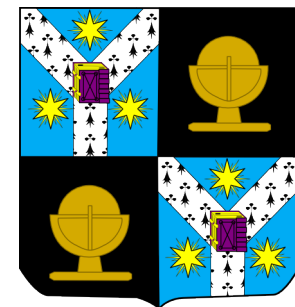
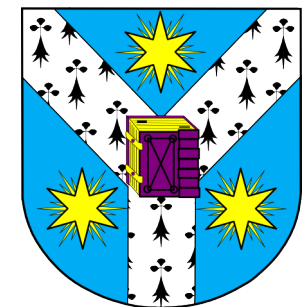




PATRIMONIUL TURISTIC NATURAL al ROMÂNIEI



- prezentare curs -

Conf. dr. Mihai NICULIȚĂ

Departamentul de Geografie

Facultatea de Geografie și Geologie

Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași



Cuprins

1. DEFINIȚII și CONCEPTE

1.1 Turismul

1.2 Geografia turismului

1.2.1 Patrimoniul turistic

1.2.2 Potențialul turistic

1.3 Economia turismului

1.4 Geopatrimoniul

1.5 Geoturismul

1.6 Ecoturismul

1.7 Cadrul legal al turismului în România

1.8 Ariile protejate din România

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.1 Turismul

- **Turismul** este definit ca activitatea de călătorie pentru agrement sau afaceri care se concentrează în jurul vizitatorilor deplasați către o anumită destinație, ceea ce va implica de obicei o infuzie de bani noi de la vizitator în economia regională (Hall, 1995), fiind una dintre cele mai mari industrii globale (Hall și Page, 2006). Din perspectivă istorică (Glăvan, 2005¹), turismul a fost inițial apanajul elitelor (a se vedea noțiunea de “*leisure*” din literatura anglofonă care este asociată critic chiar unei clase – Veblen, 1899 – în literatura economică și socială), pentru ca astăzi să devină o comoditate (Sheller și Urry, 2004), deși majoritatea populației Globului nu își permite să călătorească pentru timp liber (Gibson, 2008). Cu toate acestea, chiar și cele mai sărace zone sau regiunile afectate de război sunt integrate într-o formă sau alta în industria de turism (Erhard și Steinicke, 2006). Există și forme de turism atipice din punct de vedere economic care nu realizează fluxuri economice tipice, dar care se încadrează ca tipologie la definiția activității turistice.

¹A se vedea paginile 20 și 21 ale cărții citate

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.1 Turismul

- Deși activitate cu efecte preponderent economice, ea este dependentă în mod paradoxal de resursele naturale și de mediul înconjurător, dar și creează probleme de mediu enorme (Cater și Goodall, 1992; Cater, 1995; Butler, 2000; Wong, 2004; Hall and Higham, 2005). La ora actuală turismul este văzut ca un actor important în dezvoltarea sustenabilă (Weaver, 2004, 2014) și în reziliența față de dezastrele naturale și umane (Gibson, 2008).
- Turismul este un fenomen complex (Goeldner și Ritchie, 2008), cu implicații diverse și studiat din multe perspective (Figura 1): economică, demografică, socială, psihologică, politică, geografică. Ca activitate economică, turismul este foarte adesea relaționat de legislație, de guvernare și de planificare, celelalte perspective enunțate mai sus fiind mai greu de formalizat.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.1 Turismul

- **Atracția turistică** este inseparabil legată de turism (Lew, Hall și Timothy, 2008), fiind văzută ca o triadă: resursă exploatabilă, un produs sau imagine vandabilă și locație. Sistemul de atracție turistică (MacCannel, 1999; Leiper, 1990) menționează trei elemente indispensabile pentru ca un sit aflat în afara domiciliului să devină interesant pentru turiști: (i) existența turiștilor, (ii) existența locului și (iii) un interes sau o cauză pentru ca turistul să dorească să vadă sau să experimenteze locația. Lăsând la o parte teoria sociologică a atracției turistice, Lew (1987) identifică trei caracteristici ale atracției turistice, care sunt cuantificabile și sunt utilizate în inventariere și tipologizare: (i) forma, identitatea sau numele, (ii) o structură organizațională și de dezvoltare, și (iii) o experiență percepută. În acest mod, atracțiile turistice sunt identificate după nume (putând fi locuri bine definite sau areale identificate atât prin nume specifice, cât și prin categorii generice). Din punct de vedere tipologic, există mai multe diferențieri, dar cel mai adesea separarea bazată pe “ideografie” (în sens de reprezentare generalizată) în naturale, umane sau mixte este cea mai logică (Lew, 1987 – Tabelul 1).
- Alți autori (Schmidt, 1979) sugerează tipizarea pe baza ariei din care provine sursa în atracții (i) geografice, (ii) sociale, (iii) culturale, (iv) tehnologice, și (v) religioase.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.1 Turismul

