisiune: **Brașovul, etalonul gastronomic al României, cu bucătăria urbană a unui oraș de la intersecția lumilor și cu produsele muntelui** [I]. Etalonul este promisiunea de calitate pentru piața internă; bucătăria urbană este conținutul identitar; gastronomia de munte este argumentul de nișă pentru piețele externe și pentru dosarul UNESCO. Alternativele de poziționare și criteriile alegerii sunt prezentate în secțiunea 7 (scenariul S1).

Poziționarea are cinci consecințe directe asupra direcțiilor [I]:

- reperele de comunicare se aleg numai dintre preparatele documentate, iar cele împrumutate sau disputate se comunică transparent (DG1);
- produsul local este criteriul de acces la stimulentele destinației și la eticheta de calitate (DG2, DG7);
- în Poiana, registrul rustic rămâne numai ca rustic de calitate, cu produse ale Țării Bârsei, alături de oferta urbană (scenariul S5);
- evenimentele proprii ale orașului au o ancoră locală (produs, preparat, comunitate), iar evenimentele importate nu primesc sprijin public ca evenimente-emblemă (DG6);
- poziționarea se sprijină pe onestitatea prețului și a produsului, fără reduceri generale de preț (DG3-e, DG7-b).

3.3. Principii directoare

Nouă principii guvernează toate direcțiile din secțiunea 4.

Orientare prin stimulente, fără interdicții. Nicio măsură nouă nu interzice un tip de ofertă gastronomică. Măsurile schimbă stimulentele (fiscalitate diferențiată, acces preferențial la spații și la evenimente, comunicarea prin OMD condiționată de criterii, contracte) și aplică normele existente, inclusiv pe cele privind comerțul ambulant pe domeniul public. Este linia adoptată de strategie și pentru apartamentele în regim hotelier.

Locuitorul, primul client. Oferta gastronomică a orașului se evaluează și după cât de des ies brașovenii să mănânce în oraș, în centru și în cartiere. O ofertă evitată de locuitori ajunge să depindă de clientela de trecere și se banalizează (secțiunea 2.7.3) [I].

Fidelitate față de istoria documentată. Reperele se aleg dintre preparatele cu sursă verificată și cu poveste adevărată; *„când vii cu minciuni, minciuna se termină iute”* (Subiect 5) [D]. Atestările neconfirmate se prezintă ca tradiție orală, nu ca fapt istoric.

Rețetă de bază comună și interpretare liberă. Modelul formulat de Subiectul 22 pentru clătita brașoveană se aplică tuturor reperelor: ingredientele și tehnica de bază sunt comune și protejate, interpretarea este liberă (*„Și mai departe faci tu ce vrei cu ea”*, Subiect 22) [D].

Produsul local ca criteriu de acces. Ponderea produselor Țării Bârsei în achiziții și prezența reperelor documentate în meniu sunt criteriile după care un local are acces la stimulentele publice, la calendarul OMD și la comunicarea destinației [I].

Gastronomia integrată în experiența destinației. Gastronomia se vinde în trasee, pe durate (ore, zile), împreună cu natura, patrimoniul și evenimentele. Singură, este *„o miză extrem de fragilă”* (Subiect 10) [D].

Calitate crescută la toate nivelurile de preț. Îmbunătățirea se face la fiecare nivel de preț, nu prin excluderea ofertei accesibile: *„vii pentru ciolan, dar ciolan bun”* (sesiunea OAR) [D].

Onestitatea prețului și a produsului. Prețul este liber. Abuzul de preț, porția micșorată, produsul congelat prezentat ca preparat al casei și bacșișul impus sunt riscuri reputaționale pe care destinația le urmărește public, prin recenzii și prin eticheta de calitate [I].

Dezvoltarea precede promovarea. Gastronomia este întâi un sector economic, profesional și cultural al orașului și abia apoi un argument de marketing. Strategia construiește ecosistemul – producătorii, formarea, localurile, piața și evaluarea obiectivă a calității – și comunică pe măsură ce el există: gastronomia devine conținutul principal al comunicării pe piețele Regatului Unit, Germaniei și Austriei numai după publicarea cărții-etalon a rețetelor brașovene (DG1-a), iar până atunci este conținut secundar, comunicat cu dovezile existente; țintele care însoțesc condiția sunt cel puțin 30 de localuri cu eticheta de calitate (DG7-b) și cel puțin 20 de localuri cu reperele cărții-etalon în meniu (capitolul M; Volumul I, secțiunea 3.14) [I].

3.4. Ce înseamnă integrarea gastronomiei în strategie, în practică

Integrarea gastronomiei în strategia destinației se realizează prin opt mecanisme, fiecare dezvoltat într-una dintre direcțiile din secțiunea 4:

Calendarul unic al destinației, ținut de OMD Brașov ca integrator al calendarului (capitolul C, DC6), în care evenimentele gastronomice sunt o componentă, nu un calendar paralel: DG6.

Regulamentul stațiunii Poiana Brașov (capitolul P5, D5-a și D5-d), care include identitatea gastronomică a localurilor, și programul *„Poiana celebrează lumea”* (D3-n), la care restaurantele participă voluntar, prin asociația operatorilor: DG1, DG2-g, DG6-d.

Regimul local al închirierilor pe termen scurt (prioritatea P6), cu micul dejun contractat ca legătură cu alimentația publică: DG4.

Programul serii și al cartierelor (prioritatea P7 și capitolul C, DC7), cu zone de seară, piațete și un responsabil al vieții de seară: DG3-c, DG5.

Integratorul pe durate și ghidul viu al destinației (politica orizontală S1 și capitolul C, DC5), în care reperele gastronomice și localurile care le oferă devin parte a recomandării: DG1-g, DG7-e.

Codul QR al destinației și informarea turistică (politica orizontală S4), în fiecare unitate de cazare: DG4-b.

Eticheta de calitate a destinației, acordată de OMD Brașov, ca liant între operatori (politica orizontală S3): DG7-b.

Finanțarea calendarului gastronomic din taxa specială pentru promovarea turistică, în limitele regulamentului de utilizare a taxei, în legătură cu finanțarea culturii din capitolul C (DC8): DG7-f.

4. Direcții strategice

Fiecare direcție are aceeași structură: constatarea care o fundamentează, obiectivul, măsurile, actorii responsabili și orizontul. Măsurile sunt formulate la nivelul de detaliu al unei strategii; dimensionarea tehnică și financiară revine etapei de planificare operațională. Marcajul [D] indică măsurile preluate din propunerile stakeholderilor; [I] indică măsurile derivate de echipă din diagnostic sau propuse de managementul de proiect. Codurile măsurilor (DG1-a, DG3-c și așa mai departe) sunt cele la care capitolul C face trimitere și rămân stabile; orice măsură nouă primește o literă nouă.

DG1. Patrimoniul culinar și reperele gastronomice ale orașului

Constatare. Brașovul are un patrimoniu culinar urban documentat (circa 135 de preparate), trei repere pe care consultarea le consideră certificabile (clătita brașoveană cu carne, papanașul fiert, gomboții din Șchei) și o campanie de valorificare deja realizată (Streusel Kuchen), dar niciun preparat nu are rețetă de referință, protecție, loc de producție-reper sau produs ambalat (secțiunile 2.5 și 2.7.2) [C/D]. Consultarea arată că vizitatorii nu au repere pentru ce să ceară, iar personalul de primire nu are repere pentru ce să recomande (secțiunile 2.7.2 și 2.7.9) [D/I].

Obiectiv. Până în 2030, Brașovul are un set de 10–12 repere culinare documentate, cu rețetă de bază stabilită și comunicate ca bucatele Brașovului. Până în 2034, cel puțin trei dintre ele au o formă de protecție sau de atestare oficială, iar cel puțin 50 de localuri le oferă în meniu.

Măsuri.

1. **Cartea-etalon a rețetelor brașovene**, sub egida OMD Brașov, elaborată de grupul de lucru al breslei (DG7-a) împreună cu muzeele, universitatea și producătorii: rețete de bază cu gramaje, variante, povești și surse istorice verificate, cu o componentă de aplicare în bucătării și una de narațiune pentru personal. Propunerea este formulată de Subiectul 22, ca rezultat al unei discuții mai vechi, și rezumată astfel: *„avem astea zece rețete din care tu n-ai voie să ieși”* (Subiect 22) [D]. Lista de pornire propusă de echipă: clătita brașoveană cu carne (vită, sos de roșii, smântână), papanașul fiert, gomboții cu prune pe aluat opărit, ciorbele cu tarhon (de cartofi cu afumătură, de fasole, de miel), supa de vită cu șofran și tăiței de casă, bulzul și plăcinta mocănească, Streusel Kuchen cu mac și miere, henclești, plăcinta cu rabarbăr, rozoliul, friptura măruntă de Brașov, comunicată transparent ca preparat cu nume brașovean și origine disputată [I].
2. **Protecția reperelor.** Stabilirea titularului (scenariul S4) și a instrumentului potrivit fiecărui reper: marca colectivă, înregistrată la OSIM, pentru denumirea și semnul comun al reperelor[241]; atestarea ca produs tradițional[242] sau ca rețetă consacrată[243] pentru produsele agroalimentare (brânzeturi, mezeluri, panificație, Streusel Kuchen); evaluarea unei cereri de indicație geografică

[241]Legea nr. 84/1998 privind mărcile și indicațiile geografice, republicată, inclusiv mărcile colective: https://legeaz.net/monitorul-oficial-337-2014/legea-84-1998-marcile

[242]Ordinul nr. 724/1082/360/2013 privind atestarea produselor tradiționale: https://www.avocatnet.ro/act-normativ-ORDIN-nr-724-1082-360-2013_11700.html

[243]Ordinul nr. 394/2014 privind atestarea produselor alimentare obținute conform rețetelor consacrate românești: https://legeaz.net/monitorul-oficial-234-2014/ordinul-madr-ministerului-sanatatii-anpc-394

protejată pentru brânza de burduf în coajă de brad din Țara Bârsei. Regula de utilizare este simplă: cine respectă rețeta de bază poate folosi denumirea și semnul [D/I].

3. **Modelul Krumiri aplicat prăjiturii Streusel Kuchen.** Completarea campaniei existente cu pașii care îi lipsesc: rețetă de bază comună, semn comun, o cofetărie-reper în centrul istoric, care să fie în același timp loc de producție și de vizită, produs ambalat ca suvenir, măsurarea vânzărilor și a notorietății. Modelul se replică pentru un al doilea produs ambalabil (covrigii sau pesmetul de Brașov, oțetul cu tarhon, gemul de rabarbăr) [I].

4. **Verificarea documentară a atestărilor** pe care se sprijină reperele (Streusel Kuchen în socotelile Brașovului din anii 1550; breslele de panificație; clătitele brașovene), înainte ca ele să devină argumente de comunicare, și publicarea surselor. Până la confirmare, atestările se prezintă ca tradiție orală [I].

5. **Cercetarea gastronomiei săsești și maghiare locale**, distinctă de bucătăria Germaniei și a Ungariei: *„ar trebui să cerceteze gastronomia maghiară și săsească din zonă și să folosească rețetele alea”* (Subiect 22) [D]; parteneriat cu muzeele brașovene, cu Universitatea Transilvania și cu comunitățile, prin familii, biserici, asociații și arhive [I].

6. **Muzeul gastronomiei brașovene și Cetățuia.** Un centru al gastronomiei orașului, cu funcție de demonstrație, degustare și educație a gustului (Subiect 5) [D]. Cetățuia, restaurată și cu funcțiune de restaurant de clasă și loc de promovare a gastronomiei pastorale, cu un meniu dedicat, o cofetărie, o vinărie și tradiția pastorală prezentată *„cât mai apropiată de [...] ceea ce a fost în istorie”* (Subiect 14) [D]; propunerea este susținută și de Subiectul 5, cu condiția documentării muzeale a perioadei [D]. Formula moderatorului, o Cetățuie care să nu fie *„o butaforie”* (moderatorul) [I], este condiția de calitate a măsurii.

7. **Narațiunea pentru personalul de primire.** Pregătirea ghizilor, a personalului de recepție și a taximetriștilor cu reperele culinare și cu localurile care le oferă; integrarea lor în ghidul viu al destinației și în integratorul pe durate propus de Subiectul 22: *„Dacă ai două ore, faci asta. Dacă ai trei ore, faci asta. [...] Astea sunt traseele, acolo poți să mănânci”* (Subiect 22) [D]. Capitolul C (DC5) preia același instrument pentru narațiunea și medierea culturală [I].

8. **Harta culinară a comunităților târgului.** O hartă și un traseu al bucătăriilor comunităților orașului, propuse de Subiectul 3: *„Ca o breaslă, dar de fapt să fie pe culturi: maghiară, nemțească, săsească, românească și cumva creat o hartă...”* (Subiect 3) [D]. Harta include breslele de panificație (brutarii, covrigarii, franzelarii), mâncarea de târg și componenta alimentară a patrimoniului viu, Marțea cu plăcinte a Junilor, în legătură cu linia de patrimoniu viu din capitolul C (DC1) [I].

9. **Bucătăria brașoveană contemporană.** Reperele nu sunt doar reconstituire: cartea-etalon are o secțiune de interpretări contemporane, grupul de lucru organizează un concurs anual al bucătarilor pe reperele brașovene, cu rezidențe culinare pentru bucătari din afara orașului și cu meniuri de sezon construite pe produsele Țării Bârsei; scena contemporană are locul ei în Festivalul Culturii Culinare a Brașovului (DG6-a), alături de tradiția pastorală [I].

Actori. OMD Brașov (coordonare, titularul mărcii în varianta recomandată), Breasla Cârciumarilor Brașoveni și grupul ei de lucru (conținut, aplicare), muzeele brașovene și Universitatea Transilvania (documentare, verificare), Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov (continuitatea campaniei Streusel Kuchen), Primăria Municipiului Brașov (Cetățuia, muzeul gastronomiei), comunitățile săsească și maghiară, școlile de ospitalitate (concursul și rezidențele). **Orizont.** Grupul de

lucru, verificarea documentară și cartea-etalon: 2027–2028; concursul bucătarilor: din 2028; rezidențele culinare: din 2029; marca și primele atestări: 2028–2030; cofetăria-reper, produsele ambalate și harta culinară: 2029–2031; Cetățuia și muzeul: 2030–2034.

DG2. Lanțul scurt al Țării Bârsei: produsul local în meniuri și pe piață

Constatare. Producția agricolă și pastorală a Țării Bârsei este recunoscută de toate categoriile de actori, dar nu există o asociere a producătorilor, o marcă teritorială, o piață agroalimentară de destinație sau un stimulent pentru localurile care cumpără local (secțiunea 2.7.8) [D]. Singurul produs protejat al zonei, novacul afumat din Țara Bârsei, nu apare în consultare și nici în documentația de patrimoniu culinar [C].

Obiectiv. Până în 2034, produsele Țării Bârsei sunt identificabile (o marcă teritorială), disponibile (o piață și o rețea de aprovizionare a localurilor) și prezente în meniurile localurilor care beneficiază de stimulentele destinației; cel puțin 100 de localuri au o pondere minimă de produse locale în achiziții, verificată.

Măsuri.

1. **Platforma producătorilor din Țara Bârsei**: asocierea producătorilor (brânzeturi, carne, lapte, legume, fructe, miere, pâine), cu marcă teritorială, caiet de sarcini și logistică de aprovizionare a localurilor din Brașov și din Poiana; propunerea Subiectului 23 [D], în parteneriat cu Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov, cu Camera Agricolă și cu localitățile din zona metropolitană [I].
2. **Piața Brașovului**: o piață agroalimentară a destinației, cu o hală gastronomică, în care producătorii vând, iar vizitatorii și locuitorii mănâncă, după modelul pieței Boqueria din Barcelona, propus de Subiectul 1[244] [D/I]. Răspunde constatării că *„Brașovul nici nu are o piață acuma”* (atelierul 05) [D]. Amplasamentul și modelul de operare se stabilesc prin studiul de amplasament și de model și prin piața volantă de test (scenariul S6), în corelare cu mobilitatea (P1) și cu centrul istoric (P2).
3. **Stimulente pentru produsul local în alimentația publică**: reducerea taxelor locale pentru localurile cu o pondere minimă de produse locale în achiziții, dovedită prin facturi, acces prioritar la festivalurile și târgurile organizate de oraș, în condițiile de taxare a domeniului public stabilite prin hotărârile Consiliului Local, și spații de promovare gratuite (gară, aeroport, intrările în oraș), propuse de Subiectul 23 [D]. Cadrul fiscal local se verifică înainte de adoptare [I]. Din 2028, ponderea produselor locale în achiziții se raportează anual, ca o condiție a etichetei de calitate a destinației (DG7-b) [I]. Criteriile pot urma modelul etichetei slovene pentru hanurile tradiționale, care cere cel puțin 80% preparate locale, regionale sau naționale în meniu, cel puțin 50% materii prime de aceeași origine și cel puțin trei produse cu denumire protejată[245] [C/I].
4. **Portofoliul brânzeturilor Țării Bârsei** (brânza de burduf, brânza de burduf în coajă de brad, cașul, telemeaua veche, cașcavalul) ca produs reprezentativ al lanțului scurt (Subiect 5) [D], legat

[244]Ajuntament de Barcelona, dosarul de presă al pieței La Boqueria: https://ajuntament.barcelona.cat/premsa/wp-content/uploads/2020/01/Dossier-180-La-Boqueria-def.pdf

[245]Slovenian Tourist Board, 3 noiembrie 2011, eticheta „Gostilna Slovenija”, acordată de Camera Meșteșugurilor și a Întreprinderilor Mici din Slovenia (cel puțin 80% preparate locale, regionale sau slovene; cel puțin 50% materii prime de aceeași origine; cel puțin trei produse cu denumire protejată): https://www.slovenia.info/en/press-centre/news-of-the-tourism-press-agency/6394-inns-with-the-gostilna-slovenija-brand-open-their-doors

de festivalul brânzei (DG6-a) și de gestionarea pastorală a pășunilor din jurul orașului: *„trebuie să gospodărim munții cu oile”* (Subiect 14) [D].

5. **Livezile Țării Bârsei** pe terenuri degradate, cu fructe pentru școli și grădinițe (Subiect 23) [D], și cu rabarbărul ca cultură de nișă, în acord cu rolul lui în documentația de patrimoniu culinar [I].

6. **Rute gastronomice metropolitane** (Hărman, Prejmer, Cristian, Șinca, Zăbala, Vama Buzăului), cu opriri la producători și în gospodării și cu legături pe traseele cicloturistice și pe Via Transilvanica, propuse în atelierul 12 și în sesiunea OAR [D]; integrare în produsele de prelungire a ședерii (politica orizontală S1) și în oferta metropolitană a capitolului de natură [I].

7. **Produsele protejate în meniuri și în comunicare.** Novacul afumat din Țara Bârsei, singurul produs al zonei cu indicație geografică protejată[246], intră în lista de pornire a meniurilor locale, în programul *„Poiana celebrează lumea”* (D3-n) și în comunicarea OMD; producătorii lui devin parteneri ai platformei producătorilor [I].

8. **Mențiunea *„produs montan”*** pentru producătorii din zona montană a Țării Bârsei, ca instrument accesibil de certificare a originii montane, coerent cu poziționarea gastronomiei de munte[247] [I].

9. **Achiziții comune de produs local**, organizate prin breaslă pentru localurile participante, cu contracte multianuale care dau producătorilor predictibilitate și localurilor un preț negociat împreună [I].

10. **Accesul la piață al producătorilor.** Contractele-cadru dintre asocierea producătorilor și hoteluri, centrul expozițional (Volumul I, Politica 6) și localurile cu mic dejun contractat (DG4-a); un punct comun de colectare și distribuție, testat ca pilot cu Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov; consilierea producătorilor pentru atestări (produs tradițional, produs montan, înregistrarea mărcii); ponderea achizițiilor locale în localurile cu eticheta de calitate devine indicator de rezultat al direcției (secțiunea 8) [I].

Actori. Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov și alte autorități publice (platforma producătorilor, marca teritorială, rutele), producătorii și asocierile lor, Camera Agricolă, OMD Brașov (criterii, comunicare), Primăria Municipiului Brașov (piața, fiscalitatea locală), Breasla Cârciumarilor Brașoveni (achiziții comune), hotelierii și operatorul centrului expozițional (contractele-cadru), Universitatea Transilvania. **Orizont.** Asocierea producătorilor și marca: 2027–2028; contractele-cadru: 2027–2028; punctul de colectare: pilot în 2028; stimulentele fiscale și achizițiile comune: 2028; piața: studiu în 2027, realizare în 2029–2032; rutele metropolitane: 2028–2030.

DG3. Centrul istoric: oferta, terasele și programul de seară

Constatare. Artera principală și Piața Sfatului concentrează oferta ieftină și generică și un serviciu slab; terasele ocupau în 2022 cu 55% mai mult spațiu public decât cel închiriat, cu mobilier purtând mărci de băuturi și cu închideri neautorizate; programul se încheie la ora 22; brașovenii au părăsit artera, iar localurile de calitate s-au grupat în câteva zone adiacente (secțiunile 2.4, 2.7.3 și 2.7.6) [C/D].

[246]Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2017/640 al Comisiei, 23 martie 2017, înregistrarea denumirii „Novac afumat din Țara Bârsei” (IGP): https://www.legislation.gov.uk/eur/2017/640 ; Profit.ro, 6 aprilie 2017, al patrulea produs românesc recunoscut în UE: https://profit.ro/povesti-cu-profit/agribusiness/novacul-afumat-din-tara-barsei-este-al-patrulea-produs-romanesc-recunoscut-in-ue-16893616

[247]Comisia Europeană, cadrul indicațiilor geografice și al schemelor de calitate, inclusiv mențiunea facultativă „produs montan”: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/regulations-gis_ro ; InfoCons, condițiile de utilizare a mențiunii „produs montan”: https://infocons.ro/conditii-de-utilizare-a-mentiunii-de-calitate-facultative-produs-montan/

Obiectiv. Până în 2034, centrul istoric are terase conforme Ghidului de amplasare, o ofertă de prânz onestă, cel puțin o treime dintre localuri cu repere din cartea-etalon în meniu, zone definite cu program de seară după ora 22 și o pondere a brașovenilor între clienți măsurată și în creștere.

Măsuri.

1. **Aplicarea Ghidului de amplasare a teraselor**[248] ca măsură a priorității P2: măsurarea anuală a suprafețelor ocupate față de cele închiriate; taxarea după suprafața efectiv ocupată; eliminarea mobilierului cu elemente de marcă, a închiderilor perimetrale și a echipamentelor de preparare de pe domeniul public, cu sancțiunile prevăzute de reglementările locale și de Legea nr. 185/2013 pentru publicitate; publicarea anuală a ponderii teraselor conforme [C/D]. Modelul invocat chiar de Ghid este programul *„Prague Tables and Chairs"* al Pragăi[249] [C].

2. **Fiscalitate diferențiată pentru spațiile comerciale din centrul istoric**: impozit pe clădiri și taxă de ocupare a domeniului public mai mari în zona centrală decât în Centrul Civic, în Bartolomeu sau pe Calea București, astfel încât oferta de preț minim să nu mai fie viabilă pe artera principală (Subiect 19; tema C26 a matricei) [D]. Măsura se adoptă în limitele permise de Codul fiscal, după evaluarea efectului asupra chiriilor și asupra locuitorilor [I].

3. **Zone de seară pentru terase.** Definirea, prin hotărâre a Consiliului Local, a zonelor din centrul istoric și din apropierea lui (de exemplu, în propunerea echipei, Piața Enescu, Sfântul Ioan, Livada Poștei, strada Michael Weiss [I]) în care terasele și localurile pot funcționa după ora 22, cu reguli de zgomot și de curățenie și cu consultarea riveranilor, în *„zone acceptate de către riverani"* (Subiect 4) [D]. Restul centrului păstrează regimul actual. Propunerea este convergentă în interviuri, în atelierele 08 și 12 și în sesiunea OAR [D]; capitolul C (DC7) îi dă conținutul cultural.

4. **Mâncarea de stradă onestă.** Distincția, în regulament, între comerțul de vitrină pe domeniul public, interzis de Ghid, și localurile mici cu servire la fereastră și cu produse locale (cârnați în pâine, plăcinte, gomboți, covrigi de breaslă), sprijinite prin chirii preferențiale în spațiile municipale din centru (Subiect 22) [D/I].

5. **Prânzul onest.** Un program de meniu al zilei, cu produse locale și la preț accesibil, în localurile partenere ale OMD, comunicat ca atare; răspunde constatării că în centru nu există *„o variantă să mănânci un prânz la 30 lei, 35 lei"* (atelierul 05) [D/I].

6. **Studiul suprapunerii meniurilor** din centrul istoric, ca instrument anual de diagnostic al banalizării (Subiect 22) [D], realizat de Universitatea Transilvania pentru OMD Brașov [I].

7. **Redistribuirea consumului** dinspre culoarul format de strada Republicii și Piața Sfatului spre nucleele adiacente (Prund, Sfântul Ioan, Piața Enescu, Livada Poștei, Parcul Șefilor, După Ziduri), prin evenimente mici și prin căsuțe pe pietonală, propusă de arhitecții din sesiunea OAR [D]. Capitolul numește aceste nuclee inelul zero al centrului; ele se corelează cu coridoarele pietonale ale priorității P1 [I].

8. **Comerțul stradal de bună calitate** în centrul istoric, prin stimulente pentru produsele locale și pentru mâncarea bună și prin aplicarea regulilor existente pentru comerțul pe domeniul public, inclusiv a regulii comerțului de vitrină din Ghidul teraselor: *„aș mai curăța toate tonetele alea din*

[248]Primăria Municipiului Brașov, Ghid de amplasare a teraselor în centrul istoric al Brașovului (2023): https://brasovcity.ro/file-zone/regulamente/comert/2023/Ghid%20de%20amplasare%20a%20teraselor%20in%20centrul%20istoric%20al%20Brasovului.pdf

[249]Institutul de planificare și dezvoltare al Pragăi (IPR Praha), programul „Prague Tables and Chairs": https://iprpraha.cz/page/3835/prague-tables-and-chairs-are-back-in-season

centru" (Subiect 19) [D]. Măsura se aplică în paralel cu oferta legală de mâncare de stradă onestă din măsura (d) [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local (aplicarea Ghidului, fiscalitatea, zonele, hotărârile), Poliția Locală (control), OMD Brașov (programul prânzului onest, comunicare, criterii), Breasla Cârciumarilor Brașoveni, asociațiile de riverani, Universitatea Transilvania (studiul meniurilor). **Orizont.** Aplicarea Ghidului și măsurarea: 2027; zonele de seară și fiscalitatea diferențiată: 2027–2028; mâncarea de stradă onestă și prânzul onest: 2028–2030.

DG4. Apartamentele în regim hotelier și micul dejun contractat

Constatare. Cele 2.218 de anunțuri active de închiriere pe termen scurt din oraș, dintre care o parte importantă nu sunt înregistrate, alimentează un flux de vizitatori fără o legătură organizată cu alimentația publică (secțiunile 2.4 și 2.7.5) [C/D]. Oaspeții apartamentelor menționează micul dejun de aproape două ori mai rar decât oaspeții hotelurilor [C]. Administratorii își fac singuri coduri QR cu restaurante, iar oaspeții lor cer restaurante (atelierul 08) [D].

Obiectiv. Reconectarea fluxului de oaspeți ai apartamentelor la economia locală a hranei, printr-o regulă locală de autorizare care face din micul dejun primul contact organizat al oaspetelui cu gastronomia orașului.

Principiul de funcționare. Orientare prin stimulente, fără interdicții. Micul dejun contractat se oferă administratorilor împreună cu ceea ce cer ei: predictibilitate, proceduri simple de autorizare și de plată a taxei speciale pentru promovarea turistică, un dialog structurat cu OMD și cu Primăria [I].

Măsuri.

1. **Micul dejun contractat**, propunere a managementului de proiect [I]. Unitățile de cazare în regim de închiriere pe termen scurt autorizate local, care nu oferă ele însele mic dejun, au un contract cu cel puțin un restaurant, bistrou sau cafenea din zonă pentru micul dejun al oaspeților; oaspetele poate opta pentru un voucher, iar unitățile care oferă deja mic dejun sunt exceptate. Localurile eligibile sunt cele care au cel puțin un meniu local, cu ingrediente locale. Mecanismul este gradual: pilot voluntar în 2027; după pilot, participarea devine criteriu în punctajul de calitate al unităților, nu obligație universală; adoptarea oricărei obligații într-un regulament local rămâne condiționată de verificarea juridică prealabilă. Varianta mai strictă (cel puțin două localuri contractate; o pondere minimă de achiziții locale) rămâne o opțiune de calibrare după pilot.
2. **Codul QR al destinației** în fiecare unitate de cazare, cu localurile partenere, reperele culinare, traseele și evenimentele, separat pe categorii, furnizat de OMD Brașov și legat de ghidul viu al destinației și de integratorul pe durate (DG1-g); propunerea administratorilor de apartamente (atelierul 08) [D]. Capitolul C folosește același instrument pentru agenda culturală, în cadrul politicii orizontale S4 (informarea integrată).
3. **Extinderea regulii în Poiana Brașov** prin Regulamentul stațiunii (capitolul P5, D5-a și D5-c), unde unitățile de acest tip respectă același regim de servicii ca hotelurile [I].
4. **Monitorizarea efectului**: ponderea oaspeților care iau micul dejun în localurile partenere; mențiunile micului dejun și ale restaurantelor în recenziile apartamentelor (niveluri de referință: 6,8% și 4,0%) [C].

5. **Reprezentarea administratorilor de apartamente** într-o asociere proprie, cu dialog structurat cu OMD Brașov și cu Primăria (tema C47 a matricei, atelierul 08) [D], ca partener al regulii de autorizare și al micului dejun contractat [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local (regulamentul de autorizare), Direcția Fiscală (taxa specială pentru promovarea turistică), OMD Brașov (platforma, codul QR, lista localurilor eligibile), administratorii de apartamente și asocierea lor, Breasla Cârciumarilor Brașoveni. **Orizont.** Verificarea juridică și un pilot voluntar: 2027; regula de autorizare: 2028; extinderea în Poiana: 2028–2029.

DG5. Oraș viu și policentric: piațete de cartier și poli de calitate

Constatare. Brașovenii consumă în cartiere și în zonele rezidențiale, nu în centru; pietonalele de cartier fără activități nu supraviețuiesc; orașul se închide la ora 22; polii de calitate din afara centrului sunt puțini (secțiunea 2.7.6) [D].

Obiectiv. Până în 2034, fiecare cartier mare are cel puțin o piațetă activă seara, după modelul barcelonez (terase numai seara, cu strângere și curățenie la ora fixată), iar centrul are o rețea de nuclee de consum în afara culoarului principal.

Măsuri.

1. **Programul piațetelor de cartier**, cu pilot în Piața Astra în 2027: licitație pentru operatori de terase, cu program și reguli de curățenie; viața piațetei vine din activități (concerte mici, ateliere, evenimente de cartier), nu numai din comerț (Subiect 24) [D]. Extinderea se face, după pilot, în Răcădău, Tractorul, Bartolomeu și Noua [I].

2. **Festivalul de cartier**, cu mâncare făcută de locuitori, organizat de asociațiile de cartier împreună cu Primăria, cu piață volantă autorizată, după modelul bucureștean descris de Subiectul 1 [D].

3. **Polii de calitate.** Sprijinirea grupării localurilor bune în afara culoarului principal (Mureșenilor, strada Michael Weiss, Piața Enescu, Livada Poștei, zona Tractorul), prin chirii preferențiale în spațiile municipale și prin includerea în traseele OMD: *„noi avem nevoie să nu fim singuri”* (Subiect 19) [D].

4. **Poiana Honterus** ca spațiu public amenajat pentru festivaluri culinare în aer liber și pentru grătare, *„făcut de primărie și amenajat”* (Subiect 5) [D], cu vetre de foc și gestiunea deșeurilor adaptată prezenței ursilor [I].

5. **Memoria recentă ca produs culinar.** O cantină cu meniul anilor 1980, după modelul barurilor cu lapte din Cracovia[250], în legătură cu patrimoniul industrial și cu istoria recentă a orașului, propusă de arhitecții din sesiunea OAR [D]; capitolul C (istoria recentă ca produs) îi dă cadrul narativ.

6. **Responsabilul vieții de seară**, după modelul orașelor care au numit un *„primar de noapte”*, între care Cracovia, din 2024[251]: o persoană sau o structură din OMD Brașov sau din Primărie, care

[250]In Your Pocket, barurile cu lapte din Cracovia: https://www.inyourpocket.com/poland/krakow/articles/krakow-milk-bars

[251]Notes from Poland, 17 iulie 2024, Cracovia numește un „primar de noapte”, după modelul Amsterdamului, al Toulouse-ului, al Florenței și al Pragăi: https://notesfrompoland.com/2024/07/17/krakow-appoints-night-mayor-to-reconcile-tourists-residents-and-business-owners/

leagă localurile, riveranii, Poliția Locală și programul serii. Propunerea a fost formulată de conducerea OMD, în atelierul mediului academic [D].

7. **Programul locuitorilor.** Extinderea programului *„Miercurea Brașovenilor”* al Breslei Cârciumarilor Brașoveni[252] dincolo de perioada lui de toamnă și legarea lui de un card de rezident, cerut în consultare ca instrument al strategiei pentru brașoveni (tema C17 a matricei) [C/D]; un program similar este în discuție în Poiana Brașov, iar cele două se coordonează prin OMD Brașov [D/I]; programul are și funcția de măsură a frecvenței ieșirilor la masă ale locuitorilor (secțiunea 8) [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov (spații, licitații, Poiana Honterus, cardul de rezident), asociațiile de cartier, OMD Brașov (calendar, trasee, responsabilul vieții de seară), Breasla Cârciumarilor Brașoveni (*„Miercurea Brașovenilor”*), Regia Pădurilor Kronstadt, operatorii. **Orizont.** Pilotul din Piața Astra și responsabilul vieții de seară: 2027; trei piațete: 2029; rețeaua completă: 2032.

DG6. Evenimente gastronomice și calendarul destinației

Constatare. Brașovul nu are un eveniment gastronomic propriu și niciun calendar gastronomic; evenimentele cu mâncare existente sunt importate (Oktoberfest), mici (festivaluri locale ale cătșunilor sau ale plăcintelor) sau reduse la vin fiert (Târgul de Crăciun); oferta de parteneriat a orașului Bergamo, amintită în consultare, nu a fost valorificată (secțiunile 2.7.8 și 2.7.10) [D/I]. Locurile sunt, între timp, problema: comisia de avizare a Primăriei a decis, la 19 mai 2026, ca evenimentele cu componentă gastronomică să nu mai fie organizate în parcurile publice, iar ediția din 2026 a unui festival itinerant de street food, a zecea la Brașov, nu a mai avut loc; Primăria a precizat că nu a interzis astfel de evenimente, ci că nu le mai aprobă în parcurile publice, organizatorii putând propune alte locuri[253] [C]. Capitolul propune ca regulamentul spațiilor publice (C, DC4-i) să stabilească locurile destinate evenimentelor gastronomice – Sala Polivalentă și împrejurimile ei, piețele agroalimentare, platformele reconvertite, Poiana Mică, pentru ca festivalurile gastronomice să aibă un loc al lor, cu reguli, nu o interdicție [I].

Obiectiv. Un calendar gastronomic pe trei scări, integrat în calendarul unic al destinației (capitolul C, DC6): un festival de referință al orașului (brânza și tradiția pastorală, cu candidatura în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO), evenimente proprii ale orașului (între care festivalul berii locale cu bucate brașovene și Târgul de Crăciun) și o recurență săptămânală de evenimente mici, la care se adaugă, în stațiune, programul *„Poiana celebrează lumea”*.

Măsuri.

1. **Festivalul Culturii Culinare a Brașovului și candidatura în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO pe gastronomie**: un festival urban al culturii culinare, al multietnicității și al gastronomiei urbane și tradiționale, cu accent pe brânză și pe tradiția pastorală, cu orașul Bergamo ca partener[254] și cu Sala Polivalentă ca infrastructură de volum; festivalul brânzei, propunerea

[252]Zile și Nopți, 6 octombrie 2026, programul „Miercurea Brașovenilor” al Breslei Cârciumarilor Brașoveni (15% reducere pentru locuitorii municipiului și ai județului, miercurea, 7 octombrie – 16 decembrie 2026): https://zilesinopti.ro/2026/10/06/miercurea-restaurant-reducere-brasoveni/

[253]G4Media, 14 iulie 2026, Street Food Festival Brașov 2026 nu mai are loc; poziția Primăriei privind evenimentele gastronomice în parcurile publice: https://www.g4media.ro/fara-street-food-festival-la-brasov-in-acest-an-organizatorii-anunta-ca-primaria-condusa-de-george-scripcaru-le-a-interzis-evenimentul-vechi-de-zece-ani.html

[254]UNRIC, 30 octombrie 2019, Bergamo desemnat oraș creativ UNESCO al gastronomiei, între cele 66 de orașe desemnate atunci: https://unric.org/it/bergamo-e-biella-tra-le-66-citta-creative-designate-dallunesco/

Subiecților 5 și 14 [D], rămâne nucleul lui. Festivalul este unul dintre cele trei evenimente de referință ale destinației (capitolul C, DC6-e, S1), nu evenimentul-emblemă, și este suportul gastronomic al culturii contemporane urbane (C, DC10): pune în valoare bucătăriile comunităților orașului – săsească, maghiară, românească, evreiască, greacă – alături de produsele Țării Bârsei și de breasla locală, în spațiul public al orașului, în locurile destinate evenimentelor gastronomice (DG6, locurile) [I]. Un studiu de fezabilitate și o scrisoare de intenție către partenerii din Bergamo în 2027 [I]. Dosarul se construiește pe două linii, Junii ca patrimoniu viu (capitolul C, DC1) și tradiția pastorală ca argument gastronomic [I].

2. **Festivalul berii locale cu bucate brașovene**: bere artizanală din oraș și din zona metropolitană, mici, bulz la grătar, ceafă, cârnați, pâine cu cartofi, pe teren public și plat; contramodelul Oktoberfestului formulat de Subiecții 4 și 14 [D].

3. **Recurența mică**: în fiecare weekend, două evenimente mici în piețele centrale și în cartiere, de tipul celor *„cinci căsuțe în care cineva face plăcinte, altcineva îți arată cum se fac gomboții”* (Subiect 22) [D], cu componentă gastronomică din cartea-etalon, într-un calendar fix comunicat de OMD Brașov [I].

4. ***„Poiana celebrează lumea”*** (capitolul P5, D3-n): restaurantele stațiunii adoptă meniul țării invitate în asociere cu produsele Țării Bârsei; grupul de lucru al breslei furnizează bucătarii invitați și lanțul de aprovizionare; capitolul de față asigură infrastructura gastronomică a programului [I].

5. **Târgul de Crăciun extins** pe pietonală și în piețele adiacente, cu căsuțe selectate pe criterii de produs local și cu reperele cărții-etalon (Streusel Kuchen, turtă dulce, vin fiert din vin românesc), cu ambiția *„un târg de Crăciun imens!”* (Subiect 5) [D]; stațiunea este a doua locație (capitolul P5, D3-d) [I].

6. **Gastronomia ca infrastructură a evenimentelor**: o zonă de mâncare cu produs local la toate evenimentele mari ale orașului, cu acces prioritar pentru localurile care au eticheta de calitate a destinației, în condițiile de taxare a domeniului public stabilite prin hotărârile Consiliului Local; *„Nu se poate să faci evenimente culturale de anvergură fără mâncare”* (Subiect 14) [D/I].

7. **Standardul „Evenimente Verzi Brașov” aplicat zonei de mâncare**: la evenimentele finanțate, organizate sau găzduite de municipalitate, componenta gastronomică respectă standardul din capitolul C (DC6-j): produs local, veselă reutilizabilă și fără plastic de unică folosință, colectare selectivă, redistribuirea hranei neconsumate; localurile cu eticheta de calitate a destinației îl aplică de la prima ediție [I].

8. **Târgurile de Crăciun de cartier.** Filiale ale Târgului de Crăciun în subcentrele de cartier, cu căsuțe selectate pe criteriul produsului local și cu reperele cărții-etalon, deschise în zilele de sărbătoare ale fiecărui subcentru (capitolul C, DC7-k), astfel încât sărbătorile să fie și ale cartierelor, nu numai ale centrului; pilot la Piața Astra (DG5-a) [I].

Actori. OMD Brașov (calendarul, dosarul UNESCO), Primăria Municipiului Brașov și alte autorități publice (Sala Polivalentă, spațiul public, finanțare), Breasla Cârciumarilor Brașoveni, muzeele brașovene, Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov, asociația operatorilor din Poiana, producătorii Țării Bârsei, asociațiile de cartier (târgurile de cartier). **Orizont.** Calendarul gastronomic și festivalul berii locale: 2027–2028; târgurile de Crăciun de cartier: pilot în 2027, în subcentre din 2028; prima ediție a festivalului brânzei: 2029; depunerea dosarului UNESCO: 2030–2032.

DG7. Oameni, breaslă, educație

Constatare. Competența există (bucătari cu notorietate, școli de ospitalitate, o facultate de profil, o breaslă membră a OMD, cu inițiative comune recente), dar este fragmentată și fără mandat de destinație; antreprenoriatul este fragil, o parte a personalului este deprofesionalizată, iar personalul de primire (ghizi, recepții, taximetriști) nu recomandă gastronomia orașului (secțiunea 2.7.9) [D].

Obiectiv. O breaslă cu mandat de la OMD Brașov pentru gastronomia destinației, cu instrumente comune de calitate (etichetă, formare, date) și cu o cultură profesională a recomandării.

Măsuri.

1. **Grupul de lucru al breslei**, constituit sub egida OMD Brașov, cu bucătari, reprezentanți ai muzeelor și ai producătorilor și cu școlile de profil; mandatul lui cuprinde cartea-etalon, criteriile etichetei de calitate, calendarul gastronomic și conținutul gastronomic al integratorului pe durate [D/I].
2. **Eticheta de calitate a destinației** pentru localuri, cerută de hotelierii din atelierul 04 (*„un quality label de care avem nevoie în Brașov”*) și de atelierul 12 și sesiunea OAR (tema C45) [D]. Criteriile propuse de echipă: produse locale, cel puțin un reper din cartea-etalon, serviciu, conformitatea terasei, onestitatea prețului (fără bacșiș impus, gramaje afișate) [I]. Eticheta este un program voluntar, administrat de OMD Brașov: lista criteriilor este publică, transparentă și publicată pe site-ul OMD Brașov, astfel încât orice local o poate îndeplini, membru sau nu al breslei; redactarea criteriilor este propusă breslei, parte a OMD, dar responsabilitatea etichetei aparține OMD-ului. Evaluarea se face anual, de o comisie din care fac parte OMD, breasla și un evaluator independent, care nu este breasla, pe baza unei vizite neanunțate și a recenziilor; criteriile, lista localurilor cu etichetă, retragerea ei la neîndeplinirea criteriilor și calea de contestare sunt publice, iar localurile care obțin eticheta sunt listate în comunicarea destinației și în agenda ei. Eticheta nu exclude pe nimeni din oraș: este filtrul transparent prin care destinația își alege ce promovează și este condiția de acces la comunicarea OMD și la stimulentele publice (Volumul I, secțiunea 3.14) [I]. Din 2028, eticheta are drept condiție raportarea anuală a ponderii produselor locale în achiziții și a consumului de apă și de energie pe înnoptare (pe client, în cazul localurilor), după metoda comună a observatorului destinației; datele individuale rămân confidențiale, iar observatorul publică agregatele (OD5.4, reziliență climatică și consum responsabil de resurse) [I]. Un model funcțional este eticheta *„Gostilna Slovenija”*, acordată în Slovenia hanurilor care îndeplinesc criterii de produs local și de patrimoniu culinar și verificate periodic de o comisie de evaluare[255]; Slovenia a fost Regiune Gastronomică Europeană în 2021[256], iar strategia ei turistică 2017–2021 a tratat gastronomia ca unul dintre produsele principale ale țării[257] [C].
3. **Educația ca parte a OMD Brașov**: școlile de ospitalitate din Brașov și Facultatea de Alimentație și Turism a Universității Transilvania ca parteneri ai OMD Brașov, prin acorduri de cooperare, în

[255]Slovenian Tourist Board, 3 noiembrie 2011, eticheta „Gostilna Slovenija”, acordată de Camera Meșteșugurilor și a Întreprinderilor Mici din Slovenia (cel puțin 80% preparate locale, regionale sau slovene; cel puțin 50% materii prime de aceeași origine; cel puțin trei produse cu denumire protejată): https://www.slovenia.info/en/press-centre/news-of-the-tourism-press-agency/6394-inns-with-the-gostilna-slovenija-brand-open-their-doors

[256]Slovenia, Regiune Gastronomică Europeană 2021: https://www.slovenia.info/en/press-centre/news-of-the-tourism-press-agency/15108-slovenia-the-proud-holder-of-the-european-region-of-gastronomy-2021-title

[257]Guvernul Sloveniei, punctele-cheie ale Strategiei de creștere durabilă a turismului sloven 2017–2021: https://www.gov.si/assets/ministrstva/MGTS/Dokumenti/DTUR/Celostni-razvoj-slovenskega-turizma/Kljucni-poudarki-Strategije-trajnostne-rasti-slovenskega-turizma-2017-2021-v-angleskem-jeziku.pdf

structurile ei de lucru, cu programe de formare a personalului de servire, de management pentru noii antreprenori și cu Zilele Ospitalității ca eveniment al destinației; *„educația ar trebui să fie parte integrantă din OMD-ul acesta”* (atelierul 03) [D].

4. **Reziliența antreprenorială**: un program de îndrumare al breslei pentru localurile noi (meniul înaintea amenajării, pragul de rentabilitate, lanțul de aprovizionare), ca răspuns la rata ridicată de închidere invocată în atelierul 05 [D/I].

5. **Cultura recomandării**: pregătirea anuală a ghizilor, a recepțiilor, a taximetriștilor și a șoferilor de transport alternativ cu reperele culinare și cu localurile care au eticheta de calitate; hărți ale orașului făcute de locuitori; integratorul pe durate. Modelul invocat este taximetristul vienez care face *„vreo două”* recomandări *„unde să mănânc”* (Subiect 14) [D].

6. **Fondul cultural al breslei**: o contribuție voluntară a localurilor la un fond pentru evenimente mici, după modelul breslei din Cluj descris în atelierul 03; promovarea calendarului gastronomic și cultural rămâne în cheltuirea taxei speciale pentru promovarea turistică (7 lei pe turist și noapte)[258], prin OMD, în limitele regulamentului de utilizare a taxei, fără un fond distinct [D/I].

7. **Centrul de inovare culinară**, după modelul unui centru de inovare alimentară din Copenhaga, în care *„jos erau bucătării, sus erau birouri”* (Subiect 1) [D], pentru firme nou-înființate în experiențe culinare; amplasamentul poate fi extinderea centrului de afaceri și a incubatorului municipal CATTIA [I].

8. **Programul de formare pentru ospitalitate.** Parteneriatul OMD Brașov cu școlile de ospitalitate, cu Universitatea Transilvania și cu orice altă formă de învățământ și de formare profesională, la alegerea OMD: formarea duală cu localurile, stagiile, școala de vară a bucătarilor și a personalului de servire; indicatorul programului este numărul persoanelor formate anual (Volumul I, S6) [I].

Actori. OMD Brașov (mandatul, eticheta, fondul), Breasla Cârciumarilor Brașoveni (grupul de lucru, îndrumarea), școlile de ospitalitate, Universitatea Transilvania și ceilalți furnizori de formare profesională (formare, cercetare), Camera de Comerț și Industrie Brașov, Primăria Municipiului Brașov (CATTIA). **Orizont.** Grupul de lucru: 2027; eticheta și programele de formare: 2028; programul de formare pentru ospitalitate: 2027, prima școală de vară în 2028; raportarea anuală pentru etichetă: din 2028; centrul de inovare culinară: 2029–2031.

Tabelul 10. Sinteza direcțiilor strategice ale gastronomiei (II.4)

Direcție	Obiectiv 2034	Măsuri-cheie	Actor coordonator	Pornire
DG1 Patrimoniul culinar și reperele	10–12 repere documentate; cel puțin trei protejate; cel puțin 50 de localuri cu repere în meniu	Cartea-etalon; protecția reperelor; modelul Krumiri pentru Streusel Kuchen; verificarea documentară; harta culinară a comunităților; bucătăria contemporană	OMD Brașov, Breasla Cârciumarilor Brașoveni	2027
DG2 Lanțul scurt al Țării Bârsei	Marcă teritorială; piață; cel puțin 100 de localuri cu produs local verificat	Platforma producătorilor; piața Brașovului; stimulente; brânzeturile; novacul în meniuri; „produs montan”; achiziții comune; accesul la piață al producătorilor	Agenția Metropolitană, OMD Brașov	2027
DG3 Centrul	Terase conforme; prânz	Aplicarea Ghidului teraselor; fiscalitate	Primăria	2027

[258]Taxa specială pentru promovarea turistică, 7 lei (promovare turistică) și 5 lei (Salvamont) pe turist și noapte, adoptată de Consiliul Local Brașov la 22 decembrie 2025: https://www.profit.ro/stiri/social/ultima-ora-taxa-pe-zi-majorata-puternic-pentru-turisti-in-brasov-si-poiana-brasov-22283033

Direcție	Obiectiv 2034	Măsuri-cheie	Actor coordonator	Pornire
istoric	onest; zone de seară; locuitorii înapoi în centru	diferențiată; zone de seară; mâncare de stradă onestă; inelul zero; fără tonete	Municipiului Brașov	
DG4 Apartamentele și micul dejun	Fluxul apartamentelor reconectat la localuri	Micul dejun contractat; codul QR; extinderea în Poiana; reprezentarea administratorilor	Primăria Municipiului Brașov, OMD Brașov	2027
DG5 Oraș viu și policentric	Piațete active în cartiere; nuclee de consum în afara culoarului	Piațete (pilot Piața Astra); festival de cartier; poli de calitate; Poiana Honterus; responsabilul vieții de seară; programul locuitorilor	Primăria Municipiului Brașov	2027
DG6 Evenimente și calendar	Calendar gastronomic pe trei scări; dosar UNESCO	Festivalul Culturii Culinare a Brașovului, cu festivalul brânzei ca nucleu; festivalul berii locale; recurența mică; „Poiana celebrează lumea"; Târgul de Crăciun și târgurile de cartier	OMD Brașov	2027
DG7 Oameni, breaslă, educație	Breaslă cu mandat; etichetă de calitate; cultura recomandării	Grupul de lucru; eticheta; educația în OMD; îndrumarea antreprenorilor; fondul breslei; centrul de inovare culinară; programul de formare pentru ospitalitate	OMD Brașov, Breasla Cârciumarilor Brașoveni	2027

Sursa: secțiunea 4.

Tabelul 11. Legăturile direcțiilor gastronomice cu arhitectura strategiei (II.4)

Direcție	Priorități	Politici orizontale	Trimiteri la alte capitole
DG1 Patrimoniul culinar și reperele	P2, P5	S1, S3, S4, S5	capitolul C (DC1, DC5); capitolul P5 (D5-d)
DG2 Lanțul scurt al Țării Bârsei	P1, P2, P3, P5	S1, S3, S5	capitolul P5 (D3-n, D5-d)
DG3 Centrul istoric	P1, P2, P7	S3, S5	capitolul C (DC3, DC7)
DG4 Apartamentele și micul dejun	P2, P5, P6	S1, S3, S4	capitolul P5 (D5-a, D5-c)
DG5 Oraș viu și policentric	P1, P3, P7	S2	capitolul C (DC7)
DG6 Evenimente și calendar	P4, P5, P7	S1, S2, S3, S5	capitolul C (DC1, DC6); capitolul P5 (D3-d, D3-n)
DG7 Oameni, breaslă, educație	P2, P4, P5, P7	S1, S3, S4, S6	capitolul C (DC8)

Sursa: secțiunea 4; arhitectura strategiei (P1 mobilitate, P2 centrul istoric, P3 natura, P4 centrul expozițional, P5 Poiana Brașov, P6 apartamentele în regim hotelier, P7 orașul viu; politicile orizontale S1 prelungirea ședерii, S2 calendarul, S3 OMD ca liant, S4 informarea, S5 identitatea fără kitsch, S6 oamenii și competențele).

Locuitorul, principiul transversal al strategiei, este prezent în fiecare direcție: ca producător (DG2), ca client al centrului (DG3) și al cartierului (DG5), ca vecin al apartamentelor în regim hotelier (DG4), ca public al evenimentelor (DG6), ca profesionist (DG7) și ca purtător al memoriei culinare (DG1).

5. Intervențiile autorității publice în gastronomia destinației: inventarul complet

Secțiunea 4 a formulat direcțiile și măsurile. Secțiunea de față le citește dintr-un singur unghi: ce are de făcut autoritatea publică, adică Primăria Municipiului Brașov, Consiliul Local și, acolo unde competența este a lor, alte autorități publice, Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov și instituțiile statului. Gastronomia este, în cea mai mare parte, o activitate privată; autoritatea publică intervine prin reguli, prin fiscalitate, prin spațiul public, prin protecția patrimoniului, prin educație, prin evenimente, prin date și prin finanțare. Măsurile care aparțin breslei și operatorilor (cartea-etalon, achizițiile comune, îndrumarea antreprenorilor) apar aici numai în măsura în care autoritatea publică le facilitează.

Inventarul are opt domenii. Fiecare intervenție este reluată în Anexa B, în format de tabel, cu codul măsurii din secțiunea 4, responsabilul, orizontul și prioritatea. Prioritatea 1 înseamnă intervenție care condiționează restul; prioritatea 2, intervenție de bază a orizontului 2027–2031; prioritatea 3, intervenție de termen lung sau condiționată de un scenariu.

5.1. Regulile

Aplicarea Ghidului de amplasare a teraselor în centrul istoric, cu măsurarea anuală a suprafețelor ocupate, taxarea după suprafața efectiv ocupată, eliminarea mobilierului cu elemente de marcă, a închiderilor perimetrale și a echipamentelor de preparare de pe domeniul public și publicarea ponderii teraselor conforme (DG3-a) [C/D]. Hotărârea Consiliului Local privind zonele de seară, cu program prelungit după ora 22, reguli de zgomot și de curățenie și consultarea riveranilor (DG3-c) [D]. Regula de autorizare a apartamentelor în regim hotelier, cu micul dejun contractat, după verificarea temeiului juridic (DG4-a) [I]. Regulamentul mâncării de stradă oneste, care distinge comerțul de vitrină pe domeniul public de localurile mici cu servire la fereastră (DG3-d) [D/I]. Comerțul stradal de bună calitate în centrul istoric, prin stimulente pentru produsele locale și pentru mâncarea bună și prin aplicarea regulilor existente (DG3-h) [D/I]. Componenta gastronomică a Regulamentului stațiunii Poiana Brașov, adoptat conform capitolului P5 (D5-a, D5-d): identitatea gastronomică a localurilor și programul minim de funcționare în sezon (DG1, DG2-g) [I]. Extinderea micului dejun contractat în stațiune (DG4-c) [I]. Regulile pentru piațetele de cartier: program, curățenie, licitația operatorilor (DG5-a) [D].

5.2. Fiscalitatea și stimulentele

Fiscalitatea diferențiată pentru spațiile comerciale din centrul istoric (impozitul pe clădiri, taxa de ocupare a domeniului public), în limitele Codului fiscal și după evaluarea efectului asupra chiriilor și a locuitorilor (DG3-b) [D/I]. Reducerea taxelor locale pentru localurile cu o pondere minimă de produse locale în achiziții, verificată prin facturi (DG2-c) [D]. Chirii preferențiale în spațiile comerciale ale municipiului pentru localurile cu reperele cărții-etalon, pentru mâncarea de stradă onestă și pentru polii de calitate din afara culoarului principal (DG3-d, DG5-c) [D/I]. Acces prioritar la festivalurile și târgurile organizate de oraș, în condițiile de taxare a domeniului public stabilite prin hotărârile Consiliului Local, și spații de promovare (gară, aeroport, intrările în oraș) pentru localurile cu eticheta de calitate și pentru producătorii Țării Bârsei (DG2-c, DG6-f) [D]. Accesul la stimulente este condiționat de eticheta de calitate a destinației (DG7-b) [I]. Cardul de rezident, emis de Primărie, de care se leagă programul breslei pentru locuitori (DG5-g) [D/I].

5.3. Spațiul public și infrastructura

Piața Brașovului, cu hala gastronomică: studiul de amplasament și de model în 2027, realizarea în parteneriat public-privat (DG2-b, scenariul S6) [D/I]. Amenajarea Poienii Honterus pentru festivaluri culinare în aer liber și pentru grătare, cu vetre de foc și gestiunea deșeurilor adaptată prezenței ursilor (DG5-d) [D]. Amenajarea piațetelor de cartier, cu pilot în Piața Astra (DG5-a) [D]. Căsuțele pentru evenimente mici pe pietonală și în nucleele adiacente culoarului principal (DG3-g, DG6-c) [D]. Restaurarea Cetățuii și stabilirea funcțiunii ei, cu restaurant de epocă și loc de promovare a gastronomiei pastorale, în corelare cu capitolul C (DG1-f) [D]. Spațiile municipale pentru mâncarea de stradă onestă (DG3-d) [D/I].

5.4. Patrimoniul și protecția

Verificarea documentară a atestărilor pe care se sprijină reperele, cu muzeele și cu universitatea (DG1-d) [I]. Stabilirea titularului mărcii colective a reperelor și înregistrarea ei la OSIM (DG1-b, scenariul S4) [I]. Sprijinirea producătorilor pentru atestarea produselor tradiționale și a rețetelor consacrate și pentru mențiunea *„produs montan”* (DG1-b, DG2-h) [I]. Evaluarea unei cereri de indicație geografică protejată pentru brânza de burduf în coajă de brad din Țara Bârsei (DG1-b) [I]. Muzeul gastronomiei brașovene, ca proiect al Primăriei cu muzeele orașului (DG1-f) [D].

5.5. Educația și formarea

Includerea școlii private de ospitalitate și a Facultății de Alimentație și Turism în structurile de lucru ale OMD Brașov (DG7-c) [D]. Programele anuale de pregătire a personalului de primire (ghizi, recepții, taximetriști) cu reperele culinare și cu localurile cu eticheta de calitate, cu sprijinul Primăriei pentru taximetriști prin autorizarea serviciului (DG1-g, DG7-e) [D/I]. Studiul anual al suprapunerii meniurilor, comandat de OMD Brașov universității (DG3-f) [D/I]. Centrul de inovare culinară, cu amplasament posibil în extinderea CATTIA (DG7-g) [D/I].

5.6. Evenimentele

Calendarul gastronomic al destinației, ca parte a calendarului unic ținut de OMD Brașov (DG6, capitolul C, DC6) [I]. Studiul de fezabilitate al Festivalului Culturii Culinare a Brașovului și scrisoarea de intenție către partenerii din Bergamo (DG6-a) [I]. Dosarul de candidatură în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO pe gastronomie (DG6-a) [D/I]. Festivalul berii locale, pe teren public (DG6-b) [D]. Târgul de Crăciun extins, cu selecția comercianților pe criterii de produs local (DG6-e) [D]. Zona de mâncare cu produs local la toate evenimentele mari ale orașului (DG6-f) [D/I]. Standardul „Evenimente Verzi Brașov” aplicat zonei de mâncare a evenimentelor municipiului (DG6-g; capitolul C, DC6-j) [I].

5.7. Datele

Statistica municipală a alimentației publice, constituită din evidențele existente: autorizațiile de funcționare emise de Primărie, registrul comerțului (activitățile de restaurant, de bar și de alimentație publică), evidența teraselor, cu actualizare anuală de OMD Brașov, ca serie a alimentației publice în observatorul destinației; numărul salariaților din sector are ca sursă și studiul de impact economic al turismului (OD3.3), realizat în 2028, 2031 și 2034 (secțiunea 8) [I]. Itemii gastronomici din chestionarul pentru rezidenți (frecvența ieșirilor la masă în oraș, în centru și în cartiere, cheltuiala, motivele evitării centrului) și din chestionarul pentru vizitatori (cheltuiala pentru hrană, locul mesei, micul dejun), aplicați periodic (secțiunea 8) [I]. Măsurarea anuală a teraselor din centrul istoric (DG3-a) [C/D]. Monitorizarea recenziilor culinare ale destinației, pe familii de termeni, cu raport public anual (secțiunea 8) [I]. Monitorizarea micului dejun contractat (DG4-d) [C].

5.8. Guvernanța și finanțarea

Mandatul OMD Brașov pentru gastronomia destinației, cu un responsabil și cu un buget anual (secțiunea 6) [I]. Hotărârea Adunării Generale a OMD Brașov privind rolul consultativ al breslei și grupul ei de lucru și, pentru actele Primăriei, hotărârea Consiliului Local (secțiunea 6.3, DG7-a) [I]. Promovarea calendarului gastronomic din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD, în

limitele regulamentului taxei; fondul breslei, o contribuție voluntară a localurilor (DG7-f) [D/I]. Responsabilul vieții de seară (DG5-f) [D]. Parteneriatul cu Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov și cu alte autorități publice pentru platforma producătorilor și pentru rutele metropolitane (DG2-a, DG2-f) [D/I]. Parteneriatele externe: orașul Bergamo, rețeaua UNESCO, orașe cu programe de viață de seară (DG6-a, DG5-f) [D/I].

Intervențiile se desfășoară în următoarea ordine: guvernanța, datele și regulile existente (5.8, 5.7 și aplicarea Ghidului teraselor din 5.1) vin întâi, pentru că nu cer investiții și condiționează restul; reperele și protecția lor (5.4), stimulentele (5.2) și educația (5.5) vin imediat după, pentru că dau conținut ofertei; spațiul public nou (5.3) și evenimentele mari (5.6) se desfășoară pe tot orizontul strategiei. Anexa B dă această ordine în format de tabel.

6. Guvernanța: cine face

6.1. Actorii și funcția care lipsește

Gastronomia nu are, astăzi, un responsabil instituțional în destinație. Breasla Cârciumarilor Brașoveni este membru al OMD Brașov și a organizat recent acțiuni comune ale localurilor (relansarea prăjiturii Streusel Kuchen, *„Miercurea Brașovenilor”*), dar operatorii declară că sectorul nu are o voce comună: *„Problema e că nu prea ne unește”* (atelierul 05) [C/D]. Primăria Municipiului Brașov a elaborat Ghidul de amplasare a teraselor, dar aplicarea lui este descrisă în consultare ca insuficientă [C/D]. Muzeele documentează patrimoniul culinar, dar nu au un mandat de produs; școlile de ospitalitate formează personal și cer un loc în guvernanța destinației; producătorii Țării Bârsei nu sunt organizați; Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov a susținut campania Streusel Kuchen, dar nu are un program gastronomic permanent [D]. Conducerea OMD, în atelierul mediului academic, constată că nici sectorul, nici administrația, nici mediul de afaceri nu au organizat un festival gastronomic al orașului (secțiunea 2.7.9) [D].

Funcția care lipsește este cea de coordonare a gastronomiei ca funcție a destinației: cine stabilește reperele, cine acordă eticheta de calitate, cine ține calendarul gastronomic, cine definește criteriile de acces la stimulente și cine reprezintă sectorul în relația cu administrația [I].

6.2. Principiul: coordonare prin OMD Brașov, reguli aplicate de Primărie, fără structuri noi

Strategia nu creează o structură nouă pentru gastronomie. Capitolul propune o arhitectură simplă, cu trei roluri [I].

OMD Brașov își asumă gastronomia ca funcție de destinație, cu un responsabil și cu un buget anual: deține cartea-etalon și, în varianta recomandată, marca colectivă a reperelor; acordă eticheta de calitate; ține calendarul gastronomic, ca parte a calendarului unic al destinației; administrează codul QR și conținutul gastronomic al integratorului pe durate; poartă dosarul de candidatură în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO; definește criteriile de acces la comunicarea destinației și la stimulente. Primăria Municipiului Brașov deține 45% din voturi în OMD Brașov, iar Breasla Cârciumarilor Brașoveni este membru al organizației [C]; OMD este, de aceea, locul firesc în care se întâlnesc regulile publice și interesul localurilor. Operatorii așteaptă de la OMD exact acest rol: *„o voce, nu 20 de voci”* (atelierul 05) [D].

Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local aplică regulile pe care le au deja (Ghidul teraselor, autorizarea, regimul comerțului ambulant), adoptă regulile care lipsesc (zonele de seară, regula micului dejun contractat, regulamentul mâncării de stradă) și folosesc instrumentele fiscale locale pentru a răsplăti calitatea (secțiunile 5.1–5.3).

Breasla Cârciumarilor Brașoveni are un rol consultativ explicit în relația cu OMD și cu Primăria și organizează cooperarea dintre localuri (secțiunea 6.3). Grupul de lucru al breslei (DG7-a) este un grup de lucru sub egida OMD.

6.3. Breasla Cârciumarilor Brașoveni (Breasla Cârciumarilor Brașoveni): rolul consultativ și cadrul cooperării

Ce spun sursele. Breasla Cârciumarilor Brașoveni este membru al OMD Brașov[259] (atelierul 12) [C/D]. A relansat, în noiembrie 2025, la Zilele Ospitalității, prăjitura Streusel Kuchen, cu paisprezece interpretări în localurile breslei[260] și organizează, între 7 octombrie și 16 decembrie 2026, programul „*Miercurea Brașovenilor*”[261], cu reduceri pentru locuitorii municipiului și ai județului (secțiunea 2.4) [C]. Operatorii constată că localurile se cunosc între ele și sunt „*cât de cât organizați*”, dar că nu există o înțelegere între sub-sectoarele turismului (atelierul 05; tema B52, 3 ateliere) [C/D]. Arhitecții constată că nu există o rețea a localurilor din centrul vechi interesată de protejarea patrimoniului (sesiunea OAR) [D].

Rolul: consultativ, în relația cu OMD Brașov și cu Primăria Municipiului Brașov. Breasla nu exercită competențe publice: autorizarea, controlul, sancțiunile, fiscalitatea și selecția comercianților de pe domeniul public rămân ale Primăriei și ale Consiliului Local. Rolul consultativ se exercită pe patru căi [I].

Prima: avize consultative asupra actelor care privesc alimentația publică, înaintea adoptării lor: aplicarea Ghidului teraselor, zonele de seară, fiscalitatea diferențiată pentru centru, regula micului dejun contractat, regulamentul mâncării de stradă, criteriile etichetei de calitate.

A doua: propuneri. Breasla propune OMD și Primăriei măsuri și priorități, inclusiv cartea-etalon și criteriile etichetei; propunerile primesc un răspuns motivat.

A treia: interlocutor unic al localurilor pentru calendar, pentru programul serii, pentru evenimentele în spațiul public și pentru situațiile care cer o reacție comună.

A patra: date. Breasla organizează un panel periodic al localurilor membre, cu date agregate și confidențiale (frecventare, bon mediu, ponderea locuitorilor între clienți, ponderea produselor locale în achiziții), care completează statistica municipală din secțiunea 8.

Cadrul cooperării dintre localuri. Pe lângă rolul consultativ, breasla este cadrul în care localurile organizează împreună: cartea-etalon și aplicarea ei (DG1-a), achizițiile comune de produs local (DG2-i),

[259] Zile și Nopți, 6 octombrie 2026, programul „Miercurea Brașovenilor” al Breslei Cârciumarilor Brașoveni (15% reducere pentru locuitorii municipiului și ai județului, miercurea, 7 octombrie – 16 decembrie 2026): https://zilesinopti.ro/2026/10/06/miercurea-restaurant-reducere-brasoveni/

[260] Biz Brașov, 12 noiembrie 2025, „Prăjitură simbol a Brașovului: streusel cu miere” (relansarea la Zilele Ospitalității, 13 noiembrie 2025; episodul din 1558–1559 prezentat ca tradiție preluată din cronici, fără izvor documentar citat): https://bizbrasov.ro/2025/11/12/prajitura-simbol-a-brasovului/ ; numărul interpretărilor, după documentația de patrimoniu culinar pusă la dispoziția proiectului.

[261] Zile și Nopți, 6 octombrie 2026, programul „Miercurea Brașovenilor” al Breslei Cârciumarilor Brașoveni (15% reducere pentru locuitorii municipiului și ai județului, miercurea, 7 octombrie – 16 decembrie 2026): https://zilesinopti.ro/2026/10/06/miercurea-restaurant-reducere-brasoveni/

prânzul onest (DG3-e), programul locuitorilor (DG5-g), bucătarii și aprovizionarea pentru programul *„Poiana celebrează lumea”* (DG6-d), îndrumarea localurilor noi (DG7-d) și fondul cultural al breslei (DG7-f) [D/I]. Cooperarea este voluntară și privată; autoritatea publică o facilitează prin stimulentele condiționate de eticheta de calitate, nu o administrează.

Forma consultării. Breasla este membru al OMD Brașov, așa că rolul ei consultativ nu are nevoie de un protocol suplimentar cu OMD: el se formalizează printr-o hotărâre a Adunării Generale a OMD, cu lista actelor supuse consultării și cu termene de răspuns, iar pentru actele Primăriei, printr-o hotărâre a Consiliului Local [I].

Condiția: reprezentativitatea. Rolul consultativ are sens numai dacă breasla îi cuprinde, pe lângă restaurantele consacrate, și cafenelele, cofetăriile și brutăriile, localurile mici și de mâncare de stradă, restaurantele hotelurilor și localurile din Poiana. O asociație a localurilor mari nu poate vorbi în numele sectorului [I]. Riscul principal este al unui aviz care apără interesul localurilor existente în detrimentul locuitorilor sau al noilor intrați pe piață; de aceea, rolul breslei rămâne consultativ, iar decizia rămâne a autorității publice, care răspunde față de toți locuitorii municipiului [I].

6.4. Ceilalți actori

Alte autorități publice și Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov răspund de lanțul scurt la scară metropolitană: platforma producătorilor, marca teritorială, rutele gastronomice metropolitane, continuitatea campaniei Streusel Kuchen și, împreună cu Primăria, de Sala Polivalentă ca infrastructură a festivalului brânzei.

Muzeele brașovene și Universitatea Transilvania documentează și verifică: sursele reperelor, cercetarea gastronomiei săsești și maghiare locale, studiul suprapunerii meniurilor, muzeul gastronomiei.

Școlile de ospitalitate și Facultatea de Alimentație și Turism formează personalul și antreprenorii și participă la structurile de lucru ale OMD; facultatea organizează Zilele Ospitalității (atelierul 12) [D].

Producătorii Țării Bârsei și asocierea lor sunt partenerii contractuali ai lanțului scurt; **administratorii de apartamente** și asocierea lor sunt partenerii micului dejun contractat.

Asociația operatorilor din Poiana Brașov este consultată asupra componentei gastronomice a Regulamentului stațiunii, adoptat și aplicat de Primăria Municipiului Brașov, și organizează, prin cooperarea voluntară a operatorilor, meniurile programului *„Poiana celebrează lumea”*, în rolul stabilit de capitolul P5.

Camera de Comerț și Industrie Brașov, asociațiile de cartier și asociațiile de riverani sunt partenerii centrului de inovare culinară, ai piațetelor de cartier și ai zonelor de seară.

Condiția de funcționare este mandatul: fără o decizie a OMD Brașov de a-și asuma gastronomia ca funcție de destinație, cu un responsabil, cu un buget și cu grupul de lucru al breslei constituit, măsurile din secțiunile 4 și 5 rămân, ca până acum, inițiative separate [I].

7. Scenarii strategice și opțiunea recomandată

Pentru șase alegeri, consultarea și datele conturează variante diferite. Fiecare scenariu prezintă variantele, criteriile de alegere și opțiunea recomandată de strategie. Acolo unde opțiunea depinde de un studiu sau de un test, recomandarea precizează etapa și instituția care decide la implementare.

S1. Poziționarea. (a) Etalonul național: promisiunea de calitate și de onestitate pe piața internă, cu reperele cărții-etalon; cost redus, risc redus, diferențiere moderată. (b) Nișa internațională a gastronomiei de munte: festivalul culturii culinare, cu brânza și tradiția pastorală ca nucleu, dosarul UNESCO, parteneriatul cu Bergamo; cost ridicat, orizont lung, diferențiere puternică. (c) Arhitectura pe trei niveluri (secțiunea 3.2). Criterii: coerența cu capitolul identitar și cu brandul destinației, capacitatea OMD Brașov, disponibilitatea partenerilor externi, existența produselor protejate. Opțiunea recomandată [I]: (c), adoptată ca poziționare în secțiunea 3.2, cu (a) ca bază pentru 2027–2030 și cu (b) condiționată de studiul de fezabilitate al Festivalului Culturii Culinare a Brașovului, realizat de OMD Brașov în 2027 (DG6-a).

S2. Instrumentul. (a) Stimulente și aplicarea normelor existente, fără reglementări noi ale ofertei. (b) Reglementarea directă a ofertei din centru (restricții de funcțiuni, plafonarea unor tipuri de comerț). (c) Combinația dintre (a) și fiscalitatea diferențiată pentru spațiile comerciale din centru, ca unic instrument cu efect restrictiv. Criterii: legalitatea, acceptabilitatea pentru breaslă și pentru proprietarii de spații, efectul asupra chiriilor și asupra locuitorilor, capacitatea de control a Primăriei. Opțiunea recomandată [I]: (c), coerentă cu principiul orientării prin stimulente, fără interdicții; fiscalitatea diferențiată se aplică după evaluarea efectului asupra chiriilor și a locuitorilor (DG3-b).

S3. Statutul temei în arhitectura strategiei. (a) Capitol tematic transversal, cu măsurile distribuite în prioritățile strategiei și în politicile orizontale S1–S6 (Tabelul 11; varianta de față). (b) Prioritate distinctă a strategiei, cu buget și responsabil propriu. (c) Program-pilot al OMD Brașov în 2027–2028, urmat de decizie. Criterii: resursele OMD, greutatea temei în consultare, riscul fragmentării măsurilor. Opțiunea recomandată [I]: (a), forma în care gastronomia intră în Volumul I, cu mandatul explicit al OMD Brașov din secțiunea 6.2.

S4. Titularul reperelor protejate. (a) Marcă colectivă deținută de OMD Brașov. (b) Marcă colectivă deținută de Breasla Cârciumarilor Brașoveni. (c) Atestări individuale ale producătorilor și ale localurilor (produs tradițional, rețetă consacrată), fără marcă comună. Criterii: cadrul juridic al mărcilor colective[262], capacitatea de control al respectării rețetei de bază, neutralitatea față de operatori, continuitatea în timp. Opțiunea recomandată [I]: (a) pentru denumirea și semnul comun al reperelor, completată cu (c) pentru produsele agroalimentare.

S5. Registrul gastronomic al Poienii Brașov. (a) Registrul rustic asumat și îmbunătățit (calitate, preț, program), cu produse ale Țării Bârsei. (b) Reorientarea spre registrul urban al orașului. (c) Diviziunea de rol explicită: orașul pentru bucătăria urbană, stațiunea pentru un rustic de calitate cu produse ale Țării Bârsei, la care se adaugă programul săptămânal al țărilor (D3-n). Criterii: așteptările clientelei stațiunii, coerența cu poziționarea premium din capitolul P5, capacitatea operatorilor. Opțiunea recomandată [I]: (c), coerentă cu capitolul P5 (D5-d).

[262]Legea nr. 84/1998 privind mărcile și indicațiile geografice, republicată, inclusiv mărcile colective: https://legeaz.net/monitorul-oficial-337-2014/legea-84-1998-marcile

S6. Amplasamentul și modelul pieței Brașovului. (a) O piață agroalimentară reabilitată sau nouă, operată de Primărie sau de o societate a ei. (b) O hală gastronomică în parteneriat public-privat, într-o clădire existentă din zona centrală, după modelul propus de Subiectul 1. (c) O piață volantă a producătorilor, săptămânală, în spațiul public, ca etapă de testare. Criterii: amplasamentul și accesul (P1), costul, operatorul, legătura cu platforma producătorilor (DG2-a), efectul asupra comerțului existent. Opțiunea recomandată [I]: (c) în 2027–2028, ca test al cererii și al ofertei de produse; alegerea dintre (a) și (b) o face Primăria Municipiului Brașov pe baza testului și a studiului de amplasament și de model (DG2-b).

8. Indicatori și monitorizare

8.1. Baza actuală și golul statistic

Destinația nu dispune de nicio statistică structurală a alimentației publice: numărul de localuri și de locuri la masă, cifra de afaceri, numărul de angajați, cheltuiala turiștilor pentru hrană, ponderea produselor locale în achiziții (secțiunea 2.4) [C]. Trei surse administrative și de cercetare existente pot acoperi golul fără costuri mari de colectare [I].

Prima este evidența Primăriei: autorizațiile de funcționare pentru alimentație publică și evidența teraselor permit o serie anuală a numărului de localuri și a locurilor la masă, pe zone (centrul istoric, cartierele, Poiana). A doua este registrul comerțului, din care se pot extrage anual, pentru municipiu, firmele cu activitate principală de alimentație publică (diviziunea 56 a clasificării activităților din economia națională), cu numărul de angajați și cu cifra de afaceri. A treia sursă o constituie chestionarele proiectului: chestionarul pentru rezidenți, care trebuie să includă frecvența ieșirilor la masă în oraș, în centru și în cartiere, cheltuiala și motivele evitării centrului, și chestionarul pentru vizitatori, care trebuie să includă cheltuiala pentru hrană, locul mesei și micul dejun. La acestea se adaugă panelul breslei (secțiunea 6.3).

Evidența Primăriei și registrul comerțului alimentează seria anuală a alimentației publice în observatorul destinației, organizat de OMD Brașov (politica orizontală S4). Pentru numărul salariaților din sector, seria are ca sursă și studiul de impact economic al turismului (OD3.3), realizat în 2028, 2031 și 2034, care estimează numărul salariaților din cazare și din alimentația publică [I].

Indicatorii de percepție se măsoară la reluările cercetării naționale (recomandat: 2028, 2031, 2034) și anual, pe baza recenziilor; indicatorii de proces se raportează anual de OMD Brașov.

8.2. Setul de indicatori

Tabelul 12. Indicatorii propuși pentru monitorizarea gastronomiei destinației (II.4)

Indicator	Sursa	Nivel de referință	Țintă 2034
Asocierea spontană a Brașovului cu mâncarea (călători)	cercetarea națională	5,9%	cel puțin 12%
Asocierea spontană a Brașovului cu mâncarea (practicanții regulați ai turismului gastronomic)	cercetarea națională	8,2%	cel puțin 15%
Nota medie a recenziilor culinare	recenziile destinației	4,37	cel puțin 4,55
Ponderea recenziilor culinare negative	recenziile destinației	17,2%	cel mult 12%

Indicator	Sursa	Nivel de referință	Țintă 2034
Ponderea recenziilor culinare negative, localurile din Poiana	recenziile destinației	33,3%	cel mult 20%
Mențiunile prețului ridicat în recenziile culinare din Poiana	recenziile destinației	8,2%	cel mult 4%
Mențiunile produselor locale în recenziile culinare	recenziile destinației	1,0%	cel puțin 5%
Mențiunile pozitive ale mâncării în recenziile de cazare, sejururi de trei nopți	recenziile Booking	6,3%	cel puțin 10%
Mențiunile micului dejun în recenziile apartamentelor în regim hotelier	recenziile Booking	6,8%	cel puțin 10%
Localuri cu repere din cartea-etalon în meniu	OMD; breasla	14 (Streusel Kuchen, 2025)	cel puțin 50
Produse și rețete ale Țării Bârsei cu protecție sau atestare oficială	registrul UE; MADR; OSIM	1 (novacul afumat)	cel puțin 4
Localuri cu eticheta de calitate a destinației	OMD	etichetă inexistentă	cel puțin 80
Terase conforme Ghidului; ocuparea efectivă față de cea închiriată, în centrul istoric	Primăria	+55% (2022)	100% conforme; cel mult +5%
Unități de închiriere pe termen scurt autorizate, cu contract de mic dejun	Primăria; OMD	regulă inexistentă	toate unitățile autorizate
Localuri cu o pondere minimă verificată de produse locale în achiziții	OMD (evidența etichetei); Primăria	necunoscut	cel puțin 50 în 2030; cel puțin 100 în 2034
Evenimente gastronomice în calendarul OMD	OMD	fără calendar	un festival de referință, cel puțin 100 de evenimente mici pe an și 52 de weekenduri „Poiana celebrează lumea”
Piațete de cartier active seara	Primăria	niciuna	cel puțin 5
Localuri în programul locuitorilor („Miercurea Brașovenilor”)	breasla	25 (toamna 2026)	program pe tot anul
Frecvența ieșirilor la masă ale brașovenilor, în centru și în cartiere	chestionarul pentru rezidenți	de stabilit la primul val	în creștere
Cheltuiala vizitatorilor pentru hrană în localuri	chestionarul pentru vizitatori	de stabilit la primul val	în creștere
Localuri, locuri la masă și angajați în alimentația publică (serie anuală)	observatorul destinației, din statistica municipală și registrul comerțului; studiul de impact economic al turismului (2028, 2031, 2034), pentru salariați	serie inexistentă	serie constituită din 2027
Durata medie a sejurului	INS	1,84 nopți	cel puțin 2,0 nopți (2,2 ca prag al ambiției)

Sursa: secțiunile 2 și 4; nivelurile de referință sunt cele calculate în capitol, țintele sunt ale strategiei și se revizuiesc la evaluarea intermediară din 2030. [C]/[I]

9. Surse și trasabilitate

Documente ale proiectului. Ateliere: transcrierile atelierelor 01–05, 07, 08, 11 și 12 și ale sesiunii arhitecților și urbaniștilor (sesiunea OAR, atelierul 13), notele manuscrise ale participanților la atelierele 01 și 07, fișele de idei ale atelierelor 09 și 10. Interviuri individuale: transcrierile celor 22 de

interviuri (24 de subiecți). Prelucrări ale consultării: matricea consolidată a temelor (interviuri și ateliere), matricea de screening cu valență a interviurilor, raportul integrat al interviurilor și analiza tematică dedicată a acestui capitol, în 20 de subteme gastronomice (Anexa A). Date secundare: raportul de analiză a destinației; extrasele INS TEMPO pentru municipiul Brașov; datele platformelor de închiriere pe termen scurt pentru Brașov și Poiana Brașov și evaluarea discrepanțelor dintre anunțuri și unitățile înregistrate; baza consolidată a recenziilor destinației. Cercetarea națională de referință: baza călătorilor, cu recodări, și baza asocierilor spontane. Documentația de patrimoniu culinar: nouă documente despre identitatea culinară a Brașovului și influențele ei, despre specificul bucătăriei din Țara Bârsei, lista de bucate specifice Țării Bârsei, lista de delicatese și meniul-prototip al bucatelor Brașovului, dulciurile de tradiție imperială și patru studii de caz (Streusel Kuchen, rabarbărul și tarhonul, friptura de Brașov, biscuiții Krumiri). Capitolele P5 și C ale strategiei, pentru temele preluate și pentru codurile la care se face trimitere.

