



TIMIȘOARA ÎMPREUNĂ

Strategia de dezvoltare și marketing turistic

Visit Timișoara
în parteneriat cu TOPOSOLOGY

2026-2031

Strategia de dezvoltare și marketing turistic 2026–2031

Această strategie definește **o viziune proprie pentru viitorul turismului în Timișoara** și pentru felul în care vrem să îl construim împreună.

Viziunea a fost conturată împreună de **Visit Timișoara**, parteneri, colegi și locuitori ai orașului. Ea se bazează pe cercetare, date și consultări ample cu actorii relevanți și pornește de la ceea ce face Timișoara diferită ca destinație. Tocmai această bază solidă dă greutate și legitimitate direcțiilor pe care ni le asumăm pentru anii următori.

Știm că Timișoara se află încă la începutul procesului de maturizare ca destinație turistică.

Asta ne oferă însă o oportunitate rară: putem decide de acum cum vrem să arate turismul orașului și ne putem scrie singuri povestea.

Valorile de bază ale destinației, definite împreună, sunt **reperele** care ne vor ghida pe întreaga perioadă a strategiei. Ele ne ajută ca, într-o lume care se schimbă rapid și adesea imprevizibil, perspectiva, povestea și oferta Timișoarei să rămână relevante, coerente și puternice.

Deși planul privește în mod firesc spre exterior, prin acțiunile, obiectivele și instrumentele prin care vrem să conectăm Timișoara cu lumea, el privește în aceeași măsură și spre interior.

Ca organizație de management și marketing al destinației, știm că nu putem valorifica singuri această oportunitate.

Timișoara este un oraș al premierelor și al inovației. În cazul de față, **cea mai bună inovație este să începem prin a ne întări parteneriatele și relațiile locale**, astfel încât să putem vorbi despre viitorul turismului cu încredere și cu o voce comună.

Viziunea noastră pentru turism

În Timișoara, vrem să dezvoltăm turismul împreună și în acord cu **valorile și aspirațiile orașului**, alături de comunități, nu separat de ele. Turismul trebuie să se întâmple împreună cu noi, nu peste noi. Împreună, ne asumăm responsabilitatea pentru destinație și susținem orașul, oamenii, afacerile și comunitățile sale.

Asta înseamnă o guvernare bazată pe colaborare, o implementare inteligentă și curajul de a urmări un model de destinație regenerativă. Ne dorim vizitatori de calitate pe tot parcursul anului, oameni care apreciază ceea ce face Timișoara unică și care pleacă de aici inspirați să îi ducă povestea mai departe. Succesul îl măsurăm și în cifre, dar nu numai. Îl măsurăm și prin **mândria cu care timișorenii** își asumă rolul de gazde ale orașului.



Obiectivele strategice pentru turism

Am definit nouă obiective strategice care stau la baza Strategiei de dezvoltare și marketing turistic 2026–2031.

Guvernanță

1. Guvernanță, leadership și parteneriate

Marketing

2. Poziționarea și povestea brandului
3. Cercetare de marketing și analiză de date
4. Marketing, comunicare și prezență digitală

Managementul destinației

5. Sustenabilitate și gestionarea responsabilă a destinației
6. Dezvoltarea industriei și a competențelor
7. Dezvoltarea produselor și designul experiențelor
8. Conectivitate, servicii pentru vizitatori și experiența în oraș
9. Monitorizare, evaluare și implementare

Plan de acțiune

Această secțiune cuprinde **acțiunile cheie care vor ghida dezvoltarea turismului în Timișoara între 2026 și 2031**. Ele au fost formulate în acord cu politicile naționale și europene și țin cont atât de cercetarea realizată asupra destinației, cât și de feedbackul colectat de la actorii relevanți în perioada 2025–2026.

Acțiunile sunt grupate în jurul celor nouă obiective strategice. Planul este gândit ca un document viu, care va fi revizuit și actualizat periodic.



Context și aliniere strategică

Strategia nu funcționează în izolare. Ea **ține cont de cadrele globale, europene, naționale și locale care modelează viitorul turismului** și definește modul în care Timișoara poate contribui la aceste direcții.

La nivel global, strategia urmează principiile **Organizației Mondiale a Turismului** privind managementul sustenabil, rezilient și incluziv al destinațiilor și contribuie la Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU, în special la cele privind munca decentă (ODD 8), orașele durabile (ODD 11), producția și consumul responsabile (ODD 12) și parteneriatele pentru atingerea obiectivelor (ODD 17).

La nivel european, strategia este aliniată **Agendei Europene** pentru Turism 2030 și Căii de tranziție pentru turism (Transition Pathway for Tourism), susținând tranziția verde și cea digitală. Ea valorifică moștenirea Capitalei Europene a Culturii 2023 și poziționează Timișoara în ecosistemul turistic european, inclusiv în raport cu viitorul Spațiu European al Datelor pentru Turism.