Naturale	Mixte	Umane
<u>Panorame:</u> montane, litorale, câmpii, văi, zone aride, insule	<u>Natură observațională:</u> peisaje rurale și agricole, grădini zoologice și botanice, situri arheologice	<u>Infrastructură utilitară:</u> utilități (de ex. barajele), așezările umane și activitățile lor, oamenii și modul lor de a fi
<u>Ecosisteme:</u> climate, arii protejate	<u>Natură participativă:</u> activități montane, activități acvatice, activități în aer liber	<u>Infrastructură turistică:</u> forme de acces, structuri de informare, structuri de primire
<u>Repere de interes:</u> geologice, biologice, hidrologice	<u>Natură de agrement:</u> poteci, parcuri, stațiuni	<u>Infrastructură de agrement:</u> structuri de agrement și divertisment, cultură, istorie și artă

Tabelul 1. Tipuri de atracții turistice din perspectivă „ideografică” (Lew, 1987)

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.2 Geografia turismului

- Geografia turismului, ca disciplină, este asociată Geografiei umane, fiind văzută cel mai adesea în cadrul Geografiei economice, deși există în general în literatura anglofonă viziunea că potențialul acestei discipline este mult mai extins decât ceea ce s-a realizat până acum (Gibson, 2008). În loc să definim Geografia turismului, preferăm să enumerăm ce face aceasta:
 - - studiază locul de origine a turistului, destinația sa turistică și relațiile dintre acestea, incluzând rutele de transport, relațiile de afaceri și marketing și motivația călătorului (Lew, Hall și Timothy, 2008);
 - - abordează spațiul turistic în contextul larg geografic de înțelegere al spațiului (Pearce, 1979);
 - - studiază impactul turismului asupra cadrului natural și al mediului, în special în contextul schimbărilor globale de mediu pentru fundamentarea unui turism sustenabil (Gibson, 2008).
- O încercare foarte interesantă și care trasează bine direcțiile de cercetare în geografia turismului este trichotomia dublă a lui Mitchell (1979), reprezentată grafic ca matrice (Figura 2).

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.2 Geografia turismului

Figura 2. Matricea definită de trichotomia dublă a direcțiilor de studiu a turismului prin geografia turismului

CONCEPTS → ↓	DEMAND	SUPPLY	LINKAGE	Vectors ↓
PURPOSE	1	2	3	Ideology Values
STRUCTURE	4	5	6	Institutions Facilities Activities
DISTRIBUTION	7	8	9	Physical Geometry
Vectors →	Behavior	Management Impact Environment	Transportation Interaction Participation	

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.2 Geografia turismului

- Natura inerent spațială a turismului face ca Geografia să se integreze natural în studiul turismului. [Goeldner și Ritchie \(2008\)](#) în abordarea lor complexă asupra turismului, menționează că este recomandată studierea contribuțiilor geografice în turism, deoarece abordarea geografilor este “atât de cuprinzătoare”, abordând utilizarea terenului, aspectele economice, impactul demografic și cultural, etc. [Veal \(2006\)](#) menționează geografii ca fiind vârful de lance al cercetării observaționale în turism, dar având și rezultate privind sociologia turistică, spațiul turistic, comportamentul turiștilor sau percepția peisajului.
- **Resursele turistice**, din perspectivă a geografiei turismului ([Nelson, 2017](#)) sunt acele componente ale destinației turistice (fizice și/sau umane) care au potențialul de a facilita turismul sau chiar reprezintă baza atracției turistice (astfel că putem spune că atracțiile turistice sunt incluse în conceptul de resursă turistică). Resursele turistice naturale sunt de bază, fundamentale pentru dezvoltarea celor umane ([Godfrey și Clarke, 2000](#)). Resursele turistice sunt potențiale, putând fi tangibile (mai ales în cazul celor naturale), dar necesitând dezvoltare pentru utilizare în turism. Întotdeauna turismul se dezvoltă pe baza unei combinații de resurse, și nu a unei singure resurse ([Nelson, 2017](#)). Pe lângă efectul benefic turismului, unele elemente ale cadrului natural pot reprezenta bariere în dezvoltarea acestuia ([Nelson, 2017](#)). Din perspectivă practică se recomandă utilizarea unui audit al resurselor turistice de către decidenții în turism, mai ales prin utilizarea SIG², pentru a se putea identifica punctele tari și cele slabe în dezvoltarea destinației turistice ([Godfrey și Clarke, 2000](#); [Nelson, 2017](#)).