Documente externe și validarea faptelor. Institutul Național de Statistică (TEMPO Online); Primăria Municipiului Brașov, Ghidul de amplasare a teraselor în centrul istoric (2023); Codul muncii; Ordinul nr. 724/1082/360/2013 privind atestarea produselor tradiționale; Ordinul nr. 394/2014 privind atestarea produselor alimentare obținute conform rețetelor consacrate românești; Legea nr. 84/1998 privind mărcile și indicațiile geografice; cadrul european al schemelor de calitate și al mențiunii *„produs montan”*; Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2017/640 privind novacul afumat din Țara Bârsei; Reprezentanța Comisiei Europene în România (produsele românești protejate); Centrul Regional de Informare al Națiunilor Unite (Rețeaua Orașelor Creative UNESCO, 2019); Institutul Internațional de Gastronomie, Cultură, Arte și Turism (Regiunile Gastronomice Europene; Tucson); Oficiul de turism al Sloveniei și Guvernul Sloveniei; Institutul de planificare și dezvoltare al Pragăi; Primăria Barcelonei; presa de referință (Digi24, G4Media, Profit.ro, Economedia, Romania Insider, Notes from Poland, Zile și Nopți, Biz Brașov) pentru terase, taxa specială pentru promovarea turistică, inițiativele breslei, Via Transilvanica, rețeaua UNESCO și programele de viață de seară. Registrul verificărilor, cu gradul de încredere al fiecărei surse, este în Anexa C.

Propunerea managementului de proiect integrată în capitol, marcată [I]: micul dejun contractat ca regulă locală de autorizare a apartamentelor în regim hotelier (DG4-a). Celelalte propuneri marcate [I] sunt ale echipei de proiect; punerea lor în aplicare revine instituțiilor numite în secțiunile 5 și 6.

Anexa A. Statistica tematică

Tabelul A1. Temele matricei consolidate care privesc gastronomia, cu sursele în care apar (II.4)

Cod	Tema	Interviuri (subiecți)	Ateliere	Sursele
A6	Gastronomia: bogăție, produse locale, patrimoniu culinar urban documentabil	12 (14)	6	Subiecții 3, 4, 5, 8, 9, 12, 13, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23; atelierele 01, 04, 05, 10, 11, 12
A37	Piața de alimentație publică competitivă și de calitate	0	2	atelierele 05, 11
B2	Banalizarea gastronomiei centrului	5 (6)	4	Subiecții 5, 9, 19, 20, 22, 23; atelierele 03, 04, 05, 11
B23	Deficitul de mândrie și de cunoaștere locală („nu ne iubim mâncarea”)	8	2	Subiecții 1, 5, 9, 10, 14, 21, 22, 23; atelierele 02, 12
B32	Prețurile nejustificate în alimentația publică	5	2	Subiecții 1, 8, 16, 21, 22; atelierele 03, 04

Cod	Tema	Interviuri (subiecți)	Ateliere	Sursele
B33	Restaurantele nu valorifică gastronomia locală; produsele locale nefolosite	5 (6)	2	Subiecții 5, 9, 19, 20, 22, 23; atelierele 05, 11
B50	Calitatea serviciilor în scădere; dificultățile de personal	0	2	atelierele 04, 05
B51	Fragilitatea antreprenoriatului din alimentația publică	0	2	atelierele 05, 12
B52	Lipsa cooperării între sub-sectoarele turismului	0	3	atelierele 05, 07, 10
C3	Produse locale în alimentația publică: mic dejun contractat, meniuri locale, stimulente fiscale, platformă a producătorilor	4 (5)	0	Subiecții 5, 19, 20, 22, 23
C11	Gastronomie strategică: rețeaua UNESCO, carte-etalon, rețete certificate, studiul meniurilor, mâncare de stradă onestă, livezi	5	3	Subiecții 1, 5, 9, 22, 23; atelierele 05, 11, 12
C45	Etichetă de calitate și standarde de serviciu	0	3	atelierele 04, 12, 13
C8	Evenimente, inclusiv festivalul brânzei și berea locală	14 (16)	12	Subiecții 1, 3, 4, 5, 9, 11, 12, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 24; toate atelierele
B38	Haosul comunicării vizuale a comerțului, inclusiv terasele	15 (17)	2	Subiecții 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 24; atelierele 01, 10
C32	Regim vizual unitar, inclusiv standardizarea teraselor	12 (13)	3	Subiecții 1, 6, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 24; atelierele 01, 07, 13
B5	Cazările nedeclarate	11 (13)	2	Subiecții 1, 2, 3, 4, 7, 13, 15, 17, 19, 20, 21, 22, 23; atelierele 08, 13
C2	Reglementarea apartamentelor în regim hotelier	7 (9)	3	Subiecții 1, 2, 3, 4, 13, 15, 19, 20, 21; atelierele 05, 08, 13
B15	Viața de seară inexistentă; regulile de liniște	7 (9)	9	Subiecții 3, 4, 11, 12, 14, 19, 20, 21, 22; atelierele 01, 02, 03, 04, 05, 08, 11, 12, 13
C19	Program prelungit, zonă de divertisment, viață de seară	6 (8)	7	Subiecții 3, 4, 11, 14, 19, 20, 21, 22; atelierele 01, 02, 03, 07, 08, 12, 13
C17	Rezidenții: card de rezident, strategie pentru brașovean	6	8	Subiecții 7, 11, 15, 18, 21, 24; atelierele 01, 02, 03, 07, 09, 11, 12, 13
C26	Taxe și impozite diferențiate pentru centru	5 (6)	0	Subiecții 2, 7, 10, 17, 19, 20
C38	Dezvoltare policentrică: poli în afara centrului	0	6	atelierele 02, 03, 08, 11, 12, 13

Sursa: matricea consolidată a temelor și matricea de screening cu valență. Unitatea de numărare pentru ateliere este atelierul; atelierul 13 este sesiunea arhitecților și urbaniștilor (OAR). [C]

Tabelul A2. Subtemele analizei tematice dedicate (II.4)

Cod	Subtema	Pasaje în interviuri	Interviuri (din 22)	Pasaje în ateliere	Ateliere (din 12)	Valența dominantă
G13	Prelungirea ședерii, pachete, experiențe	82	19	68	11	propunere
G15	Locuitorii și consumul în centru; orașul viu seara	33	17	69	11	problemă
G02	Patrimoniul culinar urban și multicultural	71	10	29	8	propunere, atu
G04	Raportul dintre calitate și preț; economia alimentației publice	35	12	64	9	problemă
G18	Guvernanța: cine face	54	18	40	8	propunere
G16	Vin, bere, cafenele, cofetării	45	17	47	10	atu, propunere
G19	Modele externe	57	16	31	9	propunere

Cod	Subtema	Pasaje în interviuri	Interviuri (din 22)	Pasaje în ateliere	Ateliere (din 12)	Valența dominantă
G14	Percepția turiștilor; reputația	31	14	53	10	problemă
G12	Standardizare, certificare, marcă	57	9	20	6	propunere
G03	Banalizarea gastronomică a centrului	34	10	36	8	problemă
G01	„Se mănâncă bine"; bogăția ofertei	32	14	31	9	atu
G05	Produsele locale, Țara Bârsei, lanțul scurt	41	12	19	9	propunere
G10	Gastronomia în Poiana Brașov	31	11	26	7	problemă
G09	Evenimentele gastronomice	35	8	21	8	propunere
G07	Terasele, ordinea vizuală, reglementarea	34	14	18	8	problemă, propunere
G08	Forța de muncă, educația, antreprenoriatul	27	12	21	5	problemă, propunere
G11	Apartamentele în regim hotelier și consumul; micul dejun	12	11	30	6	problemă
G06	Mâncarea de stradă onestă; localurile simple	24	11	17	5	propunere, problemă
G17	Gastronomia în cartiere; policentrism	18	7	14	7	propunere
G20	Altele (grătarul, deșeurile și urșii, turismul de afaceri)	34	17	36	11	mixtă

Sursa: analiza tematică dedicată a interviurilor 01–22 și a atelierelor 01–05 și 07–13, în 20 de subteme gastronomice; un pasaj poate purta mai multe coduri. [C]

Tabelul A3. Pasajele gastronomice pe surse (II.4)

Sursa	Pasaje	Atu	Problemă	Propunere	Centralitatea temei
Interviul 01 (Subiect 1)	15	1	5	9	secundară
Interviul 02 (Subiect 2)	7	5	1	1	incidentală
Interviul 03 (Subiecții 3–4)	15	4	4	7	secundară
Interviul 04 (Subiect 5)	49	11	6	32	centrală
Interviul 05 (Subiect 6)	13	4	4	5	secundară
Interviul 06 (Subiect 7)	7	4	2	1	incidentală
Interviul 07 (Subiect 8)	8	2	4	2	secundară
Interviul 08 (Subiect 9)	14	7	1	6	secundară
Interviul 09 (Subiect 10)	12	4	3	5	secundară
Interviul 10 (Subiect 11)	9	1	4	4	secundară
Interviul 11 (Subiect 12)	16	5	6	5	secundară
Interviul 12 (Subiect 13)	5	1	2	2	secundară
Interviul 13 (Subiect 14)	22	6	6	10	secundară
Interviul 14 (Subiect 15)	1	1	0	0	incidentală
Interviul 15 (Subiect 16)	6	3	2	1	secundară
Interviul 16 (Subiect 17)	17	7	3	7	secundară
Interviul 17 (Subiect 18)	1	0	1	0	incidentală
Interviul 18 (Subiecții 19–20)	25	5	8	12	secundară
Interviul 19 (Subiect 21)	11	5	4	2	incidentală
Interviul 20 (Subiect 22)	49	5	25	19	centrală

Sursa	Pasaje	Atu	Problemă	Propunere	Centralitatea temei
Interviul 21 (Subiect 23)	14	4	5	5	secundară
Interviul 22 (Subiect 24)	8	1	5	2	incidentală
Atelierul 01	20	9	6	5	secundară
Atelierul 02	22	6	14	2	incidentală
Atelierul 03	25	6	12	7	secundară
Atelierul 04	25	9	13	3	secundară
Atelierul 05	91	26	41	24	centrală
Atelierul 07	10	1	1	8	incidentală
Atelierul 08	19	5	7	7	secundară
Atelierul 09	0	-	-	-	absentă
Atelierul 10	5	1	2	2	incidentală
Atelierul 11	23	12	5	6	secundară
Atelierul 12	23	5	9	9	secundară
Atelierul 13 (sesiunea OAR)	32	2	16	14	secundară
Total	**619**	**168**	**227**	**224**	-

Sursa: analiza tematică dedicată a capitolului. [C]

Tabelul A4. Perechile de subteme care apar cel mai des în aceleași pasaje (II.4)

Pereche de subteme	Pasaje comune
G02 Patrimoniul culinar și G12 Standardizare, certificare, marcă	37
G13 Prelungirea șederii și G16 Vin, bere, cafenele, cofetării	29
G13 Prelungirea șederii și G19 Modele externe	25
G02 Patrimoniul culinar și G13 Prelungirea șederii	25
G15 Locuitorii și orașul viu și G16 Vin, bere, cafenele, cofetării	24
G05 Produsele locale și G13 Prelungirea șederii	20
G03 Banalizarea centrului și G14 Percepția turiștilor	19
G04 Prețul și G14 Percepția turiștilor	17
G07 Terasele și G15 Locuitorii și orașul viu	17
G05 Produsele locale și G12 Standardizare, certificare, marcă	17

Sursa: analiza tematică dedicată a capitolului. [C]

Anexa B. Inventarul intervențiilor autorității publice

Prioritate 1: condiționează restul; prioritate 2: intervenție de bază a orizontului 2027–2031; prioritate 3: termen lung sau condiționată de un scenariu.

Tabelul B1. Intervențiile autorității publice în gastronomia destinației, pe domenii (II.4)

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
1	Reguli	Aplicarea Ghidului de amplasare a teraselor: măsurare anuală, taxare după suprafața ocupată, eliminarea mobilierului cu elemente de marcă, a închiderilor și a echipamentelor de preparare; publicarea ponderii teraselor conforme	DG3-a	Primăria; Poliția Locală	2027	1
2	Reguli	Hotărârea privind zonele de seară, cu program	DG3-c	Consiliul Local	2027–2028	2

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
		prelungit după ora 22 și consultarea riveranilor				
3	Reguli	Regula locală de autorizare a apartamentelor în regim hotelier, cu micul dejun contractat, după verificarea juridică și un pilot voluntar	DG4-a	Primăria; Consiliul Local; OMD	2027–2028	2
4	Reguli	Regulamentul mâncării de stradă oneste	DG3-d	Consiliul Local	2028	2
5	Reguli	Comerțul stradal de bună calitate în centrul istoric, prin stimulente și prin aplicarea regulilor existente	DG3-h	Primăria; Poliția Locală	2027–2028	2
6	Reguli	Componenta gastronomică a Regulamentului stațiunii Poiana Brașov	DG1, DG2-g; P5 D5-a, D5-d	Consiliul Local, cu avizul consultativ al asociației operatorilor	2027–2028	2
7	Reguli	Extinderea micului dejun contractat în Poiana Brașov, prin Regulamentul stațiunii	DG4-c; P5 D5-a, D5-c	Consiliul Local, cu avizul consultativ al asociației operatorilor	2028–2029	3
8	Reguli	Regulile piațetelor de cartier: program, curățenie, licitația operatorilor	DG5-a	Primăria; Consiliul Local	2027	2
9	Fiscalitate	Fiscalitatea diferențiată pentru spațiile comerciale din centrul istoric	DG3-b	Consiliul Local	2027–2028	2
10	Fiscalitate	Reducerea taxelor locale pentru localurile cu produs local verificat	DG2-c	Consiliul Local; Direcția Fiscală	2028	2
11	Stimulente	Chirii preferențiale în spațiile municipale pentru reperele cărții-etalon, mâncarea de stradă onestă și polii de calitate	DG3-d, DG5-c	Primăria	2028–2030	2
12	Stimulente	Acces prioritar la evenimentele orașului, în condițiile de taxare a domeniului public stabilite prin hotărârile Consiliului Local, și spații de promovare pentru localurile cu etichetă și pentru producători	DG2-c, DG6-f	Primăria; OMD	2028	3
13	Spațiu public	Piața Brașovului: studiul de amplasament și de model; piața volantă de test	DG2-b, scenariul S6	Primăria	2027–2028	2
14	Spațiu public	Piața Brașovului: realizarea pieței și a halei gastronomice	DG2-b	Primăria; parteneri privați	2029–2032	3
15	Spațiu public	Amenajarea Poienii Honterus pentru festivaluri culinare și grătare	DG5-d	Primăria; Regia Pădurilor Kronstadt	2028–2030	3
16	Spațiu public	Piațetele de cartier, cu pilot în Piața Astra	DG5-a	Primăria	2027–2032	2
17	Spațiu public	Căsuțe pentru evenimente mici pe pietonală și în nucleele adiacente culoarului principal	DG3-g, DG6-c	Primăria; OMD	2027–2028	2
18	Spațiu public	Cetățuia: restaurare și funcțiune, cu restaurant de epocă și gastronomie pastorală	DG1-f	Primăria	2030–2034	3
19	Patrimoniu	Verificarea documentară a atestărilor pe care se sprijină reperele	DG1-d	OMD; muzeele; Universitatea Transilvania	2027	1
20	Patrimoniu	Marca colectivă a reperelor: stabilirea titularului și înregistrarea la OSIM	DG1-b, scenariul S4	OMD; breasla	2028–2030	2
21	Patrimoniu	Sprijin pentru atestări (produs tradițional, rețetă consacrată, „produs montan") și evaluarea unei cereri de IGP pentru brânza de burduf în coajă de brad	DG1-b, DG2-h	alte autorități publice; Agenția Metropolitană; Direcția pentru Agricultură Județeană	2028–2031	2

Nr.	Domeniu	Intervenția	Cod	Responsabil	Orizont	Prioritate
22	Patrimoniu	Muzeul gastronomiei brașovene	DG1-f	Primăria; muzeele	2030–2034	3
23	Educație	Școlile de profil în structurile de lucru ale OMD	DG7-c	OMD	2027	2
24	Educație	Programele anuale de pregătire a personalului de primire, inclusiv a taximetriștilor	DG1-g, DG7-e	OMD; Primăria; școlile	2028	2
25	Educație	Studiul anual al suprapunerii meniurilor	DG3-f	OMD; Universitatea Transilvania	2027	2
26	Educație	Centrul de inovare culinară, cu amplasament posibil în extinderea CATTIA	DG7-g	Primăria	2029–2031	3
27	Evenimente	Calendarul gastronomic în calendarul unic al destinației	DG6; C DC6	OMD	2027	1
28	Evenimente	Studiul de fezabilitate al Festivalului Culturii Culinare a Brașovului; scrisoarea de intenție către partenerii din Bergamo	DG6-a	OMD; Primăria; alte autorități publice	2027	2
29	Evenimente	Dosarul de candidatură în Rețeaua Orașelor Creative UNESCO pe gastronomie	DG6-a	OMD; Primăria	2030–2032	3
30	Evenimente	Festivalul berii locale, pe teren public	DG6-b	OMD; Primăria; breasla	2027–2028	2
31	Evenimente	Târgul de Crăciun extins, cu selecția comercianților pe criterii de produs local	DG6-e	Primăria; OMD	2027	2
32	Evenimente	Zona de mâncare cu produs local la evenimentele mari ale orașului	DG6-f	OMD; Primăria	2028	2
32a	Evenimente	Standardul „Evenimente Verzi Brașov” pentru zona de mâncare: produs local, veselă reutilizabilă, colectare selectivă, redistribuirea hranei	DG6-g	Primăria; OMD Brașov; breasla	2027–2028	2
33	Date	Statistica municipală a alimentației publice (localuri, locuri la masă, angajați, cifră de afaceri), ca serie a observatorului destinației, cu numărul salariaților preluat și din studiul de impact economic al turismului (2028, 2031, 2034)	secț. 8	Primăria; OMD	2027	1
34	Date	Itemii gastronomici din chestionarele pentru rezidenți și pentru vizitatori	secț. 8	OMD	2027	1
35	Date	Monitorizarea anuală a recenziilor culinare, cu raport public	secț. 8	OMD	2027	2
36	Date	Monitorizarea micului dejun contractat	DG4-d	OMD; Primăria	2028	3
37	Guvernanță	Mandatul OMD Brașov pentru gastronomia destinației, cu responsabil și buget	secț. 6.2	OMD; Primăria	2027	1
38	Guvernanță	Formalizarea rolului consultativ al breslei prin hotărârea Adunării Generale a OMD și, pentru actele Primăriei, prin hotărâre a Consiliului Local	secț. 6.3, DG7-a	Adunarea Generală a OMD; Primăria; Consiliul Local	2027	1
39	Finanțare	Promovarea calendarului gastronomic din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD; fondul voluntar al breslei	DG7-f	OMD; breasla	2028	2
40	Guvernanță	Responsabilul vieții de seară	DG5-f	OMD; Primăria	2027	2
41	Guvernanță	Parteneriatul pentru platforma producătorilor și pentru rutele metropolitane	DG2-a, DG2-f	alte autorități publice; Agenția Metropolitană; Primăria	2027–2028	2
42	Guvernanță	Cardul de rezident și programul locuitorilor	DG5-g	Primăria; OMD; breasla	2028	2

Sursa: secțiunile 4, 5 și 6.

Anexa C. Registrul verificărilor factuale

Registrul consemnează faptele invocate în consultare și în documentele proiectului care au fost verificate din surse externe, cu gradul de încredere al sursei: CO (confirmat oficial: instituție publică, act normativ, organizator oficial), SS (sursă secundară, de regulă presă de referință, concordantă), NC (neconfirmat), și cu discrepanța față de declarațiile [D] ale stakeholderilor. Corecturile sunt aplicate în text; unde verificarea nu a fost posibilă, afirmația rămâne [D].

Tabelul C1. Faptele verificate, sursa și discrepanța față de declarațiile din consultare (II.4)

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
1	Taxa specială pentru promovarea turistică: 7 + 5 lei pe turist și noapte	Adoptată de Consiliul Local la 22 decembrie 2025 (SS, concordant)	presă	Concordă
2	Ponderea Primăriei în OMD Brașov	45% din voturi (CO, documentele OMD)	OMD Brașov	Concordă
3	Novacul afumat din Țara Bârsei	Indicație geografică protejată, Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2017/640 (CO)	Uniunea Europeană; Profit.ro	Neinvocat în consultare și în documentația de patrimoniu; context nou
4	Bergamo, „unul din orașele care dă Oscarul la brânză” (Subiect 5)	Bergamo este oraș creativ UNESCO al gastronomiei din 2019 (SS); a găzduit World Cheese Awards în 2019 (SS)	UNRIC; Visit Bergamo	Nuanțat: orașul a găzduit competiția în 2019, nu este un juriu permanent
5	„Din cele 20 de brânzeturi italiene recunoscute la nivel european, nouă sunt din Bergamo” (Subiect 5)	Nouă brânzeturi DOP în provincia Bergamo, dintr-un total italian de circa 50 (SS)	Visit Bergamo	Corectat: circa 50, nu 20
6	Orașele românești din Rețeaua Orașelor Creative UNESCO	Cluj-Napoca (film, 2021), Iași (literatură, 2023), Bistrița (arhitectură, 2025); niciun oraș al gastronomiei (SS)	Romania Insider	Context pentru DG6-a
7	Tucson, model invocat de Subiectul 5	Primul oraș al gastronomiei din SUA în rețeaua UNESCO, 2015 (SS)	IGCAT	Concordă
8	Sibiu, reper gastronomic recunoscut	Regiune Gastronomică Europeană în 2019 (SS)	IGCAT	Context pentru controversa „capitală sau etalon”
9	Slovenia, model de gastronomie de destinație	Regiune Gastronomică Europeană 2021; gastronomia între produsele principale ale strategiei 2017–2021; eticheta „Gostilna Slovenija”, cu criterii de produs local (CO)	Oficiul de turism al Sloveniei; Guvernul Sloveniei	Context nou, folosit în DG2-c și DG7-b
10	Biscuiții Krumiri, Casale Monferrato	Creați în 1878 (SS); protecțiile invocate în documentație (De.Co., marcă istorică) neconfirmate (NC)	Wikipedia	Documentația dă și anul 1787; corectat la 1878
11	Streusel Kuchen, atestat în 1556 sau 1558 prin darurile trimise domnului Țării Românești	Niciun izvor identificat (NC); presa prezintă episodul ca tradiție preluată din cronici, fără izvor citat (SS)	Biz Brașov, 12 noiembrie 2025	Rămâne [D], prezentat ca tradiție orală
12	Relansarea Streusel Kuchen	noiembrie 2025, la Zilele Ospitalității; paisprezece interpretări (SS; documentația de patrimoniu culinar)	Biz Brașov, 12 noiembrie 2025; documentația	Concordă cu documentația (paisprezece interpretări)
13	„Miercurea Brașovenilor”	Program al Breslei Cârciumarilor Brașoveni, 7 octombrie – 16 decembrie	Zile și Nopți	Context nou, ulterior consultării

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
		2026, 15% reducere pentru locuitori; breasla este membru al OMD (SS)		
14	Breslele brutarilor, covrigarilor și franzelarilor „la 1700”, cu turn de întreținut	Niciun izvor identificat în timpul verificării (NC)	-	Rămâne [D]
15	Rabarbărul cultivat la Brașov „de pe la 1830–1840”	Niciun izvor identificat (NC)	-	Rămâne [D]
16	Marțea cu plăcinte, obicei burghez de secol XIX	Niciun izvor identificat în timpul verificării (NC)	-	Rămâne [D]
17	Repausul săptămânal de 48 de ore; „singura țară din Uniunea Europeană”	Codul muncii, art. 137: 48 de ore consecutive, de regulă sâmbăta și duminica, cu posibilitatea altor zile și a cumulării (CO); exclusivitatea în UE neconfirmată (NC)	Codul muncii	Regula concordă; „singura” rămâne [D]
18	Salariul minim „a crescut de 8 ori” de la începutul unei afaceri	Dependent de anul de referință; nu a fost verificat (NC)	-	Rămâne [D]
19	„9 din 10 businessuri în HoReCa” se închid	Niciun studiu identificat (NC)	-	Rămâne [D]
20	50% sau 74% din deciziile de cumpărare bazate pe preț	Niciun studiu identificat (NC)	-	Rămâne [D]
21	„85% din ofertă e cu pizza și paste”; „90%” din oferta generică	Nicio măsurare a ofertei; recenziile nu sunt reprezentative pentru structura ofertei (NC)	-	Rămâne [D]; studiul meniurilor (DG3-f)
22	„Peste 8.000 de ciorbe” în promovarea externă a României	Nicio sursă identificată (NC)	-	Rămâne [D]
23	Oktoberfestul de la Brașov organizat pe teren privat	Neverificat (NC)	-	Rămâne [D]
24	Festivalurile locale ale căpșunilor și ale plăcintelor	Neverificate (NC)	-	Rămân [D]
25	Oferta orașului Bergamo, „acum 6 ani”, privind premiul pentru brânză	Neverificată (NC)	-	Rămâne [D]
26	Cetățuia ca restaurant de clasă în perioada comunistă	Neverificat (NC)	-	Rămâne [D]
27	Ocuparea teraselor din centrul istoric	5.106 mp ocupați față de 3.289 mp închiriați în 2022, +55% (CO)	Ghidul de amplasare a teraselor	Concordă cu descrierea „haosului” din interviuri
28	Locurile la terase și regulile din 2023	Circa 4.000 de locuri; sezonul 2023 deschis cu noul regulament (SS)	Digi24; G4Media	Context
29	„Prague Tables and Chairs”, model al Ghidului teraselor	Program al institutului de planificare al Pragăi (CO)	IPR Praha	Concordă
30	„Primarul de noapte”, model invocat de conducerea OMD	Cracovia, iulie 2024, după Amsterdam, Toulouse, Florența, Praga (SS)	Notes from Poland	Concordă
31	Cantinele de tip bar cu lapte din Cracovia, model al cantinei comuniste	Instituție existentă la Cracovia (SS)	In Your Pocket	Concordă
32	Piața Boqueria, model al pieței Brașovului	Piață municipală a Barcelonei (CO)	Primăria Barcelonei	Concordă
33	Via Transilvanica	Traseu pedestru de interes național (SS)	Economedia	Concordă

Nr.	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
34	Programul teraselor din centru până la ora 22, stabilit prin hotărâre a Consiliului Local („10:00 HCL")	Neverificat; afirmația a fost contestată în aceeași sesiune, cu precizarea că programul ar fi fost extins (NC)	-	Rămâne [D]; de verificat în hotărârile Consiliului Local înaintea măsurii DG3-c
35	Instrumentele de protecție și atestare disponibile	Ordinul nr. 724/1082/360/2013; Ordinul nr. 394/2014; mențiunea „produs montan"; marca colectivă (Legea nr. 84/1998) (CO)	acte normative	Neinvocate în consultare; context nou

Sursa: verificările echipei de proiect din sursele indicate.

Anexa D. Inventarul preparatelor din documentația de patrimoniu culinar

Atribuirea de comunitate sau de origine este cea a documentelor; *„neatribuit"* înseamnă că documentul listează preparatul fără a-i indica originea. Datările din coloana a doua sunt ale documentelor și nu au fost verificate, cu excepțiile consemnate în Anexa C. Codurile documentelor: 01 identitatea culinară a Brașovului și influențele ei; 02 specificul bucătăriei din Țara Bârsei; 03 lista de bucate specifice Țării Bârsei; 04 meniul-prototip al bucatelor Brașovului și lista de delicatese; 05 dulciurile de tradiție imperială; 06 studiul de caz Streusel Kuchen; 07 studiul de caz rabarbăr și tarhon; 08 studiul de caz friptura de Brașov; 09 studiul de caz Krumiri.

Tabelul D1. Preparatele, produsele și băuturile din documentația de patrimoniu culinar (II.4)

Preparat	Comunitate sau origine, după documente	Tip	Documente
Plăcinte mocănești, cu refrec (brânză de burduf, untură de gâscă)	pastoral, românesc	gustare	01 02 03 04
Brânză de burduf; platou de brânzeturi de oaie (caș, burduf, cașcaval, telemea, caș afumat)	pastoral	produs	01 02 03 04
Scovergi cu brânză și mărar sau cu varză; scoverzi de Lăsatul Secului (Șchei)	pastoral; creștin-ritual	gustare	01 02 03 04 05
Pogăci cu jumări și piper sau cu cașcaval	neatribuit (nume maghiar)	gustare	02 03 04
Sărățele cu chimen	neatribuit	gustare	01 02 03 04
Tarte sau pâine cu pastă de jumări	neatribuit	gustare	01 02 03 04
Bulete cu brânză	neatribuit	gustare	02 03 04
Pesmet de Brașov	neatribuit (nume local)	produs	02 03 04
Bundaşkenyer (pâine în ou)	maghiar	gustare	01 02 03 04
Prune murate (cu migdale)	neatribuit	gustare, salată	01 02 03 04
Salată de sfeclă roșie cu chimen și hrean ras	neatribuit	salată	01 02 03 04
Salată de varză de Stupini cu lămâie și zahăr	local (Stupini)	salată	04
Salată de castraveți	pastoral (garnitură)	salată	01 02
Salată de vinete cu ceapă	otoman-balcanic	salată	01 02
Pâine cu lebăr și ceapă roșie; lebăr, tobă, cârnat de porc, ruladă de iepure	săsesc, rural	produs	01
Cotoroage cu piper și mujdei	neatribuit	gustare	01
Batog de pește afumat	neatribuit	gustare	01
Crochete brașovene	neatribuit (nume local)	gustare	01
Pâine de casă cu cartofi	rural, agrar	produs	01 02

Preparat	Comunitate sau origine, după documente	Tip	Documente
Franzela brașoveană; covrigii brașoveni	urban, săsesc, al breslelor	produs	01 02
Gogoși, croampăne, plăcinte cu gem, zahăr sau caşcaval; gogoși de Fărșang	rural, săsesc; creștin	produs	01 05
Turtă dulce (Lebkuchen)	săsesc	produs	01 02
Mititei; zacuscă; măsline grecești și turcești	urban, balcanic-oriental	gustare	02
Ciorbă de cartofi cu afumătură și tarhon	transilvănean; marker tarhon	supă	01 02 03 04 07
Ciorbă de fasole boabe cu tarhon (și în pâine)	marker tarhon	supă	01 02 03 04 07
Ciorbă de orez cu afumătură și tarhon	marker tarhon	supă	02 03 04 07
Ciorbă de miel cu tarhon	pastoral; marker tarhon	supă	01 02 03 04 07
Ciorbă de porc sau de afumătură cu smântână și tarhon	marker tarhon	supă	07
Ciorbă de salată cu ou și slănină	neatribuit	supă	01 02 03 04
Broc cu usturoi (de post)	creștin	supă	01 02 03 04
Supă de chimen cu crutoane	neatribuit	supă	01 02 03 04
Supă de vită cu șofran și tăiței	neatribuit	supă	01 02 03 04
Rasol de vită cu sos de ruzinci sau de afine și salată de hrean	neatribuit	fel principal	01 02
Ciorbă cu borș	balcanic	supă	02
Bulz cu brânză de burduf (pe grătar)	pastoral	fel principal	01 02 03 04
Mămăligă cu brânză la cuptor, cu salată de castraveți	pastoral	fel principal	01 02 03 04
Pancov cu mațe de miel (ciuperci murate, gogoșari)	pastoral	fel principal	02 03 04
Friptură de miel la cuptor cu cartofi și cimbru	pastoral	fel principal	01 02 03 04
Tocană de oaie la ceaun; tocana transilvăneană	pastoral; transilvănean	fel principal	01 02 03 04 08
Berbecuț la proțap cu legume; coaste de berbecuț	pastoral, festiv	fel principal	01 02 03 04
Pastramă de oaie (cu vin)	pastoral	fel principal	02 03 04
Spanac piure cu pulpă de miel	neatribuit	fel principal	02 03 04
Ruladă din mușchi și carne de miel	neatribuit	fel principal	01
Clătite brașovene pane cu carne și sos roșu	urban, al vechiului burg; preparat-reper al restaurantelor	fel principal	01 02 03 04
Clătite brașovene cu brânză, vanilie și stafide sau cu brânză de burduf	neatribuit	desert, fel principal	02
Sarmale de post cu varză murată și stafide fierte în vin	creștin (post)	fel principal	01 02 03 04
Sarmale albe cu carne de porc și afumătură, cu cimbru	maghiar (după documentul 01)	fel principal	01 02
Sarmale cu foi de viță; chiftele; pilaf; ghiveci; musaca de vită cu vinete	otoman-balcanic	fel principal	01 02
Drob	creștin	fel principal	01 02
Tocană de porc cu cartofi	neatribuit	fel principal	02 03 04
Friptură de porc la tavă cu piure și sos brun	neatribuit	fel principal	01
Friptură de vită la cuptor	săsesc	fel principal	01
Fleică de vită cu sos de vin sau de coacăze	neatribuit	fel principal	01
Cârnați de casă afumați cu fenicul și varză călită	neatribuit	fel principal	02 03 04
Ciolan afumat și iahnie de fasole	neatribuit	fel principal	02 03 04
Limbă de vacă cu măsline (și găluște)	austriac, săsesc	fel principal	01 02 03 04

Preparat	Comunitate sau origine, după documente	Tip	Documente
Șnițel vienez de vită; șnițel de porc sau de pui cu piure	vienez, austriac	fel principal	01 02 03 04
Gulaș de vită cu cartofi	maghiar	fel principal	01 02 03 04
Friptura măruntă de Brașov (Brassói aprópecsenye)	maghiar (numele); origine disputată	fel principal	01 02 03 04 08
Rizzi-bizzi (orez cu mazăre)	italian, secolul al XIX-lea	fel principal	01 02
Talmeș-balmeș	austriac (după documentul 02)	fel principal	02
Streusel Kuchen cu mac sau cu miere (variante cu mere, prune, ruzinci, rabarbăr)	săsesc; atestare declarată pentru 1556 sau 1558, neconfirmată	desert	01 02 03 04 06
Hencleș (Hancklich) cu smântână și brânză de vaci	săsesc, agrar	desert	02 03 04
Cuib de viespi cu mac	neatribuit	desert	02 03 04
Cozonac cu mac	neatribuit	desert	02 03 04
Melci cu mac sau cu vanilie; ștrudel	vienez	desert	01
Bienenstich (prăjitură cu miere)	săsesc	desert	01
Kürtőskalács; Baumstriezel („kurtoș săsesc”)	maghiar; săsesc	desert	01
Curmale brașovene	neatribuit (nume local)	desert	02 03 04
Prăjitură cu griș	neatribuit	desert	02 03 04
Papanași fierți	neatribuit	desert	01 02 03 04
Plăcintă cu mere	neatribuit	desert	02 03 04
Gomboți cu prune	neatribuit	desert	01 02 03 04
Clătite cu gem de măceșe sau de fructe de pădure; clătitele de carnaval	creștin-ritual; italian	desert	01 02 03 04 05
Plăcintă cu rabarbăr; tartă cu rabarbăr	marker rabarbăr	desert	01 02 03 04 07
Gem de rabarbăr	marker rabarbăr	produs	02 07
Dulceață de petale de trandafir	neatribuit	produs	02 03 04
Gem de fragi cu must de ruzinci; gem de măceșe	neatribuit; maghiar	produs	01 02
Plăcintă cu lapte gros	pastoral	desert	01
Orez cu lapte (cu cireșe); șerbet; baclava	otoman-balcanic	desert	01 02
Colivă; măcinici	creștin	desert	01 02
Işler	vienez, imperial	desert	01 02 03 04 05
Linzer	austriac	desert	01 02 03 04 05
Biscuiți șprițați; Krumiri	italian (Casale Monferrato, 1878)	desert	01 02 03 04 05 09
Tort Doboș	maghiar, imperial (Budapesta)	desert	01 02 03 04 05
Tort Sacher	vienez, imperial	desert	01 02 03 04
Cremșnit	urban, burghez („prăjitura de duminică”)	desert	01 02 03 04 05
Zserbo (Greta Garbo)	maghiar	desert	01 02 03 04
Kaiserschmarrn (șmarn împărătesc)	austriac, imperial	desert	01 02
Prăjitura Esterházy; cornulețe Kossuth; ecler; turnedo Rossini	maghiar; urban	desert, fel principal	01 02
Crampampuli (flambat la masă)	transilvănean, austriac	băutură	01 02 03 04
Rozoliu (lichior de trandafiri)	italian	băutură	01 02 03 04
Afinată	neatribuit	băutură	01 02 03 04

Preparat	Comunitate sau origine, după documente	Tip	Documente
Lichior de ouă, de mentă, de portocale	austriac; de casă	băutură	01 02 03 04
Vin de ruzinci; vin de agrișe	maghiar; săsesc	băutură	01 02 03 04
Pălincă de prune sau de mere; țuică de prune	maghiar; săsesc	băutură	01 02 03 04
Cafea vieneză; Kapuziner; cacao; ciocolată caldă	vienez	băutură	01 02 03 04
Cafea Maria Theresia cu frișcă și lichior de portocale	austriac	băutură	01 02 03 04
Șpriț; Schnaps; limoncello	austriac; italian	băutură	01 02
Compot de rabarbăr	marker rabarbăr	băutură	01 02 03 04 07
Compot de mere fierte în vin cu mirodenii	neatribuit	băutură	02 03 04
Limonadă cu frunze de verbină; zară; vin roșu și alb	neatribuit; pastoral	băutură	01
Lichior de mastic; cafea; ceai	otoman	băutură	01 02
Tarhon: oțet cu tarhon, tarhon murat, sosuri cu tarhon pentru fripturi	marker aromatic (grădinile săsești și maghiare, gospodăriile românești)	produs	01 02 07

Sursa: documentația de patrimoniu culinar pusă la dispoziția proiectului (nouă documente). [D]

II.5. Cultura (C)

Cultura – liantul locuitorilor și motiv de vizită: patrimoniu, identități, instituții și evenimente în dezvoltarea locală prin turism

Capitol tematic · Politica 5 din Volumul I, secțiunea 3.5



Junii Brașovului, patrimoniul viu al orașului (foto: arhiva proiectului, BrandBerry srl)

Cheie de lectură

Capitolul este conceput să funcționeze în două regimuri de lectură. În primul, este o secțiune a Volumului I al Strategiei 2027–2034, care dă conținut cultural priorităților P2 (centrul istoric coordonat vizual), P4 (centrul expozițional și de afaceri), P5 (Poiana Brașov) și P7 (un oraș viu) și direcțiilor de susținere S1 (prelungirea ședерii), S2 (calendarul de evenimente), S3 (OMD ca liant), S4 (informarea integrată) și S5 (identitatea fără kitsch). În al doilea, este un document extractibil, care poate fi citit și folosit de sine stătător de OMD Brașov, de Primăria Municipiului Brașov, de alte autorități publice, de instituțiile culturale și de operatorii culturali independenți. Pentru al doilea regim, capitolul își poartă propriul diagnostic, propria metodologie și propriile surse.

Premisa capitolului este cea a întregii strategii: o strategie de dezvoltare locală prin turism, nu de promovare turistică a culturii. Cultura este tratată întâi ca liant al locuitorilor – al brașovenilor, înainte de a fi motiv de vizită – și abia apoi ca produs. Ea este luată în sens larg: patrimoniul construit și straturile lui arhitecturale, inclusiv cel comunist și industrial; patrimoniul viu (Junii, Șcheiul, comunitățile); muzeele și instituțiile; evenimentele, de la rock și jazz la comedie, film și tradiții; viața

culturală cotidiană și de seară; cultura în cartiere, în Poiana Brașov și în zona metropolitană. Capitolul tratează, în același sens larg, și contrariul culturii – kitsch-ul, bâlciul, decorul fără poveste, pentru că absența lor este, în consultare, la fel de des cerută ca prezența culturii. Locuitorul rămâne principiul transversal al strategiei, nu o prioritate separată.

Convenția de marcaje: **[C]** date confirmate în baze de date sau în documente oficiale; **[E]** evaluări și calcule ale echipei de proiect, pe baza datelor; **[I]** interpretări sau propuneri ale echipei de proiect; **[D]** declarații ale stakeholderilor, redate ca atare; **[SS]** informații din surse secundare concordante (presă, comunicate, site-uri instituționale), neverificate în documente oficiale. Citatele din interviuri sunt atribuite prin numărul subiectului (convenția seriei: 22 de interviuri, 24 de subiecți); citatele din consultările de grup sunt atribuite exclusiv atelierului, fără identificarea vorbitorului (singura excepție: intervențiile instituționale ale conducerii OMD Brașov, atribuite *„organizația de management al destinației”*); intervențiile echipei de proiect sunt atribuite *„moderatorului”*. Niciun nume de persoană nu apare în text; localurile, hotelurile și firmele private nu sunt numite, iar calificativele dure clasate ca pasaje sensibile în raportul integrat al interviurilor sunt redate ca tendință generală, nu prin citat.

Trei alte capitole ale strategiei au tratat teme care ating cultura și sunt doar referite aici. Capitolul G a preluat breslele de panificație, Marțea cu plăcinte în componenta ei alimentară, zonele de seară pentru terase (DG3-c), piațetele de cartier (DG5-a), memoria recentă ca produs culinar (DG5-e), responsabilul vieții de seară (DG5-f), Festivalul Culturii Culinare a Brașovului, cu festivalul brânzei ca nucleu, și linia Rețelei Orașelor Creative UNESCO (DG6-a), recurența mică (DG6-c), Târgul de Crăciun (DG6-e) și fondul cultural al breslei, o contribuție voluntară a localurilor (DG7-f); capitolul P5, *„zona zero”* a Poienii cu regulamentul său anti-kitsch (D2-b1), *„Poiana celebrează lumea”* (D3-n), Târgul de Crăciun din stațiune (D3-d) și componenta stațiunii în calendarul unic al destinației; capitolul P3, Tâmpa conservată și accesibilă gradat (D2), cu interpretarea Cetății Brașovia (D2-e), regula scării pentru evenimentele în natură (scenariul S4) și calendarul naturii, integrat în calendarul unic al destinației (D7-a). Capitolul de față preia conducerea pe patrimoniul construit și viu, muzee și instituții, narațiune și mediere, guvernanța calendarului și evenimentele de referință, cultura contemporană urbană, linia de patrimoniu imaterial a Junilor, conținutul cultural al serii și al cartierelor, finanțarea culturii, educația și universitatea, zona metropolitană culturală, centenarul aviatic 2027, Sala Polivalentă ca infrastructură culturală și candidatura Brașovului la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034.

Capitolul pe o pagină. Acest capitol este capitolul II.5 al Volumului II, Capitolele integrale, al Strategiei de Dezvoltare și Marketing Turistic a Destinației Brașov 2027–2034; în Volumul I, el fundamentează Politica 5, „Cultura și orașul viu", și politicile orizontale S2, S5 și S6. Ce decide: cultura este, întâi, motivul pentru care brașoveanul iese în oraș și, apoi, motivul nopții a doua a vizitatorului; obiceiul Junilor primește dosarul de înscriere în Registrul național al patrimoniului imaterial; patrimoniul construit se citește pe straturi; centrul istoric are o ordine vizuală aplicată, fără kitsch, și rămâne locuit; muzeele cooperează, cu bilet comun și contorizare, iar spațiile culturale neutilizate ale municipiului sunt puse la dispoziția sectorului cultural; orașul este „piatră, nu poveste" și primește narațiunea și medierea, cu ghizii și povestitorii curatoriați de OMD; calendarul unic are un integrator, OMD Brașov, și evenimente de referință, inclusiv festivalul propus Brașov Dark Fantasy Fest; orașul este viu seara și în cartiere; cultura contemporană urbană are loc; patrimoniul industrial este inventariat și valorificat, iar evenimentele municipiului respectă standardul „Evenimente Verzi Brașov"; candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034 rămâne o decizie a Consiliului Local. Zece direcții (DC1–DC10), cu măsuri codificate, actori și orizont. Direcția strategiei se citește în Volumul I, „Strategia pe scurt", paginile lui de deschidere.

Rezumat executiv

1. **Cultura, în sens larg, este tema cu cea mai largă convergență a întregii consultări după gastronomie.** Evenimentele sunt propuse în toate cele 12 consultări de grup și în 14 din cele 22 de interviuri, patrimoniul construit este atu pentru 19 interviuri și 11 ateliere, agenda culturală integrată apare în 10 ateliere din 12, iar kitsch-ul și dezordinea vizuală a centrului sunt denunțate în aproape trei sferturi dintre interviuri [C]. Nouă din zece teme culturale ale grilei interviurilor sunt confirmate și în ateliere. Operatorii, muzeografii, hotelierii, arhitecții, tinerii din cartiere și administrația vorbesc despre același lucru cu vocabular diferit. Tema a apărut în majoritatea interviurilor și a atelierelor, inclusiv în cele care nu aveau cultura ca subiect, cu o congruență rară asupra importanței ei pentru dezvoltarea turismului; aceasta este rațiunea pentru care strategia îi acordă o politică-cheie și un capitol aparte.

2. **Cererea există, dar este latentă și consumă exteriorul.** La nivel național, turismul de evenimente este practicat regulat de 25,9% dintre călătorii români și doar ocazional de alți 46,1% (72,1% cel puțin ocazional); cultura și istoria sunt criteriu explicit de alegere pentru 7–10%, iar *„obiectivele turistice"* pentru 28–29%. Brașovul este destinația cea mai atractivă din țară (86,8%), cu Sibiul drept concurent direct pe registrul cultural. Vizitatorii au văzut decorul – Piața Sfatului 84,2%, Biserica Neagră 83,9%, Cetățuia 73,1%, dar 45,3% nu au intrat în niciun muzeu și doar 19,6% au participat la cel puțin unul dintre cele două festivaluri brașovene testate [C].

3. **Imaginea spontană este cea a unui oraș-decor medieval cu un monument-emblemă.** Jumătate dintre călători (50,4%) asociază spontan Brașovul cu ceva cultural, dar aproape exclusiv prin trei repere de exterior: Biserica Neagră (20,5%), centrul și Piața Sfatului (16,9%), *„istorie, medieval, vechi"* (16,2%). Muzeele apar la 1,3%, festivalurile la 2,8%, Șcheiul la 1,1%, Junii la 0,1%, *„Kronstadt"* la niciun respondent; principalele evenimente cu nume în imaginarul național sunt Cerbul de Aur, care și-a ținut ultima ediție în 2019, și Târgul de Crăciun; festivalurile actuale au cel mult o mențiune fiecare [C]. Cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice a orașului găsește

aceeași imagine la locuitori: o hartă mentală dominată de *„centrul frumos”*, în care orașul este descris prin moștenire și prin cadrul natural [C].

4. **Experiența consumată confirmă paradoxul: ce este bun nu este văzut, ce este văzut nu este povestit.** În cele 47.513 de recenzii, muzeele sunt categoria cea mai bine evaluată (4,69; 8,0% negative), dar cea mai puțin frecventată; monumentele au 4,31, divertismentul și viața de noapte 4,09. Cetățuia (3,51, închisă), Strada Sforii (3,64, graffiti), Biserica Neagră pe Tripadvisor (3,91, taxa) și Centrul de Informare Turistică (2,70) sunt punctele slabe ale patrimoniului. Vocabularul recenziilor despre patrimoniu este material în 32,7% dintre cazuri și interpretativ în 5,5%; *„poveste”* sau *„legendă”* apar în 0,8% – *„piatră, nu poveste”*. Eticheta *„Dracula”* costă un tur 0,60 puncte de rating, în timp ce turnurile de patrimoniu săsesc cu poveste ating 4,91 [C].

5. **Diagnosticul stakeholderilor are patru straturi convergente.** Patrimoniul construit este bogat (circa 363 de monumente, 51 de grupă A), dar degradat *„în profunzime”*, cu turnurile și bastioanele închise, cu Cetățuia în șantier și cu straturile arhitecturale – de la gotic la Orașul Stalin – neinterpretate. Centrul istoric a devenit decor: depopularea este confirmată oficial, brașovenii îl evită, iar norma de imagine (Ghidul de terase din 2023, Legea 185/2013) există, dar nu se aplică – terasele ocupau în 2022 cu 55% mai mult decât închiriau. Istoria recentă – industrializarea, 1987, patrimoniul industrial – este *„istoria despre care nu vorbim”*. Muzeele funcționează *„în cămăruțe”*, fără un spațiu expozițional de 2.000 mp, fără cooperare și fără contorizare la nivel de destinație [C/D].

6. **Junii Brașovului sunt singurul patrimoniu viu de rang național al orașului – și sunt invizibili în afara Șcheiului.** Atestați documentar la 26 martie 1728, cu șapte cete și – după purtătorul lor – peste 24 de activități pe an [D], Junii nu figurează în Registrul național al patrimoniului cultural imaterial (inventarul elementelor vii publicat de Institutul Național al Patrimoniului) și nu au dosar UNESCO, iar tricentenarul cade în 2028, în primii ani ai strategiei [C]. Șcheiul este vizitat de 49% dintre vizitatori și numit spontan de 1,1%; purtătorii săi de patrimoniu nu sunt consultați. Propunerea managementului de proiect – o Săptămână a Junilor în care fiecare ceată petrece o zi într-un cartier, cu demonstrații, ateliere, costume și muzică, fără procesiune, Coborârea din Duminica Tomii rămânând unicul moment procesional, în centru – este consemnată împreună cu corectivul purtătorului (*„Am scoate și obiceiul din Șchei, ar fi diferit”*) și cu reconcilierea posibilă: prezentare și transmitere în cartiere, ritualul intact în Șchei, decizia la Uniunea Junilor din Șcheii Brașovului și Brașovul Vechi [I].

7. **Identitățile sunt plurale, iar poziționarea este o decizie.** Consultarea produce nouă *„gramatici”* identitare – libertatea (1688, 1848, 1987), târgul, multiculturalitatea, ștaiful urban, Civilizația Muntelui, orașul tiparului, poarta de est, limesul, un deficit comun de cunoaștere a propriei istorii (*„a fost știută istoria între timp. Dar culmea este că legendele le știu”*) și un *„al treilea cuvânt”* absent după Dracula și Transilvania [D]. Capitolul preia decizia managementului de proiect: poziționarea „Brașovul este prietenul tău din Transilvania”, cu personalitatea salutului „Servus” și cu viziunea „capitala Carpaților” comunicată public, cu dovezile ei, cu orașul liber de la graniță și puternic centru comercial la întâlnirea culturilor drept conținut istoric al promisiunii, cu orașul multicultural, cu multe culturi, nu cu trei, și cu târgul ca efervescență, cu identitățile plurale ca sub-mărci pentru micro-comunități, sub promisiune, și cu Dracula *„creativ, pe lista de atracții, nu emblemă”*, spus fără a fi numit în poziționare, prin scrisoarea contelui, pentru piețele anglofone,

regulă care privește poziționarea, nu întreaga comunicare, și comunicat diferențiat pentru străini și pentru români [I].

8. **Finanțarea culturii independente are nevoie de predictibilitate.** Municipalitatea finanțează cultura prin instituțiile ei, teatrele, Opera, Filarmonica și Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”*, iar bugetul județean prin muzee; programul pentru operatorii independenți este anual, iar operatorii cer un orizont multianual [C/D]. Strategia culturală a municipiului pentru 2015–2030, elaborată odată cu candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2021, nu are o evaluare a implementării sau o actualizare identificate; tutela instituțiilor este împărțită între Primărie și Consiliul Județean. Sala Polivalentă (11.211 de locuri, termen iunie 2027) nu are încă un rol cultural definit [C]. Politica de finanțare a culturii este a Primăriei și a Consiliului Local, printr-o strategie culturală distinctă; strategia de turism consemnează cererile sectorului și propune cooperarea, nu finanțarea [I].

9. **Evenimentele sunt multe, dar fără calendar, fără cadență și fără emblemă.** Rockstadt Extreme Fest, singurul eveniment de amploare care aduce turiști din afara orașului, s-a mutat la Ghimbav din 2026; Massif este în discontinuitate, Săptămâna Comediei a fost reprogramată, Dracula Film Festival trăiește cu un buget simbolic, Oktoberfest este contestat ca eveniment *„al Brașovului”* [C/D]. *„Oraș mort după ora 22”* este formulat în 9 din 12 ateliere, cartierele nu au centre, iar fereastra de extrasezon în care evenimentele ar avea efect maxim este martie–aprilie (indice de sezonalitate 79–83), în timp ce iarna este deja sezon (25,8% din înnoptări) [C].

10. **Viziunea 2034 și zece direcții strategice (DC1–DC10).** În 2034, brașoveanul iese în oraș pentru cultură, Junii sunt în Registrul național și au dosar UNESCO depus, centrul se citește pe straturi și fără kitsch, muzeele au spațiu și bilet comun, destinația are un calendar unic și trei evenimente de referință, din vară până la sfârșitul toamnei, crescute cu răbdare, cultura contemporană urbană are locurile ei, în afara centrului istoric, și o zonă a orașului în care arta murală a devenit obiectiv turistic, orașul este viu seara în zone definite, cartierele au centre culturale, străinul pleacă cu o poveste despre orașul liber de la graniță, de la hotarul lumilor, nu doar cu o fotografie, iar Brașovul poartă titlul de Capitală Europeană a Culturii, cu un program pregătit din 2027 și conceput să rămână al orașului și în cazul în care juriul ar alege alt oraș. Direcțiile: DC1 Junii și Șcheiul – patrimoniu viu cu statut și purtători; DC2 patrimoniul construit lizibil – straturi, fortificații, memorie industrială; DC3 centrul istoric fără kitsch – ordine vizuală și oraș locuit; DC4 muzee și instituții care produc poveste și evenimente, cu spațiile municipale adecvate valorificate pentru evenimente și activități culturale cu potențial de atracție turistică, cu patrimoniul privat viu și cu Biblioteca Județeană ca hub; DC5 narațiunea și medierea – orașul poveștilor; DC6 evenimente și calendar – un integrator al calendarului și trei evenimente de referință; DC7 oraș viu seara și cultură în cartiere; DC8 oameni, cooperare, guvernanță; DC9 candidatura Brașovului la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034.

11. **Principiul transversal al strategiei se aplică integral: locuitorul pe primul loc.** Cultura se evaluează după cât de des ies brașovenii pentru ea și după câți locuitori mai are centrul; o cultură pe care localnicii nu o consumă nu poate fi vândută vizitatorilor, iar un centru fără locuitori este decor, oricât de restaurat. Indicatorii propuși (bază 2025–2026 → țintă 2034) includ: Junii în asocierile spontane de la 0,1% la cel puțin 2% și Șcheiul la 4%; ponderea vizitatorilor fără niciun muzeu sub 35%; vocabularul interpretativ al recenziilor de la 5,5% la 12%; ratingul monumentelor de la 4,31 la 4,55 și al vieții de noapte de la 4,09 la 4,40; cel puțin 12 evenimente recurente cu 40% din zilele de

eveniment în extrasezon; finanțarea culturii independente de cel puțin 30 de lei pe locuitor pe an, cu sesiune în fiecare an; durata sejurului spre 2,0 nopți (ținta S1, cu 2,2 ca prag al ambiției); dosarul de candidatură la titlul de Capitală Europeană a Culturii depus în 2028, dacă Consiliul Local decide candidatura, după actualizarea strategiei culturale a municipiului.

12. **Pentru șapte alegeri strategice, capitolul formulează opțiunea recomandată (secțiunea 6).** Evenimentele de referință: nu un singur eveniment-emblemă, ci cadrul prin care autoritatea publică locală și OMD Brașov susțin creșterea unor evenimente de calitate, cu capacitatea de a atrage turiști internaționali și cu beneficii pentru localnici, cu trei evenimente de referință, din vară până la sfârșitul toamnei – festivalul urban al orașului, vara; Festivalul Culturii Culinare a Brașovului, toamna; Brașov Dark Fantasy Fest (crescut din Dracula Creative Week), la sfârșit de octombrie – și cu tricentenarul Junilor din 2028 ca ancoră identitară a calendarului și ca oportunitate a dosarului UNESCO, cu accent pe multiculturalitate ca moștenire vie. Cetățuia după 2027: funcțiune mixtă, cu restaurant de epocă și loc de promovare a gastronomiei pastorale și cu interpretare istorică documentată, deschise publicului. Săptămâna Junilor: varianta hibridă, cu ritualul intact în Șchei și cu prezentarea pe cartiere în afara Săptămânii Luminate, stabilită împreună cu Uniunea Junilor. Statutul temei: capitol tematic transversal, cu mandatul OMD Brașov pentru cultură ca funcție de destinație. Instrumentul anti-kitsch pentru centrul istoric: regimul vizual unitar al centrului istoric, ansamblu arhitectural protejat, ca cadru, și stimulentele ca motor, în limitele Codului fiscal, la decizia Consiliului Local, fără selecția comerțului privat. Spațiul expozițional de 2.000 mp: halele Rulmentul, cu condiția clarificării proprietății, în legătură cu prioritatea P4. Forma candidaturii la titlul de Capitală Europeană a Culturii: municipiul, inclusiv Poiana Brașov, ca titular, cu zona metropolitană și Țara Bârsei ca teritoriu al programului, fără o candidatură comună cu alte orașe.

13. **Anul 2034, care încheie perioada strategiei, este anul în care, potrivit propunerii Comisiei Europene, România va găzdui din nou titlul de Capitală Europeană a Culturii.** Propunerea din 10 septembrie 2026, aflată în procedura legislativă, atribuie anul 2034 României și Croației, iar Ministerul Culturii a anunțat depunerea primelor candidaturi în toamna lui 2028 și anunțarea finalistelor în 2029 [C]. Brașovul a candidat pentru titlul din 2021 cu dosarul *„Europa Corona”* și nu a intrat pe lista scurtă: juriul a apreciat strategia culturală pe termen lung, dar a găsit un program sprijinit pe activități existente, o producție artistică contemporană slabă, o dimensiune europeană tratată separat de programul local, îndoieli asupra capacității de a livra și procese de consultare și de decizie neclare [C]. Cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice a orașului adaugă motive locale: un dosar pregătit în zece luni, un concept depus fără dezbatere publică și un capital simbolic neconsolidat, cu o colaborare slabă între autorități și societatea civilă [C]. Capitolul recomandă candidatura (DC9): hotărârea Consiliului Local în 2027; strategia culturală a municipiului, aprobată în 2015, evaluată și actualizată înaintea depunerii, ca cerință a procedurii europene, în competența Primăriei; echipa candidaturii, cu un director artistic selectat prin concurs; municipiul, inclusiv Poiana Brașov, ca titular, cu zona metropolitană și Țara Bârsei ca teritoriu al programului (scenariul S7). Programul pregătit pentru candidatură continuă oricare ar fi decizia juriului [I].

Legătura cu Volumul I. Capitolul corespunde Politicii 5, „Cultura și orașul viu”, din Volumul I al strategiei (secțiunea 3.5).

Convenția de coduri: în raport, direcțiile capitolelor P3 și P5 primesc prefixul capitolului (P3·D1,

P5·D1), iar scenariile capitolelor apar ca P3·Sc1, P5·Sc1, G·Sc1, C·Sc1 și P1–P2·Sc1, pentru a nu se confunda cu politicile orizontale S1–S6; codurile DMC, DG, DC, P4 și P6 rămân neschimbate. Pentru capitolul de față, direcțiile DC1–DC10 și măsurile lor își păstrează codurile, scenariile S1–S7 din secțiunea 6 apar în raport ca C·Sc1–C·Sc7, iar codul DC6-f este retras și rămâne nefolosit.

Obiectivele de dezvoltare servite de direcții: DC1, OD2.3 (un oraș policentric și viu) și OD4.1 (satisfacție și recomandare); DC2, OD4.1; DC3, OD3.2 (un centru istoric locuibil); DC4, OD4.1 și OD2.1 (cerere mai echilibrată între sezon și extrasezon și în zilele lucrătoare); DC5, OD4.3 (servicii de calitate și oameni pregătiți); DC6, OD2.1; DC7, OD2.3, OD3.3 (beneficii vizibile pentru locuitori) și OD3.1 (acceptarea turismului de către locuitori); DC8, OD5.1 (OMD cu mandat, resurse și parteneri) și OD4.3; DC9, OD5.1 și OD2.1.

Măsurile-cheie și indicatorii capitolului sunt preluați în fișa Politicii 5 din raport și în Anexa 1, planul de implementare.

1. Raționamentul unui capitol distinct

1.1. De ce cultura are nevoie de un capitol propriu

Patru argumente justifică tratarea culturii într-un capitol propriu, și nu ca paragraf în capitolele despre centrul istoric, evenimente sau brand. Primul dintre ele este și cel care a decis arhitectura strategiei: cultura a apărut în majoritatea interviurilor și a atelierelor, inclusiv în cele care nu o aveau ca temă, cu o coerență și o congruență rare între grupuri de participanți diferiți asupra ideii că elementul cultural este foarte important pentru dezvoltarea turismului; de aceea strategia i-a acordat o politică-cheie și un capitol aparte.

Primul este **argumentul evidenței**. Cultura, în sensul larg definit mai sus, este tema cu cea mai largă convergență din întreaga consultare a Etapei I. Evenimentele (tema C8 a grilei de referință) sunt singura propunere formulată substanțial în toate cele 12 consultări de grup și în 14 din cele 22 de interviuri (16 din 24 de subiecți), la egalitate cu mobilitatea în fruntea propunerilor; patrimoniul construit (A3) este al doilea atu al destinației după natură, numit de 21 din 24 de subiecți și confirmat în 11 din 12 ateliere; agenda culturală și informarea integrată (C43), temă apărută abia în ateliere, revine în 10 din 12; guvernanța deficitară (B19), problema numărul unu a grilei, apare la 17 subiecți și în 10 ateliere, iar OMD ca liant (C22) la 13 subiecți și în toate atelierele. Dezordinea centrului – kitsch, tonete, haosul firmelor și al teraselor – este atinsă de 16 din cele 22 de interviuri (73%), iar comunicarea vizuală a comerțului este, ex aequo cu guvernanța, problema cel mai des numită de subiecți (17 din 24). Din cele 148 de teme ale matricei consolidate, 93 au cel puțin un cod cultural, iar 22 dintre cele 30 de teme culturale noi au apărut în atelierele instituțiilor culturale și al antreprenorilor culturali, unde ponderea temelor culturale atinge 89,6% și, respectiv, 82,7%; în atelierul locuitorilor din Șchei ajunge la 85,0%, iar în cel al locuitorilor din alte cartiere la 80,0%. Managerul de proiect a așezat *„cultura în sens extins”* între cele cinci priorități analitice ale raportului consolidat al Etapei I, alături de identitatea locului, comunicarea diferențiată, gastronomie și Poiana Brașov [C].

Al doilea este **argumentul decalajului**. Cercetarea națională de referință măsoară o cerere largă și latentă pentru evenimente – un sfert dintre călătorii români (25,9%) practică turismul de evenimente regulat și aproape jumătate (46,1%) ocazional – și o imagine a Brașovului în care cultura este prezentă, dar goală de conținut: jumătate dintre călătorii care formulează o asociere spontană (50,4%) leagă

orașul de ceva cultural, însă aproape exclusiv prin trei repere de exterior – Biserica Neagră (20,5%), centrul și Piața Sfatului (16,9%), *„istorie / medieval”* (16,2%), în timp ce muzeele adună 1,3%, festivalurile 2,8%, Șcheiul 1,1%, Junii 0,1% și Kronstadt nicio mențiune. Imaginea națională este, în formula fișei de analiză, cea a unui *„oraș-decor medieval cu un monument-emblemă, nu un oraș de cultură”*. În același timp, muzeele sunt categoria de experiență cel mai bine evaluată din cele 47.513 de recenzii ale bazei proiectului (4,69, cu 8,0% recenzii negative), dar 45,3% dintre vizitatorii Brașovului nu au intrat în niciunul, iar vocabularul recenziilor despre patrimoniu este în proporție de 32,7% material și de doar 5,5% interpretativ. O resursă recunoscută, bine evaluată și neconsumată este, prin definiție, obiect de strategie [C].

Al treilea este **argumentul dezvoltării locale**, care dă capitolului premisa sa. Dintre toate componentele destinației, cultura este cea care produce, înainte de orice venit, coeziune: ea este ceea ce îi leagă pe locuitorii unui oraș *„amalgam”*, cum îl descriu respondenții, și ceea ce îi poate readuce în centrul pe care l-au părăsit. Retragerea brașovenilor din centrul istoric este documentată în consultare – rezidenții iritați și evitarea centrului în weekend apar la 8 subiecți și în 4 ateliere; organizația de management al destinației vorbea, în atelierul mediului academic, despre *„cetățeni asediați în propria cetate”* – și este confirmată oficial de Ghidul de amplasare a teraselor al Primăriei, care consemnează că activitatea localurilor *„a făcut insuportabilă locuirea în anumite spații”* și că presiunea *„i-a determinat pe mulți locuitori să se mute”*[263]. Cultura este, în plus, domeniul în care autonomia locală este deplină:

> *„la educație e mai greu pentru un oraș să se delimiteze de restul țării, dar la cultură nu. La cultură nu ne împiedică nimeni”* (Subiect 24)

Moderatorul a formulat miza în atelierul mediului academic: un oraș care nu este viu cultural nu este atractiv nici măcar pentru localnici [D/I].

Al patrulea este **argumentul identitar**. Capitolul identitar al strategiei lucrează cu *„identități”* la plural – fluide, adresate micro-comunităților – și cu două ancore istorice: Brașovul ca oraș liber regal și puternic centru comercial al Transilvaniei și condiția de graniță, cea mai estică poartă de intrare în Occident, la intersecția lumilor. Consultarea produce exact acest repertoriu, nu o identitate unică: raportul integrat al interviurilor inventariază nouă *„gramatici”* identitare cu purtători distincți – libertatea, comuniunea și târgul, ștaiful, conduita săsească, standardul și natura, identitatea fluidă a *„Civilizației Muntelui”*, orașul tiparului și al muzicii, poarta de est a imperiului și limesul. Toate vocile converg însă asupra unui diagnostic: brașovenii nu-și cunosc istoria, *„a fost ștearsă istoria între timp. Dar culmea este că legendele le știu”* (Subiect 21). Iar singurul patrimoniu viu de rang național al orașului, obiceiul Junilor din Șcheii Brașovului, atestat la 26 martie 1728 și aflat la doi ani de tricentenar, nu este înscris în Registrul național al patrimoniului cultural imaterial și nu are dosar

[263]Primăria Municipiului Brașov, ABMEE, BAAB, „Ghid de amplasare a teraselor comerciale sezoniere în zona centrului istoric Brașov” (proiect Horizon 2020 HUB-IN, 2023), norme de aplicare ale HCL 123/2009 republicată.

UNESCO[264][265]. Fără un capitol care să le trateze împreună, patrimoniul, identitățile și povestea rămân, cum sunt astăzi, trei lucruri despre care se vorbește separat [C/I].

1.2. Premisa: cultura în sens larg și criteriile de evaluare

Capitolul adoptă explicit perspectiva dezvoltării locale: turismul nu este scopul, ci mijlocul. Cultura nu este, din această perspectivă, un inventar de monumente și de spectacole, ci sistemul prin care o comunitate își cunoaște, își întreține și își povestește locul – ziduri și case, dar și obiceiuri, instituții, evenimente, meserii, memorie, inclusiv memoria incomodă a secolului al XX-lea. Sensul larg este impus de consultarea însăși: aceiași respondenți care vorbesc despre Biserica Neagră vorbesc, în aceeași frază, despre termopane, despre tonete, despre ora 22 și despre cartierele fără centru. A trata cultura fără contrariul ei ar însemna a reține doar jumătate din diagnostic [I].

Din perspectiva dezvoltării locale, cultura este evaluată după cinci criterii, care revin în direcțiile strategice din secțiunea 4. Primul este **coeziunea**: dacă oferta culturală a orașului îi leagă pe brașoveni între ei și de locul lor, dacă îi readuce în centru și dacă le dă cartierelor un centru al lor; principiul transversal al strategiei – locuitorul pe primul loc – se aplică aici în forma cea mai directă. Al doilea este **identitatea fără kitsch**: dacă patrimoniul, evenimentele și comerțul exprimă locul sau îl banalizează, și dacă povestea spusă vizitatorului este adevărată. Al treilea este **retenția valorii și prelungirea ședерii**: dacă cultura dă vizitatorului un motiv pentru a doua și a treia noapte, în locul sejurului de 1,84 nopți (calculul pe seriile INS; 1,87–1,90 după recalculul propriu pe TEMPO), și dacă valoarea produsă rămâne la instituțiile, operatorii și meseriașii locali. Al patrulea este **sezonalitatea**: dacă calendarul cultural umple fereastra reală de extrasezon a orașului – martie și aprilie, apoi noiembrie – sau se adaugă vârfului de august. Al cincilea este **accesul și policentrismul**: dacă cultura este disponibilă seara, în cartiere, în Poiana și în zona metropolitană, și nu doar între orele 10 și 22 pe culoarul Republicii–Piața Sfatului [I].

Poziționarea culturală a destinației a fost stabilită de managementul de proiect și este preluată ca premisă, nu rediscutată: Brașovul nu intră în competiție nici cu Sibiul, pe cultura *„grea”*, instituțională, nici cu Clujul, pe festivalul-vârf; se poziționează pe cultura în sens larg a târgului modern și pe condiția de graniță, tratate împreună. Capitolul verifică această poziționare prin diagnostic (secțiunea 2) și o traduce în viziune, principii și direcții (secțiunile 3 și 4).

1.3. Surse, metodă, limite

Capitolul integrează cinci straturi de surse, fiecare cu propria unitate de analiză.

(a) Interviurile individuale – 22 de interviuri cu 24 de subiecți, realizate în 2026 de managerul de proiect, citite integral prin fișe de extragere tematică și prin raportul lor integrat. Unitatea de

[264]Primăria Municipiului Brașov, „Junii Brașovului” (atestare 26 martie 1728, cele șapte cete, programul Săptămânii Luminate): https://www.brasovcity.ro/junii-brasovului ; https://zilesinopti.ro/?p=359618 ; https://zilesinopti.ro/2025/04/19/junii-brasovului/

[265]Institutul Național al Patrimoniului – Inventarul elementelor vii de patrimoniu cultural imaterial: https://patrimoniu.ro/ro/patrimoniu-imaterial/articles/elemente-de-patrimoniu-cultural-imaterial-din-rom-nia ; Registrul național al patrimoniului cultural imaterial: https://patrimoniu.ro/ro/patrimoniu-imaterial/articles/registrul-na-ional-al-patrimoniului-cultural-imaterial ; Repertoriul național de patrimoniu cultural imaterial, vol. I (CIMEC, 2009), p. 76; elementele României pe Lista Reprezentativă UNESCO: https://patrimoniu.ro/ro/patrimoniu-imaterial/articles/elemente-din-rom-nia--nscrise-pe-lista-reprezentativ--unesco-a-patrimoniului-cultural-imaterial-al-umanit--ii ; UNESCO, decizia 20.COM 7.B.38 (cobza): https://ich.unesco.org/en/decisions/20.COM/7.B.38

numărare este subiectul (pentru teme) și pasajul (pentru intensitate); frecvențele oficiale sunt cele ale grilei de analiză tematică pe valență (100 de teme × 24 de subiecți, criteriul *„discutat substanțial”*).

(b) Consultările de grup – cele 12 ateliere ale Etapei I (22 iunie – 16 iulie 2026), sesiunea de grup cu membri ai Ordinului Arhitecților din România, Filiala Brașov, notele manuscrise ale participanților la atelierele 01 și 07, documentele de idei ale consultărilor 09 (locuitori din Șchei) și 10 (mediul de afaceri), fără transcript, și memo-ul observatorului echipei pentru consultările 02, 07 și 08. Unitatea de numărare este atelierul, nu vorbitorul; frecvențele oficiale sunt cele ale matricei consolidate interviuri × ateliere (148 de teme × 12 ateliere, sesiunea OAR fiind codificată ca atelierul 13).

(c) Recenziile online – baza consolidată a proiectului, 47.513 de recenzii Booking (23.000), Google Maps (17.097) și Tripadvisor (7.416), publicate între ianuarie 2023 și iulie 2026, pentru 384 de unități din Brașov și Poiana Brașov, dintre care 48 de obiective culturale publice identificabile, cu 3.117 de recenzii (fișierul brut cuprinde 47.525 de înregistrări; cele 12 etichetate „Bucharest”, ale unui singur tur, sunt excluse din corpusul destinației și nu modifică valorile rotunjite ale indicatorilor). Analiza reia prelucrările raportul de analiză a destinației – inclusiv lectura *„nucleului perceptual”* pe 1.352 de recenzii de obiective – și le extinde cu o analiză lexicală proprie, multilingvă, pe familii de termeni (istorie, medieval, poveste, Dracula, Transilvania, săsesc, muzeu, festival, noapte, plictisitor, kitsch). Avertismentul metodologic rămâne cel al aceluiași raport: distribuția recenziilor reflectă vizibilitatea digitală a listărilor, nu structura cererii.

(d) Cercetarea națională de referință – valul de referință al strategiei (ciclul de referință 2022–2025), cu baza călătorilor români și cu subeșantionul vizitatorilor Brașovului din ultimii cinci ani; metodologia, eșantionul și ponderarea sunt prezentate în raportul cercetării naționale, document distinct al strategiei. Asocierile spontane și răspunsurile deschise (*„ce lipsește”*, *„ce vă place”*, criteriile de alegere) au fost recodate lexical din textul brut.

(e) Documentele de context și validarea externă – raportul de analiză a destinației (date INS și platforme online), seriile INS TEMPO pentru municipiu (sosiri lunare 2024–2026, înnoptări 2021–2025)[266], Ghidul de amplasare a teraselor al Primăriei (HUB-IN, 2023), planul de mobilitate HINGE[267], documentația de patrimoniu culinar a Muzeului de Etnografie[268], cercetarea asupra tradiției aviatice, capitolele G, P5 și P3 ale strategiei, teza de doctorat a Lorenei (Oprica) Aldea despre geografia simbolică a Brașovului, bazată pe o anchetă în rândul locuitorilor, pe interviuri de profunzime cu lideri de opinie și pe analiza imaginii online a orașului[269], documentele oficiale ale competiției pentru titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034, raportul juriului pentru titlul din 2021[270] și o fișă de validare externă a

[266]Institutul Național de Statistică, TEMPO Online – matricele TUR104H (sosiri), TUR105E (înnoptări) și TUR101C (capacitate), municipiul Brașov: http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/

[267]Consiliul Județean Brașov (cu Civitta), „Planul Strategic de Acțiune HINGE” (proiect Interreg), decembrie 2023.

[268]Stănescu, A. (Muzeul de Etnografie Brașov), documentația de patrimoniu culinar: „Mâncarea de Brașov – identitate și influențe culinare”; „Specific local și identitate în bucătăria din Țara Bârsei”; studiile de caz Streussel Kuchen, rabarbăr și tarhon, friptura de Brașov, Krumiri și Casale Monferrato.

[269]Geografia simbolică a Brașovului – anchetă în rândul locuitorilor, interviuri de profunzime și analiza imaginii online: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA, cap. III; Oprica, L. (2020), „Brașov, City of Lost Candidacies. Case Study”, Bulletin of the Transilvania University of Brașov, seria VII, 13(62): https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.3.14 ; Oprica, L. (2020), „The Symbolic Geography of Brașov in the Online Environment”, același buletin, 13(62): https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10

[270]Capitala Europeană a Culturii – propunerea Comisiei Europene pentru anii 2034–2047, COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf ; raportul juriului de preselecție pentru titlul din 2021 în România (ianuarie 2016): https://beta.timisoara2023.eu/document/view/151/ecoc-2021-romania_en.pdf

faptelor citate în consultare, întocmită din surse oficiale (Primăria Municipiului Brașov, Institutul Național al Patrimoniului, INS, rapoartele instituțiilor culturale) și de autoritate.

Codificarea s-a făcut cu o listă de coduri de 20 de subteme culturale (Tabelul 1), aplicat uniform tuturor fișelor de extragere, cu valență obligatorie pentru fiecare pasaj: A (atu/potențial), B (problemă/risc), C (propunere). Un pasaj poate purta mai multe coduri. Rezultatele sunt citite împreună cu grila de referință a proiectului și cu matricea consolidată, care numără mai restrictiv și rămân instrumentele oficiale ale Volumului I; lista de coduri servește organizării materialului, nu înlocuirii grilei. Convenția de citare a cifrelor tematice este *„X din 24 de subiecți / Y din 22 de interviuri / Z din 12 ateliere”*; aceste cifre sunt coduri binare agregate ale echipei de codificare, nu date de teren.

Limite. Nu există în Brașov o bază de date a evenimentelor (număr, participanți, bugete, finanțatori, locații); inventarul din secțiunea 2.5.10 și din Anexa B a fost reconstituit din surse publice și rămâne incomplet. Nu există o statistică oficială a vizitatorilor muzeelor din municipiu: seria INS este județeană și dominată de Castelul Bran, iar rapoartele instituțiilor sunt disponibile doar pentru două muzee[271][272]. Strategia culturală a municipiului pentru 2015–2030, elaborată odată cu candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2021, a fost aprobată prin HCL nr. 478/2015 și este invocată în ghidurile de finanțare culturală ale Primăriei din 2022 și 2023[273]; sinteza ei este publicată pe site-ul Primăriei[274], dar nu au fost identificate nicio evaluare a implementării, nicio actualizare. Strategia se sprijină pe un studiu de consum și practici culturale realizat în 2015 de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, la comanda Primăriei și a Agenției Metropolitane pentru Dezvoltare Durabilă[275], primul barometru al consumului cultural din oraș[276]; o serie ulterioară nu a fost identificată, iar *„Agenda culturală”* invocată în consultare nu a putut fi regăsită, link-urile de pe site-ul AMB fiind inactive. Seria finanțării publice locale a culturii independente a fost reconstituită din presă, pe baza cifrelor din bugetele publice[277]. Afirmațiile cantitative ale respondenților (plafoane ISU de 15–

[271]Direcția Județeană de Statistică Brașov, Anuarul statistic, cap. 8 „Cultură, sport”: https://brasov.insse.ro/wp-content/uploads/2025/04/CAPITOLUL-08-Cultura-Sport.pdf ; seria „Muzee și colecții publice 1990–2023”: https://brasov.insse.ro/wp-content/uploads/2025/05/02.Muzee-si-colectii-publice-1990-2023.pdf

[272]Instituțiile culturale și tutela lor – Primăria Municipiului Brașov: https://www.brasovcity.ro/primaria/servicii-publice ; Muzeul Județean de Istorie: https://www.brasovistorie.ro/ ; Muzeul de Etnografie: https://www.etnobrasov.ro/ ; Muzeul de Artă, raport de activitate 2024: https://www.muzeulartabv.ro/assets/pdf/rapoarte%20anuale%20de%20activitate/raport-de-activitate-2024-final-24.02.pdf ; Muzeul „Casa Mureșenilor”, raport de activitate 2025: https://muzeulmuresenilor.ro/wp-content/uploads/2026/03/Raport-de-activitate-2025.pdf ; Biblioteca Județeană „George Barițiu”: https://www.bjbv.ro/ ; Noaptea Muzeelor 2026: https://agerpres.ro/documentare/2026/05/23/23-mai---noaptea-muzeelor-2026-editia-a-22-a--1559143

[273]„Strategia Culturală a Municipiului Brașov 2015–2030”, aprobată prin HCL nr. 478/2015 și invocată în ghidurile de finanțare culturală ale Primăriei Municipiului Brașov din 2022 și 2023: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/PC2022/4.%20Ghid%20finantare%20cultura%202022.pdf ; https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/CU2023/5.%20Ghid%20finantare%20nerambursabila%20din%20bugetul%20local.pdf

[274]„Strategia pentru Cultură a Municipiului Brașov 2015–2030. Sinteză”, publicată pe site-ul Primăriei Municipiului Brașov: https://www.brasovcity.ro/file-zone/financiar/program-investitii/cultura/2019/Strategie%20pentru%20cultura.pdf

[275]Studiul de consum și practici culturale în rândul populației municipiului Brașov și a zonei metropolitane, realizat în 2015 de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, prezentat în sinteza strategiei pentru cultură, cap. 2: https://www.brasovcity.ro/file-zone/financiar/program-investitii/cultura/2019/Strategie%20pentru%20cultura.pdf

[276]Primul barometru al consumului cultural din Brașov, 2015: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA, p. 96 și 170; articolul autoarei despre candidaturile pierdute ale orașului: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.3.14

[277]Finanțarea culturii independente – Ghidul cultural al Primăriei Municipiului Brașov (2024: 6 milioane lei; 2026: 1 milion lei, 659.396 de lei acordați) și Consiliul Județean Brașov (2025: 2 milioane lei): https://www.g4media.ro/primaria-si-consiliul-judetean-brasov-lasa-cultura-independenta-fara-nicio-finantare-publica-locala-in-2026-acuza-consortiul-cultural-corona.html ; https://zilesinopti.ro/2026/06/02/brasovul-cultural-intre-entuziasm-si-promisiuni-de-sprijin/ ; https://www.monitorulexpres.ro/2026/07/07/finantare-tardiva-pentru-proiectele-culturale-independente-de-la-brasov/ ;

20 de persoane în muzee, *„2 milioane de intrări”* la Bran, bugete de festival) sunt redate ca declarații [D], nu ca date.

Tabelul 1. Lista de coduri a subtemelor culturale (K01–K20) (II.5)

Cod	Subtemă
K01	Patrimoniul construit: centrul istoric, fortificațiile, fațadele, straturile arhitecturale, Cetățuia
K02	Istoria recentă și patrimoniul industrial: Orașul Stalin, platformele industriale, 1987, cinematografele
K03	Muzeele și instituțiile culturale: spații, personal, cooperare, poziția în produs
K04	Patrimoniul viu: Junii, Șcheiul, comunitățile, breslele, obiceiurile
K05	Evenimente, festivaluri, calendar, cadență, eveniment-emblemă
K06	Kitsch, banalizare, dezordine vizuală, „decor”, suveniruri
K07	Dracula și Bran: ancoră, registru, comunicare diferențiată
K08	Identitate și narațiune identitară: târg, graniță, libertate, multiculturalitate, deficitul de cunoaștere
K09	Orașul viu seara; cultura tânără; viața culturală cotidiană
K10	Antreprenoriat cultural, sectorul independent, educație artistică, universitate
K11	Cultura în cartiere; locuitorii; policentrism
K12	Cultura în Poiana Brașov și în zona metropolitană
K13	Narațiune și mediere: ghizi, interpretare, informare, poveste
K14	Repere de comparație și modele externe
K15	Guvernanță și finanțare a culturii
K16	Patrimoniul religios: biserici, culte, pelerinaj
K17	Natura ca peisaj cultural: Tâmpa, Pietrele lui Solomon, parcurile istorice
K18	Patrimoniul culinar (tratat în capitolul G; aici doar referit)
K19	Percepție și date: imaginea, recenziile, cererea, statistica
K20	Altele: sezonalitate, durata sejurului, turismul de afaceri, tradiția aviatică

Sursa: protocolul de extragere al capitolului, aplicat celor 57 de fișe de extragere ale proiectului.

2. Diagnostic

2.1. Cultura în cererea națională: cerere latentă, consum de exterior

Cercetarea națională de referință măsoară cultura în cinci locuri: ca formă de turism practicată, ca criteriu de alegere a unei destinații, ca atractivitate comparată a Brașovului și a destinațiilor alternative, ca vizitare și notorietate a 25 de obiective și experiențe brașovene și ca lipsă sau preferință declarată de cei care au vizitat orașul. Toate cifrele de mai jos provin din cercetarea națională de referință [C].