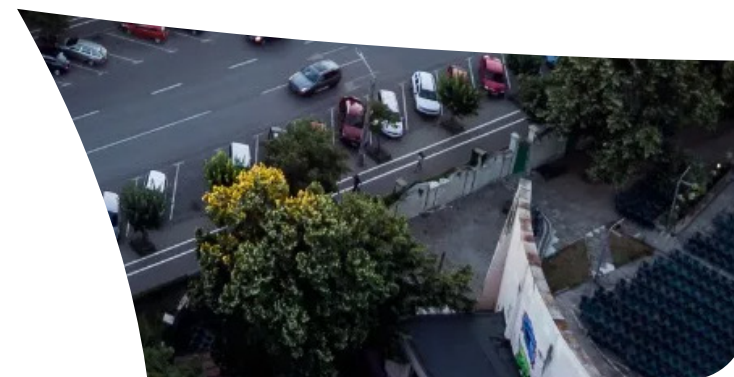
La nivel național, strategia este corelată cu **Strategia Națională pentru Turism a României** și cu prioritățile de dezvoltare ale Regiunii Vest și Banatului. La nivel local, completează angajamentele mai largi ale orașului în domeniile culturii, economiei și sustenabilității, inclusiv direcțiile continuate după anul Capitalei Europene a Culturii.



OBIECTIV STRATEGIC 01

Guvernanță, leadership și parteneriate

Clarificarea rolurilor, întărirea colaborării între sectoare și consolidarea capacității
Visit Timișoara de a conduce destinația cu încredere și legitimitate.



De ce este important

Turismul din Timișoara are nevoie de reguli clare de guvernare, leadership puternic și parteneriate funcționale. Până în 2031, orașul trebuie să aibă o structură de guvernare bine definită, care stabilește cum se iau deciziile și care sunt rolurile și responsabilitățile fiecărui actor implicat.

Visit Timișoara își asumă rolul de lider în implementarea strategiei și are responsabilitatea de a aduce partenerii, investitorii și comunitatea locală în jurul unor obiective comune. Printr-un astfel de model, organizația trebuie să câștige încrederea locuitorilor și a partenerilor și să fie recunoscută ca o instituție apolitică, credibilă și responsabilă, care susține o dezvoltare turistică sustenabilă, relevantă pentru comunitate și benefică orașului pe termen lung, comunicând transparent rezultatele obținute.



Pentru a ajunge acolo, vom

1

Defini un cadru clar de leadership,

în care Visit Timișoara este un lider credibil și responsabil, care nu doar reprezintă interesele destinației, ci contribuie activ la finanțarea unui viitor sustenabil și inovator.

3

Crea mecanisme permanente de dialog

între Visit Timișoara și locuitori, prin Laboratoare de Turism în Cartiere, bugetare participativă și alte modele de colaborare bazate pe bune practici.

2

Construi relații solide

cu actorii cheie, administrația regională, organizațiile naționale relevante din turism și grupurile europene, pentru a facilita colaborarea, finanțarea și implementarea strategiilor prioritare.

4

Pregăti un sistem de management și

răspuns la crize, astfel încât destinația să poată reacționa rapid și coordonat la situații care afectează turismul.

Cum știm că am reușit?

Pe site-ul Visit Timișoara este publicat, într-o formă clară și ușor de înțeles, ce conduce organizația, ce poate influența sau facilita și ce nu intră în mandatul său.

Am identificat și accesat noi surse de finanțare sau rețele europene și am depus cel puțin o aplicație pentru finanțare ori aderare.

Visit Timișoara este recunoscută la nivel european pentru leadership, iar echipa consideră că are resursele necesare pentru a pune în practică obiectivele acestei strategii.

Avem un grup de management al crizelor și proceduri practice, inclusiv liste de verificare și documente cheie, care clarifică rolul OMD în cazul unei crize care afectează turismul.

Am creat relații și canale de comunicare stabile cu partenerii și locuitorii, care permit feedback constant, networking în industrie, colaborare și schimb de know-how.



OBIECTIV STRATEGIC 02

Poziționarea și povestea brandului

Definirea unei povești clare și durabile a destinației, care diferențiază Timișoara și poate susține coerent promovarea orașului ca loc de vizitat, de trăit, de muncit, de investit și de studiat.



De ce este important

Timișoara pornește de la direcția actuală de brand, una autentică și contemporană, care evită clișeele învechite. Până în 2031, orașul trebuie să aibă o poziționare de brand pe termen lung, ancorată în ceea ce îl face cu adevărat distinct și atractiv pentru vizitatori, locuitori, profesioniști, investitori și studenți.

Povestea brandului trebuie să folosească vocile și experiențele locale și să fie dusă mai departe prin conținut video și programe cu creatori și ambasadori ai orașului. Partenerii trebuie să colaboreze constant în jurul identității comune „Free City, Free Spirit”, astfel încât toate componentele Timișoarei să se susțină reciproc și să formeze o destinație mai puternică decât suma elementelor sale.

Brandul și povestea sa trebuie comunicate consecvent, pe cât mai multe platforme și în mai multe limbi, pentru a consolida Timișoara ca destinație atractivă pe tot parcursul anului.



Pentru a ajunge acolo, vom

1

Promova brandul „Oraș liber, spirit liber”

În toate direcțiile de comunicare ale orașului
- vizitare, locuire, muncă, investiții și studiu
- prin campanii pe tot parcursul anului
și o prezență constantă în social media,
care include și povești ale timișorenilor ce
întruchipează spiritul liber al orașului.

3

**Transforma curajul civic, moștenirea
revoluționară și caracterul cosmopolit și
liberal al Timișoarei** într-un fir narativ distinct
al brandului, ușor de comunicat și susținut prin
conținut și experiențe.