²Sisteme Informaționale Geografice

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.2 Geografia turismului

1.2.1 Patrimoniul turistic

- Definirea patrimoniului turistic necesită o mică divagație. În general noțiunea de patrimoniu³ este destul de clară în termeni juridici (Lazzarotti, 2003), acesta putând fi public sau privat, deși diferite discipline atribuie multiple înțelesuri termenului (Selicato, 2006). Etimologic, cuvântul are la origine latinescul *patrimonium*, compus din *pater*⁴ și *munus*⁵, adică “*datoria tatălui/lucrurile aparținând tatălui său*” (Selicato, 2006).
- În geografia umană, există teoretizări destul de interesante ale termenului de patrimoniu care pot fi transferate către turism. Printre acestea menționăm Tunbridge și Ashworth (1996) și Graham, Ashworth și Tunbridge (2000), care definesc patrimoniul în contextul geografiei umane astfel: **utilizarea trecutului ca resursă culturală, politică și economică pentru prezent, în mod selectiv și bineînțeles, subiectiv și foarte dinamic**. În plus, patrimoniul este asociat la nivel de “trinitate” împreună cu identitatea și locul (Ashworth, Graham și Tunbridge, 2007), astfel încât putem transfera la nivelul geografiei turismului definiția scurtă: **patrimoniul turistic reprezintă spații istorice cu identitate turistică**. Și în spațiul francofon, Lazzarotti (2011) definește patrimoniul ca **fuziune a monumentelor istorice cu natura**, sau mai detaliat ca **ansamblu de atribute, reprezentări și practici ancorate de un obiect necontemporan (lucru, muncă, idee, martor, clădire, amplasament, peisaj, practică) în care este declarată colectiv importanța actuală intrinsecă (reprezentativ al unei istorii a lucrurilor societății) și extrinsecă (ascunde valori suport ale unei memorii colective) care necesită conservare pentru viitor** (Lazzarotti, 2013). Ca sinonime se pot menționa: avere, moștenire

³Ca sinonime se pot menționa: avere, moștenire; ⁴tată; ⁵datorie

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.2 Geografia turismului

1.2.1 Patrimoniul turistic

- Exemple de patrimoniu, sunt relicvele fizice ale trecutului (atât naturale, cât și umane, sau mixte, cazul peisajelor), obiecte, infrastructuri, situri sau locuri, produsele culturale, artistice sau sociale. Din perspectivă istorică patrimoniul a fost construit de societățile modernă și contemporană, fie în jurul obiectivelor socio-culturale (în special în Europa), fie în jurul parcurilor naturale (în special în SUA) sau a mediului urban (Duhamel, 2018). Natura dinamică a patrimoniului turistic este dată de apariția unor surse de atracție turistică, fie prin inovație umană sau tehnologică, fie prin dinamica mediului natural.
- În literatura românească se vehiculează concepția economică și juridică, Glăvan (2005) citând legislația românească, care consideră patrimoniul turistic ca fiind compus din resursele turistice și structurile turistice. Celelalte cursuri din domeniu păstrează aceeași perspectivă economică (Ielenicz și Comănescu, 2009). Swizewski și Oancea (1977) asociază patrimoniul turistic cu fondul turistic.
- Revenind la confuziile din literatura românească, multe cursuri universitare includ în patrimoniul turistic și potențialul turistic (Cândea, 2010). Altele, includ patrimoniul turistic, conceptualizat ca fond turistic în potențialul turistic, împreună cu dotările tehnico-edilitare și serviciile turistice (Swizewski și Oancea, 1977).