Turismul de evenimente este răspândit la toate categoriile de călători, fără să formeze un segment aparte. Întrebați ce forme de turism preferă în mini-vacanțe și concedii, 25,9% dintre călătorii români declară că practică turismul *„de evenimente (sportiv, cultural, muzical etc.)”* regulat și 46,1% *„doar ocazional”*; doar 27,9% nu îl practică deloc. Turismul religios este practicat regulat de 22,9% și ocazional de 38,8%. Bateria nu conține un item *„turism cultural”* distinct – cultura apare doar în paranteza itemului *„de evenimente”*, ceea ce este o limită metodologică de reținut: practica culturală propriu-zisă (muzee, monumente, orașe istorice) nu a fost măsurată separat. Interesul pentru

https://bizbrasov.ro/2026/09/30/finantari-proiecte-culturale-brasov-festiv/

evenimente este stabil pe toate sub-populațiile (între 22% și 33% practică regulată) și cel mai ridicat la vizitatorii frecvenți ai Brașovului (32,9% dintre cei care vin de mai multe ori pe an), la cei care călătoresc cu prietenii (31,1%) și la tinerii de 18–29 de ani (34,4%); printre vizitatorii Brașovului din ultimii cinci ani, practica regulată este de 27,7%, cea ocazională de 47,1%. Cifra de *„48% cerere latentă”* vehiculată în proiect provine din valul anterior al cercetării și este confirmată de valul de referință la 46–47% [C].

Tabelul 2. Formele de turism practicate de călătorii români și de vizitatorii Brașovului (%) (II.5)

Forma de turism	Bază	Practică regulată	Doar ocazional	Deloc	Regulat sau ocazional
Litoral	total	74,9	17,1	8,0	92,0
Balnear	total	54,2	31,8	14,0	86,0
Ecoturism	total	44,3	34,1	21,6	78,4
Montan	total	42,6	30,7	26,7	73,3
Rural / agroturism	total	41,0	39,8	19,2	80,8
Gastronomic	total	37,5	35,0	27,5	72,5
Cumpărături	total	31,0	39,0	29,9	70,1
Road trip	total	28,8	25,7	45,5	54,5
De evenimente (sportiv, cultural, muzical etc.)	total	25,9	46,1	27,9	72,1
De evenimente	vizitatori ai Brașovului	27,7	47,1	25,2	74,8
Religios	total	22,9	38,8	38,3	61,7
Religios	vizitatori ai Brașovului	24,9	39,9	35,3	64,7
Aventură	total	20,6	23,6	55,8	44,2
Cicloturism	total	10,6	16,5	72,8	27,2

Sursa: cercetarea națională de referință, baza călătorilor români și vizitatorii Brașovului.

Cultura este un criteriu minoritar de alegere, dar *„obiectivele turistice”* sunt vehiculul ei. Întrebați, deschis, după ce criterii – altele decât banii – aleg o destinație, 7,7% dintre călători numesc cultura sau istoria (7,2% în codificarea livrată cu baza, 7,6% în recodarea lexicală); adunând toate familiile culturale explicite (cultură și istorie, muzee și castele, arhitectură și centru istoric, evenimente), se ajunge la 9,9%, iar criteriul cultural explicit urcă la 12,6% la tinerii de 18–29 de ani și la 11,7% la cei cu studii superioare. În schimb, *„obiectivele turistice”*, *„atracțiile”*, *„ce e de vizitat”* sunt numite de 29,2% (28,5% codificat, 27,7% lexical) și sunt al doilea criteriu după natură și peisaj (33,6%). Simetric, *„lipsa obiectivelor”* este motiv de respingere a unei destinații pentru 5,9%. Cultura nu aduce, așadar, singură turistul român, dar este conținutul a ceea ce el numește *„obiective”*; pentru Brașov, întrebarea este dacă aceste obiective au, dincolo de ziduri, o poveste [C].

Brașovul este destinația cea mai atractivă din țară, iar Sibiul este destinația alternativă cea mai apropiată pe cultură. Pe o listă de 15 destinații, Brașovul are atractivitatea percepută cea mai ridicată (86,8–86,9% *„foarte atractivă”* sau *„atractivă”*; 35,5% *„foarte atractivă”*), înaintea Sibiului (81,3–81,4%; 26,0%), a Deltei Dunării (79,2%), a Carpaților (77,7%) și a satelor, cetăților săsești și bisericilor fortificate (77,5%); Clujul are 67,2%, Oradea 66,7%, Iașiul 64,7%. Diferența se vede mai ales la vizitare: 33,9% dintre călători vin la Brașov cel puțin anual, față de 20,1% la Sibiu și 22,0% la Cluj; doar 10,2% nu au fost niciodată la Brașov, față de 16,6% la Sibiu și 30,7% la satele și cetățile săsești – hinterlandul cultural al Brașovului are cel mai mare decalaj dintre atractivitate și vizitare din toată

lista (60,9 puncte procentuale). Raportul de analiză a destinației numește Sibiul *„concurent direct pe turismul urban-cultural din Transilvania”* și Clujul *„concurent pe city-break și evenimente”*, cu o sezonalitate inversă celei brașovene [C].

Decorul este vizitat; instituțiile, nu. Bateria celor 25 de obiective și experiențe testate la vizitatorii Brașovului (Tabelul 3) arată o ierarhie netă: Poiana Brașov (88,5%), Piața Sfatului (84,2%), Biserica Neagră (83,9%), Cetățuia (73,1% – deși închisă publicului, cu o scurtă excepție în septembrie 2023[278]), Tâmpa (72,3%) și Strada Sforii (63,2%) formează nucleul; fortificațiile și Șcheiul urmează la jumătate (Turnul Negru 55,5%, cartierul Șchei 49,4%, Poarta Șchei 48,3%, Turnul Alb 44,0%, bastioanele 43,1%); muzeele și casele memoriale închid clasamentul obiectivelor permanente – Muzeul Județean de Istorie 36,6%, Muzeul de Artă 34,0%, Prima Școală Românească 31,7%, Casa Mureșenilor 27,4%, la notorietăți de 60–76%. Cele două festivaluri testate au cea mai slabă conversie din întreaga baterie: Brașov Jazz & Blues Festival este cunoscut de 60,9% dintre vizitatori și frecventat de 15,3%, Săptămâna Comediei de 45,8% și 13,5%; 19,6% au participat la cel puțin unul dintre ele, iar 34,1% nu cunosc niciunul. Vizitatorul a văzut, în medie, 8,8 obiective culturale din 20; 76,5% au vizitat atât Biserica Neagră, cât și Piața Sfatului, dar 45,3% nu au intrat în niciun muzeu sau casă memorială, iar dintre cei care au vizitat nucleul (Biserica Neagră și Piața Sfatului) 39,0% nu au intrat în niciun muzeu. Rezerva *„cunosc, dar nu am vizitat”* este, la fiecare muzeu, de 33–41% – aceasta este rezerva de conversie a destinației [C].

Tabelul 3. Vizitarea și notorietatea celor 25 de obiective și experiențe testate la vizitatorii Brașovului (%) (II.5)

Obiectiv	Vizitat de mai multe ori	Vizitat o dată	Vizitat total	Cunosc, nevizitat	Nu cunosc
Poiana Brașov	63,0	25,5	88,5	9,4	2,1
Piața Sfatului	60,2	24,0	84,2	9,3	6,5
Biserica Neagră	48,5	35,4	83,9	11,1	5,0
Cetatea Brașov (Cetățuia)	33,7	39,4	73,1	20,5	6,4
Muntele Tâmpa	39,2	33,1	72,3	20,4	7,3
Strada Sforii	34,0	29,2	63,2	18,0	18,8
Turnul Negru	18,7	36,8	55,5	25,6	18,9
Cartierul Șchei	24,5	24,9	49,4	26,1	24,6
Poarta Șchei	21,2	27,1	48,3	27,6	24,1
Turnul Alb	14,2	29,9	44,0	29,5	26,4
Grădina Zoologică	16,5	27,2	43,7	38,0	18,3
Bastioanele (Fierarilor, Țesătorilor)	17,0	26,1	43,1	27,0	29,9
Bisericile fortificate (Prejmer, Hărman, Feldioara)	12,9	28,1	41,0	38,2	20,8
Biserica Sf. Nicolae	12,3	27,3	39,6	30,1	30,3
Parc Aventura	12,8	24,1	36,9	41,0	22,1
Muzeul Județean de Istorie (Casa Sfatului)	12,5	24,2	36,6	39,4	24,0

[278]Cetățuia – în proprietate publică prin decizia Înaltei Curți de Casație și Justiție din 8 noiembrie 2022; lucrări de punere în siguranță începute în mai 2026: https://www.monitorulexpres.ro/2022/11/09/cand-vom-putea-vizita-din-nou-cetatuia-de-pe-straja-va-fi-consolidata-de-urgenta-iar-apoi-se-va-decide-cum-va-fi-folosita/ ; https://bizbrasov.ro/2026/03/16/proiectant-lucrari-cetatuia-brasov/ ; https://www.monitorulexpres.ro/2026/05/07/au-inceput-lucrari-de-reparatii-si-punere-in-siguranta-la-cetatuia-brasov/

Obiectiv	Vizitat de mai multe ori	Vizitat o dată	Vizitat total	Cunosc, nevizitat	Nu cunosc
Promenada „După Ziduri”	16,4	20,1	36,5	25,8	37,7
Muzeul de Artă	10,8	23,2	34,0	40,6	25,3
Biserica Sf. Bartolomeu	9,9	23,1	33,0	36,4	30,6
Prima Școală Românească	9,7	22,0	31,7	33,8	34,5
Paradisul Acvatic	12,1	18,4	30,5	37,5	32,0
Poarta Ecaterinei	11,0	17,7	28,6	28,1	43,3
Casa Mureșenilor	9,4	18,0	27,4	33,0	39,6
Brașov Jazz & Blues Festival	4,6	10,6	15,3	45,7	39,1
Săptămâna Comediei	5,4	8,1	13,5	32,3	54,2

Sursa: cercetarea națională de referință, vizitatorii Brașovului din ultimii cinci ani; obiectivele culturale cu bold la *„vizitat total”*.

Vizitatorii descoperă cultura mai ales când revin; rareori ea este motivul primei vizite. Dintre vizitatorii care vin la Brașov de mai multe ori pe an, 73% au intrat în cel puțin un muzeu și 35% au participat la cel puțin un festival; dintre cei veniți acum trei–cinci ani, 40% și, respectiv, 13%. Vârsta schimbă conținutul: Biserica Neagră este vizitată de 71% dintre tinerii de 18–29 de ani și de 91% dintre cei de peste 60, dar muzeele și festivalurile au publicul cel mai receptiv tocmai la tineri – Muzeul de Istorie 44%, Muzeul de Artă 42%, Jazz & Blues 25% la 18–29 de ani, față de 40%, 34% și 7% la peste 60. Nevizitatorii cunosc în medie 10,3 obiective din 25, dar muzeele doar în proporție de 37–38%; motivele nevizitării sunt distanța (44,8%) și pasivitatea, iar 15,3% declară *„nu știu ce aș putea face în Brașov”* – 21,2% la tineri; respingerea activă este marginală. Cultura are, deci, un gol de informare înainte de a avea unul de atracție [C].

Vizitatorii trec cultura la ce le-a plăcut, rareori la ce le-a lipsit. Dintre vizitatorii care spun ce lipsește Brașovului, 7,6% formulează o lipsă culturală, în familii mici: evenimente și festivaluri 2,1%, viață de noapte 1,8%, arhitectură de restaurat 1,5%, istorie și cetate de renovat 1,2%, tradiții 1,0%, muzee 0,2%. Dintre cei care spun ce le place cel mai mult, 36,3% numesc ceva cultural: Piața Sfatului, Republicii și Strada Sforii 12,6%, Biserica Neagră și bisericile 10,8%, arhitectura și centrul vechi 9,8%, istoria și cetatea 5,7%, evenimentele și Târgul de Crăciun 1,8%, muzeele 0,4%. Experiența de ansamblu este evaluată pozitiv de 95,2% dintre vizitatori, 76,7% ar recomanda orașul *„sigur”*, iar pe scala *„adormită – plină de viață”* Brașovul primește 5,60 din 7, cu 19,4% dintre vizitatori la mijloc sau sub. Concluzia secțiunii este formulată încă din Etapa II a proiectului: Brașovul nu are o problemă de atracție, ci una de conversie – cererea există, orașul este vizitat și plăcut, dar cultura lui este consumată ca decor și rar ca instituție, poveste sau eveniment [C/I].

2.2. Imaginea spontană: un oraș-decor medieval cu un monument-emblemă

Întrebați la ce se gândesc spontan când aud *„Brașov”*, cei 1.675 de călători ai cercetării naționale au produs 3.556 de mențiuni, dintre care 3.362 valide, de la 1.295 de respondenți. Imaginea a fost citită pe familii lexicale, cu doi indicatori – ponderea în mențiuni și ponderea respondenților care au produs cel puțin o mențiune din familie – și a fost comparată cu numărătoarea brută folosită de capitolele P5 și G (munte 381 de mențiuni, Biserica Neagră 254, istorie și medieval 203, centru și Piața Sfatului 187, Tâmpa 90). Diferențele dintre cele două numărători țin de dicționare și de eliminarea non-răspunsurilor; capitolul citează ponderea respondenților din recodarea lexicală [C].

Tabelul 4. Imaginea spontană a Brașovului: familiile lexicale culturale (% dintre respondenții cu asocieri valide) (II.5)

Familie lexicală	Mențiuni	% respondenți	% vizitatori	% nevizitatori
Biserica Neagră	234	20,5	19,0	24,2
Centru / Piața Sfatului / Sforii / Republicii	216	16,9	17,0	16,6
Istorie / medieval / vechi / cetate / turnuri	224	16,2	17,8	12,2
Tâmpa (însemn, simbol)	95	8,5	9,4	6,2
Dracula / Bran / castel	73	5,2	4,7	6,5
Cultură (generic)	36	3,0	3,0	2,7
Festivaluri / evenimente / concerte / Târgul de Crăciun / Cerbul de Aur	39	2,8	3,3	1,7
Tradiții / autenticitate / folclor	31	2,5	2,0	3,6
Sași / german / Transilvania / Ardeal / multicultural	25	2,0	1,4	3,4
Biserici / religios (fără Biserica Neagră)	19	1,3	1,2	1,8
Muzee / biblioteci	12	1,3	1,3	1,4
Arhitectură / clădiri / case	16	1,3	1,1	1,6
Șchei / Poarta Șchei / Școala Românească	12	1,1	1,5	0,3
Cetățuia	7	0,6	0,8	0,2
Junii	2	0,1	0,1	0,0
Kronstadt	0	0,0	0,0	0,0
Orice familie culturală (inclusiv Tâmpa)	972	50,4	50,6	50,0
Orice familie culturală fără Tâmpa	877	48,5	48,2	49,2
Pentru comparație: munte / montan	424	31,6	29,8	36,2
Pentru comparație: frumos / pitoresc	373	22,5	21,5	24,9

Sursa: cercetarea națională de referință, asocierile spontane cu Brașovul, recodare lexicală.

Jumătate dintre călători au o imagine culturală a Brașovului, construită din trei repere de exterior. Orice familie culturală apare la 50,4% dintre respondenți (48,5% fără Tâmpa), iar 12,9% produc exclusiv asocieri culturale; la prima mențiune, 32,9% dau un răspuns cultural, dar muntele rămâne primul cuvânt (19,0%), urmat de *„frumos”* (12,2%) și de Biserica Neagră (10,8%). Cele trei repere culturale dominante – monumentul, piața, *„istoria”* – sunt toate vizibile din stradă; niciunul nu cere să intri undeva, să asculți pe cineva sau să vii într-o anumită zi. *„Istorie / medieval”* este un vocabular gol de conținut: numai 0,8% dintre respondenți numesc un element al fortificației (turnuri, bastioane, porți), deși 43–55% dintre vizitatori le-au văzut; Cetățuia explicit are 0,6%, Strada Sforii 1,4% (vizitată de 63,2%), iar niciun stil arhitectural – gotic, baroc, secession – nu este numit. Biserica Neagră este și singurul reper cultural a cărui pondere crește abrupt cu vârsta: 9,7% la 18–29 de ani, 33,5% la peste 60; la vizitatorii frecvenți, locul ei este luat de *„istorie”* (23,9%) și de centru (21,1%) [C].

Niciun eveniment viu al orașului nu a intrat în imaginarul național. Familia *„festivaluri / evenimente”* are 2,8%, iar singurele evenimente cu nume sunt Cerbul de Aur – 12 mențiuni (0,9%), pentru un festival a cărui ultimă ediție a fost în 2019 și a cărui marcă aparține Televiziunii Române[279] – și Târgul de Crăciun – 12 mențiuni (0,8%). Rockstadt, Săptămâna Comediei, Dracula Film Festival, Zilele Brașovului, Massif și Săptămâna Luminată a Junilor au zero mențiuni; *„jazz”*, *„Oktoberfest”* și

[279]Cerbul de Aur – ultima ediție 2019; concept și marcă ale Televiziunii Române: https://www.stiripesurse.ro/festivalul-cerbul-de-aur-va-avea-loc-in-perioada-22-25-august-la-brasov_1358652.html ; https://en.wikipedia.org/wiki/Golden_Stag_Festival

„teatrul municipal” apar o singură dată fiecare. Junii au două mențiuni din 3.362, dintre care una este o confuzie (*„Juni Sibiului”*). Muzeele adună 12 mențiuni, cu o denumire eronată printre ele; Sfântul Nicolae din Șchei, zero; sașii, germanii, Transilvania și multiculturalitatea, împreună, 2,0%, iar Kronstadt, nicio mențiune. Perioada comunistă apare în două mențiuni necodate (*„uzina de tractoare”*, *„industrie”*) [C].

Comparația cu Țara Făgărașului arată ce poate face un reper identificabil. Pentru Țara Făgărașului, 37,8% dintre respondenți produc o asociere culturală, mai puțin decât pentru Brașov (48,5%), dar cu o structură mai precisă: cetatea și istoria 21,7% (Cetatea Făgărașului este numită explicit în circa 65 de mențiuni), tradițiile și satele 12,8%, mănăstirile 4,4%. Brașovul are de cinci ori mai puține asocieri cu tradițiile (2,5% față de 12,8%) și de peste trei ori mai puține cu religiosul, în afara Bisericii Negre (1,3% față de 4,4%), decât o destinație rurală cu notorietate mult mai mică. Lecția, formulată și de capitolul G pentru brânza de Făgăraș, este că un element identificabil devine reper de destinație chiar fără promovare – și că Brașovul nu are, astăzi, niciun asemenea reper cultural în afara monumentului-emblemă [C/I].

Locuitorii sunt văzuți ca ospitalieri și *„civilizați”*, rareori ca purtători ai unei culturi. Asocierile spontane cu brașovenii sunt dominate de familia ospitalității (42,3%, după dicționarul de recodare al cercetării: primitori, ospitalieri, calzi, prietenoși; categoria îngustă „primitori / ospitalieri” are 26,2% cumulat și 13,0% ca primă mențiune), de hărnicie (15,0%) și de atributul *„culți / educați / civilizați”* (9,6%); multietnicitatea apare la 4,5%, sașii la 1,6%, maghiarii la 1,0%, tradiționalismul la 2,7%. Atributul *„civilizat”* este singurul care poate fi legat narativ de moștenirea urbană a orașului; el nu este, însă, nicăieri conectat în imaginar cu patrimoniul construit sau cu istoria. Verdictul secțiunii este cel al fișei de analiză: imaginea națională a Brașovului este cea a unui oraș-decor medieval cu un monument-emblemă, nu a unui oraș de cultură; ea este aproape identică la vizitatori și la nevizitatori, ceea ce înseamnă că vizita nu adaugă, deocamdată, conținut cultural imaginii [C/I].

Imaginea din interior confirmă imaginea națională. Cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice a Brașovului, care a combinat o anchetă în rândul locuitorilor, interviuri cu lideri de opinie și analiza rezultatelor căutărilor online, ajunge pe date independente la același tablou: patru analize realizate separat (ancheta, interviurile, analiza căutărilor online și un studiu din 2013 realizat pentru strategia turistică a județului) produc aceiași descriptori, *„Curat, turism, liniște, civilizație, istorie, distracție și, mai presus de toate, centrul frumos”*, adică o hartă mentală *„foarte simplificată, centrată asupra unui număr mic de puncte de interes”*[280]. Niciun eveniment al orașului nu apare în imaginea lui online. Sibiul și Clujul sunt descrise prin *„constructe culturale recente”*, iar Brașovul prin *„elemente externe comunității actuale”*: frumusețea centrului și a cadrului natural. Ce le-ar arăta și le-ar povesti locuitorii unui vizitator se reduce la munte, la moștenirea medievală și la tradiția Junilor, iar Cerbul de Aur era numit printre elementele definitorii ale orașului la o dată la care festivalul nu se mai organiza [C].

Formula *„probabil cel mai frumos oraș din România”* are, potrivit aceleiași cercetări, o origine comercială: singurele mesaje despre oraș comunicate coerent ani la rând au fost sloganurile unor mărci de bere de pe umbrelele teraselor din centru, adoptate de administrație în lipsa unui plan de

[280]Descriptorii orașului în patru analize independente și harta mentală a Brașovului: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA, p. 97, 111–112 și 163; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10

comunicare al orașului[281]. Imaginea din exterior, măsurată de cercetarea națională, și cea din interior, documentată de cercetarea doctorală, descriu același oraș-decor; schimbarea acestei imagini este una dintre mizele candidaturii la titlul de Capitală Europeană a Culturii (DC9) [C/I].

2.3. Experiența consumată: ce spun 47.513 de recenzii

Baza consolidată a proiectului cuprinde 47.513 de recenzii Booking, Google Maps și Tripadvisor (ianuarie 2023 – iulie 2026) pentru 384 de unități din Brașov și Poiana Brașov; dintre acestea, 48 de obiective culturale publice identificabile – patrimoniu construit, biserici, muzee, instituții de spectacol, repere identitare – adună 3.117 de recenzii, cu rating mediu 4,50 și 13,2% recenzii negative. Toate recenziile celor trei categorii culturale (obiective și monumente, muzee și artă, divertisment și viață de noapte) privesc orașul; Poiana nu are niciuna. Clasificarea pozitiv/negativ este cea a bazei (rating armonizat ≤ 3,5 pentru negativ); Biserica Neagră există doar pe Tripadvisor, cu 99 de recenzii, niciuna în română – o lacună a bazei, de completat [C].

Tabelul 5. Ratingul recenziilor pe categorii culturale de experiență și pe obiective selectate (II.5)

Categorie / obiectiv	Recenzii	Rating	Pondere negative	Români: rating / % negative	Alte limbi: rating / % negative
Muzee și artă (20 de unități)	1.098	4,69	8,0%	4,74 / 7,1%	4,66 / 8,5%
Obiective și monumente (45 de unități)	1.804	4,31	18,4%	4,42 / 16,2%	4,26 / 19,4%
Divertisment și viață de noapte (35 de unități)	2.562	4,09	23,6%	3,82 / 31,0%	4,46 / 13,6%
Toată baza (384 de unități)	47.513	4,42	14,9%	4,39 / 15,5%	4,44 / 14,7%
Olimpia – Muzeul Sportului și Turismului Montan	250	4,92	1,2%	-	4,92 / 1,2%
Muzeul Amintirilor din Comunism (privat)	189	4,74	5,8%	4,63 / 7,3%	4,77 / 5,4%
Casa Sfatului (clădirea)	104	4,72	3,8%	4,81 / 3,7%	4,69 / 3,9%
Piața Sfatului	122	4,65	6,6%	4,63 / 10,5%	4,65 / 5,8%
Centrul istoric (ansamblu)	168	4,63	7,1%	4,78 / 3,7%	4,60 / 7,9%
Muzeul de Artă	92	4,62	9,8%	4,82 / 4,5%	4,44 / 14,6%
Catedrala Sf. Nicolae din Șchei	61	4,56	13,1%	4,82 / 5,9%	4,45 / 15,9%
Prima Școală Românească	110	4,51	14,5%	4,75 / 8,9%	4,26 / 20,4%
Turnul Alb	107	4,35	17,8%	4,55 / 15,0%	4,30 / 18,4%
Bastionul Țesătorilor (muzeu)	86	4,23	22,1%	4,74 / 4,3%	4,05 / 28,6%
Turnul Negru	103	4,14	22,3%	4,38 / 19,0%	4,07 / 23,2%
Bastionul Graft	43	4,07	30,2%	4,40 / 20,0%	3,89 / 35,7%
Sinagoga Beit Israel	118	4,06	24,6%	4,33 / 20,0%	4,02 / 25,2%
Biserica Neagră (doar Tripadvisor)	99	3,91	35,4%	-	3,91 / 35,4%
Strada Sforii	115	3,64	39,1%	4,57 / 8,7%	3,41 / 46,7%
Cinematografe (două unități)	159	3,53	36,5%	3,06 / 49,6%	4,70 / 4,3%
Cetățuia	97	3,51	43,3%	3,22 / 50,0%	3,76 / 37,3%
Cluburi cu muzică live (două unități)	173	3,35	42,2%	3,03 / 50,9%	3,85 / 28,4%
Bastionul Fierarilor	9	3,11	55,6%	3,60 / 40,0%	2,50 / 75,0%
Centrul de Informare Turistică Brașov	23	2,70	60,9%	2,33 / 66,7%	2,75 / 60,0%

[281]Originea formulei „probabil cel mai frumos oraș din România” și lipsa unui plan de comunicare al orașului: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA, p. 89–90 și 170; articolul autoarei despre imaginea online a orașului: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.2.10

Categorie / obiectiv	Recenzii	Rating	Pondere negative	Români: rating / % negative	Alte limbi: rating / % negative
Tururi cu „Dracula" în denumire (Tripadvisor)	1.232	4,22	20,5%	-	-
Tururi de castele fără „Dracula" în denumire	620	4,82	3,2%	-	-
Tururi de patrimoniu rural și săsesc	275	4,91	2,2%	-	-

Sursa: baza consolidată de recenzii a proiectului (Booking, Google Maps, Tripadvisor, 2023–2026); clasificarea pozitiv/negativ este cea a bazei.

Muzeele sunt cel mai bine evaluat produs al destinației; monumentele sunt sub media bazei. Categoria *„muzee și artă"* are 4,69 și 8,0% recenzii negative, cea mai bună din toate cele zece categorii de experiență ale bazei; românii sunt chiar mai generoși decât străinii (4,74 față de 4,66) și recenzează muzeele proporțional mai mult (6,6% dintre recenziile lor non-cazare, față de 4,7% la străini), în timp ce monumentele le recenzează de aproape trei ori mai puțin decât străinii (5,2% față de 14,7%). *„Obiectivele și monumentele"* au 4,31 și 18,4% negative, sub media bazei (4,42), iar *„divertismentul și viața de noapte"* închide clasamentul categoriilor cu sens cultural, cu 4,09 și 23,6% negative – 3,82 și 31,0% la recenzenții de limbă română, cel mai mare decalaj dintre români și străini din toată baza (−0,64). Punctele slabe ale patrimoniului țin de funcționare, nu de valoarea lui: Cetățuia (3,51; 43,3% negative; *„închis cu lanțul și nu este afișat nici un program"*), Strada Sforii (3,64; 39,1%; 4,57 la români, pentru care graffiti-ul *„îi dă un farmec aparte"*, și 3,41 la străini, pentru care *„ruins the historical vibe"*), Biserica Neagră pe Tripadvisor (3,91; 35,4%; taxa de intrare apare în 20 din cele 35 de recenzii negative, interiorul *„simplu"* în 11), Bastionul Graft (4,07; 30,2%) și, cel mai jos din întreaga bază culturală, Centrul de Informare Turistică (2,70; 60,9%), în contrast cu centrul de informare din Poiana (5,00) [C].

„Piatră, nu poveste." În cele 1.352 de recenzii de obiective analizate, vocabularul material și constructiv (ziduri, turnuri, clădiri, arhitectură) apare în 32,7% dintre texte, vocabularul interpretativ (poveste, legendă, trecut, explicații, tradiție) în 5,5%, iar referințele directe la *„story"* sau *„legend"* în 0,8%; asocierile dominante sunt *„frumos"* (21,2%), *„istoric / vechi"* (15,5%) și *„panoramic"* (15,5%), *„medieval"* explicit are 3,3%, iar *„transilvănean / săsesc / autentic"* 2,7%. Prelucrarea proprie confirmă pe toată baza non-cazare: *„istorie"* apare în 4,6% dintre recenzii și este cuvântul cu cea mai bună asociere (rating 4,75 când apare), *„poveste / legendă"* în 1,8% (4,69), *„medieval"* în 0,5%, *„arhitectură"* în 0,5% – povestea plătește în note, dar este rară. Străinii citesc orașul ca transilvănean și săsesc; românii, nu: *„Transilvania"* apare în 2,96% dintre recenziile străinilor și în 0,05% dintre cele românești, *„săsesc / Saxon / Kronstadt"* în 51 de recenzii, dintre care 49 ale străinilor, *„Kronstadt"* în 26 de recenzii din toată baza. Junii apar în 5 recenzii din 47.513, toate în română. Eticheta *„Dracula"* costă, ca diferență observată în corpus, fără controlul altor factori: tururile care o poartă în denumire au 4,22 și 20,5% negative, față de 4,82 și 3,2% la tururile de castele fără ea și 4,91 și 2,2% la tururile de patrimoniu rural și săsesc – o diferență de −0,60 puncte și +17,3 puncte procentuale de recenzii negative, pentru aceleași castele; *„Dracula"* apare în 1,7% dintre recenziile non-cazare, aproape toate ale străinilor (361 din 377), cu tendință descrescătoare [C].

Seara și plictiseala sunt vizibile în recenzii; cultura, ca motiv al nopții a doua. În recenziile de cazare, cuvântul *„noapte"* apare în 5,0% dintre texte, cu rating 3,66 și 43,4% negative – zgomotul nocturn din centru, în oglinda *„orașului mort"* din consultare. *„Plictisitor / boring / nothing to do"* apare, strict, în 0,5% dintre recenziile non-cazare, cu rating 3,31 și 48,7% negative (2,94 la români); *„the night life in Brasov is definitely lacking"*. Durata medie a sejurului în municipiu este 1,84 nopți după calculul pe INS (medie 2022–2025 și valoarea 2025), 1,87 (2024) și 1,90 (2025) după recalculul propriu

pe seriile TEMPO (suma tipurilor de structuri raportată la sosiri), 1,853 în recenziile Booking; jumătate dintre sejururile Booking (50,3%) au o singură noapte, iar vocabularul *„Old Town”*, *„atracții”*, *„walking”* apare în recenzii abia după a doua noapte. Sezonalitatea precizează fereastra culturală: indicele sosirilor (100 = media lunară, 2024–2025) este 79 în aprilie și 83 în martie, minimele anului, 96 în noiembrie, 94 în iunie și 123 în august; iarna este un sezon propriu-zis (25,8% din înnoptări, locul al doilea național după București), nu un vârf; iar cererea a intrat în platou – 715.064 de sosiri în 2025 (694.617 după seria TEMPO fără vile), în scădere față de 2024, și 1.318.726 de înnoptări (–3,1%). Pentru cultură, concluzia raportului de analiză a destinației este că *„prioritatea nu mai este redistribuirea cererii între luni, ci creșterea ei în termeni absoluți”*: evenimentele și patrimoniul sunt instrumente ale nopții a doua și a treia, nu ale desezonalizării [C/I].

2.4. Vocea stakeholderilor: statistica tematică

Grila de analiză tematică pe valență a interviurilor (100 de teme × 24 de subiecți) și matricea consolidată interviuri × ateliere (148 de teme × 12 ateliere) sunt instrumentele oficiale ale Volumului I; 93 dintre temele matricei au cel puțin un cod cultural – 63 preluate din grila interviurilor și 30 apărute numai în ateliere. Rata de confirmare a grilei interviurilor în ateliere este de 90,0% (90 din 100 de teme), mai mare la atuuri (93,3%) și la probleme (92,1%) decât la propuneri (84,4%); nicio temă prezentă în cel puțin 11 interviuri nu lipsește din ateliere. Tabelul 6 reține temele culturale cu cea mai mare susținere și cele cu decalaje semnificative între cele două tipuri de surse; lista completă este în Anexa A [C].

Tabelul 6. Temele culturale ale grilei de referință și ale matricei consolidate: subiecți, interviuri, ateliere (II.5)

Cod	Temă (formulare prescurtată)	Subiecți (din 24)	Interviuri (din 22)	Ateliere (din 12)	Valență
A3	Patrimoniul construit: centrul medieval, Biserica Neagră, fortificațiile	21	19	11	atu
A18	Zona metropolitană: cetăți, biserici fortificate	14	12	6	atu
A4	Dracula / Bran – notorietate externă gata construită	14	12	8	atu
A8	Multiculturalitatea, comuniunea, toleranța ca trăsături trăite	12	11	5	atu
A17	Sala Polivalentă și infrastructura de evenimente	12	10	6	atu
A7	Patrimoniul viu: Junii, tradițiile, Corul Bach, maialurile	10	9	4	atu
A16	Active adormite: Cetatea de pe Tâmpa, tuneluri, Cetățuia, cinematografe	7	6	8	atu
A19	Istoria recentă și patrimoniul industrial ca resursă	5	5	5	atu
A23	Poziția de graniță / limes („poarta de est”)	2	2	0	atu
A32	Muzeele ca purtători ai identității	0	-	2	atu (doar ateliere)
A34	Libertatea ca fir identitar (1688, 1848, 1987)	0	-	1	atu (doar ateliere)
A38	Stilul de viață activ („Lifestyle Capital”)	0	-	4	atu (doar ateliere)
B19	Guvernanță deficitară: nepăsare, lipsă de voință, impredictibilitate	17	15	10	problemă
B38	Haosul comunicării vizuale a comerțului: firme, vitrine, terase, mobilier	17	15	2	problemă
B7	Șederea scurtă (1,84); „n-au ce face”	15	13	7	problemă
B3	Degradarea centrului istoric: fațade, paragină, tonete, magazine de mâna a doua	14	12	4	problemă
B16	Evenimente deficitare: kitsch, lipsă de calendar și de calitate	13	11	7	problemă
B18	Povestea nespusă: narațiunea absentă, Branul sub așteptările	10	9	5	problemă

Cod	Temă (formulare prescurtată)	Subiecți (din 24)	Interviuri (din 22)	Ateliere (din 12)	Valență
	vizitatorilor				
B25	Sezonalitatea și extrasezonul mort	10	9	5	problemă
B15	Viața de noapte inexistentă, regulile de liniște, migrarea tinerilor	9	7	9	problemă
B23	Deficitul de mândrie și de cunoaștere locală	8	8	2	problemă
B4	Depopularea centrului, înlocuirea rezidenților cu cazări	7	6	5	problemă
B17	Imaginea externă subevaluată, Kronstadt necunoscut	6	6	8	problemă
B9	Deficitul de ghizi și de povestitori	6	5	2	problemă
B31	Istoria recentă neasumată, memoria suprimată	5	5	0	problemă
B27	Riscul turismului de masă și al pierderii autenticului	3	2	7	problemă
B40	Finanțarea și fragilitatea instituțiilor de cultură	0	-	4	problemă (doar ateliere)
B42	Kitsch identitar și pseudo-patrimoniu (Dracula de bazar)	0	-	4	problemă (doar ateliere)
B45	Fragmentarea comunităților culturale și conservatorismul	0	-	4	problemă (doar ateliere)
B47	Managementul instituțiilor de cultură: numiri, repertoriu	0	-	2	problemă (doar ateliere)
C8	Evenimente: repere de vară și de iarnă, formate mici recurente, jazz	16	14	12	propunere
C22	OMD și guvernanță: platformă, liant, specialiști	13	12	12	propunere
C32	Regim vizual unitar: publicitate, terase, vitrine, iluminat	13	12	3	propunere
C4	Stratul de agregare: cardul orașului, bilet unic, integrator	12	11	6	propunere
C20	Dispersia regională: traseul cetăților, hub metropolitan	11	10	8	propunere
C15	Promovare și brand: „Brașov, Transilvania”, „viața la graniță”	10	10	8	propunere
C12	Orașul-muzeu: iluminat, fațade, vitrine, huburi creative	9	8	3	propunere
C19	Program prelungit, zonă de divertisment, viață de noapte	8	6	7	propunere
C31	Culoare pietonale ale orașului vechi	7	6	4	propunere
C17	Rezidenții: turist în propriul oraș, card de rezident	6	6	8	propunere
C10	Patrimoniul viu: dosar UNESCO Junii, ora de patrimoniu, fanfară	6	5	3	propunere
C5	Ghizi curatoriați de OMD, istoricii ca povestitori	6	5	3	propunere
C21	Istoria recentă ca produs: tururi industriale, muzeul comunismului	5	5	1	propunere
C43	Informare turistică și agendă culturală integrată	0	-	10	propunere (doar ateliere)
C38	Dezvoltare policentrică: poli culturali în afara centrului	0	-	6	propunere (doar ateliere)
C40	Valorificarea creativă, non-kitsch, a temei Dracula	0	-	4	propunere (doar ateliere)
C48	Suveniruri identitare (Junii, Șcheiul)	0	-	3	propunere (doar ateliere)
C39	Finanțare culturală multianuală și predictibilă	0	-	2	propunere (doar ateliere)

Sursa: grila de analiză tematică pe valență a interviurilor 01–22 și matricea consolidată interviuri × ateliere; sesiunea OAR codificată ca atelierul 13.

Trei lecturi ale tabelului sunt relevante pentru strategie.

Prima este **consensul**. Patru teme culturale au, în același timp, majoritate în interviuri și cvasi-unanimitate în ateliere: evenimentele ca propunere (16 din 24 de subiecți, 12 din 12 ateliere), OMD ca platformă (13 și 12), patrimoniul construit ca atu (21 și 11) și guvernanța deficitară ca problemă (17 și 10). La acestea se adaugă, din ateliere, agenda culturală și informarea integrată (10 din 12), temă pe care interviurile nu au tematizat-o distinct, dar pe care raportul lor integrat o conține sub forma lipsei stratului de agregare (B8: 13 subiecți). Capitolul își construiește direcțiile pe aceste cinci teme [C].

A doua este **decalajul dintre interviuri și ateliere**, care spune ceva despre natura temelor. Haosul comunicării vizuale (B38: 15 interviuri, 2 ateliere), regimul vizual unitar (C32: 12 și 3) și degradarea centrului (B3: 12 și 4) sunt teme ale indivizilor – ale celor care privesc orașul ca profesioniști ai turismului, ai dreptului sau ai gastronomiei – și mai puțin ale grupurilor, cu excepția arhitecților, care le confirmă profesional. Invers, riscul pierderii autenticului (B27: 2 interviuri, 7 ateliere), viața de noapte (B15: 7 și 9), activele adormite (A16: 6 și 8), Kronstadt necunoscut (B17: 6 și 8) și rezidenții ca public (C17: 6 și 8) sunt teme de grup, pe care conversația le amplifică. Patru teme culturale există numai în interviuri: condiția de graniță (A23), istoria recentă neasumată (B31), tradiția aviatică (C23) și fiscalitatea diferențiată pe centru (C26). Pentru capitol, cifrele interviurilor rămân argumentul de masă pe ordinea vizuală, iar atelierele aduc confirmarea de breaslă și vocea locuitorilor pe seară, cartiere și autenticitate [C/I].

A treia este **originea temelor noi**. Dintre cele 30 de teme culturale apărute numai în ateliere, 22 au apărut prima dată în atelierul instituțiilor culturale (12) și în cel al antreprenorilor culturali (10): finanțarea și fragilitatea instituțiilor (B40), muzeele marginalizate în produs (B41), managementul instituțiilor (B47), infrastructura culturală nouă (C37), finanțarea multianuală (C39), structura publică de management cultural (C42), parteneriatul cu mediul de afaceri (C44).

2.5. Zece constatări ale consultării

2.5.1. Patrimoniul construit: straturi, stare, lizibilitate

Patrimoniul construit este al doilea atu al destinației după natură – 21 din 24 de subiecți, 11 din 12 ateliere, dar este consumat ca *„decor”* nediferențiat: vizitatorul vede *„oraș medieval”*, nu straturi. Cele două voci profesioniste ale consultării, Subiectul 14 și arhitecții, descriu orașul ca o cetate cu implanturi din toate epocile și propun traseul stilurilor ca produs de interpretare care există deja și nu este pus în circuit. Starea fondului construit are trei straturi de diagnostic – fațadele și paragina vizibilă, degradarea *„în profunzime”* pe care administrația o recunoaște, intervențiile neconforme din interior, produse de presiunea cazării și de imposibilitatea practică a autorizării, iar patrimoniul fortificat este, în mare parte, nevizitabil sau neinterpretat, deși cererea pentru el este măsurabilă.

> *„Orașul în sine se vede că este o cetate medievală cu... implanturi de construcții din diferite epoci. Multe s-au schimbat din cauza marelui incendiu, că... ăsta a avut loc în 1689 și după aia s-au făcut multe case în stil baroc. [...] Deci poți să... poți să explici... toate stilurile, alegându-ți anumite case”* (Subiect 14)

Arhitecții constată același lucru din partea ofertei:

> *„noi n-avem un tur de arhitectură al Brașovului, n-avem...” – „Am eu, dacă ai timp să faci, îți dau eu. Am trei trasee, îs făcute de... le am de 5 ani de zile. [...] Am Brașovul gotic, Brașovul renascentist și Brașovul baroc.” – „Și Brașovul comunist cred c-ar fi foarte interesant”* (participanți, sesiunea OAR)

Starea fondului construit este descrisă fără menajamente chiar de administrație:

> *„renovarea asta ar fi una, dacă mă întrebați, superficială, noi vedem doar ce-i la suprafață, am vedea doar ce-i pe stradă. Dacă intrăm în profunzime, s-ar putea să ne îngrozim. Sigur ne îngrozim”* (Subiect 15)

Arhitecții numesc mecanismul: *„Tot acest vid legislativ are repercusiuni directe asupra patrimoniului. Adică oamenii se apucă să modifice apartamente, să-și facă... să-și inventeze băi, să schimbe uși, ferestre, să instaleze centrale. [...] Și ajungem ca din cauza acestei presiuni care are la bază turismul... să distrugi monumentele istorice, de fapt pentru care... care sunt unul dintre motivele pentru care oamenii vin în orașul ăsta. Adică e un nonsens cumva”* (participanți, sesiunea OAR) – cu perspectiva unui *„centru istoric cu termopane”* dacă nu există control strict al intervențiilor. Subiectul 5 rezumă starea fortificațiilor:

> *„Din punct de vedere al patrimoniului, eu zic că noi batem orice. [...] N-am făcut nimic cu zidurile și cu turnurile, ceea ce e o mare problemă. [...] Păi le-am stricat, că au început să cadă... Deocamdată”* (Subiect 5)

Subiectul 22, întrebat de trei cuvinte despre Brașov, a citit un panou de avertizare despre cărămizile care cad [D].

Rezerva de produs cea mai mare este patrimoniul fortificat închis.

> *„Spre exemplu, de curând am văzut că s-au închis turnurile. Că, Dumnezeule, te duci și te uiți numai la pietre? Înainte erau acolo frumos deschise, vedeai niște artefacte, costume, săbii, vedeai ceva! [...] era o istorie spusă [...] Sunt închise”* (Subiect 21)

Locuitorii din Șchei fac același inventar:

> *„Bastionul Graft, Turnul Alb și alte fortificații nu sunt întotdeauna vizitabile, Cetatea Brașovului este închisă, iar tunelurile care stârneau interesul turiștilor nu mai pot fi vizitate. Chiar dacă există cerere, oferta este limitată”* (participant, atelierul 09)

Subiecții 5 și 14 propun un al doilea monument, pe care nici localnicii nu-l știu:

> *„Cetatea Brașovia. [...] a avut un rol extraordinar în istoria noastră: și leagănul, și refugiul brașovenilor vreme de câteva secole. Adică aia chiar ar merita pusă în valoare ca parc arheologic pus pe Tâmpa”* (Subiect 14)

Canonul bisericilor este, în aceleași voci, mai larg decât Biserica Neagră: cea mai veche biserică a orașului, Sfântul Bartolomeu, *„nici măcar nu e deschisă”* (Subiect 1), iar sinagogile, Biserica Grecească și celelalte lăcașuri ale orașului toleranței religioase sunt *„în fundul curții”*, invizibile (Subiect 14) [D].

Cifrele confirmă și dimensiunea, și golul. Municipiul are circa 363 de poziții în Lista Monumentelor Istorice (51 de grupă A), centrul istoric fiind sit urban de grupă A, iar ansamblul fortificațiilor și Cetățuia ansambluri de grupă A – numărătoare pe Lista Monumentelor Istorice publicată de Ministerul Culturii, sursă secundară oficială[282]. Promenada După Ziduri este necunoscută de 37,7% dintre vizitatori, Poarta Ecaterinei de 43,3%, iar elementele fortificației sunt numite spontan de 0,8% dintre călători. Cetățuia a trecut, prin decizia Înaltei Curți din 8 noiembrie 2022, din proprietatea unei societăți hoteliere în proprietate publică; lucrările de urgență (4,32 milioane de lei fără TVA) au

[282]Ministerul Culturii, Lista Monumentelor Istorice 2015 (Ordinul ministrului culturii nr. 2828/2015, M. Of. nr. 113 bis/2016), județul Brașov: https://www.cultura.ro/wp-content/uploads/old_cultura/files/inline-files/LMI-BV.pdf

început în mai 2026, cu acces parțial preconizat pentru a doua jumătate a anului 2027 – nu este o *„concesiune”*, cum s-a spus în consultare, ci un monument public închis și în șantier. Turnul Alb, Turnul Negru și Poarta Ecaterinei nu sunt secții ale Muzeului Județean de Istorie. Biserica Neagră (1383–1477; incendiul din 21 aprilie 1689) este, în formularea Bibliotecii Județene, *„cea mai mare biserică-hală la est de Viena”*; formula dimensională folosită în promovare nu apare în nicio sursă oficială și se înlocuiește cu *„cea mai mare biserică gotică din România”*[283] [C].

Nuanțele sunt trei. Sprijinul public pentru fațadele private este contestat din interiorul sectorului cultural (*„Am o problemă când văd proprietăți particulare restaurate cu banii primăriei, chiar și doar 50%”* – participant, atelierul 02), iar impozitul progresiv pentru paragină este limitat, după Subiectul 23, de dreptul de proprietate; același respondent afirmă că o parte importantă a imobilelor de pe Republicii și din Piața Sfatului aparține Bisericii Evanghelice, ceea ce face din parohie un actor de guvernanță a patrimoniului [D]. Destinația Cetățuii este disputată – restaurant de epocă și loc de promovare a gastronomiei pastorale, într-o Cetățuie *„cât mai apropiată de [...] ceea ce a fost în istorie”* (Subiect 14; capitolul G, DG1-f), loc de evenimente, divertisment istoric documentat, promenadă în pădure, dar toate pozițiile converg asupra deschiderii și conectării ei cu parcul și cu Strada Lungă. Tâmpa pune față în față parcul istoric cu Cetatea Brașovia și regimul Natura 2000, pe care arhitecții refuză să-l reclasifice; statutul de sit arheologic de clasă A al Tâmpei este declarativ [D].

Constatarea capitolului: Brașovul are un patrimoniu construit de rang național, dens și stratificat, dar îl oferă vizitatorului ca o singură imagine – *„oraș medieval”*, cu turnurile închise, Cetățuia în șantier, Cetatea Brașovia necunoscută, cele trei trasee ale stilurilor nepuse în circuit și o degradare recunoscută *„în profunzime”*, pe care presiunea cazării o accelerează. Problema nu este de investiție majoră, ci de operare (program, custode, poveste), de control al intervențiilor și de mobilitate care să permită ridicarea privirii – direcția DC2 și, prin coridoarele pietonale, P1 [I].

2.5.2. Centrul istoric: decor sau oraș locuit; kitsch și ordine vizuală

„Oraș-decor” este formula de diagnostic cu cea mai mare recurență independentă din întreaga consultare, iar mecanismul ei este dublu: depopularea centrului, cu rezidenții înlocuiți de cazări și cu brașovenii care îl evită, și banalizarea comerțului – tonete, magazine de mâna a doua, covrigării și șaormerii pe artera principală, mobilier cu mărci comerciale, firme și vitrine fără regulă. Diagnosticul comun este că norma există – Ghidul de amplasare a teraselor al Primăriei (2023), hotărârile Consiliului Local pe care le aplică, Legea 185/2013 privind publicitatea, dar nu este aplicată, iar orașul a avut de două ori un regim vizual unitar al teraselor și l-a pierdut. Poziția convergentă este că centrul trebuie să rămână locuit, cu funcțiuni cotidiene decente, nu *„muzeu”* și nu *„dormitor”*; nimeni nu știe însă câți locuitori mai are.

> *„Și vii la Brașov fără să mai... că muzeul l-ai văzut și biserica o știi. Vin, se plimbă în Piața Sfatului, își iau prăjituri de la [cofetărie] sau se duc să bea o cafea, se uită la Tâmpa, se plimbă și... E un... e un turist care revine.” – „E un decor, da. E un decor.”* (participanți, sesiunea OAR)

[283]Biserica Neagră – Parohia Evanghelică C.A. Brașov: https://bisericaneagra.ro/povestea-bisericii-negre/ ; Biblioteca Județeană „George Barițiu”: https://www.bjbv.ro/?p=2042

Arhitecții au ridicat observația la rangul de verdict: *„cum este acum, îl văd așa: fără personalitate, flat, un decor! Pentru cine vine, pleacă”* (participant, sesiunea OAR). Poziția asupra funcțiunii este clară la arhitecți – *„centrele istorice nu trebuie să fie niște muzee unde doar vin turiștii și se cazează. [...] e normal să ai de unde să-ți iei o pâine, nu trebuie să fie doar restaurante sau doar alimentație publică sau doar cârciumi, cât timp e decent”* (participant, sesiunea OAR) – și la locuitorii centrului:

> *„lăsăm centrul istoric în pace, așa cum e. Îl protejăm, îl conservăm. Avem grijă de oameni, de locuitori, nu doar de turiști. [...] Suntem parte din acel loc istoric, dar nu ne vede nimeni. Dacă suntem lăsați așa în pace și cumva susținuți să locuim mai departe și nu transformăm centrul istoric într-un dormitor, e bine”* (participant, atelierul 02)

Ghidul de terase o spune oficial:

> *„Dreptul la locuire este unul din drepturile fundamentale ale omului. [...] Schimbarea sensurilor sau introducerea străzilor pietonale a funcționat în ultimii ani ca o descurajare a locuirii în zonă. Presiunea asupra locatarilor și a condițiilor de viață i-a determinat pe mulți locuitori să se mute”*

Un subiect cere un recensământ al rezidenților centrului, iar instituțiile culturale confirmă golul: despre centrul istoric *„nu știm nimic de fapt [...] n-avem date”*. Organizația de management al destinației a dat retragerii brașovenilor numele cel mai exact: *„ca niște cetățeni asediați în propria cetate”* (atelierul 12) [D].

Fața vizibilă a problemei este ordinea vizuală.

> *„Cât de deloc se respectă norma urbanistică referitoare la cum trebuie să-ți arate firma, cum îți decorezi vitrina, ce culori ai voie să folosești, cum trebuie să arate terasa. Practic stăm într-un haos și asta s-a degradat frapant în ultimul an. [...] Dacă nimenea nu-i oprește și nu-i penalizează, am... acolo am ajuns”* (Subiect 22)

Hotelierii au formulat sintagma care a făcut carieră în consultare:

> *„n-ar trebui să susținem turismul de covrigi. [...] Restaurantele din zona centrală a Brașovului au scăzut ca și cifre, pentru că toate covrigăriile le-au crescut”* (participant, atelierul 04)

Subiectul 23 marchează limita – *„nici nu poți să te interpui în piața liberă”*, riscul este *„de banalizare”*, Subiectul 11 își amintește că standardizarea teraselor a existat ca proiect acum cinci–șase ani și *„era extraordinar”*, iar locuitorii din afara centrului văd efectul: centrul *„își pierde treptat autenticitatea, fiind perceput tot mai mult ca un spațiu comercial de tip «bâlci»”* (participant, atelierul 10) [D].

Cifrele sunt ale interviurilor, nu ale atelierelor: haosul comunicării vizuale este numit de 17 din 24 de subiecți și în numai 2 ateliere, regimul vizual unitar este cerut de 13 subiecți și de 3 ateliere, depopularea este problemă pentru 7 subiecți și 5 ateliere, rezidenții iritați pentru 8 subiecți și 4 ateliere. Raportul integrat numără 16 din 22 de interviuri (73%) care ating dezordinea centrului și conchide că regimul vizual este *„măsura cu cel mai bun raport cost–vizibilitate din întreaga serie”*, pentru că *„nimeni nu apără aspectul actual”*. Ghidul de terase măsurase în 2022 o ocupare de facto a domeniului public de 5.106 mp față de 3.289 mp închiriați – cu 55% (1.817 mp) mai mult, dacă suprafețele din ghid se confirmă, reglementează 34 de străzi și interzice mobilierul cu mărci comerciale, închiderile perimetrale, butaforiile comerciale și sonorizarea pe terase. În recenzii, *„kitsch / tacky / tourist trap”* apare strict în 0,2% dintre textele non-cazare, dar cu rating 3,32 și 52,8% negative. Ancheta în rândul locuitorilor din cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice a orașului arăta aceeași tensiune: Centrul Vechi era a doua zonă în care brașovenii s-ar muta (27,6%), după

Răcădău, dar se afla pe locul al nouălea din zece cartiere la zgomot, la locurile de parcare și la relațiile cu vecinii[284]. Modelul extern verificat este Parcul Cultural Stare Miasto din Cracovia, creat prin hotărârea Consiliului orașului din 3 noiembrie 2010, care reglementează firmele, reclamele, fațadele, comerțul și terasele, cu termen de conformare de șase luni[285] [C].

Nuanțele privesc instrumentul și gradul. Subiectul 23 respinge selecția tipului de comerț, Subiecții 19–20 cer fiscalitate diferențiată (*„Centrul nu poate să fie mai ieftin decât restul”* – Subiecții 19–20), iar raportul integrat tranșează prin *„regim vizual și fiscal, nu selecție a tipului de comerț”*; P5 a mers mai departe pentru stațiune, cu selecția pe concept a comercianților din *„zona zero”*. Vitalitatea comercială a centrului este citită pozitiv de un subiect și negativ de elitele culturale; moderatorul sesiunii OAR a calibrat supraturismul ca *„o problemă incipientă”*, iar hotelierii au spus *„Suntem departe de overtourism”*. Raportul dintre unitățile de cazare din platforme și cele licențiate (circa 2.295 față de 1.104) este declarativ, dar indică ordinul de mărime al presiunii [D].

Constatarea capitolului: *„oraș-decor”* nu este o percepție a elitelor, ci un diagnostic împărtășit de arhitecți, hotelieri, locuitori, instituții și experți, cu două mecanisme identificate – depopularea și banalizarea comerțului – și cu o normă care există și nu se aplică. Răspunsul nu este interdicția de comerț, ci aplicarea regimului vizual existent, un regim vizual unitar al centrului istoric, ansamblu arhitectural protejat, stimulente în limitele Codului fiscal și, înainte de orice, un recensământ al rezidenților, fără de care *„dreptul la locuire”* rămâne un principiu fără măsură – direcția DC3, în prelungirea măsurii DG3-a din capitolul G [I].

2.5.3. Istoria recentă și patrimoniul industrial: „istoria despre care nu vorbim”

Istoria recentă a orașului – Orașul Stalin (1950–1960), platformele industriale, cartierele socialiste, disidența din 1987 – apare în consultare ca resursă neexploatată la 5 subiecți și în 5 ateliere, ca traumă neasumată la 5 subiecți (temă exclusiv de interviu) și ca produs propus în 5 interviuri și la sesiunea OAR. Cererea este documentată de ghizi și de recenzii; blocajul este moral și fizic, pentru că urmele se șterg rapid prin investiții. Propunerile converg spre asumarea acestui strat ca diferențiator pe care niciun alt oraș românesc nu și-l revendică strategic.

> *„Ea tot timpul zice: «Băi, toată lumea îmi cere să-i duc undeva să vadă chestii comuniste. Toți ăștia vin din America, toți vor să vedem comunism!» Și eu n-am unde să-i duc, băi!”* (participanți, sesiunea OAR)

Și oportunitatea:

> *„noi, în Brașov, dacă am fi deștepți, am fi primul oraș din România care am putea să exploatăm partea asta de... [...] De istorie comunistă, de arhitectură comunistă”* (participant, sesiunea OAR)

[284] Atractivitatea și evaluarea cartierelor, Centrul Vechi: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA, p. 103 și 108–109; articolul autoarei despre candidaturile pierdute ale orașului: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.3.14

[285] Consiliul orașului Cracovia, Parcul Cultural Stare Miasto (hotărârea nr. CXV/1547/10 din 3 noiembrie 2010): https://www.krakow.pl/start/8629,artykul,park_kulturowy.html ; https://www.krakow.pl/polecamy/231449,artykul,dlaczego_powstal_park_kulturowy_stare_miasto_.html

Subiectul 17 este purtătorul cel mai consecvent al temei: *„Eu m-aș juca și cu istoria recentă a orașului. Orașul Stalin. [...] aveai platforme industriale cu 25.000 de angajați și așa mai... Asta este istoria recentă a orașului... despre care... noi nu vorbim”* (Subiect 17) – inclusiv urmele de gloanțe din Biserica Neagră și biserica demolată, *„povești care nu sunt neapărat smiley face”*. Subiectul 23 numește blocajul:

> *„(oftat adânc) Pui o întrebare care-i foarte apăsătoare. Pentru că noi nu ne-am împăcat cu perioada aia. [...] Noi n-am reușit să spunem adevărul despre comunism nici acuma”* (Subiect 23)

Subiectul 22 răspunde cu asumarea:

> *„Dar au trecut 36 de ani de-atunci [...] putem să le declarăm tot așa, ca ale noastre din perioada comunismului. Ce problemă e? Că nu-i nicio problemă”* (Subiect 22)

Urgența este fizică:

> *„În Tractorul au venit foarte repede investițiile și au șters, da, repede. [...] pe fosta platformă Roman, se tot construiesc, probabil că în următorii cinci ani nu va mai fi mare lucru, dar în momentul ăsta, eu aș face excursii cu copiii acolo”* (Subiect 21)

Pentru CET, administrația are un plan și o ezitare:

> *„Nu, vrem să curățăm tot terenul.”* – *„Adică să dărâmați inclusiv turnul?”* (moderatorul) - *„Nu cred. Turnul nu cred. Nu știu, nu știu acuma să spun, dar suntem acuma în situația de studiu de fezabilitate pentru curățarea CET-ului”* (Subiect 13)

Halele Rulmentul, cea mai convergentă propunere de infrastructură culturală nouă, sunt blocate:

> *„acele hale din Rulmentul despre care se discuta că vor fi transformate în hub-uri urbane pentru expoziții [...] s-au abandonat, pentru că acolo înțeleg că au fost neclarități, ca să le zic frumos, între autoritățile locale și cei care dețin acolo spațiile”* (participant, atelierul 02) [D].

Cifrele arată o cerere reală pentru o ofertă aproape inexistentă: istoria recentă apare ca resursă la 5 subiecți și în 5 ateliere, ca traumă la 5 subiecți și în niciun atelier, ca produs la 5 subiecți și într-un atelier; singurul produs de istorie recentă din baza de recenzii, un muzeu privat al comunismului, are 189 de recenzii, rating 4,74 și 5,8% negative, în timp ce cinematografele au 3,53 și 36,5% negative; în asocierile spontane, perioada comunistă apare în două mențiuni din 3.362. Orașul s-a numit Stalin între 22 august 1950 și 1960[286]; IAR a fost înființată în 1925, iar primul avion de concepție proprie, IAR CV 11, a zburat în 1930 – afirmația *„la Brașov s-a construit primul avion”* (atelierul 12) privește, așadar, întreprinderea întemeiată în 1925, nu un avion[287]. Cercetarea proiectului asupra tradiției aviatice propune un jalon: 2027, ca centenar al producției de avioane la Brașov – ipoteză de lucru până la documentul de arhivă care atestă primul avion produs; întreprinderea a fost înființată în 1925, producția în licență a urmat, iar primul avion de concepție proprie a zburat în 1930; formula de rezervă este „un secol de industrie aeronautică la Brașov”, cu propunerea unui festival aeronautic bienal cu prima ediție în acel an; memoria culinară a epocii – cantina CET – este preluată de capitolul G (DG5-e) [C].

Nuanțele sunt de registru. Purtătorul temei avertizează împotriva romantizării și spune că asumarea presupune *„o lustrație”* narativă, pentru că *„din ambele părți încă mai trăiesc oameni”*; raportul integrat recomandă un interviu separat, confidențial, pe istoria recentă. Cartierele socialiste sunt citite dublu – degradare vizuală pentru antreprenorii culturali, moștenire de urbanism care *„respecta mult*

[286]Orașul Stalin – denumirea municipiului între 1950 și 1960: https://en.wikipedia.org/wiki/Bra%C8%99ov

[287]Industria Aeronautică Română – înființată la Brașov în 1925; primul avion de concepție proprie, IAR CV 11, în 1930: https://en.wikipedia.org/wiki/Industria_Aeronautic%C4%83_Rom%C3%A2n%C4%83

mai mult niște principii legate de calitatea vieții decât acum" pentru Subiectul 24, iar reconversiile reușite, precum Coresi, sunt și locul unde brașovenilor *„le-a fost luat centrul"* [D].

Constatarea capitolului: istoria recentă este diferențiatorul *„atipic"* al Brașovului – un strat pe care străinii îl cer, pe care un muzeu privat îl vinde cu 4,74 și pe care orașul îl șterge (Tractorul, Roman, CET) sau îl tace (1987). Asumarea lui ca narațiune a libertății și a rezilienței, nu ca nostalgie, și salvarea obiectelor lui înainte de dispariție (turnul CET, halele Rulmentul, cinematografele) intră în direcțiile DC2 și DC5; linia culinară rămâne în G [I].

2.5.4. Junii și Șcheiul: patrimoniu viu, unic și invizibil

Obiceiul Junilor din Șcheii Brașovului este singurul element de patrimoniu imaterial pe care consultarea îl tratează ca atu absolut, cu argumente de unicitate formulate de Subiectul 14 și validate din afară de Subiectul 17 și de locuitorii din Șchei. În același timp, obiceiul este perceput de public ca *„o zi pe an"* – Coborârea în Cetate din Duminica Tomii, nu are statut formal de patrimoniu, iar imaginea sa națională este practic nulă. Șcheiul, polul *„românesc și spiritual"* al orașului în cuvintele administrației, este deconectat de fluxul turistic, iar purtătorii săi de patrimoniu nu sunt consultați. Tricentenarul primei atestări cade la 26 martie 2028.

> *„A păstrat tradiții și solidarități medievale amintind de lumea veche de sat într-un mediu urban. Și avem Obiceiul Junilor, care e un obicei, hai să spunem, popular, urbanizat într-o anumită măsură, dar care este un fenomen viu. Adică avem un cartier al Brașovului, hai să zicem două, cu Brașovul Vechi și cu Stupiniul, în care românii din zonă organizează peste 24 de activități tradiționale pe an [...] N-o să găsești nicăieri în Transilvania șalanuri"* (Subiect 14)

Locuitorii din Șchei:

> *„Parada Junilor reprezintă cel mai autentic și valoros eveniment al Brașovului, un simbol identitar care merită o promovare mult mai amplă și chiar includerea în patrimoniul UNESCO. Junii și locuitorii cartierului Șchei reprezintă partea românească a istoriei Brașovului"* (participant, atelierul 09)

Din exterior:

> *„e un pic și romantizată, e schimbată, dar e... e un brand al orașului și foarte, foarte mișto. [...] Comunitatea efectiv trăiește pentru asta"* (Subiect 17)

Problema vizibilității o pune mediul academic: *„Avem Junii care vin o dată pe an și lumea se-ntreabă: «De unde vin?». O zi pe an." – „O zi! Și aia e important, o zi, și eu aș face o sărbătoare de o săptămână"* (participanți, atelierul 12). Instituțiile culturale separă parada de fond:

> *„Care numai parada junilor nu mai e [...] Au venit mulți care nu făceau parte din obicei. [...] în afară de paradă, se păstrează bine jocurile și maialurile. Se fac și la fel cum trebuie"* (participanți, atelierul 02)

Șcheiul este deconectat:

> *„Piața Prundului, care e o bijuterie, e deconectată de Brașov. [...] Deci Brașovul e sugrumat. Tot tot Brașovul e Piața Sfatului și Republicii. [...] Grinzing-ul din Viena este protejat, Scheiul e protejat. Habar nu au turiștii care vin. Și sunt fericiți scheienii că habar nu au"* (participant, atelierul 12)

Locuitorii lui cer să fie întrebați:

> *„Este esențială o colaborare reală între societățile Junilor, preoți, ghizi turistici, agenți economici și autorități. În prezent, cei care cunosc cel mai bine patrimoniul local nu sunt consultați suficient în luarea deciziilor”* (participant, atelierul 09)

Subiectul 14 a încercat singur un Tur al Crucilor și Troițelor cu GPS și a rămas fără pasul al doilea, pentru că *„asta nu poate s-o facă un cetățean”* [D].

Cifrele: patrimoniul viu este atu pentru 10 din 24 de subiecți și în 4 ateliere; dosarul UNESCO și transmiterea sunt propuse de 6 subiecți și în 3 ateliere. Prima atestare documentară a obiceiului este 26 martie 1728, în pagina oficială a Primăriei; Junii sunt constituiți în șapte cete, cu peste 60 de troițe în Șchei; calendarul merge de la Buna Vestire la Săptămâna Luminată (Marțea cu plăcinte, Aruncatul în țol) și la Coborârea în Cetate din Duminica Tomii, organizată de Uniunea Junilor din Șcheii Brașovului și Brașovul Vechi cu Primăria, ca piesă centrală a Zilelor Brașovului (17–19 aprilie 2026); *„Săptămâna Junilor”* nu există ca denumire oficială și nicio cifră oficială de participare nu este publicată. Obiceiul nu este înscris în Registrul național al patrimoniului cultural imaterial – nu figurează în inventarul elementelor vii publicat de Institutul Național al Patrimoniului – și nu are dosar UNESCO; România are 11 elemente pe Lista Reprezentativă, ultimul înscris în decembrie 2025. În imaginea națională, Junii au 0,1%, Șcheiul 1,1%, Sfântul Nicolae zero; în recenzii, Junii apar în 5 texte din 47.513; Șcheiul este vizitat de 49,4% dintre vizitatori, iar aprilie, luna Coborârii, are cele mai puține sosiri din an (indice 79) [C].

Managementul de proiect a formulat o propunere de prezentare pe cartiere – fiecărei cete i se alocă o zi într-un cartier, cu demonstrații de obiceiuri, ateliere pentru comunitate, prezentări de costume și muzică, fără procesiune călare, fiecare cartier devenind temporar spațiu de celebrare, iar Coborârea din Duminica Tomii rămânând unicul moment procesional, în centru [I]. Purtătorul obiceiului a respins ideea când i-a fost pusă:

> *„Nu se poate. [...] săptămâna asta e cam a Junilor tineri și ar trebui să rămână așa, ca să nu le facă nimeni concurență. [...] e și greu să scoți anumite lucruri din cartier. [...] Am scoate și obiceiul din Șchei, ar fi diferit. [...] Săptămâna asta e a lor”* (Subiect 14) [D]

Reconcilierea, pe care raportul integrat o indică, este între ritual și prezentare: obiecția privește ritualul, iar propunerea privește transmiterea – demonstrații, ateliere, școli, maialuri, fanfară, care se poate desfășura în afara Săptămânii Luminate și se decide împreună cu Uniunea Junilor, nu prin relocarea obiceiului. Rămân două nuanțe: atelierul instituțiilor descrie Șcheiul ca lipsit de o comunitate reală, iar o percepție izolată de *„spectacolizare”* a paradei, formulată într-un interviu, este contrazisă de purtător și de atelierul 02 și se reține doar ca semnal [D].

Constatarea capitolului: Junii sunt unicul patrimoniu imaterial viu de rang național al Brașovului și nu au niciun statut formal – nici în Registrul național, nici la UNESCO, iar Șcheiul, *„partea românească a istoriei”*, este vizitat de jumătate dintre vizitatori și numit de unu la sută. Traseul este înscrierea în Registrul național până la tricentenarul din 2028, apoi dosarul UNESCO; extinderea se face prin transmitere și prin prezentare decisă cu purtătorii, nu prin exportul obiceiului din Șchei; medierea se face prin oameni, nu prin infrastructură – direcția DC1 [I].

2.5.5. Multiculturalitate, târg, graniță: identitățile și deficitul de cunoaștere a propriei istorii

Consultarea nu produce o identitate a Brașovului, ci un repertoriu: raportul integrat inventariază nouă gramatici identitare – libertatea; comuniunea și târgul; ștaiful; conduita săsească; standardul și natura; *„Civilizația Muntelui”*; orașul tiparului și al muzicii; poarta de est a imperiului și Orașul Stalin; limesul, *„Life on the Border”*, la care atelierele adaugă *„Lifestyle Capital”*, *„mini-esența Transilvaniei”* și *„Orașul Coroanei”*. Multiculturalitatea este tema identitară cu cea mai mare convergență (12 subiecți, 5 ateliere) și este unanim pozitivă ca resursă, dar memoria ei este stânjenitoare pentru români, iar vocabularul ei nu există în public. Toate vocile converg asupra unui singur diagnostic: brașovenii nu-și cunosc istoria, iar *„amalgamul”* este trăit de unii ca problemă și revendicat de alții ca resursă.

Târgul este răspunsul cel mai spontan la întrebarea identitară:

> *„E un amalgam de culturi. Și avem cultura sașilor, avem cultura maghiarilor, avem românii veniți din toate părțile țării, e un târg. Dar tocmai că aia e cultura, de fapt!”* (Subiect 4)

Același respondent a transformat-o în program – *„Identitatea să fie cel mai bine organizat târg din Europa! Și haideți să vedeți târgul nostru”* – și a acceptat entuziast formula moderatorului despre *„brașoave”* (*„Exact! Fix asta este!”*). Subiectul 23 îi dă fundamentul – *„tradiția negustorească specifică unui târg de graniță”* – și condiția de graniță:

> *„Brașovul a fost întotdeauna o graniță. [...] «Life on border». Asta aș transmite. Între catolicism și ortodoxie [...] Aicea s-a oprit Imperiul Austro-Ungar”* (Subiect 23)

Subiectul 17 formulează același lucru pentru piețele îndepărtate: *„poarta de est a imperiului”*. Libertatea apare ca fir propriu în atelierul instituțiilor: *„Orașul ăsta este singurul oraș istoric pentru care se potrivește cuvântul libertate. [...] a fost creat ca oraș liber [...] Când li s-au luat libertățile de către austrieci, e singurul oraș care s-a revoltat. În 1688. [...] 1987 la Brașov”* (participant, atelierul 02) – afirmații istorice declarative [D]. Memoria multiculturală este, însă, incomodă:

> *„Numai partea mai puțin plăcută pentru români e așa, că la noi mai mult de jumătate din obiectivele turistice nu ne aparțin nouă, românilor. Pentru că românii au trăit o bună parte din istorie în afara cetății”* (participant, atelierul 04)

> *„Puțini au auzit de Brașov, nimeni nu știe că-i Kronstadt. Când zic Dracula Castle și Transylvania, e ușor de reperat”* (Subiect 1)

Unul dintre subiecți cere, dimpotrivă, mai puțin accent pe sași, pentru că nu mai există purtători. Subiectul 24 descrie amalgamul ca problemă – *„dacă întrebi zece persoane diferite ce este Brașovul, îți vor da zece răspunsuri diferite”* (Subiect 24), iar deficitul de cunoaștere este formulat identic de Subiectul 21 – *„a fost ștearsă istoria între timp. Dar culmea este că legendele le știu”* (Subiect 21), de Subiectul 9 (*„nu prea știm să arătăm lumii cine suntem”*) și de un alt subiect (*„cu capul cumva în pământ”*). Pentru străini, Subiectul 1 nu are *„al treilea cuvânt”* după Dracula și Transilvania [D].

Cifrele confirmă deficitul. Multiculturalitatea este atu pentru 12 subiecți și 5 ateliere; Kronstadt necunoscut este problemă pentru 6 subiecți și 8 ateliere; deficitul de mândrie și de cunoaștere locală pentru 8 subiecți și 2 ateliere; condiția de graniță apare numai în interviuri (2), libertatea numai într-un atelier, *„Lifestyle Capital”* în 4. În asocierile spontane, familia *„sași / german / Transilvania / multicultural”* are 2,0% și Kronstadt nicio mențiune; în recenzii, *„Transilvania”* apare la 2,96% dintre străini și la 0,05% dintre români, iar *„săsesc / Saxon / Kronstadt”* în 51 de texte, 49 ale străinilor. La

recensământul din 2021, municipiul avea 237.589 de locuitori; din populația care și-a declarat etnia, românii sunt circa 93,5%, maghiarii circa 5,4%, germanii 813 de persoane, cu 15% nedeclarați – o structură care face din multiculturalitate mai degrabă o moștenire decât o realitate demografică[288]. Moștenirea este însă vie acolo unde are instituții, calendar și bucătărie, iar centrul comercial care a generat diversitatea o întreține și astăzi: Biserica Neagră și comunitatea evanghelică, Colegiul Național *„Johannes Honterus”*, cu predare în limba germană, instituțiile de cultură ale comunității maghiare, Biserica Sfânta Treime din Cetate, ctitorită de Compania negustorilor greci, comunitatea evreiască și sinagoga, Șcheiul, cu Junii și cu Biserica Sfântul Nicolae, maialurile și Honterusfest, bucătăriile săsească, maghiară și românească documentate de capitolul G [C/D]. Subiectul 21 numește *„mândria conștientă a comunității multiculturale”* (*„brașovenii sunt foarte mândri de ceea ce au și sunt conștienți de ceea ce au”*), iar interviurile aduc narativul biografic multietnic și integrarea noilor comunități (Subiect 2) [D]. Pentru strategie, multiculturalitatea nu este o pondere demografică, ci o moștenire vie a centrului comercial: practici, instituții și gusturi care se pot arăta, povesti și servi; tricentenarul Junilor din 2028 și dosarul UNESCO (DC1-a) sunt prima ocazie de a o prezenta astfel, iar propunerea Comisiei Europene pentru titlul din 2034 o evaluează explicit, prin *„promovarea diversității culturale și lingvistice a Europei”* și prin *„implicarea semnificativă a comunităților locale diverse”*[289] [C/I]. Cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice a orașului ajunge la aceeași concluzie pe alte date: cele zece nume istorice ale orașului, propuse ca fir identitar în candidatura pentru 2021, nu au produs asocieri cu multiculturalitatea, iar etniile care au definit identitatea orașului sunt *„minoritare și în continuă scădere”*; un lider de opinie intervievat descrie prima generație de brașoveni, care încearcă să-și asume moștenirea Șcheiului și pe cea săsească: *„nu reușim atât de mult și încă ne unim, încă ne sudăm”*[290]. Reperele orașului tiparului sunt verificate: tipografia lui Honterus din 1533 (nu 1539, cum s-a spus în consultare), gimnaziul din 26 aprilie 1541, Octoihul lui Coresi din 1557[291]. Documentația de patrimoniu culinar formulează aceeași identitate – *„Brașovul, oraș de graniță și târg, a fost punct de întâlnire între Europa Centrală, Balcani și Orient”* – și menționează trei bresle de panificație cu turn de întreținut, preluate de capitolul G [C].

Nuanțele sunt de registru și de alegere. Raportul integrat recomandă să nu se reproducă *„bârfa”* despre plecarea sașilor și a evreilor, ci doar tiparul – memoria dureroasă a plecării. Formulele concurente nu sunt echivalente: *„poarta / esența Transilvaniei”* are cea mai largă bază în ateliere și singurul public măsurabil la străini; *„Civilizația Muntelui”* a fost conceptul cu care s-a depus candidatura pentru titlul din 2021, o sinteză a celor șase concepte votate de 1.343 de brașoveni, nesupusă dezbaterii publice[292], și se sprijină pe asocierea dominantă a românilor (muntele, 31,6%); *„târgul”* integrează cel mai mult conținut istoric – breslele, negustorii greci și români, Junii ca *„grănicerii târgului”*, Dracula ca legendă-

[288]Recensământul populației și locuințelor 2021 – municipiul Brașov, 237.589 de locuitori; structura etnică: https://bzb.ro/stire/al-12-lea-judet-al-tarii-radiografia-brasovului-dupa-rpl-2021-a182926 ; https://populatia.ro/populatie-municipiul-brasov-judetul-brasov/

[289]Implicarea comunităților locale și a societății civile, art. 5 alin. (3) din propunerea COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf

[290]Cele zece nume ale orașului, etniile fondatoare și noii brașoveni: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA, p. 96, 135 și 157; articolul autoarei despre candidaturile pierdute ale orașului: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.3.14

[291]Tontsch, H. (1933), „Tipografia Honterus din Brașov”: https://restitutio.bcub.ro/storage/item/2024/Aug/tipografia-honterus-din-brasov/XTcoi81zkt7DCCU2bR4Pzz69112CfPbDpgjX0Kiy.pdf ; Biblioteca Județeană „George Barițiu”, fișa de patrimoniu local: https://www.bjbv.ro/?p=2042 ; Niculescu, A. (2004–2005), despre tipăriturile lui Coresi, Dacoromania: https://www.diacronia.ro/indexing/details/A1806/pdf

[292]Conceptele candidaturii pentru 2021 și votul public: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA, p. 7–8 și 95; articolul autoarei despre candidaturile pierdute ale orașului: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.3.14

marfă – și este, în același timp, cel mai expus trivializării; *„libertatea”* are datele cele mai memorabile și un singur atelier. Anti-identitățile documentate – răsfățul fără responsabilitate, hiperconservatorismul, *„capul în pământ”* – spun ce trebuie evitat în registru. Capitolul G a tranșat pentru gastronomie cu *„principiul adopției”*: *„nu sunt ale noastre până sunt ale noastre”* [I].

Constatarea capitolului: Brașovul are mai multe identități, nu una singură, și o problemă de fond comună tuturor – locuitorii nu-și cunosc propria istorie, iar străinii o citesc mai bine decât ei. Poziționarea stabilită de managementul de proiect – orașul liber de la graniță, puternic centru comercial la întâlnirea culturilor, cultura în sens larg a pieței și a întâlnirii – este singura formulă din repertoriu care integrează multiculturalitatea, breslele, Junii, libertatea și legenda fără a le falsifica; ea cere însă întâi cultură pentru localnici (ora de patrimoniu local, tururi pentru brașoveni, *„turist în propriul oraș”*) și abia apoi narațiune pentru vizitatori – direcțiile DC1 și DC5 [I].

2.5.6. Dracula: locul legendei în oferta orașului

Dracula este tema cu cea mai largă bază din întreaga consultare pe identitate: 14 subiecți și 8 ateliere îl tratează ca ancoră de notorietate, 10 subiecți și 5 ateliere ca produs eșuat sau poveste nespusă, 4 ateliere ca kitsch identitar și tot 4 ca temă de valorificat creativ. Pozițiile se distribuie pe un continuum, dar converg asupra a trei reguli: Dracula și Bran sunt ancora de notorietate pe piețele îndepărtate și nu pot fi ignorate; Dracula nu devine emblema Brașovului, ci intră *„pe lista de atracții”*, cu comunicare diferențiată pentru străini și pentru români; registrul este *„creativ, nu dark”*, pentru că varianta *„dark”* este prea aproape de kitsch-ul deja măsurabil la Bran. Strategia reține regula sub forma „creativ, fără kitsch macabru”: fantasy, horror și gotic curatoriate, program diferențiat pentru familii, fără comercializare kitsch; produsul care o aplică este Brașov Dark Fantasy Fest (DC10-e) [I].

Antreprenorii culturali formulează oportunitatea neînțeleasă local:

> *„Dracula Film Festival... toți străinii ne spun că: «Băi, voi stați pe un butoi de aur aici! Că orice fan fantasy, horror din lumea asta își dorește să vină acasă la Dracula, la un festival de film». Dar nimeni din local nu înțelege chestia asta”* (participant, atelierul 03)

Hotelierii fixează regula a doua: *„Nu știu, dar cu siguranță nu aș pune emblema Dracula pe Brașov.”* – *„Eu sunt de acord că asta vinde [...] Dar n-am spus: «Haideți la Brașov pentru Dracula!».”* – *„Nu doar pentru Dracula, dar poți să-l menționezi pe lista de atracții”* (participanți, atelierul 04). Instituțiile culturale fixează regula a treia:

> *„aș lăsa artiștii de peste tot să-l interpreteze pe Dracula. [...] au apărut 49 de lucrări, 49 de interpretări originale ale lui Dracula. [...] nu dark. Lasă-l naibii de dark, că tot... e prea facil dark... Și e prea aproape de kitsch dark. Nu! Cel mai creativ Dracula din lume îl găsești la Brașov”* (participant, atelierul 02)

Subiectul 5 dă doctrina poveștii adevărate:

> *„tu profiți de notorietatea lui Dracula ca să-ți promovezi povestea adevărată. El rămâne cu povestea lui de acasă, poate să o prezinte în continuare, dar știe și că adevărul e altul”* (Subiect 5)

Subiectul 21, secvența inversă:

> *„Aș marja mai mult pe legendă, după care, la sfârșit, aș da și datele istorice. [...] Dar indiferent cât de mult își doresc partea asta, îi încântă partea de poveste”* (Subiect 21)

Administratorii de apartamente resimt dependența – *„Branul nu definește Brașovul și nici Brașovul nu definește Castelul Bran. [...] mi se pare o strategie de gen follow, în care te-ai ancorat într-un obiectiv și noi stăm bine-mersi”* (participant, atelierul 08), Subiectul 18 o acceptă ca fapt:

> *„Eu cred că Brașovul va rămâne ombilical legat de ideea de Dracula și de Castelul Bran. [...] «Brașov, Transilvania» sună mai bine decât «Brașov» simplu”* (Subiect 18)

Observațiile de teren ale echipei de cercetare reține formula de la atelierul instituțiilor: *„ne definește cuvântul libertate. Să avem un Dracula al naibii de creativ”* [D].

Cifrele dau măsura ancorei și prețul etichetei: *„Dracula / Bran / castel”* are 5,2% dintre asocierile spontane (Bran și Dracula strict 3,4%), mai mult la nevizitatori (6,5%) și la tineri (6,1%); în recenzii, *„Dracula”* apare în 1,7% dintre textele non-cazare, aproape toate ale străinilor, cu tendință descrescătoare, iar tururile cu *„Dracula”* în denumire au 4,22 și 20,5% negative, față de 4,82 și 3,2% la tururile de castele fără etichetă și 4,91 și 2,2% la cele de patrimoniu rural și săsesc. Raportul de analiză a destinației constată că Dracula *„nu este o asociere dominantă a orașului în review-urile de patrimoniu”* și recomandă *„Transilvania fără Dracula”* ca registru al orașului; raportul integrat validează comunicarea diferențiată și conchide că *„problema nu e ancora, ci absența arhitecturii de poveste și de servicii în jurul ei”*. Dracula Film Festival există din 2013, a ajuns la ediția a XIV-a în 2026 și a primit 86.000 de lei din Ghidul cultural[293] [C].