2

Valorifica dezvoltarea industriei

ospitalității și vom poziționa Timișoara ca o
destinație gastronomică importantă în regiune,
prin formare, colaborare și promovare.

Cum știm că am reușit?

Brandul „Free City, Free Spirit” este mai vizibil și mai cunoscut atât în spațiul urban, cât și în mediul digital, iar localnicii îl recunosc, și-l asumă și vor să facă parte din el.

Există un pachet de resurse de storytelling: texte, imagini și video, ce este construit în jurul identității Timișoarei și integrat în site-ul Visit Timișoara.

Numărul vizitatorilor a crescut, aceștia petrec mai mult timp în oraș și cheltuiesc mai mult pe durata șederii.

Site-ul destinației are un calendar anual de evenimente, actualizat constant, care îi ajută pe vizitatori să își planifice mai ușor călătoria.

Creatori de conținut, influenceri și publicații sau platforme de social media vorbesc constant despre ospitalitatea Timișoarei, patrimoniul său revoluționar și identitatea civică a orașului.

Există o bibliotecă de conținut creat de timișoreni, în care artiștii, fotografii și creatorii locali își pot încărca lucrările pentru a fi folosite în canalele și campaniile destinației.



OBIECTIV STRATEGIC 03

Cercetare de marketing și analiză de date

Construirea unei baze comune, practice și realiste de date și informații care să susțină deciziile, să măsoare impactul și să ne ajute să trecem de la decizii bazate pe instinct la managementul destinației bazat pe dovezi.



De ce este important

Dezvoltarea turismului în Timișoara trebuie să se bazeze pe date și analiză, nu doar pe intuiție. Până în 2031, trebuie să existe platforme accesibile care colectează informații din întregul sector turistic și facilitează schimbul de date și decizii mai bine fundamentate.

Colectarea și analiza periodică a datelor ne vor ajuta să luăm decizii mai bune și să urmărim consecvent impactul, raportându-ne la o bază de referință stabilă clar.



Pentru a ajunge acolo, vom

1

Monitoriza și raporta anual performanța turismului din municipiul Timișoara, alături de stimularea schimbului de date între parteneri și factorii interesați. Se vor derula cercetări aplicative în rândul vizitatorilor și evaluări periodice ale percepției comunității locale, în vederea constituirii unei baze de date consolidate.

2

Colabora cu operatorii economici de profil pentru creșterea volumului și calității evaluărilor pe platformele relevante (Google, TripAdvisor, Mastercard etc.), în scopul consolidării reputației destinației și al îmbunătățirii acurateței informațiilor disponibile.

3

Investi în soluții tehnologice avansate și în inteligență artificială, destinate analizării fluxurilor de vizitatori, optimizării accesibilității și dezvoltării unor experiențe digitale imersive.

4

Fundamenta și derula studii de impact economic al turismului în Timișoara, necesare furnizării de date obiective pentru susținerea și atragerea investițiilor viitoare.

Cum știm că am reușit?

Sistemul local de gestionare a datelor este aliniat la standardele viitorului Spațiu European al Datelor pentru Turism (European Tourism Data Space) și este dezvoltat în parteneriat cu instituțiile de cercetare de la nivel local.

A fost finalizat și dat publicității Raportul privind nivelul de maturitate digitală a destinației.

Organizația de Management al Destinației Visit Timișoara utilizează instrumente avansate de analiză și monitorizare, fundamentând procesul decizional pe date obiective și asigurând identificarea timpurie a tendințelor din domeniu.

S-a înregistrat o creștere constantă atât a volumului de evaluări (recenzii), cât și a punctajului mediu acordat unităților de cazare, alimentării publice și atracțiilor turistice pe platformele de profil.

Platforma web oficială găzduiește un inventar digital de experiențe locale autentice, realizat cu implicarea comunității. Această resursă facilitează indexarea și recomandarea obiectivelor mai puțin promovate, inclusiv prin intermediul sistemelor bazate pe inteligență artificială.