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.2 Geografia turismului

1.2.1 Patrimoniul turistic

- Din punctul nostru de vedere trebuie abordată direcția în care patrimoniul nu cuprinde totalitatea spațiului unei țări (asta pentru că vorbim de patrimoniul turistic al României) cu un anumit potențial turistic, ci doar acele spații care în prezent au identitate specific patrimonială. Astfel, patrimoniul turistic este destul de dinamic din perspectivă temporală, în sensul că se extinde și se poate modifica în funcție de paradigmele sociale și politice, dar față de potențial, pe care îl detaliem imediat, este limitat la o serie bine definită de locuri/spații cu identitate clară.
- **1.2.2 Potențialul turistic**
- Noțiunea de potențial este destul de generală, precum cea de patrimoniu, dar din fericire are teoretizări geografice care pot fi transferate către turism, deși în geografia turismului la nivel internațional nu este o direcție care să fie considerată importantă. Mai degrabă determinarea potențialului intră la zona de geografie aplicată în turism sau la aspecte practice de strategie/marketing turistic (Pearce, 2012; Veal, 2018). Doar regional evaluarea potențialului turistic este un component important al geografiei turismului. În literatura internațională nu există conceptualizată foarte clar direcția de studiu în geografia turismului a potențialului turistic.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.2 Geografia turismului

1.2.2 Potențialul turistic

- În literatura românească, și în cazul potențialului turistic se preferă abordarea economică, [Cocean \(1999\)](#) definind potențialul turistic ca “*rezultatul asocierii spațiale a fondului turistic cu baza tehnico-materială aferentă*”. Sau, mai extins, “*ansamblul componentelor naturale, cultural-istorice, sociodemografice și tehnico-economice, recunoscute științific, cantitativ și calitativ și dovedite prin practică și care, prezintă posibilități de valorificare turistică și sau anumită funcționalitate pentru turism*” ([Glăvan, 1995](#)).
- [Muntele \(2000\)](#) definește⁶ potențialul turistic ca “*totalitatea posibilităților pe care mediul natural și cel social le poate pune la dispoziția activităților turistice indiferent că sunt sau nu folosite în aceste scopuri*”, pornind de la argumentul că istoric, turismul apare în zona mediteraneană promovat de britanici, în contextul atracțiilor acestei zone. Se recunoaște natura dinamică, se diferențiază potențial amenajat, utilizat și amenajabil, și componentul natural al potențialului. Ori tocmai conceptual, noțiunea de potențial⁷ este virtuală din punct de vedere al condițiilor de realizare (utilizabilă/amenajabilă), în momentul în care potențialul se realizează (adică este utilizat/amenajat) nu mai este potențial turistic, ci devine patrimoniu turistic.

⁶Fără a cita sursa aceste definiții; ⁷dex.ro = “Care are în sine toate condițiile esențiale pentru realizare, care există ca posibilitate, care există în mod virtual”.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.2 Geografia turismului

1.2.2 Potențialul turistic

- În concepția noastră asupra patrimoniului turistic și a potențialului turistic, **abordarea geografică a patrimoniului** exclude o relație de incluziune sau de egalitate între cele două concepte. Practic, există o suprapunere, potențialul cuprinzând elementele de patrimoniu. Practic patrimoniul turistic este un potențial turistic utilizat, fiind illogică separația dintre potențialul turistic utilizat și cel latent⁸ (Ielenicz și Comănescu, 2009⁹; Muntele, 2000).
- Asocierea potențialului turistic la nivel de egalitate cu diferite noțiuni economice¹⁰ (resursă, ofertă, fond) este problematică, deoarece fiecare noțiune economică are nuanțele ei în definiție, niciuna acoperind întru totul potențialul turistic. O să dăm un singur exemplu, care ilustrează nevoia de a nu utiliza în definiția geografică noțiunile economice: Iosep și (2010) citând pe Swizewski și Oancea (1977) menționează că potențialul turistic integrează, pe lângă fondul turistic, și baza tehnico-materială și chiar serviciile turistice, fiind suma acestora. Se observă din nou confuzia între virtualitatea potențialului și materialitatea bazei tehnice și a serviciilor.