Nuanțele privesc produsul. Două variante circulă în ateliere: un Centru Cultural Dracula între Brașov și Bran, *„nu parc tematic”* (atelierele 02 și 03), și un *„Halloween în Transilvania”* ca eveniment-momeală în sezonul mort, prin strategie comună cu Branul (atelierul 05) – a doua incompatibilă cu regula *„nu dark”* dacă nu este curatoriată [D]. Instituțiile își amintesc geneza kitsch-ului – turul *„Dracula Educational”* al ONT din 1973, eclipsa din 1999 – și constată: *„Încă nu este acceptat”*. Dracula este și un risc pentru Școlii: străinii proiectează deja vampirul peste Catedrala Sfântul Nicolae.

Constatarea capitolului: Dracula este o ancoră de notorietate pe care Brașovul nu o poate și nu trebuie să o refuze, dar pe care nu o poate pune pe frontispiciu fără să plătească în satisfacție și în identitate. Cele trei reguli – Dracula rămâne o atracție printre altele, fără să devină emblema orașului; este tratat creativ, nu macabru; comunicarea diferă pentru străini și pentru români – sunt convergente în consultare și confirmate de recenzii; ele intră în direcția DC5 ca temă a narațiunii, nu ca nume de produs [I]. Direcția mărcii le adaugă a patra: pentru piețele anglofone, legenda intră prin scrisoarea contelui din primul capitol al romanului, un prieten care îl întâmpină pe călător în Carpați, nu prin eticheta „Dracula”; promisiunea „Brașov, prietenul tău din Transilvania” spune Dracula fără să îl numească; decizia de a nu numi Dracula în poziționare rămâne o decizie de marcă, nu un efect demonstrat statistic [I]. Forma evenimentului: Dracula Creative Week crește într-un festival cu nume propriu, Brașov Dark Fantasy Fest (nume propus), în care Dracula este un personaj, nu numele (DC10-e) [I].

2.5.7. Narațiunea și medierea: „piatră, nu poveste”

Deficitul de mediere este veriga care leagă toate constatările anterioare: patrimoniul există, publicul îl vede, dar nimeni nu-l povestește. Ghizii sunt puțini, fără recunoaștere locală, repetitivi și, în momentele critice, salvați de *„un vampir”*; obiectivele *„nu sunt puse într-o poveste”*; vechiul slogan

[293] Dracula Film Festival – din 2013; circa 3.000 de filme înscrise anual din peste 80 de țări; 86.000 de lei din Ghidul cultural 2026: https://zilesinopti.ro/?p=376345 ; https://zilesinopti.ro/evenimente/dracula-film-festival-2025/ ; https://bizbrasov.ro/2026/09/30/finantari-proiecte-culturale-brasov-festiv/

„Brașov, oraș de poveste” n-a spus povestea; centrul de informare turistică are cel mai slab rating din toată baza culturală a destinației. Propunerile converg spre o școală de ghizi și povestitori curatoriați de OMD, într-o listă scurtă, liceeni și studenți ghizi, Juni ghizi, tururi cu istoricii locali, realitate augmentată și coduri QR, hartă literară și o agendă integrată – tema cu cea mai largă răspândire dintre toate temele noi ale atelierelor.

„Păi, ai atins un subiect foarte fain, că nu există. Cât ne-am chinuit, dar ne-am chinuit de-a dreptul să găsim un ghid vorbitor de franceză!” – iar la o cină cu parteneri străini, *„atât de slab a fost ghidul, încât au râs membrii board-ului. [...] Și aveau și o mascotă, un vampir [...] A preluat vampirul discuția și a salvat seara”* (Subiecții 19–20). Subiectul 9:

> *„se bifează exact aceleași lucruri, tot timpul sunt reluate aceleași informații [...] Că toată lumea se duce la Biserica Neagră, e ok, Strada Sforii, e în regulă. Dar hai și Muzeul Mureșenilor, de exemplu, Muzeul de Artă”* (Subiect 9)

Muzeele semnalează concurența dintre terasă și muzeu:

> *„ghizii din Brașov nu aduc pe nimeni la muzeu niciodată. [...] «Ce v-am spus până acum e în regulă, nici nu merită să mai intrați, că știți tot. Uite, mergeți acolo pe terasă și beți o bere sau o cafea.»”* – *„Asta cu urechile mele am auzit-o!”* (participanți, atelierul 02)

Subiectul 23 propune produsul:

> *„Aș face un oraș al poveștilor.”* – *„Pentru că, la un moment dat, a și existat «Brașov, oraș de poveste» [...] Doar că n-a spus povestea”* (moderatorul) - *„Da. Dar aș face chestia asta în toată zona centrală. [...] oamenii ăștia doi știu o grămadă de legende [...] Cu tunelurile de pe dedesubt”* (Subiect 23)

Administrația recunoaște golul de informare:

> *„un turist care vine în gară, care vine în aeroport, care vine cu mașina în zona orașului, nu are informații despre ele, da? Teatru, Operă, hai să zic, ele sunt mai vizibile”* (Subiect 13)

Locuitorii din Șchei spun cum trebuie spusă povestea:

> *„prin experiențe vii: ghizi bine pregătiți, evenimente, reconstituiri istorice și colaborări între comunitate și profesioniști din turism. O poveste autentică are nevoie de oameni care să o transmită”* (participant, atelierul 09)

Moderatorul a schițat instituția – *„o grupă de ghizi la Facultatea de Literatură, la franceză, engleză [...] acreditați”*, iar Subiecții 19–20 au completat: *„De către OMD”* (Subiecții 19–20); organizația de management al destinației anunța, în atelierul mediului academic, *„un pool de ghizi”* cu sprijinul universității. Un vizitator al Turnului Alb rezumă: *„Nu este deschis, nu este nimeni care să îți spună o poveste”* [D].

Cifrele măsoară golul din ambele direcții. Deficitul de ghizi este problemă pentru 6 subiecți și 2 ateliere, povestea nespusă pentru 10 subiecți și 5 ateliere, lipsa stratului de agregare pentru 13 subiecți și 3 ateliere; ghizii curatoriați de OMD sunt propuși de 6 subiecți și în 3 ateliere, stratul de agregare (cardul orașului, bilet unic, integrator) de 12 subiecți și în 6 ateliere, iar informarea și agenda culturală integrată în 10 din 12 ateliere. Vocabularul interpretativ este 5,5% față de 32,7% material, *„story / legend”* 0,8%, familia extinsă *„poveste / legendă”* 1,8% din toată baza non-cazare și 7,1% la muzee – povestea plătește în note (4,69), dar este rară. Centrul de Informare Turistică Brașov are 2,70 și 60,9% negative, centrul din Poiana 5,00; tururile de patrimoniu rural și săsesc vândute din Brașov sunt

produsul cultural cel mai bine evaluat din întreaga bază (4,91) – dovada că povestea, când există, se vinde. Călătorii cer spontan tururi ghidate, trasee tematice medievale și *„muzeu interactiv/3D despre viața locuitorilor de odinioară”;* raportul de analiză a destinației recomandă *„transformarea patrimoniului din obiect vizual în poveste: bresle, comunități, personaje, episoade istorice, legende, trasee tematice și interpretare în spațiul public”* [C].

Nuanțele sunt două. Medierea umană și cea tehnologică coexistă în propuneri fără a se exclude; experiența eșuată a Turului Crucilor cu GPS arată că a doua nu rezistă fără un proprietar instituțional. Asupra conținutului există o controversă de registru – *„legenda întâi”* (Subiect 21) sau *„povestea adevărată”* (Subiect 5), pe care raportul integrat o rezolvă ca secvență, cârlig urmat de fapt, într-un standard de ghidaj numit *„doctrina poveștii adevărate”*. Capitolul G a introdus deja *„ghidul viu al destinației”*, *„integratorul pe durate”* și codul QR al destinației în unitățile de cazare (DG4-b) [I].

Constatarea capitolului: Brașovul este *„piatră, nu poveste”* – un patrimoniu bine evaluat când este explicat, consumat de departe când nu este, cu ghizi puțini și repetitivi, cu un centru de informare care are cel mai slab rating al destinației și cu o agendă culturală pe care nici brașovenii nu o cunosc. Medierea este cea mai ieftină dintre direcțiile capitolului și condiția tuturor celorlalte: școală de ghizi și povestitori curatoriați de OMD, standard de ghidaj *„legendă urmată de fapt”*, informare integrată (S4) – direcția DC5 [I].

2.5.8. Muzeele și instituțiile: cea mai bună evaluare, cea mai mică prezență

Muzeele brașovene nu intră în programul turistului standard, care bifează monumentele și pleacă; administrația recunoaște că *„muzeele din Brașov nu sunt promovate”*; instituțiile nu cooperează între ele și nu există o contorizare la nivel de destinație a intrărilor. În același timp, muzeele sunt categoria cel mai bine evaluată în recenzii și se definesc ca purtători ai identității orașului. Capacitatea instituțională este însă precară: muzeele județene funcționează *„în cămăruțe”*, fără un spațiu expozițional de 2.000 mp, cu plafoane de acces de 15–20 de persoane impuse de normele de securitate la incendiu, incompatibile cu monumentele istorice, cu bugete de acțiuni de ordinul a 200.000 de lei pe an și cu o hemoragie de personal [D]. Instituțiile de spectacol sunt mai vizibile și bine evaluate, dar izolate pietonal de centru și descrise de sectorul independent ca greu accesibile. Infrastructura culturală nu lipsește; lipsesc accesul la ea și regulile.

Instituțiile culturale descriu poziția lor în produs:

> *„cine își face un program la Brașov își trece pe listă Castelul Bran, Biserica Neagră, Rupea și așa mai departe, Făgărașul, da? Greu să-l auzi că-și pune pe listă Muzeul de Istorie, Muzeul de Etnografie, Muzeul de Artă, Casa Mureșenilor”* (participant, atelierul 02)

Și rolul pe care îl revendică:

> *„Muzeul de Istorie trebuie să fie buletinul. Ce ai pe buletin? Ai numele. [...] Ai data nașterii. [...] Ai o poză. Ei, atunci trebuie să pui în muzeu trăsăturile acestui chip numit Brașov. Asta este Casa Sfatului, da?”* (participant, atelierul 02)

Observațiile de teren ale echipei de cercetare rețin diagnosticul: *„Cetatea Brașovului nu are muzee asociate, ceea ce înseamnă că nu poate transmite o narațiune coerentă vizitatorilor”*. Subiectul 1 povestește eșecul cooperării:

> *„ne-am dus la directorii de muzee și au zis: «Ce treabă am eu cu ălălalt? N-am eu... Ce să am de-a face cu celălalt muzeu?» Dacă nu putem integra muzeele încă, că nu văd că putem, măcar să știm câți intră”* (Subiect 1)

Capacitatea este formulată în termeni de infrastructură:

> *„Până la bani, nu mai avem resurse umane, nu avem resurse la nivel de spații, spații expoziționale, noi îngropăm în tot felul de cămăruțe expoziții și pe de altă parte suntem întrebați: «Dar câți vizitatori ai?»”* (participant, atelierul 02)

„am zis să aducem o expoziție din străinătate și sunt rider-e pentru expozițiile mari și cea mai mică expoziție era de 2000 de metri pătrați. Păi, aici se termină discuția, pentru că toate muzeele noastre la un loc nu au 2000 de metri” (participanți, atelierul 02) – de unde ordinea nevoilor: infrastructura mai întâi, banii după. Spațiile există, dar sunt blocate: antreprenorii culturali numără cinematografele renovate fără program, bastioanele închise, arenele de sub Tâmpa, piețele centrului practic inutilizabile legal pentru scene și branșamentele electrice obținute *„prin furcile caudine”*, iar Subiectul 24 confirmă din interior accesul *„greoi”* la Apollonia și la cinematografele Astra, Modern și Popular. Verificarea echipei de proiect din octombrie 2026 precizează situația: municipiul a investit din bugetul local circa 41 de milioane de lei în patru clădiri culturale – Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”* (fosta Bancă Săsească, deschis la sfârșitul lui 2022, circa 17 milioane), Cinema Astra (lucrări de circa 11 milioane, primele activități la sfârșitul lui 2020), Cinema Popular (finalizat în 2021, circa 8 milioane, niciodată deschis publicului) și Cinema Modern (redeschis în 2023 după aproape 15 ani, circa 5 milioane, cu două săli, de 120 și 186 de locuri, și cu program: Dracula Film Festival, festivaluri pentru copii, cicluri de film); în aprilie 2026, Astra și Popular au fost închise temporar pentru costurile de întreținere și lipsa unui calendar stabil, Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”* administrează toate aceste spații cu 11 angajați, iar administrația a anunțat că analizează predarea administrării către terți, pe bază de proiect, fără o procedură publicată[294] [SS]. Bastionul Postăvarilor, închis din 2012, are o restaurare de 12,03 milioane de lei finanțată din Programul Regiunea Centru, cu termen la sfârșitul lui 2027 și cu funcții anunțate de expoziții, ateliere și evenimente, dar fără operator stabilit; trei foste puncte termice din Tractorul și Valea Cetății au intrat în șantier în octombrie 2026, cu 10,28 milioane de lei, ca centre multifuncționale, fără componentă culturală definită; fostul Cinema Arta este proprietate privată, scos la vânzare în mai 2026[295] [SS]. Sala Polivalentă este *„un tool extraordinar”* cu o

[294]Radio Brașov FM, 3 aprilie 2026, „Fostele cinematografe Astra și Popular vor fi închise temporar” (costurile reabilitărilor; 11 angajați; analiza predării administrării către terți): https://www.radiobrasovfm.ro/stiri-din-brasov/fostele-cinematografe-astra-si-popular-vor-fi-inchise-temporar-id214716.html ; Biz Brașov, 24 mai 2022, „Vechile cinematografe din Brașov rămân închise, cu toate că au fost reabilitate”: https://bizbrasov.ro/2022/05/24/cinematografe-brasov-reabilitate-inchise/ ; Brașov.net, Cinematograful Modern redeschis după aproape 15 ani: https://www.brasov.net/cinematograful-modern-din-brasov-se-redeschide-dupa-aproape-15-ani-brasovenii-si-turistii-sunt-asteptati-in-aceste-zile-la-dracula-film-festival/ ; Biz Brașov, 24 aprilie 2025, Bastionul Postăvarilor (12.026.558 de lei; termen 2027): https://bizbrasov.ro/2025/04/24/bastionul-postavarilor-reabilitat-complet/ ; Brașov.net, 4 iunie 2026, funcțiile anunțate ale bastionului: https://www.brasov.net/lucrarile-de-restaurare-la-bastionul-postavarilor-sunt-in-grafic-si-vor-transforma-monumentul-in-hub-cultural/ ; Biz Brașov, 15 octombrie 2026, trei foste puncte termice în șantier (10.276.026 de lei): https://bizbrasov.ro/2026/10/15/centrale-termice-brasov-santier-investitia/ ; Transilvania 365, 5 mai 2026, Cinematograful „Arta” scos la vânzare: https://transilvania365.ro/cinematograful-arta-din-brasov-scos-la-vanzare-o-cladire-emblematica-pregatita-pentru-reconversie/

[295]Radio Brașov FM, 3 aprilie 2026, „Fostele cinematografe Astra și Popular vor fi închise temporar” (costurile reabilitărilor; 11 angajați; analiza predării administrării către terți): https://www.radiobrasovfm.ro/stiri-din-brasov/fostele-cinematografe-astra-si-popular-vor-fi-

condiție: *„ai șase luni de iarnă unde nu mai ai scuza că n-o să ai nimic pentru indoor”* (Subiect 18); *„Dar iarăși, cine va opera această sală? Pentru că dacă este operată în dulcele stil al statului... nu văd să se întâmple multe chestii”* (participant, atelierul 04). Instituțiile de spectacol sunt deconectate pietonal de centru, iar pentru Subiectul 24 au o funcție de educare a gustului prin ieșirea în spațiul public – stagiunea estivală a Operei în Piața Sfântul Ioan: *„Sunt gusturi care se cultivă”* (Subiect 24) [D].

Cifrele: muzeele au 4,69 și 8,0% negative, cea mai bună categorie a bazei – Olimpia 4,92, Muzeul de Artă 4,62, Prima Școală Românească 4,51 (20,4% negative la străini, semn al dependenței de ghidul *„viu”*), iar instituțiile de spectacol sunt toate peste media bazei (Opera 4,74, Sala Patria 4,79, Teatrul Arlechino 4,94); rata de conversie de la notorietate la vizită este de 45–48% la muzee, față de 25–30% la festivaluri. Seria INS a vizitatorilor de muzee este județeană – 2.789.641 în 2023, în 35 de unități – și dominată de Castelul Bran, deci inutilizabilă pentru oraș; singurele cifre instituționale publice sunt ale Muzeului de Artă (13.175 de vizitatori în 2024) și ale Casei Mureșenilor (21.183 de beneficiari în 2025); instituțiile de spectacol din județ au avut 351.647 de spectatori în 2023. Tutela este împărțită: Primăria are teatrele, Opera, Filarmonica și Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”*; Consiliul Județean, Muzeul Județean de Istorie, Muzeul de Etnografie, Muzeul de Artă, Casa Mureșenilor, Biblioteca Județeană și Reduta; Biserica Neagră este a parohiei evanghelice, Prima Școală Românească a parohiei Sfântul Nicolae. Sala Polivalentă are 11.211 de locuri și termen *„cel târziu iunie 2027”*, cu costuri raportate divergent (356,7 milioane de lei în noiembrie 2025; 646 de milioane după o declarație ministerială din august 2026)[296]; la Noaptea Muzeelor 2026 au participat 8 instituții brașovene. În consultare, Sala Polivalentă este atu pentru 12 subiecți și 6 ateliere, biletul unic este propus de 12 subiecți și în 6 ateliere, iar finanțarea, marginalizarea și managementul instituțiilor sunt teme apărute numai în ateliere [C].

Muzeul *„Prima Școală Românească”* cere o lectură separată: este muzeu al Parohiei Sfântul Nicolae, nu instituție publică, reorganizat în 1964 în clădirea-monument din incinta bisericii din Șchei, cu sute de cărți unicat din secolele XV–XIX, manuscrise românești, grecești și slavone și documente brâncovenești, condus de un preot al parohiei cel puțin din noiembrie 2021; în 2023–2024, o lucrare pornită fără documentație completă a distrus picturi murale și ornamente vechi, cu dosar penal și cu mutarea temporară a muzeului, iar în 2026 ansamblul este în restaurare, cu acces limitat[297] [SS]. Este, în același timp, unul dintre muzeele importante ale orașului în cercetarea națională (vizitat de 31,7%

inchise-temporar-id214716.html ; Biz Brașov, 24 mai 2022, „Vechile cinematografe din Brașov rămân închise, cu toate că au fost reabilitate”: https://bizbrasov.ro/2022/05/24/cinematografe-brasov-reabilitate-inchise/ ; Brașov.net, Cinematograful Modern redeschis după aproape 15 ani: https://www.brasov.net/cinematograful-modern-din-brasov-se-redeschide-dupa-aproape-15-ani-brasovenii-si-turistii-sunt-asteptati-in-aceste-zile-la-dracula-film-festival/ ; Biz Brașov, 24 aprilie 2025, Bastionul Postăvarilor (12.026.558 de lei; termen 2027): https://bizbrasov.ro/2025/04/24/bastionul-postavarilor-reabilitat-complet/ ; Brașov.net, 4 iunie 2026, funcțiile anunțate ale bastionului: https://www.brasov.net/lucrarile-de-restaurare-la-bastionul-postavarilor-sunt-in-grafic-si-vor-transforma-monumentul-in-hub-cultural/ ; Biz Brașov, 15 octombrie 2026, trei foste puncte termice în șantier (10.276.026 de lei): https://bizbrasov.ro/2026/10/15/centrale-termice-brasov-santier-investitia/ ; Transilvania 365, 5 mai 2026, Cinematograful „Arta” scos la vânzare: https://transilvania365.ro/cinematograful-arta-din-brasov-scos-la-vanzare-o-cladire-emblematica-pregatita-pentru-reconversie/

[296]Sala Polivalentă Brașov – 11.211 de locuri, finalizare „cel târziu iunie 2027”: https://profit.ro/povesti-cu-profit/cea-mai-mare-sala-polivalenta-din-romania-gata-de-lansare-video-22226346 ; https://www.prosport.ro/?p=20495822

[297]TVR Info, 26 septembrie 2024, lucrările de la Muzeul Primei Școli Românești (muzeu al Bisericii „Sfântul Nicolae”; dosarul penal; mutarea temporară): https://tvrinfo.ro/picturi-murale-si-ornamente-vechi-din-muzeul-primei-scoli-romanesti-au-fost-distruse-in-timpul-renovarii/ ; Adevărul, 23 noiembrie 2021, cărțile vechi de la Prima Școală Românească și cooperarea cu Muzeul „Casa Mureșenilor”: https://adevarul.ro/stiri-locale/brasov/comoara-de-la-prima-scoala-romaneasca-din-brasov-2134500.html ; InfoCons, fișa de patrimoniu a Primei Școli Românești (reorganizarea din 1964; fondul): https://infocons.ro/infocons-protectia-consumatorilor-de-patrimoniu-prima-scoala-romaneasca/ ; cifrele recenziilor: baza consolidată a proiectului (110 de recenzii, martie 2023 – iulie 2026), calculele echipei de proiect [E]

dintre vizitatori; 33,8% îl cunosc fără să-l fi vizitat) [C], iar recenziile arată o îmbunătățire: 4,51 pe perioada 2023–2026, cu evaluările negative ale străinilor în scădere de la 37,5% în 2023–2024 la 27,3% în 2025 și la 14,3% în 2026, cu ale românilor de la 14,3% la 7,1% și cu volumul recenziilor crescut de la 8 pe an la 77 în șapte luni; nemulțumirile rămase privesc lipsa panourilor explicative și dependența de ghidul viu [C/E]. Un precedent de cooperare există: în 2021, muzeul parohiei și Muzeul *„Casa Mureșenilor”* au prelucrat împreună 1.500 de cărți vechi din biblioteca unui colegiu brașovean[298] [SS]. Nuanțele: instituțiile resping evaluarea *„după numărul de vizitatori”* și cer indicatori pe funcții, în timp ce arhitecții cer tocmai date de conversie (*„din 2 milioane, câți intră la muzeu”*); un respondent invocă biletul unic al muzeelor ca model existent, în contrast cu eșecul cardului orașului din 2009 – de clarificat ce există efectiv [D]. Baza Sportivă Olimpia, de sub Tâmpa, aparține Consiliului Județean, care a răscumpărat-o în 2013, cu Primăria coproprietar, este administrată din 2022 de un serviciu public județean și nu are o funcție culturală definită[299] [SS]. Ediția din vară a Săptămânii Comediei a fost anulată în mai 2026 din cauza indisponibilității sălii Teatrului și reprogramată pentru 2–8 noiembrie 2026 – nu *„anulată”*, cum s-a spus în ateliere[300]. Antreprenorii culturali descriu instituțiile de spectacol ca filtre ale accesului, cu manageri numiți, repertoriu static și tarife orare pentru sală care fac *„cultura un produs de lux”* – afirmații declarative, redate ca tendință generală [D]. Destinația culturală a Sălii Polivalente și a Rulmentului se leagă de prioritatea P4.

Constatarea capitolului: muzeele sunt produsul cultural cel mai bine evaluat și cel mai puțin consumat al destinației, cu o rezervă de conversie de o treime până la două cincimi dintre vizitatori; ele nu pot însă livra fără capacitate – spațiu expozițional, personal, norme adaptate monumentelor – și fără o cooperare care astăzi nu există nici între muzee, nici între cele două tutele. *„Cetatea Brașovului nu are muzee asociate”* este fraza-cheie: muzeele trebuie legate de monumente, de ghizi, de un bilet unic și de un spațiu de 2.000 mp, iar Sala Polivalentă și Rulmentul trebuie să primească un rol cultural explicit – direcția DC4, în legătură cu P4 [I].

2.5.9. Antreprenoriatul cultural și finanțarea: predictibilitatea

Sectorul cultural independent a cerut în 2025–2026, înainte de orice, predictibilitatea finanțării publice locale: Ghidul cultural al Primăriei, cu un buget de 6 milioane de lei în 2024, a fost relansat în iulie 2026 cu 1 milion de lei, din care s-au contractat 659.396 de lei pentru 8 proiecte, iar linia bugetului județean pentru organizații neguvernamentale a fost de 2 milioane de lei în 2025. Consecințele numite sunt festivaluri în pericol, operatori plecați, un conflict deschis între instituțiile publice și sectorul independent și, pe fond, lipsa unei instanțe care să spună ce este cultură și ce este divertisment finanțat ca cultură. Defectele structurale ale instrumentului – anual, tardiv, fără costuri de personal, activ doar

[298]TVR Info, 26 septembrie 2024, lucrările de la Muzeul Primei Școli Românești (muzeu al Bisericii „Sfântul Nicolae”; dosarul penal; mutarea temporară): https://tvrinfo.ro/picturi-murale-si-ornamente-vechi-din-muzeul-primei-scoli-romanesti-au-fost-distruse-in-timpul-renovarii/ ; Adevărul, 23 noiembrie 2021, cărțile vechi de la Prima Școală Românească și cooperarea cu Muzeul „Casa Mureșenilor”: https://adevarul.ro/stiri-locale/brasov/comoara-de-la-prima-scoala-romaneasca-din-brasov-2134500.html ; InfoCons, fișa de patrimoniu a Primei Școli Românești (reorganizarea din 1964; fondul): https://infocons.ro/infocons-protectia-consumatorilor-de-patrimoniu-prima-scoala-romaneasca/ ; cifrele recenziilor: baza consolidată a proiectului (110 de recenzii, martie 2023 – iulie 2026), calculele echipei de proiect [E]

[299]Radio România Târgu Mureș, 14 octombrie 2013, Baza Sportivă Olimpia a reintrat în proprietatea Consiliului Județean: https://www.radiomures.ro/stiri/baza_sportiva_olimpia_de_sub_tampa_a_reintrat_in_proprietatea_consiliului_jude_ean_bra_ov.html ; BZB, 25 martie 2022, noul administrator al bazei, pe 10 ani: https://bzb.ro/stire/baza-sportiva-olimpia-are-un-nou-administrator-in-urmatorii-10-ani-de-patinoar-si-terenurile-de-tenis-se-va-ocupa-serviciul-de-public-judetean-de-protectie-a-plantelor-brasov-a173088

[300]Săptămâna Comediei – ediția din vara 2026 anulată și reprogramată pentru 2–8 noiembrie 2026: https://zilesinopti.ro/2026/05/06/saptamana-comediei-anulata-in-2026/ ; https://zilesinopti.ro/2026/09/28/saptamana-comediei-in-premiera-2026/ ; https://bizbrasov.ro/2026/09/30/finantari-proiecte-culturale-brasov-festiv/

din iunie până în noiembrie – au produs cel mai bogat pachet de propuneri de mecanism din întreaga consultare. Secțiunea redă aceste propuneri ca declarații ale consultării; politica de finanțare a culturii este a Primăriei și a Consiliului Local, printr-o strategie culturală distinctă, iar strategia de turism reține din ele ceea ce privește destinația (DC8) [I].

> *„Ne bazam pe banii de la Consiliul Județean, care au anunțat foarte târziu că nu mai finanțează [...] dacă anul ăsta pierdem 50.000 de euro, s-ar putea să nu mai putem să mai facem”* (participant, atelierul 03)

Diagnosticul de fond:

> *„Autoritățile o privesc mai mult ca un cost care dispare primul la orice piedică, cultura pierde primul... primele resurse financiare”* (participant, atelierul 03)

Hotelierii văd efectul din afară – subvențiile festivalurilor de teatru și comedie *„s-au tăiat. [...] Pentru un oraș cultural, ok, bine, nu se mai întâmplă”*. Instituțiile cer predictibilitate:

> *„Râșnov are de câțiva ani linie de finanțare multianuală, ceea ce legea permitea. La Brașov nu numai că nu mai avem deloc, dar erau oricum anuale”* (participant, atelierul 02)

Independenții dau modelul – *„Acolo există Centrul de Proiecte Timișoara, care este o structură publică care administrează bugetul cultural. Coordonează spații, coordonează Ghidul cultural, coordonează finanțările culturale, fac tot procesul de concursuri și există și finanțare multianuală”* (participant, atelierul 03), segmentarea – *„tu dacă ești un debutant, unul care vrei să faci ceva și ceri un proiect așa, te bați cu mine.” – „Mă bat cu tine și cu Muzeul de Artă și cu Muzeul Județean de Istorie și cu orice entitate!”* – și sursa:

> *„La Municipiul Brașov există o taxă turistică de 12 lei.” – „7 plus 5. 5 pentru Salvamont și 7 pentru oraș.” – „No, din ăia 7, mai ia 1 leu, 2 și fă un fond cultural pe care îl pui pe Ghidul cultural, de exemplu. Că nu-i problemă de bani”* (participanți, atelierul 03)

A doua linie de falie trece prin definiția culturii:

> *„din cauză că Ministerul Culturii a renunțat la rolul lui de a fi cel care validează și certifică evenimentele culturale în România [...] «Bă, unde-s banii de cultură?» Păi stai că-ți spun: investiți în divertisment și subcultură”* (Subiect 5)

Instituțiile cer ca divertismentul, inclusiv un eventual festival de masă, să se susțină din bilete, nu din bani publici; Subiectul 24 dă regula spațiului public:

> *„în regulamentul de folosire a spațiilor publice, de exemplu, pun pentru evenimente culturale ca prioritate. Și n-o să le cer operatorilor culturali bani ca să facă un spectacol în aer liber” – „Bun, nu le ceri bani, dar ar trebui să-i curatoriezi”* (moderatorul) - *„Da. [...] Și aici intervine zona de specialitate și cultură de calitate”* (Subiect 24)

Coordonarea nu poate fi lăsată pe umerii operatorilor: Subiectul 9 spune că *„nu pot să duc”* o asemenea responsabilitate, *„dar admir și încerc să ajut”* [D].

Cifrele sunt verificate. Ghidul cultural al Primăriei a avut sesiuni din 2012 până în 2024, cu 6 milioane de lei în 2024 (87 de proiecte depuse, 74 eligibile); în 2026 a fost relansat prin Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”* (maximum 100.000 de lei pe proiect, maximum 50% din costurile eligibile), cu 1 milion de lei buget și 659.396 de lei acordați la 30 septembrie 2026 pentru 8 din 10 proiecte depuse. Bugetul județean a finanțat organizațiile culturale cu 1,4 milioane de lei (2022), 1,8 (2023), 1,8 (2024) și

2,0 milioane (2025); în 2025, Consiliul Județean Timiș aloca 3,2 milioane, Cluj și Sibiu câte 1,2. Pe locuitor, programul Primăriei pentru cultura independentă a însemnat 25,25 lei (2024) și 4,21 lei buget, respectiv 2,78 lei efectiv (2026). Săptămâna Comediei a primit 100.000 de lei din Ghidul relansat, Dracula Film Festival 86.000[301]. Taxa specială pentru promovarea turistică este, din 2026, 7 lei pe turist și noapte pentru promovare plus 5 lei pentru Salvamont, aprobată la 22 decembrie 2025; aplicată la cele 1.318.726 de înnoptări INS din 2025, componenta de promovare ar produce circa 9,23 milioane de lei pe an, iar 1–2 lei pe noapte ar echivala cu 1,32–2,64 milioane anual – calcul ipotetic, fără cazările nedeclarate[302]. OMD Brașov are personalitate juridică din decembrie 2025, Primăria deține 45% din voturi (cifra de 40% dintr-un atelier este declarativă), iar între fondatori, după componența consemnată în capitolul P5 (statutul nu a fost consultat), nu există nicio instituție culturală, asociație culturală sau instituție de educație [C/D].

Nuanțele privesc sursa banilor și cine îi primește. Instituțiile și independenții converg pe multianualitate și predictibilitate, dar diverg pe sursă: moratoriu pe finanțări pentru a construi un centru-ancoră (modelul Bilbao, invocat în atelierul 02[303]) sau, dimpotrivă, moratoriu *„pe panseluțe, pe giratorii”*; *„Banii strică caracterele!”* (atelierul 02) sau *„Asigură-le o finanțare constantă, un program multianual”* (atelierul 03). Independenții cer, în același timp, linie prioritară pentru *„cei cu tradiție”* și sesiune separată pentru debutanți – cu riscul închiderii sistemului, semnalat prin exemplul Timișoarei, unde finanțările ar reveni *„tot timpul aceleași ONG-uri”* [D]. Capitolul G a formulat fondul cultural al breslei ca o contribuție voluntară a localurilor (DG7-f); un fond din taxă nu este propus, pentru că regulamentul taxei permite numai promovarea turistică.

Strategia culturală a municipiului pentru 2015–2030, aprobată în 2015, odată cu candidatura pentru titlul din 2021[304], nu are o evaluare a implementării sau o actualizare identificate. În consultare ea apare o singură dată, ca document care, după un respondent, nu a ținut seama de preferințele publicului (Subiect 5), iar alți participanți cer o strategie (recomandarea din DC8) [C/D]. Cifra pe care același respondent o citează din *„Barometrul Cultural al Brașovului”*, potrivit căreia *„între 60 și 78% vor evenimente din sfera culturii tradiționale”*, nu se regăsește în rezultatele studiului de consum cultural din 2015, singurul barometru local identificat: pentru un proiect cultural de cartier, respondenții aleg întâi concertele (67,8%), filmul (63,4%), festivalurile (63,0%) și teatrul (62,4%), apoi atelierele de creație și meșteșugurile tradiționale (59,2%), târgurile de produse tradiționale (58,1%) și dansul folcloric (48,6%)[305]; afirmația respondentului rămâne o declarație [C/D].

[301]Brașov Jazz & Blues Festival, ediția a XIV-a (14–16 august 2026): https://agerpres.ro/english/2026/08/05/renowned-us-and-cuban-artists-headline-14th-edition-of-brasov-jazz-blues-festival--1582442 ; https://zilesinopti.ro/2026/08/18/brasov-jazz-blues-festival-2026-incheiat/ ; https://www.g4media.ro/primaria-si-consiliul-judetean-brasov-lasa-cultura-independenta-fara-nicio-finantare-publica-locala-in-2026-acuza-consortiul-cultural-corona.html

[302]Taxa specială pentru promovarea turistică – 7 lei (promovare turistică) + 5 lei (Salvamont) pe turist și noapte, Consiliul Local Brașov, 22 decembrie 2025: https://www.profit.ro/stiri/social/ultima-ora-taxa-pe-zi-majorata-puternic-pentru-turisti-in-brasov-si-poiana-brasov-22283033 ; https://newsbv.ro/taxe-sejururi-brasov-majorare/ ; https://www.radiobrasovfm.ro/stiri-din-brasov/taxa-de-promovare-turistica-de-7-lei-in-municipiul-brasov-id212239.html

[303]Muzeul Guggenheim Bilbao, deschis la 18 octombrie 1997: https://en.wikipedia.org/wiki/Guggenheim_Museum_Bilbao

[304]„Strategia Culturală a Municipiului Brașov 2015–2030”, aprobată prin HCL nr. 478/2015 și invocată în ghidurile de finanțare culturală ale Primăriei Municipiului Brașov din 2022 și 2023: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/PC2022/4.%20Ghid%20finantare%20cultura%202022.pdf ; https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/CU2023/5.%20Ghid%20finantare%20nerambursabila%20din%20bugetul%20local.pdf

[305]Preferințele pentru activitățile unui proiect cultural de cartier (graficul 7) în studiul de consum și practici culturale din 2015, prezentat în sinteza strategiei pentru cultură: https://www.brasovcity.ro/file-zone/financiar/program-investitii/cultura/2019/Strategie%20pentru%20cultura.pdf

Constatarea capitolului: finanțarea culturii independente are nevoie de predictibilitate, ceea ce explică direct *„gaura”* festivalurilor; strategia consemnează aceste cereri; politica de finanțare a culturii este a Primăriei și a Consiliului Local, printr-o strategie culturală distinctă, iar strategia de turism reține ceea ce ține de destinație: calendarul cultural promovat din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD, cooperarea cu sectorul cultural și cu educația, ca parteneri ai OMD, criteriile publice de acces la spațiul public și la calendar și monitorizarea – direcția DC8, cu administrația ca facilitator, nu ca operator [I].

2.5.10. Evenimentele, calendarul, orașul seara și cartierele

Brașovul are un portofoliu real de evenimente, dar fragmentat, cu finanțare publică mai mică din 2025 și, în percepția aproape unanimă a consultării, lipsit de densitate și de un reper propriu; singurul eveniment pe care hotelierii îl recunosc drept eveniment de amploare, care aduce turiști din afara orașului se desfășoară în afara municipiului, iar singurul festival cu nume în imaginarul național s-a încheiat în 2019. Evenimentele sunt singura temă culturală propusă în toate cele 12 ateliere; cererea națională este latentă; fereastra de extrasezon este precisă – martie și aprilie, apoi noiembrie. *„Oraș mort după ora 22”* este formula cu cea mai mare răspândire din toată consultarea culturală, iar monocentrismul – *„Tot Brașovul e Piața Sfatului și Republicii”* – este diagnosticat de instituții, antreprenori, OMD, politicieni și arhitecți deopotrivă. Soluțiile convergente sunt un calendar unic cu o singură autoritate, zonarea evenimentelor pe scări, evenimente de referință crescute cu răbdare, zone de seară acceptate de riverani și centre de cartier activate prin program.

Tabelul 7. Inventarul evenimentelor Brașovului: statut verificat (II.5)

Eveniment	Organizator / prima ediție	Ediția 2025–2026	Ordin de mărime	Statut și corecturi	Evaluarea stakeholderilor
Rockstadt Extreme Fest	organizator privat; 2013 (12 ediții la Râșnov, 2013–2025)	27–31 iulie 2026, Ghimbav; 2027: 26–30 iulie, Ghimbav	circa 20.000 de participanți pe zi (presă)	continuă, în altă localitate; relocarea într-o altă comună, vehiculată în consultare, și „nu mai sunt de acum [...] din 2026” (atelierul 11) sunt greșite[306]	singurul eveniment scalabil, „jumătate de hotel plin” (atelierul 04); „al Râșnovului” vs. „metropolitan”
Brașov Jazz & Blues Festival	asociație culturală; 2013 (ediția a XIV-a în 2026)	14–16 august 2026, Piața Sfântul Ioan și alte locații; 2027: 13–15 august	fără cifre oficiale de public	ținut în 2026, cu finanțare proprie	„ăla da” (atelierul 04), dar „la nivel micro”, „nu e marketat”
Săptămâna Comediei	asociație culturală; 2013 (ediția a XIII-a în 2026)	ediția din vară anulată la 6 mai 2026; reprogramată 2–8 noiembrie 2026	-	100.000 de lei din Ghidul cultural; „anulată” este depășit	apreciată calitativ; notorietate 45,8% la vizitatori
Dracula Film Festival	asociație culturală; 2013 (ediția a XIV-a în 2026)	sfârșit de octombrie – început de noiembrie	circa 3.000 de filme înscrise anual	ținut; 86.000 de lei din Ghidul cultural	„butoi de aur” neînțeles local (atelierul 03); necunoscut hotelierilor

[306]Rockstadt Extreme Fest – 12 ediții la Râșnov (2013–2025), din 2026 la Ghimbav, circa 20.000 de participanți pe zi: https://zilesinopti.ro/2025/07/02/rockstadt-extreme-fest-ghimbav/ ; https://tvrinfo.ro/?p=833510 ; https://www.revistabiz.ro/publicul-cel-mai-mare-headliner-al-rockstadt/

Eveniment	Organizator / prima ediție	Ediția 2025–2026	Ordin de mărime	Statut și corecturi	Evaluarea stakeholderilor
Massif (Poiana Brașov)	organizatorii festivalului Untold; 2023	decembrie 2025 nu s-a ținut; „Massif Week" 2–7 martie 2026, „nu este o ediție oficială"	peste 38.000 (2023), peste 43.000 (2024) de participanți	discontinuitate, nu „eșec"[307]	„nișa a fost găsită cu Massif" (atelierul 08); „nu a fost pentru economie" (Subiect 6)
Cerbul de Aur	Televiziunea Română (marcă TVR); 1968	ultima ediție 2019 (a 19-a)	-	nicio ediție după 2019	„consens emoțional" de reînviere, condiționat (atelierul 02)
Zilele Brașovului / Coborârea Junilor	Centrul Cultural „Apollonia Hirscher", Reduta, Casa de Cultură a Studenților; Uniunea Junilor	17–19 aprilie 2026 (Duminica Tomii)	„mii de persoane" (presă), fără cifră oficială	prima atestare 26 martie 1728; „Săptămâna Junilor" nu este denumire oficială	„unul singur care [...] cred că a auzit toată țara de el" (atelierul 11)
Târgul de Crăciun	comunicare prin Primărie	28 noiembrie 2025 – 11 ianuarie 2026	-	ținut	„20 de căsuțe", „vin fiert" (Subiect 5) [D]; tratat în G (DG6-e)
Oktoberfest Brașov	organizator privat; 2009; din 2025 sub licența mărcii München	27 august – 6 septembrie 2026, Parcul Tractorul	„zeci de mii" (presă, 2019)	ținut	„by the book", dar „nu generează incoming"; „nu e eveniment cultural" (atelierele 04, 02)
Culturama	Centrul Cultural „Apollonia Hirscher"; 2023	ediția a II-a 2024; 2025–2026 neverificat	-	„ecrane în cartiere" neconfirmat	-
Street Delivery Brașov	fundație culturală; 2021 (ediția a 6-a)	11–13 septembrie 2026, relocat în curtea Universității	-	ținut, cu relocare	„în declin" (Subiect 9) [D]
Noaptea Muzeelor (Brașov)	Rețeaua Națională a Muzeelor; 2005	23 mai 2026	8 instituții brașovene	ținut	-
Festival aeronautic (propus)	-	prima ediție propusă pentru 2027, centenarul producției de avioane la Brașov (ipoteză de lucru, până la documentul de arhivă)	10.000–50.000 de vizitatori pe an (estimare a studiului)	propunere a cercetării proiectului	un purtător în interviuri (Subiect 23), unul în ateliere (12)

Sursa: fișa de validare externă a proiectului (surse oficiale și de presă), consultările Etapei I, cercetarea asupra tradiției aviatice; inventarul complet, cu surse, în Anexa B.

[307] Massif (Poiana Brașov) – 2023: peste 38.000 de participanți; 2024: peste 43.000; „Massif Week" 2026: https://www.revistabiz.ro/massif-festivalul-de-la-brasov-a-atras-peste-42-milioane-de-euro-in-comunitate/ ; https://www.romania-insider.com/massif-festival-poiana-brasov-december-2025 ; https://agerpres.ro/cultura-media/2025/12/16/massif-revine-in-poiana-brasov-cu-un-nou-format-in-perioada-27-februarie---8-martie-2026--1512479 ; https://www.monitorulexpres.ro/2026/02/21/massif-week-aduce-petreceri-in-poiana-brasov-intre-2-si-7-martie/

Inventarul verii, făcut de hotelieri, este scurt: *„Ce avem în vară? Tam-Tam, Brașov Jazz & Blues? [...] Brașov Jazz & Blues Festival, ok, ăla da. Dar și Rockstadt-ul e..." – „Rockstadt-ul este spectaculos." – „Nu e în Brașov, Rockstadt-ul este al Râșnovului, adică beneficiază Brașovul, e partea a doua." – „Totuși beneficiem, e un centru istoric, am jumătate de hotel plin prin Rockstadt"* (participanți, atelierul 04) – cu precizarea că festivalul s-a mutat din 2026 la Ghimbav, unde administrația locală și-a construit infrastructură permanentă de evenimente. Aspirația este un reper: *„Un eveniment, ceva care te leagă imediat și te duce cu gândul: «Da, Brașov are acest lucru»"* (participanți, atelierul 08); răspunsurile se grupează în patru familii – un festival mare de iarnă, *„gen Massif, dar executat bine"*, pentru că *„nișa a fost găsită cu Massif"* (atelierul 08); *„unul sau două «hotspot»-uri"* de masă, de tipul târgului de Crăciun de la Craiova sau al unui concert de Anul Nou (Subiect 16); un eveniment *„făcut de Brașov"* cu ancoră identitară – festivalul brânzei și al tradiției pastorale, devenit în strategie Festivalul Culturii Culinare a Brașovului (capitolul G, DG6-a), Săptămâna Luminată extinsă; și *„happening-ul"*: *„nu mai este suficient să ai Biserica Neagră. Întrebarea este ce se întâmplă în jurul și în Biserica Neagră. Dacă tu ai în fiecare weekend trei trei seri de concerte în Biserica Neagră [...] oamenii s-ar putea să-și dorească să rămână și vineri seara, și sâmbătă seara, și duminică seara"* (Subiect 18) – cu condiția comună a răbdării:

> *„Evenimente pe care să ai răbdare să le crești, pe care să le construiești temeinic, pe care să le faci să devină de referință"*

Disciplina calendarului este cerută aproape identic de Subiecții 19–20 și de Subiectul 14:

> *„festivalurile nu trebuie să fie la fel: orice, oriunde, oricum. Acuma vine Polivalenta, nu? Trebuie exploatată într-un cadru foarte fain și exclusivist. Centrul trebuie lăsat liber, lăsat să respire, lăsat să fie dedicat plimbării..."* (Subiecții 19–20)

> *„Când ai un oraș unde ai două luni de vară maxim, sau poate ai 12 weekenduri în regulă în care poți să faci evenimente în aer liber, astea trebuie dedicate culturii și educației sau unor evenimente majore"* (Subiect 14)

Instituțiile își amintesc vitrinele care vibrau la concertele din Piața Sfatului, Subiectul 18 cere *„o strategie"* și *„un calendar"*, nu un organizator public de evenimente, iar antreprenorii culturali observă că *„un turist n-o să scroleze 11.000 de evenimente"* și cer *„trei evenimente fanion"*; stațiunea cere, în notele participanților, *„un calendar de evenimente previzionat pentru perioade de cel puțin un an"* [D].

Seara este diagnosticul cu cea mai largă răspândire – 9 din 12 ateliere, 7 interviuri, memo-ul de teren. *un oraș foarte frumos într-adevăr Brașovul, dar după ora 10:00 e mort. [...] Vrei să mănânci ceva noaptea?" – „Găsești două-trei fast food-uri și atât"* (Subiect 11); antreprenorii culturali: *„Orice acțiune, orice activitate în Brașov se termină la ora 10 seara"*; Subiectul 21 avertizează că lipsa muzicii după 22:30 și a oricărui club *„îți garantează migrarea tineretului către alte orașe"*; studenții constată că după ora 22 *„cel mai des pe stradă este lumea cu cățelul"* și cer, nu cluburi, ci cinematografe deschise noaptea. Soluția convergentă este zonarea: *„nu ar trebui să scurtăm mai mult programul, ci din contră, ar trebui să prelungim programul teraselor [...] din anumite zone. [...] să existe niște zone protejate, să spunem, sau zone acceptate de către riverani că acolo se stă până târziu. În toată lumea asta există, în centrele istorice"* (Subiect 4) – cu o funcție care să răspundă de seară, *„primarul de noapte"* invocat de OMD în atelierul mediului academic, după modelul Cracoviei și al Amsterdamului. Rezistența riveranilor din centru la zgomot este recunoscută ca reală și, uneori, descrisă în termeni duri la adresa unui grup restrâns de locuitori – pasaj redat aici ca tendință generală, iar Ghidul de terase o fixează oficial ca *„dreptul la locuire"* [D]. Cartierele nu au *„un centru al lor"*: *„Ne trebuie centre în cartiere în*

care să se și întâmple ceva. Avem platoul de la Piața Astra, care poate să devină un astfel de centru. Unde acum ce se întâmplă? Ai o fântână arteziană care merge în gol, câțiva vârstnici care stau pe bancă [...] n-are viață" (Subiect 24) – cu lecția pietonalei din Răcădău, unde *„zona moare pentru că nu bagi viață în ea prin activități"*, și cu principiul *„Cultura trebuie să fie aproape de oameni, nu trebuie să fie o Mecca"*. Locuitorii din cartiere văd infrastructura disponibilă: *„toate acele centrale vechi de cartier la un moment dat vor dispărea și în locul lor va apărea ceva nou: ori că va fi un centru din ăsta social [...] un fel de [...] agora, în sensul că acolo se strâng și vin tot felul de artiști, cântă, se întâmplă tot felul de evenimente din astea de cartier"* (participant, atelierul 11), cu propunerea unui adolescent de a legaliza graffiti-ul pe centrale și pe blocuri, nu pe clădirile istorice. Pentru tineri, orașul este *„Boring"*, dar același atelier al locuitorilor dezvăluie o cultură tânără alternativă – skateboard, graffiti, hip-hop, cafenele de specialitate – care dă orașului *„o vibrație tânără"*, cu grija – formulată de moderator și împărtășită de purtătorul ei – de a nu o *„strica"* prin promovare. Poiana și zona metropolitană întregesc tabloul, pe scurt, pentru că P5 le-a tratat: în stațiune, într-o duminică de decembrie, *„beznă totală"* față de Brașovul *„plin de viață"* (atelierul 01), cu întrebarea strategică *„ce face turistul de la ora 17:00 [...] la ora 22:00"* (Subiect 18) și cu răspunsul P5 – programul serii, *„zona zero"*, *„Poiana celebrează lumea"*; în județ, bisericile fortificate *„ni se întâmplă"* – *„Sunt autocare care merg acolo, vizitează și pleacă. Nu e nimic organizat de către noi"* (Subiect 21), iar hotelierii cer ca *„o cotă-parte din taxa hotelieră"* să meargă spre localitățile-gazdă ale evenimentelor *„ale Brașovului"* [D].

Cifrele: evenimentele sunt propunere pentru 16 subiecți și toate cele 12 ateliere, evenimentele deficitare problemă pentru 13 subiecți și 7 ateliere, viața de noapte inexistentă pentru 9 subiecți și 9 ateliere, dispersia regională propunere pentru 11 subiecți și 8 ateliere, policentrismul explicit în 6 ateliere. Festivalurile au 2,8% din asocierile spontane, Cerbul de Aur 0,9%; *„noapte"* apare în 5,0% dintre recenziile de cazare cu 43,4% negative, *„plictisitor"* în 0,5% dintre cele non-cazare cu rating 3,31. Capacitatea de cazare neutilizată permite absorbția fără presiune a unor evenimente de 2.000–3.000 de participanți în extrasezon. Rockstadt a adunat la Ghimbav circa 20.000 de participanți pe zi; Massif a avut peste 38.000 (2023) și peste 43.000 (2024) de participanți înainte de discontinuitate. Bisericile fortificate sunt vizitate de 41,0% dintre călătorii care au fost la Brașov; Via Transilvanica, invocată ca rută culturală vie, are 1.428 km și trece prin județ[308]. Funcția de *„primar de noapte"* există la Amsterdam din 2003 și la Cracovia din 2024[309]; trenul metropolitan, cu termen 2029–2030 și cu cererea de finanțare depusă în 2026 (capitolul P1–P2, DMC7), nu are în documentele sale nicio referire la un calendar cultural [C].

Consultarea din 2026 regăsește un diagnostic formulat deja în 2020. Inventarul evenimentelor din cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice a orașului constata că nu există *„o strategie, nici publică nici privată"* în comunicarea lor, că sunt *„adresate mai ales localnicilor"*, fără capacitatea de a mobiliza turiști ca festivalurile de la Sibiu, Sighișoara sau Cluj, și că *„evenimentele brașovene sunt «liniștite»"*; manifestările se concentrau în Piața Sfatului, nu în cartiere, iar universitatea, cu peste 20.000 de studenți, lipsea de pe harta simbolică a orașului. Ancheta aceleiași cercetări arăta că locuitorii nu cunoșteau alte cartiere decât pe al lor și că zonele mărginașe, precum Bartolomeu, Dârste-

[308]Via Transilvanica – 1.428 km, inaugurată la 8 octombrie 2022: https://en.wikipedia.org/wiki/Via_Transilvanica

[309]Funcția de „primar de noapte" – Amsterdam (din 2003), Cracovia (din 2024): https://en.wikipedia.org/wiki/Night_mayor_(municipal_title)

Noua sau Triaj, sufereau încă de pe urma imaginii negative din anii 1990: Bartolomeu era cartierul în care 56,4% dintre respondenți nu s-ar muta niciodată[310] [C/I].

Nuanțele sunt cele ale controverselor din secțiunea 2.6: evenimente mari sau mici, centrul scenă sau refugiu, liniștea ca activ sau deficit. Capitolul G a preluat zonele de seară pentru terase (DG3-c), piațetele de cartier cu pilot Piața Astra în 2027 (DG5-a), festivalul de cartier (DG5-b), responsabilul vieții de seară (DG5-f), recurența mică (DG6-c) și Târgul de Crăciun (DG6-e); P5, componenta stațiunii în calendarul unic al destinației, cu *„un singur integrator al calendarului”*, și regula evenimentelor de masă în Poiana Mică și de nișă în stațiune. Capitolului de față îi rămân guvernanța calendarului destinației, evenimentele de referință și cultura contemporană urbană, conținutul cultural al serii și al cartierelor, publicul tânăr și universitatea, calendarul metropolitan și centenarul aviatic [I].

Constatarea capitolului: Brașovul are evenimente, dar nu are un calendar, o autoritate a calendarului și un eveniment propriu cu nume; are o seară care se închide la 22 și cartiere fără centru; are o cerere latentă de evenimente, o fereastră precisă de extrasezon și o capacitate de cazare neutilizată. Răspunsul este un calendar unic al destinației cu criterii de clasificare și zonare pe scări, trei evenimente de referință crescute cu răbdare într-un cadru de susținere, zone și program de seară cu conținut cultural și un responsabil al serii, centre de cartier activate prin program, nu prin pietonalizare – direcțiile DC6 și DC7, în articulare cu G și P5 [I].

2.6. Controversele

Consultarea a produs opt dezacorduri, pe care strategia le tranșează. Fiecare este formulat în termenii participanților, cu pozițiile și cu linia de acțiune pe care sursele o sugerează. Dezacordurile care cer o alegere între variante sunt reluate în scenariile din secțiunea 6, împreună cu opțiunea recomandată de strategie.

Săptămâna Junilor în cartiere sau *„Am scoate și obiceiul din Șchei”*. Managementul de proiect propune ca fiecărei cete să i se aloce o zi într-un cartier, cu demonstrații, ateliere, costume și muzică, fără procesiune călare, Coborârea din Duminica Tomii rămânând unicul moment procesional, în centru; mediul academic cere *„o sărbătoare de o săptămână”*, Subiectul 23 ar construi *„o întreagă poveste în jurul Junilor […] Dar eu nu aș comercializa”*. Purtătorul obiceiului răspunde: *„Nu se poate. […] Am scoate și obiceiul din Șchei, ar fi diferit. […] Săptămâna asta e a lor”* (Subiect 14), iar instituțiile culturale observă că parada *„nu mai e”* tradiția, în timp ce jocurile și maialurile *„se păstrează bine”*. Linia de acțiune: distincția dintre ritual și prezentare; programul din cartiere se formulează ca transmitere și demonstrație, în afara Săptămânii Luminate, decis împreună cu Uniunea Junilor, și se verifică mai întâi prin înscrierea obiceiului în Registrul național (scenariul S3, secțiunea 6) [I].

Amalgamul ca problemă sau ca resursă; libertatea ca valoare trăită sau ca moștenire. *„Dacă întrebi zece persoane diferite ce este Brașovul, îți vor da zece răspunsuri diferite”* (Subiect 24), *„Brașovul nu are identitate”* (Subiect 3) și *„cine-s brașovenii… au plecat 99%”* (Subiect 1) stau față în față cu *„E un amalgam de culturi […] Dar tocmai că aia e cultura, de fapt!”* (Subiect 4) și *„mai bine ne mândrim că suntem pestriți”* (Subiect 23). Libertatea este, pentru atelierul instituțiilor, singurul cuvânt care *„se potrivește”* orașului (1688, 1848–49, 1987 – datări declarative) [D], iar pentru Subiectul 1 o valoare

[310]Inventarul evenimentelor, cartierele și universitatea pe harta simbolică a orașului: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA, p. 96, 104, 108–109, 128, 144 și 158; articolul autoarei despre candidaturile pierdute ale orașului: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.3.14

netrăită – *„nu ai libertatea de a experimenta, de a eșua”*, acceptabilă doar ca moștenire construibilă. Linia de acțiune: *„identitățile”* la plural ale strategiei, cu *„principiul adopției”* din capitolul G (*„nu sunt ale noastre până sunt ale noastre”*) și cu libertatea în trei registre – istoric, spirit al muntelui, dorință, așa cum le-a fixat capitolul identitar [I].

Dracula: macabru sau creativ; emblemă sau pe listă. *„Butoi de aur”* (atelierul 03) și *„Cel mai creativ Dracula din lume”* (atelierul 02) – *„pe lista de atracții, nu emblemă”* (atelierul 04) – *„strategie de gen follow”* (atelierul 08) – decor nediferențiator, *„șapte milioane de alte locuri”* (Subiect 10). Linia din surse este a raportului integrat – *„problema nu e ancora, ci absența arhitecturii de poveste și de servicii în jurul ei”* – și a recenziilor, care cuantifică prețul etichetei; rezolvarea operațională este Dracula folosit ca temă creativă, nu ca nume de produs, cu comunicare diferențiată extern/intern [I].

Centrul istoric: scenă sau refugiu; *„dreptul la locuire”*. *„N-avem nevoie de evenimente aici [...] îmi cădeau piese din vitrină”* (atelierul 02) și *„Centrul trebuie lăsat liber, lăsat să respire”* (Subiecții 19–20) față de *„În centrul istoric nu ai unde să faci nimic”* ca plângere (atelierul 03), jazz *„in the street”* și evenimente mici *„în tot centrul”* (atelierul 04), *„trei seri de concerte în Biserica Neagră”* (Subiect 18). Locuitorii cer să nu fie transformat *„într-un dormitor”*, dar nici asediați; Ghidul de terase fixează *„dreptul la locuire”* ca principiu și interzice sonorizarea pe terase. Linia de acțiune: ceea ce contează este amploarea și volumul sonor, nu locul – centrul rămâne scenă pentru formate acustice, culturale, de mică dimensiune și cu oră fixă; volumul și amplificarea ies din Piața Sfatului spre Sala Polivalentă, Poiana Mică și Ghimbav, după regula pe care P5 a stabilit-o deja pentru stațiune; zonele de seară se definesc prin hotărâre a Consiliului Local, cu riveranii la masă [I].

Evenimente mari, mici sau *„hotspot-uri”*. *„Mai bine faci niște evenimente mari și de calitate, care atrag lumea, decât să faci multe evenimente mici”* (Subiect 14) față de recurența mică – *„în fiecare weekend să fie două chestii mai mici”*, *„oare poți avea 100 de 30? [...] În diferite locuri?”* (Subiect 22; atelierul 03) – și de *„unul sau două «hotspot»-uri”* care aduc turiști din afara orașului (Subiect 16). Linia de acțiune: cele trei logici sunt complementare – două–trei evenimente fanion în polii de volum și o recurență săptămânală de scară mică în piețe și cartiere [I].

Muzeele și independenții: cine primește banii și cine decide. Instituțiile reproșează administrației că le-a făcut *„vinovat de serviciu”* al tăierilor și cer infrastructură înaintea banilor; independenții cer finanțare multianuală, segmentare și linie prioritară pentru *„cei cu tradiție”*. Pe sursă, pozițiile diverg – moratoriu pe finanțări pentru un centru-ancoră sau moratoriu *„pe panseluțe”*, pe mecanism converg: predictibilitate, criterii publice, o structură profesionistă de management cultural. Linia de acțiune: strategia consemnează aceste cereri; politica de finanțare a culturii, inclusiv mecanismul și sesiunile ei, este a Primăriei și a Consiliului Local, printr-o strategie culturală distinctă; strategia de turism reține reguli și spații pentru evenimentele și activitățile culturale cu potențial de atracție turistică [I].

Tâmpa și Cetățuia: accesibilizare sau sălbăticie; ce funcțiune. *„N-avem nevoie de sălbăticie și rezervație în centrul Brașovului, ne trebuie un parc!”* (Subiect 14) față de refuzul categoric al arhitecților de a reclasifica Tâmpa din Natura 2000 și de *„intervenții cât mai puțin invazive”* (Subiect 15); Cetatea Brașovia ca parc arheologic (Subiecții 5 și 14) depinde de statutul de sit arheologic de clasă A, declarativ. Cetățuia este propusă ca restaurant de epocă și loc de promovare a gastronomiei pastorale (capitolul G, DG1-f), ca loc de evenimente, ca divertisment istoric documentat muzeal sau ca promenadă în pădure. Linia de acțiune: parc istoric cu regim de protecție compatibil, nu respingerea

protecției, în cadrul planului de management revizuit al ariei protejate (capitolul P3, scenariul S1); pentru Cetățuia, arbitraj pe criteriul rigorii istorice și al conectivității (parc, Strada Lungă, Bartolomeu), după deschiderea parțială din 2027 (scenariul S2, secțiunea 6) [I].

Cine decide ce e cultură. *„În cultură nu se... nu mai există democrație [...] e liber cerul culturii, sub ăsta pot intra toți, dar toți cei care se ocupă de cultură, nu impostorii!”* (Subiect 14) și *„evenimente pentru un anumit nivel de oameni”* (sesiunea OAR) față de *„mai mult de 50% se duc să facă un selfie în fața Giocondei. Proporția e aceeași peste tot”* (sesiunea OAR), *„cultura trebuie să fie aproape de oameni, nu trebuie să fie o Mecca”* (Subiect 24), *„Sunt gusturi care se cultivă”* și cultura alternativă a tinerilor care *„fug de locurile marketate”*. Linia de acțiune: criterii publice de calitate pentru accesul la spațiul public central și la calendarul destinației (cultural, educativ, recreativ, comercial), nu selecție socială a publicului; curatoriatul finanțării publice rămâne al Primăriei, prin politica ei culturală; spații de experimentare în cartiere, unde libertatea *„de a experimenta, de a eșua”* este asumată [I].

2.7. Sinteza diagnosticului

Tabelul 8. Sinteza diagnosticului cultural pe zece dimensiuni (II.5)

Dimensiune	Starea de fapt	Evidență	Marcaj
Cerere	Turism de evenimente practicat regulat de 25,9% dintre călătorii români și ocazional de 46,1%; cultura criteriu explicit de alegere pentru 7–10%, „obiectivele turistice” pentru 28–29%; Brașovul cea mai atractivă destinație din țară (86,8%), Sibiul concurent direct pe cultură	cercetarea națională; auditul recenziilor	[C]
Imagine	50,4% asociere culturală spontană, prin Biserica Neagră (20,5%), centru (16,9%), „istorie / medieval” (16,2%); muzee 1,3%, festivaluri 2,8%, Șchei 1,1%, Junii 0,1%, Kronstadt 0; evenimentele cu nume: Cerbul de Aur (încheiat în 2019) și Târgul de Crăciun; festivalurile actuale cu cel mult o mențiune fiecare	cercetarea națională, asocieri spontane; cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice	[C]
Consum și satisfacție	Decorul vizitat (Piața Sfatului 84,2%, Biserica Neagră 83,9%), muzeele nu (45,3% niciunul); muzeele cea mai bine evaluată categorie (4,69), monumentele sub medie (4,31), divertismentul la coadă (4,09); Cetățuia 3,51, Sforii 3,64, Biserica Neagră 3,91, Centrul de Informare 2,70; vocabular material 32,7% vs. interpretativ 5,5%	cercetarea națională; 47.513 de recenzii; raportul de analiză a destinației	[C]
Patrimoniul construit	Circa 363 de monumente (51 de grupă A); straturi arhitecturale neinterpretate, trei trasee ale stilurilor nepuse în circuit; turnuri închise, Cetățuia în șantier până în 2027, Cetatea Brașovia necunoscută; degradare „în profunzime”, intervenții neconforme sub presiunea cazării	LMI (sursă secundară oficială); interviuri 13, 14, 04, 19, 01; sesiunea OAR; ateliere 09, 04, 12	[C/D]
Centrul istoric și ordinea vizuală	„Oraș-decor”: depopulare confirmată oficial, brașovenii evită centrul, rezidenți necunoscuți ca număr; haos vizual al comerțului numit de 17 subiecți; terase +55% ocupare de facto (2022); normă existentă (Ghid 2023, Legea 185/2013) neaplicată	Ghidul de terase; grila; interviuri 20, 21, 18, 09, 10; sesiunea OAR; ateliere 02, 04, 10, 12	[C/D]
Patrimoniul viu și identitățile	Junii – atestare 1728, șapte cete, peste 24 de activități pe an [D], neînscriși în Registrul național, fără dosar UNESCO, 0,1% în imaginar; Șcheiul vizitat de 49%, numit de 1,1%, purtătorii neconsultați; nouă gramatici identitare, deficit de cunoaștere a propriei istorii, memorie săsească stânjenitoare, istorie recentă neasumată	Primăria, INP; cercetarea națională; raportul integrat; interviuri 13, 21, 19, 08, 16; ateliere 09, 12, 02, 04	[C/D]
Narațiune și mediere	„Piatră, nu poveste”: ghizi puțini, neacreditați, repetitivi; agendă necunoscută chiar brașovenilor; 15,3% dintre nevizitatori nu știu ce ar face în oraș; Dracula ca etichetă costă −0,60 puncte, turnurile cu	raportul de analiză a destinației; recenzii; cercetarea națională; interviuri 18, 08, 21, 12; ateliere	[C/D]

Dimensiune	Starea de fapt	Evidență	Marcaj
	poveste (patrimoniu săsesc) au 4,91	02, 09, 12	
Instituții și spații	Muzee „în cămăruțe", fără 2.000 mp, plafoane de acces, hemoragie de personal, necooperare, fără contorizare; cinematografe și bastioane închise, spațiul public greu accesibil evenimentelor; Sala Polivalentă (11.211 de locuri, iunie 2027) fără rol cultural definit; Rulmentul blocat; tutela împărțită între Primărie și CJ	verificarea documentară (Anexa C); ateliere 02, 03, 04, 12; interviuri 01, 12, 17, 04, 22; memo	[C/D]
Evenimente, seară, cartiere	Portofoliu fragmentat, fără calendar, fără evenimente de referință crescute cu răbdare; Rockstadt la Ghimbav, Massif în discontinuitate, Comediei reprogramată; „oraș mort după 22" în 9 din 12 ateliere; cartiere fără centru; fereastra de extrasezon martie–aprilie (indice 79–83), iarna sezon (25,8%)	verificarea documentară (Anexa C); INS TEMPO; raportul de analiză a destinației; recenzii; ateliere 03, 04, 08, 11, 12, 01; interviuri 10, 19, 17, 15, 22	[C/D]
Finanțare și guvernanță	finanțarea publică a culturii independente, anuală, cu cereri de predictibilitate în consultare (secțiunea 2.5.9); strategia culturală municipală din 2015 fără evaluare sau actualizare identificate; tutela împărțită între Primărie și CJ; taxele speciale 7 + 5 lei/noapte din 2026	verificarea documentară (Anexa C); ateliere 02, 03, 11, 12; interviuri 22, 08, 04; P5	[C/D]

Sursa: secțiunile 2.1–2.6 ale capitolului.

Lectura de ansamblu este cea a tezei strategiei, *„volum fără valoare"*, în registrul ei cultural: Brașovul este vizitat pentru patrimoniul său, dar nu-l povestește; are muzee bine evaluate, dar neconsumate; are un patrimoniu viu unic, dar fără statut; are identități, dar locuitori care nu-și cunosc istoria; are evenimente, dar nu are calendar; are o normă pentru centrul istoric, dar nu o aplică; are instituții culturale, dar le-a scos din finanțare și din guvernanța destinației. Din perspectiva ciclului de viață al destinației (Butler)[311], adoptată de raportul cercetării naționale ca lectură a Brașovului și reluată de capitolul G, cultura centrului istoric prezintă simptomele clasice ale fazei de consolidare târzie: standardizarea ofertei sub presiunea volumului, cu *„decorul"* ca produs dominant; retragerea rezidenților, confirmată oficial; conflictul de utilizare a spațiului public între terase, evenimente și locuire; și un sejur de 1,84 nopți, care nu mai crește. Spre deosebire de alte componente ale destinației, însă, cultura are o rezervă de reînnoire documentată și neexploatată – patrimoniul viu, straturile neinterpretate, istoria recentă, muzeele cu o rezervă de conversie de o treime până la două cincimi dintre vizitatori și o narațiune care, atunci când există, plătește în satisfacție, iar cele mai multe dintre măsurile pe care le cere sunt de operare, de mediere și de guvernanță, nu de capital. Aceasta face posibilă o traiectorie de *„reîntinerire"* în care cultura lucrează întâi pentru brașoveni și abia apoi pentru noaptea a doua a vizitatorului – obiectul secțiunilor 3 și 4 [I].

Cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice a Brașovului ajunge, pe alte date, la același diagnostic: o hartă mentală dominată de *„centrul frumos"* și percepția, documentată în interviuri, că orașul *„s-a dezvoltat aproape exclusiv pe baza patrimoniului cultural și istoric generat până în anii 1950 și pe cadrul natural, fără ca noi să le adăugăm plus-valoare"*; autoarea întreabă dacă, *„cu o asociere mentală atât de firavă"*, orașul nu riscă o perioadă de contracție[312] [C]. Candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034 este instrumentul cu termen fix al acestei reîntineriri: ea cere orașului să construiască, până la depunerea dosarului în 2028, ceea ce juriul din 2016 și cercetarea doctorală au

[311]Butler, R. W. (1980), „The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", The Canadian Geographer, 24(1), 5–12: https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x

[312]Moștenirea fără plus-valoare și riscul contracției: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului", teză de doctorat, SNSPA, p. 148 și 165; articolul autoarei despre candidaturile pierdute ale orașului: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.3.14

constatat că lipsește, adică un program nou, participarea locuitorilor și o guvernanță clară, și să actualizeze strategia culturală aprobată în 2015 (DC9) [I].

3. Viziune 2034, poziționare și principii

3.1. Viziunea

În 2034, brașoveanul iese în oraș pentru cultură – nu doar în centru și nu doar în weekend – și o face pentru că orașul i-a redat ceea ce consultarea numește, aproape unanim, lipsa unui *„centru al lor”* în cartiere și a unei seri în centru.

Obiceiul Junilor din Șcheii Brașovului este înscris în Registrul național al patrimoniului cultural imaterial, tricentenarul primei atestări, 26 martie 2028, a fost celebrat ca program multianual, iar dosarul pentru Lista Reprezentativă UNESCO este depus împreună cu Uniunea Junilor; obiceiul a rămas al Șcheiului, dar transmiterea lui – jocurile, maialurile, costumul, muzica – a intrat în școli și în cartiere.

Centrul istoric se citește pe straturi, de la gotic la Orașul Stalin, cu turnurile și bastioanele deschise și cu *„istoria spusă”* în ele, cu Cetățuia redeschisă și legată de parc și de Strada Lungă, cu o ordine vizuală aplicată – comerț stradal de bună calitate, mobilier fără mărci comerciale, în locul *„centrului istoric cu termopane”* – și cu locuitori numărați, consultați și păstrați.

Muzeele au spațiu, un spațiu expozițional de cel puțin 2.000 mp, au un bilet comun și produc evenimente; *„Cetatea Brașovului are muzee asociate”*, iar Sala Polivalentă are un operator profesionist și șase luni de iarnă cu program.

Destinația are un calendar unic, publicat cu un an înainte, cu o singură autoritate, cu trei evenimente de referință crescute cu răbdare, din vară până la sfârșitul toamnei – festivalul urban al orașului, Festivalul Culturii Culinare a Brașovului și Brașov Dark Fantasy Fest (crescut din Dracula Creative Week), cu evenimentele de volum în polii de volum și cu ceva de scară mică în fiecare weekend, în piețe și în cartiere, și are un calendar metropolitan din care bisericile fortificate, cetățile și obiectivele metropolitane nu lipsesc. Cultura contemporană urbană are locurile ei, în afara centrului istoric, și o zonă de locuințe din perioada comunistă în care arta murală a devenit obiectiv turistic; evenimentele sportive de anvergură în natură fac parte din calendar.

Orașul este viu seara în zone definite prin hotărâre a Consiliului Local, cu riveranii la masă, cu cinematografe deschise noaptea și cu un responsabil al serii; cartierele au centre culturale în fostele centrale termice și în cinematografele redeschise; spațiile culturale ale municipiului sunt folosite de operatori, de asociații și de grupuri de inițiativă, iar atelierele, prăvăliile, cafenelele și colecțiile de familie care spun povestea orașului sunt pe hărțile destinației; Poiana Brașov are program cultural în fiecare weekend al anului, integrat în același calendar (P5).

Ghizii și povestitorii sunt recunoscuți prin programul de recunoaștere locală al OMD și spun legenda și apoi faptul; străinul pleacă din Brașov cu un prieten din Transilvania și cu o poveste despre orașul liber de la graniță, de la hotarul lumilor, nu doar cu o fotografie a Bisericii Negre, iar sejurul tinde spre cele 2,0 nopți pe care strategia și le-a fixat ca țintă, cu 2,2 ca prag al ambiției, în linia scopului ei: creșterea semnificativă a numărului de clienți ai unităților autorizate, care respectă criteriile de calitate ale orașului, și creșterea sustenabilă a numărului de turiști, prin sejurul mai lung, prin extrasezon și zilele

lucrătoare, prin vizitatorii de o zi care rămân peste noapte și prin intrarea în evidență a cazărilor neînregistrate.

Calendarul cultural al destinației este promovat din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD; sectorul cultural – public și independent – și educația sunt parteneri ai organizației de management al destinației, iar strategia culturală a municipiului, actualizată de Primărie înaintea candidaturii, este folosită de sectorul cultural.

În 2034, ultimul an al strategiei, Brașovul poartă titlul de Capitală Europeană a Culturii, obținut cu un dosar depus în 2028 și pregătit din 2027 pe baza strategiei culturale actualizate. Programul construit pentru candidatură (producțiile noi, parteneriatele europene, echipa și participarea locuitorilor) a fost conceput să rămână al orașului și în cazul în care juriul ar fi ales alt oraș.

Cultura este, în această viziune, întâi motivul pentru care localnicul iese din casă și abia apoi motivul nopții a doua a vizitatorului [I].

3.2. Poziționarea: „Brașovul este prietenul tău din Transilvania", cu orașul liber de la graniță și centrul comercial drept conținut istoric

Poziționarea destinației a fost stabilită de managementul de proiect pe baza consultării și a cercetării, prin analiza interviurilor și a atelierelor și prin debriefurile managerului de proiect, ca sociolog și cercetător, împreună cu expertul în design al echipei de proiect (brieful mărcii, harta salutului, propunerea de personalitate a mărcii), și capitolul o preia ca decizie: **„Brașovul este prietenul tău din Transilvania"**, cu promisiunea „Brașov, prietenul tău din Transilvania" ca formulă a mărcii și cu personalitatea salutului „Servus" (Volumul I, 2.3 și 3.14); viziunea strategiei, „capitala Carpaților", se comunică public, cu dovezile ei, sub această promisiune (Volumul I, 2.1) [I]. În poziționare, Dracula se identifică fără a fi numit, prin scrisoarea contelui; regula privește poziționarea, nu întreaga comunicare, în care Dracula rămâne o atracție tratată creativ, cu numele lui, după regulile din acest capitol [I]. Formula orașului liber de la graniță, puternic centru comercial la întâlnirea culturilor, nu dispare: ea devine conținutul istoric al promisiunii, povestea din care vine prietenul de astăzi, și pilonul „orașul multicultural", cu multe culturi, nu cu trei, al platformei mărcii [I]. Cultura în sens larg a pieței și a întâlnirii rămâne cheia de lectură a capitolului: Brașovul nu vinde o scenă, ci o întâlnire, iar măsurile lui, de la narațiune și ghizi la calendar și cartiere, se judecă după cât de mult pun vizitatorul și locuitorul în această relație [I]. Decizia pornește de la date și de la consultare, pe care Tabelul 9 le rezumă, ca repere de diagnostic, fără vocabularul concurenței: Brașovul nu numește alte destinații din România ca rivale și nu se compară declarat cu ele [I].

Tabelul 9. Repere de date pentru poziționarea culturală: Brașov, Sibiu, Cluj-Napoca (II.5)

Reper	Brașov	Sibiu	Cluj-Napoca	Sursă
Atractivitate percepută („foarte atractivă" sau „atractivă", % călători români)	86,8–86,9	81,3–81,4	67,1–67,2	cercetarea națională
Vizitare cel puțin anuală (% călători români)	33,9	20,1	22,0	cercetarea națională
Durata medie a sejurului (nopți, INS)	1,84 / 1,87–1,90 (recalcul TEMPO)	1,52	1,76	raportul de analiză a destinației; INS TEMPO
Ponderea iernii în înnoptări (%)	25,8	20,2	16,9	raportul de analiză a

Reper	Brașov	Sibiu	Cluj-Napoca	Sursă
				destinației (INS)
Moment fondator instituțional	-	Capitala Europeană a Culturii 2007	-	validare externă
Eveniment cu nume în imaginarul național	Cerbul de Aur (0,9%, încheiat în 2019); Târgul de Crăciun (0,8%)	festivalul de teatru, Târgul de Crăciun (declarativ)	Untold, TIFF (declarativ)	asocierile spontane; consultare
Asocierea spontană cu orice familie culturală (% respondenți)	50,4	nedisponibil în această etapă	nedisponibil	asocierile spontane
Patrimoniu viu cu statut sau vocație de patrimoniu imaterial	Junii (atestare 1728; neînscriși în Registrul național)	-	-	validare externă

Sursa: cercetarea națională de referință; raportul de analiză a destinației (INS, medii 2022–2025 pentru Sibiu și Cluj-Napoca); validarea externă din surse oficiale.

Cuvântul contează, și el a fost corectat în consultare: în terminologia Regatului Ungariei, pe care o folosește istoriografia transilvăneană, *„târg”* (oppidum) desemnează o așezare de rang inferior orașului, sub jurisdicția unui stăpân de pământ, în timp ce Brașovul a fost, din secolul al XIV-lea, oraș liber regal (civitas), cu consiliu și jude proprii, cu drept de depozit, cu vamă de hotar și cu cea mai mare populație din Transilvania medievală. Ceea ce consultarea exprimă prin *„târg”* este, așadar, centrul comercial, nu rangul așezării, iar capitolul folosește de aici înainte formula *„orașul liber de la graniță, puternic centru comercial”* [I].

Ce înseamnă, pentru cultură, un centru comercial: o piață este locul în care oamenii se raportează unii la alții prin schimb, nu prin apartenență. Negustorul are nevoie de încredere, de măsură comună, de cuvânt ținut și de limba celuilalt; străinul nu este un intrus, ci un partener care aduce ceva, iar orașul care trăiește din schimb face loc mai multor confesiuni, limbi și obiceiuri, pentru că fiecare are ce vinde și ce cumpăra. Această cultură a pieței explică ceea ce consultarea numește, cu alte cuvinte, *„amalgamul”* brașovean: breslele cu turnurile lor și cu regulile lor de calitate, Compania negustorilor greci, Șcheiul negustorilor români și prima școală românească, tiparul lui Honterus și al lui Coresi, bisericile toleranței, *„brașoavele”* ca folclor al tocmelii și al drumului. Ea explică și conduita pe care participanții o descriu ca *„știf”* și *„standard”*: respectul contractului, al măsurii și al reputației este cultura civică a unui oraș comercial. Pentru destinație, consecința este directă: Brașovul nu vinde o scenă, ci o întâlnire, iar măsurile capitolului, de la narațiune și ghizi la calendar și cartiere, se judecă după cât de mult pun vizitatorul și locuitorul în această relație de schimb [I].

Patru argumente susțin conținutul istoric al promisiunii. Primul este **argumentul ocupării**: pozițiile *„cultură instituțională”* și *„festival-vârf”* sunt ocupate de orașe care au avut un moment fondator instituțional sau un festival de masă și o infrastructură care *„produce în continuare”*; a le disputa ar însemna a cheltui pe recuperarea unui decalaj de un deceniu și jumătate, iar Brașovul nu se compară declarat cu ele [I]. Al doilea este **argumentul datelor**: Brașovul este deja destinația cea mai atractivă și cea mai vizitată din țară, cu o imagine culturală la jumătate dintre călători, dar goală de instituție și de eveniment; ceea ce îi lipsește nu este un vârf, ci conținutul a ceea ce vizitatorul deja consumă ca *„obiective”* (28–29% dintre criteriile de alegere) și o poveste pe care o cere spontan – iar străinii citesc orașul ca transilvănean și săsesc în proporție de 2,96% față de 0,05% la români [C]. Al treilea este **argumentul consultării**: repertoriul identitar produs de interviuri și ateliere – târgul (*„E un amalgam de culturi [...] e un târg. Dar tocmai că aia e cultura, de fapt!”* – Subiect 4), granița (*„Brașovul*

a fost întotdeauna o graniță. [...] Aicea s-a oprit Imperiul Austro-Ungar" – Subiect 23), multiculturalitatea (12 subiecți, 5 ateliere), libertatea (atelierul 02), orașul tiparului (Subiect 14) – este integrat de o singură poveste, cea a orașului liber de la graniță, puternic centru comercial, singura care nu falsifică niciuna dintre componente; promisiunea prietenului din Transilvania o pune în gura omului locului [D/I]. Al patrulea este **argumentul coerenței**: capitolul identitar al strategiei lucrează cu identități la plural și cu libertatea în trei registre, capitolul G a fixat gastronomia ca *„urbană, cu ștaif"*, a târgului și a graniței, iar P5 a dat Poienii programul *„Poiana celebrează lumea"*; cultura în sens larg a întâlnirii este formula care le leagă fără a le repeta [I].

Pentru registru, decizia are trei consecințe. ***„Identitate fără kitsch"*** (S5): tot ce exprimă întâlnirea – breslele cu turnurile lor, negustorii, Junii ca *„grănicerii târgului"*, bisericile toleranței, stratul comunist ca graniță a Occidentului cu Estul – se spune cu documente și cu purtători, nu cu butaforie; *„minciuna se termină iute"* (Subiect 5). **Dracula intră pe lista atracțiilor, tratat creativ, fără să devină emblema orașului**: legenda este marfa de târg pe care Brașovul o vinde onest – ca în Scoția, unde *„toată lumea-și vinde legendele"* (Subiect 12) – cu cele trei reguli fixate în diagnostic și cu comunicare diferențiată pentru străini și pentru români. **Identitățile plurale ca sub-mărci** pentru micro-comunități, în logica *„identităților"* la plural a capitolului identitar: *„Civilizația Muntelui"* pentru publicul activ și pentru asocierea dominantă a românilor cu muntele (31,6%), *„orașul tiparului"* (Honterus 1533, Coresi 1557) pentru educație și carte, *„libertatea"* (1688, 1848, 1987) pentru istoria recentă și pentru tineri, *„Kronstadt"* pentru piețele germanofone și pentru patrimoniul săsesc, *„Șcheiul"* pentru patrimoniul viu – fiecare cu purtătorii săi, toate sub promisiunea „Brașov, prietenul tău din Transilvania", până la decizia echipei multidisciplinare asupra arhitecturii finale [I]. Promisiunea și tonul vocii sunt stabilite în Volumul I (2.3 și 3.14); capitolul de față furnizează conținutul istoric și regulile de registru. Pentru piețele anglofone, legenda intră prin scrisoarea contelui din primul capitol al romanului, „My Friend… Welcome to the Carpathians… Your friend", nu prin eticheta „Dracula", care costă în notele recenziilor [I].

Candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034 (DC9) nu contrazice decizia de poziționare. Poziționarea privește oferta și imaginea destinației pe piața vizitatorilor; titlul este un instrument de dezvoltare, iar propunerea Comisiei Europene evaluează candidaturile după strategia pe termen lung, conținutul programului, participarea locuitorilor și capacitatea de a livra, toate cu o dimensiune europeană. Brașovul candidează cu promisiunea proprie și cu povestea orașului liber de la graniță, puternic centru comercial, fără să reia modelul orașelor care și-au construit poziția culturii instituționale printr-un titlu anterior; candidatura este un program al destinației, nu o dovadă a mărcii, pentru că rezultatul ei este incert [I].

3.3. Principii directoare

Nouă principii guvernează direcțiile din secțiunea 4; cinci dintre ele sunt comune cu capitolele G și P5, patru sunt proprii culturii.

Locuitorul pe primul loc. Oferta culturală a orașului se evaluează după cât de des ies brașovenii pentru cultură și după câți locuitori mai are centrul; o cultură pe care localnicii nu o consumă nu poate fi vândută vizitatorilor, iar un centru fără locuitori este decor, oricât de restaurat. Principiul este transversal întregii strategii și se aplică în fiecare direcție – ca purtător (DC1), ca rezident (DC3), ca public (DC4, DC7), ca povestitor (DC5), ca plătitor al culturii prin bugetul local (DC8) și ca participant la candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii (DC9).

Fidelitate față de istoria documentată. Reperele narațiunii se aleg dintre faptele documentate – 1728, 1533, 1689, 1950, 1987, iar legenda se spune ca legendă: *„atunci când vii cu minciuni, minciuna se termină iute”* (Subiect 5). Afirmațiile istorice ale consultării rămân [D] până la verificare, iar cele verificate înlocuiesc formulele de promovare neconfirmate – *„cea mai mare biserică gotică din România”*, nu formula dimensională curentă.

Conservare pentru patrimoniul viu, inovație pentru prezentare. Ritualul nu se mută, nu se scurtează și nu se *„comercializează”*; se schimbă doar felul în care este prezentat și transmis – *„Ideea e ce-am păstrat, nu ce-am înnoit”* (Subiect 14). Decizia asupra ritualului aparține purtătorilor; decizia asupra prezentării se ia împreună cu ei.

Fiecare monument are nevoie de o poveste. Niciun monument nu se deschide, nu se ilumineză și nu se pune pe traseu fără un conținut de interpretare verificat și fără un om sau un dispozitiv care să îl spună; standardul de ghidaj al destinației este *„legenda întâi, faptul la sfârșit”* – cârligul urmat de adevăr, formula pe care raportul integrat al interviurilor o numește *„doctrina poveștii adevărate”*. Vocabularul interpretativ din recenzii (5,5%) este indicatorul acestui principiu.

Orientare prin stimulente, fără interdicții. Nicio măsură a capitolului nu interzice un tip de comerț, de eveniment sau de public; toate schimbă stimulentele – stimulente în limitele Codului fiscal, la decizia Consiliului Local, acces preferențial la spații și la calendar, comunicare prin OMD condiționată de criterii, contracte cu obligații – și aplică normele existente (Ghidul de terase, Legea 185/2013, hotărârile Consiliului Local). Regimul vizual unitar al centrului istoric respectă același principiu: reglementează imaginea, nu funcțiunea.

Zonare spațială și temporală a evenimentelor. Ceea ce contează este amploarea și volumul sonor, nu locul: centrul istoric rămâne scenă pentru formate acustice, culturale, de mică dimensiune și cu oră fixă; volumul și amplificarea merg în Sala Polivalentă, în Poiana Mică și la Ghimbav, după regula pe care P5 a fixat-o pentru stațiune; seara are zone definite cu riveranii la masă, iar cartierele au program *„doar seara, până la 23”*.

Infrastructură publică pentru cultură, cultură curatoriată, concurență echitabilă. Rolul autorității publice locale este să creeze și să pună la dispoziție infrastructura prin care cultura se poate manifesta sub orice formă – spații, reguli de acces – și să o facă într-o manieră curatoriată: spațiul public și calendarul destinației susțin cultura, nu pseudo-cultura, iar centrul istoric nu devine *„bâlci”* (participant, atelierul 10) sau divertisment de joasă calitate; grila cultural / educativ / recreativ / comercial, aplicată accesului la spațiul public și la calendar, este instrumentul, iar politica de finanțare a culturii rămâne a Primăriei și a Consiliului Local. Autoritatea publică poate și trebuie să susțină, în același timp, cultura instituțională de mare amploare – opera, teatrul dramatic, filarmonica, muzeele – ca instituții, clădiri și trupe, fără a face concurență neechitabilă antreprenorilor culturali privați, organizațiilor neguvernamentale și grupurilor de inițiativă: aceleași reguli de acces la spații și la calendar pentru toți, iar instituțiile publice nu ocupă, prin gratuități nejustificate, piața pe care operatorii independenți o pot servi [I].

Calitate incrementală. Principiul *„vii pentru ciolan, dar ciolan bun”* al capitolului G se transpune cultural: *„mai mult de 50% se duc să facă un selfie în fața Giocondei. Proporția e aceeași peste tot”* (participant, sesiunea OAR) – publicul de masă nu se exclude și nu se educă prin interdicție, ci prin

oferirea, la fiecare nivel, a unei versiuni mai bune a ceea ce caută deja: turnul deschis cu o poveste în el, târgul de Crăciun cu produs local.

Cultură și educație în OMD. Sectorul cultural – instituțiile publice și operatorii independenți – și educația (universitatea, școlile de ospitalitate, liceele cu profil) intră în structurile organizației de management al destinației, din care astăzi lipsesc; fără ei, calendarul, ghizii, narațiunea și finanțarea culturii rămân, ca până acum, inițiative individuale [I].

4. Direcții strategice

Cele zece direcții au aceeași structură: constatare, obiectiv, măsuri, actori, orizont. Fiecare direcție răspunde uneia sau mai multor constatări ale diagnosticului (secțiunea 2.5), în alocarea fixată acolo: DC1 preia constatarea 2.5.4; DC2 constatările 2.5.1 și 2.5.3; DC3 constatarea 2.5.2; DC4 constatarea 2.5.8; DC5 constatările 2.5.5, 2.5.6 și 2.5.7; DC6 și DC7 constatarea 2.5.10; DC8 constatarea 2.5.9; DC9 preia lecțiile candidaturii pentru 2021 și leagă celelalte direcții într-un program cu termen fix, anul 2034. Măsurile marcate [D] provin din consultare și sunt atribuite celui care le-a formulat; cele marcate [I] sunt propuneri ale echipei de proiect, a căror punere în aplicare revine OMD Brașov, Primăriei Municipiului Brașov și altor autorități publice, iar acolo unde este cazul se face cu acordul purtătorilor patrimoniului; propunerile managementului de proiect sunt marcate distinct. Măsurile deja formulate în capitolele G, P5 și P3 sunt referite prin codul lor (DGn-x, Dn-x, cu mențiunea capitolului) și nu sunt reluate.

DC1. Junii și Șcheiul: patrimoniu viu, cu statut și cu purtători

Constatare. Obiceiul Junilor din Șcheii Brașovului este unicul patrimoniu imaterial viu de rang național al orașului – atestat la 26 martie 1728, organizat în șapte cete, cu *„peste 24 de activități tradiționale pe an”* după purtătorul său (Subiect 14) [D] – și nu are niciun statut formal: nu este înscris în Registrul național al patrimoniului cultural imaterial și nu are dosar UNESCO, într-o țară cu 11 elemente pe Lista Reprezentativă. Imaginea sa națională este de 0,1%, apare în 5 recenzii din 47.513, iar Șcheiul, *„partea românească a istoriei Brașovului”* (participant, atelierul 09), este vizitat de 49,4% dintre vizitatori și numit spontan de 1,1%; purtătorii săi declară că nu sunt consultați, iar luna Coborârii are cele mai puține sosiri din an (indice 79) [C]. Tricentenarul cade la 26 martie 2028.

Obiectiv. Până la tricentenar, obiceiul Junilor este înscris în Registrul național al patrimoniului cultural imaterial, iar anii 2027–2028 sunt un program multianual de celebrare și de transmitere; până în 2031, dosarul pentru Lista Reprezentativă UNESCO este depus împreună cu Uniunea Junilor; până în 2034, Junii ating cel puțin 2% și Șcheiul cel puțin 4% în asocierile spontane ale călătorilor români, iar Șcheiul are un traseu interpretat de purtătorii săi.

Măsuri.

- (a) **Dosarul de înscriere în Registrul național** al patrimoniului cultural imaterial, întocmit de Uniunea Junilor din Șcheii Brașovului și Brașovul Vechi cu sprijinul Muzeului de Etnografie, al Universității Transilvania și al OMD, în procedura Institutului Național al Patrimoniului; apoi dosarul pentru Lista Reprezentativă UNESCO, care cere consimțământul explicit al comunității purtătoare – compatibil cu poziția *„eu nu aș comercializa”* a Subiectului 23. Măsura este propusă de 6 subiecți și în 3 ateliere, inclusiv de locuitorii din Șchei (*„includerea în patrimoniul UNESCO”*) [D]; orizontul 2028 este realist numai pentru etapa națională [I]; tricentenarul din 2028 este tratat ca

oportunitate a dosarului UNESCO, cu multiculturalitatea orașului prezentată ca moștenire vie (secțiunea 2.5.5) [I].

• (b) **Tricentenarul 2028 ca program multianual 2026–2028**: cercetarea istorică a obiceiului – datarea de 1728 este confirmată oficial, datările interne rămân declarații ale purtătorului [D], expoziție la Muzeul de Etnografie și la Muzeul Civilizației Urbane, volum și film, transmisia televizată a Coborârii, simbolistica urbană a Junilor și suvenirurile identitare în locul celor *„de tip bâlci”* – propunerile purtătorului și ale atelierelor 02, 09 și 11 [D]. Coborârea în Cetate din Duminica Tomii rămâne unicul moment procesional, în centru.

• (c) ***„Săptămâna Junilor” -* propunerea managementului de proiect [I]:** fiecărei cete i se alocă o zi într-un cartier al orașului, cu demonstrații de obiceiuri, ateliere pentru comunitate, prezentări de costume și muzică, fără procesiune călare; fiecare cartier devine temporar spațiu de celebrare, iar Coborârea finală rămâne unicul moment procesional. Capitolul consemnează corectivul purtătorului, formulat când i-a fost pusă întrebarea:

> *„Nu se poate. [...] e și greu să scoți anumite lucruri din cartier. [...] Am scoate și obiceiul din Șchei, ar fi diferit. [...] Săptămâna asta e a lor”* (Subiect 14) [D]

• Reconcilierea propusă este distincția dintre ritual și prezentare: programul din cartiere se formulează explicit ca program de prezentare și de transmitere (demonstrații, ateliere, școli, muzică), se desfășoară în afara Săptămânii Luminate sau numai în zilele fără obicei propriu, și se decide împreună cu Uniunea Junilor, nu prin relocarea obiceiului – linia indicată și de raportul integrat [I]. Programul se stabilește împreună cu Uniunea Junilor, OMD Brașov și Primăria; variantele și opțiunea recomandată sunt prezentate în scenariul S3 (secțiunea 6). Denumirea *„Săptămâna Junilor”* nu există oficial; programul existent se numește Săptămâna Luminată și face parte din Zilele Brașovului.

• (d) **Transmiterea obiceiului către generațiile noi**: *„ora de patrimoniu local”* în școlile brașovene – cursuri de dans cu Junii și cu Muzeul de Etnografie, concurs între școli, proiecții la ora de dirigenție, cu ținte pe patru ani – propunerea purtătorului (*„ai cu cine”*) [D]; protejarea fondului pe care instituțiile îl consideră intact (*„în afară de paradă, se păstrează bine jocurile și maialurile”* – participanți, atelierul 02) [D]; fanfara sau orchestra populară a Junilor ca instituție (Subiect 14) [D]. Componenta alimentară a Marții cu plăcinte este tratată în capitolul G.

• (e) **Șcheiul interpretat**: Traseul Crucilor și Troițelor – prototipul cu GPS realizat ca inițiativă cetățenească și rămas fără *„pasul al doilea”* (*„asta nu poate s-o facă un cetățean”* – Subiect 14) – preluat de un proprietar instituțional (OMD cu Muzeul de Etnografie), cu traduceri, imagini ale interiorului și coduri QR la cele peste 60 de troițe și la porturile cetelor (atelierul 09) [D/I]; inscripții-titlu la intrarea în Șchei, cu formulările istorice verificate înainte de montare [D].

• (f) **Medierea prin localnici**: tururi în Șchei cu localnici – testul realizat în 2026 într-un proiect european este precedentul [D], Juni-ghizi, și regula ca nicio decizie privind Șcheiul să nu se ia fără masa purtătorilor: *„societățile Junilor, preoți, ghizi turistici, agenți economici și autorități”* (participant, atelierul 09) [D/I].

• (g) **Patrimoniul viu dincolo de Juni**: inventarierea obiceiurilor paralele – Fasching-ul și *„Măscăricii”* din Șchei la Lăsatul Secului, semnalate de documentația de patrimoniu culinar, cu purtători de identificat [D]; Honterusfest și maialurile ca puncte în care patrimoniul viu urcă spre

Poiana Brașov, în formatul evenimentelor culturale de nișă pe care capitolul P5 le admite în stațiune [D/I].

- (h) **Comunicarea**: Junii și Șcheiul intră în bateria cercetării naționale și în comunicarea destinației cu regula *„ritualul nu este spectacol”* și cu drepturile de imagine ale cetelor clarificate contractual [I].

Actori. Uniunea Junilor din Șcheii Brașovului și Brașovul Vechi (decizia asupra ritualului și a prezentării), Parohia Sfântul Nicolae și Muzeul *„Prima Școală Românească”*, Muzeul de Etnografie și Muzeul Civilizației Urbane (instituții județene), Institutul Național al Patrimoniului și Ministerul Culturii, Primăria și Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”* (Zilele Brașovului), OMD Brașov (dosar, traseu, comunicare), Universitatea Transilvania, Inspectoratul Școlar. **Orizont.** Dosarul pentru Registrul național: 2027–2028; programul tricentenarului: 2027–2028; ora de patrimoniu local: din anul școlar 2027–2028; traseul troițelor: 2027–2029; dosarul UNESCO: 2029–2031.

DC2. Patrimoniul construit lizibil: straturi, fortificații, memorie industrială

Constatare. Municipiul are circa 363 de poziții în Lista Monumentelor Istorice, 51 de grupă A[313], dar le oferă ca o singură imagine, *„oraș medieval”*: niciun stil arhitectural nu este numit spontan de călători, fortificația este numită de 0,8%, iar vocabularul recenziilor este material (32,7%) și rar interpretativ (5,5%) [C]. Cele trei trasee ale stilurilor există *„de 5 ani de zile”* la arhitecți și nu sunt în circuit; turnurile sunt închise (*„te duci și te uiți numai la pietre?”* – Subiect 21); Cetățuia, vizitată de 73,1% și evaluată cu 3,51, este în șantier până în 2027; Cetatea Brașovia este necunoscută; Sfântul Bartolomeu *„nici măcar nu e deschisă”* (Subiect 1); degradarea este *„în profunzime”* (Subiect 15), accelerată de intervențiile neconforme produse de presiunea cazării [D]. Istoria recentă – Orașul Stalin, platformele, 1987 – este cerută de străini și ștearsă de investiții.

Obiectiv. Până în 2030, toate elementele ansamblului fortificațiilor (Turnul Alb, Turnul Negru, Bastionul Graft, Bastionul Țesătorilor, Bastionul Fierarilor, Poarta Ecaterinei, Poarta Șchei) au acces, program afișat și interpretare, traseul straturilor arhitecturale este în circuit, iar Cetățuia are o funcțiune decisă și este deschisă; până în 2034, inventarul monumentelor în degradare și al intervențiilor neconforme scade an de an, ratingul categoriei *„obiective și monumente”* urcă de la 4,31 la cel puțin 4,55, iar obiectele patrimoniului industrial sunt protejate înainte de a dispărea.

Măsuri.

- (a) **Traseul straturilor arhitecturale** – preluarea celor trei trasee ale arhitecților (*„Brașovul gotic, Brașovul renascentist și Brașovul baroc”*) și adăugarea celui de-al patrulea, *„Brașovul comunist”*, propus în aceeași sesiune [D]; traseul modernității (Brassaï, Mattis-Teutsch), propus de Subiectul 1 [D]; harta interactivă a clădirilor, realizată de studenții universității (*„Fac studenții”* – atelierul 12) [D]; OMD ca editor al traseelor, integrate în ghidul viu al destinației și în codul QR al destinației din capitolul G (DG1-g, DG4-b) [I].
- (b) **Turnurile și bastioanele deschise, cu *„istorie spusă”*** – program regulat și custode la Turnul Alb, Turnul Negru, Graft și Poarta Ecaterinei, cu artefacte și expoziții (*„vedeai niște artefacte, costume, săbii, vedeai ceva!”* – Subiect 21), drumul dintre turnuri comunicat ca traseu, Poarta Ecaterinei curățată de graffiti – cereri ale locuitorilor din Șchei și din cartiere [D]. Turnul

[313]Ministerul Culturii, Lista Monumentelor Istorice 2015 (Ordinul ministrului culturii nr. 2828/2015, M. Of. nr. 113 bis/2016), județul Brașov: https://www.cultura.ro/wp-content/uploads/old_cultura/files/inline-files/LMI-BV.pdf

Alb, Turnul Negru și Poarta Ecaterinei nu sunt secții ale muzeului, deci cer un acord între Primărie, alte autorități publice și Biserica Evanghelică asupra operatorului [I].

• (c) **Cetățuia – decizie de funcțiune** după deschiderea parțială din 2027, pe două criterii: rigoarea istorică (o Cetățuie *„cât mai apropiată de [...] ceea ce a fost în istorie"* – Subiect 14) și conectivitatea cu parcul, cu Strada Lungă și cu Bartolomeu. Opțiunile din consultare – restaurant de epocă și loc de promovare a gastronomiei pastorale (G, DG1-f), loc de evenimente (atelierul 04), divertisment istoric documentat muzeal (Subiect 5), promenadă și animație în pădure (atelierul 12) [D] – sunt evaluate în scenariul S2, care recomandă o funcțiune mixtă; capitolul reține convergența asupra deschiderii și a legăturii cu orașul [I].

• (d) **Cetatea Brașovia ca parc arheologic pe Tâmpa** – propunerea Subiecților 5 și 14 (*„leagănul, și refugiul brașovenilor vreme de câteva secole"* – Subiect 14) [D], condiționată de verificarea statutului de sit arheologic, declarativ, și de compatibilitatea cu regimul Natura 2000, pe care arhitecții și Subiectul 24 refuză să-l pună în discuție: parc istoric cu regim de protecție compatibil, nu respingerea protecției [I]. Lucrările se prevăd în planul de management revizuit al ariei protejate și se limitează la amenajări ușoare, cu serviciile la poale, iar interpretarea cetății este măsura D2-e a capitolului P3 [I].

• (e) **Fațadele și intervențiile** – mecanism gradual pentru clădirile neîntreținute, *„modelul german"*: avertizare, impozit majorat, intervenție în contul proprietarului (Subiecții 22 și 23) [D]; ghid de fațade și vitrine pentru centrul vechi – obloane și ferestre de lemn, vitrine tip dulap, interdicția termopanelor (Subiect 14; notele participanților la atelierul 07) [D]; mecanism municipal strict de control al intervențiilor, cu o arheologie a clădirii la orice intervenție și cu un ghișeu unic de avizare (Cultură, ISU, Sănătate) (sesiunea OAR; atelierul 02) [D]; ghid pentru proprietarii care fac închiriere pe termen scurt în monumente și avizare *„simplificată, dar controlată"* (sesiunea OAR), în articulare cu P6 [D]. Sprijinul public pentru fațade private, cerut de un subiect și contestat de instituții, se păstrează doar ca stimulent condiționat de conformarea la ghid [I]. Ghidul se corelează cu codul de design al mobilierului urban și al signalisticii, măsura S5-a a Volumului I, prin care stâlpii de protecție a trotuarelor, plăcuțele cu numerele imobilelor și indicatoarele străzilor poartă simbolurile zonei, cu exemplul buzduganului Junilor în Șchei și al cerbului de pe Strada Cerbului [I].

• (f) **Iluminatul arhitectonic al monumentelor**, *„de sus în jos"*, nu îngropat în paviment – Biserica Neagră, Casa Sfatului, Piața Sfatului – ca precondiție a vieții de seară și a lecturii etajelor (*„la etajul unu apare alt oraș"* – Subiect 14; lumini cerute și de Subiect 16) [D].

• (g) **Canonul lărgit al bisericilor**: Sfântul Bartolomeu, cea mai veche biserică a orașului, deschisă, cu o piațetă (Subiect 1; măsurile l și m) [D]; sinagogile, Biserica Grecească și celelalte lăcașuri *„din fundul curții"* ale orașului toleranței, puse pe traseu (Subiect 14) [D]; pentru Biserica Neagră, formula verificată (secțiunea 3.3) și programul din jurul ei (DC4-e) [I].

• (h) **Promenada și coridoarele**: După Ziduri ca promenadă și pol de evenimente – redeschiderea porților istorice, amfiteatrul natural între Turnul Alb și Turnul Negru (Subiect 14) [D]; coridorul verde pe traseul zidurilor din 1887, propus de moderatorul sesiunii OAR și validat de grup, cu legitimitatea istorică a planului rămasă declarativă [D/I]; culoarele pietonale cu conținut patrimonial – Lungă, Unirii, Titulescu–Operă–Filarmonică (Subiecții 1 și 14) [D] – toate în prioritatea P1 (coridoarele Piața Sfatului–Tâmpa și După Ziduri–Parcul Șefilor), pe care cultura o invocă drept condiția *„ridicării privirii"*.

- (i) **Memoria industrială salvată înainte de dispariție**: turnul CET păstrat ca reper în orice reconversie a platformei – există ezitări („*Nu cred. Turnul nu cred.*” – Subiect 13) [D], halele Rulmentul (DC4-d, P4), cinematografele, cu un inventar al clădirilor industriale și de patrimoniu neutilizate (Subiect 1; sesiunea OAR) [D]. Narațiunea stratului este în DC5; componenta culinară, în G (DG5-e).
- (j) **Datele patrimoniului**: un inventar anual al monumentelor în degradare și al intervențiilor neconforme, întocmit de Primărie cu Direcția Județeană pentru Cultură, ca indicator al capitolului [I].
- (k) **Patrimoniul industrial inventariat și valorificat**: inventarul elementelor reprezentative ale istoriei industriale a Brașovului – clădiri, instalații, arhive, mărturii ale muncitorilor – realizat de Primărie cu muzeele județene și cu proprietarii platformelor, și valorificarea lor în oferta culturală și educativă: trasee pietonale tematice, expoziții temporare în spațiile culturale ale municipiului (DC4-h), panouri și coduri QR la locurile reprezentative, cu „istoria despre care nu vorbim” (secțiunea 2.5.3) spusă cu documente și cu purtători (DC5-e) [I].
- (l) **Biserica Sfântul Bartolomeu pe traseu**: cea mai veche biserică a orașului, ctitorie de la începutul secolului al XIII-lea, astăzi a Bisericii Evanghelice C.A.[314], deschisă vizitării. Programul de vizitare ține de administrația bisericii; rolul OMD Brașov este să deschidă discuția cu administrația și să propună includerea bisericii într-un circuit, cu interpretare în trei limbi, cu intrarea în biletul comun (DC4-b) și în traseul straturilor arhitecturale (a), ca stratul cel mai vechi al orașului [I].
- (m) **Piațeta și legătura pietonală Strada Lungă – Cetățuia – Bartolomeu**, cu nodul de transfer Bartolomeu (P1–P2, DMC2-a) și cu subcentrul Bartolomeu (DC7-k), astfel încât biserica, piața și gara să fie capătul firesc al traseului care pornește din Piața Sfatului [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov (urbanism, Cetățuia, iluminat, ghidul de fațade, mecanismul pentru paraginǎ), Direcția Județeană pentru Cultură, alte autorități publice (bastioanele-secții ale muzeului), Biserica Evanghelică C.A. (Biserica Neagră, imobile, turnuri), Ordinul Arhitecților – Filiala Brașov (trasee, ghid), OMD Brașov (editor al traseelor, programul turnurilor), Universitatea Transilvania (harta), Regia Pădurilor Kronstadt și autoritatea pentru arii protejate (Tâmpa), Parohia Evanghelică Bartolomeu (l, m). **Orizont.** Trasee și hartă: 2027; Sfântul Bartolomeu – discuția și circuitul: 2027, piațeta și legătura pietonală: 2028–2030; turnuri deschise cu program: 2027–2028; mecanism pentru paraginǎ și ghid de fațade: 2027–2028; Cetățuia – decizie 2027, funcțiune 2028–2030; Cetatea Brașovia – studiu 2028, în corelare cu revizuirea planului de management al ariei protejate (P3, 2027–2029), parc 2030–2034; După Ziduri și coridoarele, cu P1: 2028–2031.

DC3. Centrul istoric fără kitsch: ordine vizuală și oraș locuit

Constatare. „*Oraș-decor*” este un diagnostic împărtășit de arhitecți, hotelieri, locuitori, instituții și experți, cu două mecanisme – depopularea, confirmată oficial de Ghidul de terase („*i-a determinat pe mulți locuitori să se mute*”), și banalizarea comerțului („*turismul de covrigi*”, atelierul 04) – și cu o normă care există și nu se aplică: Ghidul de amplasare a teraselor (2023), hotărârile Consiliului Local pe care le detaliază, Legea 185/2013 privind publicitatea. Haosul comunicării vizuale a comerțului este numit de 17 din 24 de subiecți, regimul vizual unitar este cerut de 13, iar ocuparea de facto a domeniului

[314]Biserica Sfântul Bartolomeu, prima biserică parohială a Brașovului, ctitorie de la începutul secolului al XIII-lea, astăzi a Bisericii Evanghelice C.A.: Adevărul, 11 februarie 2015, „Cea mai veche biserică din Brașov poate fi vizitată de turiști”: https://adevarul.ro/stiri-locale/brasov/foto-cea-mai-veche-biserica-din-brasov-poate-fi-1599753.html

public depășea cu 55% suprafața închiriată în 2022 [C]. Nimeni nu știe câți locuitori mai are centrul; Centrul de Informare Turistică are 2,70 și 60,9% recenzii negative [C].

Obiectiv. Până în 2028, centrul istoric are un regim unitar de imagine – firme, vitrine, fațade, mobilier, iluminat, terase – adoptat prin hotărâre a Consiliului Local, aplicat și măsurat anual; până în 2030, rezidenții centrului sunt numărați, iar numărul locuitorilor permanenți crește de la un recensământ la altul, prin programul locuirii (j); comerțul stradal de pe culoarul Republicii–Piața Sfatului este un comerț de calitate, cu produse locale și mâncare bună, susținut prin stimulente și prin eticheta de calitate a destinației (G), iar Centrul de Informare Turistică atinge un rating de cel puțin 4,50.

Măsuri.

- (a) **Aplicarea normei existente, extinsă la întreaga imagine a centrului**: Ghidul de terase se aplică ca prioritate a P2 (G, DG3-a, cu indicatorul *„ponderea teraselor conforme”*); capitolul de față adaugă regulamentul local de publicitate în temeiul Legii 185/2013 (firme, bannere, vitrine), regulile pentru mobilier, iluminat și închideri, o echipă dedicată de control și un raport anual public – *„măsura cu cel mai bun raport cost–vizibilitate din întreaga serie”*, pentru că *„nimeni nu apără aspectul actual”* [C/D]. Regulile pentru mobilier și signalistică aplică codul de design al mobilierului urban și al signalisticii din Volumul I (măsura S5-a), prin care stâlpii, plăcuțele cu numerele imobilelor și indicatoarele străzilor spun povestea orașului prin simbolurile fiecărei zone – cerbul pe Strada Cerbului, buzduganul Junilor în Șchei [I].
- (b) **Regimul vizual unitar al centrului istoric, ansamblu arhitectural protejat** – instrumentul care consolidează regulile de imagine, de comerț vizibil și de terase într-o singură hotărâre a Consiliului Local, după modelul Parcului Cultural Stare Miasto din Cracovia (2010), cu termen de conformare de șase luni [C]. Regimul este vizual, însoțit de stimulente în limitele Codului fiscal, la decizia Consiliului Local, nu selecție a tipului de comerț – linia raportului integrat și a Subiectului 23 (*„nu putem să devenim dictatori”*); P5 a mers mai departe pentru stațiune, cu selecția pe concept a comercianților din *„zona zero”* (D2-b1). Vocabularul strategiei distinge, astfel, *„zona zero”* a stațiunii de regimul de imagine al Cetății și de *„inelul zero”* al nucleelor adiacente din G (DG3-g) [I]. Alternativa stimulentelor fără instrument normativ nou este evaluată în scenariul S5, care recomandă combinația celor două.
- (c) **Fiscalitatea diferențiată pe centru** – *„Centrul nu poate să fie mai ieftin decât restul”* (Subiecții 19–20) [D] – este formulată în G (DG3-b); capitolul de față adaugă evaluarea efectului asupra rezidenților și a chiriilor, astfel încât instrumentul să nu accelereze depopularea pe care vrea să o oprească [I].
- (d) **Kitsch-ul ca problemă de identitate, nu doar de comerț**: comerțul stradal de bună calitate, cu mâncare de stradă onestă, stimulată ca ofertă legală, este în G (DG3-d, DG3-h); aici, suvenirurile identitare – Junii, Șcheiul, simbolurile orașului – în locul celor *„de tip bâlci”*, propuse în atelierele 02, 09 și 11 [D], și o etichetă a destinației pentru magazinele de suveniruri cu produs local sau identitar, acordată de OMD [I].
- (e) **Redistribuirea culoarului** Republicii–Piața Sfatului spre nucleele adiacente – Prund, Sfântul Ioan, Enescu, Livada Poștei și Parcul Șefilor, După Ziduri – este măsura DG3-g din G și face parte din coridoarele P1; cultura îi dă conținutul: evenimente mici, acustice, cu oră fixă, în nucleele adiacente, iar *„Centrul trebuie lăsat liber, lăsat să respire, lăsat să fie dedicat plimbării”* (Subiecții 19–20) [D].

- (f) ***„Dreptul la locuire”* cu măsură**: recensământul rezidenților centrului istoric – număr, vechime, proprietate, proveniență, cerut de un subiect și de instituțiile culturale (*„n-avem date”*) [D], ca precondiție a oricărei politici; apoi, pe baza lui, avizarea controlată a închirierii pe termen scurt în monumente (P6), protecția funcțiunilor cotidiene (*„e normal să ai de unde să-ți iei o pâine”* – sesiunea OAR) [D], riveranii la masa zonelor de seară (DC7) și cardul de rezident (C17: 6 subiecți, 8 ateliere) [D/I].
- (g) **Centrul de Informare Turistică refăcut** – amplasare, program, personal format pe narațiunea destinației, funcție de *„dispecer”* al agendei culturale integrate (C43) și al datelor de vizitare [I].
- (h) **Monitorizarea anuală**: ponderea teraselor conforme, inventarul firmelor și vitrinelor neconforme, mențiunile *„kitsch”* în recenzii (bază: 0,2%, rating 3,32), numărul rezidenților permanenți [I].
- (i) **Codul comunicării comerciale la nivel stradal al centrului istoric**: standardul tehnic al regimului vizual unitar al centrului istoric, cu planșe pe fronturi stradale (firme și inscripții, vitrine, panouri mobile, terase și mobilier, iluminat public și comercial, iluminat arhitectural unitar, sonorizare, mărci comerciale pe mobilier, publicitate temporară), redactat de OMD Brașov împreună cu Primăria și cu Ordinul Arhitecților și adoptat ca anexă a hotărârii privind regimul vizual unitar (b); responsabilul centrului istoric (P1–P2, DMC5-c) îl aplică planșă cu planșă [I]. Statut: de elaborat.
- (j) **Programul locuirii în centrul istoric**: un cadru de cooperare între Primărie, Consiliul Local, alte autorități publice, universitate, mediul economic și proprietarii majori, în forma pe care partenerii o vor stabili, cu reperul consorțiului orașului din Toledo[315], cu un singur obiectiv, revenirea familiilor în centru: apeluri anuale de sprijin pentru reabilitarea locuințelor și a curților interioare, locuințe pentru familii și tineri în clădirile municipale, sprijin condiționat de locuirea permanentă, diferențiere fiscală față de închirierea pe termen scurt (P6); indicatorul direcției devine creșterea numărului de rezidenți permanenți, măsurată prin recensământul din (f) [I].

Actori. Primăria și Consiliul Local (hotărârea pentru regimul vizual unitar, regulamentul de publicitate, stimulentele, recensământul), Poliția Locală (aplicare), Direcția Județeană pentru Cultură, OMD Brașov (Centrul de Informare, eticheta pentru suveniruri, comunicare), Breasla Cârciumarilor Brașoveni și asociațiile de riverani, Ordinul Arhitecților (codul), Biserica Evanghelică (proprietar), alte autorități publice și Universitatea Transilvania (programul locuirii). **Orizont.** Aplicare și măsurare: 2027; codul comunicării comerciale: redactare 2027, adoptare 2027–2028; programul locuirii: cadrul 2027–2028, primul apel 2028; hotărârea pentru regimul vizual unitar: 2027–2028; recensământul rezidenților: 2027, 2030 și 2033; Centrul de Informare: 2027–2028.

DC4. Muzee și instituții care produc poveste și evenimente

Constatare. Muzeele sunt produsul cultural cel mai bine evaluat al destinației (4,69; 8,0% recenzii negative) și cel mai puțin consumat: 45,3% dintre vizitatori nu au intrat în niciunul, 39,0% dintre cei care au văzut Biserica Neagră și Piața Sfatului nu au intrat în niciun muzeu, iar rezerva *„cunosc, dar nu am vizitat”* este de 33–41% la fiecare instituție [C]. *„Cetatea Brașovului nu are muzee asociate”*

[315]Consorcio de la Ciudad de Toledo, apelurile anuale de sprijin pentru reabilitarea locuințelor și a clădirilor din centrul istoric (2025: peste 1,4 milioane de euro, din care 1 milion pentru locuințe): https://construible.es/2025/01/30/edificios-viviendas-casco-historico-de-toledo-podran-solicitar-ayudas-rehabilitacion

(observații de teren ale echipei de cercetare); instituțiile nu cooperează (*„Ce treabă am eu cu ălălalt?”* – Subiect 1), biletul comun a eșuat în 2009, nu există contorizare la nivel de destinație; muzeele județene lucrează *„în cămăruțe”*, fără un spațiu expozițional de 2.000 mp, cu plafoane de acces impuse de normele de securitate la incendiu și cu personal care pleacă [D]. Sala Polivalentă (11.211 de locuri, termen iunie 2027) nu are un rol cultural definit, halele Rulmentul sunt blocate, iar instituțiile de spectacol sunt izolate pietonal de centru [C/D]. Municipiul a investit din bugetul local circa 41 de milioane de lei în patru clădiri culturale – Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”*, cinematografele Astra, Popular și Modern – și are, în 2026, una cu program (Modern, din 2023), una utilizată ocazional și una niciodată deschisă publicului; în aprilie 2026, Astra și Popular au fost închise temporar pentru costurile de întreținere, iar administrația a anunțat că analizează predarea administrării către terți, pe bază de proiect[316] [SS].

Obiectiv. Până în 2030, un acord-cadru între Primărie, alte autorități publice și cultele proprietare de patrimoniu face să funcționeze biletul comun al muzeelor și monumentelor, contorizarea la nivel de destinație și calendarul comun; Sala Polivalentă are un operator profesionist și un calendar cultural de iarnă; până în 2034, destinația are un spațiu expozițional de cel puțin 2.000 mp, ponderea vizitatorilor care nu intră în niciun muzeu scade sub 35%, iar vizitatorii muzeelor din centru cresc cu 50% față de baza din 2026.

Măsuri.

- (a) **Acordul-cadru dintre Primărie, alte autorități publice, Biserica Evanghelică și Parohia Sfântul Nicolae**, cu OMD ca secretariat, pentru administrarea și promovarea comună a patrimoniului: calendar, bilet comun, contorizare, informarea comună a ghizilor, protocol direct între conduceri – cerut de instituțiile culturale, care constată că nu știu *„dacă vorbiți aceeași limbă”* [D/I]. Cum se face: OMD pregătește textul și îl negociază monument cu monument, începând cu cele deja deschise vizitării; Primăria, cu aprobarea Consiliului Local, și celelalte autorități publice îl semnează cu fiecare cult proprietar, care nu este membru al OMD; OMD, ca secretariat, convoacă reuniunile, ține calendarul comun al deschiderii și administrează biletul comun [I].
- (b) **Biletul comun al destinației** – muzee, monumente (turnuri, Biserica Neagră, Prima Școală Românească) și transport, extensibil la un card metropolitan cu cetățile (Subiecții 13 și 21); propus de 12 subiecți și în 6 ateliere [D]. Lecția eșecului din 2009 (*„Ce să am de-a face cu celălalt muzeu?”*) cere ca biletul să fie o decizie a tutelelor, nu a directorilor, și clarificarea biletului unic existent între muzeele județene [D/I]; contorizarea independentă a intrărilor – *„măcar să știm câți intră”* (Subiect 1) [D].

[316]Radio Brașov FM, 3 aprilie 2026, „Fostele cinematografe Astra și Popular vor fi închise temporar” (costurile reabilitărilor; 11 angajați; analiza predării administrării către terți): https://www.radiobrasovfm.ro/stiri-din-brasov/fostele-cinematografe-astra-si-popular-vor-fi-inchise-temporar-id214716.html ; Biz Brașov, 24 mai 2022, „Vechile cinematografe din Brașov rămân închise, cu toate că au fost reabilitate”: https://bizbrasov.ro/2022/05/24/cinematografe-brasov-reabilitate-inchise/ ; Brașov.net, Cinematograful Modern redeschis după aproape 15 ani: https://www.brasov.net/cinematograful-modern-din-brasov-se-redeschide-dupa-aproape-15-ani-brasovenii-si-turistii-sunt-asteptati-in-aceste-zile-la-dracula-film-festival/ ; Biz Brașov, 24 aprilie 2025, Bastionul Postăvarilor (12.026.558 de lei; termen 2027): https://bizbrasov.ro/2025/04/24/bastionul-postavarilor-reabilitat-complet/ ; Brașov.net, 4 iunie 2026, funcțiile anunțate ale bastionului: https://www.brasov.net/lucrarile-de-restaurare-la-bastionul-postavarilor-sunt-in-grafic-si-vor-transforma-monumentul-in-hub-cultural/ ; Biz Brașov, 15 octombrie 2026, trei foste puncte termice în șantier (10.276.026 de lei): https://bizbrasov.ro/2026/10/15/centrale-termice-brasov-santier-investitia/ ; Transilvania 365, 5 mai 2026, Cinematograful „Arta” scos la vânzare: https://transilvania365.ro/cinematograful-arta-din-brasov-scos-la-vanzare-o-cladire-emblematica-pregatita-pentru-reconversie/

• (c) ***„Cetatea cu muzee asociate”***: muzeele legate de monumente – Casa Sfatului ca *„buletinul”* orașului, *„trăsăturile acestui chip numit Brașov”* (participant, atelierul 02) [D]; expoziții în turnuri și bastioane (DC2-b); traseul celor cinci muzee din centru (Istorie, Civilizația Urbană, Artă, Casa Mureșenilor, Prima Școală Românească) comunicat ca un singur produs (atelierul 02) [D/I].

• (d) **Spațiul expozițional de cel puțin 2.000 mp**, în legătură cu prioritatea P4: halele Rulmentul – *„al doilea plămân al orașului”*, aulă culturală și hale pentru expoziții, cea mai convergentă propunere de infrastructură nouă, blocată de un concurs *„oprit”* și de *„neclarități”* de proprietate [D] – ca opțiune principală; CET, cu turnul păstrat, sau o clădire de patrimoniu reconvertită, după exemplul altui județ (*„Au avut un liceu […]: l-au renovat, l-au dat muzeului”* – Subiect 5) ca alternative; cotă de spațiu cultural în marile investiții publice și spații-vitrină ale muzeelor în nodurile de flux – Sala Polivalentă, aeroport, gară – cu expoziții prin rotație (atelierul 02) [D]; opțiunea recomandată și condiția ei sunt prezentate în scenariul S6, împreună cu dimensiunea pragului și cu etapa a doua, spațiul expozițional la standardele orașelor cu care Brașovul se compară.

• (e) **Muzee și monumente care produc evenimente**: *„dincolo de artefacte”* (Subiect 18), trei seri de concerte pe weekend în Biserica Neagră ca răspuns la sejurul de 1,84 nopți (același respondent) [D], stagiuni estivale ale Operei și Filarmonicii în spațiul public (Subiect 24) [D], Noaptea Muzeelor de la 8 la cel puțin 12 instituții brașovene; finanțare de funcționare pentru programele publice ale instituțiilor, nu doar de proiect [I].

• (f) **Capacitatea instituțională**: personal și salarii (hemoragia este declarată, cifrele rămân [D]); lobby normativ pentru muzeele din monumente istorice (securitate la incendiu, acces), demers asumat de Primărie și de OMD la nivel național (atelierul 02) [D]; indicatori pe funcții (conservare, educație, valorificare) alături de contorizare [I].

• (g) **Sala Polivalentă ca infrastructură culturală**: operator profesionist selectat prin procedură competitivă înainte de finalizare – *„cine va opera această sală? Pentru că dacă este operată în dulcele stil al statului… nu văd să se întâmple multe chestii”* (participant, atelierul 04), contractare cu 12–18 luni înainte, calendar de iarnă cu concerte, muzică clasică, producții internaționale (*„ai șase luni de iarnă unde nu mai ai scuza că n-o să ai nimic pentru indoor”* – Subiect 18) [D]; *„dacă faci numai spectacole sportive, rămâi de prost”* (Subiect 5) [D]; sinergia cu Poiana în P5 (D4-c).

• (h) **Spațiile municipale valorificate pentru evenimente și activități culturale cu potențial de atracție turistică.** Măsura, în formularea beneficiarului: identificarea și valorificarea spațiilor municipale adecvate pentru organizarea unor evenimente și activități culturale cu potențial de atracție turistică, în condițiile și prin formele de utilizare stabilite de autoritatea locală [C/I]. Spațiile pe care consultarea și inventarul parțial din Anexa C le numesc – cinematografele Astra, Popular și Modern, Bastionul Postăvarilor după restaurare (termen 2027), turnurile și bastioanele intrate în administrarea municipiului, spațiile fostelor puncte termice care nu primesc altă destinație, spațiile fără funcțiune definită din partea municipală a Bazei Sportive Olimpia (Muzeul Sportului și Turismului Montan, găzduit acolo, este ofertă existentă și rămâne în inventarul muzeelor) – sunt punctul de plecare al identificării; consultarea a cerut program permanent și acces pentru antreprenorii culturali, organizațiile neguvernamentale și grupurile de inițiativă (Subiecții 19–20; Subiect 24; atelierul 03) [D]. Investițiile autorității publice locale în aceste clădiri – circa 41 de milioane de lei din bugetul local pentru Centrul Cultural *„Apollonia*

Hirscher”, Astra, Popular și Modern[317] [SS] – au nevoie să fie utilizate în folosul comunității, în formele pe care autoritatea locală le stabilește, cu rezultate raportate anual [I]. Rolul OMD Brașov, împreună cu Primăria ca proprietar: identificarea spațiilor adecvate, pornind de la inventarul parțial din Anexa C a capitolului (suprafață, stare, regim de utilizare), actualizată anual (DC8-h), și includerea evenimentelor și a activităților găzduite în calendarul unic al destinației (DC6-a); formele de utilizare, condițiile și regimul de costuri rămân ale autorității locale, iar pentru grupurile de inițiativă fără personalitate juridică accesul se poate face prin parteneriat cu o organizație-gazdă sau cu Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”* [I]. Cele trei cinematografe, Bastionul Postăvarilor și centrele de cartier (DC7-e) formează, împreună cu spațiul expozițional (DC4-d, S6) și cu Sala Polivalentă, infrastructura în care producția culturală a orașului poate crește [I].

- (i) **Regulamentul de acces la spațiul public și la spațiile culturale**: tarife pe zi, nu pe oră, răspuns în termen, rezervarea pieței cu un an înainte, puncte de branșare electrică permanente în piețe, acces la afișajul public (atelierul 03) [D]; prioritate pentru evenimentele culturale cu potențial de atracție turistică în regulamentul spațiilor publice, în condițiile stabilite de autoritatea locală (Subiect 24) [D]; regulament de utilizare culturală a parcurilor (atelierul 03) [D].
- (j) **Instituțiile de spectacol**: conectarea pietonală Operă–Filarmonică–centru (Subiect 1; P1) [D]; managementul instituțiilor rămâne de competența ordonatorului, iar cerința independenților de concurs cu indicatori publici este consemnată [D]; ieșirea în spațiul public ca educare a gustului: *„Sunt gusturi care se cultivă”* (Subiect 24) [D].
- (k) **Patrimoniul privat viu: atelierele, prăvăliile, cafenelele și colecțiile de familie ca poli de atracție.** Orașul are locuri pe care nicio instituție nu le administrează și care îl reprezintă autentic, pentru că familia este garanția continuității: un atelier de familie, o cafenea de familie, un muzeu de familie spun, fără să o declare, că locul a fost păstrat de oameni, nu produs pentru vizitatori. Echipa de proiect a identificat și a reținut două exemple, verificate în surse publice: atelierul de instrumente muzicale Einschenk, de pe strada Nicolae Bălcescu, al aceleiași familii din 1896, la aceeași adresă din 1897, condus astăzi de a patra generație, întemeiat de un constructor brașovean de orgi care a realizat 44 de orgi pentru bisericile Transilvaniei și pentru Palatul Regal, ultima, din 1939, în biserica evanghelică din Blumăna, atelier care păstrează secția de tâmplărie a orgilor, firma originală, veche de un secol, și instrumentele vechi[318] [SS]; Waldkafe, de pe strada

[317]Radio Brașov FM, 3 aprilie 2026, „Fostele cinematografe Astra și Popular vor fi închise temporar” (costurile reabilitărilor; 11 angajați; analiza predării administrării către terți): https://www.radiobrasovfm.ro/stiri-din-brasov/fostele-cinematografe-astra-si-popular-vor-fi-inchise-temporar-id214716.html ; Biz Brașov, 24 mai 2022, „Vechile cinematografe din Brașov rămân închise, cu toate că au fost reabilitate”: https://bizbrasov.ro/2022/05/24/cinematografe-brasov-reabilitate-inchise/ ; Brașov.net, Cinematograful Modern redeschis după aproape 15 ani: https://www.brasov.net/cinematograful-modern-din-brasov-se-redeschide-dupa-aproape-15-ani-brasovenii-si-turistii-sunt-asteptati-in-aceste-zile-la-dracula-film-festival/ ; Biz Brașov, 24 aprilie 2025, Bastionul Postăvarilor (12.026.558 de lei; termen 2027): https://bizbrasov.ro/2025/04/24/bastionul-postavarilor-reabilitat-complet/ ; Brașov.net, 4 iunie 2026, funcțiile anunțate ale bastionului: https://www.brasov.net/lucrarile-de-restaurare-la-bastionul-postavarilor-sunt-in-grafic-si-vor-transforma-monumentul-in-hub-cultural/ ; Biz Brașov, 15 octombrie 2026, trei foste puncte termice în șantier (10.276.026 de lei): https://bizbrasov.ro/2026/10/15/centrale-termice-brasov-santier-investitia/ ; Transilvania 365, 5 mai 2026, Cinematograful „Arta” scos la vânzare: https://transilvania365.ro/cinematograful-arta-din-brasov-scos-la-vanzare-o-cladire-emblematica-pregatita-pentru-reconversie/

[318]Anca Popa, 29 aprilie 2022, „Einschenk 5G: de 126 de ani parte a istoriei Transilvaniei” (fondatorul, 1867–1951; casa din 1897; cele 44 de orgi; generațiile): https://www.ancapopa.ro/2022/04/29/einschenk-5-generatii-constructori-de-orgi/ ; Instrumente Muzicale Einschenk, site oficial („din 1896”; strada Nicolae Bălcescu nr. 50): https://www.einschenk.ro/ ; Forum ARTE, 28 iunie 2016, excursia muzicală pe urmele constructorului de orgi, la 120 de ani ai firmei, deschiderea festivalului Musica Barcensis 2016 (59 de participanți): https://www.forumarte.ro/excursie-muzicala-orgi-karl-einschenk/

Cloșca, deschisă în 1905 de o familie săsească ca pensiune și cafenea, loc de întâlnire al comunităților săsească, maghiară și română timp de două generații, readusă la viață de urmașii familiei în 2019, după 114 de ani de la deschidere, ca o cafenea culturală cu pavilion, grădină, concerte, teatru pentru copii și proiecții[319] [SS]. Ele sunt doar două exemple; rolul OMD Brașov este să identifice cât mai multe asemenea locuri, cu Muzeul de Etnografie și cu Muzeul Civilizației Urbane, după trei criterii cumulative: continuitate de cel puțin trei generații sau de cincizeci de ani la aceeași adresă, un fond material păstrat (obiecte, unelte, arhivă, spațiu istoric) și disponibilitatea proprietarului de a primi vizitatori [I]. Locurile selectate primesc însemnul comun al destinației, program de vizitare publicat, poveste redactată de OMD împreună cu proprietarul, loc în Centrul de Informare, în traseele tematice (DC5) și în biletul comun (DC4-b), iar sprijinul pentru conservarea fondului material și pentru amenajarea vizitării, fără subvenționarea activității comerciale, rămâne la decizia Primăriei, în politica ei de finanțare a culturii [I]. Consultarea nu a numit aceste locuri, dar a cerut exact ce oferă ele: *„o poveste autentică are nevoie de oameni care să o transmită”* (participant, atelierul 09), suveniruri identitare (atelierele 02, 09, 11), un centru care *„își pierde treptat autenticitatea”* (participant, atelierul 10) [D]; în cercetarea națională, respondenții cer *„vizitarea locurilor de meșteșuguri străvechi”* și *„tururi cu ateliere meșteșugărești”*, iar muzeul privat al comunismului, cu 4,74 și 5,8% recenzii negative, arată că cererea pentru locuri mici, narative, există [C]. Referințele verificabile: eticheta *„Entreprise du Patrimoine Vivant”*, creată de statul francez în 2005, atribuită pe cinci ani după criterii de patrimoniu economic, de savoir-faire rar și de ancorare teritorială de peste cincizeci de ani, cu circa 1.300 de firme etichetate[320] [C]; programul municipal *„Lojas com História”* al Lisabonei, din 2015, cu un fond municipal de 250.000 de euro, aprobat în 2017, pentru prăvăliile istorice ale orașului[321] [C]. Traseul orgilor din Țara Bârsei, testat în 2016 de o fundație culturală la 120 de ani ai atelierului, devine produs al zonei metropolitane (DC6-g; P3) [I].

• (1) **Biblioteca Județeană ca hub al comunității.** Biblioteca Județeană *„George Barițiu”*, instituție județeană, cu filiale în cartiere, și-a mutat în 2026 centrul pentru copii și tineret într-un spațiu mai mic, în Centrul Civic[322] [SS]; destinația are nevoie de contrariul: o bibliotecă-hub, deschisă seara și în weekend, cu săli de lucru, ateliere, studiouri, spații pentru întâlniri și evenimente, acces pentru vizitatori și program pentru familii, după modelul bibliotecii centrale Oodi din Helsinki, deschisă la 5 decembrie 2018 cu un obiectiv de 2,5 milioane de vizite pe an, cu aproape 2,9 milioane de vizite în primul an și desemnată cea mai bună bibliotecă publică nouă a

[319]MyHomeBrasov, fișa Waldkafe (deschisă în 1905 de familia fondatoare; comunitățile săsească, maghiară și română; readusă la viață de urmași după 114 de ani): https://www.myhomebrasov.com/list/waldkafe/ ; La pas prin Brașov, octombrie 2019, Întâlnirile Muzeului Memoriei la Waldkafe („una dintre cele mai vechi cafenele din Brașov, deschisă în 1905”): https://lapasprinbrasov.ro/ce-anume-din-trecutul-tau-te-face-cine-esti-astazi-intalnirile-muzeului-memoriei-la-waldkafe-brasov/ ; Waldkafe, site oficial (cafenea culturală, pavilion, grădină): https://waldkafe.ro/

[320]Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique (Franța), „Le label Entreprise du Patrimoine Vivant” (creat în 2005; decretul din 23 mai 2006; criteriile; circa 1.300 de firme etichetate; atribuire pe cinci ani): https://www.entreprises.gouv.fr/fr/commerce-et-artisanat/dispositifs-et-labels/label-entreprise-du-patrimoine-vivant

[321]Observador, 31 ianuarie 2017, Assembleia Municipal de Lisboa aprobă fondul municipal „Lojas com História” (programul Câmara Municipal de Lisboa, din februarie 2015; fond de 250.000 de euro): https://observador.pt/2017/01/31/assembleia-municipal-de-lisboa-aprova-fundo-municipal-lojas-com-historia/

[322]Brașov.net, 30 ianuarie 2026, Biblioteca pentru copii are un nou sediu (Centrul de excelență pentru copii și tineret mutat în Centrul Civic, într-un spațiu mai mic): https://www.brasov.net/biblioteca-pentru-copii-are-un-nou-sediu-si-program-extins/ ; Consiliul Județean Brașov, Biblioteca Județeană și 29 de biblioteci publice din județ, modernizate cu fonduri PNRR: https://cjbrasov.ro/biblioteca-judeteana-george-baritiu-si-29-de-biblioteci-publice-din-intreg-judetul-vor-fi-modernizate-cu-fonduri-pnrr/

anului 2019[323] [C]. Măsura [I]: Biblioteca Județeană, cu autoritatea ei tutelară, definește, până în 2028, programul de hub al bibliotecii – sediu, filiale, spații puse la dispoziția grupurilor de inițiativă – în corelare cu modernizarea finanțată din PNRR; OMD Brașov include biblioteca în agenda integrată și în traseul *„orașul tiparului”* (DC5-f).

Exemplu de inițiativă: „Trees are Beautiful People”, muzeul interactiv și itinerant al naturii. Conceptul, elaborat de Ioana Cosânzeana Duică, specialist în educație[324], este modelul pe care capitolul îl propune pentru muzeele interactive și atractive ale destinației: o expoziție despre arbori și oameni, cu zece instalații în care vizitatorul respiră spre senzori, apasă butoane, alege scenarii și ascultă povești – interiorul unui arbore secular, masa-ecosistem a climei, limbajele arborilor, două istorii puse în paralel, pădurea care are nevoie de oameni, aerul, apa, pielea și scoarța, pădurea care construiește. Expoziția este modulară și itinerantă: cadre, printuri și componente ușor de transportat, fără fixări permanente, montabile într-un bastion, într-o școală, într-un cinematograf nefolosit sau la stația telecabinei, adică exact în spațiile pe care măsurile DC4-c și DC4-h le deschid. Proiectul este un concept și o propunere, nu un spațiu funcțional; capitolul îl reține ca exemplu de „așa da” pentru felul în care natura și patrimoniul pot fi comunicate – știință, experiență, conectare – și ca program educațional și de marketing al mărcii, în care natura din centrul Brașovului devine conținut de muzeu (capitolul P3, D6-f) [I].



Simulare vizuală de concept: expoziția itinerantă „Trees are Beautiful People” (randare din prezentarea autoarei, Ioana Cosânzeana Duică)

[323]Helsinki Central Library Oodi, „Central Library Oodi's first year has been a success” (deschisă la 5 decembrie 2018; obiectivul de 2,5 milioane de vizite pe an; 2.877.560 de vizite până la primul an; cea mai bună bibliotecă publică nouă a anului, IFLA 2019): https://oodihelsinki.fi/en/central-library-oodis-first-year-has-been-a-success/

[324]Ioana Cosânzeana Duică, specialist în educație, autoarea conceptului „Trees are Beautiful People” (one-pager și simulare vizuală de concept, octombrie 2026): https://ro.linkedin.com/in/ioana-cosanzeana-duica-555bba348



Simulare vizuală de concept: sistemul modular, ambalat în cufere de transport (randare din prezentarea autoarei)

Actori. alte autorități publice (muzeele, Biblioteca Județeană, Reduta), Primăria și Consiliul Local (teatrele, Opera, Filarmonica, Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”*, cinematografele, regulamentul spațiilor, Sala Polivalentă cu Compania Națională de Investiții), Biserica Evanghelică C.A., Parohia Sfântul Nicolae, OMD Brașov (biletul comun, contorizarea, informarea ghizilor), Rețeaua Națională a Muzeelor, Ministerul Culturii și Institutul Național al Patrimoniului (norme), Universitatea Transilvania, proprietarii platformelor industriale, organizațiile neguvernamentale și grupurile de inițiativă culturală, proprietarii locurilor de patrimoniu privat viu, Biblioteca Județeană *„George Barițiu”*. **Orizont.** Acord-cadru și regulament al spațiilor: 2027; operatorul Sălii Polivalente: 2027; biletul comun: 2028; identificarea spațiilor municipale adecvate: 2027, primele utilizări 2027–2028; inventarul patrimoniului privat viu: 2027, primele locuri cu însemn: 2028; programul de hub al Bibliotecii Județene: 2028; spațiul expozițional: decizie 2027–2028, realizare 2030–2034.

DC5. Narațiunea și medierea: orașul poveștilor

Constatare. Brașovul este *„piatră, nu poveste”*: vocabularul recenziilor de patrimoniu este material în 32,7% dintre texte și interpretativ în 5,5%, *„story”* sau *„legend”* apar în 0,8%, iar povestea, când există, plătește în note (4,69) [C]. Ghizii sunt puțini, fără o listă curatoriată local, și repetitivi (*„se bifează exact aceleași lucruri”* – Subiect 9), agenda culturală este necunoscută chiar brașovenilor, iar 15,3% dintre nevizitatori declară că nu știu ce ar putea face în oraș [C/D]. Orașul are mai multe identități, nu una singură, și o problemă de fond comună: locuitorii nu-și cunosc istoria (*„a fost ștearsă istoria între timp. Dar culmea este că legendele le știu”* – Subiect 21), iar străinii o citesc mai bine decât ei – *„Transilvania”* apare la 2,96% dintre recenzenții străini și la 0,05% dintre români, Kronstadt la niciun călător român [C]. Dracula este ancoră de notorietate (5,2% dintre asocieri) și etichetă care costă (−0,60 puncte de rating pentru aceleași castele) [C]; istoria recentă este cerută de străini și tăcută de oraș [D].

Obiectiv. Până în 2028, destinația are o narațiune-cadru scrisă, un standard de ghidaj și un corp de ghizi și povestitori recunoscuți local; până în 2034, cel puțin 50 de ghizi recunoscuți local în cel puțin cinci limbi, vocabularul interpretativ al recenziilor de patrimoniu urcă de la 5,5% la cel puțin 12%, ponderea nevizitatorilor care *„nu știu ce ar putea face”* scade de la 15,3% la cel mult 8%, *„Transilvania”* apare în cel puțin 3% dintre recenzii și *„săsesc”* în cel puțin 1%, iar diferența de rating dintre tururile cu și fără eticheta *„Dracula”* scade sub 0,20.

Măsuri.

- (a) **Narațiunea-cadru și sub-mărcile**: un manual de narațiune al destinației – povestea-nucleu *„Brașov, prietenul tău din Transilvania”* (oamenii locului, orașul cu multe culturi, târgul ca efervescență, muntele din oraș, Transilvania din jur, patrimoniul cu Junii) ca text-cadru, cu *„orașul liber de la graniță, puternic centru comercial, poartă între lumi”* ca strat documentar, fapte verificate, legende marcate ca legende, cele nouă gramatici identitare ale consultării organizate în cinci sub-mărci pentru micro-comunități (secțiunea 3.2), elaborat de OMD cu muzeele, cu universitatea și cu purtătorii, și aplicat tuturor canalelor destinației [I]; *„principiul adopției”* din capitolul G – *„nu sunt ale noastre până sunt ale noastre”* – ca regulă pentru elementele împrumutate.
- (b) **Doctrina poveștii adevărate ca standard de ghidaj**: secvența de la cârlig la fapt, care reconciliază *„Aș marja mai mult pe legendă, după care, la sfârșit, aș da și datele istorice”* (Subiect 21) cu *„tu profiți de notorietatea lui Dracula ca să-ți promovezi povestea adevărată”* (Subiect 5) [D], formalizată de raportul integrat și aplicată ghizilor, panourilor, aplicațiilor și codului QR al destinației (G, DG4-b) [I].
- (c) **Școala de ghizi și povestitori, devenită programul permanent „Prietenii tăi din Transilvania” al OMD** (formare, curatoriere, recunoaștere publică, insignă, pentru ghizii orașului, ghizii montani și de natură, ghizii Transilvaniei, ghizii gastronomiei, instructorii și ceilalți prestatori de servicii turistice, prezentați pe platforma destinației; curatorierea OMD se armonizează cu cadrul legal al ghizilor, fără să condiționeze intrarea în rețea de un atestat suplimentar, iar strategia nu propune ca OMD să elibereze atestate: criteriul rețelei este curatorierea, într-o listă scurtă, publică; Volumul I, S6): grupă de ghizi la Facultatea de Litere, în franceză și engleză – schiță a moderatorului, completată de Subiecții 19–20 cu curatorierea *„De către OMD”* (Subiecții 19–20); *„pool de ghizi”* cu sprijinul universității, anunțat de organizația de management al destinației; liceeni și studenți ghizi, Juni-ghizi (DC1-f), informarea periodică a ghizilor de către muzee (atelierul 02) și inventarul ghizilor, cerut de raportul integrat [D]; curatorierea OMD este criteriul rețelei; atestatul cerut de lege pentru o activitate rămâne al prestatorului, iar OMD îl sprijină să îl obțină [I]. Propusă de 6 subiecți și în 3 ateliere.
- (d) **Dracula, tratat creativ, ca atracție printre altele**: *„Cel mai creativ Dracula din lume”* – expoziția celor *„49 de interpretări originale”* ca program anual al instituțiilor și al Dracula Film Festival (DC6), interpretări artistice libere, cercetare universitară (atelierele 02 și 03) [D]; Centrul Cultural Dracula între Brașov și Bran, *„nu parc tematic”* (atelierele 02 și 03), ca opțiune condiționată de studiu de fezabilitate, cu riscul kitsch-ului instituționalizat [D]. Din această regulă se dezvoltă Brașov Dark Fantasy Fest (crescut din Dracula Creative Week), săptămâna imaginarului gotic, a fantasy-ului și a genului horror, cu Dracula Film Festival ca nucleu (DC10-e, S1). Regula operațională: Dracula este folosit ca temă creativă, nu ca nume de produs; comunicarea este diferențiată – *„Brașov, Transilvania”* și legenda pentru piețele îndepărtate (Subiect 18), *„poarta de*

est” pentru Israel, Spania, Georgia, China (Subiect 17), natura pentru vest-europeni, Brașovul *„prin el însuși”* pentru români – validată de raportul integrat și de recenzii [D/I].

• (e) **Istoria recentă asumată**: traseul *„Brașovul comunist”* – Orașul Stalin (1950–1960), platformele, 1987, cartierele – formulat în sesiunea OAR și de Subiectul 17, în registrul libertății și al rezilienței, nu al nostalgiei (*„povești care nu sunt neapărat smiley face”*) [D]; *„lustrația”* narativă cerută de purtător și interviul separat, confidențial, pe istoria recentă, recomandat de raportul integrat [D/I]; *„November Rain”* (15 noiembrie – 1 decembrie), propus de Subiectul 23, ca fereastră a memoriei în calendar (DC6) [D]; componenta culinară rămâne în G (DG5-e).

• (f) ***„Orașul poveștilor”***: realitate augmentată și coduri QR în toată zona centrală (Subiect 23), tururi cu istoricii locali, tur virtual asistat de inteligență artificială, Harta literară a Brașovului lansată de scena literară locală (atelierul 03) [D] – toate cu conținut validat istoric și cu un proprietar instituțional, lecția Turului Troițelor rămas fără *„pasul al doilea”* [I]; *„orașul tiparului”* – tipografia lui Honterus din 1533, gimnaziul din 1541, Octoihul lui Coresi din 1557 – ca sub-marcă a educației și a cărții, propusă de un subiect și de atelierele 03 și 04 [D/C].

• (g) **Informarea integrată (S4)**: agenda culturală integrată, bilingvă, cu panotaj public și puncte de informare funcționale – tema nouă cu cea mai largă răspândire în ateliere (10 din 12) [D]; hub pentru presă și creatori cu agendă unică (Subiect 1) [D]; codul QR al destinației în unitățile de cazare (G, DG4-b); Centrul de Informare refăcut (DC3-g); banca de imagini a destinației constituită din drepturile asupra materialelor foto și video ale proiectelor finanțate public (atelierul 02) [D].

• (h) **Cultura pentru localnici întâi**: brașoveanul *„turist în propriul oraș”* (formula grilei, C17) – tururi pentru brașoveni în Bartolomeu, Astra, Steagu, Răcădău, hărți făcute de localnici, autobuz turistic prin cartiere (sesiunea OAR; Subiect 21) [D]; ora de patrimoniu local (DC1-d); cunoașterea istoriei locale măsurată în chestionarul pentru rezidenți (DC8-h) [I].

• (i) **Muzeul *„Prima Școală Românească”*, în parteneriat cu Parohia Sfântul Nicolae, administratorul muzeului.** Muzeul parohiei din Șcheii Brașovului este punctul central al Brașovului românesc și al liniei *„orașul tiparului”* (f), unul dintre muzeele importante ale orașului în cercetarea națională (vizitat de 31,7% dintre vizitatori) și un muzeu cu evaluări în creștere: 4,51 pe 2023–2026, cu recenziile negative ale străinilor în scădere de la 37,5% în 2023–2024 la 14,3% în 2026 (secțiunea 2.5.8) [C/E]. Măsura [I]: OMD Brașov include muzeul și exponatele lui – cărțile unicat, manuscrisele, documentele brâncovenești, tiparul – în comunicarea destinației, în manualul de narațiune (a), în agenda integrată (g), în traseul celor cinci muzee din centru (DC4-c) și în biletul comun (DC4-b); recomandă o colaborare mai eficientă între administratorul muzeului, Primărie și OMD, formalizată în acordul-cadru (DC4-a), cu ce aduce și ce primește fiecare parte; oferă, fără să impună, interpretarea exterioară în trei limbi – panouri și cod QR în curtea bisericii și în Șchei (f) – formarea ghizilor (c) și accesul grupurilor și al seniorilor prin liniile dedicate spre Șchei (P1–P2, DMC3-g); precedentul cooperării există: în 2021, muzeul parohiei și Muzeul *„Casa*

Mureșenilor” au prelucrat împreună 1.500 de cărți vechi[325] [SS]. Expunerea, programul și ghidajul rămân decizii ale administratorului; strategia nu dispune, ci propune și include.

Actori. OMD Brașov (narațiune, recunoașterea locală a ghizilor, agendă, hub de presă), Parohia Sfântul Nicolae (Muzeul *„Prima Școală Românească”*), Universitatea Transilvania (Facultatea de Litere, istorie, Centrul Multicultural), muzeele, Uniunea Junilor, Biserica Evanghelică (arhive, memoria Kronstadt), asociațiile de ghizi și agențiile de turism receptor, Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”*, organizatorii Dracula Film Festival, administrația Castelului Bran ca partener extern. **Orizont.** Manual de narațiune și standard de ghidaj: 2027; școala de ghizi: 2027–2028; agenda integrată și hubul de presă: 2027; programul *„Dracula creativ”*: anual din 2027; traseul *„Brașovul comunist”*: 2027–2028; realitate augmentată și hartă literară: 2028–2029; Prima Școală Românească în manual, agendă, traseu și bilet comun: 2027, cu acordul-cadru; Centrul Cultural Dracula: studiu de fezabilitate în 2028, pe baza căruia decid alte autorități publice și OMD Brașov.

DC6. Evenimente și calendar: un integrator al calendarului și trei evenimente de referință

Constatare. Brașovul are evenimente – Anexa B inventariază cincisprezece, cu statut verificat, iar Tabelul 7 le reține pe cele discutate în consultare, dar nu are calendar, autoritate a calendarului și eveniment propriu cu nume: singurul festival cu nume din imaginarul național, Cerbul de Aur (0,9%; Târgul de Crăciun are 0,8%), s-a încheiat în 2019 și aparține Televiziunii Române, festivalurile actuale au cel mult o mențiune fiecare, iar familia festivalurilor adună 2,8% din asocierile spontane, iar singurul eveniment scalabil se desfășoară la Ghimbav [C]. Cererea este latentă (25,9% practică regulată, 46,1% ocazională), fereastra de extrasezon este precisă – martie și aprilie (indice 83 și 79), apoi noiembrie (96), iarna este sezon (25,8%), nu vârf, iar evenimentele sunt singura propunere culturală formulată în toate cele 12 ateliere [C]. Finanțarea lor publică a fost mult mai mică în 2025–2026 decât în 2024 (DC8), Massif este în discontinuitate, Săptămâna Comediei a fost reprogramată [C].

Obiectiv. Din 2027, destinația are un calendar unic, public, anual, publicat cu cel puțin un an înainte, cu un singur integrator al calendarului, OMD Brașov, împreună cu Primăria și cu instituțiile de cultură, și cu criterii de clasificare; din 2027, cadrul de susținere a evenimentelor de referință (criterii, zonare, calendar) este în vigoare, iar cele trei evenimente de referință cresc în fiecare an; până în 2034, calendarul cuprinde cel puțin 12 evenimente recurente cu cel puțin trei ediții consecutive, cel puțin 40% din zilele de eveniment cad în extrasezon, un festival actual atinge cel puțin 2% mențiuni nominale în asocierile spontane, iar participarea vizitatorilor la cel puțin un festival brașovean urcă de la 19,6% la cel puțin 30%.

Măsuri.

- (a) **Calendarul unic al destinației**, cu OMD Brașov ca integrator al calendarului, împreună cu Primăria și cu instituțiile de cultură, publicat cu cel puțin un an înainte – *„un calendar de evenimente previzionat pentru perioade de cel puțin un an”* (notele participanților, atelierul 01), *„un calendar”*, nu un organizator public (Subiect 18), cerut în 10 din 12 ateliere [D], cu criterii publice de

[325]TVR Info, 26 septembrie 2024, lucrările de la Muzeul Primei Școli Românești (muzeu al Bisericii „Sfântul Nicolae”; dosarul penal; mutarea temporară): https://tvrinfo.ro/picturi-murale-si-ornamente-vechi-din-muzeul-primei-scoli-romanesti-au-fost-distruse-in-timpul-renovarii/ ; Adevărul, 23 noiembrie 2021, cărțile vechi de la Prima Școală Românească și cooperarea cu Muzeul „Casa Mureșenilor”: https://adevarul.ro/stiri-locale/brasov/comoara-de-la-prima-scoala-romaneasca-din-brasov-2134500.html ; InfoCons, fișa de patrimoniu a Primei Școli Românești (reorganizarea din 1964; fondul): https://infocons.ro/infocons-protectia-consumatorilor-de-patrimoniu-prima-scoala-romaneasca/ ; cifrele recenziilor: baza consolidată a proiectului (110 de recenzii, martie 2023 – iulie 2026), calculele echipei de proiect [E]

clasificare (cultural, educativ, recreativ, comercial), cu componenta stațiunii (P5, D2-b1), care nu este un calendar paralel, cu programul *„Poiana celebrează lumea”* (D3-n) și cu calendarul naturii din capitolul P3 (D7-a), pentru a evita concurența pe weekend între stațiune și oraș, și cu regula evitării suprapunerilor [I].

• (b) **Zonarea pe scări**, regula P5 extinsă la destinație: volum și amplificare în Sala Polivalentă, în Poiana Mică și la Ghimbav; centrul istoric scenă acustică, de mică dimensiune, cu oră fixă – *„să nu faci orice fel de festival în Piața Sfatului”* (atelierul 02), *„Centrul trebuie lăsat liber, lăsat să respire”* (Subiecții 19–20) [D]; instrumentul este regulamentul spațiilor publice (DC4-i); în ariile protejate și în pădurile-parc se aplică plafonul de participanți, cu volumul la poale (capitolul P3, S4) [I].

• (c) **Cadența pe trei scări**: *„trei evenimente fanion”* (atelierul 03), recurența săptămânală de scară mică (G, DG6-c) și *„happening-ul”* în monumente și muzee (DC4-e) – complementare, nu alternative; condiția comună: *„Evenimente pe care să ai răbdare să le crești, pe care să le construiești temeinic”* (Subiect 18) [D/I].

• (d) **Fereastra de calendar**: Săptămâna Luminată și Zilele Brașovului ca ancoră de primăvară, în jurul Duminicii Tomei, zi mobilă, în aprilie sau la începutul lui mai, cu conținutul din DC1 (martie–aprilie au indicele 83–79); *„November Rain”*, festivalul sporturilor montane pentru toată lumea, de la alergarea de familie până la ultramaraton, 15 noiembrie – 1 decembrie (Subiect 23), Dracula Film Festival (sfârșit de octombrie – început de noiembrie) și Săptămâna Comediei (2–8 noiembrie 2026) ca nucleu de toamnă [D/C]; evenimentele de iarnă servesc notorietății orașului, nu gradului de ocupare [I]. Golul de calendar din martie–aprilie, fereastra cu cererea cea mai slabă, este numit ca atare: tricentenarul Junilor (2028) este ancora de primăvară, iar calendarul are sarcina de a plasa acolo un eveniment de referință, după verificarea fezabilității cu organizatorii; niciun eveniment existent nu se mută [I].

• (e) **Evenimentele de referință, în locul unui singur eveniment-emblemă – cinci opțiuni formulate în consultare, evaluate în scenariul S1 (secțiunea 6), cu opțiunea recomandată de strategie:** (i) un festival mare de iarnă, *„gen Massif, dar executat bine”* (atelierul 08), cu acord prealabil al stațiunii asupra tarifelor și a sezonului – Massif *„nu a fost pentru economie”* (Subiect 6); (ii) *„unul sau două «hotspot»-uri”* de masă – Târgul de Crăciun de anvergură, concert de Anul Nou (Subiect 16), în prelungirea DG6-e din G; (iii) tricentenarul Junilor 2028 ca eveniment-aniversar (DC1-b); (iv) un festival internațional cu ancoră identitară – Dracula Film Festival lărgit, *„butoi de aur”* neînțeles local (atelierul 03), sau festivalul culturii culinare, cu brânza și tradiția pastorală ca nucleu (G, DG6-a); (v) o conferință emblematică în Sala Polivalentă [D]. Condițiile comune: răbdare de trei–patru ani, bilete acolo unde este divertisment, locul de volum în afara centrului [I]. Opțiunea strategiei (S1) nu este un singur eveniment-emblemă, ci cadrul prin care autoritatea publică locală și OMD Brașov susțin creșterea unor evenimente de calitate, care răspund cerințelor turiștilor și vizitatorilor, aduc beneficii localnicilor și au capacitatea de a atrage turiști internaționali, cu trei evenimente de referință, din vară până la sfârșitul toamnei: festivalul urban al orașului, vara (DC10-d); Festivalul Culturii Culinare a Brașovului, toamna (G, DG6-a); Brașov Dark Fantasy Fest (crescut din Dracula Creative Week), la sfârșit de octombrie (DC10-e) [I]. Evenimentele care aduc astăzi turiști din afara țării – Rockstadt, care continuă la Ghimbav și în 2027, între 26 și 30 iulie, sub numele Rockstadt Fest[326] [C], Dracula Film Festival și, în perspectivă, festivalul gastronomic – sunt tipul de evenimente de care destinația are nevoie și primesc atenție sporită în acest cadru [I].

[326]Zile și Nopți, 2 octombrie 2026, Rockstadt Fest 2027, 26–30 iulie, Ghimbav: https://zilesinopti.ro/?p=894259

- (g) **Calendarul metropolitan**: Rockstadt la Ghimbav este un eveniment *„al Brașovului”* (*„am jumătate de hotel plin prin Rockstadt”* – atelierul 04); o cotă din taxa specială pentru promovarea turistică pentru localitățile-gazdă ale evenimentelor destinației este o cerere a consultării (atelierele 04 și 02), pe care strategia o consemnează fără a o propune, pentru că rămâne la decizia Consiliului Local și a regulamentului taxei [D]; traseul cetăților – Rupea, Făgăraș, Râșnov, Feldioara, Prejmer, Cetățuia (Subiect 13), extins cu castelele nobiliare și muzeele din județul Covasna, la mai puțin de o oră de Brașov – Castelul Kálnoky de la Micloșoara, restaurat și deschis vizitatorilor, Castelul Kálnoky de la Valea Crișului, reabilitat prin PNRR, cu finalizare în 2026, Castelul Mikó de la Olteni (comuna Bodoc), reabilitat prin PNRR și deschis la 5 septembrie 2026 ca Muzeul Ecvestru Secuiesc, secție a Muzeului Național Secuiesc, Muzeul Etnografic „Haszmann Pál” de la Cernat și Muzeul Depresiunii Baraolt, care expune scheletul de mastodont (Anancus arvernensis) de la Racoșul de Sus, vechi de circa trei milioane de ani, cel mai complet exemplar cunoscut al speciei[327] [C]; excursii ghidate regulate pentru individuali la bisericile fortificate, care astăzi *„ni se întâmplă”* (Subiecții 3–4; Subiect 21) [D]; Via Transilvanica (1.428 km) ca rută culturală vie prin județ; OMD-ul județean ca partener de calendar [I].
- (h) **Centenarul aviatic 2027**: întâlnirea anuală a aviației ușoare la Ghimbav sau Sânpetru și festival aeronautic bienal cu prima ediție în 2027, centenarul producției de avioane la Brașov (ipoteză de lucru, până la documentul de arhivă; formula de rezervă: „un secol de industrie aeronautică la Brașov”), în format de comunitate, cu bilet și sponsori, cu un grup de lucru al OMD Brașov, al altor autorități publice și al aerocluburilor, propunere a cercetării proiectului, susținută de Subiectul 23 și de mediul academic [D/I].
- (i) **Producția**: cererile consultării de finanțare multianuală pentru festivalurile cu tradiție și de finanțare de funcționare pentru echipele permanente ale recurenței mici (atelierele 02 și 03) sunt consemnate, iar politica de finanțare rămâne a Primăriei, printr-o strategie culturală distinctă; strategia reține administrația facilitator, nu organizator – *„Eu nu spun că trebuie să se transforme cineva, primăria sau Agenția Metropolitană în mare organizator de evenimente. Spun doar că trebuie să existe o strategie [...] prin strategia asta tu să-ți aduci operatori de calitate”* (Subiect 18) [D]; gastronomia ca infrastructură obligatorie a evenimentelor, în G (DG6-f).
- (j) **Programul „Evenimente Verzi Brașov”**: un standard al municipiului pentru evenimentele pe care le finanțează, le organizează sau le găzduiește – reducerea deșeurilor, veselă reutilizabilă și fără plastic de unică folosință, colectare selectivă, produse locale în zona de mâncare (G, DG6-f), redistribuirea hranei neconsumate, raportare publică, aplicat ca una dintre condițiile de acces la spațiul public (DC4-i) și la calendarul destinației; reperul de bună practică sunt Jocurile Olimpice și Paralimpice de la Paris, din 2024, care au redus la jumătate plasticul de unică folosință și au servit 13 milioane de mese cu 80% din ingrediente din agricultura locală[328] [C/I].

Actori. OMD Brașov (integratorul calendarului), Primăria și Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”*, alte autorități publice, Asociația proprietarilor și operatorilor din Poiana Brașov (calendarul Poienii, cu rol consultativ), organizatorii privați și asociativi, administrațiile locale din Ghimbav, Râșnov, Prejmer

[327]Biz Brașov, 15 decembrie 2025, Castelul Kálnoky de la Valea Crișului, reabilitat prin PNRR (21,4 milioane de lei, finalizare în 2026): https://bizbrasov.ro/2025/12/15/castelul-kalnoky/; We Radio, 7 septembrie 2026, Castelul Mikó din Olteni, Muzeul Ecvestru Secuiesc, deschis la 5 septembrie 2026 (PNRR și Consiliul Județean Covasna, 20 de milioane de lei): https://weradio.ro/castelul-miko-din-olteni-a-renascut-muzeul-ecvestru-secuiesc-deschis-pentru-vizitare/; Ghidul muzeelor (CIMEC), Muzeul Etnografic „Haszmann Pál”, Cernat: https://ghidulmuzeelor.cimec.ro/idEN.asp?k=250; Historia, scheletul de Anancus arvernensis de la Racoșul de Sus, expus la Muzeul Depresiunii Baraolt: https://historia.ro/sectiune/actualitate/articol/un-mamut-unic-in-lume-expus-la-muzeul-din-baraolt

[328]Comitetul Internațional Olimpic, „Paris 2024: More sustainable Games”: <https://olympics.com/ioc/paris-2024-sustainable-games>

și Hărman, OMD-ul județului, aerocluburile și Aeroclubul României, operatorul Sălii Polivalente, Universitatea Transilvania. **Orizont.** Calendarul unic: 2027, pentru anul 2028; criterii și zonare: 2027; centenarul aviatic: 2027; cadrul de susținere a evenimentelor de referință: 2027; studiul de fezabilitate al Festivalului Culturii Culinare a Brașovului: 2027, cu prima ediție în 2029; cota metropolitană: 2028; tricentenarul Junilor: 2028.

DC7. Oraș viu seara și cultură în cartiere

Constatare. *„După ora 10:00 e mort”* (Subiect 11) este formula cu cea mai largă răspândire din toată consultarea culturală – 9 din 12 ateliere, 7 interviuri, iar oglinda ei este zgomotul: *„noapte”* apare în 5,0% dintre recenziile de cazare, cu 43,4% negative [C]. *„Divertismentul și viața de noapte”* au 4,09, cu 3,82 la români – cel mai mare decalaj dintre români și străini din bază, cluburile cu muzică live 3,35, cinematografele 3,53 [C]. Pentru tineri orașul este *„boring”* (atelierul 12), universitatea este *„inexistentă în viața orașului”* (sesiunea OAR), iar cultura tânără alternativă este invizibilă în comunicare [D]. Cartierele *„nu au un centru al lor”* (Subiect 24) [D].