OBIECTIV STRATEGIC 04

Marketing, comunicare și prezență digitală

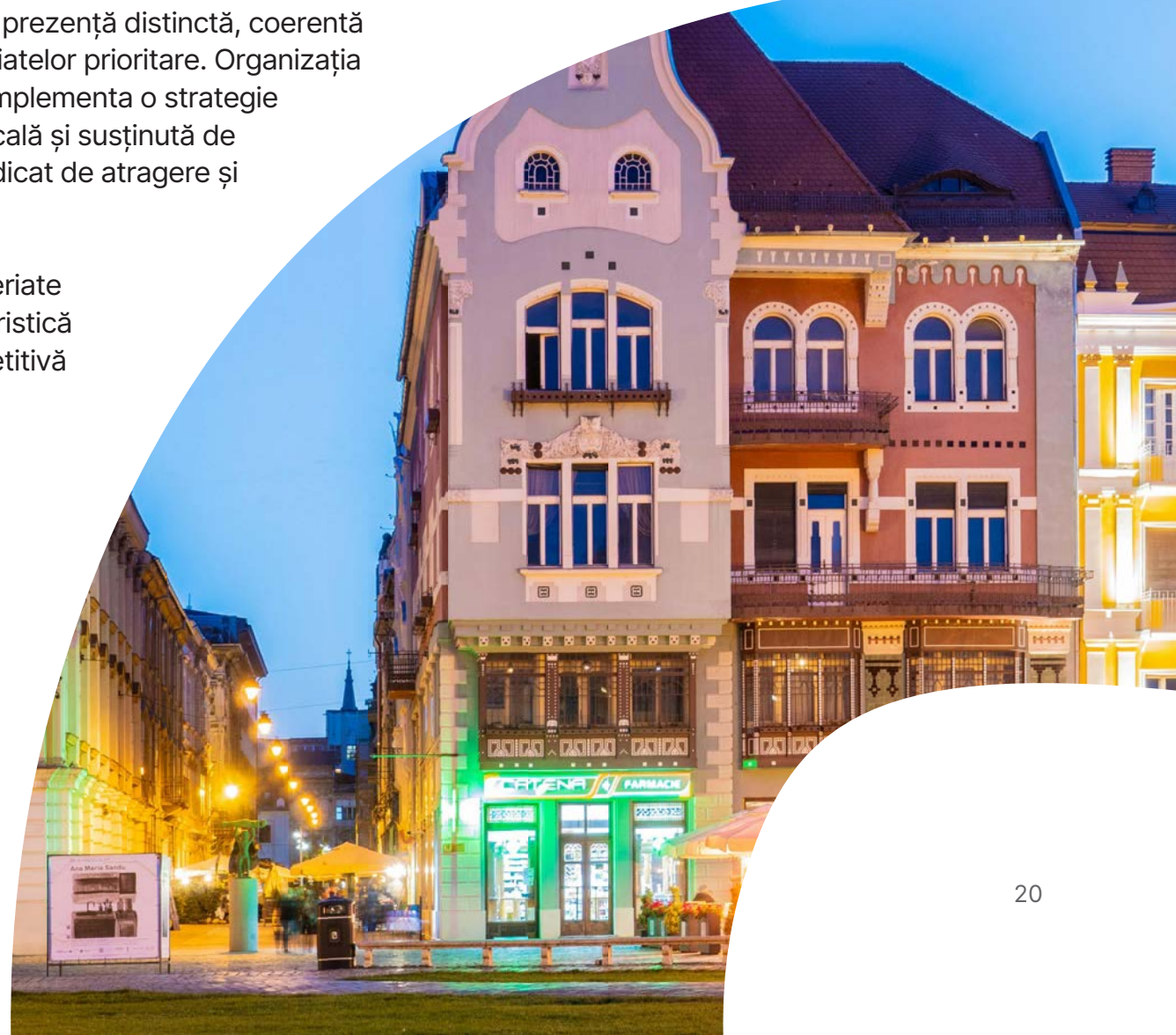
Promovarea coerentă și eficientă a municipiului Timișoara pe piețele prioritare, prin intermediul platformelor relevante și al parteneriatelor strategice.



De ce este important

Până în anul 2031, municipiul Timișoara își va consolida o prezență distinctă, coerentă și sustenabilă pe piețele, platformele și în cadrul parteneriatelor prioritare. Organizația de Management al Destinației (OMD) Visit Timișoara va implementa o strategie de comunicare integrată, fundamentată pe identitatea locală și susținută de canale digitale performante, menite să asigure un grad ridicat de atragere și fidelizare a vizitatorilor, investitorilor și partenerilor.

Prin măsuri de promovare derulate eficient și prin parteneriate strategice, Timișoara își va afirma poziția de destinație turistică și economică cu o identitate bine definită, o ofertă competitivă și o vizibilitate internațională consolidată.



Pentru a ajunge acolo, vom

Pentru atingerea acestui obiectiv, se vor desfășura următoarele acțiuni strategice:

1

Dezvolta parteneriate strategice cu actori relevanți pentru derularea campaniilor de promovare a destinației pe piețele internaționale prioritare, atât prin acorduri de tip barter, cât și prin parteneriate remunerate.

2

Optimiza experiența de utilizare (UX) și a performanței tehnice a platformei web oficiale, alături de segmentarea publicului-țintă și cartografierea parcursului utilizatorilor (user journey) pe toate canalele digitale.

3

Elabora și implementa o strategie de Social Media, prin centralizarea resurselor de campanie și asigurarea fondurilor necesare pentru managementul de conținut, producția video și menținerea unei identități vizuale unitare pe toate platformele de comunicare.

4

Lansa și susține unui program dedicat diasporei și ambasadorilor destinației, vizând în primă fază comunitățile românești din Regatul Unit și Germania.

Cum știm că am reușit?

Derularea campaniilor de promovare internațională, în colaborare cu parteneri strategici, a condus la creșterea notorietății municipiului Timișoara ca destinație turistică, în timp ce implementarea programului de ambasadori a determinat o sporire a numărului de vizitatori și un grad ridicat de interacțiune în mediul online.

Optimizarea tehnică și de conținut a platformei web oficiale a înregistrat o creștere a traficului general și a duratei medii a sesiunilor de utilizare. De asemenea, segmentarea publicului-țintă și analiza parcursului digital (user journey) au permis personalizarea experienței utilizatorilor și diminuarea ratei de părăsire a paginii (bounce rate).

A fost consolidată o abordare strategică și unitară pe canalele de Social Media, bazată pe conținut vizual de înaltă calitate, formate dinamice (mecanisme de tip carusel, animații, conținut video) și redactare bilingvă. Fiecare platformă digitală funcționează conform unui rol strategic bine definit, fiind optimizată pentru maximizarea impactului asupra publicului relevant.

The background of the slide is a photograph of a city square. On the left, there is a large, light blue building with a red-tiled roof and several windows. In the foreground, there is a green lawn and a circular stone fountain. The sky is blue with some white clouds. A large white speech bubble shape is overlaid on the right side of the image, containing the text.

OBIECTIV STRATEGIC 05

Sustenabilitate și gestionarea responsabilă a destinației

Gestionarea responsabilă a creșterii turistice, păstrarea sprijinului comunității și alinierea turismului cu obiectivele climatice, sociale și specifice orașului.

De ce este important

Până în 2031, Timișoara trebuie să aibă o abordare clară și responsabilă privind creșterea turismului. Aceasta trebuie să protejeze calitatea vieții locuitorilor și patrimoniul cultural și natural al orașului și să țină dezvoltarea turistică în acord cu obiectivele climatice, sociale și urbane ale Timișoarei.

Acțiunile vor încuraja turismul regenerativ, atingerea unor indicatori clari de sustenabilitate și folosirea transportului public și a mobilității active. Visit Timișoara va construi mecanismele, parteneriatele și instrumentele de monitorizare necesare pentru ca succesul să nu fie măsurat doar în număr de vizitatori, ci și în bunăstarea pe termen lung a destinației și a comunităților care trăiesc aici.

Pentru a ajunge acolo, vom

1

Promova transportul public și mobilitatea activă, prin măsuri precum: integrarea plăților contactless în mijloacele de transport în comun și facilitarea accesului vizitatorilor la sistemele de bike-sharing.

3

Consolida reputația municipiului Timișoara ca destinație sustenabilă și menținerea angajamentelor internaționale asumate, prin mobilizarea industriei de profil, sprijinirea mediului de afaceri și implementarea de acțiuni concrete privind atenuarea schimbărilor climatice.

2

Elabora o Carte a Vizitatorului Responsabil, ancorată în principiile Declarației de la Timișoara, cu scopul de a defini și comunica clar reperele unui comportament respectuos și sustenabil la nivelul municipiului.

4

Proteja și valorifica coridorul Begăi ca spațiu de interes comun pentru comunitate și vizitatori, destinat activităților de agrement, evenimentelor culturale și mobilității active.

Cum știm că am reușit?

Derularea unei campanii dedicate de comunicare a crescut gradul de conștientizare privind plățile contactless și opțiunile de mobilitate activă către atracțiile și cartierele din municipiu, acestea devenind o opțiune de deplasare din ce în ce mai utilizată de către vizitatori.

Carta Vizitatorului Responsabil a fost publicată și diseminată atât pe platforma web oficială Visit Timișoara, cât și în principalele puncte de informare turistică, promovând principiul unificator al dezvoltării comunitare: „turism împreună cu noi, nu peste noi”.

Este asigurată o prezență constantă la manifestările internaționale de profil dedicate sustenabilității în turism, facilitând schimbul de bune practici și transferul de cunoștințe cu alte destinații europene de top.

Un număr în creștere de operatori economici din sectorul turistic au obținut certificări verzi independente, proces sprijinit prin furnizarea de informații privind standardele de profil, facilitarea accesului la oportunități de finanțare și programe de formare destinate adaptării la schimbările climatice.

Performanța în managementul sustenabil al turismului este reconfirmată prin clasarea constantă a municipiului Timișoara în primele 50 de destinații din Uniunea Europeană în cadrul indexului internațional GDS Index (Global Destination Sustainability Index).

Au fost consolidate parteneriate active cu mediul academic și cu instituții de cercetare specializate în domeniul schimbărilor climatice.

Organizația sprijină activ inițiativele Primăriei Municipiului Timișoara privind restaurarea obiectivelor de patrimoniu și protejarea coridorului Begăi, monitorizând constant oportunitățile europene de finanțare destinate patrimoniului și adaptării climatice, precum programele LIFE și Horizon Europe.