Obiectiv. Până în 2028, orașul are zone de seară definite prin hotărâre a Consiliului Local, cu riveranii la masă, și un responsabil al vieții de seară; până în 2030, trei centre culturale de cartier funcționează; până în 2034, mențiunile *„plictisitor”* din recenzii scad sub 0,3%, ratingul *„divertisment și viață de noapte”* urcă la cel puțin 4,40 cu un decalaj dintre români și străini de cel mult 0,30, scala *„adormită – plină de viață”* trece de 5,9, iar participarea brașovenilor la evenimente și instituții culturale este măsurată și în creștere.

Măsuri.

- (a) **Zonele și programul de seară**: zonele sunt definite în G (DG3-c – Piața Enescu, Sfântul Ioan, Livada Poștei, strada Michael Weiss), pentru terase; capitolul de față adaugă conținutul și regulile – scene mici acustice, muzică live, cinema nocturn, reguli de sunet, riveranii la masă și *„dreptul la locuire”* ca limită fixată de Ghidul de terase [I]; formula este a Subiectului 4: *„niște zone protejate, să spunem, sau zone acceptate de către riverani că acolo se stă până târziu”* (Subiect 4) [D].
- (b) **Responsabilul vieții de seară** (*„primar de noapte”*) este formulat în G (DG5-f); aici: mandat de mediere între riverani, operatori și organizatori, nu de reglementare, după modelele verificate – Amsterdam din 2003, Cracovia din 2024, invocat de organizația de management al destinației și în atelierele 05 și 07 [D/C].
- (c) **Conținutul cultural al serii**: cinematografe deschise noaptea și proiecții în aer liber – cererea studenților, care nu cer cluburi, ci un oraș locuit după 22 [D]; monumentele și muzeele animate (DC4-e); concerte în biserici; cluburile cu muzică live (3,35) ridicate prin acces la spații și la program, nu prin subvenție [I].
- (d) **Cultura tânără**: evenimente culturale pentru tineri, *„nu doar familii și seniori”* (notele participanților, atelierul 07; atelierul 08) [D]; spații de experimentare, cu *„libertatea de a experimenta, de a eșua”* (Subiect 1), în cartiere și pe platforme; protejarea culturii alternative – skateboard, graffiti, hip-hop, cafenele de specialitate – de promovarea care o poate *„strica”* – grijă formulată de moderator (*„Cum o comunici în așa fel încât să nu o stric?”*) și împărtășită de purtătorul ei, care a avut nevoie de ani ca să o descopere (atelierul 11) [D]: susținere prin spații și acces, nu prin brand [I].

- (e) **Centrele culturale de cartier**: centralele termice dezafectate ca *„agora”* de cartier, unde *„se strâng și vin tot felul de artiști”* (participant, atelierul 11) [D]; cinematografele Astra, Modern și Popular (DC4-h); Piața Astra ca pilot 2027 al piațetelor de cartier (G, DG5-a), căreia cultura îi dă programul – concerte mici, ateliere, proiecții [I]; lecția Răcădăului – *„zona moare pentru că nu bagi viață în ea prin activități”* – și principiul *„Cultura trebuie să fie aproape de oameni, nu trebuie să fie o Mecca”* (Subiect 24) [D].
- (f) **Identitățile de cartier**: Casa Olarilor, Casa Țesătorilor, *„iar cartierul să se mândrească că are o identitate fiecare cartier”* (organizația de management al destinației, atelierul 12); parcuri tematice – Cartierul Scriitorilor, Cartierul Planetelor – cu regula *„să nu fie un festival, [...] să fie tot timpul”* (participant, atelierul 12) [D]; festivalul de cartier după modelul bucureștean *„În Cotroceni”* (G, DG5-b) și pietonalizările de weekend în Blumăna și Mihai Viteazu, ambele propuse de Subiectul 1 [D].
- (g) **Arta urbană legală**: zone de graffiti pe centralele termice și pe blocuri, nu pe clădirile istorice – propunerea unui adolescent în atelierul 11 și a antreprenorilor culturali [D], curățare constantă pe monumente (Subiect 17) [D]; răspunsul la Strada Sforii, pe care românii o evaluează cu 4,57 și străinii cu 3,41 [I].
- (h) **Universitatea în viața orașului**: protocol între Rectorat, OMD și operatori – comunicarea evenimentelor în cămine, voluntariat peste 18 ani, un grup de ghizi dintre studenți (atelierele 03 și 12) [D]; Street Delivery 2026 în curtea universității ca precedent[329]; Centrul Multicultural și scena literară ca resurse existente; facultatea de arte ca cerință pe termen lung a independenților (*„o facultate de arte și cel puțin o clădire nouă pentru Muzeul de Artă”*) [D].
- (i) **Poiana Brașov**, cu trimitere la P5: programul serii *„ce faci de la 17 la 22”* (D2-f), *„Poiana celebrează lumea”* (D3-n) și sezonul festiv (D3-d) sunt formulate acolo; cultura adaugă conținutul instituțiilor orașului în stațiune, *„divertisment cu plus de valoare”* pentru hoteluri prin operatorii culturali brașoveni (Subiect 8) și pionieratul schiului ca patrimoniu de interpretat [D/I].
- (j) ***„Turist în propriul oraș”***: cardul de rezident (C17: 6 subiecți, 8 ateliere), tururile pentru brașoveni (DC5-h) și chestionarul pentru rezidenți ca instrument de măsurare a participării culturale (DC8-h) [I].
- (k) **Subcentrele de cartier refăcute**: tema de urbanism pe care Primăria o dă planurilor urbanistice zonale ale subcentrelor (comerțul și piața în vad, parcarea în spate sau ascunsă, treceri de pietoni și spații de odihnă, parcul legat de centrul comercial, legătura cu pistele pentru biciclete, marcarea sărbătorilor în fiecare subcentru, cu târguri de Crăciun de cartier, G, DG6-h), cu Bartolomeu ca prim subcentru, proiectat ca hub intermodal (parcarea de transfer, Gara Bartolomeu, stațiile de autobuz, viitoarea stație a trenului metropolitan), cu piața și cu biserica Sfântul Bartolomeu ca repere (DC2-l, DC2-m); celelalte subcentre urmează pilotul Piața Astra (G, DG5-a) [I].

Actori. Primăria și Consiliul Local (zonele de seară, centralele termice, cinematografele, Piața Astra), OMD Brașov (responsabilul serii, calendar), Poliția Locală, asociațiile de riverani și de cartier, Universitatea Transilvania (Rectorat, Centrul Multicultural, Casa de Cultură a Studenților), operatorii culturali și cluburile, Asociația proprietarilor și operatorilor din Poiana Brașov, Muzeul Județean de Istorie, Ordinul Arhitecților și asociațiile de cartier (subcentrele). **Orizont.** Zone de seară și responsabil: 2027–2028; subcentrele: tema și planul pentru Bartolomeu 2027–2029, celelalte din 2029;

[329] Street Delivery Brașov, ediția a 6-a, 11–13 septembrie 2026: https://zilesinopti.ro/?p=885319

Piața Astra cu program cultural: 2027; centralele termice – inventar 2027, primul centru 2028–2029, trei până în 2030; protocolul cu universitatea: 2027; regulamentul artei urbane: 2027.

DC8. Oameni, cooperare, guvernanță

Constatare. Finanțarea culturii independente este seria căreia consultarea îi cere predictibilitate: instrumentul municipal este anual, tardiv, fără costuri de personal și activ *„din iunie până în noiembrie”* (atelierul 03) [D]; nu există o instanță care să separe cultura de divertisment, iar strategia culturală a municipiului, aprobată în 2015, nu are o evaluare sau o actualizare identificate; tutela instituțiilor este împărțită între Primărie și Consiliul Județean [C/D]. Coordonarea nu poate fi lăsată operatorilor: *„nu pot să duc”* (Subiect 9) [D]. Taxa specială pentru promovarea turistică de 7 lei pe noapte ar produce circa 9,23 milioane de lei pe an pe înnoptările INS din 2025 [C, ipotetic]. Strategia consemnează cererile sectorului; politica de finanțare a culturii este a Primăriei și a Consiliului Local, printr-o strategie culturală distinctă, iar direcția reține ceea ce ține de destinație: calendarul cultural promovat din taxa specială, cooperarea cu sectorul cultural și cu educația, datele și guvernanța [I].

Obiectiv. Din 2028, calendarul cultural al destinației este promovat stabil din taxa specială pentru promovarea turistică, prin OMD, în limitele regulamentului de utilizare a taxei; sectorul cultural și educația sunt parteneri ai OMD din 2027, prin acorduri de cooperare; destinația are, din 2027, o funcție de monitorizare a culturii; strategia culturală a municipiului, evaluată și actualizată de Primărie înaintea depunerii candidaturii la titlul de Capitală Europeană a Culturii, este folosită de sectorul cultural.

Măsuri.

- (b) **Taxa specială pentru promovarea turistică și cultura**: taxa specială pentru promovarea turistică finanțează, prin OMD, calendarul cultural al destinației și promovarea evenimentelor, în limitele regulamentului de utilizare a taxei, care permite astăzi numai promovarea turistică și Salvamontul [C/I]. Taxa nu poate finanța un fond cultural, iar strategia nu propune modificarea regulamentului ei: finanțarea programelor culturale ale municipiului rămâne a bugetului local, la decizia Consiliului Local, printr-o strategie culturală distinctă, iar arbitrajul între promovare și cultură în cheltuirea taxei se face în OMD, conform statutului [I].
- (e) **Acordul-cadru pentru cultură** dintre Primărie, alte autorități publice, OMD, culte și Universitatea Transilvania, extinderea DC4-a: calendar unic, patrimoniu, evenimente și activități culturale cu potențial de atracție turistică, cooperare în promovare [I].
- (f) **Sectorul cultural și educația, parteneri ai OMD**: instituțiile publice de cultură ale celor două tutele, reprezentanții operatorilor independenți, universitatea și școlile de ospitalitate devin parteneri ai OMD Brașov, prin acorduri de cooperare, pentru calendar, informare și promovare – *„educația ar trebui să fie parte integrantă din OMD-ul acesta. [...] În toate OMD-urile”* (atelierul 03), cerere reluată de locuitori și preluată în G (DG7-c) [D/I]; calitatea de membru al OMD rămâne decizia Adunării Generale a OMD și a fiecărei instituții.
- (h) **Date și monitorizare**: o funcție de monitorizare la OMD – seria anuală a vizitatorilor pe fiecare muzeu (datele există la instituții), recensământul centrului, chestionarul pentru rezidenți, baza de evenimente (număr, participanți, bugete, finanțatori), inventarul ghizilor și al spațiilor utilizabile; reluările cercetării naționale în 2028, 2031 și 2034 (secțiunea 7) [I].

- (j) **Mediul de afaceri**: fond privat colectat prin Camera de Comerț, *„Balul Culturii”* anual, sponsorizare și teatru în companii (atelierul 03), Centrul de Design (atelierul 10) [D]; fondul breslei gastronomice, în G (DG7-f).

Recomandare adresată Primăriei Municipiului Brașov, în afara registrului măsurilor: strategia culturală a municipiului, evaluată și actualizată. Municipiul are o strategie culturală pentru 2015–2030, aprobată în 2015[330], al cărei caracter pe termen lung a fost apreciat de juriul din 2016, dar pentru care nu au fost identificate nicio evaluare a implementării, nicio actualizare; consultarea cere un document programatic cu cultura ca bun public și ca una dintre direcțiile calității vieții (Subiect 24) (atelierul 02) [D]. Pentru că propunerea Comisiei Europene evaluează candidaturile, între altele, după existența, la data depunerii, a unei strategii culturale care cuprinde acțiunea[331] [C], strategia de turism recomandă evaluarea ei publică în 2027 și actualizarea înaintea depunerii candidaturii la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034 (DC9), cu un orizont care depășește anul titlului; decizia, conținutul și calendarul sunt ale Primăriei și ale Consiliului Local [I]. Cererile consultării privind mecanismul finanțării (contracte multianuale, linii distincte, costuri de personal eligibile, o structură publică de management cultural, management prin concurs al instituțiilor) sunt consemnate în secțiunea 2.5.9 și țin de aceeași politică culturală a municipiului.

Actori. Primăria și Consiliul Local (strategia culturală, acordul-cadru), alte autorități publice (muzeele), OMD Brașov (monitorizare, parteneri noi, calendar), Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”*, consorțiul operatorilor culturali independenți, Camera de Comerț și Industrie Brașov, Universitatea Transilvania, instituțiile culturale, cultele. **Orizont.** Partenerii OMD: 2027; acordul-cadru: 2027; monitorizarea: din 2027; calendarul cultural promovat din taxă: din 2028.

DC9. Candidatura Brașovului la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034

Constatare. Potrivit propunerii Comisiei Europene din 10 septembrie 2026 privind titlurile pentru anii 2034–2047, aflată în procedura legislativă, România va găzdui din nou titlul de Capitală Europeană a Culturii în 2034, ultimul an al acestei strategii, împreună cu Croația[332]; Ministerul Culturii a anunțat depunerea primelor candidaturi în toamna lui 2028, anunțarea finalistelor în 2029 și cinci ani de pregătire pentru orașul desemnat[333] [C]. Potrivit propunerii, apelul se lansează cu cel puțin șase ani înainte de anul titlului, preselecția are loc cel târziu cu cinci ani înainte, iar desemnarea cel târziu cu patru ani înainte, adică, pentru 2034, cel târziu în 2030; criteriile sunt grupate în patru categorii (strategia pe termen lung și moștenirea; conținutul cultural și artistic; deschiderea către public,

[330] „Strategia Culturală a Municipiului Brașov 2015–2030”, aprobată prin HCL nr. 478/2015 și invocată în ghidurile de finanțare culturală ale Primăriei Municipiului Brașov din 2022 și 2023: https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/PC2022/4.%20Ghid%20finantare%20cultura%202022.pdf ; https://www.brasovcity.ro/file-zone/proiecte/hotarare/CU2023/5.%20Ghid%20finantare%20nerambursabila%20din%20bugetul%20local.pdf

[331] Strategia culturală la data depunerii, art. 5 alin. (1) din propunerea COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf

[332] Comisia Europeană, propunerea de decizie privind Capitalele Europene ale Culturii pentru anii 2034–2047, COM(2026) 455, 10 septembrie 2026, și anexa calendarului (2034: Croația, România): https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf ; https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-ADD-1/en/pdf

[333] Ministerul Culturii, calendarul competiției pentru 2034 (septembrie 2026): https://agerpres.ro/english/2026/09/11/romania-to-have-a-european-capital-of-culture-in-2034--1592602 ; https://www.edupedu.ro/romania-va-gazdui-titlul-de-capitala-europeana-a-culturii-in-2034-primele-candidaturi-ar-urma-sa-fie-depuse-in-toamna-lui-2028-anunta-ministerul-culturii/

comunicarea și participarea cetățenilor; managementul și capacitatea de a livra), toate cu o dimensiune europeană puternică[334] [C].

Brașovul a mai candidat o dată, pentru titlul din 2021, cu dosarul *„Europa Corona”*, și nu a intrat pe lista scurtă a celor patru orașe alese dintre cele 14 candidate (Baia Mare, București, Cluj-Napoca și Timișoara, câștigătoarea titlului)[335]. Juriul de preselecție a apreciat decizia orașului de a așeza cultura în centrul strategiei de dezvoltare și caracterul pe termen lung al strategiei culturale. A constatat însă că ambiția strategiei nu se regăsea în program, că producția artistică contemporană era slabă și că programul se sprijinea pe activități existente, cu o schimbare mai puțin radicală decât cerea strategia, fiind potrivit mai degrabă dezvoltării turistice decât celei a sectoarelor culturale și creative. Juriul a mai consemnat că separarea programului în local și internațional nu răspundea criteriului dimensiunii europene, că integrarea comunităților maghiară și germană era insuficient abordată, că lipsea un plan de dezvoltare a capacității sectorului cultural, că exista o îndoială asupra capacității orașului de a susține volumul de evenimente al unui an de Capitală Europeană a Culturii și că procesele de consultare și de decizie erau neclare [C].

Cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice a orașului adaugă motivele locale. Pregătirea dosarului a început în februarie 2015, pentru o primă evaluare în decembrie același an; conceptul depus nu fusese dezbătut public, după ce 1.343 de brașoveni votaseră între șase concepte; la întâlnirea de voluntari organizată pentru popularizarea candidaturii au venit șapte persoane. Unul dintre motivele pentru care Brașovul a pierdut toate cele trei competiții dintre 2015 și 2018 (Jocurile Olimpice de Tineret din 2020, Capitala Europeană a Culturii 2021, Capitala Tineretului din România 2019–2020) este, după autoare, capitalul simbolic neconsolidat al orașului, iar una dintre cauzele acestuia este *„slaba colaborare dintre autorități și societatea civilă”*; în prezentarea candidaturii olimpice, *„Brașovul a pus accentul pe capitalul economic deținut («noi avem»), în timp ce Lausanne a pus accentul pe capitalul simbolic («noi suntem»)”*[336] [C]. Diagnosticul acestui capitol arată că o parte dintre aceste condiții persistă: strategia culturală aprobată în 2015 nu are o evaluare sau o actualizare identificate, iar orizontul ei se încheie în 2030, înaintea anului titlului; programul pentru cultura independentă a coborât de la 25,25 la 2,78 lei pe locuitor, calendarul nu are o autoritate, iar imaginea orașului se reduce la decor (secțiunile 2.2, 2.5.9 și 2.5.10) [I].

Obiectiv. Brașovul depune, la termenul stabilit de Ministerul Culturii, un dosar de candidatură la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034, întemeiat pe strategia culturală a municipiului, actualizată de Primărie înaintea depunerii, și intră pe lista scurtă; programul pregătit pentru candidatură se desfășoară din 2027 în calendarul unic al destinației și continuă după selecție, oricare ar fi decizia juriului, iar în 2034 orașul poartă titlul.

Măsuri.

- (a) **Decizia de a candida** – propunerea managementului de proiect [I]: candidatura rămâne o decizie a Consiliului Local; dacă o decide, o hotărâre adoptată înaintea lansării apelului, în 2027 sau

[334]Calendarul competiției și criteriile de selecție, art. 5 și 7–11 din propunerea COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf

[335]Selection of the European Capital of Culture 2021 in Romania, raportul juriului de preselecție (ianuarie 2016), evaluarea candidaturii Brașovului: https://beta.timisoara2023.eu/document/view/151/ecoc-2021-romania_en.pdf

[336]Candidaturile pierdute ale Brașovului, 2015–2018: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”, teză de doctorat, SNSPA, p. 7–8 și 95–97; Oprica, L. (2020), „Brașov, City of Lost Candidacies. Case Study”: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.3.14

2028, asumă candidatura ca proiect al orașului pentru întreaga perioadă 2027–2034, cu resursele decise de Consiliul Local pentru faza de candidatură și cu un angajament de principiu pentru anul titlului. Finalistele se anunță în 2029, iar desemnarea are loc, potrivit propunerii Comisiei Europene, cel târziu în 2030; anul titlului vine după alegerile locale din 2028 și din 2032, de aceea un acord cât mai larg în Consiliul Local îi dă continuitate [I].

Strategia culturală actualizată înaintea dosarului (constatare, nu măsură). Printre factorii după care propunerea Comisiei Europene evaluează candidaturile se află existența, la data depunerii, a unei strategii culturale care cuprinde acțiunea și planurile de continuare a activităților culturale după anul titlului[337] [C]; strategia municipiului pentru 2015–2030, aprobată în 2015 și apreciată de juriul din 2016 pentru caracterul ei pe termen lung, ar trebui evaluată și actualizată înaintea depunerii, cu un orizont care depășește anul titlului, ca cerință a procedurii europene; decizia este a Primăriei și a Consiliului Local (recomandarea din DC8) [I].

- (c) **Echipa și guvernanța candidaturii**: echipa candidaturii lucrează în structura pe care Primăria o decide, cu nucleul la Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”*, fără o instituție nouă în faza de candidatură; coordonatorul candidaturii și directorul artistic sunt selectați prin concurs public, deschis și candidaților din afara orașului; un consiliu al candidaturii reunește Primăria, alte autorități publice, OMD Brașov, Universitatea Transilvania, instituțiile culturale, consorțiul operatorilor independenți, Uniunea Junilor, organizațiile comunităților maghiară și germană și administrațiile din zona metropolitană, cu reguli de decizie publicate, ca răspuns la neclaritatea proceselor de consultare și de decizie semnalată de juriu în 2016 [I]. Dacă Brașovul este selectat, structura care livrează programul se constituie pornind de la echipa candidaturii, iar forma ei juridică se stabilește după selecție, pe baza recomandărilor juriului; hotărârea de candidatură garantează autonomia artistică a directorului artistic [I].
- (d) **Conceptul, ales public**: povestea orașului liber de la graniță, puternic centru comercial la întâlnirea culturilor, cultura în sens larg a pieței și a întâlnirii (secțiunea 3.2), sub promisiunea prietenului din Transilvania, este propunerea de pornire, supusă dezbaterii publice alături de alte variante, cu accentul pe capitalul simbolic al orașului (identitatea, comunitățile și poveștile lui); conceptul se alege printr-un proces documentat, cu reguli anunțate dinainte, iar rezultatul consultării se publică și se respectă, spre deosebire de 2015, când conceptul depus nu fusese dezbătut [I]. Dimensiunea europeană se construiește din temele proprii ale orașului și traversează întregul program, pentru că separarea în local și internațional a fost criticată de juriu în 2016: orașul tiparului (tipografia lui Honterus din 1533, Octoihul lui Coresi din 1557), breslele și negustorii care legau Europa Centrală de Balcani, granița dintre imperii și dintre confesiuni, revolta din 1987 ca parte a istoriei europene a sfârșitului comunismului, mitul literar european al lui Dracula tratat creativ (DC5-d) și comunitățile care au făcut orașul, de la românii din Șchei la sași, maghiari, evrei și greci [I].
- (e) **Producția nouă și capacitatea sectorului**: producțiile noi și coproducțiile europene sunt susținute în calendarul destinației și în comunicarea ei, în timp ce finanțarea lor rămâne în politica culturală a municipiului; rezidențele artistice se găzduiesc în spațiile reactivate (DC4-h), în centrele culturale de cartier (DC7-e) și, după realizare, în spațiul expozițional (DC4-d), ca răspuns la producția contemporană slabă și la dependența de activitățile existente, constatate de juriu; un

[337]Strategia culturală la data depunerii, art. 5 alin. (1) din propunerea COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf

program de formare a sectorului cultural pentru 2027–2030 (management de proiect, producție, mediere, limbi străine, parteneriate europene), legat de școala de ghizi (DC5-c) și organizat cu universitatea și cu consorțiul operatorilor, răspunde lipsei unui plan de dezvoltare a capacității [I].

• (f) **Proiectele-pilot ale candidaturii în calendarul unic**: din 2027, fiecare an până la desemnare are în calendarul unic (DC6-a) proiecte-pilot ale candidaturii, evaluate public; centenarul aviatic (2027, DC6-h), tricentenarul Junilor (2028, DC1-b, cu programul stabilit de Uniunea Junilor), primele ediții extinse ale evenimentelor de referință (2028–2029, DC6-e, DC10-d, DC10-e) și primele lucrări ale zonei artei murale (2028, DC10-c) sunt jaloane ale candidaturii, iar evenimentele organizate în natură respectă plafonul de participanți al capitolului P3 (scenariul S4) [I].

• (g) **Participarea locuitorilor și cartierele**: propunerea Comisiei Europene evaluează implicarea comunităților locale diverse și a societății civile în pregătirea candidaturii și oportunitățile de participare create pentru locuitori, în special pentru copii și tineri[338] [C]. Programul de participare cuprinde consultarea conceptului pe cartiere, o rețea de voluntari organizată din 2027, școlile prin ora de patrimoniu local (DC1-d), universitatea și studenții (DC7-h) și centrele culturale de cartier (DC7-e) ca locuri ale programului. El răspunde unei hărți mentale a locuitorilor care se oprește la centru și la propriul cartier și absenței universității și a vieții studențești de pe harta simbolică a orașului, documentate de cercetarea doctorală[339] [C/I].

• (h) **Teritoriul candidaturii**: municipiul Brașov, inclusiv stațiunea Poiana Brașov, este titularul candidaturii și implică zona metropolitană și Țara Bârsei ca teritoriu al programului (cetățile și bisericile fortificate, localitățile-gazdă ale evenimentelor), posibilitate prevăzută de propunerea Comisiei Europene, în care candidatura se depune în numele orașului, iar desemnarea se aplică orașului[340] [C/I]; calendarul metropolitan (DC6-g), transportul metropolitan pentru programul din teritoriu (P1) și programul cultural al stațiunii (P5) devin componente ale candidaturii. Variantele și opțiunea recomandată sunt prezentate în scenariul S7 (secțiunea 6).

• (i) **Finanțarea și infrastructura**: planul financiar al candidaturii cuprinde contribuții confirmate în scris, înaintea depunerii, de Primărie și de alte autorități publice, alături de taxa specială pentru promovarea turistică pentru calendarul cultural (DC8-b), de Ministerul Culturii, de fondurile europene și de sponsorizările mobilizate prin Camera de Comerț (DC8-j), pentru că fezabilitatea finanțării și infrastructura sunt evaluate de juriu în criteriul capacității de a livra[341] [C/I]. În 2015, Consiliul Local a votat pentru candidatura la titlul din 2021 un buget de peste 20 de milioane de euro, de cheltuit dacă orașul obținea titlul[342] [C]. Sala Polivalentă (DC4-g), spațiul expozițional (DC4-d, S6), Cetățuia (DC2-c), turnurile deschise (DC2-b) și cinematografele reactivate (DC4-h) sunt și infrastructura candidaturii, cu termene aliniate anului titlului [I].

[338]Implicarea comunităților locale și a societății civile, art. 5 alin. (3) din propunerea COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf

[339]Harta mentală a locuitorilor și absența universității de pe harta simbolică a orașului: Aldea, L. (Oprica) (2020), „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului", teză de doctorat, SNSPA, p. 128, 158 și 163–164; articolul autoarei despre candidaturile pierdute ale orașului: https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.3.14

[340]Implicarea zonei înconjurătoare, candidatura în numele orașului și desemnarea orașului, art. 3 alin. (1), art. 4 alin. (1) și art. 11 alin. (4) din propunerea COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf

[341]Managementul și capacitatea de a livra, art. 5 alin. (4) din propunerea COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf

[342]Bugetul de peste 20 de milioane de euro votat de Consiliul Local Brașov pentru candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2021, de cheltuit dacă orașul obținea titlul (Romania Insider, 6 octombrie 2015, după Agerpres): https://www.romania-insider.com/romanias-brasov-sets-eur-20-mln-budget-for-the-european-capital-of-culture-project/156963/

- (j) **Moștenirea, oricare ar fi decizia juriului**: programul pregătit pentru candidatură se integrează în strategia culturală și în calendarul unic și continuă până în 2034 și în cazul în care titlul este atribuit altui oraș; Ministerul Culturii analizează un mecanism prin care programele dezvoltate pentru candidatură, cel puțin de orașele finaliste, să poată fi implementate parțial și după competiție, și invocă experiența Clujului după competiția pentru 2021[343] [C/I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local (decizia, dosarul, bugetul, strategia culturală), structura publică de management cultural cu Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”* (echipa candidaturii), alte autorități publice (muzeele, cofinanțarea, teritoriul județean), OMD Brașov (calendarul unic, comunicarea destinației), Universitatea Transilvania, instituțiile culturale ale celor două tutele, consorțiul operatorilor culturali independenți, Uniunea Junilor, organizațiile comunităților maghiară și germană, cultele, Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă și administrațiile locale din zona metropolitană, Camera de Comerț și Industrie Brașov, Ministerul Culturii (organizatorul competiției naționale), Comisia Europeană și juriul european. **Orizont.** Hotărârea de candidatură și echipa: 2027; evaluarea strategiei culturale: 2027; strategia actualizată: până la jumătatea anului 2028; consultarea conceptului: 2027–2028; depunerea dosarului: toamna lui 2028, la termenul stabilit de Ministerul Culturii; preselecția și anunțarea finalistelor: 2029; selecția: 2029–2030; desemnarea: cel târziu în 2030; anul titlului: 2034; programul de moștenire: după selecție, oricare ar fi decizia juriului.

DC10. Cultura contemporană urbană: artă murală, spectacole, muzică, dans, lumini și sport în natură

Constatare. Juriul candidaturii din 2016 a găsit la Brașov *„o producție artistică contemporană slabă”* și un program sprijinit pe activități existente (DC9) [C]. Consultarea cere, în schimb, exact această producție: un *„pol de cultură contemporană în Tractorul”*, cu investitori privați cărora administrația să le *„deschidă porțile”* (atelierul 02), halele fostei platforme industriale ca spații culturale (atelierele 03 și 12), *„artă urbană legalizată”* pe fațade de blocuri și clădiri postindustriale (atelierul 11), cultura urbană tânără existentă – skate, graffiti, hip-hop, cățărare, cafenele de specialitate, care *„dă o vibrație tânără pe care nu am mai văzut-o în alt oraș”* (atelierul 11), spectacolele de lumini și artificiile ca instrumente cu cost redus și efect mare – *„Brașovul nu a avut artificii. Acesta a fost un minus clar”* – și muzica *„modern, incluzând tradiția”* (Subiect 16), cultura ca bun public, *„mult mai mult decât entertainment”*, cu ecrane în cartiere și cu gustul care *„se cultivă prin expunere”* (Subiect 24) [D]. Aceeași consultare pune și condiția: arta modernă este binevenită integrată, nu oriunde – muralul *„parcă nu-i cam pe perete”* lângă Biserica Franciscană, iar în centrul medieval *„ne adaptăm ca design la asta”* (Subiect 22) [D]. Propunerea Comisiei Europene pentru titlul din 2034 evaluează *„capacitatea de a îmbina patrimoniul cultural și formele de artă tradiționale cu expresiile culturale digitale noi”* și implicarea artiștilor și a rezidenților, inclusiv a tinerilor[344] [C]. Sportul, în sensul larg al culturii, face parte din aceeași cerere: un calendar de evenimente sportive, culturale și de afaceri în extrasezon (atelierul 05), *„evenimente fair-play”* (Subiecții 3–4), cantonamentele cu antrenament la Brașov (Subiect 8), un

[343]Ministerul Culturii, continuarea parțială a programelor dezvoltate pentru candidatură și exemplul Clujului: https://agerpres.ro/english/2026/09/11/romania-to-have-a-european-capital-of-culture-in-2034--1592602 ; https://www.wall-street.ro/articol/cultura/romania-va-avea-din-nou-o-capitala-europeana-a-culturii ; https://www.edupedu.ro/romania-va-gazdui-titlul-de-capitala-europeana-a-culturii-in-2034-primele-candidaturi-ar-urma-sa-fie-depuse-in-toamna-lui-2028-anunta-ministerul-culturii/

[344]Implicarea comunităților locale și a societății civile, art. 5 alin. (3) din propunerea COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf

campionat regional de hochei care a ținut o unitate de cazare deschisă două săptămâni în aprilie (Subiect 17) și *„November Rain”*, festivalul sporturilor montane din cele două săptămâni *„și-așa moarte”* de la mijlocul lui noiembrie, un festival al sportului pentru toată lumea, de la alergarea de familie până la ultramaraton (Subiect 23) [D].

Obiectiv. Din 2027, administrația publică locală susține cultura contemporană urbană ca funcție a orașului, nu ca proiect: ca facilitator al artei murale, al proiecțiilor și al spectacolelor în locurile potrivite, în afara centrului istoric, cu o zonă de locuințe în care arta murală devine obiectiv turistic, dacă studiul de oportunitate și consultarea locuitorilor o confirmă, cu respectul locuirii și cu prioritatea locuitorilor, și cu evenimente sportive de anvergură în relație cu natura; până în 2034, Brașovul este recunoscut ca oraș al culturii contemporane urbane, nu numai al patrimoniului, iar candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii se sprijină pe producție nouă, nu pe activități existente [I].

Măsuri.

Centrul istoric rămâne muzeul arhitectural pe straturi al orașului (DC2-a, DC3), nu zonă a artei murale: în centrul vechi nu există și nu se creează zone pentru graffiti, iar graffiti-ul existent se curăță, începând cu Strada Sforii și Poarta Ecaterinei, a căror notă în recenzii suferă tocmai din această cauză (secțiunea 2.3; DC2-c); locurile potrivite artei murale, proiecțiilor și spectacolelor sunt în afara centrului istoric – polul Tractorul (atelierul 02), halele platformelor reconvertite (atelierele 03, 12 și 13), fortificațiile După Ziduri numai pentru proiecții de lumină, nu pentru pictură (precedentul Amural), Poiana Mică și polul Sala Polivalentă–Bartolomeu pentru volum (DC6-b) –, cu regula artei integrate (Subiect 22) și cu avizarea autorității locale, în formele pe care le stabilește [I].

- (c) **Zona artei murale, obiectiv turistic**: o zonă de locuințe din perioada comunistă, cu blocuri vechi și fațade mari fără valoare de monument, în care autoritatea publică acceptă și susține arta murală realizată de artiști din diverse țări împreună cu locuitorii, cu obiectivul ca zona să devină atractivă și, în timp, obiectiv turistic al destinației – propunerea atelierului 11 [D], dezvoltată de managementul de proiect ca direcție condiționată de studiul de oportunitate și de consultarea locuitorilor [I]. Produsul turistic urmează modelul Mural Harbor din Linz, galeria în aer liber a portului comercial, cu circa 300 de murale ale unor artiști internaționali, cu tururi pe jos și cu barca, cursuri și ateliere[345] [C]. Criteriile de alegere a zonei: fațade mari fără valoare de monument, acordul asociațiilor de proprietari, o memorie industrială sau multietnică de povestit, accesul cu transportul public (P1), un operator cultural cu experiență și un risc redus de gentrificare; zona se alege de Primăria Municipiului Brașov pe baza unui studiu de oportunitate realizat în 2027 cu operatorii culturali locali și cu Muzeul de Artă, iar primele lucrări se realizează din 2028 [I]. Regulile: zona rămâne, înainte de toate, un cartier de locuit, iar prioritatea este a locuitorilor; proprietarii consimt, locuitorii sunt co-autori și ghizi, vizitarea se face în grupuri mici, în intervale orare convenite cu asociațiile de proprietari, fără evenimente zgomotoase, lucrările sunt curatoriate, inventariate, întreținute și comunicate în trei limbi, iar impactul în zonă – percepția locuitorilor, comerțul de proximitate, vizitatorii – se evaluează anual, cu dreptul locuitorilor de a cere oprirea extinderii (S4) [I].

[345]Upper Austria Tourism, Mural Harbor Linz (circa 300 de murale; tururi, cursuri, ateliere): https://www.upperaustria.com/en/oesterreich-angebot/detail/9279/mural-walk.html?type=2026

• (d) **Festivalul urban al orașului**: strategia nu creează un festival nou, ci recomandă cadrul prin care un festival existent, precum Brașov Jazz & Blues Festival – singurul festival actual cu notorietate măsurată (60,9% la vizitatori) și cu format de oraș (șase locații, inclusiv biserica fortificată din Bod), poate crește de la trei zile la șapte–zece zile, pe modelul orașului-festival de la Copenhaga: Copenhagen Jazz Festival, organizat din 1979, durează zece zile, cu peste 1.200 de concerte în 100–120 de locuri, de la Operă și sala de concerte la parcuri, piețe, cheiuri și cluburi, cu scene gratuite în aer liber, program pentru copii, peste 200 de voluntari și un public de peste 250.000 de persoane, cu un impact economic evaluat de organizația de turism a orașului la circa 80 de milioane de coroane daneze[346] [C]. Instrumentele: susținerea publică și privată, în cadrul politicii culturale a municipiului și al calendarului destinației, creșterea numărului de locuri – piețe, parcuri, cartiere, biserici fortificate din zona metropolitană, Poiana Brașov – și a numărului de concerte, voluntari, public măsurat; consultarea îl numește deja: *„ăla da”* (atelierul 04), *„un festival de jazz serios, în Poiana Mică – amfiteatru natural”* (Subiect 23), cu condiția răbdării de a crește evenimentele (Subiect 18) [D/I]. Exemplul orașului Forks arată de ce destinația are nevoie de festivaluri urbane mari, nu de evenimente de weekend: acolo, alimentația, comerțul și cazarea au ajuns la 32% din economia locală în 2023, față de 16% cu două decenii înainte, pe seama unui flux de vizitatori crescut cu circa 50.000 într-un singur an[347] [C].

• (e) **Brașov Dark Fantasy Fest (crescut din Dracula Creative Week) – săptămâna imaginarului gotic, a fantasy-ului și a genului horror, fenomenul noir**, în extrasezon, la sfârșit de octombrie, cu Dracula Film Festival ca nucleu, extinsă la literatură, la arte vizuale (expoziția interpretărilor, *„cel mai creativ Dracula din lume”*, atelierul 02), la proiecții și spectacole de lumini pe fortificații, la convenția fantasy (Dracula Con, în perioada Halloweenului), la gastronomia tematică (G) și la programe în zona metropolitană, de la Bran la cetățile și bisericile fortificate, sub regula anti-kitsch a DC5-d și a direcției S5 [I]. Cererea este documentată în consultare – *„voi stați pe un butoi de aur aici! Că orice fan fantasy, horror din lumea asta își dorește să vină acasă la Dracula”* (atelierul 03), *„Halloween în Transilvania ca produs internațional, fără kitsch”* (atelierul 05), notorietatea universală a temei, *„toată lumea râde, toată lumea știe”* (Subiect 12), legenda, nu castelul, pentru vizitatorii germani și austrieci (Subiect 16) [D] – și în date: Castelul Bran a atins circa un milion de vizitatori pe an, cu 60% străini în 2026 și cu o pondere în creștere a vizitatorilor americani[348] [C]; la Whitby, orașul romanului lui Stoker, un festival al fenomenului noir, organizat de două ori pe an din 1994, aduce circa 1,1 milioane de lire și circa 10.000 de înnoptări pe an[349] [C]; Dracula Film Festival are deja, în 2025, secțiuni de educație cinematografică și o convenție fantasy[350] [C]. Contraponderea din consultare – *„un eveniment de destinație prin istorie și*

[346]Europe Jazz Network, Copenhagen Jazz Festival (din 1979; zece zile; peste 1.200 de concerte; 100 de locuri; peste 250.000 de spectatori; impact de circa 80 de milioane DKK, Wonderful Copenhagen, 2011): https://www.europejazz.net/members/copenhagen-jazz-festival

[347]NPR / WJCT, 5 septembrie 2025, „20 years after Twilight, Forks' vampire economy is still booming”: https://news.wjct.org/2025-09-05/20-years-after-twilight-forks-vampire-economy-is-still-booming

[348]Biz Brașov, 12 septembrie 2026, Castelul Bran: circa un milion de turiști în 2025, 60% străini în 2026, date ale administrației castelului: https://bizbrasov.ro/2026/09/12/castelul-bran-halloween-turistii-topul/ ; Profit.ro, 17 ianuarie 2018, 835.116 de vizitatori plătitori în 2017: https://profit.ro/stiri/life/castelul-bran-a-fost-vizitat-anul-trecut-de-peste-un-milion-de-oameni-strainii-atrasi-de-legenda-lui-dracula-17609950

[349]Whitby Goth Weekend (din 1994, de două ori pe an), cu evaluarea BBC News din 2 noiembrie 2012 (circa 1,1 milioane de lire pe an; circa 10.000 de înnoptări): https://en.wikipedia.org/wiki/Whitby_Goth_Weekend

[350]Zile și Nopți, Dracula Film Festival 2025, 29 octombrie – 2 noiembrie, Cinema Modern și Coresi; secțiunile Dracula Digital și Dracula Fantasy Con: https://zilesinopti.ro/evenimente/dracula-film-festival-2025/

civilizație, nu prin horror, pentru familii" (atelierul 04) [D] – este respectată prin regula creației, temă creativă, nu parc tematic, și prin programul pentru familii al festivalului [I].

Ținta „top 20" și numele festivalului. Clasamentele internaționale ale destinațiilor de Halloween publicate în 2026 arată două lucruri: indexul orașelor de petrecere (113 orașe; criterii: evenimentele listate pe platformele internaționale în 30 octombrie – 1 noiembrie, viața de noapte și restaurantele deschise târziu, siguranța, un eveniment emblematic) nu cuprinde niciun oraș românesc, iar Budapesta este pe locul 18; clasamentul editorial al destinațiilor de Halloween pune Transilvania pe primul loc din lume, cu Castelul Bran ca piesă centrală și cu Brașovul numit numai ca „lucru de făcut"[351] [C]. Capitalul simbolic există; ceea ce lipsește este oferta măsurabilă a orașului în cele trei zile: evenimente listate internațional, un eveniment emblematic cu nume propriu și pagină în limba engleză, programul de seară (DC7) și prezența Brașovului în eșantioanele clasamentelor. De aceea strategia își propune ca în 2034 Brașovul să fie între primele 20 de destinații de Halloween din lume în cel puțin două clasamente internaționale recurente, cu Branul la doi pași, și leagă ținta de festival, nu de o campanie (Tabelul 11, rândurile 30–31; capitolul M) [I]. Numele „Brașov Dark Fantasy Fest" este o propunere: este format din cuvinte generice, iar festivaluri cu „Dark Fest" sau „Dark Fantasy" în denumire există deja, astfel încât OMD Brașov verifică dacă numele poate fi înregistrat; ideea de localizare, alăturarea numelui Brașov, rămâne ca idee generală și primează asupra formei finale [I]. Regula consultării, „creativ, nu dark", se citește în strategie „creativ, fără kitsch macabru": fantasy, horror și gotic curatoriate, program diferențiat pentru familii, fără comercializare kitsch (DC5-d; S5) [I].

- (f) **Spectacolele de lumini**: un spectacol anual de lumini și proiecții pe fortificații și pe monumente, proiecții de lumină care nu lasă nicio urmă pe zid, fără nicio legătură cu arta murală pictată, crescut din precedentul Amural (expoziții în turnuri ziua, proiecții pe fațade noaptea, artiști din mai multe țări[352]) și din Culturama, ca răspuns la *„minusul clar"* al artificiilor și al spectacolelor de lumini (Subiect 16) [D]; reperul european de scară mare este Fête des Lumières de la Lyon, cu circa 2 milioane de vizitatori în patru zile și 23 de lucrări artistice în 20 de locuri emblematice în 2025[353] [C], de urmat ca metodă – lucrări comandate artiștilor, locuri emblematice, patru zile, nu ca scară [I].
- (g) **Evenimentele sportive de anvergură în relație cu natura**: strategia recomandă susținerea organizării unor evenimente sportive de mare anvergură legate de natură – drumeție, semimaraton, maraton, maraton pentru familii, alergare montană, ciclism, care subliniază cultura sportivă a orașului, în extrasezon acolo unde este posibil (atelierul 05) [D], cu plafonul de participanți și cu regulile capitolului P3 pentru ariile protejate (P3, S4) și cu calendarul naturii (P3·D7-a) [I]; *„November Rain"*, festivalul sporturilor montane pentru toată lumea, până la

[351]Euronews, 16 octombrie 2026, „These are Europe's best party cities for a Halloween night out, according to a new ranking" (indexul Adventure360, 113 orașe; top 20 cu New York, Chicago, Edinburgh, Dublin, Tokyo, Ciudad de México, Madrid, Londra, New Orleans, Praga, Roma, Berlin, Amsterdam, Osaka, Barcelona, Washington, Dubai, Budapesta, Sydney, Lisabona): https://www.euronews.com/2026/10/16/europes-best-party-cities-for-a-halloween-night-out-according-to-a-new-ranking ; Travel And Tour World, „Top 50 Halloween Travel Destinations in the World for 2026" (Transilvania pe locul 1; ponderi: identitate și patrimoniu de Halloween 25%, experiențe emblematice 25%, atractivitate istorică și culturală 15%, experiența călătorului 15%, recunoaștere globală 10%, accesibilitate 5%, autenticitate 5%): https://www.travelandtourworld.com/news/article/3c3jpveawuio/

[352]Zile și Nopți, 26 august 2021, Amural Vizual, ediția a 7-a: https://zilesinopti.ro/?p=100479

[353]ONLYLYON Tourisme et Congrès, Chiffres clés du tourisme 2025, Fête des Lumières (circa 2 milioane de vizitatori, 4 zile, 23 de lucrări, 20 de locuri): https://pro.lyon-france.com/content/download/50048/1088749?version=1

ultramaraton (Subiect 23), și cantonamentele (Subiect 8) sunt propunerile consultării pentru lunile slabe [D].

- (h) **Produsele culturale proprii, cu numele Brașov în ele**: proiectul fotografic *„Oamenii Brașovului”*, realizat de un fotograf de renume internațional și publicat ca expoziție, carte și campanie a destinației; programul anual de rezidențe pentru fotografi de natură și documentar, cu cazare oferită de hotelurile partenere în extrasezon, în schimbul imaginilor pentru banca de imagini a destinației (DC5-g); un festival anual de fotografie de natură; pe termen lung, Muzeul Fotografiei de Natură, gândit ca destinație în sine, pe platforma Rulmentul, după modelul muzeelor noi construite pe foste platforme industriale și finanțate în principal din fonduri europene, cu studiu de prefezabilitate înaintea oricărei decizii [D/I].
- (i) **Rezidențele și coproducțiile europene** (DC9-e): rezidențe pentru artiști muraliști, muzicieni, coregrafi și artiști ai luminii în spațiile reactivate (DC4-h) și în centrele culturale de cartier (DC7-e), cu coproducții cu orașe din Europa, ca răspuns la criteriile conținutului cultural și artistic al candidaturii (implicarea artiștilor locali și europeni, cooperarea cu orașe din alte țări) [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local (regulamentele spațiului public, avizările, hotărârile), OMD Brașov (curatoriat împreună cu Muzeul de Artă, calendarul, comunicarea), alte autorități publice (muzeele, cofinanțarea), operatorii culturali independenți și organizatorii festivalurilor existente, Universitatea Transilvania, asociațiile de proprietari din zona aleasă, administrațiile din zona metropolitană, operatorii de turism activ, Salvamont. **Orizont.** Studiul de oportunitate al zonei artei murale: 2027; primele lucrări: 2028; festivalul urban de șapte–zece zile: 2028–2030; Brașov Dark Fantasy Fest (crescut din Dracula Creative Week): prima ediție extinsă 2028; spectacolul de lumini: 2028; evenimentele sportive: în calendarul din 2027.

Tabelul 10. Corespondența direcțiilor culturale cu arhitectura strategiei (II.5)

Direcție	P1 Mobilitate	P2 Centru istoric	P3 Natura	P4 Centru expozițional	P5 Poiana	P6 STR	P7 Oraș viu	S1 Ședere	S2 Evenimente	S3 OMD liant	S4 Informare	S5 Identitate
DC1 Junii și Șcheiul					●		●		●	●		●
DC2 Patrimoniul construit	●	●	●	●		●		●			●	●
DC3 Centrul fără kitsch	●	●				●	●				●	●
DC4 Muzee și instituții	●	●		●	●		●	●		●	●	
DC5 Narațiune și mediere		●				●		●		●	●	●
DC6 Evenimente și calendar				●	●		●	●	●	●		●
DC7 Seara și cartierele		●			●		●	●	●	●		
DC8 Oameni, cooperare, guvernanță							●		●	●	●	●

Direcție	P1 Mobilitate	P2 Centru istoric	P3 Natura	P4 Centru expozițional	P5 Poiana	P6 STR	P7 Oraș viu	S1 Ședere	S2 Evenimente	S3 OMD liant	S4 Informare	S5 Identitate
DC9 Capitala Europeană a Culturii 2034	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●
DC10 Cultura contemporană urbană			●		●		●	●	●	●		●

Sursa: secțiunea 4; arhitectura priorităților și a direcțiilor de susținere, din deciziile managementului de proiect.

Locuitorul, principiul transversal al strategiei, este prezent în fiecare direcție: ca purtător al patrimoniului viu (DC1), ca rezident al centrului (DC3), ca public al muzeelor și al serii (DC4, DC7), ca povestitor și ca *„turist în propriul oraș”* (DC5), ca organizator de cartier (DC7), ca plătitor al culturii prin bugetul local (DC8) ca participant la pregătirea candidaturii la titlul de Capitală Europeană a Culturii (DC9) și ca locuitor co-autor și ghid al zonei artei murale (DC10). Capitolul nu dublează măsurile capitolelor G, P5 și P3: le referă prin cod și le dă, acolo unde este cazul, conținutul cultural.

5. Guvernanța: cine ce face

Cultura nu are, astăzi, un *„proprietar”* în destinație. Tutela instituțiilor este împărțită din 1990 între Primărie (teatrele, Opera, Filarmonica, Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”*) și Consiliul Județean (muzeele, Biblioteca Județeană, Reduta), cu Biserica Neagră la parohia evanghelică și Prima Școală Românească la parohia Sfântul Nicolae; organizația de management al destinației a fost fondată fără nicio instituție culturală, asociație culturală sau instituție de educație; strategia culturală a municipiului, aprobată în 2015, nu are o evaluare sau o actualizare identificate; purtătorii patrimoniului viu declară că nu sunt consultați, iar universitatea este, în cuvintele arhitecților, *„inexistentă în viața orașului”* [C/D]. Capitolul propune o arhitectură simplă, în continuitatea rolurilor fixate de capitolele P5 și G, cu o regulă: administrația este facilitator, nu operator – *„să deschidă porțile”* (atelierul 02), *„să creeze contextul”* (atelierul 04) [D].

OMD Brașov este integratorul funcției de destinație: ține calendarul unic, ca integrator al lui, împreună cu Primăria și cu instituțiile de cultură (DC6-a); deține manualul de narațiune, standardul de ghidaj și programul de recunoaștere locală a ghizilor și povestitorilor (DC5); acordă eticheta pentru suveniruri identitare (DC3-d) și administrează agenda culturală integrată, hubul de presă și Centrul de Informare refăcut (DC3-g, DC5-g); este secretariatul acordului-cadru și al biletului comun (DC4-a, b); cheltuiește pentru calendarul cultural al destinației partea de promovare care îi revine din taxa specială pentru promovarea turistică, în limitele regulamentului ei (DC8-b); găzduiește responsabilul vieții de seară (DC7-b) și funcția de monitorizare (DC8-h); ține inventarul public al spațiilor culturale neutilizate ale municipiului și organizează, împreună cu Primăria, apelul de proiecte pentru atribuirea lor (DC4-h); inventariază patrimoniul privat viu și acordă însemnul destinației (DC4-k); include Muzeul *„Prima Școală Românească”* în comunicarea destinației, în parteneriat cu administratorul lui (DC5-i). În dosarul Junilor, OMD este facilitator alături de comunitatea purtătoare și de Institutul Național al Patrimoniului (DC1-a). Condiția: lărgirea OMD cu sectorul cultural și cu educația (DC8-f).

Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local dețin instrumentele: patrimoniul – Cetățuia, programul turnurilor în parteneriat cu proprietarii, iluminatul arhitectonic, ghidul de fațade, mecanismul pentru paragină, controlul intervențiilor (DC2); regulamentele – regimul vizual unitar al

centrului istoric, ansamblu arhitectural protejat, regulamentul de publicitate, zonele de seară, regulamentul spațiilor publice și al parcurilor, zonele de artă urbană (DC3, DC4-i, DC7); spațiile – cinematografele, bastioanele, centralele termice și orice alt spațiu municipal adecvat, valorificate pentru evenimente și activități culturale cu potențial de atracție turistică, în condițiile și prin formele de utilizare pe care le stabilește autoritatea locală, Piața Astra, Sala Polivalentă împreună cu Compania Națională de Investiții, Centrul Cultural *„Apollonia Hirscher”* (DC4, DC7); rolul, formulat în secțiunea 3.3 – infrastructura pentru cultura sub orice formă, curatoriată, și susținerea instituțiilor de spectacol și a muzeelor fără concurență neechitabilă față de operatorii privați; politica de finanțare a culturii, printr-o strategie culturală distinctă; recensământul rezidenților centrului (DC3-f); evaluarea și actualizarea strategiei culturale a municipiului (recomandarea din DC8).

Autoritatea tutelară a muzeelor județene răspunde de muzee – capacitatea, biletul comun, programele publice, Noaptea Muzeelor, seria anuală a vizitatorilor (DC4), de Biblioteca Județeană, cu programul ei de hub al comunității (DC4-l), și de Reduta, de cooperarea în acordul-cadru pentru cultură (DC8-e) și, împreună cu OMD-ul județului și cu Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă, de traseul cetăților și de calendarul metropolitan (DC6-g).

Uniunea Junilor din Șcheii Brașovului și Brașovul Vechi decide asupra ritualului și participă la decizia asupra prezentării; întocmește, cu sprijin tehnic, dosarul pentru Registrul național și pentru UNESCO; conduce transmiterea (ora de patrimoniu, maialurile, fanfara) și dă Junii-ghizi (DC1). **Parohia Sfântul Nicolae**, cu Muzeul *„Prima Școală Românească”*, și **Biserica Evanghelică C.A.**, cu Biserica Neagră, imobilele din centru și turnurile pe care le deține, sunt actori de patrimoniu în sens plin: programul din jurul Bisericii Negre, concertele, participarea la biletul comun și la acordul-cadru (DC2, DC4); Parohia Sfântul Nicolae este partenerul măsurii DC5-i, prin care muzeul și exponatele lui intră în comunicarea destinației, iar colaborarea dintre administratorul muzeului, Primărie și OMD se formalizează; celelalte culte sunt partenerii canonului lărgit (DC2-g).

Universitatea Transilvania este actor cultural pe trei linii: formarea ghizilor și a povestitorilor (Facultatea de Litere), harta interactivă a clădirilor și cercetarea istorică a cartierelor, Harta literară și Centrul Multicultural (DC5, DC7-h); gazdă a evenimentelor tinerilor (Street Delivery 2026) și partener de cercetare pentru chestionarul rezidenților (DC8-h). **Inspectoratul Școlar** și școlile poartă ora de patrimoniu local (DC1-d); școlile de ospitalitate intră în OMD alături de universitate (DC8-f).

Operatorii culturali independenți, organizați într-un consorțiu cu capacitate administrativă, produc evenimentele, recurența mică și programele din spațiile reactivate, și sunt reprezentați în OMD (DC6, DC7, DC8); **Camera de Comerț și Industrie** poartă fondul privat și *„Balul Culturii”* (DC8-j). **Agenția Metropolitană și administrațiile locale** – Ghimbav, cu infrastructura permanentă de evenimente, Râșnov, Prejmer, Hărman – sunt gazdele calendarului metropolitan și beneficiarii cotei din taxă (DC6-g). **Institutul Național al Patrimoniului și Ministerul Culturii** țin Registrul național al patrimoniului imaterial, dosarul UNESCO, Lista Monumentelor Istorice și normele pentru muzeele din monumente; **Direcția Județeană pentru Cultură** avizează intervențiile și participă la ghișeul unic și la inventarul monumentelor în degradare (DC2).

Candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034 este a orașului: Primăria și Consiliul Local decid, depun dosarul și garantează bugetul; echipa candidaturii lucrează în structura pe care Primăria o decide, cu un coordonator și un director artistic selectați prin concurs, iar hotărârea de candidatură garantează autonomia artistică a directorului artistic; OMD Brașov ține calendarul unic,

în care proiectele-pilot ale candidaturii intră din 2027, și leagă candidatura de comunicarea destinației; alte autorități publice, universitatea, instituțiile culturale, operatorii independenți, Uniunea Junilor, organizațiile comunităților și administrațiile din zona metropolitană stau în consiliul candidaturii, cu reguli de decizie publice (DC9).

Condiția de funcționare este mandatul, formulat identic în capitolul G: fără o decizie a OMD de a-și asuma cultura ca funcție de destinație – cu un responsabil, cu buget, cu membrii noi din sectorul cultural și din educație – și fără acordul-cadru între cele două tutele și culte, măsurile din secțiunea 4 rămân, ca până acum, inițiative individuale, iar finanțarea culturii rămâne *„un cost care dispare primul la orice piedică”* (atelierul 03) [I].

6. Scenarii strategice și opțiunea recomandată

Pentru șapte alegeri, consultarea și datele conturează variante diferite. Fiecare scenariu prezintă variantele, criteriile de alegere și opțiunea recomandată de strategie. Acolo unde opțiunea depinde de un studiu, de un test sau de o condiție, recomandarea precizează etapa și instituția care decide la implementare.

S1. Evenimentele de referință. (a) Festival mare de iarnă în Poiana Mică, *„gen Massif, dar executat bine”* – notorietate externă ridicată, cost privat, dependență de un organizator și de acordul stațiunii asupra tarifelor și sezonului; rolul lui este să aducă notorietate, nu să crească ocuparea (iarna are deja 25,8% din înnoptări). (b) *„Unul sau două hotspot-uri”* de masă – Târgul de Crăciun de anvergură, concert de Anul Nou, în prelungirea DG6-e; cost public, risc de banalizare, sosiri măsurabile de turiști din afara orașului. (c) Tricentenarul Junilor 2028, apoi Săptămâna Luminată cu conținut, ca eveniment-aniversar anual al primăverii – ancoră identitară maximă, scară mică, fereastră de extrasezon, dependență de consimțământul purtătorilor. (d) Un festival internațional cu ancoră identitară – Dracula Film Festival lărgit sau festivalul culturii culinare, cu brânza și tradiția pastorală ca nucleu (DG6-a) – diferențiere puternică, orizont lung. (e) O conferință emblematică în Sala Polivalentă – legătură cu P4, public profesional, slabă ancoră identitară. Criterii: ancora identitară, turiștii aduși din afara orașului, costul public, sezonul, acceptabilitatea pentru riverani și pentru stațiune, răbdarea de trei–patru ani. Opțiunea recomandată [I]: nu un singur eveniment-emblemă, ci cadrul prin care autoritatea publică locală și OMD Brașov susțin creșterea unor evenimente de calitate, care răspund cerințelor turiștilor și vizitatorilor, aduc beneficii localnicilor și au capacitatea de a atrage turiști internaționali, cu trei evenimente de referință, din vară până la sfârșitul toamnei: vara, festivalul urban al orașului, crescut dintr-un festival existent (DC10-d); toamna, Festivalul Culturii Culinare a Brașovului – festival al culturii culinare, al multietnicității și al gastronomiei urbane și tradiționale, cu accent pe brânză și pe tradiția pastorală, cu festivalul brânzei propus în consultare ca nucleu și cu orașul Bergamo ca partener (G, DG6-a); la sfârșit de octombrie, Brașov Dark Fantasy Fest (crescut din Dracula Creative Week), cu Dracula Film Festival ca nucleu (DC10-e). Evenimentele care aduc astăzi turiști din afara țării – Rockstadt, Dracula Film Festival și, în perspectivă, festivalul gastronomic – sunt tipul de evenimente de care destinația are nevoie și primesc atenție sporită în acest cadru. Tricentenarul Junilor din 2028 (c) este ancora identitară a calendarului și oportunitatea dosarului UNESCO, cu multiculturalitatea prezentată ca moștenire vie (DC1-a, DC1-b), iar (a), (b) și (e) rămân evenimente ale polilor de volum. Cadrul de susținere – criterii, zonare, calendar – se stabilește de OMD Brașov și de Primăria Municipiului Brașov în 2027; studiul de fezabilitate al festivalului culinar se realizează în 2027, cu prima ediție în 2029.

S2. Cetățuia – funcțiunea după 2027. (a) Restaurant de epocă și loc de promovare a gastronomiei pastorale (G, DG1-f); (b) loc de evenimente al orașului; (c) spațiu muzeal de divertisment istoric documentat; (d) parc și promenadă cu animație în pădure; (e) funcțiune mixtă pe niveluri. Criterii: rigoarea istorică, conectivitatea cu parcul, cu Strada Lungă și cu Bartolomeu, costul de operare, sezonalitatea, compatibilitatea cu monumentul de grupă A și cu acordul proprietarului public. Opțiunea recomandată [I]: (e), cu (a) ca nucleu (restaurant de epocă și loc de promovare a gastronomiei pastorale, conform capitolului G, DG1-f) și cu (c) ca a doua componentă, deschise publicului și legate de parc, de Strada Lungă și de Bartolomeu, ca în varianta (d); rigoarea istorică, o Cetățuie *„cât mai apropiată de [...] ceea ce a fost în istorie”* (Subiect 14), este condiția fiecărei componente. Programul de funcțiuni se stabilește de Primăria Municipiului Brașov după deschiderea parțială din 2027, iar funcțiunea se realizează în 2028–2030 (DC2-c).

S3. Săptămâna Junilor. (a) Program de prezentare pe cartiere – fiecărei cete o zi într-un cartier, fără procesiune, Coborârea unic moment procesional (propunerea managementului de proiect); (b) concentrare în Șchei – Săptămâna Luminată extinsă în conținut (bresle, ateliere, Piața Unirii, biserici), fără ieșire din cartier (Subiect 23; atelierul 12); (c) hibrid – prezentare și transmitere în cartiere în afara Săptămânii Luminate, ritualul intact în Șchei în Săptămâna Luminată. Criteriul decisiv este consimțământul comunității purtătoare, care este și condiția dosarului UNESCO. Opțiunea recomandată [I]: (c), care păstrează ritualul intact în Șchei și preia, în afara Săptămânii Luminate, componenta de prezentare pe cartiere a propunerii managementului de proiect; este varianta compatibilă cu poziția purtătorului (*„Săptămâna asta e a lor”*, Subiect 14) și cu dosarul UNESCO. Programul se stabilește de Uniunea Junilor, împreună cu OMD Brașov și cu Primăria Municipiului Brașov (DC1-c).

S4. Statutul temei în arhitectura strategiei. (a) Capitol tematic transversal, cu măsurile distribuite în P2, P4, P5, P7 și S1–S5 (varianta de față); (b) cultura ca nucleu explicit al priorității P7 *„un oraș viu”*, care există deja, cu buget și responsabil propriu – fără a crea o a opta prioritate; (c) program-pilot al OMD pentru 2027–2028 (calendar, ghizi, agenda, fondul), urmat de decizie. Opțiunea recomandată [I]: (a), forma în care cultura intră în Volumul I, cu condiția ca OMD Brașov să își asume cultura ca funcție de destinație, cu un responsabil și cu buget (secțiunea 5).

S5. Instrumentul anti-kitsch pentru centrul istoric. (a) Regimul vizual unitar al centrului istoric, ansamblu arhitectural protejat, prin hotărâre a Consiliului Local, după modelul Cracoviei – un singur act, termen de conformare, aplicare prin Poliția Locală; (b) stimulente și aplicarea normelor existente (Ghidul de terase, Legea 185/2013), fără instrument nou; (c) combinația – regimul vizual unitar ca cadru, stimulentele ca motor. Întrebarea secundară: regim strict vizual, cu stimulente în limitele Codului fiscal (linia raportului integrat), sau și selecție pe concept a comerțului, cum a decis P5 pentru *„zona zero”* a stațiunii. Criterii: legalitatea, acceptabilitatea pentru comercianți și proprietari, efectul asupra chiriilor și al locuirii, viteza. Opțiunea recomandată [I]: (c), coerentă cu principiul orientării prin stimulente, fără interdicții (secțiunea 3.3); la întrebarea secundară, regimul vizual, cu stimulente în limitele Codului fiscal, fără selecția pe concept a comerțului privat, care rămâne specifică zonei zero a stațiunii, pe domeniul public (P5, D2-b1). Primăria Municipiului Brașov verifică temeiul juridic al instrumentului, iar Consiliul Local adoptă hotărârea în 2027–2028 (DC3-b).

S6. Spațiul expozițional de 2.000 mp – legătura cu P4. (a) Halele Rulmentul – convergența maximă, proprietate de clarificat, concurs de soluții de reluat; (b) platforma CET, cu turnul păstrat –

studiu de fezabilitate în curs, decizie publică asupra turnului; (c) o clădire de patrimoniu reconvertită în centru sau în Bartolomeu; (d) un spațiu în polul Sala Polivalentă–Bartolomeu, în sinergie cu centrul expozițional și de afaceri al P4. Criterii: proprietatea, sinergia cu P4 și cu turismul de afaceri, costul, accesul (P1), timpul până la prima expoziție, acordul tutelelor muzeale. Opțiunea recomandată [I]: (a), opțiunea principală a direcției DC4, condiționată de clarificarea proprietății halelor; dacă proprietatea nu se clarifică până în 2028, alegerea se face între (b), (c) și (d), după aceleași criterii. Decizia o iau Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local, împreună cu autoritatea care are în subordine muzeele județene, în corelare cu amplasamentul centrului expozițional al priorității P4.

Dimensiunea spațiului: 2.000 mp este pragul de funcționare, nu ambiția destinației. Pragul cerut în consultare rezolvă lipsa de spațiu a muzeelor județene, dar este mic față de bogăția patrimoniului pe care Brașovul îl are de arătat și față de reperele orașelor la care destinația se raportează, orașele cu cea mai bună calitate a vieții: la Viena, un singur muzeu de artă modernă, mumok, are 4.800 mp de spațiu expozițional pentru o colecție de circa 10.000 de lucrări, iar MuseumsQuartier, cu 90.000 mp și peste 50 de instituții culturale, este unul dintre cele mai mari areale de artă și cultură din lume[354] [C]. Propunerea nu este construirea acum a unui spațiu de 5.000, 10.000 sau 30.000 mp, ci o direcție în două etape [I]: în prima, spațiul de cel puțin 2.000 mp din scenariul S6, ca prag de funcționare; în a doua, până în 2030, identificarea, de către alte autorități publice și Primăria Municipiului Brașov, cu muzeele și cu OMD Brașov, a soluțiilor potrivite pentru definirea și crearea unui spațiu expozițional la standardele orașelor cu care Brașovul se compară, prin studiul de fezabilitate și de program muzeal care stabilește amplasamentul, dimensiunea, etapizarea și finanțarea. Criteriul este experiența: spațiile expoziționale muzeale ale destinației oferă vizitatorului, localnic sau străin, o experiență de talie cel puțin europeană, care pune în valoare bunurile, istoria și cultura locului, cultura specifică acestei zone de graniță, a celui mai mare oraș de la hotarul Imperiului și al Occidentului cu Orientul, cu breslele, negustorii, Șcheiul, tiparul și confesiunile lui. Capacitatea Brașovului de a atrage turiștii și vizitatorii care vin ca să înțeleagă această cultură este o resursă a destinației pe care un spațiu de 2.000 mp nu o poate valorifica singur; ea se măsoară prin indicatorii muzeelor din secțiunea 7 și intră în evaluarea intermediară din 2030 [I].

S7. Forma candidaturii la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034. (a) Municipiul Brașov, inclusiv stațiunea Poiana Brașov, candidează singur, cu programul în limitele orașului: guvernanță simplă, dar fără cetățile, bisericile fortificate și localitățile-gazdă ale evenimentelor, pe care calendarul metropolitan le cere deja (DC6-g); (b) municipiul este titularul candidaturii și implică zona metropolitană și Țara Bârsei ca teritoriu al programului, posibilitate prevăzută de propunerea Comisiei Europene, în care desemnarea se aplică orașului; (c) candidatură comună cu alte orașe, inclusiv transfrontalieră, pe care propunerea Comisiei Europene o permite[355]: dimensiune europeană mai ușor de demonstrat, dar guvernanță mai complexă, într-o competiție în care juriul a criticat în 2016 tocmai neclaritatea proceselor de decizie ale Brașovului. Criterii: capacitatea de a livra, claritatea guvernanței, dimensiunea europeană, coerența cu calendarul metropolitan și cu programul stațiunii (P5), acordul administrațiilor partenere. Opțiunea recomandată [I]: (b); parteneriatele europene se

[354]WienTourismus, mumok, Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien (4.800 mp de spațiu expozițional; colecție de circa 10.000 de lucrări ale 1.600 de artiști): https://www.wien.info/de/kunst-kultur/museen-ausstellungen/top-museen/mq/mumok-352662 ; WienTourismus, MuseumsQuartier Wien (90.000 mp, peste 50 de instituții culturale, unul dintre cele mai mari areale de artă și cultură din lume): https://www.wien.info/de/kunst-kultur/museen-ausstellungen/top-museen/mq/museumsquartier-wien-867820

[355]Candidaturile grupurilor de orașe, inclusiv transfrontaliere, art. 3 alin. (1) și art. 4 alin. (1) din propunerea COM(2026) 455: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12840-2026-INIT/en/pdf

construiesc prin coproducții și rețele, fără o candidatură comună. Hotărârea o adoptă Consiliul Local al Municipiului Brașov în 2027, cu acordul de parteneriat al altor autorități publice și al administrațiilor din zona metropolitană, prin Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă (DC9-a, DC9-h).

7. Indicatori și monitorizare

7.1. Baza actuală și golul statistic

Capitolul dispune de o bază de percepție și de satisfacție solidă – cercetarea națională de referință, cu bateria celor 25 de obiective, și baza de 47.513 de recenzii – și de o bază de ofertă aproape inexistentă. Nu există o serie a vizitatorilor muzeelor din municipiu: statistica INS este județeană și dominată de Castelul Bran, iar rapoartele de activitate sunt publice doar pentru două instituții. Nu există o bază de date a evenimentelor (număr, participanți, bugete, finanțatori, locații), un inventar al ghizilor, al spațiilor utilizabile pentru evenimente sau al monumentelor în degradare; numărul rezidenților centrului este necunoscut. Capitolul recomandă ca OMD Brașov să constituie această bază prin funcția de monitorizare (DC8-h), din surse care există deja – rapoartele instituțiilor, bugetele publice, calendarul unic, chestionarul pentru rezidenți propus de capitolul G, și să păstreze trei reguli de comparabilitate: reluarea cercetării naționale în 2028, 2031 și 2034 cu aceeași baterie de obiective, completată cu evenimentele-ancoră alese; monitorizarea anuală a bazei de recenzii cu aceeași metodă de extragere și de clasificare (negativ ≤ 3,5), cu adăugarea Bisericii Negre pe Google Maps; raportarea finanțării culturii *„ca atare”*, fără netezirea anului zero [I].

7.2. Setul de indicatori

Indicatorii sunt organizați în trei familii, în continuitatea Tabelului 12 din G (Indicatorii propuși) și a Tabelului 9 din P5: percepție (cercetarea națională), satisfacție (recenzii) și ofertă, proces și participare (instituții, OMD, Primărie, alte autorități publice). Bazele sunt calculate [C]; țintele sunt propuneri ale echipei de proiect [I]; *„de constituit”* marchează indicatorii fără bază actuală.

Tabelul 11. Indicatorii capitolului: bază 2025–2026 și țintă 2034 (II.5)

#	Indicator	Sursă	Bază 2025–2026 [C]	Țintă 2034 [I]
1	Asocierea spontană a Brașovului cu orice familie culturală (% respondenți)	cercetarea națională, reluări 2028 / 2031 / 2034	50,4% (48,5% fără Tâmpa)	≥ 55%, cu diversificarea structurii (rândurile 2–4)
2	Asocierea spontană cu festivaluri / evenimente (% respondenți)	cercetarea națională	2,8%; niciun festival actual cu mai mult de o mențiune	≥ 8%; cel puțin un festival actual cu ≥ 2% mențiuni nominale
3	Asocierea spontană cu Junii și cu Șcheiul (% respondenți)	cercetarea națională	Junii 0,1%; Șchei 1,1%	Junii ≥ 2%; Șchei ≥ 4%
4	Asocierea spontană cu muzeele și cu identitatea plurală (sași / Transilvania / multicultural) (% respondenți)	cercetarea națională	muzee 1,3%; identitate plurală 2,0%; Kronstadt 0	muzee ≥ 4%; identitate plurală ≥ 5%
5	Vizitatori ai Brașovului care au intrat în cel puțin un muzeu sau casă memorială	cercetarea națională	54,7% („niciunul” 45,3%)	≥ 65% („niciunul” ≤ 35%)
6	Participarea la cel puțin un festival brașovean; „nu cunosc niciunul”	cercetarea națională	19,6%; 34,1%	≥ 30%; ≤ 20%
7	Nevizitatori care declară „nu știu ce aș	cercetarea națională	15,3% (21,2% la 18–29 de	≤ 8%

#	Indicator	Sursă	Bază 2025–2026 [C]	Țintă 2034 [I]
	putea face în Brașov”		ani)	
8	Rating „muzee și artă” / pondere recenzii negative	baza de recenzii (anual)	4,69 / 8,0% (1.098 de recenzii)	≥ 4,70 / ≤ 7%, cu volum dublu de recenzii
9	Rating „obiective și monumente” / pondere recenzii negative	baza de recenzii	4,31 / 18,4%	≥ 4,55 / ≤ 10%
10	Obiectivele-problemă: Cetățuia; Strada Sforii; Biserica Neagră (Tripadvisor) – rating / % negative	baza de recenzii	3,51 / 43,3% (închisă); 3,64 / 39,1%; 3,91 / 35,4%	Cetățuia ≥ 4,50, deschisă cu program; Sforii ≥ 4,30; Biserica Neagră ≥ 4,40 / ≤ 15%
11	Centrul de Informare Turistică Brașov – rating / % negative	baza de recenzii	2,70 / 60,9% (Poiana: 5,00)	≥ 4,50 / ≤ 10%
12	„Oraș viu”: mențiuni „plictisitor / boring / nothing to do” în recenziile non-cazare; scala „adormită – plină de viață”	baza de recenzii; cercetarea națională	0,5% (rating 3,31); 5,60 din 7 (19,4% neutru sau sub)	≤ 0,3%; ≥ 5,9 (≤ 12% neutru sau sub)
13	Vocabularul poveștii: mențiuni „poveste / legendă” (% non-cazare); vocabular interpretativ (% recenzii de obiective)	baza de recenzii; raportul de analiză a destinației	1,8%; 5,5% (material 32,7%)	≥ 4%; ≥ 12%
14	Mențiuni „Transilvania” și „săsesc / Saxon / Kronstadt” (% non-cazare)	baza de recenzii	1,7% (străini 2,96%, români 0,05%); 0,2%	≥ 3% (români ≥ 0,5%); ≥ 1%
15	Efectul etichetei „Dracula”: diferența de rating între tururile cu și fără etichetă	baza de recenzii (Tripadvisor)	0,60 în valoare absolută (4,22 față de 4,82); +17,3 puncte procentuale negative	≤ 0,20 în valoare absolută
16	Rating „divertisment și viață de noapte”; decalajul dintre români și străini	baza de recenzii	4,09 / 23,6%; decalaj de 0,64 în valoare absolută (3,82 față de 4,46)	≥ 4,40; decalaj ≤ 0,30 în valoare absolută
17	Vizitatori ai muzeelor din municipiu (serie anuală pe instituție, inclusiv Biserica Neagră și Prima Școală Românească)	rapoartele instituțiilor; OMD	de constituit; repere: Muzeul de Artă 13.175 (2024), Casa Mureșenilor 21.183 (2025)	serie completă din 2027; +50% la muzeele din centru față de 2026
18	Evenimente culturale recurente în calendarul unic al destinației	calendar OMD	de constituit (15 evenimente verificate în Anexa B, fără calendar)	calendar public anual din 2027; ≥ 12 evenimente cu ≥ 3 ediții consecutive
19	Zile de eveniment în extrasezon (martie–iunie, noiembrie) și indicele sosirilor în aprilie	calendar OMD; INS TEMPO	de constituit; indice aprilie 79, martie 83	≥ 40% din zilele de eveniment; indice aprilie ≥ 90
20	Durata medie a sejurului; ponderea sejururilor de 3+ nopți (Booking)	INS; baza de recenzii	1,84 / 1,87–1,90 (recalcul); 21,2%	≥ 2,0 nopți (ținta S1; 2,2 ca prag al ambiției); ≥ 30%
21	Finanțarea publică locală a culturii independente, pe locuitor	bugetul local și bugetul județean; HCL	Primăria 25,25 lei/locuitor al municipiului (2024) și 2,78 (2026); CJ 3,66 lei/locuitor al județului (2025)	două serii separate, fără țintă însumată: Primăria ≥ 25 lei/locuitor al municipiului/an (nivelul din 2024 regăsit), cu sesiune în fiecare an; bugetul județean ≥ 5 lei/locuitor al județului/an; regulă stabilă de alocare din 2028
22	Participarea brașovenilor la evenimente și instituții culturale (ultimele 12 luni)	chestionarul pentru rezidenți	de constituit (primul val)	primul val 2027; creștere la fiecare val

#	Indicator	Sursă	Bază 2025–2026 [C]	Țintă 2034 [I]
23	Statutul obiceiului Junilor	INP; UNESCO	neînscris în Registrul național; niciun dosar UNESCO	înscriere până în 2028; dosar UNESCO depus până în 2031
24	Elemente ale ansamblului fortificațiilor cu acces, program afișat și interpretare; monumente în degradare sau cu intervenții neconforme	inventar OMD / Primăria / DJC	de constituit (turnuri închise, Cetățuia în șantier); de constituit	100% din elemente; inventar din 2027, în scădere anuală
25	Ghizi și povestitori recunoscuți local (număr, limbi); rezidenți permanenți ai centrului istoric	OMD; recensământul centrului	de constituit; necunoscut	≥ 50 de ghizi, ≥ 5 limbi; recensământ în 2027, 2030 și 2033, număr în creștere de la un recensământ la altul
26	Candidatura la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034: hotărârea de candidatură, strategia culturală actualizată, dosarul depus, rezultatul preselecției și al selecției, continuarea programului candidaturii	hotărârile Consiliului Local; Ministerul Culturii; raportul juriului; calendarul unic al OMD	fără hotărâre de candidatură; strategia culturală din 2015 fără evaluare sau actualizare identificate; candidatura pentru 2021 neselectată pe lista scurtă	hotărâre în 2027; strategie evaluată în 2027 și actualizată înaintea depunerii; dosar depus în 2028; Brașovul pe lista scurtă în 2029 și desemnat pentru 2034; proiectele-pilot ale candidaturii continuate în calendarul unic în 2030–2034, oricare ar fi decizia juriului
27	Participarea locuitorilor la pregătirea candidaturii: participanți la consultarea conceptului; voluntari înscriși; brașoveni care cunosc candidatura	echipa candidaturii; chestionarul pentru rezidenți	de constituit; precedentul din 2015: 1.343 de participanți la votul conceptelor, 7 persoane prezente la întâlnirea de voluntari	≥ 5.000 de participanți la consultare; ≥ 500 de voluntari până la depunere; ≥ 50% dintre brașoveni cunosc candidatura în 2028
28	Evenimentele de referință: public măsurat, pondere a participanților din afara țării, înnoptări în săptămânile evenimentelor	organizatorii; taxa specială pentru promovarea turistică (S4); OMD Brașov	de constituit în 2027	măsurat anual, în creștere [I]
29	Festivalul urban al orașului: zile, locuri, concerte, public	organizator; OMD Brașov	3 zile, 6 locații (2026)	7–10 zile; locuri și concerte în creștere anuală [I]
30	Evenimentele de Halloween listate pe platformele internaționale, 30 octombrie – 1 noiembrie, pe tot teritoriul destinației	platformele internaționale; observatorul OMD	nenumărate (2026)	cel puțin 40 din 2028; cel puțin 80 în 2034
31	Prezența Brașovului în clasamentele internaționale ale destinațiilor de Halloween	clasamentele publicate; observatorul OMD	absent (2026); Transilvania pe primul loc într-un clasament editorial, fără Brașovul ca oraș	inclus în eșantion și în top 50 al indexului orașelor (2030); top 20 în cel puțin două clasamente internaționale recurente (2034)
30	Zona artei murale: lucrări curatoriate și suprafața lor; participanți la tururi și ponderea celor din afara orașului; evaluarea anuală a impactului în zonă	Primăria; OMD Brașov; operatorul cultural	0 (2026)	inventar și evaluare anuale, din 2028 [I]
32	Evenimente sportive de anvergură în natură: număr, participanți, pondere în extrasezon	OMD Brașov; organizatorii; P3	de constituit în 2027	măsurat anual [I]
33	Spații municipale adecvate identificate și valorificate pentru evenimente și activități culturale cu potențial de atracție turistică, în formele stabilite de	OMD; Primăria	inventar parțial (Anexa C)	inventar public anual din 2027; primele atribuiri 2027–2028; toate spațiile din inventar cu program [I]

#	Indicator	Sursă	Bază 2025–2026 [C]	Țintă 2034 [I]
	autoritatea locală			
34	Locuri de patrimoniu privat viu cu însemnul destinației; vizitatori declarați de proprietari	inventarul OMD	0 (2026; două locuri identificate de echipa de proiect)	inventar din 2027; însemn din 2028; număr în creștere anuală [I]
35	Muzeul „Prima Școală Românească": rating și pondere a recenziilor negative la străini; prezența în comunicarea destinației	baza de recenzii; OMD	4,51 (2023–2026); negative la străini 37,5% (2023–2024) → 14,3% (2026)	≥ 4,60; negative la străini ≤ 10%; în manual, agendă, traseu și bilet comun din 2027 [I]

Sursa: secțiunile 2.1–2.5 ale capitolului și direcția DC9. Indicatorii 1–7 se măsoară la reluările cercetării naționale, 8–16 anual pe baza de recenzii, 17–25 anual de OMD, din raportările instituțiilor și ale administrației, 26–27 de echipa candidaturii și de Primărie, în anii candidaturii, 28–35 anual de OMD Brașov, din raportările organizatorilor, ale Primăriei, ale instituțiilor și ale proprietarilor.

8. Surse și trasabilitate

Documente ale proiectului (Etapa I–III). Transcrierile interviurilor individuale 01–22 (24 de subiecți; interviurile 04, 12, 13 și 14 parțiale); transcrierile consultărilor de grup 01–05, 07–08, 11–12 și ale sesiunii de grup cu membri ai Ordinului Arhitecților – Filiala Brașov (codificată ca atelierul 13); notele manuscrise ale participanților la consultările 01 și 07; documentele de idei ale consultărilor 09 (locuitori din Șchei) și 10 (mediul de afaceri); memo-ul observatorului echipei pentru consultările 02, 07 și 08; raportul integrat al interviurilor individuale 01–22; grila de analiză tematică pe valență a interviurilor (100 de teme × 24 de subiecți) și matricea consolidată interviuri × ateliere (148 de teme × 12 ateliere); cercetarea națională de referință (baza călătorilor și asocierile spontane); baza consolidată de recenzii (47.513 de înregistrări, 2023–2026); raportul de analiză a destinației (date INS și platforme online); seriile INS TEMPO pentru municipiu; documentația de patrimoniu culinar a Muzeului de Etnografie (dr. Alexandru Stănescu); cercetarea asupra aviației ușoare și de agrement; capitolele G, P5 și P3; cele cinci sinteze tematice ale capitolului (patrimoniu construit; patrimoniu viu și identitate; instituții și guvernanță; evenimente și oraș viu; evidențe cantitative) și cele 57 de fișe de extragere pe care se sprijină.

Documente externe și validarea faptelor. Primăria Municipiului Brașov (pagina *„Junii Brașovului"*; structurile în subordine; raportul de specialitate pentru zona de impozitare specială, 2024; *„Strategia pentru Cultură a Municipiului Brașov 2015–2030. Sinteză"*; ghidurile de finanțare culturală din 2022 și 2023, care consemnează aprobarea strategiei prin HCL nr. 478/2015); Institutul Național al Patrimoniului (Registrul național al patrimoniului cultural imaterial; Repertoriul național, vol. I–II; lista elementelor UNESCO); Comisia Națională a României pentru UNESCO; Direcția Județeană de Statistică Brașov (Anuarul statistic, cap. 8; seria *„Muzee și colecții publice 1990–2023"*); rapoartele de activitate ale Muzeului de Artă (2024) și ale Muzeului *„Casa Mureșenilor"* (2025); Biblioteca Județeană *„George Barițiu"* (fișa de patrimoniu local); Parohia Evanghelică C.A. Brașov (site-ul Bisericii Negre); Ghidul de amplasare a teraselor comerciale sezoniere în zona centrului istoric (Primăria Municipiului Brașov, ABMEE, BAAB, proiectul HUB-IN, 2023); Planul Strategic de Acțiune HINGE (Consiliul Județean Brașov, 2023); Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate; Legea nr. 350/2005 privind regimul finanțărilor nerambursabile; Consiliul orașului Cracovia (Parcul Cultural Stare Miasto); Comisia Europeană (propunerea de decizie privind Capitalele Europene ale Culturii pentru anii 2034–2047, COM(2026) 455; raportul juriului de preselecție pentru titlul din 2021 în România, ianuarie 2016); Ministerul Culturii (calendarul

competiției pentru 2034); teza de doctorat a Lorenei (Oprica) Aldea, *„(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului”* (SNSPA, 2020), și articolele autoarei despre candidaturile pierdute ale orașului și despre imaginea lui online (2020). Faptele citate în consultare au fost verificate din sursele de mai sus și din presa de referință (Agerpres, G4Media, Monitorul Expres, BizBrasov, Profit.ro, Revista Biz, zilesinopti.ro); registrul complet al verificărilor este în Anexa C, cu gradul de încredere al fiecărei surse.

Repere de comparație invocate în consultare: Parcul Cultural Stare Miasto și funcția de *„primar de noapte”* (Cracovia); *„primarul de noapte”* din Amsterdam; Centrul de Proiecte Timișoara și infrastructura Capitalei Europene a Culturii 2023; Sibiu – Capitala Europeană a Culturii 2007 și festivalul internațional de teatru; finanțarea multianuală de la Râșnov; breasla cârciumarilor și calendarul Clujului; Guggenheim Bilbao; *„În Cotroceni”* (București); piațeta de cartier barceloneză; *„vara culturală”* din Haag (Austria); Tartu; Lyon; Old Vic Theatre (Londra); Nowa Huta și Grinzing; Škofja Loka (Slovenia) pentru patrimoniul imaterial; Via Transilvanica; Rețeaua Orașelor Creative UNESCO (Bergamo, Cluj-Napoca, Iași, Bistrița); evenimentele aviației generale (AERO Friedrichshafen, La Ferté-Alais).

Propuneri ale managementului de proiect integrate în capitol: premisa dezvoltării locale prin turism și cultura ca liant al locuitorilor; cultura în sens larg; locuitorul ca principiu transversal; arhitectura priorităților P1–P7 și a direcțiilor de susținere S1–S5; poziționarea culturală *„orașul liber de la graniță, puternic centru comercial la întâlnirea culturilor”*, în afara competiției cu Sibiul și cu Clujul; comunicarea diferențiată (Dracula pentru străini, pe lista de atracții, creativ); *„Săptămâna Junilor”* ca program de prezentare pe cartiere, cu Coborârea ca unic moment procesional; sub-mărcile identitare; candidatura Brașovului la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034; setul de indicatori. Punerea lor în aplicare revine OMD Brașov, Primăriei Municipiului Brașov și altor autorități publice, iar pentru Juni se face cu acordul Uniunii Junilor din Șcheii Brașovului și Brașovul Vechi.

Note

Anexa A. Statistica tematică

Tabelul reproduce toate cele 93 de teme cu conținut cultural în sens larg din matricea consolidată interviuri × ateliere (148 de teme), cu formularea exactă a matricei, codurile subtematice ale capitolului (K01–K20, Tabelul 1), numărul de interviuri (din 22) și de subiecți (din 24) în care tema este discutată substanțial – după grila de analiză tematică pe valență – și numărul atelierelor (din 12) în care apare, sesiunea OAR fiind codificată ca atelierul 13. Temele *„apărute numai în ateliere”* nu au corespondent în grila interviurilor; cele 55 de teme ale matricei fără conținut cultural nu sunt reproduse.

Tabelul A1. Temele culturale ale matricei consolidate: interviuri, subiecți, ateliere (II.5)

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
A2	Natura și peisajul (Tâmpa, munții în oraș, pădurile)	K17 (parțial)	21	23	9	01, 02, 03, 04, 07, 08, 10, 11, 13	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A3	Patrimoniul construit:	K01, K16	19	21	11	01, 02, 03, 04, 07,	atu	din grila

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
	centrul medieval, Biserica Neagră, fortificațiile					08, 09, 10, 11, 12, 13		interviurilor, confirmat în ateliere
A4	Dracula / Bran – notorietate externă gata construită	K07	12	14	8	01, 02, 03, 04, 08, 10, 11, 13	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A5	Transilvania ca brand mai mare decât Brașovul	K08, K14	5	5	3	04, 07, 13	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A6	Gastronomia: bogăție, produse locale, patrimoniu culinar urban documentabil	K18	12	14	6	01, 04, 05, 10, 11, 12	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A7	Patrimoniul viu: Junii, tradiții, Corul Bach, maialuri	K04, K05	9	10	4	02, 08, 09, 11	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A8	Multiculturalitatea, comuniunea, toleranța ca trăsături trăite	K04, K08	11	12	5	02, 03, 04, 07, 11	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A16	Active adormite valorificabile (Cetatea Tâmpa, tuneluri, Cetățuia, Stejeriș, Honterus, stadion, patinoar, cinematografe, CATTIA)	K01, K02, K03, K10	6	7	8	02, 03, 04, 07, 09, 11, 12, 13	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A17	Sala Polivalentă și infrastructura de evenimente (CET, Ghimbav, Poiana Mică)	K05, K20	10	12	6	01, 02, 04, 07, 10, 13	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A18	Zona metropolitană bogată: cetăți, biserici fortificate, Piatra Craiului, Valea Doftanei	K12, K16	12	14	6	01, 02, 04, 07, 11, 13	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A19	Istoria recentă și patrimoniul industrial ca resursă neexploatată	K02	5	5	5	02, 03, 05, 12, 13	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A20	Tradiția aviatică (aerodromuri, școala de piloți, parapanta)	K20	1	1	1	12	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A23	Poziția de graniță /	K08	2	2	0	-	atu	din grila

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
	limes („poarta de est", „viața la graniță")							interviurilor, confirmat în ateliere
A25	Memoria modelului organizat (ONT) și cooperarea maturizată din Poiana	K08	3	4	3	01, 02, 04	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A26	Universitatea, tinerii, comunitățile noi ca resursă	K11, K10	4	5	3	03, 08, 12	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A27	Relații și instituții existente (Bergamo, Cracovia, OMD, Agenția Metropolitană, asociații regionale)	K14, K15	5	5	1	02	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A29	Arhitectura stilurilor (gotic – interbelic) ca traseu; Brassaï, Mattis-Teutsch	K01, K03, K13	2	2	2	12, 13	atu	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
A32	Muzeele și instituțiile de cultură ca purtători ai identității (Prima Școală, Casa Mureșenilor, Casa Sfatului, Civilizația Urbană, Olimpia)	K03, K08	0	-	2	02, 04	atu	apărut numai în ateliere
A33	Brașovul ca oraș romantic (cupluri, weekend romantic, „romantism de munte")	K08	0	-	1	02	atu	apărut numai în ateliere
A34	Libertatea ca fir identitar istoric (oraș liber, 1688, 1848, 1987)	K08	0	-	1	02	atu	apărut numai în ateliere
A35	Scena literară și creativă locală (Școala de la Brașov, Facultatea de Litere, cenacluri, Harta literară)	K09, K10, K13	0	-	1	03	atu	apărut numai în ateliere
A38	Stilul de viață activ în natură și calitatea vieții („Lifestyle Capital", punte între urban și natură)	K08 (poziționare), K17	0	-	4	07, 10, 12, 13	atu	apărut numai în ateliere
A39	Cultura urbană tânără (skateboard, graffiti, hip-hop, localuri alternative, cafenele)	K09, K11	0	-	1	11	atu	apărut numai în ateliere

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
	ca resursă identitară							
B1	Volum fără valoare: turiști cu cheltuieli mici, „bifat-plecat", vizitatori de o zi	K20	9	11	7	01, 04, 05, 10, 11, 12, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B2	Banalizarea gastronomiei centrului (pizza, șaorma, covrigi; „prostituție"; meniuri identice)	K06, K18	5	6	4	03, 04, 05, 11	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B3	Degradarea centrului istoric: fațade, paragină, haosul firmelor/vitrinelor/terasselor, tonete, magazine de mâna a doua	K01, K06	12	14	4	03, 10, 11, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B4	Depopularea centrului, înlocuirea rezidenților cu cazări, butaforia turistică	K01, K08	6	7	5	02, 03, 08, 10, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B7	Șederea scurtă (1,84; city break; „n-au ce face" / „nu știu ce să facă")	K20, K09	13	15	7	01, 04, 05, 07, 10, 11, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B8	Lipsa stratului de agregare: excursii, pachete, integrator, informație conectată	K13	12	13	3	01, 05, 10	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B9	Deficitul de ghizi și de povestitori (puțini, slabi, fără limbi, neorganizați)	K13	5	6	2	02, 12	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B13	Poiana deficitară: spațiu public degradat, „loc de cazare scump", fără divertisment, „ce faci de la 17 la 22"	K12, K09	9	10	5	01, 04, 07, 08, 12	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B15	Viața de noapte inexistentă, regulile de liniște, lipsa cluburilor, migrarea tinerilor	K09	7	9	9	01, 02, 03, 04, 05, 08, 11, 12, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B16	Evenimente deficitare: kitsch, lipsă de calendar și calitate, organizatori plecați, lipsă de competențe	K05, K06, K10	11	13	7	01, 02, 03, 04, 08, 11, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B17	Imaginea externă subevaluată, lipsa promovării	K08, K14	6	6	8	01, 04, 07, 08, 09, 11, 12, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
	internaționale, Brașov/Kronstadt necunoscut							ateliere
B18	Povestea nespusă: narațiunea absentă, Branul sub așteptările vizitatorilor	K13, K07, K08	9	10	5	02, 04, 05, 09, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B19	Guvernanță deficitară: nepăsare, lipsă de voință, polarizare, avize, impredictibilitate, cultură punitivă	K15	15	17	10	01, 02, 03, 04, 07, 08, 09, 11, 12, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B20	Lipsa datelor și statisticile anacronice (173 față de 2.295; „n-ai date")	K19	7	7	4	02, 03, 08, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B22	Rezidenții iritați: ospitalitate rece, „brașovenii înjură turiștii", evitarea centrului în weekend	K11	7	8	4	03, 05, 12, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B23	Deficitul de mândrie și de cunoaștere locală („capul în pământ", memoria ștearsă, „nu ne iubim mâncarea")	K08	8	8	2	02, 12	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B25	Sezonalitatea și extrasezonul mort (noiembrie, luni–joi, octombrie–decembrie)	K20, K05	9	10	5	01, 05, 07, 08, 12	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B26	Supraaglomerarea și presiunea pe centru și Poiana (weekend, Drumul Vechi)	K01	9	11	6	01, 03, 08, 11, 12, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B27	Riscul turismului de masă, al autocarelor și al pierderii autenticului	K06	2	3	7	01, 03, 04, 07, 11, 12, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B30	Structura de proprietate a centrului și paragina clădirilor neîntreținute	K01	4	4	1	13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B31	Istoria recentă nesumată: „ne e rușine", trauma nereconciliată, memoria suprimată	K02, K08	5	5	0	-	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B33	Restaurantele nu valorifică gastronomia	K18	5	6	2	05, 11	problemă / risc	din grila interviurilor,

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
	locală; produsele locale nefolosite							confirmat în ateliere
B34	Informarea turistică fragmentată: centrul de informare, pliante, agenda culturală, infochioșcuri	K13, K15	7	7	6	03, 04, 08, 09, 10, 11	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B37	Lipsa strategiei, a măsurării și a continuității deciziilor	K15	7	7	6	02, 07, 10, 11, 12, 13	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B38	Haosul comunicării vizuale a comerțului: signalistică, bannere, vitrine, terase neunitare, mobilier incoerent, elemente parazite	K06, K01	15	17	2	01, 10	problemă / risc	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
B39	Dezvoltarea imobiliară/rezidențială necontrolată și haosul urbanistic (amenințare la peisaj și la caracterul locului)	K01 (peisaj, caracterul locului)	0	-	5	01, 03, 07, 11, 13	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B40	Finanțarea și fragilitatea instituțiilor de cultură: resurse umane, spații expoziționale, finanțare anuală și impredictibilă, buget tardiv	K03, K15	0	-	4	02, 03, 04, 12	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B41	Muzeele marginalizate în produsul turistic: ghizi care nu aduc vizitatori, confuzia dintre monument și muzeu, evaluare doar după numărul de vizitatori	K03, K13	0	-	2	02, 13	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B42	Kitsch identitar și pseudo-patrimoniu (Dracula de bazar, „teutoni", identități inventate)	K06, K07, K08	0	-	4	02, 04, 05, 09	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B43	Depopularea zonelor rurale montane și costul conservării arhitecturii tradiționale	K12, K01	0	-	1	02	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B44	Infrastructura și	K05, K15	0	-	1	03	problemă /	apărut numai în

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
	regulile pentru evenimente în spațiul public: branșamente, scene, avize ISU, acces netransparent și tarife prohibitive la spațiile publice						risc	ateliere
B45	Fragmentarea comunităților culturale și conservatorismul (publicuri segmentate, comunități care nu-și împărtășesc evenimentele)	K11, K10	0	-	4	02, 03, 10, 12	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B46	Mediul de afaceri absent din finanțarea culturii (sponsorizare, responsabilitate socială)	K10, K15	0	-	1	03	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B47	Managementul instituțiilor de cultură: numiri și interimate, lipsa indicatorilor de performanță, repertoriu învechit	K03, K15	0	-	2	03, 12	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B48	Cartiere lipsite de viață și de atractivitate (estetică degradată, spații publice neactivate, „oraș-dormitor")	K11	0	-	2	03, 11	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B49	Legătura slabă dintre universitate și oraș (studenți absenți din viața culturală, parteneriate dificile)	K11, K10	0	-	2	03, 12	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B58	Participarea civică scăzută și neîncrederea în inițiativele publice (consultări, strategii, branding)	K11, K15	0	-	3	11, 12, 13	problemă / risc	apărut numai în ateliere
B60	Intervenții neconforme asupra fondului construit istoric (amenajări neautorizate pentru cazare, pierderea elementelor de patrimoniu)	K01	0	-	1	13	problemă / risc	apărut numai în ateliere

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
C1	Management dedicat al sub-destinațiilor (Centrul Istoric; punct administrativ Poiana; regulament al hotelierilor)	K15, K01	4	5	2	01, 07	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C4	Stratul de agregare: excursii standard, pachete, integrator pe durate, cardul orașului, bilet unic, abonament montan	K13	11	12	6	01, 04, 05, 07, 10, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C5	Ghizi curatoriați de OMD, instruire, ghid „viu", istoricii ca povestitori, conținut audio	K13	5	6	3	04, 09, 12	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C8	Evenimente: repere de vară și de iarnă, formate mici recurente, jazz, festivalul brânzei, bere locală	K05	14	16	12	01, 02, 03, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C9	Turismul de afaceri: Sala Polivalentă cu management, centru expozițional la CET, congrese, conferințe emblematice	K20	6	7	5	01, 04, 05, 07, 10	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C10	Patrimoniul viu: dosar UNESCO Junii (2028), săptămâna pascală ecumenică, ora de patrimoniu, fanfară/orchestră, momente recurente	K04, K05, K16	5	6	3	08, 09, 12	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C11	Gastronomie strategică: rețeaua UNESCO, carte-etalon, rețete certificate, studiul meniurilor, mâncare de stradă, livezi	K18	5	5	3	05, 11, 12	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C12	Orașul-muzeu: iluminat, fațade/vitrine, plăci de intrare, calești, luciul de apă, huburi creative, impozit progresiv, norme aplicate	K01, K06, K10	8	9	3	02, 07, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
C15	Promovare și brand: campanii internaționale online, vizite de familiarizare, companii aeriene, „Brașov, Transilvania”	K08, K14	10	10	8	01, 02, 04, 05, 07, 08, 09, 11	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C16	Date și monitorizare: hărți de densitate, salubritatea ca senzor, recensământul centrului, ghișeul unic ca bază de date	K19	6	6	5	02, 03, 10, 12, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C17	Rezidenții: card de rezident, strategie pentru brașovean, turist în propriul oraș, licență socială	K11	6	6	8	01, 02, 03, 07, 09, 11, 12, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C18	Educație: programe pentru copii, reguli nu îngrădiri, „întâi oferi, apoi ceri”, educația angajaților	K11	9	9	7	01, 02, 03, 04, 07, 08, 12	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C19	Program prelungit, zonă de divertisment, viață de noapte	K09	6	8	7	01, 02, 03, 07, 08, 12, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C20	Dispersie regională: Brașovul ca bază, traseul cetăților, safariuri, Anii Drumeției, Transfăgărășan, nod metropolitan	K12	10	11	8	01, 02, 04, 05, 07, 11, 12, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C21	Istoria recentă ca produs: tururi industriale, muzeul comunismului, disidența, '87	K02, K03	5	5	1	13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C22	OMD și guvernanță: platformă și liant, scară de județ, măsurare la trei ani, operatori de calitate, specialiști	K15	12	13	12	01, 02, 03, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C23	Tradiția aviatică: festivaluri aviatice	K20, K05	1	1	0	-	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C26	Taxe și impozite diferențiate pe centru; parcarea scumpă care	K15	5	6	0	-	propunere	din grila interviurilor, confirmat în

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
	triază							ateliere
C27	Huburi creative și active culturale date antreprenorilor cu obligații	K10	4	5	4	02, 03, 10, 12	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C31	Culoare pietonale și promenade ale orașului vechi (Unirii, Lungă, Titulescu–Filarmonică, După Ziduri–Livada Poștei, Graft–Turnul Alb, tunel Cetățuie–Lungă)	K01, K13	6	7	4	07, 11, 12, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C32	Regim vizual unitar: regulament local de publicitate aplicat, standardizarea teraselor, vitrine tip dulap, iluminat arhitectonic, mobilier coerent, brand unitar de stațiune	K06, K01	12	13	3	01, 07, 13	propunere	din grila interviurilor, confirmat în ateliere
C34	Reglementare urbanistică strictă și control al dezvoltării construite (stațiune, peisaj, oraș)	K01 (peisaj, oraș)	0	-	6	01, 03, 05, 07, 09, 13	propunere	apărut numai în ateliere
C37	Infrastructură culturală nouă: spații expoziționale mari, săli, centre culturale (muzeu nou la Bran, centru cultural Dracula, spații în Polivalentă)	K03, K05, K07	0	-	2	02, 03	propunere	apărut numai în ateliere
C38	Dezvoltare policentrică: poli culturali și turistici în afara centrului (Bartolomeu–Polivalentă, Coresi/Tractorul, cartiere)	K11	0	-	6	02, 03, 08, 11, 12, 13	propunere	apărut numai în ateliere
C39	Finanțare culturală multianuală și predictibilă, legată de obiectivele strategiei	K15	0	-	2	02, 03	propunere	apărut numai în ateliere
C40	Valorificarea creativă, non-kitsch, a temei Dracula (festival, expoziții, interpretare	K07	0	-	4	02, 03, 04, 05	propunere	apărut numai în ateliere

Cod	Temă (formulare exactă din matricea consolidată)	Coduri K	Interviuri (din 22)	Subiecți (din 24)	Ateliere (din 12)	Atelierele în care apare	Valență	Origine
	artistică liberă)							
C41	Educație artistică superioară (facultate de arte) și rezidențe de creație	K10, K11	0	-	1	03	propunere	apărut numai în ateliere
C42	Structură publică profesionistă de management cultural (model Centrul de Proiecte Timișoara): spații, agendă, finanțări	K15, K14	0	-	1	03	propunere	apărut numai în ateliere
C43	Informare turistică și agendă culturală integrată (platformă bilingvă, panouri, puncte de informare funcționale)	K13, K15	0	-	10	03, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13	propunere	apărut numai în ateliere
C44	Parteneriatul dintre cultură și mediul de afaceri (fond comun prin CCI, consorțiu cultural, sponsorizare)	K10, K15	0	-	1	03	propunere	apărut numai în ateliere
C48	Suveniruri autentice, de calitate și identitare (inspirate din Junii, Șchei, simbolurile orașului)	K06, K04	0	-	3	02, 09, 11	propunere	apărut numai în ateliere
C49	Artă urbană legalizată (zone de graffiti, murali pe blocuri și clădiri postindustriale)	K09, K11	0	-	1	11	propunere	apărut numai în ateliere

Sursa: matricea consolidată interviuri × ateliere și grila de analiză tematică pe valență a interviurilor 01–22; codurile K după protocolul de extragere al capitolului.

Anexa B. Inventarul evenimentelor

Inventarul reconstituie, din surse publice consultate și din consultările Etapei I, portofoliul de evenimente al destinației. Nu există o bază de date a evenimentelor la nivelul municipiului; cifrele de public sunt ale presei sau ale organizatorilor, iar evaluările stakeholderilor sunt declarații [D], atribuite atelierului sau subiectului. Organizatorii sunt indicați instituțional; firmele private și persoanele nu sunt numite.

Tabelul B1. Evenimentele Brașovului și ale zonei metropolitane: statut verificat și evaluarea stakeholderilor (II.5)

Eveniment	Organizator (instituțional)	Prima ediție	Perioadă	Loc	Ordin de mărime	Statut 2025–2026 (verificat)	Evaluarea stakeholderilor [D]	Sursă
Rockstadt	organizator privat	2013 (12 ediții	27–31 iulie	Ghimbav (din	circa 20.000 de	continuă, relocat	singurul eveniment	

Eveniment	Organizator (instituțional)	Prima ediție	Perioadă	Loc	Ordin de mărime	Statut 2025–2026 (verificat)	Evaluarea stakeholderilor [D]	Sursă
Extreme Fest	(sub marca festivalului)	la Râșnov, 2013–2025)	2026; 2027: 26–30 iulie	2026; teren lângă gară, cu infrastructură permanentă a administrației locale)	participanți pe zi (presă); peste 100 de trupe	la Ghimbav; afirmațiile „mutat în altă comună” și „nu mai sunt de acum [...] din 2026” (atelierul 11) sunt greșite	scalabil: „am jumătate de hotel plin prin Rockstadt” (atelierul 04); „al Râșnovului” vs. eveniment „al Brașovului [...] Metropolitană” (atelierele 04, 11); la Ghimbav, organizatorii „și-au cerut scuze comunității pentru că muzica s-a auzit” (Subiect 11)	
Brașov Jazz & Blues Festival	asociație culturală brașoveană	2013 (ediția a XIV-a în 2026)	14–16 august 2026; 2027: 13–15 august	Piața Sfântul Ioan (scena principală) și alte cinci locații, inclusiv biserica fortificată din Bod	fără cifre oficiale de public; buget „aproape un milion de lei”, 10 scene, risc „50.000 de euro” [D]	ținut în 2026, cu finanțare proprie	„ăla da” (atelierul 04), dar „la nivel micro”, „nu e marketat”; notorietate 60,9%, participare 15,3% la vizitatori	
Săptămâna Comediei	asociație culturală brașoveană, în parteneriat cu organizatorul festivalului de jazz	2013 (ediția a XIII-a în 2026)	de regulă iunie–iulie; 2026: 2–8 noiembrie	Teatrul „Sică Alexandrescu”	-	ediția din vară anulată la 6 mai 2026 (sala teatrului indisponibilă), reprogramată 2–8 noiembrie 2026; 100.000 de lei din Ghidul cultural plus Ministerul Culturii; „anulată” este depășit	apreciată calitativ; „s-au tăiat [...] Pentru un oraș cultural, ok, bine, nu se mai întâmplă” (atelierul 04); notorietate 45,8%, participare 13,5%	
Dracula Film Festival	asociație culturală brașoveană	2013 (ediția a XIV-a în 2026)	sfârșit de octombrie – început de noiembrie (2025: 29 octombrie – 2 noiembrie)	Cinema Modern și un centru comercial (anterior și Cinema Astra)	circa 3.000 de filme înscrise anual din peste 80 de țări; buget „2.000 €” [D], probabil o componentă	ținut; 86.000 de lei din Ghidul cultural 2026	„voi stați pe un butoi de aur aici! [...] Dar nimeni din local nu înțelege chestia asta” (atelierul 03); necunoscut hotelierilor	
Massif	organizatorii festivalului Untold	2023 (martie)	ediția I 2023, ediția II 2024; decembrie 2025 anunțat, neținut; „Massif Week” 2–7 martie 2026	Poiana Brașov (baza pârtiei Bradu; 2026: locații acoperite)	peste 38.000 de participanți (2023; impact estimat peste 4,2 milioane de euro); peste 43.000 (2024)	discontinuitate: fără ediție completă în sezonul 2025–2026, „Massif Week” „nu este o ediție oficială”, ediție promisă „în iarna 2026”; „eșec” este nuanțat	„nișa a fost găsită cu Massif” – „gen Massif, dar executat bine” (atelierul 08); „nu a fost pentru economie” (Subiect 6); „a avortat” (Subiect 18)	

Eveniment	Organizator (instituțional)	Prima ediție	Perioadă	Loc	Ordin de mărime	Statut 2025–2026 (verificat)	Evaluarea stakeholderilor [D]	Sursă
Cerbul de Aur	Televiziunea Română (deținătoarea conceptului și a mărcii)	1968	ultima ediție 22–25 august 2019 (a 19-a)	Piața Sfatului	-	nicio ediție după 2019; ediția 2020 anulată	„consens emoțional" de reînviere (raportul integrat); „Eu cred în Cerbul de Aur. Chiar cred în el" (Subiect 3); condiții: scos din Piața Sfatului, pe bilete, în Sala Polivalentă (atelierul 02); „se umplea numai când veneau ăia cu muzică populară" (Subiect 5); 0,9% în asocierile spontane	
Zilele Brașovului / Coborârea Junilor în Cetate	Centrul Cultural „Apollonia Hirscher", Centrul Cultural Reduta, Casa de Cultură a Studenților, cu susținerea Primăriei; Coborârea – Uniunea Junilor din Șcheii Brașovului și Brașovul Vechi	prima atestare a obiceiului: 26 martie 1728	weekendul Duminicii Tomii (2026: 17–19 aprilie); Săptămâna Luminată	Piața Sfatului, Piața Unirii, traseul Șchei–centru, Pietrele lui Solomon	„mii de persoane" (presă); nicio cifră oficială	ținut anual; „Săptămâna Junilor" nu este denumire oficială; obiceiul nu este înscris în Registrul național PCI	„unul singur care [...] cred că a auzit toată țara de el" (atelierul 11); „O zi pe an" (atelierul 12); „cel mai autentic și valoros eveniment al Brașovului" (atelierul 09); parada „nu mai e" tradiția, jocurile și maialurile da (atelierul 02); 0,1% în asocierile spontane	
Târgul de Crăciun Brașov	comunicat prin Primăria Municipiului Brașov	-	28 noiembrie 2025 – 11 ianuarie 2026	Piața Sfatului, Piața Sfântul Ioan, Rectorat	-	ținut	„20 de căsuțe", „vin fiert" (Subiect 5); 0,8% în asocierile spontane – singurul eveniment actual cu nume în imaginar; tratat în G (DG6-e)	356
Oktoberfest Brașov	organizator privat, „cu sprijinul Primăriei"; din 2025 sub licența mărcii „Oktoberfest" a orașului München	2009	2025: 18 septembrie – 5 octombrie; 2026: 27 august – 6 septembrie	Parcul Tractorul	„zeci de mii" (presă, 2019); fără cifre oficiale	ținut în 2025 și 2026	eveniment comercial, bavarez, fără tradiție locală, care poate dinamiza și distra publicul larg, dar nu intră în calendarul cultural; „nu generează incoming"; „nu e eveniment cultural"	357

[356]Târgul de Crăciun Brașov, 28 noiembrie 2025 – 11 ianuarie 2026: https://zilesinopti.ro/evenimente/targul-de-craciun-brasov-2025/
[357]Oktoberfest Brașov – din 2009; din 2025 sub licența mărcii „Oktoberfest" a orașului München: https://www.g4media.ro/festivalul-original-oktoberfest-va-fi-organizat-pentru-prima-data-in-romania-la-brasov-se-va-desfasura-intre-18-septembrie-si-5-octombrie.html ; https://www.romania-insider.com/romanian-oktoberfest-brasov/ ; https://zilesinopti.ro/evenimente/oktoberfest-brasov-2026/

Eveniment	Organizator (instituțional)	Prima ediție	Perioadă	Loc	Ordin de mărime	Statut 2025–2026 (verificat)	Evaluarea stakeholderilor [D]	Sursă
							(atelierele 04, 02); contramodelul festivalului berii locale din G (DG6-b)	
Culturama	Centrul Cultural „Apollonia Hirscher” (Primăria)	2023 (29 iulie)	iulie	Piața Sfatului, Piața Sfântul Ioan, Piața Brassaï, Turnul Alb și Turnul Negru, Cinema Modern	-	ediția a II-a în 2024; edițiile 2025–2026 neverificate; „ecrane în cartiere” neconfirmat	invocată de Subiectul 24 ca model al retransmisiei în cartiere (Subiect 24) [D, neconfirmat]	358
Amural	colectiv artistic independent	2015	sfârșit de august	După Ziduri – fortificațiile dintre Turnul Alb și Turnul Negru, Bastionul Graft	peste 80 de artiști (2016), peste 100 (2018); ediția a 7-a (2021): 25 de artiști vizuali, 11 poeți, 10 artiști video, din mai multe țări, acces gratuit[359]; fără cifre de public	edițiile 2025–2026 neconfirmate	precedentul spectacolelor de lumini și al proiecțiilor pe fortificații (DC10-f) [I]	360
Street Delivery Brașov	inițiativă locală, susținută financiar de o fundație culturală privată	2021 (ediția a 6-a în 2026)	11–13 septembrie 2026	relocat din stradă (zona Star–Modarom) în Curtea Corpului N al Universității Transilvania	-	ținut, cu relocare după revocarea închiderii străzii	„în declin” (Subiect 9) [D]; precedent de parteneriat cu universitatea	
DrAMAtic Brașov International Festival (continuatorul Festivalului Internațional de Dramaturgie Contemporană)	Teatrul „Sică Alexandrescu”, cu sprijinul Primăriei	festivalul de dramaturgie: circa 1990 (ediția a 30-a în 2019)	11–20 septembrie 2026	Teatrul „Sică Alexandrescu”	-	ținut	„Festivalul de teatru” apare la „ce vă place” în cercetarea națională	361
Noaptea Muzeelor (Brașov)	Rețeaua Națională a Muzeelor din România	2005 (ediția a 22-a în 2026)	23 mai 2026	muzeele orașului	8 instituții brașovene participante	ținut	fără evaluări în consultare; indicator al cooperării	

[358]Culturama (Centrul Cultural „Apollonia Hirscher”), ediția I, 29 iulie 2023; ediția a II-a, 19–21 iulie 2024: https://hotnews.ro/?p=52311 ; https://zilesinopti.ro/?p=557536

[359]Zile și Nopți, 26 august 2021, Amural Vizual, ediția a 7-a: https://zilesinopti.ro/?p=100479

[360]Amural – festival de artă vizuală și lumină pe fortificațiile dintre Turnul Alb și Turnul Negru, din 2015: https://hotnews.ro/?p=460169 ; https://stirileprotv.ro/stiri/travel/jocuri-de-lumini-proiectate-pe-cladirile-din-brasov-zo-atmosfera-demna-de-un-oras-turistic.html ; https://zilesinopti.ro/?p=100479

[361]DrAMAtic Brașov International Festival (Teatrul „Sică Alexandrescu”), 11–20 septembrie 2026: https://zilesinopti.ro/evenimente/dramatic-brasov-international-festival-2026/

Eveniment	Organizator (instituțional)	Prima ediție	Perioadă	Loc	Ordin de mărime	Statut 2025–2026 (verificat)	Evaluarea stakeholderilor [D]	Sursă
	(coordonare); instituțiile participante						instituționale (țința: ≥ 12 instituții)	
Ion Țiriac Challenger (tenis)	fundație privată de sport	2024	iulie (2024, 2025, 2026)	Baza Sportivă Olimpia	-	ținut	turneul de tenis „cel mai emblematic brand" al polului Bartolomeu (atelierul 12)	362
Festival aeronautic și întâlnirea aviației ușoare (propus)	grup de lucru al OMD Brașov, al altor autorități publice și al aerocluburilor (propunere)	prima ediție propusă pentru 2027 (centenarul producției de avioane la Brașov, ipoteză de lucru; IAR înființată în 1925); precedent: Brașov Fly-In 2013, Ghimbav	bienal; întâlnire anuală a aviației ușoare	Ghimbav sau Sânpetru	10.000–50.000 de vizitatori pe an (estimare a studiului)	propunere a cercetării proiectului	„aș face niște mari festivaluri aviatice" (Subiect 23); halele în care „s-au construit primele aeronave" ca spații culturale (atelierul 12)	
Street Food Festival Brașov (festival itinerant)	organizator privat (sub marca festivalului)	ediția a 10-a la Brașov ar fi avut loc în 2026	de regulă vara, în parcuri	Parcul Tractorul (edițiile anterioare)	-	ediția 2026 nu a mai avut loc: comisia de avizare a Primăriei a decis, la 19 mai 2026, ca evenimentele cu componentă gastronomică să nu mai fie organizate în parcurile publice („Nu am interzis astfel de evenimente, dar nu le mai aprobăm în parcurile publice")[363]	lipsa „street food-ului onest" este numită în interviuri (Subiecții 1 și 22) [D]; consecința pentru G: locuri destinate evenimentelor gastronomice (DG6)	364
Alte evenimente menționate în	-	-	-	-	-	TAMTAM Festival (ediția I 2019),	„Ce avem în vară? Tam-Tam, Brașov	

[362]Ion Țiriac Challenger (ATP Challenger, din 2024, Baza Sportivă Olimpia): https://zilesinopti.ro/evenimente/atp-challenger-baza-olimpia-brasov/ ; https://en.wikipedia.org/wiki/Ion_%C8%9Airiac_Challenger

[363]G4Media, 14 iulie 2026, Street Food Festival Brașov 2026 nu mai are loc; poziția Primăriei privind evenimentele gastronomice în parcurile publice: https://www.g4media.ro/fara-street-food-festival-la-brasov-in-acest-an-organizatorii-anunta-ca-primaria-condusa-de-george-scripcaru-le-a-interzis-evenimentul-vechi-de-zece-ani.html

[364]G4Media, 14 iulie 2026, Street Food Festival Brașov 2026 nu mai are loc; poziția Primăriei privind evenimentele gastronomice în parcurile publice: https://www.g4media.ro/fara-street-food-festival-la-brasov-in-acest-an-organizatorii-anunta-ca-primaria-condusa-de-george-scripcaru-le-a-interzis-evenimentul-vechi-de-zece-ani.html

Eveniment	Organizator (instituțional)	Prima ediție	Perioadă	Loc	Ordin de mărime	Statut 2025–2026 (verificat)	Evaluarea stakeholderilor [D]	Sursă
consultări, neverificate						Festivalul Internațional al Muzicii de Cameră, Transylvania Tango, jazz „in the street", Honterusfest, maialurile cetelor	Jazz & Blues?" (atelierul 04); „40–50 spectatori" la jazz în stradă (atelierul 04) [D]	

Sursa: fișa de validare externă a proiectului (surse oficiale și de presă), consultările Etapei I, cercetarea națională de referință, cercetarea asupra tradiției aviatice.

Anexa C. Registrul verificărilor factuale

Registrul consemnează faptele invocate în consultare și în documentele proiectului care au fost verificate din surse externe, cu gradul de încredere al sursei – CO (confirmat oficial: instituție publică, organizator oficial, site al instituției), SS (sursă secundară, de regulă presă de referință sau agregatoare, concordantă), NC (neconfirmat) – și cu discrepanța față de declarațiile [D] ale stakeholderilor. Corecturile sunt aplicate în text; unde verificarea nu a fost posibilă, afirmația rămâne [D].

Tabelul C1. Faptele verificate, sursa și discrepanța față de declarațiile din consultare (II.5)

#	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
1	Obiceiul Junilor în Inventarul / Registrul național al patrimoniului cultural imaterial	Nu figurează ca element distinct în Inventarul elementelor vii (înscrieri 2012–2026); în Repertoriul național vol. I (2009) doar generic „Serbarea junilor" (CO, absență)	INP	Afirmația „Junii sunt în patrimoniul imaterial național" nu este susținută; formularea corectă: „neînscriși încă în Registrul național al patrimoniului cultural imaterial"
2	Dosar UNESCO pentru Junii	Niciun dosar depus sau „în pregătire" identificat; România are 11 elemente pe Lista Reprezentativă, ultimul cobza (decembrie 2025) (CO pentru listă; NC pentru dosar)	INP; CNR UNESCO	„Dosar UNESCO în pregătire" neatestat
3	Prima atestare a obiceiului Junilor	26 martie 1728; tricentenar 26 martie 2028 (CO)	Primăria Municipiului Brașov	Concordă
4	Cetele Junilor; troițele din Șchei	Șapte grupuri de călăreți (plus Junițele); peste 60 de troițe (CO); anii de înființare ai cetelor (SS)	Primăria; presă	Concordă
5	„Săptămâna Junilor"	Denumire inexistentă oficial; programul se numește Săptămâna Luminată; Coborârea este piesa centrală a Zilelor Brașovului (2026: 17–19 aprilie) (SS)	presă	„Săptămâna Junilor" este propunere, nu program existent
6	Participarea la Coborârea Junilor	Nicio cifră oficială; presa: „mii de persoane" (NC)	presă	-
7	Rockstadt Extreme Fest – locație și dimensiune	Mutat de la Râșnov la Ghimbav (27–31 iulie 2026; 2027: 26–30 iulie); circa 20.000 de participanți pe zi (SS, concordant)	presă	Localitatea nouă indicată în consultare (o altă comună din zona metropolitană) – greșită, corect Ghimbav; „nu mai sunt de acum [...] din 2026" – greșit

#	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
8	Brașov Jazz & Blues Festival 2026	Ediția a XIV-a ținută, 14–16 august 2026, cu finanțare proprie (SS)	presă	„Gaură după retragerea CJ" – parțial: ediția din 2026 s-a ținut cu finanțare proprie
9	Săptămâna Comediei 2026	Ediția din vară anulată la 6 mai 2026; reprogramată 2–8 noiembrie 2026, cu 100.000 de lei din Ghidul cultural (SS)	presă	„Anulată în 2026" – depășit
10	Massif	Două ediții cu public mare (peste 38.000; peste 43.000); ediția din decembrie 2025 neținută; „Massif Week" martie 2026 nu este ediție oficială (SS)	presă	„Eșec" / „a avortat" – nuanțat: discontinuitate
11	Cerbul de Aur	Ultima ediție 2019 (a 19-a); „concept și brand al Televiziunii Române" (SS)	presă	Concordă; afirmația că festivalul „a fost inventat de către autoritățile din turism din România" privește originea (1968), nu proprietatea mărcii
12	Culturama	Organizat de Centrul Cultural „Apollonia Hirscher"; ediții 2023 și 2024 (SS)	presă	„Ecrane în cartiere" – neconfirmat
13	Vizitatorii muzeelor din județ	2023: 2.789.641 în 35 de unități; serie 2015–2023 (CO); 2024–2025 nepublicate	DJS Brașov	Cifra include Castelul Bran; nu se prezintă ca „vizitatori ai muzeelor din Brașov"; caracterul „tragic" al evoluției muzeelor brașovene [D] nu poate fi verificat fără serie
14	Tutela instituțiilor culturale	Primăria: teatrele, Opera, Filarmonica, Centrul Cultural „Apollonia Hirscher"; CJ: Muzeul de Istorie, Etnografie, Artă, Casa Mureșenilor, Biblioteca Județeană, Reduta; Biserica Neagră – parohia evanghelică; Prima Școală – parohia Sfântul Nicolae (CO)	Primăria; rapoartele instituțiilor	Turnul Alb, Turnul Negru și Poarta Ecaterinei nu sunt secții ale muzeului
15	Cifre de activitate ale muzeelor	Muzeul de Artă: 13.175 de vizitatori (2024); Casa Mureșenilor: 21.183 de beneficiari (2025) (CO)	rapoarte de activitate	-
16	Sala Polivalentă	11.211 de locuri; finalizare „cel târziu iunie 2027"; cost 356,7 milioane de lei (noiembrie 2025) / 646 de milioane (august 2026) (SS, divergent la cost)	presă	„10.000" / „15.000" / „20.000" locuri – greșite; „prima parte a anului următor" – depășit
17	Cetățuia	Proprietate publică din 8 noiembrie 2022 (ÎCCJ); lucrări de urgență din mai 2026 (4,32 milioane de lei fără TVA); acces parțial în a doua jumătate a anului 2027 (SS, concordant)	presă	„Concesiune" – greșit; „paragină de 10 ani" – aproximativ
18	Arenele Olimpia (Baza Sportivă Olimpia)	Răscumpărată de Consiliul Județean în 2013, după insolvență, cu Primăria coproprietar; administrată din 2022, pe 10 ani, de un serviciu public județean (tenis vara, patinoar iarna); clădirea, monument istoric, adăpostește secția Muzeului Sportului și Turismului Montan (SS / CO)	presă; site-ul muzeului	„Ținut de Biserica Neagră", „15.000 de locuri" – neconfirmate; „statut neconfirmat" – clarificat
19	Lista Monumentelor Istorice – municipiul Brașov	363 de poziții principale (51 A, 312 B; 416 cu subpoziții); centrul istoric sit de grupă A (CO, lista oficială)	Ministerul Culturii, Lista Monumentelor Istorice 2015, județul Brașov	Concordă cu lista oficială
20	Biserica Neagră	1383–1477; incendiul din 21 aprilie 1689; orgă 3.993 de tuburi; „cea mai mare biserică-hală la est de Viena" (CO / SS)	site oficial; Biblioteca Județeană	Formula dimensională regională folosită în promovare (comparația cu cele două

#	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
				capitale imperiale) și „a doua biserică gotică din Europa” – nu se preiau
21	Honterus și Coresi	Tipografia 1533; gimnaziul 26 aprilie 1541; Octoihul lui Coresi 1557 (SS, academic)	BCU; Biblioteca Județeană	„Tiparnița 1539” – greșit
22	Orașul Stalin	22 august 1950 – 1960 (SS)	sursă secundară	Concordă
23	IAR și primul avion	IAR înființată în 1925; primul avion de concepție proprie, IAR CV 11, în 1930 (SS)	sursă secundară	„Primul avion IAR (1925)” și „primul avion la Rulmentul” – de corectat în „înființarea IAR, 1925”
24	Parcul Cultural Stare Miasto și „primarul de noapte”	Cracovia: hotărârea din 3 noiembrie 2010 (CO); „night mayor” din 2024 (SS); Amsterdam: titlu din 2003, titular ales în 2012 (SS)	Consiliul orașului Cracovia; sursă secundară	„Amsterdam din 2012” – parțial
25	Rețeaua Orașelor Creative UNESCO	Cluj-Napoca (film, 2021), primul oraș românesc din rețea (CO); Iași (literatură, 2023), Bistrița (arhitectură, 2025); Bergamo (gastronomie, 2019) (SS, concordant)	Comisia Națională a României pentru UNESCO; surse secundare[365]	„Niciun oraș românesc în rețea” – greșit; Clujul ca oraș creativ UNESCO (film) – corect, din 2021
26	Capitalele Europene ale Culturii	Sibiu 2007; Timișoara 2023; Tartu 2024 (SS)	sursă secundară	Concordă; bugetele festivalurilor din Sibiu și Cluj („15 milioane”, „1,5 milioane”) rămân [D]
27	Via Transilvanica	1.428 km, zece județe, inaugurată la 8 octombrie 2022 (SS)	sursă secundară	„1.600 de borne” – neconfirmat
28	Guggenheim Bilbao	Deschis la 18 octombrie 1997 (SS)	sursă secundară	-
29	Taxele speciale	7 lei pe noapte promovare + 5 lei pe noapte Salvamont, aprobate la 22 decembrie 2025, din 2026 (SS, concordant)	presă	Concordă; numărul hotărârii neidentificat
30	Finanțarea culturii independente	cifrele citate în consultare, din bugete publice (SS)	bugete publice	verificare factuală a declarațiilor din ateliere; politica de finanțare a culturii rămâne a Primăriei și a Consiliului Local
31	„Agenda culturală”, „Barometrul Cultural Brașov”, strategia culturală a municipiului	„Strategia Culturală a Municipiului Brașov 2015–2030”, aprobată prin HCL nr. 478/2015 și invocată în ghidurile de finanțare culturală ale Primăriei din 2022 și 2023 (CO); sinteza publicată pe site-ul Primăriei (CO); evaluare a implementării sau actualizare neidentificate (NC); studiul de consum și practici culturale din 2015, realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală (CO); „Agenda culturală” neidentificată (NC); cerere publică de „strategie culturală și manager cultural” în 2021	Primăria (ghidurile de finanțare culturală din 2022 și 2023; sinteza strategiei); presă	„între 60 și 78% vor evenimente din sfera culturii tradiționale” – nu se regăsește în rezultatele studiului din 2015 (formele tradiționale între 48,6% și 59,2%, după concerte, film, festivaluri și teatru); nu se citează ca dată
32	Votul Primăriei în OMD Brașov	45% (capitolul P5; atelierele 05 și 11) vs. 40% (atelierul 12); statutul nu a fost consultat	P5; consultare	Se reține 45%; 40% este declarativ
33	Populația și etniile	237.589 de locuitori (RPL 2021); români circa	surse secundare	„217.000”, „230.000”, „270.000”

[365]Rețeaua Orașelor Creative UNESCO – Cluj-Napoca (film, 2021); Bergamo (gastronomie, 2019); Iași (literatură, 2023); Bistrița (arhitectură, 2025): https://www.cnr-unesco.ro/en/activity/cluj--unesco-city-of-film ; https://en.wikipedia.org/wiki/City_of_Gastronomy ; https://www.romania-insider.com/bistrita-unesco-creative-cities-nov-2025

#	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
	municipiului	93,5% și maghiari circa 5,4% din populația cu etnie declarată; 15% nedeclarați (SS; NC pentru etnii la nivel de municipiu din sursă oficială)		– de înlocuit
34	Dracula Film Festival	Ediția a XIV-a în 2026; 86.000 de lei din Ghidul cultural; suma concordă cu totalul de 659.396 de lei al celor opt proiecte finanțate (SS)	presă	„Buget 2.000 €" – probabil o componentă, nu bugetul total
35	Oktoberfest Brașov	Din 2009; din 2025 sub licența mărcii München, Parcul Tractorul (SS)	presă	-
36	Noaptea Muzeelor 2026	23 mai 2026; 8 instituții brașovene (SS)	presă	-
37	Street Delivery 2026	Ediția a 6-a, 11–13 septembrie, relocată în curtea universității (SS)	presă	-
38	Capitala Europeană a Culturii 2034	Anul 2034 atribuit României și Croației în propunerea Comisiei Europene COM(2026) 455 din 10 septembrie 2026, aflată în procedura legislativă (CO); calendarul anunțat de Ministerul Culturii: candidaturi în toamna lui 2028, finaliste în 2029 (SS, declarația Ministerului Culturii preluată de Agerpres)	Comisia Europeană (registrul Consiliului UE); Agerpres; Edupedu	-
39	Candidatura Brașovului pentru titlul din 2021	Dosarul „Europa Corona"; 14 orașe candidate; preselecția din 7–10 decembrie 2015; lista scurtă: Baia Mare, București, Cluj-Napoca, Timișoara; Brașovul neselectat (CO); bugetul votat de Consiliul Local în 2015: peste 20 de milioane de euro, de cheltuit dacă orașul obținea titlul (SS)	raportul juriului de preselecție (ianuarie 2016); presă	Concordă cu „Civilizația Muntelui" ca precedent; conceptul depus nu a fost supus dezbaterii publice (SS, cercetare doctorală)
40	Candidaturile pierdute ale Brașovului, 2015–2018	Jocurile Olimpice de Tineret 2020 (câștigate de Lausanne), Capitala Europeană a Culturii 2021 (Timișoara), Capitala Tineretului din România 2019–2020 (Iași) (SS)	cercetare doctorală; articol științific; Agerpres	-
41	Starea spațiilor culturale municipale (2026)	Centrul Cultural „Apollonia Hirscher" (fosta Bancă Săsească) deschis la sfârșitul lui 2022, circa 17 milioane de lei; Modern redeschis în 2023, circa 5 milioane; Astra, lucrări de circa 11 milioane, utilizat ocazional; Popular, finalizat în 2021, circa 8 milioane, niciodată deschis; Astra și Popular închise temporar din aprilie 2026; 11 angajați pentru toate spațiile; intenția de predare a administrării către terți (SS)	presă	„Cinematografele renovate nu au program" (ateliere) – parțial: Modern are program din 2023
42	Bastionul Postăvarilor	În administrarea municipiului; închis din 2012; restaurare de 12,03 milioane de lei din Programul Regiunea Centru, termen sfârșitul lui 2027; funcții anunțate: expoziții, ateliere pentru tineri, evenimente; operator nestabilit (SS)	presă	Concordă cu „bastioanele închise"
43	Fostele puncte termice	Trei puncte (General Dumitrache și Aluminiului, Tractorul; Vârful cu Dor, Valea Cetății) în șantier din octombrie 2026, 10,28 milioane de lei cu TVA, centre multifuncționale; două reconvertite anterior (serviciul de urgență; centru social) (SS)	presă	DC7-e confirmată; componenta culturală nedefinită
44	Cinema Arta	Proprietate privată; scos la vânzare în mai 2026 (1,5 milioane de euro plus TVA, circa 1.310 mp, structură la roșu) (SS)	presă	Nu este spațiu municipal
45	Atelierul de	Întemeiat în 1896; casa de pe strada Nicolae	presă; site-ul	Colecția de instrumente vechi

#	Fapt	Verificat (grad de încredere)	Sursă	Discrepanță față de [D]
	instrumente muzicale Einschenk	Bălcescu cumpărată în 1897; fondatorul (1867–1951), 44 de orgi; expropriere în 1952, restituire după 1989; a patra generație conduce afacerea din 2014 (SS)	firmei	atestată indirect (recenzii; „muzeu viu" în presă); de verificat la vizita OMD
46	Waldkafe	Deschisă în 1905 de o familie săsească, pensiune și cafenea; loc de întâlnire al comunităților săsească, maghiară și română până în interbelic; readusă la viață de urmași în 2019, după 114 de ani, ca o cafenea culturală (SS)	fișe de prezentare; presă	Caracterul de familie: urmașii familiei fondatoare; fără sursă oficială
47	Muzeul „Prima Școală Românească"	Muzeu al Parohiei Sfântul Nicolae; reorganizat în 1964; condus de un preot al parohiei cel puțin din noiembrie 2021; lucrările din 2023–2024, cu dosar penal; cooperare cu Muzeul „Casa Mureșenilor" în 2021 (SS)	presă	„Schimbarea custodelui acum trei ani" (consultare) – anterioară cu circa cinci ani

Sursa: fișa de validare externă a capitolului; consultările Etapei I pentru declarațiile [D]; documentele Comisiei Europene, ale Ministerului Culturii și ale Primăriei Municipiului Brașov; cercetarea doctorală asupra geografiei simbolice a Brașovului.

II.6. Comunicarea cu piețele (M)

Comunicarea cu piețele – piețele prioritare, canalele și indicatorii comunicării internaționale a destinației

Capitol tematic · Planul de marketing din Volumul I, secțiunea 3.14



Platforma Aeroportului Brașov-Ghimbav (foto: Whitepixels, Wikimedia Commons, CC0)

Cheie de lectură

Capitolul dezvoltă secțiunea 3.14 a Volumului I, Planul de marketing al destinației, în componenta ei cu cea mai mare consecință pentru planurile operaționale anuale ale OMD Brașov: cu ce piețe comunică destinația, prin ce canale și cum se măsoară rezultatul. Volumul I fixează principiul (comunicarea destinației se concentrează pe piețele externe, iar piața internă primește o comunicare coerentă și operațională) și subcapitolul piețelor; capitolul de față dă conținutul: inventarul accesului, profilul fiecărei piețe, mesajele, canalele, calendarul, indicatorii și bugetul.

Premisa capitolului este premisa întregii strategii: dezvoltare locală prin turism, nu promovare turistică. Pentru comunicarea cu piețele, premisa are o consecință precisă. Destinația nu comunică pentru a aduce mai mulți vizitatori, ci pentru a aduce vizitatorii care stau mai mult, cheltuiesc mai mult și cumpără din economia locală, în lunile și în zilele în care capacitatea există: scenariul ales al strategiei, creșterea în valoare (Volumul I, secțiunea 1.9), se sprijină pe turiștii străini, care stau mai mult decât românii, și pe segmentele cu sejur lung [C/I]. De aceea capitolul este construit pe o regulă simplă: destinația comunică acolo unde are acces direct. Piețele prioritare sunt cele spre care Brașovul

are astăzi deschidere prin aeroportul Brașov-Ghimbav, la care se adaugă piețele din care se ajunge direct cu trenul, Budapesta și Viena, cu care Brașovul are legături feroviare directe de noapte [C/I].

Convenția de marcaje: **[C]** date confirmate în baze de date sau în documente oficiale; **[E]** evaluări și calcule ale echipei de proiect, pe baza datelor; **[I]** interpretări sau propuneri ale echipei de proiect; **[D]** declarații ale stakeholderilor, redate ca atare; **[SS]** informații din surse secundare (presă, comunicate), neverificate în documente oficiale. Rutele aeriene și feroviare sunt cele anunțate pentru sezonul de iarnă 2026–2027 la data redactării; ele se schimbă de la un sezon la altul, iar capitolul cere actualizarea lor anuală în planul operațional (secțiunea 7).

Capitolul pe o pagină. Acest capitol este capitolul II.6 al Volumului II, Capitolele integrale, al Strategiei de Dezvoltare și Marketing Turistic a Destinației Brașov 2027–2034; în Volumul I, el fundamentează planul de marketing al destinației (secțiunea 3.14), partea comunicării internaționale. Ce decide: creșterea în valoare vine din piețele externe, iar destinația comunică acolo unde are acces: prin aeroportul Brașov-Ghimbav, prin trenurile de noapte spre Budapesta și Viena și prin București; zece piețe, pe trei ranguri, fiecare cu produsul ei; un plan anual al piețelor și parteneriatul de marketing cu aeroportul, cu compania aeriană și cu operatorii feroviari; promisiunea „Brașov, prietenul tău din Transilvania", cu descriptorul „Brașov, Transilvania"; comunicarea curatoriată, prin care destinația promovează operatorii care trec filtrul calității; un conținut principal pe grupe de piețe, sub promisiune: gastronomia pentru Regatul Unit, Germania și Austria, vara răcoroasă și activă pentru piețele cu veri caniculare, ciclismul montan și schiul pentru Europa Centrală, sejurul lung de familie pentru Israel; două treimi din acțiunile de marketing ale destinației și din bugetul de promovare se îndreaptă către turiștii străini de pe piețele cu acces direct (indicator distinct: cel puțin 60% din bugetul de promovare pe piețele externe în 2034); un calendar anual al comunicării externe; indicatori construiți din ce se poate măsura, în primul rând ponderea străinilor în înnoptări. Zece direcții (DM1–DM10), cu măsuri codificate, actori și orizont. Direcția strategiei se citește în Volumul I, „Strategia pe scurt", paginile lui de deschidere.

Rezumat executiv

1. **Creșterea în valoare vine din piețele externe.** În 2025, România a înregistrat 13,9 milioane de sosiri în structurile de cazare, cu 2,4% mai puține decât în 2024; 18,6% au fost turiști străini, iar cele mai mari piețe au fost Germania (246.500 de sosiri), Italia (225.000) și Israel (182.600)[366] [C]. La Brașov, turiștii străini stau mai mult decât românii: 2,01 nopți față de 1,72 în recenziile Booking ale destinației, oraș și Poiana (1,96 față de 1,62 numai în oraș; 2,38 față de 1,97 în Poiana); turiștii din Israel stau în medie 2,70 de nopți, cu 47,2% sejururi de cel puțin trei nopți, urmați de Regatul Unit (2,21) și de Germania (2,18) [C]. Ținta de sejur a strategiei, 2,0 nopți în 2034, nu se atinge fără o pondere mai mare a acestor piețe (Volumul I, 1.9) [I].

2. **Brașovul are, pentru prima dată, acces aerian direct la piețele sale.** Aeroportul Brașov-Ghimbav, deschis la 15 iunie 2023, a avut 227.900 de pasageri în 2024 și 337.353 în 2025; în primele patru luni din 2026 a trecut de 164.000, cu un record de 3.145 de pasageri într-o zi, la 30 mai 2026[367] [SS]. Pentru sezonul de iarnă 2026–2027, compania care operează cursele regulate deschide la Brașov o bază cu o aeronavă de 239 de locuri și operează spre Germania (Dortmund, Nürnberg, Memmingen, Karlsruhe/Baden-Baden), Regatul Unit (Londra), Italia (Milano, Roma), Spania (Valencia, Barcelona, Madrid), Ungaria (Budapesta) și Republica Moldova (Chișinău); Polonia (Varșovia, Katowice) este sezonieră, de vară[368] [SS]. Aceste piețe sunt, prin definiție, piețele prioritare ale comunicării.

[366]Institutul Național de Statistică, datele privind sosirile și înnoptările în structurile de primire turistică în anul 2025, preluate în presă la 6 februarie 2026: https://www.money.ro/stiri/ins-sosirile-inregistrate-in-structurile-de-primire-turistica-in-anul-2025-au-scazut-cu-24-la-139-milioane-persoane-doar-186-au-fost-turisti-straini-cei-mai-multi-din-germania-italia-si-isr

[367]Aeroportul Internațional Brașov-Ghimbav: pasagerii anuali 2023–2025 (https://en.wikipedia.org/wiki/Bra%C8%99ov-Ghimbav_International_Airport); recordul zilnic și traficul primelor luni din 2026, Biz Brașov, 30 mai 2026: https://bizbrasov.ro/2026/05/30/scurta-istorie-a-aeroportului/

[368]Biz Brașov, 11 august 2026, baza companiei aeriene și cele patru destinații noi: https://bizbrasov.ro/2026/08/11/wizz-baza-aeronava-brasov/; Brasov.net, 17 august 2026, rutele spre Germania în orarul de iarnă 2026–2027: https://www.brasov.net/aeroportul-brasov-mai-multe-zboruri-intre-brasov-si-germania-in-orarul-de-iarna-rute-si-frecvente-noi/

3. **Două capitale se ajung direct cu trenul de noapte.** Trenurile internaționale de noapte leagă Brașovul direct de Budapesta (Corona, Ister, Dacia) și de Viena (Dacia, EuroCity Viena–Budapesta–București, cu vagoane de dormit și cușete)[369] [C]. Ungaria și Austria devin piețe prioritare de rang doi, cu un argument pe care niciun zbor nu îl are: turistul adoarme într-o capitală și se trezește în Brașov.

4. **Piața internă nu are nevoie de notorietate, ci de informație.** Brașovul este cea mai atractivă destinație urbană a României pentru români (90% atractivitate în cercetarea națională) [C]. Comunicarea internă este operațională: calendarul unic, produsele pe durate, regiunea, valorile destinației; nu campanii de notorietate [I].

5. **Zece piețe, trei ranguri.** Rangul 1, zbor direct și sejur lung sau bazin mare: Germania, Regatul Unit, Italia, Spania. Rangul 2, acces direct cu trenul sau zbor direct cu bazin mai mic: Ungaria, Austria, Polonia, Republica Moldova. Rangul 3, fără zbor direct la Brașov, dar cu sejurul cel mai lung și cu acces prin București: Israel; piețele cu acces prin hub-uri (Franța, Benelux, Statele Unite) primesc comunicare prin turoperatori și prin alianța triunghiului transilvănean, nu campanii proprii [I].

6. **Mesajul.** Pe piețele externe, destinația comunică promisiunea „Brașov, prietenul tău din Transilvania" (Volumul I, 2.3), sub care se comunică, cu dovezile ei, viziunea „capitala Carpaților" (Volumul I, 2.1), însoțită de descriptorul „Brașov, Transilvania": hub al triunghiului transilvănean Brașov–Sibiu–Sighișoara, cu muntele la cinci kilometri de centru și cu stațiunea Poiana Brașov; pentru piețele anglofone, ușa de intrare este scrisoarea contelui din primul capitol al romanului, nu eticheta „Dracula" (capitolul C, DC5) [I]. Conținutul principal diferă pe grupe de piețe, sub aceeași promisiune: gastronomia pentru Regatul Unit, Germania și Austria; vara răcoroasă și activă („coolcation"), cu drumeția și ciclismul montan, pentru Spania, Italia, Portugalia, Franța și celelalte piețe cu veri caniculare; ciclismul montan vara și schiul iarna pentru Ungaria, Polonia și Cehia; sejurul lung de familie pentru Israel (secțiunea 3a) [I].

7. **Canalele sunt în primul rând cele ale accesului.** Marketingul comun cu compania aeriană și cu aeroportul, cu operatorii feroviari, turoperatorii și agențiile din piețele cu zbor direct, presa și creatorii de conținut invitați pe rutele existente, platformele de rezervare, comunitățile de români din piețele-țintă, ambasadele (programul „Poiana celebrează lumea") și canalele proprii ale OMD în limbile piețelor [I].

8. **Indicatorii se construiesc din ce se poate măsura.** Ponderea turiștilor străini nu este publicată de INS la nivel de localitate (ADMI, limita L11); capitolul propune trei serii: pasagerii aeroportului pe rute (aeroportul), țara de rezidență din evidența taxei speciale pentru promovarea turistică și din panelul de hoteluri (observatorul destinației, S4) și comportamentul pe piețe din recenzii (baza consolidată a recenziilor). Țintele: ponderea străinilor în înnoptările municipiului, măsurată din 2027, cu cel puțin 5 puncte procentuale peste bază în 2030 și cu cel puțin 15 în 2034; sejurul străinilor de cel puțin 2,5 nopți; cel puțin 60% din bugetul de promovare al OMD pe piețele externe [I].

9. **Capitolul propune zece direcții (DM1–DM10) și 39 de măsuri**, cu OMD Brașov ca responsabil, în parteneriat cu aeroportul și cu alte autorități publice, cu compania aeriană, cu

[369] MÁV-csoport, Travel by night trains, rețeaua internațională de noapte valabilă din 14 decembrie 2025: https://www.mavcsoport.hu/en/mav-szemelyszallitas/international-travels/travel-night-trains

operatorii feroviari, cu organizațiile de management al destinației din Sibiu și din Sighișoara și cu ambasadele.

> **Legătura cu Volumul I.** Capitolul dă conținut secțiunii 3.14 (Planul de marketing al destinației, subcapitolul piețelor), politicii orizontale S1 (Brașovul ca bază a regiunii, DMC7-f) și obiectivului OD1.1 (sejurul). Codurile capitolului: direcțiile DM1–DM10 și măsurile lor (DM1-a, DM1-b…). Piețele prioritare, canalele și indicatorii sunt preluate în Volumul I; planul operațional anual al OMD pornește de la Anexa A.

1. Raționamentul unui capitol distinct

1.1. De ce comunicarea cu piețele are nevoie de un capitol propriu

Componenta strategică de marketing are nevoie de detaliere: piețele prioritare, canalele de promovare recomandate și indicatorii de evaluare, ca bază pentru planurile operaționale anuale ale OMD Brașov. Motivul: secțiunea 3.14 a Volumului I stabilea principiul concentrării pe piețele externe și publicurile prioritare, dar nu spunea care piețe, cu ce argumente de acces, cu ce mesaj și cu ce buget. Fără aceste precizări, planul operațional ar fi rămas la latitudinea fiecărui an, iar țintele de sejur ale strategiei ar fi rămas fără instrumentul lor principal [I].

Capitolul răspunde și unei schimbări de fapt. Până în 2023, Brașovul era o destinație fără aeroport, iar piețele externe erau, pentru el, piețele Bucureștiului: cine venea din străinătate ateriza la Otopeni și alegea, dintre destinațiile de la două–trei ore, Brașovul sau altceva. Din iunie 2023, Brașovul are propriile porți de intrare, iar din decembrie 2026, o bază a unei companii aeriene, cu 14 destinații anunțate [SS]. Comunicarea cu piețele poate fi, pentru prima dată, construită pe acces direct, nu pe notorietate generică [I].

1.2. Principiul: destinația comunică acolo unde are acces

Regula capitolului este una de economie a comunicării. O destinație de mărimea Brașovului, cu un buget de promovare alimentat din taxa specială pentru promovarea turistică, nu poate susține campanii pe multe piețe; ea trebuie să aleagă piețele în care fiecare leu de comunicare are, în spate, un zbor sau un tren direct, un turoperator care vinde și un produs care se poate rezerva. Piețele prioritare sunt, prin urmare: (1) destinațiile cu zbor direct de pe aeroportul Brașov-Ghimbav; (2) destinațiile cu tren direct, Budapesta și Viena, prin trenurile de noapte; (3) piețele cu sejurul cel mai lung, chiar fără zbor direct, atunci când accesul prin București este simplu, cum este Israelul. Toate celelalte piețe primesc comunicare prin intermediari (turoperatori, alianța triunghiului transilvănean, organizația națională de turism), nu campanii proprii [I].

Principiul are o consecință asupra ordinii: rutele aeriene se schimbă de la un sezon la altul, iar o rută deschisă în decembrie poate fi suspendată vara. De aceea lista piețelor din acest capitol este lista de pornire, iar planul operațional anual o actualizează în fiecare toamnă, după publicarea orarelor de iarnă și de vară (DM1-a) [I].

1.3. Surse, metodă, limite

Capitolul folosește: statistica oficială a turismului (INS, anul 2025) pentru piețele României; analiza comportamentului pe piețe din baza consolidată a recenziilor (Volumul III, Tabelul 27: 47.513 recenzii;

piețele cu volum suficient în Booking); cercetarea națională pentru piața internă; orarele anunțate ale aeroportului și ale operatorilor feroviari pentru sezonul 2026–2027, din comunicări publice [SS] și din pagina operatorului feroviar maghiar pentru trenurile de noapte [C]; analiza de coopetițiune Brașov–Sibiu–Sighișoara a echipei de proiect (Volumul I, 2.3). Limitele: INS nu publică ponderea străinilor la nivel de localitate (ADMI, L11), astfel că profilul piețelor Brașovului este reconstituit din recenzii și din datele județului; frecvențele rutelor sunt cele anunțate, nu cele realizate; cheltuiala pe piețe nu este măsurată până la primul val al anchetei la vizitatori (2027) și la parteneriatul pentru datele de card (S4) [I].

2. Diagnostic

2.1. Cererea externă: puțină în volum, mare în valoare

La nivel național, turiștii străini sunt 18,6% din sosiri și 17,9% din înnoptări (2025), cu un sejur mediu egal cu al românilor, 2,1 nopți; Germania, Italia și Israel sunt cele mai mari piețe, iar județul Brașov este al treilea din țară, cu 1.389.000 de sosiri și 2.618.000 de înnoptări, după București și Constanța[370] [C]. La nivelul destinației, însă, diferența de comportament dintre români și străini este mare: străinii stau mai mult, atât în oraș, cât și în Poiana, iar piețele nu se aseamănă între ele (Tabelul 1) [C].

Tabelul 1. Durata sejurului pe principalele piețe externe, în recenziile Booking ale destinației (II.6)

Piața	Recenzii	Media nopților	Sejururi de cel puțin 3 nopți	Sejururi de cel puțin 5 nopți
Israel	1.234	2,70	47,2%	11,3%
Regatul Unit	1.004	2,21	33,4%	6,0%
Germania	827	2,18	31,1%	5,9%
Republica Moldova	587	2,04	30,8%	3,6%
Statele Unite	369	2,06	27,4%	4,6%
Țările de Jos	181	2,02	23,2%	3,3%
Italia	942	1,77	18,7%	2,4%
Franța	416	1,85	18,5%	4,1%
Spania	802	1,71	14,3%	1,5%

Sursa: Volumul III, analiza recenziilor, Tabelul 27 (Booking; analiză comportamentală, nu estimare a ponderii piețelor în sosiri) [C].

Tabelul arată două tipuri de piețe. Israelul, Regatul Unit și Germania au o predispoziție clară spre sejururi de trei nopți și mai mult: sunt piețele valorii. Italia și Spania au volume mari de recenzii, dar un comportament de city break scurt: sunt piețele volumului, pe care comunicarea trebuie să le convingă să rămână a doua noapte, prin produsele pe durate și prin triunghiul transilvănean [I]. Diferența se vede și în Poiana: străinii stau 2,38 nopți față de 1,97 românii, iar turiștii din Israel 3,14 nopți (capitolul P5) [C].

2.2. Accesul aerian: aeroportul Brașov-Ghimbav

Aeroportul a fost deschis la 15 iunie 2023 și a înregistrat 79.526 de pasageri în 2023 (iunie–decembrie), 227.900 în 2024 și 337.353 în 2025; în primele patru luni din 2026, circa 164.000, cu aprilie 2026 ca lună

[370]Institutul Național de Statistică, datele privind sosirile și înnoptările în structurile de primire turistică în anul 2025, preluate în presă la 6 februarie 2026: https://www.money.ro/stiri/ins-sosirile-inregistrate-in-structurile-de-primire-turistica-in-anul-2025-au-scazut-cu-24-la-139-milioane-persoane-doar-186-au-fost-turisti-straini-cei-mai-multi-din-germania-italia-si-isr

record, peste 50.000, și cu un record zilnic de 3.145 de pasageri la 30 mai 2026[371] [SS]. Cursele regulate sunt operate de o singură companie, care a anunțat în august 2026 deschiderea unei baze la Brașov, cu o aeronavă de 239 de locuri, înainte de Crăciunul anului 2026, și patru destinații noi; cu ele, rețeaua anunțată ajunge la 14 orașe[372] [SS]. Tabelul 2 reconstituie rețeaua sezonului de iarnă 2026–2027 din comunicările publice; frecvențele sunt cele anunțate.

Tabelul 2. Destinațiile cu zbor direct de pe aeroportul Brașov-Ghimbav, sezonul de iarnă 2026–2027 (curse regulate anunțate) (II.6)

Țara	Destinația	Frecvența anunțată	Observații
Germania	Dortmund	3 pe săptămână; 4 din 23 decembrie 2026	bazinul Ruhr, cu o comunitate românească numeroasă
Germania	Nürnberg	2 pe săptămână	Franconia, Bavaria de nord
Germania	Memmingen (München Vest)	3 pe săptămână, din 17 decembrie 2026	Bavaria de sud, Allgäu; acces spre München
Germania	Karlsruhe/Baden-Baden	2 pe săptămână, din 18 decembrie 2026	Baden-Württemberg; Stuttgart la o oră
Regatul Unit	Londra Luton	4 pe săptămână	bazinul Londrei
Italia	Milano Malpensa	-	Lombardia; rută activă din 2025
Italia	Roma Fiumicino	-	Lazio; rută activă din 2026
Spania	Valencia	din 3 noiembrie 2026	-
Spania	Barcelona	2 pe săptămână, din 18 decembrie 2026	-
Spania	Madrid	2 pe săptămână, din 20 decembrie 2026	-
Ungaria	Budapesta	3 pe săptămână	și acces feroviar direct
Republica Moldova	Chișinău	3 pe săptămână, din 17 decembrie 2026	piață cu comportament de sejur lung (Tabelul 1)
Polonia	Varșovia, Katowice	sezonier, de vară (suspendate iarna)	piață de iarnă posibilă, de negociat

Sursa: comunicările publice ale aeroportului și ale companiei aeriene, august 2026, pentru sezonul de iarnă 2026–2027[373] [SS]. Rutele charter (Antalya, Hurghada, Heraklion, Larnaca, Monastir, Palma de Mallorca) sunt rute de plecare ale brașovenilor și nu intră în comunicarea destinației.

Două observații. Întâi, Germania este, cu patru rute, piața cu cel mai mult acces direct și, în același timp, prima piață externă a României și una dintre piețele cu sejur lung ale Brașovului: este piața de rang 1 fără discuție [C/I]. Apoi, Spania și Italia au, împreună, cinci rute și volume mari de recenzii, dar sejururi scurte: sunt piețele în care comunicarea trebuie să vândă a doua și a treia noapte, nu sosirea [I].

2.3. Accesul feroviar: Budapesta și Viena cu trenul de noapte

Brașovul este pe traseul tuturor trenurilor internaționale de noapte dintre Budapesta și București, cu excepția celui care circulă prin Timișoara. Potrivit operatorului feroviar maghiar, rețeaua de noapte

[371]Aeroportul Internațional Brașov-Ghimbav: pasagerii anuali 2023–2025 (https://en.wikipedia.org/wiki/Bra%C8%99ov-Ghimbav_International_Airport); recordul zilnic și traficul primelor luni din 2026, Biz Brașov, 30 mai 2026: https://bizbrasov.ro/2026/05/30/scurta-istorie-a-aeroportului/

[372]Biz Brașov, 11 august 2026, baza companiei aeriene și cele patru destinații noi: https://bizbrasov.ro/2026/08/11/wizz-baza-aeronava-brasov/; Brasov.net, 17 august 2026, rutele spre Germania în orarul de iarnă 2026–2027: https://www.brasov.net/aeroportul-brasov-mai-multe-zboruri-intre-brasov-si-germania-in-orarul-de-iarna-rute-si-frecvente-noi/

[373]Biz Brașov, 11 august 2026, baza companiei aeriene și cele patru destinații noi: https://bizbrasov.ro/2026/08/11/wizz-baza-aeronava-brasov/; Brasov.net, 17 august 2026, rutele spre Germania în orarul de iarnă 2026–2027: https://www.brasov.net/aeroportul-brasov-mai-multe-zboruri-intre-brasov-si-germania-in-orarul-de-iarna-rute-si-frecvente-noi/

valabilă din 14 decembrie 2025 cuprinde: Corona InterCity (406/407), Budapesta–Brașov, cu vagoane de dormit, cușete și vagon restaurant; Ister InterCity (472/473), Budapesta–București prin Sibiu, Brașov și Sinaia, cu vagoane de dormit și cușete; Dacia EuroCity (346/347), Viena–Budapesta–București prin Győr, Alba Iulia, Sighișoara, Brașov și Sinaia, cu vagoane de dormit și cușete, singurul tren care leagă direct Brașovul de Viena[374] [C]. Durata unei călătorii de noapte este de 8–14 ore, iar orarele pot fi modificate din cauza lucrărilor la cale [C].

Pentru comunicare, trenul de noapte are trei avantaje pe care zborul nu le are: ajunge în centrul orașului, la gară, de unde începe linia dedicată, propusă gratuită, spre centru (capitolul P1–P2, DMC3-g); nu are ora de prezentare și limita de bagaj, ceea ce îl face potrivit pentru sejurul de schi și pentru familii; și corespunde profilului turistului european care alege trenul din motive de mediu, un segment în creștere pe piețele germanofone [I]. Viena și Budapesta sunt, în același timp, cele două capitale prin care turistul vest-european ajunge în Transilvania pe calea ferată: trenul Dacia face din Viena–Sighișoara–Brașov un itinerar al triunghiului transilvănean cu intrare pe la nord-vest (Volumul I, 2.3) [I].

2.4. Accesul prin București și bazinul rutier

Piețele fără zbor direct la Brașov ajung prin aeroportul din București, la două–trei ore de drum sau de tren. Israelul, piața cu cel mai lung sejur din Tabelul 1, intră în această categorie: comunicarea nu poate aștepta o rută directă, dar poate vinde produsul de la aeroportul din București, cu transfer organizat și cu sejurul în două etape, oraș și stațiune (DM8) [I]. Statele Unite, Franța și Țările de Jos au, de asemenea, volume vizibile în recenzii și acces prin București; ele primesc comunicare prin turoperatori și prin alianța triunghiului, nu campanii proprii [I].

Bazinul rutier este cel al pieței interne: sudul și estul țării (vizitare anuală de 40–52%), Bucureștiul la două ore, cu 36% dintre nevizitatori care nu știu ce ar putea face în Brașov (cercetarea națională) [C]. Pentru această piață, comunicarea este operațională (secțiunea 4, DM10).

2.5. Imaginea pe piețele externe: Transilvania, Dracula, muntele

Consultarea a formulat clar ce vede piața externă: *„Brașovul va rămâne ombilical legat de ideea de Dracula și de Castelul Bran”*; *„«Brașov, Transilvania» sună mai bine decât «Brașov» simplu”*; *„pe extern, cu cât asociezi mai mult ce se întâmplă în jurul Brașovului, cu atât crește atractivitatea; pe intern, Brașovul poate exista prin el însuși”* (Subiect 18) [D]. Datele arată o diferență observată în corpus, fără controlul altor factori: tururile cu eticheta Dracula au 4,22 față de 4,82 la cele fără ea (−0,60 puncte), iar tururile cu poveste, ale patrimoniului săsesc, au 4,91 (capitolul C) [C]. Concluzia capitolului C și a Volumului I (2.3) rămâne: pe piețele externe, destinația comunică promisiunea „Brașov, prietenul tău din Transilvania”, cu descriptorul „Brașov, Transilvania” și cu rolul de hub al triunghiului transilvănean; pentru piețele anglofone, ușa de intrare este scrisoarea contelui din primul capitol al romanului („My Friend… Welcome to the Carpathians… Your friend”), nu eticheta „Dracula”, iar Dracula rămâne personaj al festivalului Brașov Dark Fantasy Fest, nu nume al destinației [I]. Decizia de a nu numi Dracula în poziționare este o decizie de marcă, nu un efect demonstrat statistic [I].

[374] MÁV-csoport, Travel by night trains, rețeaua internațională de noapte valabilă din 14 decembrie 2025: https://www.mavcsoport.hu/en/mav-szemelyszallitas/international-travels/travel-night-trains

2.6. Ce lipsește astăzi

Destinația nu are un plan de piețe, nu are o serie a ponderii străinilor la nivelul municipiului, nu are un buget de promovare dimensionat pe piețe și nu are un parteneriat formalizat cu aeroportul și cu compania aeriană pentru comunicarea rutelor; comunicarea OMD a fost, până acum, orientată natural spre piața internă, unde Brașovul nu are nevoie de notorietate [C/I]. Fiecare dintre aceste lipsuri are o direcție în secțiunea 4.

3. Principii

Capitolul aplică cinci principii [I]:

- **accesul înaintea notorietății**: destinația comunică pe piețele în care are zbor sau tren direct; restul vine prin intermediari;
- **valoarea înaintea volumului**: piețele cu sejur lung au prioritate, iar pe piețele de volum comunicarea vinde a doua și a treia noapte;
- **comunicarea curatoriată**: destinația promovează operatorii care trec filtrul transparent al calității (eticheta de calitate, reperele culinare, patrimoniul privat viu, operatorii de turism activ curatoriați de OMD), cu criterii publice, fără să excludă pe nimeni din oraș (Volumul I, 1.9 și 3.14);
- **Brașovul ca hub**: pe piețele externe, destinația se vinde împreună cu Sibiul și cu Sighișoara, ca itinerar de 4–6 nopți cu baza la Brașov, fără să disperseze cererea (DMC7-f);
- **măsurarea înaintea campaniei**: nicio piață nu primește buget fără o serie care să arate rezultatul.

3a. Conținutul principal pe grupe de piețe

Promisiunea este una singură, „Brașov, prietenul tău din Transilvania” („Brașov, your friend in Transylvania”), dar conținutul principal al comunicării diferă pe grupe de piețe, după motivul care decide alegerea destinației și după accesul direct [I].

Regatul Unit, Germania, Austria: gastronomia ca motiv principal sau exclusiv. Pentru aproape patru din cinci călători, bucătăria este importantă sau foarte importantă în alegerea destinației[375], pentru 87% dintre respondenții unei anchete internaționale gastronomia este un factor-cheie[376], iar în Regatul Unit 71% spun că mâncarea este o parte-cheie a vacanței, 58% se consideră „foodies” și 76% sunt dispuși să plătească o cină specială[377] [C]; în ancheta din 2026 a asociației mondiale a turismului gastronomic, importanța mâncării în alegerea destinației este de 8,2 din 10[378] [C]; mâncarea și băutura sunt 30–40% din bugetul turistului și a doua prioritate de cheltuială a europenilor (20%), după cazare

[375]TravelBoom, 2026 Leisure Travel Study, citat de Culinary Travels Magazine și de Devour Destinations (2026); studiu al unei agenții de marketing hotelier din Statele Unite, cu eșantionul nepublicat în articolele consultate.

[376]Wondirad, A., Verheye, G. (2023), „Does gastronomy determine visitors' holiday destination choice?”, Cogent Food & Agriculture, 9(2): <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311932.2023.2266195>

[377]Euronews, 6 august 2026, studiul Chase privind vacanțele gastronomice ale britanicilor în 2026: <https://www.euronews.com/2026/08/06/great-british-foodie-staycation-summer-252m-get-a-taste-for-holidays-at-home-in-2026>

[378]World Food Travel Association, 2026 Food Travel Monitor: <https://www.worldfoodtravel.org/2026-food-travel-monitor>

(27%)[379][380] [C]. Conținutul: reperele culinare, produsele Țării Bârsei, localurile cu eticheta de calitate, Festivalul Culturii Culinare a Brașovului; pentru publicul germanofon, Kronstadt și bucătăria săsească (Volumul I, Politica 4; DM2, DM3, DM5) [I].

Spania, Italia, Portugalia, Franța și celelalte piețe cu veri caniculare: vara răcoroasă și activă („coolcation”). 81% dintre europeni spun că schimbările climatice le afectează deciziile de călătorie, 15% caută activ climate mai blânde, 14% evită destinațiile expuse caniculei, interesul pentru Mediterana a scăzut cu 8 puncte, iar interesul pentru estul Europei a crescut[381] [C]. Conținutul: orașul la 600 m, Poiana la 1.000 m, Postăvarul la 1.800 m; drumeția, ciclismul montan și natura la 15 minute de centru, împreună cu stilul primitor al localnicilor, „your friend in Transylvania”; gastronomia nu este mesaj principal pentru Franța (Volumul I, Politica 2; capitolul P3, D7-g; DM4, DM8) [I].

Ungaria, Polonia, Cehia: ciclismul montan și natura activă vara, schiul iarna, cu trenul de noapte și cu zborurile sezoniere, în bazinul central-european al parcurilor de biciclete (DM5, DM6) [I].

Israel: sejurul lung de familie, cu Poiana vara și iarna și cu oferta alimentară adecvată (DM7) [I].