OBIECTIV STRATEGIC 06

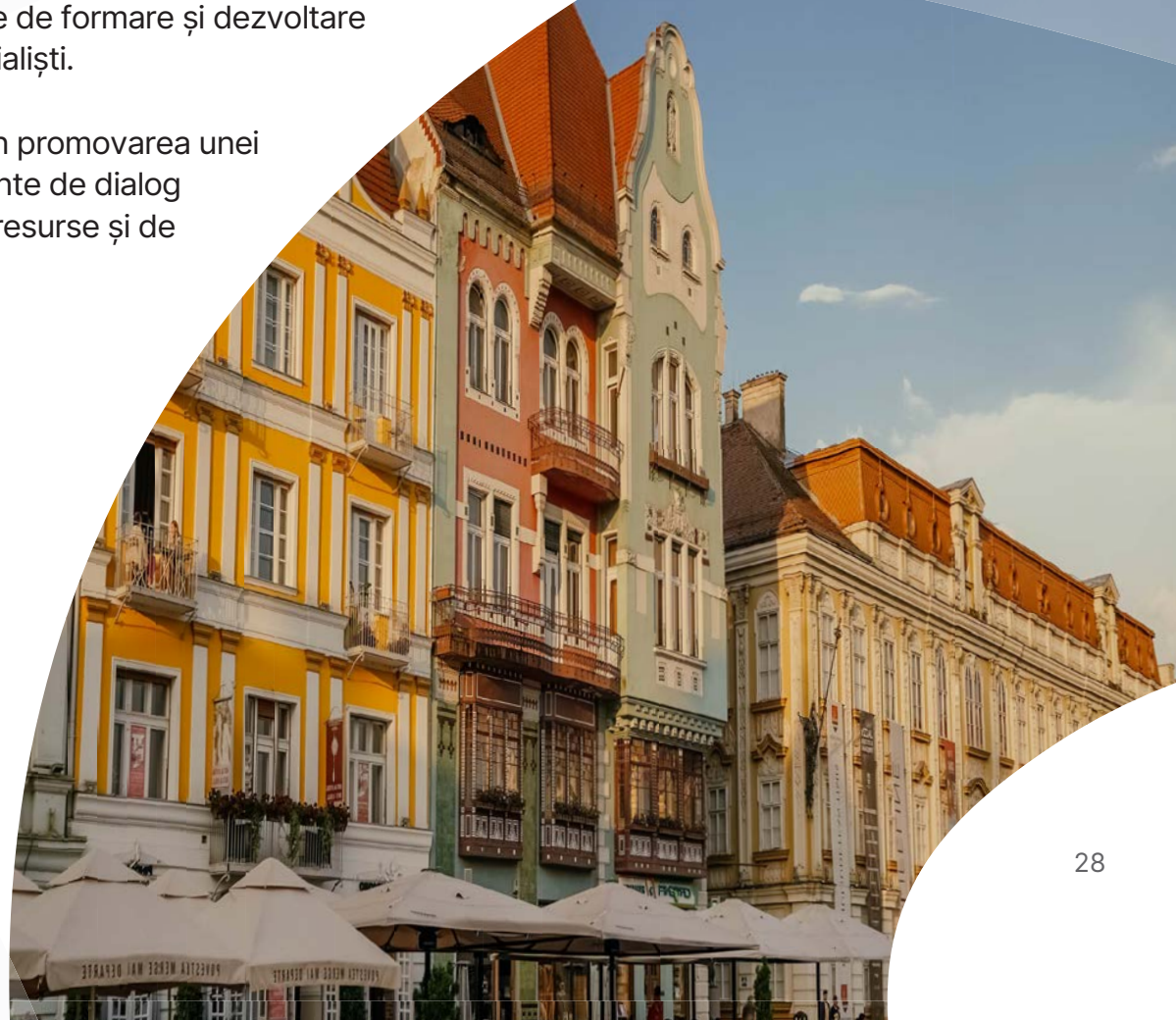
Dezvoltarea industriei și a competențelor

Susținerea oamenilor care lucrează în turism, crearea unor trasee mai bune de formare și carieră și consolidarea rezilienței sectorului pe termen lung.

De ce este important

Dezvoltarea și consolidarea resurselor umane reprezintă o direcție prioritară pentru profesionalizarea și creșterea rezilienței sectorului turistic din municipiul Timișoara. Până în anul 2031, obiectivul strategic vizează alinierea industriei ospitalității la standarde internaționale de excelență, prin crearea unor parcursuri clare de formare și dezvoltare profesională, cu accent pe atragerea și retenția tinerilor specialiști.

Totodată, se urmărește depășirea fragmentării din sector prin promovarea unei culturi a colaborării. Astfel, vor fi create mecanisme permanente de dialog și cooperare care să faciliteze schimbul de bune practici, de resurse și de oportunități între toți factorii interesați din industrie.



Pentru a ajunge acolo, vom

1

Colabora cu brandurile internaționale, Banat Host Union, HORETIM și alte organizații profesionale de profil, în vederea profesionalizării sectorului turistic, inclusiv prin dezvoltarea de programe de formare și resurse comune.

2

Promova sectorul ospitalității ca opțiune atractivă de carieră pentru tineri, prin organizarea de evenimente de networking și prin creșterea vizibilității modelelor de bune practici și a afacerilor de succes din domeniu.

3

Evalua oportunități de implementare a unui sistem local de acreditare sau recunoaștere a calității în ospitalitate, destinat creșterii standardelor de servicii și furnizării unui reper clar de calitate pentru vizitatori.

4

Implementa un program de dezvoltare a competențelor lingvistice pentru personalul din prima linie (frontline staff) din turism și ospitalitate, cu accent pe limbile vorbite pe piețele țintă prioritare, în scopul îmbunătățirii experienței vizitatorilor și al susținerii procesului de internaționalizare.

5

Extinde programul Visit Timișoara Service Excellence, o abordare aplicată și creativă a serviciilor, menită să diferențieze municipiul Timișoara și să asigure coerența calitativă la nivelul întregii destinații.

Cum știm că am reușit?

Afacerile din turism și ospitalitate au acces la servicii de sprijin pentru formarea personalului, recrutare și dezvoltare continuă.

Am facilitat schimburi internaționale și întâlniri de lucru prin care startup-uri din ospitalitatea timișoreană pot învăța direct de la alte OMD-uri europene și pot aduce acasă practici noi.

Prin programul Timișoara Service Excellence, operatorii din industrie au mai multă încredere să spună povestea orașului și adoptă o cultură a îmbunătățirii continue, inclusiv prin schimbări mici, dar relevante, cum ar fi cafea locală de specialitate în camerele de hotel sau implicarea ambasadorelor destinației.

Programele de formare lingvistică sunt oferite împreună cu universități și școli de limbi străine și sunt completate de materiale practice, ușor de folosit în activitatea de zi cu zi.

Am analizat, împreună cu Banat Host Union și HORETIM, un cadru de recunoaștere a calității, cu criterii clare pentru servicii, prezentare, sustenabilitate și accesibilitate.

Am derulat campanii care prezintă turismul ca pe un sector atractiv și valoros, folosind povești locale atât în comunicarea către industrie, cât și în presa de business.

Mai mulți tineri intră în contact cu angajatori din turism și ospitalitate prin practică, voluntariat și activități de orientare profesională.



OBIECTIV STRATEGIC 07

Dezvoltarea produselor și designul experiențelor

Extinderea și îmbunătățirea diversității, calității, accesibilității și distribuției experiențelor turistice, cu accent pe profunzimea experienței, nu pe volum.



De ce este important

Dezvoltarea turismului în municipiul Timișoara și în regiunea limitrofă necesită o ofertă mai diversificată, bine distribuită teritorial și ușor accesibilă. Până în anul 2031, experiența vizitatorului va fi fundamentată pe o ofertă autentică și distinctă, ancorată în identitatea locală și concepută pentru a facilita explorarea în profunzime a patrimoniului cultural și material al orașului.

Prioritatea strategică vizează consolidarea produselor și nișelor turistice cu potențial ridicat precum gastronomia locală, explorarea cartierelor istorice sau valorificarea patrimoniului evreiesc. În locul unei abordări generice, municipiul Timișoara își va structura un **portofoliu curatoriat de experiențe** de înaltă calitate, direcționat strategic către piețele țintă prioritare.



Pentru a ajunge acolo, vom

1

Dezvolta segmentul MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions)

și vom crește atractivitatea municipiului Timișoara ca destinație pentru evenimente de business, folosind Meeting Planner's Guide, un calendar online de evenimente, promovarea în rețelele relevante și formare pentru partenerii locali în pregătirea candidaturilor pentru evenimente.

2

Crește piețele regionale existente

prin dezvoltarea unor experiențe țintite care să genereze mai multe înnoptări și cheltuieli mai mari în destinație.

3

Promovarea spațiilor, locurilor și experiențelor autentice, care pun în valoare identitatea și moștenirea culturală locală a Timișoarei.

4

Crea spații multifuncționale și produse turistice integratoare, care să faciliteze

interacțiunea directă dintre comunitatea locală și vizitatori.

5

Lansa un program dedicat dezvoltării gastronomice,

conectat la cramele din regiune și fundamentat pe principii de turism sustenabil și lanțuri scurte de aprovizionare.

6

Dezvolta economia de noapte (Night-time Economy), în scopul extinderii sejurului,

creșterii cheltuielilor medii per vizitator și acoperirii deficitului actual din oferta de seară (divertisment și servicii de alimentație publică).

7

Construi itinerarii transfrontaliere

împreună cu Serbia și Ungaria, valorificând proximitatea, legăturile culturale și conexiunile de transport tot mai bune pentru a crea produse multidesinație care pot fi rezervate și cumpărate.

Cum știm că am reușit?

Timișoara are reputația unei destinații MICE de calitate, eficiente și ușor de folosit pentru organizatori, susținută de o infrastructură în continuă dezvoltare.

Produsele și experiențele destinate industriei de turism organizat sunt promovate și folosite tot mai mult, inclusiv cele care leagă Timișoara de Banat, de cramele din regiune și de oportunitățile transfrontaliere cu Serbia.

Am folosit „Anul Gastronomic al Banatului 2028” ca moment mobilizator și am construit parteneriate care dezvoltă oferta atât înainte, cât și după acest reper.

Am început dezvoltarea economiei de noapte printr-o strategie dedicată, cu accent pe promovare - de exemplu, un fir de conținut „After Dark” sau echivalent - și pe sprijin pentru operatorii HoReCa și spațiile culturale.

Am sprijinit companiile de turism existente și antreprenorii noi să lanseze produse precum tururi gastronomice, tururi de seară și experiențe de nișă, inclusiv turism medical și patrimoniu evreiesc.

Am cartografiat și urmărit oportunități transfrontaliere împreună cu parteneri din Serbia și Ungaria, precum coridorul Bega, EuroVelo 13, legătura culturală cu Novi Sad și rutele vinului.



OBIECTIV STRATEGIC 08

Conectivitate, servicii pentru vizitatori și experiența în oraș

Îmbunătățirea orientării, a sistemelor de semnalizare, a accesibilității și a infrastructurii urbane de uz cotidian pentru vizitatori, într-o manieră care generează beneficii directe și pentru comunitatea locală

De ce este important

Până în 2031, Timișoara trebuie să îmbunătățească semnificativ felul în care oamenii se deplasează și se bucură de oraș, fie că sunt vizitatori sau locuitori. Visit Timișoara va lucra cu Primăria pentru sisteme clare și accesibile de orientare și semnalistică, pentru îmbunătățiri punctuale ale infrastructurii turistice, conexiunilor aeriene și accesibilității și pentru soluții digitale care fac orașul mai primitor, mai incluziv și mai ușor de explorat.