Fiecare conținut comunicat trebuie să aibă motivul nopții a doua și a treia; prezența traseelor pe platformele drumeților și ale bicicliștilor (Komoot, AllTrails, Outdooractive, Trailforks) este condiția existenței pe piața europeană a drumeției și a ciclismului montan (DM9-b) [I].

Focusul strategiei. Două treimi din acțiunile de marketing ale strategiei și din bugetul de promovare se îndreaptă către atragerea turiștilor străini de pe piețele în care Brașovul are acces direct, cu avionul, cu trenul de noapte și cu mașina, astfel încât obiectivul sejurului mediu de 2,0 nopți, cu 2,2 nopți ca prag al ambiției, să aibă șanse reale de reușită: piețele externe aduc sejururi mai lungi și cheltuială mai mare pe noapte, iar piața românească, peste 80% din sosiri, a stagnat în 2025 (secțiunea 2.1) [I].

4. Direcții strategice

DM1. Planul anual al piețelor și parteneriatul pentru acces

Obiectiv. Din 2027, OMD Brașov are un plan anual al piețelor, actualizat în fiecare toamnă după orarele de iarnă și de vară, și un parteneriat formalizat cu aeroportul, cu compania aeriană și cu operatorii feroviari pentru comunicarea rutelor [I].

Măsuri.

- (a) **Planul anual al piețelor**: lista piețelor prioritare pe ranguri, cu bugetul, canalele și indicatorii fiecăreia, aprobat în Adunarea Generală a OMD odată cu planul operațional; actualizare în octombrie, după orarul de iarnă, și în martie, după orarul de vară [I].

[379]James, L., Manniche, J., „Food tourism and gastronomic trends” (InnoCoast, Universitatea Aalborg), cu sursele citate (ICTA, 2012; Kim et al., 2009; Tsai, Wang, 2016): <https://vbn.aau.dk/files/304743104/601026_innocoast_wp3_food_tourism_and_gastronomictrends_laura_james_and_jesper_manniche_.pdf>

[380]European Travel Commission, „Monitoring Sentiment for Intra-European Travel”, primăvara–vara 2025: <https://etc-corporate.org/news/europe-travel-spring-summer-2025/>

[381]European Travel Commission, „Monitoring Sentiment for Intra-European Travel”, primăvara–vara 2025: <https://etc-corporate.org/news/europe-travel-spring-summer-2025/>

- (b) **Parteneriatul de marketing cu aeroportul și cu compania aeriană**: protocol între OMD Brașov, aeroport și compania aeriană pentru comunicarea comună a rutelor (conținut de destinație în canalele companiei, campanii la deschiderea fiecărei rute, date lunare de pasageri pe rute) [I].
- (c) **Parteneriatul feroviar**: acord de comunicare cu operatorul feroviar național și cu operatorii maghiar și austriac pentru trenurile de noapte Budapesta–Brașov și Viena–Brașov (informare la bord și în gări, pachete tren + cazare, promovarea sezonului de schi și a weekendurilor Poienii) [I].
- (d) **Rutele noi ca evenimente**: fiecare rută deschisă primește, în primele trei luni, un program de presă și de creatori de conținut din piața respectivă, cu sejur de trei nopți, oraș și stațiune [I].

Actori. OMD Brașov; aeroportul și alte autorități publice; compania aeriană; operatorii feroviari. **Orizont.** (a), (b): 2027; (c), (d): 2027–2028.

DM2. Germania: piața de rang 1

Constatare. Patru rute directe (Dortmund, Nürnberg, Memmingen, Karlsruhe/Baden-Baden), prima piață externă a României, sejur mediu de 2,18 nopți și 31,1% sejururi de cel puțin trei nopți la Brașov, comunitate românească numeroasă în bazinele deservite, memorie săsească a orașului (Kronstadt) [C/SS].

Obiectiv. Germania devine prima piață externă a destinației ca înnoptări, cu un sejur mediu de cel puțin 2,5 nopți [I].

Măsuri.

- (a) **Narațiunea Kronstadt**: produsul de patrimoniu săsesc și al bisericilor fortificate, cu ghizi în limba germană din programul de recunoaștere locală (capitolul C, DC5), cu Biserica Neagră și cu memoria comunității ca fir [I].
- (b) **Produsul de natură pentru publicul germanofon**: drumeția, ciclismul montan, observarea faunei după standard, sezoanele de primăvară și de toamnă (capitolul P3), vândute prin turoperatorii de turism activ din Germania; pachetul zbor + bicicletă, cu transportul bicicletei inclus, și prezența destinației pe platformele bicicliștilor și în presa de specialitate germană, pentru piața în care bicicletele de munte electrice sunt circa 40% din bicicletele electrice vândute (capitolul P3, secțiunea 2.10) [C/I].
- (c) **Comunitatea**: comunicarea către românii din bazinele Ruhr, Franconia, Bavaria și Baden-Württemberg, ca prescriptori și ca piață de revenire pentru familii, cu produsele sărbătorilor și ale vacanțelor școlare [I].
- (d) **Presa și turoperatorii**: vizite anuale de presă și de turoperatori din cele patru bazine, cu sejur în triunghiul transilvănean [I].
- (e) **Gastronomia ca motiv principal**: reperele culinare, produsele Țării Bârsei, localurile cu eticheta de calitate și Festivalul Culturii Culinare a Brașovului, cu Kronstadt și cu bucătăria săsească drept fir pentru publicul germanofon, sub promisiunea mărcii (secțiunea 3a; Volumul I, Politica 4) [I].

Actori. OMD Brașov; compania aeriană; turoperatori; Biserica Evanghelică C.A.; OMD Sibiu, pentru produsul comun. **Orizont.** 2027–2029, apoi continuu.

DM3. Regatul Unit: sejur lung, iarnă și familie

Constatare. Rută directă de patru ori pe săptămână spre Londra, sejur mediu de 2,21 nopți, 33,4% sejururi de cel puțin trei nopți, recenzii ale familiilor britanice cu șapte nopți în Poiana și ale școlilor de schi cu instructori *„with great English”* (Volumul III) [C].

Obiectiv. Regatul Unit devine prima piață a sezonului de schi al Poienii și a sejururilor de familie de cinci–șapte nopți [I].

Măsuri.

- (a) **Produsul de schi de familie**: pachetul de șase nopți cu școală de schi, cazare în Poiana și două zile în oraș, vândut prin turoperatorii de schi britanici, cu prețul ca argument față de Alpi [I].
- (b) **Vara activă și vacanța urbană prelungită (city break)**: weekendul prelungit de trei nopți cu Bran, Râșnov și triunghiul transilvănean, pe zborul de vineri [I].
- (c) **Conținut în limba engleză**: platforma OMD, agenda și harta traseelor în engleză, ca standard, cu semnalizarea în limba engleză în tot orașul (DMC6-j) ca argument de comunicare [I].
- (d) **Gastronomia ca motiv principal sau exclusiv** al comunicării pe piața britanică: reperele culinare, produsele Țării Bârsei, localurile cu eticheta de calitate și Festivalul Culturii Culinare a Brașovului, sub promisiunea „Brașov, your friend in Transylvania” (secțiunea 3a; Volumul I, Politica 4) [I].

Actori. OMD Brașov; școlile de schi și asociația operatorilor din Poiana; turoperatorii de schi. **Orizont.** 2027–2028, apoi continuu.

DM4. Italia și Spania: de la city break la a doua noapte

Constatare. Cinci rute directe (Milano, Roma, Valencia, Barcelona, Madrid), volume mari de recenzii, dar sejururi scurte: 1,77 nopți din Italia, 1,71 din Spania, cu 14–19% sejururi de cel puțin trei nopți [C].

Obiectiv. Pe cele două piețe, ponderea sejururilor de cel puțin trei nopți se dublează până în 2034, prin produsele pe durate și prin triunghiul transilvănean [I].

Măsuri.

- (a) **„Trei nopți fără mașină”** ca produs principal al comunicării pe aceste piețe: o zi în centrul istoric, o zi în Poiana sau pe munte, o zi în regiune, cu cardul oaspetelui, de la trei nopți în sus (capitolul P1–P2, DMC7-b) [I].
- (b) **Itinerarul triunghiului**: Brașov–Sighișoara–Sibiu în 4–6 nopți, vândut împreună cu organizațiile de management al destinației din cele două orașe, cu Brașovul ca bază și poartă de intrare (DMC7-f) [I].
- (c) **Gastronomia ca motiv**: reperele culinare și localurile cu eticheta de calitate, Festivalul Culturii Culinare a Brașovului în comunicarea de toamnă, pentru publicuri care caută mâncarea ca experiență (capitolul G) [I].
- (d) **Comunitățile de români din Italia și Spania**, cele mai numeroase din Europa, ca piață de revenire și ca prescriptori pentru prietenii lor italieni și spanioli [I].
- (e) **Vara răcoroasă și activă („coolcation”)** ca mesaj principal de vară: orașul la 600 m, Poiana la 1.000 m, Postăvarul la 1.800 m, drumeția, ciclismul montan și natura la 15 minute de centru, cu

localnicii primitori; mesajul se extinde la Portugalia, prin intermediari (secțiunea 3a; capitolul P3, D7-g) [I].

Actori. OMD Brașov; OMD Sibiu și OMD Sighișoara; breasla restauratorilor; compania aeriană. **Orizont.** 2027–2029, apoi continuu.

DM5. Ungaria și Austria: trenul de noapte și bazinul central-european

Constatare. Budapesta are zbor direct de trei ori pe săptămână și tren direct de noapte (Corona, Ister, Dacia); Viena are tren direct de noapte (Dacia). Piețe central-europene cu tradiție montană, cu interes pentru patrimoniul transilvănean și cu publicul care alege trenul [C/I].

Obiectiv. Ungaria și Austria devin piețele trenului de noapte: produse tren + cazare, pentru schi și pentru triunghiul transilvănean, vândute în cele două capitale [I].

Măsuri.

- (a) **Pachetele tren + cazare**, cu operatorii feroviari și cu unitățile de cazare: plecare seara din Budapesta sau din Viena, sosire dimineața la Brașov, linia dedicată, propusă gratuită, de la gară spre centru, trei–șase nopți [I].
- (b) **Sezonul de schi cu trenul**: oferta Poienii pentru publicul maghiar și austriac, cu transportul echipamentului rezolvat și cu transferul gară–stațiune inclus [I]; vara, pachetul tren + bicicletă pentru bazinul central-european (Ungaria, Austria, Cehia), cu parcul de ciclism montan din Postăvaru, Cheile Grădiștei, Bran și Azuga ca ofertă de cinci–șapte zile (capitolul P3, programul „Brașov, destinație de ciclism montan") [I].
- (c) **Prezența în cele două capitale**: participarea la târgurile de turism de la Budapesta și de la Viena, cu Sibiul și cu Sighișoara, sub mesajul triunghiului transilvănean [I].
- (d) **Gastronomia pentru publicul austriac**, cu bucătăria săsească și reperele culinare ca motiv al nopții a doua, și ciclismul montan vara, schiul iarna pentru bazinul maghiar și ceh (secțiunea 3a) [I].

Actori. OMD Brașov; operatorii feroviari; asociația operatorilor din Poiana; OMD Sibiu și OMD Sighișoara. **Orizont.** 2027–2028, apoi continuu.

DM6. Polonia și Republica Moldova: piețele rutelor sezoniere și ale rutei noi

Constatare. Polonia are rute de vară (Varșovia, Katowice), suspendate iarna, și apare între piețele cu sejur lung în Poiana (capitolul P5); Republica Moldova are rută nouă (Chișinău, din 17 decembrie 2026) și un comportament de sejur lung în recenzii (2,04 nopți; 30,8% de cel puțin trei nopți) [C/SS].

Obiectiv. Polonia: ruta de vară susținută prin produsul de natură și, în negociere cu compania aeriană, extinsă la sezonul de schi; Republica Moldova: piață de familie și de evenimente, pe tot anul [I].

Măsuri.

- (a) **Produsul de vară pentru Polonia**: natura activă, ciclismul montan cu pachetul zbor + bicicletă, Poiana ca stațiune de vară și triunghiul transilvănean, în comunicarea de primăvară; argumentul datelor de iarnă pentru companie, în vederea unei rute de sezon de schi [I].

- (b) **Republica Moldova**: comunicarea calendarului (evenimentele, sărbătorile, Târgul de Crăciun), a Poienii pentru familii și a ofertei de sănătate și wellness, în limba română, pe canalele proprii și prin agențiile din Chișinău [I].

Actori. OMD Brașov; compania aeriană; agențiile din piețele respective. **Orizont.** 2027–2028.

DM7. Israel: piața sejurului lung, prin București

Constatare. Cel mai lung sejur dintre piețele mari (2,70 de nopți; 47,2% de cel puțin trei nopți; 3,14 nopți în Poiana), a treia piață externă a României, fără zbor direct la Brașov; accesul prin București [C].

Obiectiv. Israelul rămâne prima piață a sejurului lung, cu produsul de la aeroportul din București și, când condițiile o permit, cu o rută directă negociată cu compania aeriană [I].

Măsuri.

- (a) **Produsul de la aeroportul din București**: transferul organizat București–Brașov inclus în pachet, sejurul în două etape, oraș și stațiune, vândut prin tur operatorii israelieni activi în România [I].
- (b) **Oferta de familie și de grup**: Poiana vara și iarna, inclusiv ciclismul montan pe trasee de inițiere și de familie (capitolul P3), oferta alimentară adecvată, în cooperare cu asociația operatorilor din Poiana și cu breasla restauratorilor [I].
- (c) **Ruta directă**: dosarul de piață pentru compania aeriană, cu datele destinației (sejur, cheltuială, sezonalitate), prezentat împreună cu aeroportul [I].

Actori. OMD Brașov; tur operatori; aeroportul; asociația operatorilor din Poiana. **Orizont.** (a), (b): 2027; (c): 2028–2030.

DM8. Piețele prin intermediari: Franța, Benelux, Statele Unite și restul lumii

Constatare. Volume vizibile în recenzii (Franța 416, Statele Unite 369, Țările de Jos 181), acces prin București sau prin hub-uri europene, fără masă critică pentru campanii proprii [C].

Obiectiv. Aceste piețe primesc comunicare prin tur operatori, prin alianța triunghiului transilvănean și prin organizația națională de turism, cu conținut în limbile lor pe platforma OMD, fără campanii proprii [I].

Măsuri.

- (a) **Conținutul în limbile piețelor** (franceză, neerlandeză, engleză americană): paginile de destinație, agenda și harta, cu actualizare anuală [I].
- (b) **Tur operatorii și platformele**: prezența destinației în cataloagele tur operatorilor de circuite din Transilvania și în canalele platformelor de rezervare, cu produsele pe durate [I].
- (c) **Prezența prin triunghi și prin organizația națională**: participarea la târgurile internaționale numai în stand comun cu Sibiul și cu Sighișoara sau în standul național [I].
- (d) **Conținutul principal pentru Franța și Portugalia**: vara răcoroasă și activă, drumeția și ciclismul montan, cu localnicii primitori; gastronomia nu este mesaj principal pentru Franța (secțiunea 3a) [I].

Actori. OMD Brașov; OMD Sibiu și OMD Sighișoara; organizația națională de turism. **Orizont.** Continuu.

DM9. Mesajele, canalele și calendarul comunicării externe

Obiectiv. Pe toate piețele externe, destinația comunică același mesaj, cu aceleași instrumente, pe un calendar comun [I].

Regula generală: dezvoltarea precede promovarea. Niciun conținut nu devine mesaj principal pe o piață înainte ca produsul să existe, să poată fi rezervat și să fie livrat la standardul promis; comunicarea promovează dovezile existente și condiționează campania dominantă de livrarea produsului [I]. Pentru gastronomie, condiția este publicarea cărții-etalon a rețetelor brașovene, cu țintele de cel puțin 30 de localuri cu eticheta de calitate și de cel puțin 20 de localuri cu reperele în meniu; până atunci, gastronomia este conținut secundar pe piețele Regatului Unit, Germaniei și Austriei (capitolul G) [I]. Pentru Halloween, produsul „Halloweenul în Transilvania, cu baza la Brașov" se comunică pe piețele anglofone (Regatul Unit, Irlanda, Statele Unite) și pe piața germană în fereastra 15 octombrie – 1 noiembrie, cu Dracula numit în produs, nu în poziționare, și cu Brașovul ca bază la două zile înainte și după petrecerea de la Castelul Bran, produs vândut deja de operatorii internaționali; ținta destinației este prezența în top 20 al clasamentelor internaționale de Halloween în 2034, în cel puțin două clasamente recurente (capitolul C, DC10-e) [I].

Măsuri.

- (a) **Promisiunea „Brașov, prietenul tău din Transilvania", cu descriptorul „Brașov, Transilvania"**: hub al triunghiului transilvănean, cu muntele la cinci kilometri de centru și cu stațiunea Poiana Brașov; tonul vocii din harta salutului și personalitatea salutului „Servus", spus și în limba oaspetelui (Volumul I, 3.14); viziunea „capitala Carpaților", comunicată cu dovezile ei (porțile fără mașină, Salvamontul, evenimentele, hub-ul); prietenii tăi din Transilvania, ghizii și prestatorii curatoriați de OMD care vorbesc limbile piețelor, ca argument de vânzare (Volumul I, S6); pentru piețele anglofone, scrisoarea contelui ca ușă de intrare, în locul etichetei „Dracula"; povestea-nucleu și sub-mărcile din capitolul C (DC5, DC9) și marca stațiunii din capitolul P5 [I].
- (b) **Canalele**: marketingul comun cu compania aeriană și cu aeroportul; operatorii feroviari; turoperatorii și agențiile din piețele cu acces direct; presa și creatorii de conținut invitați pe rutele existente; platformele de rezervare; comunitățile de români din piețele-țintă; ambasadele, prin programul „Poiana celebrează lumea"; canalele proprii ale OMD în limbile piețelor; centrul de presă și banca de imagini a destinației (S4); pentru ciclismul montan, platformele de trasee (Trailforks, Komoot), presa de specialitate, creatorii de conținut și turoperatorii de turism activ [I].
- (c) **Comunicarea curatoriată**: în toate canalele, destinația promovează operatorii care trec filtrul transparent al calității, cu criterii publice; lista se actualizează anual (Volumul I, 3.14) [I].
- (d) **Calendarul anual**: ianuarie–februarie, sezonul de schi (Regatul Unit, Ungaria, Austria, Polonia); martie–mai, primăvara, natura și Junii (Germania, Austria, piețele de natură); iunie–august, vara răcoroasă și activă, cu drumeția și ciclismul montan, și triunghiul (Italia, Spania, Portugalia, Franța, Polonia, Germania, Ungaria), cu gastronomia pe tot anul pentru Regatul Unit, Germania și Austria; septembrie–noiembrie, toamna, gastronomia și festivalul propus Brașov Dark Fantasy Fest, crescut din Dracula Creative Week (toate piețele); decembrie, Târgul de Crăciun și Poiana (Republica Moldova, Ungaria, comunitățile de români) [I].

Actori. OMD Brașov, cu partenerii fiecărui canal. **Orizont.** 2027, apoi anual.

DM10. Piața internă: comunicare coerentă și operațională

Constatare. Brașovul este cea mai atractivă destinație urbană a României pentru români (86,9% atractivitate și 76,7% recomandare fermă, total ponderat; 90,0% și 80,8% în rândul femeilor), cu un bazin de proximitate cu vizitare anuală de 40–52% și cu un sejur scurt; 36% dintre nevizitatorii din București nu știu ce ar putea face în oraș (cercetarea națională) [C].

Obiectiv. Piața internă nu primește campanii de notorietate, ci informație: calendarul unic, produsele pe durate, regiunea, valorile destinației și regulile ei, cu partea principală a bugetului de promovare rezervată piețelor externe; promisiunea „Brașov, prietenul tău din Transilvania" se comunică și pe piața internă, cu tonul vocii din harta salutului, iar locuitorii sunt primul ei public [I].

Măsuri.

- (a) **Calendarul unic și agenda integrată** ca instrument principal al comunicării interne, publicate cu un an înainte (S2, S4) [I].
- (b) **Produsele pe durate și regiunea**: ghidul pe durate (una, trei, cinci zile), excursiile de o zi din Brașov, Poiana pe patru anotimpuri, pentru bazinul de proximitate și pentru familii [I].
- (c) **Vestul și nordul țării** ca piață de conectivitate: comunicarea rutelor feroviare și aeriene interne, nu a atractivității, pe care o recunosc deja [I].
- (d) **Valorile și regulile destinației**: comunicarea regulilor de parcare, a accesului controlat, a liniilor dedicate și a cardului oaspetelui, ca parte a produsului, nu ca restricție [I].

Actori. OMD Brașov; unitățile de cazare; RATBV; operatorii. **Orizont.** Continuu.

5. Piețele prioritare: sinteza

Nomazii digitali, segment transversal al piețelor. Programul „Work from Brașov" (Volumul I, Politica 6, P4-j) se comunică pe toate piețele cu zbor direct, cu argumentul vizei pentru nomazi digitali pe care România o are din 2022, al costului corect și al comunității; nomadul stă săptămâni, în zilele lucrătoare și în extrasezon [I].

Tabelul 3. Piețele prioritare ale comunicării destinației, 2027–2034 (II.6)

Rang	Piața	Accesul direct	Comportamentul de sejur (Booking)	Rolul în strategie	Produsele principale
1	Germania	4 rute aeriene	2,18 nopți; 31,1% ≥ 3 nopți	prima piață externă ca înnoptări	Kronstadt și bisericile fortificate; gastronomia; natura; comunitatea
1	Regatul Unit	Londra, 4 pe săptămână	2,21 nopți; 33,4% ≥ 3 nopți	gastronomia ca motiv principal; sezonul de schi și familia	gastronomia; schiul de familie; weekendul prelungit
1	Italia	Milano, Roma	1,77 nopți; 18,7% ≥ 3 nopți	volum, de convertit în a doua noapte	vara răcoroasă și activă; „trei nopți fără mașină"; triunghiul
1	Spania	Valencia, Barcelona, Madrid	1,71 nopți; 14,3% ≥ 3 nopți	volum, de convertit în a doua noapte	vara răcoroasă și activă; „trei nopți fără mașină"; triunghiul
2	Ungaria	Budapesta, zbor și tren de noapte	-	trenul de noapte; ciclismul montan vara, schiul iarna	tren + cazare; ciclismul montan; schiul; triunghiul
2	Austria	Viena, tren de noapte (Dacia)	-	trenul de noapte; gastronomia și natura	tren + cazare; gastronomia; natura; triunghiul
2	Polonia	Varșovia, Katowice	sejur lung în Poiana	ruta de vară, de extins la iarnă	ciclismul montan și natura activă; Poiana

Rang	Piața	Accesul direct	Comportamentul de sejur (Booking)	Rolul în strategie	Produsele principale
		(vară)			
2	Republica Moldova	Chișinău, 3 pe săptămână	2,04 nopți; 30,8% ≥ 3 nopți	familie și evenimente	calendarul; Poiana; wellness
3	Israel	prin București	2,70 de nopți; 47,2% ≥ 3 nopți	sejurul lung	pachetul de la aeroportul din București; Poiana
3	Franța, Benelux, Statele Unite	prin București și hub-uri	1,85–2,06 nopți	prin intermediari	vara răcoroasă și activă; circuitele Transilvaniei; conținut în limbile lor
-	Piața internă	rutier, feroviar, aerian intern	sejur scurt	comunicare operațională	calendarul; produsele pe durate; regiunea

Sursa: Tabelele 1 și 2; cercetarea națională; capitolul P5 [C]/[SS]/[I].

6. Indicatorii și bugetul

Tabelul 4. Indicatorii comunicării cu piețele (II.6)

Indicator	Baza	Sursa	Ținta 2030	Ținta 2034
Ponderea turiștilor străini în înnoptările municipiului	de constituit în 2027 (reper județean: INS; reper al destinației: recenziile)	evidența taxei speciale pentru promovarea turistică (țara de rezidență); panelul de hoteluri; INS, la cerere, pentru localitate	cu cel puțin 5 puncte procentuale peste bază	cu cel puțin 15 puncte procentuale peste bază
Sejurul mediu al turiștilor străini	2,01 nopți în destinație, oraș și Poiana (1,96 numai în oraș; 2,38 în Poiana) (Booking, 2023–2026) [C]	recenzii; panelul de hoteluri	cel puțin 2,3 nopți	cel puțin 2,5 nopți
Ponderea sejururilor de cel puțin trei nopți pe piețele de volum (Italia, Spania)	18,7% și 14,3% [C]	recenzii	cel puțin 25%	dublare față de bază
Pasagerii aeroportului pe rutele piețelor prioritare	337.353 de pasageri în 2025, toate rutele [SS]	aeroportul, lunar, pe rute	serie publicată; în creștere	în creștere
Produse tren + cazare vândute pe Budapesta și Viena	inexistente	OMD; operatorii feroviari	serie publicată	în creștere
Ponderea bugetului de promovare al OMD cheltuit pe piețele externe	de constituit	raportul anual al destinației	cel puțin 50%	cel puțin 60%
Acoperirea limbilor pe canalele proprii	română și engleză	platforma OMD	germană, italiană, spaniolă, maghiară	plus franceză, ebraică, poloneză
Gastronomia drept conținut principal pe Regatul Unit, Germania și Austria	conținut secundar	OMD; capitolul G	după publicarea cărții-etalon; cel puțin 30 de localuri cu etichetă și 20 cu repere în meniu	conținut principal, cu dovezi
Prezența Brașovului în clasamentele internaționale ale destinațiilor de Halloween	absent (2026)	clasamentele publicate; observatorul OMD	inclus în eșantion; top 50	top 20 în cel puțin două clasamente recurente

Sursa: echipa de proiect [I]. Indicatorii se raportează în raportul anual al destinației și se citesc împreună cu OD1.1 (sejurul) și OD1.2 (valoarea).

Bugetul. Comunicarea cu piețele se finanțează din taxa specială pentru promovarea turistică, prin resursele OMD virate lunar conform statutului, din contribuțiile partenerilor de canal (compania aeriană, aeroportul, operatorii feroviari, turoperatorii, în marketing comun) și din programele organizației naționale de turism. Regula de alocare: cel puțin 60% din bugetul de promovare pe piețele externe în 2034 (50% în 2030), cu rangul 1 ca prioritate; piața internă primește instrumente, nu campanii [I].

7. Guvernanța și partenerii

OMD Brașov conduce comunicarea cu piețele, ca funcție de destinație cuprinsă în mandatul aprobat în Adunarea Generală (S3); planul anual al piețelor se aprobă odată cu planul operațional. Partenerii: aeroportul și alte autorități publice (rutele, datele de pasageri, marketingul comun); compania aeriană (rutele, canalele proprii, campaniile de deschidere); operatorii feroviari național, maghiar și austriac (trenurile de noapte, pachetele); organizațiile de management al destinației din Sibiu și din Sighișoara (triunghiul transilvănean, standurile comune); ambasadele și Direcția Protocol a Ministerului Afacerilor Externe (programul „Poiana celebrează lumea"); organizația națională de turism (standurile naționale, piețele prin intermediari); unitățile de cazare și operatorii (produsele, datele de rezidență) [I]. Actualizarea anuală a listei piețelor după orare este obligația planului operațional (DM1-a).

8. Riscuri

Reducerea sau suspendarea rutelor aeriene (riscul 11 din Volumul I): varianta de rezervă sunt piețele cu tren direct și accesul prin București, cu vânzarea prin turoperatori. Dependența de o singură companie aeriană: parteneriatul de marketing include datele și termenele de preaviz, iar dosarul de piață al destinației se prezintă și altor companii. Lipsa seriei ponderii străinilor: observatorul constituie seria din evidența taxei speciale pentru promovarea turistică și din panelul de hoteluri din 2027, iar până atunci folosește recenziile și datele județului. Dispersarea cererii prin triunghi: produsele comune rețin cel puțin două nopți la Brașov (DMC7-f) [I].

Anexa A. Măsurile capitolului

Nr.	Direcția	Măsura	Responsabil	Orizont	Prioritate
1	DM1	Planul anual al piețelor, actualizat după orarele de iarnă și de vară	OMD	2027, anual	1
2	DM1	Parteneriatul de marketing cu aeroportul și cu compania aeriană	OMD; aeroportul; alte autorități publice	2027	1
3	DM1	Parteneriatul feroviar pentru trenurile de noapte	OMD; operatorii feroviari	2027–2028	1
4	DM1	Programul de presă și de creatori de conținut la fiecare rută nouă	OMD	2027, continuu	2
5	DM2	Narațiunea Kronstadt și ghizii în limba germană	OMD; Biserica Evanghelică C.A.	2027–2028	1
6	DM2	Produsul de natură pentru publicul germanofon, prin turoperatori	OMD; operatorii	2027–2029	1
7	DM2	Comunicarea către comunitățile de români din bazinele germane	OMD	2027, continuu	2
8	DM2	Vizitele de presă și de turoperatori din Germania	OMD; OMD Sibiu	anual	2

Nr.	Direcția	Măsura	Responsabil	Orizont	Prioritate
9	DM3	Pachetul de schi de familie pentru Regatul Unit	OMD; școlile de schi; Asociația din Poiana	2027–2028	1
10	DM3	Weekendul prelungit de trei nopți pe zborul de Londra	OMD	2027	2
11	DM3	Conținutul în limba engleză ca standard	OMD	2027	1
12	DM4	„Trei nopți fără mașină” ca produs principal pentru Italia și Spania	OMD; unitățile de cazare	2027–2028	1
13	DM4	Itinerarul triunghiului transilvănean vândut în comun	OMD; OMD Sibiu; OMD Sighișoara	2027–2029	1
14	DM4	Gastronomia în comunicarea de toamnă	OMD; breasla restauratorilor	2027, anual	2
15	DM4	Comunitățile de români din Italia și Spania	OMD	2027, continuu	2
16	DM5	Pachetele tren + cazare din Budapesta și din Viena	OMD; operatorii feroviari; unitățile de cazare	2027–2028	1
17	DM5	Sezonul de schi cu trenul	OMD; Asociația din Poiana	2027–2028	2
18	DM5	Prezența la târgurile din Budapesta și din Viena, în stand comun	OMD; OMD Sibiu; OMD Sighișoara	anual	2
19	DM6	Produsul de vară pentru Polonia și dosarul rutei de iarnă	OMD; compania aeriană	2027–2028	2
20	DM6	Comunicarea pentru Republica Moldova	OMD; agențiile	2027	2
21	DM7	Pachetul de la aeroportul din București pentru Israel	OMD; turoperatori	2027	1
22	DM7	Oferta de familie și de grup pentru Israel	OMD; Asociația din Poiana; breasla	2027–2028	2
23	DM7	Dosarul de piață pentru o rută directă	OMD; aeroportul	2028–2030	2
24	DM8	Conținutul în franceză, neerlandeză și engleză americană	OMD	2028	3
25	DM8	Prezența în cataloagele turoperatorilor de circuite	OMD	2027, continuu	2
26	DM8	Târgurile internaționale numai în stand comun sau național	OMD	continuu	3
27	DM9	Mesajul-cadru „Brașov, Transilvania” în toate canalele	OMD	2027	1
28	DM9	Arhitectura canalelor și contractele de marketing comun	OMD	2027	1
29	DM9	Lista anuală a operatorilor promovați, cu criterii publice	OMD	2027, anual	1
30	DM9	Calendarul anual al comunicării externe	OMD	anual	1
31	DM10	Calendarul unic și agenda integrată, publicate cu un an înainte	OMD	anual	1
32	DM10	Ghidul pe durate și excursiile de o zi	OMD	2027	1
33	DM10	Comunicarea conectivității pentru vestul și nordul țării	OMD	2027, continuu	3
34	DM10	Comunicarea regulilor destinației ca parte a produsului	OMD; Primării; RATBV	2027, continuu	2
35	DM2	Gastronomia ca motiv principal pentru publicul german	OMD; breasla restauratorilor	2027, continuu	1
36	DM3	Gastronomia ca motiv principal sau exclusiv pentru piața britanică	OMD; breasla restauratorilor	2027, continuu	1
37	DM4	Vara răcoroasă și activă ca mesaj principal de vară pentru Italia, Spania și Portugalia	OMD; operatorii de turism activ	2027, anual	1
38	DM5	Gastronomia pentru publicul austriac; ciclismul montan vara și schiul iarna pentru bazinul maghiar și ceh	OMD	2027, continuu	2

Nr.	Direcția	Măsura	Responsabil	Orizont	Prioritate
39	DM8	Vara răcoroasă și activă pentru Franța și Portugalia, fără gastronomia ca mesaj principal pentru Franța	OMD	2028, continuu	2

Sursa: echipa de proiect [I].

II.7. Economia vizitatorului: centrul expozițional și cazarea (ADMI)

Economia vizitatorului: centrul de congrese și expoziții și regimul apartamentelor în regim hotelier

Capitol tematic · Politicile 6 și 7 din Volumul I, secțiunile 3.6 și 3.7

Cheie de lectură

Ce este capitolul. Capitolul reproduce, ca text integral al Politicilor 6 și 7, secțiunile 6, 7 și 8 ale Analizei Diagnostic Multicriteriale Integrate (ADMI): centrul de congrese și expoziții (P4), regimul apartamentelor în regim hotelier (P6) și ierarhizarea opțiunilor cu testele de robustețe. Diagnosticul pe criterii și pe domenii care le precedă, indicatorii de monitorizare, lacunele de date și anexele de calcul rămân în ADMI, în Volumul III, Fundamentarea, la care capitolul trimite. Numerotarea tabelelor și a notelor este cea din ADMI, pentru ca trimiterile să rămână valabile în ambele volume. Măsurile P4-a–P4-j și P6-a–P6-j, cu codurile de aici, sunt preluate în fișele Politicilor 6 și 7 din Volumul I și în Anexa 1.

Convenția de marcaje: **[C]** date confirmate în baze de date sau în documente oficiale; **[E]** evaluări și calcule ale echipei de proiect; **[I]** interpretări sau propuneri ale echipei de proiect; **[D]** declarații ale stakeholderilor, redate ca atare.

Capitolul pe o pagină. Acest capitol este capitolul II.7 al Volumului II, Capitolele integrale, al Strategiei de Dezvoltare și Marketing Turistic a Destinației Brașov 2027–2034; în Volumul I, el fundamentează Politica 6, „Economia vizitatorului: turismul de afaceri și centrul expozițional", și Politica 7, „Economia vizitatorului: cazarea și apartamentele turistice". Ce decide: centrul de congrese și expoziții se dezvoltă etapizat, cu etapa 1 de 20.000 mp, extensibilă la 50.000 mp, după studiul de fezabilitate și de piață din 2027, iar dezvoltarea până la 100.000 mp rămâne decizia autorității locale; biroul de convenții al OMD aduce târgurile și congresele în zilele lucrătoare și în extrasezon; apartamentele în regim hotelier primesc aceleași reguli și aceeași taxă ca toate formele de cazare, prin orientare cu stimulente, fără interdicții, cu numărul de înregistrare în fiecare anunț și cu micul dejun contractat. Diagnosticul complet, scorurile și anexele de calcul sunt în ADMI (Volumul III).

1. P4. Centrul expozițional și de afaceri

1.1. Constatare

Brașovul nu are o problemă de atracție, ci una de utilizare a capacității. Capacitatea de cazare a crescut în același ritm cu cererea, iar gradul de ocupare din 2025 este sub cel din 2001 [C]. Lunile martie–mai rămân sub 30%, iar operatorii descriu săptămâni slabe și weekenduri pline (ADMI, secțiunea 3.1, Volumul III) [C/E/D].

Orașul nu are o infrastructură expozițională. Sala Polivalentă va acoperi concertele, sportul și congresele, dar nu și târgurile, care cer hale de mari dimensiuni (atelierul 05) [D]. Hotelurile au săli de conferință, iar Poiana are capacitate de conferință în majoritatea unităților mari, fără un centru dedicat (capitolul P5, D4) [D].

Cererea vine din consultare, de la sectoare diferite. Operatorii din alimentația publică au formulat-o ca prima cerere către administrație:

> *„Un centru expozițional. Cum e Romexpo. Ăla aduce grămadă de business și pentru hoteluri și pentru restaurante în timpul săptămânii, de luni până vineri."* (atelierul 05) [D]

> *„Eu principal aș cere centrul expozițional."* (atelierul 05) [D]

Subiectul 8 leagă turismul de afaceri de perioada de extrasezon: *„un segment care va aduce un plus de valoare extraordinar, mai ales în acele capete de sezon când atât Poiana, cât și Brașovul trebuie să..."* (Subiect 8) [D].

Administrația locală are în vedere o platformă. În consultare s-a arătat că Primăria analizează un centru expozițional pe platforma CET, într-o zonă cu funcțiune mixtă:

> *„Să facem un centru expozițional la CET. Dar nu o să fie doar [...] centru expozițional, mare atenție, da?"* (Subiect 13) [D]

Platforma are, potrivit aceleiași surse, 40 de hectare, iar studiul de fezabilitate pentru ecologizarea ei a fost aprobat în Consiliul Local [D]. Afirmația se verifică pe hotărârea Consiliului Local (anexa B a ADMI, Volumul III).

1.2. Mecanismul: cum produce un centru expozițional valoare pentru destinație

Cerere în zilele lucrătoare. Târgurile profesionale se țin în zile lucrătoare. În 2025, la Romexpo, două târguri industriale s-au desfășurat de marți până vineri, în mai, iar un târg de logistică de marți până joi, în octombrie [C][382].

Cerere în extrasezon. Calendarul Romexpo din 2025 cuprinde târguri din februarie până în iunie și din septembrie până în decembrie; în ianuarie, iulie și august nu există niciun târg sau expoziție [C][383]. Lunile cu târguri coincid cu perioada de extrasezon a Brașovului (martie–mai, noiembrie) [I].

Ședere de mai multe zile. Participanții la un târg rămân în oraș mai multe zile:

> *„Și ei nu vin o zi, la un târg vii 2-3 zile."* (atelierul 05) [D]

La Viena, un participant la congres cheltuie în medie 560 € pe noapte, față de 380 € media vizitatorilor orașului[384].

Prelungirea șederii prin pachete. Hotelierii descriu chiar mecanismul pe care se sprijină P4, transformarea vizitei de afaceri într-o vacanță:

> *„încerc să agăț din zona de MICE turistul business și să-l fac să-și prelungească concediul individual prin niște pachete pe care eu ca hotelier le ofer"* (atelierul 04) [D]

Evenimentele de afaceri aduc venit și în afara hotelului:

> *„Evenimentele MICE ies în destinație, cel puțin o cină în exterior"* (atelierul 04) [D]

Capacitate interioară pentru lunile cu vreme instabilă. Evenimentele în aer liber sunt riscante tocmai în martie și în noiembrie (capitolul P3, D7) [D]; halele expoziționale pot găzdui în aceste luni și evenimente publice, nu doar târguri [I].

Efecte de lanț. Furnizorii locali (standuri, logistică, catering), cazarea în zona metropolitană și în Poiana (capitolul P5, D4-c), argumentul pentru rute aeriene noi și biletul de târg care include transportul public, după modelul de la Leipzig[385] [I]. Halele pot găzdui și programul candidaturii la titlul de Capitală Europeană a Culturii 2034, iar capitolul C analizează un spațiu expozițional muzeal în polul Sala Polivalentă–Bartolomeu, în corelare cu amplasamentul centrului expozițional (scenariul S6) [I].

[382]Romexpo, Raportul de activitate ianuarie–decembrie 2025: https://romexpo.ro/wp-content/uploads/2026/05/Raport_Activitate_2025RMX.pdf

[383]Romexpo, Raportul de activitate ianuarie–decembrie 2025: https://romexpo.ro/wp-content/uploads/2026/05/Raport_Activitate_2025RMX.pdf

[384]VIECON (Messe Wien), fișa de presă: https://vieconcenter.at/assets/Presse/Presse-Factsheet-VIECON-Messe-Wien_0526.pdf

[385]Leipziger Internet Zeitung, biletul de târg cu transportul public inclus: https://www.l-iz.de/wirtschaft/wirtschaft-leipzig/2023/07/raus-aus-dem-tal-leipziger-messe-2022-75-millionen-euro-umsatz-544078

1.3. Repere europene

Tabelul 5. Centre expoziționale de comparație (II.7)

Centrul	Suprafață expozițională	Vizitatori pe an	Repere de impact
Romexpo, București	circa 57.000 mp, inclusiv platformele exterioare; pavilioanele moderne B1 și B2, circa 30.000 mp[386]	808.536 (2025)[387]	3.998 de expozanți și 111 de manifestări într-un an[388]
Ptak Warsaw Expo, la marginea Varșoviei	143.000 mp în 6 hale și 500.000 mp exterior[389]	peste 1,5 milioane, din 70 de țări[390]	aproape 20.000 de expozanți; 15.000 de locuri de parcare; la 10 minute de aeroport[391]
Brno	peste 125.000 mp de spațiu expozițional net (BVV declară peste 130.000 mp)[392]	peste 1 milion, la circa 50 de târguri pe an[393]	al doilea oraș al Cehiei, cu tradiție de târguri din 1928[394]
Leipziger Messe	111.900 mp în hale[395]	peste 1,05 milioane, din 72 de țări (2025)[396]	circa 6.600 de locuri de muncă susținute (2022)[397]
VIECON (fosta Messe Wien), Viena	73.000 mp[398]	-	peste 350.000 de înnoptări generate de congrese (2025)[399]
Fiera Milano, Rho	-	4,5 milioane (2019)[400]	impact total de 8,1 miliarde €, din care 4,3 miliarde în Lombardia[401]

Sursa: documentele centrelor și presa de specialitate indicate în note. Datele provin din ani și definiții diferite; comparația indică ordine de mărime [C].

Capacitatea la nivel de țară. Austria și Polonia se numără printre cele 22 de piețe ale lumii cu peste 300.000 mp de spațiu expozițional interior brut; România și Cehia nu se află pe această listă, iar Europa are 39 dintre cele 83 de centre de peste 100.000 mp ale lumii[402]. Pragul pentru cel mai mare centru expozițional din Europa Centrală și de Est este, în prezent, Ptak Warsaw Expo, cu 143.000 mp [C][403].

[386]Romexpo, Raportul de activitate ianuarie–decembrie 2025: https://romexpo.ro/wp-content/uploads/2026/05/Raport_Activitate_2025RMX.pdf
[387]Romexpo, Raportul de activitate ianuarie–decembrie 2025: https://romexpo.ro/wp-content/uploads/2026/05/Raport_Activitate_2025RMX.pdf
[388]Romexpo, Raportul de activitate ianuarie–decembrie 2025: https://romexpo.ro/wp-content/uploads/2026/05/Raport_Activitate_2025RMX.pdf
[389]Ptak Warsaw Expo, prezentarea centrului: https://warsawexpo.eu/en/about-us/
[390]Ptak Warsaw Expo, prezentarea centrului: https://warsawexpo.eu/en/about-us/
[391]Ptak Warsaw Expo, prezentarea centrului: https://warsawexpo.eu/en/about-us/
[392]BVV Trade Fairs Brno, peste 130.000 mp de suprafață expozițională netă: https://www.bvv.cz/en/about-the-company
[393]BVV Trade Fairs Brno, circa 50 de târguri și peste 1 milion de vizitatori pe an: https://www.bvv.cz/en/about-the-company
[394]BVV Trade Fairs Brno, tradiția târgurilor din 1928: https://www.bvv.cz/en/about-the-company
[395]Leipziger Messe, raportul de activitate 2024: https://www.leipziger-messe.de/files/corporatesite/media/unternehmen/unterlagen/20062025-rz-lm-geschaeftsbericht2024-digital.pdf
[396]Leipziger Internet Zeitung, rezultatele Leipziger Messe în 2025: https://www.l-iz.de/economy/leipzig-en-en/2026/07/more-than-a-million-visitors-from-72-countries-leipziger-messe-has-continued-its-growth-trajectory-in-2025-662667
[397]Leipziger Messe, raportul de activitate 2022: https://magazin.leipziger-messe.de/wp-content/uploads/2023/07/20230622_LM_Geschaeftsbericht-Digital_V1.pdf
[398]VIECON (Messe Wien), fișa de presă: https://vieconcenter.at/assets/Presse/Presse-Factsheet-VIECON-Messe-Wien_0526.pdf
[399]VIECON (Messe Wien), fișa de presă: https://vieconcenter.at/assets/Presse/Presse-Factsheet-VIECON-Messe-Wien_0526.pdf
[400]Panorama, vizitatorii Fiera Milano în 2019: https://www.panorama.it/abbonati/fiere-il-settore-volano-da-60-miliardi-di-euro-ricomincia-dal-digitale
[401]Fiera Milano, impactul socio-economic (studiu KPMG): https://fieramilano.it/en/sustainability/-socio-economic-impacts.html
[402]UFI, World Map of Exhibition Venues, ediția 2024: https://www.ufi.org/media-releases/ufi-releases-2024-edition-of-the-world-map-of-exhibition-venues/
[403]Ptak Warsaw Expo, prezentarea centrului: https://warsawexpo.eu/en/about-us/

Lectura pentru Brașov. Romexpo este singurul centru expozițional de mari dimensiuni din România, iar capacitatea lui este sub cea a centrelor din orașele comparabile ale regiunii [C/D]. Brașovul are poziția centrală în țară, aeroport internațional și o capacitate de cazare liberă mare, iar Brno arată că un al doilea oraș al unei țări poate susține un centru de dimensiune europeană [I].

1.4. Scenariile de dimensionare

Scenariile sunt modulare, pe ipotezele stabilite de managementul de proiect: 10 vizitatori pe an pentru fiecare metru pătrat de spațiu expozițional, jumătate dintre vizitatori cazați, două nopți de cazare, cele două taxe speciale de 12 lei pe noapte, în total. Ipoteza de 10 vizitatori pe metru pătrat este aproape de pragul de jos al reperelor: Romexpo, circa 14 (808.536 de vizitatori la 57.280 mp închiriați în 2025)[404]; Leipziger Messe, circa 9 [C/E].

Tabelul 6. Scenariile pentru Brașov (II.7)

Etapa	Suprafață	Vizitatori pe an	Vizitatori cazați	Înnoptări pe an	Taxa specială pentru promovarea turistică pe an	Ocupare ipotetică în municipiu
Etapa 1	20.000 mp	200.000	100.000	200.000	2,4 mil. lei	38,2%
Etapa 2 (extinderea)	50.000 mp	500.000	250.000	500.000	6 mil. lei	45,8%
Etapa 3 (decizia autorității locale, după studii)	100.000 mp	1.000.000	500.000	1.000.000	12 mil. lei	58,4%

Gradul de ocupare pe care l-ar avea structurile clasificate din municipiu dacă toate înnoptările suplimentare s-ar realiza în ele, față de 33,2% în 2025; limită superioară, cu scop ilustrativ.

Sursa: evaluări și calcule ale echipei de proiect [E]; capacitatea în funcțiune din 2025 (10.885 de locuri pe zi, în medie) și înnoptările din 2025 [C].

Trei citiri rezultă din tabel:

- **Etapa 1 poate fi absorbită de capacitatea existentă**, în zilele lucrătoare și în extrasezon, când capacitatea liberă este cea mai mare [E];
- **Etapa 3 ar adăuga echivalentul a trei sferturi din înnoptările înregistrate în 2025**, deci cere capacitate în zona metropolitană și hoteluri noi; de aceea rămâne decizia autorității locale, condiționată de studii și de această verificare [E];
- **ordinul de mărime al producției economice** este de circa 85–170 de milioane de euro pe an pentru etapa 1 de 20.000 mp (212–425 de milioane pentru 50.000 mp): media globală este de 8.500 € producție totală pe metru pătrat de spațiu interior[405], iar pragul de jos aplică jumătate din această medie, pentru o piață nouă [E]. Cifra reală o stabilește studiul de fezabilitate.

Evaluarea critică din octombrie 2026. Un studiu de prefezabilitate preliminar, pus la dispoziția echipei de proiect în octombrie 2026, verifică ipotezele de dimensionare pe datele economice ale centrelor din România și pe reperele industriei[406] [C/E]. Constatările lui sunt reținute de strategie. Ca

[404]Romexpo, Raportul de activitate ianuarie–decembrie 2025: https://romexpo.ro/wp-content/uploads/2026/05/Raport_Activitate_2025RMX.pdf

[405]UFI și Oxford Economics, Global Economic Impact of Exhibitions (2024): https://www.ufi.org/news-media/media-releases

[406]Studiu de prefezabilitate preliminar pentru un centru expozițional la Brașov (octombrie 2026), pus la dispoziția echipei de proiect, pe surse publice: Romexpo, date financiare 2025: https://termene.ro/firma/1555425 ; Expo Transilvania, date financiare 2025: https://targetare.ro/229293/expo-transilvania-srl ; Expo Arad, investiția inițială: https://www.wall-street.ro/articol/Turism/2303/zonele-industriale-aspirator-de-investitori.html ; UFI, impactul economic al expozițiilor:

afacere de operare, un centru expozițional este greu de făcut profitabil în România: Romexpo, singurul caz profitabil, a avut în 2025 o cifră de afaceri de 78,65 milioane de lei și un profit de 15,16 milioane, pe un teren primit de la stat în anii 1960–1970, cu clădiri amortizate și practic fără concurență în București, și a încheiat 2011 cu o pierdere de 2,47 milioane de lei; Expo Transilvania din Cluj-Napoca, al doilea centru din țară, a avut în 2025 o cifră de afaceri de 586.355 de lei și un profit de 888 de lei; Expo Arad a pornit ca model cu costuri reduse, cu o investiție inițială de 1,5 milioane de euro și 2 milioane de euro nerambursabili pentru extindere [C]. Valoarea reală este economică, pentru oraș, nu pentru investitor: ca regulă a industriei, fiecare euro plătit organizatorului se înmulțește cu 7 până la 10 în cheltuieli directe, indirecte și induse în regiune, iar impactul global mediu este de circa 7.500 de euro pe metru pătrat de capacitate expozițională [C]. Pentru un centru de 12.000–15.000 mp de hale, cu un centru de congrese cu sală plenară de 1.500–2.000 de locuri, 10–15 săli de lucru, 5.000–10.000 mp exteriori și 1.500–2.500 de locuri de parcare, studiul estimează o investiție de 31–47 de milioane de euro, cu terenul public ca aport; în anul 3 de funcționare, 25, 40 sau 55 de evenimente pe an ar aduce venituri de 1,2, 2,2 sau 3,5 milioane de euro, la costuri de operare de 1,6, 2,0 sau 2,6 milioane, deci un rezultat operațional de −0,4, +0,2 sau +0,9 milioane de euro, iar investiția nu se recuperează din venituri proprii; impactul economic regional ar fi de 15–40 de milioane de euro pe an, de 7–20 de ori mai mare decât veniturile centrului [E]. Sub 30 de evenimente pe an, centrul nu își acoperă costurile de operare; ținta pentru anul 3 este de 40–60 de evenimente: 6–8 târguri B2B legate de industriile reale ale județului (auto și aerospațial, lemn și mobilă, construcții, echipamente de munte și outdoor), 8–12 târguri B2C, 10–15 congrese și conferințe, 10–20 de evenimente corporate, 3–5 culturale; congresele din extrasezon sunt segmentul cel mai valoros, pentru că umplu hotelurile când turismul de agrement este slab, iar participanții cheltuiesc mai mult pe zi [E]. Studiul atrage atenția asupra concurenței locale – Sala Polivalentă, gândită și pentru conferințe și congrese, și centrul de afaceri CATTIA, cu 18.242 mp și spații pentru conferințe și expoziții mici – și recomandă poziționarea complementară, eventual cu un operator comun, un model de construcție publică sau în parteneriat public-privat, cu operare printr-un contract de management cu un operator specializat, pe indicatori de performanță, un consiliu de guvernanță cu Primăria, alte autorități publice, Camera de Comerț și Industrie, OMD Brașov, Universitatea Transilvania și mediul de afaceri, și o finanțare cu teren public și componentă nerambursabilă sau de la bugetul central (Compania Națională de Investiții, Programul Regional Centru) [E/I].

Lectura pentru strategie [I]. Evaluarea nu contrazice principiul direcției P4, dimensiunea urmează cererea, ci confirmă un prim modul realist: strategia stabilește etapa 1 la 20.000 mp de hale modulare, cu un centru de congrese, cu posibilitate de extindere până la 50.000 mp, declanșată de praguri; dezvoltarea până la 100.000 mp rămâne decizia autorității locale, dacă studiile de fezabilitate o arată utilă și sustenabilă. Contribuția centrului în scenariul ales (200.000 de înnoptări și 100.000 de vizitatori fără înnoptare în 2034; Volumul I, secțiunea 1.9) corespunde funcționării depline a etapei 1, cu 40–60 de evenimente pe an, și rămâne o ipoteză de verificat prin studiul de fezabilitate; extinderea la 50.000 mp ar corespunde, cu aceeași formulă, unui potențial de 500.000 de înnoptări, iar contribuția congreselor se estimează separat. Estimarea de cost a etapei 1 se reface pentru 20.000 mp prin studiul de fezabilitate, pornind de la ordinul de mărime al studiului de prefezabilitate (31–47 de milioane de euro pentru 12.000–15.000 mp); costul etapelor următoare se prezintă separat. Condițiile de intrare în

https://ufi.org/?p=13768 ; UFI, multiplicatorul regional: https://member.ufi.org/Medias/education/3/a9.htm ; CATTIA Brașov: https://www.romania-insider.com/index%2Ephp/new-business-center-brasov-2019 ; estimările de investiție, de operare și de impact sunt ordine de mărime ale studiului, de validat prin studiul de fezabilitate

studiu sunt trei: cerere dovedită pentru cel puțin 30–40 de evenimente pe an, cu scrisori de intenție de la organizatori înainte de construcție; un model de operare fără pierderi operaționale după anul 3–4; o finanțare cu teren public și componentă nerambursabilă. Pașii premergători, în 2027: inventarul evenimentelor și al spațiilor existente, interviuri cu 10–15 organizatori de târguri și asociații profesionale, analiza a două–trei amplasamente, modelul financiar detaliat și analiza cost-beneficiu, consultarea cu Primăria, alte autorități publice, Camera de Comerț și Industrie și OMD Brașov, decizia de continuare sau de oprire și alegerea modelului de operare.

Tabelul 6a. Etapa 1

Componentă	Dimensiune orientativă	Rol
Hale expoziționale modulare	circa 20.000 mp, extensibile până la 50.000 mp	târguri B2B și B2C, evenimente corporate
Sală plenară	1.500–2.000 de locuri	congrese, conferințe mari
Săli de lucru	10–15 săli, 30–300 de locuri	sesiuni paralele, formare
Spațiu exterior	5.000–10.000 mp	utilaje, auto, agro
Parcare	1.500–2.500 de locuri	vizitatori și expozanți
Investiție (ordin de mărime)	de refăcut pentru 20.000 mp prin studiul de fezabilitate; reperul studiului de prefezabilitate: 31–47 de milioane de euro pentru 12.000–15.000 mp, cu terenul public ca aport	de validat prin studiul de fezabilitate
Calendar țintă, anul 3	40–60 de evenimente pe an; sub 30, costurile de operare nu se acoperă	congresele din extrasezon ca segment prioritar
Înnoptări la funcționare deplină a etapei 1	circa 200.000 pe an (20.000 mp la 10 vizitatori pe metru pătrat, jumătate cazați două nopți), cu contribuția congreselor estimată separat	corespunde contribuției din scenariul ales; ipoteză de verificat prin studiu

Sursa: studiul de prefezabilitate preliminar (octombrie 2026); evaluări ale echipei de proiect [E/I].

Strategia nu face recomandări privind forma de construcție sau de proprietate (investiție publică, parteneriat public-privat); aceasta este o decizie distinctă a administrației, pentru care evaluarea critică de mai sus oferă variantele și riscurile lor [I].

1.5. Amplasamentul: criterii de alegere

Tabelul 7. Variantele de amplasament față de criteriile de alegere (II.7)

Criteriu	Platforma Rulmentul	Platforma CET	Zona aeroportului (Ghimbav, zona metropolitană)
Teren pentru extinderea la 50.000 mp, cu rezervă pentru 100.000 mp, și parcare	neconfirmat; hale existente (atelierul 05) [D]	40 ha declarate (Subiect 13) [D]	neconfirmat
Acces rutier fără traversarea centrului	lângă o ocolitoare (atelierul 05) [D]	aproape de centură (Subiect 13) [D]	drumuri naționale și centura metropolitană [I]
Transport public de mare capacitate	aproape de gară (atelierul 05) [D]	de verificat	traseul declarat al trenului metropolitan prin Ghimbav și aeroport (Subiect 13) [D]
Conectivitate aeriană	indirectă	indirectă	directă (modelul Ptak, la 10 minute de aeroport)[407]; depinde de rezolvarea preluării pasagerilor (ADMI, secțiunea 3.4, Volumul III)

[407]Ptak Warsaw Expo, prezentarea centrului: https://warsawexpo.eu/en/about-us/

Criteriu	Platforma Rulmentul	Platforma CET	Zona aeroportului (Ghimbav, zona metropolitană)
Funcțiuni concurente	aulă culturală și spațiu pentru mari evenimente, discutate în concursul de soluții (Subiect 24) [D]	zonă industrială și de evenimente (Subiect 13) [D]	de verificat
Statut juridic și decident	Primăria	Primăria, după ecologizare (studiu aprobat, Subiect 13) [D]	alte autorități publice și unitatea administrativ-teritorială gazdă
Arii protejate (filtrul F2)	de verificat	de verificat	de verificat

Sursa: consultarea și documentele indicate [D/I].

Opțiunea recomandată de strategie [I]. Amplasamentul recomandat este cel care îndeplinește simultan două condiții: teren pentru extinderea modulară până la 50.000 mp, cu rezervă pentru 100.000 mp și cu parcare, și legătură de transport public de mare capacitate, fără trafic prin centrul istoric. Pe datele disponibile, platforma CET este singura variantă pentru care condiția de teren este declarată de administrație. Decizia se ia prin studiul de fezabilitate al Primăriei Municipiului Brașov, împreună cu alte autorități publice pentru varianta din zona aeroportului.

1.6. Contrapuncte și condiții

Turistul de congres nu iese neapărat în oraș. Subiectul 15 a formulat rezerva cea mai clară:

> *„Dacă e la un congres, dacă e la... nu va ieși. O să stea în hotel, socializează”* (Subiect 15) [D]

Pentru același subiect, *„turismul de business este un turism de nișă”* (Subiect 15) [D]. Rezerva nu slăbește obiectivul P4, care este umplerea capacității în zilele lucrătoare, ci arată că prelungirea șederii cere pachete și program organizat (măsura P4-f) [I].

Rezidenții se tem de scara evenimentelor. Reacția din atelierul mediului academic (ADMI, secțiunea 3.5, Volumul III) cere un amplasament în afara centrului istoric și a Poienii, transport inclus în biletul de târg și un calendar care evită weekendurile de vârf [I].

Piața românească de târguri este mică. Târgurile proprii ale Romexpo au avut 126.980 de vizitatori în 2025, iar cele organizate de terți 469.676 [C][408]. Dimensionarea modulară, cu extinderea declanșată de gradul de ocupare, reduce riscul unei investiții subutilizate [I].

Legătura cu aeroportul condiționează turismul de afaceri internațional. Expozanții și vizitatorii profesioniști străini sosesc în mare parte pe calea aerului; regula care interzice preluarea pasagerilor de la aeroport prin platforme și transferul lung cu autobuzul afectează exact acest segment (ADMI, secțiunea 3.4, Volumul III). Soluția de tranziție din capitolul P1–P2 (DMC6-i) și transportul inclus în biletul de târg (P4-c) sunt condiții ale P4 [I].

Capacitatea de cazare limitează etapele 2 și 3 (secțiunea 1.4) [E].

1.7. Direcția P4

Constatare. Brașovul are capacitate de cazare liberă în zilele lucrătoare și în extrasezon, nu are infrastructură expozițională, iar consultarea și administrația locală converg spre un centru expozițional [C/D].

[408] Romexpo, Raportul de activitate ianuarie–decembrie 2025: https://romexpo.ro/wp-content/uploads/2026/05/Raport_Activitate_2025RMX.pdf

Obiectiv. Până în 2034, Brașovul are în funcțiune cel puțin prima etapă a unui centru expozițional și de afaceri, dimensionat modular, care aduce cerere nouă în zilele lucrătoare și în extrasezon și prelungește șederea prin pachete [I].

Principiul de funcționare. Dimensiunea urmează cererea: fiecare etapă se construiește după ce etapa anterioară își atinge pragurile de ocupare [I].

Măsuri.

- (P4-a) **Studiul de fezabilitate și de piață**: amplasament, dimensionarea etapelor, modelul de operare, calendarul-țintă de evenimente, impactul asupra traficului, cu cele trei condiții de intrare și cu pașii premergători din secțiunea 1.4 (inventarul evenimentelor și al spațiilor, interviuri cu organizatori, scrisori de intenție, analiza amplasamentelor, modelul financiar, decizia de continuare sau de oprire) [I].
- (P4-b) **Rezervarea amplasamentului și a coridoarelor de acces** în documentațiile de urbanism [I].
- (P4-c) **Etapa 1: un centru de congrese și expoziții de 20.000 mp**, cu hale modulare și un centru de congrese cu sală plenară de 1.500–2.000 de locuri, construit public sau în parteneriat public-privat, pe teren public, și operat printr-un contract de management cu un operator specializat, pe indicatori; extinderea până la 50.000 mp interior este etapa 2, iar dezvoltarea până la 100.000 mp este decizia autorității locale, după studii; parcare și legătură de transport public; biletul de târg include transportul, inclusiv legătura cu aeroportul[409] [I].
- (P4-d) **Regula de extindere**: etapa 2 (până la 50.000 mp) se declanșează când gradul de ocupare a halelor, calendarul (cel puțin 40 de evenimente pe an) și numărul de târguri internaționale ating pragurile stabilite prin studiu; dezvoltarea până la 100.000 mp rămâne decizia autorității locale, dacă studiile de fezabilitate o arată utilă și sustenabilă, și presupune capacitatea metropolitană de cazare verificată [I].
- (P4-e) **Biroul de convenții al destinației, în OMD Brașov**: atragerea târgurilor și a congreselor, și, din 2028, rolul de birou de prezentare a Brașovului către brandurile din ospitalitate și din business, prin comunicare și printr-un eveniment anual, nu de atragere a investițiilor și nu de inventariere a clădirilor, care nu sunt roluri ale OMD; calendar comun cu Sala Polivalentă (capitolul C, DC6) și cu produsul de conferințe al Poienii (capitolul P5, D4-c) [I].
- (P4-f) **Pachetele de prelungire a ședерii**, construite de hotelieri împreună cu OMD: oferte de weekend pentru participanți, excursii în zona metropolitană și în Poiana; se pornesc din 2027 cu evenimentele Sălii Polivalente (direcția S1) [D/I].
- (P4-g) **Calendarul târgurilor în extrasezon**: prioritate pentru târgurile din martie–iunie și septembrie–noiembrie, în zilele lucrătoare, fără suprapunere cu vârful de sezon [I].
- (P4-h) **Furnizorii locali**: standuri, logistică și catering cu produse ale Țării Bârsei (capitolul G, DG2) [I].
- (P4-i) **Biroul de convenții ca birou de prezentare a Brașovului**: comunicarea orașului către brandurile din ospitalitate și din business (nu atragerea de investiții și nu inventarierea clădirilor și a terenurilor, care nu sunt roluri ale OMD), cu un eveniment anual care invită brandurile să

[409] Leipziger Internet Zeitung, biletul de târg cu transportul public inclus: https://www.l-iz.de/wirtschaft/wirtschaft-leipzig/2023/07/raus-aus-dem-tal-leipziger-messe-2022-75-millionen-euro-umsatz-544078

cunoască destinația, împreună cu asociațiile hotelierilor, cu proprietarii și cu autoritățile; din 2028 [I].

- (P4-j) **Brașovul ca destinație pentru nomazii digitali**: programul „Work from Brașov", cu spații de coworking și de co-living de calitate, în care contează comunitatea mai mult decât biroul, un eveniment anual al nomazilor, tarife de ședere lungă cu hotelurile autorizate și promovarea vizei pentru nomazi digitali pe care România o are din 2022; un nomad stă săptămâni, nu nopți, și lucrează în zilele lucrătoare și în extrasezon, golurile pe care strategia vrea să le umple [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local (studiu, urbanism, decizie), alte autorități publice (varianta metropolitană, aeroportul), Camera de Comerț și Industrie Brașov, OMD Brașov (biroul de convenții, calendarul), hotelierii și asociațiile lor, operatorul centrului, Universitatea Transilvania (congrese academice).

Orizont. Pașii premergători și studiul: 2027; biroul de convenții: 2027; urbanismul: 2027–2028; etapa 1 (20.000 mp): 2029–2031, în funcție de studiu; etapa 2 (până la 50.000 mp): după 2031, la atingerea pragurilor; dezvoltarea până la 100.000 mp: decizia autorității locale, după studii.

2. P6. Regimul apartamentelor în regim hotelier (închirieri pe termen scurt)

2.1. Constatare

Trei stocuri, măsurate diferit. Stocul certificat (lista MEDAT) are aproximativ 1.100 de certificate distincte; stocul comercial vizibil pe platforme are 2.295 de anunțuri active în august 2026, potrivit datelor AirDNA ale proiectului; stocul fiscal nu este cunoscut [C]. Raportul dintre stocul comercial și cel certificat este de circa 2:1, iar decalajul este concentrat la operatorii cu portofolii mari: 17 operatori cu cel puțin cinci unități dețin 159 de înregistrări, iar cazul documentat al unui operator arată cel puțin cinci anunțuri pentru fiecare certificat [C/E].

Piața este sănătoasă, regulile nu sunt egale. Apartamentele din oraș au avut un grad de ocupare de circa 51% în ultimele douăsprezece luni[410], mult peste cel al structurilor clasificate (33,2%), deși cele două măsuri nu sunt direct comparabile [C]. Diferența de competitivitate provine în parte din costurile pe care o parte a pieței nu le plătește: taxa specială pentru promovarea turistică, standardele, controalele [D/I].

Consultarea confirmă problema și descrie soluțiile. Cazările nedeclarate apar în 11 interviuri și în 2 ateliere (08, 13), iar cererea de reglementare în 7 interviuri și 3 ateliere (05, 08, 13) [C]. Pozițiile merg de la un regulament foarte strict (Subiecții 19–20) la respingerea plafonării (Subiectul 23); Subiectul 13 semnalează lipsa instrumentelor de constatare și pârghia națională, iar Subiectul 15 propune zonarea urbanistică [D].

Conceptul din 2023 semnalează aceeași tendință într-un pol rezidențial nou. Documentul estimează că, în subzona Coresi, din circa 3.000 de apartamente, aproximativ jumătate erau ocupate, iar circa 30% dintre cele ocupate erau oferite în regim de închiriere turistică [D, sursă secundară]. Cifra nu poate fi verificată metodologic și se citește ca semnal, nu ca măsurătoare.

[410] AirDNA, piața Brașov: https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/ro/default/brasov/overview

2.2. Reglementarea și sezonalitatea în datele AirDNA

Tabelul 8. Scoruri AirDNA ale pieței de închirieri pe termen scurt (II.7)

Piața	Scor de piață	Cerere	Sezonalitate	Creșterea veniturilor	Reglementare	Ocupare anuală
Brașov[411]	86	76	79	76	66	51%
Poiana Brașov[412]	43	52	46	62	63	38%
Maribor[413]	98	89	83	72	57	56%

Sursa: AirDNA, paginile publice ale piețelor, actualizarea din octombrie 2026 [C]. Scorurile au valori de la 40 la 100 și sunt calculate față de piețele din aceeași țară. Sezonalitate: un scor mare înseamnă cerere constantă pe tot anul. Reglementare: un scor mare înseamnă reguli puține sau neaplicate[414].

Din tabel rezultă trei constatări:

- **Brașovul și Poiana au același regim juridic și scoruri de reglementare aproape egale (66 și 63), dar scoruri de piață opuse (86 și 43).** Diferența o fac sezonalitatea (79 față de 46) și cererea (76 față de 52) [C/I]. Datele lunare AirDNA ale proiectului pentru 2025 confirmă: în Poiana, veniturile lunii celei mai bune au fost de 6,2 ori mai mari decât cele ale lunii celei mai slabe, față de 2,7 ori în oraș [C].
- **Maribor are semnale de reglementare mai puternice decât Brașovul (57 față de 66) și cel mai bun scor de piață dintre cele trei (98).** Regulile stricte coexistă cu cea mai atractivă piață din comparație [C/I].
- **Atractivitatea pieței o reduce sezonalitatea, nu reglementarea** [I]. Răspunsul la piața slabă din Poiana este cererea pe patru anotimpuri (capitolele P3 și P5), iar în oraș cererea din zilele lucrătoare și din extrasezon (P4).

Am identificat trei limite ale comparației:

- scorurile sunt relative în fiecare țară, deci comparația dintre Brașov și Maribor este orientativă, iar argumentul principal stă în perechea Brașov–Poiana;
- scorul de reglementare este dedus din comportamentul gazdelor, nu din textul legii;
- AirDNA a inclus în 2026 datele Booking.com, astfel că variațiile anuale ale numărului de anunțuri afișate pe paginile publice nu sunt comparabile cu anii anteriori și nu sunt folosite aici.

2.3. Maribor și regimul sloven

De ce Maribor. Maribor este al doilea oraș al Sloveniei, un oraș cu muntele în imediata apropiere (Pohorje)[415], deci o structură apropiată de perechea Brașov–Poiana. În 2024 a înregistrat circa 524.000 de înnoptări și 254.000 de sosiri[416], iar în primul semestru din 2026, 268.694 de înnoptări și 116.484 de

[411]AirDNA, piața Brașov: https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/ro/default/brasov/overview
[412]AirDNA, piața Poiana Brașov: https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/ro/default/poiana-brasov/overview
[413]AirDNA, piața Maribor: https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/si/default/maribor/overview
[414]AirDNA, calculul scorului de piață: https://help.airdna.co/en/articles/8062174-how-is-market-score-calculated
[415]N1 Slovenija, Maribor și proximitatea Pohorjelui: https://n1info.si/novice/slovenija/prestizno-priznanje-za-maribor-ki-je-postal-najbolj-zelena-prestolnica-evrope/
[416]Zavod za turizem Maribor, bilanțul anului 2024: https://the-slovenia.com/izpostavljeno/maribor-v-leto-2025-vstopa-z-nazivom-najboljse-zelene-prestolnice-v-evropi/

sosiri, 85% dintre înnoptări aparținând turiștilor străini[417]. Sejurul mediu este de circa 2,1–2,3 nopți, față de 1,84 la Brașov [C/E].

Regimul. Legea ospitalității (ZGos-1) a intrat în vigoare în octombrie 2025 și se aplică din ianuarie 2026[418]. Ea prevede condiții generale pentru închirierea pe termen scurt, inclusiv anunțarea activității la avizierul clădirii și un autocolant la intrarea în locuință, cu supravegherea inspecțiilor municipale și locative[419]. Limita de 60 de zile pe an se aplică numai în municipiile cu risc ridicat[420]; lista din mai 2026 cuprinde 14 municipii, între care nu se află Maribor[421]. Municipiile care nu sunt pe listă pot stabili, pe baza unei analize, o limită de cel puțin 60 de zile[422]. Analiza proiectului detaliază registrul automat, numărul de identificare obligatoriu în anunțuri, consimțământul coproprietarilor din clădirile cu mai multe locuințe și incertitudinea creată de legea de intervenție supusă referendumului.

Tabelul 9. Lecțiile regimului sloven pentru Brașov (II.7)

Element	Statutul pentru Brașov
Numărul de identificare afișat în fiecare anunț și registrul unic	aplicabil prin Regulamentul (UE) 2024/1028[423]; implementarea aparține autorității naționale [C/I]
Informarea vecinilor (anunț la avizier, marcaj la intrare)	aplicabil pe bază voluntară, prin asociația administratorilor și asociațiile de proprietari [I]
Sancțiuni proporționale, aplicate după constatare automată	depinde de registrul național [I]
Acte locale fundamentate pe analiză	aplicabil: P6 se sprijină pe analiza celor trei stocuri [I]
Consimțământul coproprietarilor	necesită lege națională; nu este preluat de strategie [I]
Limitarea numărului de zile	nu este preluată: contrară premisei P6 [I]

Dreptul Uniunii admite scheme locale de autorizare a închirierilor pe termen scurt, justificate de un interes general[424]. Strategia nu folosește această marjă pentru limitare, ci pentru condiții care leagă oaspetele de economia locală [I].

2.4. Ce cer administratorii de apartamente

Atelierul 08 a descris patru probleme concrete:

- **Taxa specială pentru promovarea turistică fără mecanism de colectare.** La un apartament de 300 de lei pe noapte, ocupat de patru persoane, taxa reprezintă circa 15% (calculul participanților) [D]. Un participant a descris efectul:

  „Mie mi s-au prăbușit rezervările după ce a intrat taxa aceea” (atelierul 08) [D]

[417]Slovenian Tourist Board, Maribor în primul semestru din 2026: https://www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice/39080-maribor-v-prvih-sestih-mesecih-za-4-odstotkov-vec-prenocitev

[418]Zakon o gostinstvu (ZGos-1), Uradni list RS nr. 77/2025: https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2025-01-2728

[419]Guvernul Sloveniei, Legea ospitalității și închirierea pe termen scurt: https://www.gov.si/novice/2025-07-18-zakon-o-gostinstvu-tudi-z-ureditvijo-oddajanja-stanovanj-v-kratkotrajni-najem/

[420]Guvernul Sloveniei, Legea ospitalității și închirierea pe termen scurt: https://www.gov.si/novice/2025-07-18-zakon-o-gostinstvu-tudi-z-ureditvijo-oddajanja-stanovanj-v-kratkotrajni-najem/

[421]Skupnost občin Slovenije, lista celor 14 municipii cu risc ridicat: https://skupnostobcin.si/2026/05/08/objavljen-sklep-o-dolocitvi-obcin-z-visokim-tveganjem-negativnih-vplivom-kratkotrajnega-najema/

[422]Guvernul Sloveniei, regimul municipiilor nelistate: https://www.gov.si/novice/2025-06-23-amandmaji-k-predlogu-zakona-o-gostinstvu-za-bolj-ciljan-pristop-k-regulaciji-kratkotrajnega-najema/

[423]Regulamentul (UE) 2024/1028 privind datele referitoare la serviciile de închiriere pe termen scurt: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1028/oj

[424]CJUE, cauzele conexate C-724/18 și C-727/18, Cali Apartments: https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-724/18

- **Concurența cu cei care nu plătesc:**

  „eu în față nu [...] am cum să concurez dacă eu sunt corect și plătesc acea taxă și unul nu plătește” (atelierul 08) [D]

- **Soluția propusă de administratori:**

  „Platformele să încaseze banii aceia, să-i [...] încaseze într-un cont diferit” (atelierul 08) [D]

- **Lipsa unui interlocutor și procedurile greoaie:**

  „Nu avem un om al Ministerul Turismului aici în Brașov” (atelierul 08) [D]

  „[...] văzând faptul că nu te ajută nimeni, te dă în spate, ușor, ușor aș vrea să mă retrag de pe piață” (atelierul 08) [D]

Atelierul a mai cerut asocierea administratorilor, cu un canal de dialog cu OMD, și soluții de parcare pentru oaspeți (ADMI, secțiunea 3.4, Volumul III) [D].

2.5. Variantele

Tabelul 10. Variantele pentru regimul apartamentelor (II.7)

Variantă	Conținut	Filtre	Rezultat
P6-A Statu quo	clasificare națională, control difuz, taxă colectată prin declarare	trece	scor 0 (referința)
P6-B Limitare	plafon de zile sau de licențe, interdicții pe zone	F1: fără temei de competență locală; F4: contrară premisei strategiei	eliminată
P6-C Orientare prin stimulente, fără interdicții	reguli și taxă egale, număr afișat, colectare prin platforme, proceduri simple, asociere, mic dejun contractat	trece, cu evaluarea juridică a condiției de autorizare	**opțiunea recomandată**
P6-D Liberalizare	nicio intervenție	trece	scor negativ

Sursa: secțiunea 3 a acestui capitol și anexa C a ADMI (Volumul III) [I].

2.6. Direcția P6

Constatare. Piața apartamentelor este atractivă și în creștere, dar funcționează după reguli inegale: o parte a ei nu este certificată și nu plătește taxa specială pentru promovarea turistică, iar administratorii conformi nu au proceduri simple și nici interlocutor [C/D].

Obiectiv. Până în 2030, toate unitățile de închiriere pe termen scurt din Brașov funcționează după aceleași reguli și plătesc aceeași taxă ca restul cazării, iar oaspeții lor sunt legați de economia locală a hranei [I]. În 2034, unitățile autorizate câștigă clienții cererii care astăzi se îndreaptă spre cazările neînregistrate, iar creșterea numărului de turiști rămâne sustenabilă [I].

Principiul de funcționare. Orientare prin stimulente, fără interdicții: fără plafoane de zile și fără limitarea numărului de licențe; reguli egale, transparență și condiții care creează valoare locală, oferite împreună cu ceea ce cer administratorii, adică predictibilitate și proceduri simple [I].

Măsuri.

- (P6-a) **Numărul de identificare în fiecare anunț și registrul unic**, în aplicarea Regulamentului (UE) 2024/1028[425]; OMD Brașov și Primăria susțin la nivel național aplicarea rapidă la Brașov [I].
- (P6-b) **Aceleași reguli pentru toți**: standarde minime de siguranță, igienă și informare a oaspeților și aceeași taxă specială pentru promovarea turistică, fără limite de zile și fără plafon de licențe [I].
- (P6-c) **Colectarea taxei speciale pentru promovarea turistică prin platforme**, într-un cont separat, după propunerea administratorilor; până la acordul cu platformele, declarare și plată online simplificate la Direcția Fiscală [D/I].
- (P6-d) **Micul dejun contractat**, dezvoltat în capitolul G (DG4-a): contract cu cel puțin un restaurant, bistrou sau cafenea din zonă care are cel puțin un meniu local cu ingrediente locale; pilot voluntar în 2027, regula de autorizare în 2028 [I].
- (P6-e) **Procedură simplă și interlocutor local**: ghid unic de conformare și punct de contact al OMD pentru administratori [D/I].
- (P6-f) **Asocierea administratorilor**, cu dialog structurat cu OMD Brașov și cu Primăria (capitolul G, DG4-e) [D/I].
- (P6-g) **Parcarea oaspeților**, rezolvată prin politica de parcare a capitolului P1–P2 (parcări de proximitate, tichete pentru oaspeți), nu prin alocarea de locuri în parcările de reședință [I].
- (P6-h) **Conviețuirea în clădirile de locuințe**: informarea vecinilor după modelul sloven, gestionarea deșeurilor, inclusiv în zonele frecventate de urși (capitolul P3, D5) [I].
- (P6-i) **Monitorizarea anuală a celor trei stocuri** (certificat, comercial, fiscal) de către OMD, ca indicator de transparență [I].
- (P6-j) **Poiana Brașov**: unitățile de acest tip respectă același regulament de aspect și de servicii ca hotelurile (capitolul P5, D5-c) [I].

Actori. Primăria Municipiului Brașov și Consiliul Local (regulamentul de autorizare, evaluarea juridică), Direcția Fiscală (taxa specială pentru promovarea turistică), ministerul de resort pentru turism (clasificarea, registrul național), OMD Brașov (contact, monitorizare, codul QR din DG4-b), asociația administratorilor, breasla restauratorilor, asociațiile de proprietari, platformele de rezervare.

Orizont. 2027: evaluarea juridică, pilotul micului dejun contractat, procedura simplificată, asocierea, prima monitorizare a stocurilor; 2028: regula de autorizare și colectarea digitală a taxei; numărul de identificare, de la operaționalizarea registrului național.

2.7. Condiția juridică

Clasificarea structurilor de primire este de competența autorității naționale. Condiția micului dejun contractat într-un regulament local de autorizare depinde de temeiul legal: evaluarea juridică a Primăriei Municipiului Brașov precede măsura P6-d. Dacă temeiul local nu există, măsura se aplică prin stimulente (promovare prin platforma OMD, prioritate în programele destinației, eticheta localurilor partenere), iar OMD poartă la nivel național propunerea unui temei legal [I].

[425]Regulamentul (UE) 2024/1028 privind datele referitoare la serviciile de închiriere pe termen scurt: https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1028/oj

3. Ierarhizarea opțiunilor și testele de robustețe

Tabelul 11. Scoruri ponderate ale variantelor P4 și P6 (II.7)

Variantă	Filtre eliminatorii	Scor ponderat (bază)	Ponderi egale	+25% pe primele cinci criterii	-25% pe primele cinci criterii
P4-A Statu quo (Sala Polivalentă și săli hoteliere)	trece	0,000	0,000	0,000	0,000
P4-B Centru național, o singură etapă (circa 50.000 mp)	trece	0,490	0,483	0,484	0,497
P4-C Centru modular (etapa 1 de 20.000 mp, extensibilă la 50.000 mp; 100.000 mp la decizia autorității locale)	trece	**0,638**	**0,617**	**0,632**	**0,645**
P4-D Centru de mari dimensiuni construit integral, într-o singură etapă	eliminat: F3	(0,581)	(0,567)	(0,572)	(0,591)
P6-A Statu quo	trece	0,000	0,000	0,000	0,000
P6-B Limitare	eliminat: F1, F4	(0,066)	(0,033)	(0,069)	(0,063)
P6-C Orientare prin stimulente, fără interdicții	trece	**0,367**	**0,367**	**0,376**	**0,356**
P6-D Liberalizare	trece	-0,111	-0,100	-0,116	-0,105

Sursa: calculul echipei de proiect (anexa C a ADMI, Volumul III) [I]. Scorul este suma produselor dintre ponderea globală și contribuția (de la -2 la +2), împărțită la 100; valorile se compară numai în interiorul aceleiași priorități. Primele cinci criterii după pondere sunt 1.2, 4.2, 3.3, 1.3 și 2.1. Valorile dintre paranteze sunt ale variantelor eliminate de filtre. Scorurile variantei P4-C au fost calculate pentru etapizarea istorică a variantei (50.000, 100.000 și 150.000 mp); recalcularea lor pentru etapizarea decisă (20.000 mp, extensibilă la 50.000, cu 100.000 mp la decizia autorității locale), cu aceeași grilă, revine autorului ADMI, iar ordinea variantelor nu depinde de ea, pentru că etapizarea mai prudentă îmbunătățește tocmai criteriile de fezabilitate și de presiune asupra mobilității.

Din calcul rezultă patru constatări:

- **ordinea P4-C, P4-B, P4-A nu se schimbă la niciun test**; varianta modulară câștigă prin efectul mai mare asupra valorii, a prețelor și a imaginii, fără costurile suplimentare de trafic ale variantei construite integral [I];
- **P4-D are un scor mai mic decât P4-C chiar înainte de filtru**, din cauza presiunii mai mari asupra mobilității și a rezidenților, iar filtrul F3 o elimină pe riscul de subutilizare [I];
- **ordinea P6-C, P6-A, P6-D nu se schimbă la niciun test** [I];
- **P6-B are un scor apropiat de zero și înainte de filtre**: câștigurile de echitate și de conviețuire sunt anulate de pierderea de capacitate și de conflictul cu administratorii [I].

Note