Pornim de la o idee simplă: un oraș mai bun pentru cei care trăiesc aici este și o destinație mai bună pentru cei care îl vizitează. Spațiile și serviciile comune trebuie să reflecte mândria Timișoarei pentru propria identitate și grija față de comunitate.

Pentru a ajunge acolo, vom

1

Lucra cu Primăria

pentru a identifica și susține cele mai utile îmbunătățiri ale spațiului public - de la opțiuni de mâncare și băuturi la toalete accesibile, zone de ședere în parcuri și pe malul Begăi sau instalații de artă publică - astfel încât experiența orașului să fie mai bună pentru vizitatori.

3

Continua să valorificăm moștenirea Capitalei Europene a Culturii

pentru a consolida Timișoara ca destinație culturală de neratat, sprijinind instituțiile creative să atragă finanțări și promovând evenimentele prin site și social media.

2

Crește utilizarea serviciilor oferite de ghizi, centre de informare turistică și magazinele de suveniruri.

4

Dezvolta o strategie completă de orientare și semnalistică pentru Timișoara, care include semnalizare fizică, navigație digitală și informații multilingve și ajută vizitatorii să descopere mai mult din oraș, nu doar centrul.

5

Realiza un audit de accesibilitate și un plan de acțiune pentru incluziune, pentru ca Timișoara să fie mai ușor de vizitat de persoanele cu dizabilități sau mobilitate redusă.

Cum știm că am reușit?

Timișoara este recunoscută ca una dintre destinațiile potrivite pentru familii, iar spațiile publice sunt folosite mai mult atât de locuitori, cât și de vizitatori.

Evenimentele culturale sunt publicate din timp în calendarul Visit Timișoara, iar noi evenimente sunt dezvoltate și în cartierele din afara centrului, folosind formate structurate care pot fi ușor descoperite și distribuite inclusiv prin instrumente bazate pe AI.

Împreună cu Primăria, am realizat un audit al sistemului de orientare și semnalistică pentru centrul orașului și cartierele prioritare Iosefin, Fabric și Elisabetin și am finalizat proiectarea unei strategii actualizate.

Împreună cu Primăria și partenerii cheie, am îmbunătățit accesibilitatea destinației printr-un audit complet, un plan de îmbunătățire și lucru direct cu afacerile din ospitalitate pentru a crește nivelul de cunoaștere și aplicare a standardelor de accesibilitate.

Ghizii, centrele de informare turistică și magazinele de suveniruri primesc sprijin constant, inclusiv formare profesională pentru personal și programe care pun în valoare artiștii locali.

An aerial photograph of a historic city square. In the foreground, there is a large, circular fountain with a central tiered structure. The square is paved with cobblestones and surrounded by green lawns. Several ornate street lamps are visible. In the background, there are multi-story historic buildings with many windows. A white archway is visible on the left side of the square.

OBIECTIV STRATEGIC 09

Monitorizare, evaluare și implementare

Stabilirea unor indicatori clari, a responsabilităților și a unor mecanisme constante de feedback, astfel încât strategia să poată reacționa rapid și să se adapteze în timp.

De ce este important

Visit Timișoara va crea un cadru pentru monitorizarea și evaluarea periodică a acțiunilor din acest plan. El va include indicatori clari, va stabili cine răspunde de implementare și va crea mecanismele de feedback necesare pentru ca strategia să poată fi ajustată pe parcurs.

Până în 2031, toate acțiunile din această strategie trebuie fie implementate, fie avansate semnificativ, iar datele colectate vor sta la baza următorului ciclu strategic.



Pentru a ajunge acolo, vom

1

Monitoriza și raporta

implementarea Strategiei 2026–2031, actualizând în mod special responsabilitățile și asumarea lor de către actorii implicați.

3

Menține un mecanism periodic de feedback cu locuitorii, pentru a ne asigura că dezvoltarea turismului rămâne în echilibru cu calitatea vieții în oraș.

5

Publica un raport „Starea turismului în Timișoara”, separat de raportul anual al OMD, care să arate clar impactul economic și social al turismului în rândul partenerilor și al comunității locale.

2

Crea un dashboard de KPI corelat

cu indicatorii Strategiei Naționale pentru Turism, care să ofere un singur punct de referință pentru progresul față de obiectivele locale și naționale.

4

Face o evaluare la jumătatea perioadei de implementare, pentru a vedea ce a funcționat, a ajusta prioritățile în funcție de context și a actualiza obiectivele pentru etapa finală.

Cum știm că am reușit?

Datele relevante despre turismul din Timișoara sunt reunite într-un dashboard sau într-o formă vizuală ușor de urmărit și sunt publicate periodic într-un raport.

Există un proces clar prin care locuitorii pot transmite feedback despre turismul din Timișoara.

Raportul „Starea turismului în Timișoara” este publicat pe baza unui format clar și repetabil și include comparații cu orașe similare.

Am finalizat evaluarea intermediară a strategiei, am analizat progresul implementării și am publicat rezultatele relevante pentru parteneri și locuitorii interesați.



Visit Timișoara

în parteneriat cu TOPOSOLOGY