⁸Noțiunea de potențial deja include o latență, o posibilitate.

⁹Care introduc și potențialul turistic cunoscut, pe lângă cel latent, considerat puțin cunoscut.

¹⁰Acestea le vom trata separat la secțiunea 1.3, dedicată economiei turismului.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.2 Geografia turismului

1.2.2 Potențialul turistic

- Potențialul turistic în opinia noastră este cel mai apropiat la nivel de incluziune de conceptul de resursă turistică, fie că abordarea este geografică sau economică (Snack, 1977). Glăvan (2005) consideră potențialul turistic component al ofertei turistice, sau ca ofertă turistică potențială. Ulterior același autor (Glăvan, 2006) include în potențialul turistic, ca latură afectivă a diferitelor componente ale acestuia, atracțiile turistice, și recunoaște caracterul predominant economic al resurselor turistice, care deși mai complete pot fi destul de generale și latente.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.3 Economia turismului

- Din perspectivă economică, turismul este o parte a economiei, fiind definit de un lanț de furnizare a unor servicii între diverse sectoare, astfel încât este ușor de cuantificat și modelat. Pentru a fi integrat în perspectiva economică a cererii și ofertei, în cadrul turismului o serie de noțiuni au fost propuse și definite. Din păcate, uneori apare o confuzie generalizată în cadrul acestor termeni la nivelul literaturii românești, confuzie transmisă și la sau venind de la nivelul geografiei. Astfel, din perspectivă economică se vehiculează termenul de atracție turistică, care stă la baza activității economice prin atragerea turistului către destinație. Și resursa turistică este definită, înglobând atracțiile turistice, (Snack, 1977).
- Pentru ca actul turistic să se întâmple este nevoie de servicii turistice (Vanhove, 2005), din care sectorul de acomodare este cel mai important, de infrastructură publică de transport și de componentele de încheiere a fluxului, respectiv intermediarii.

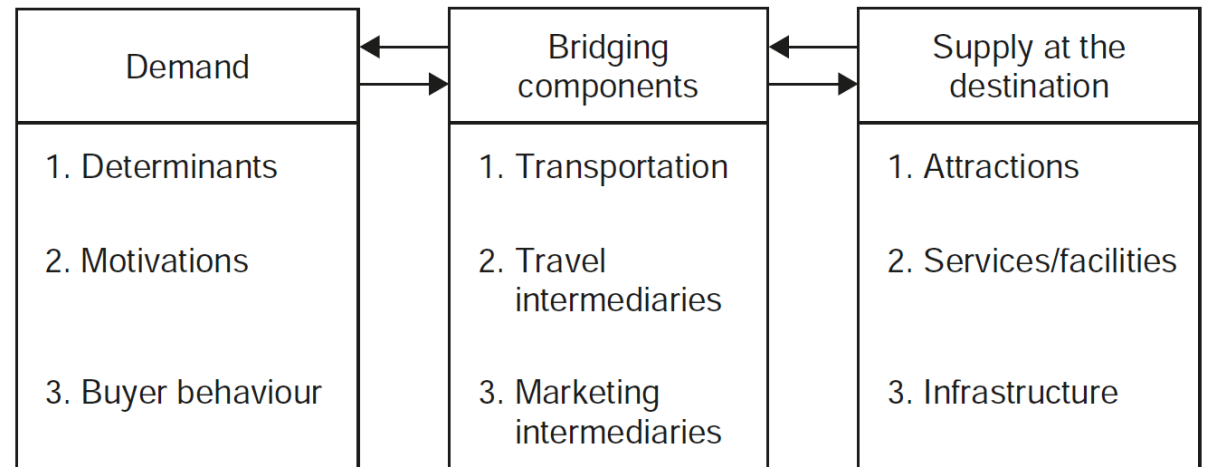


Figura 3. Componentele sistemului turistic (Vanhove, 2005)

Figure 4.1 Components of the tourism system

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.3 Economia turismului

- Din perspectivă economică există teoretizări în literatura românească în care potențialul turistic este văzut de fapt ca patrimoniu, dar din punct de vedere economic de fapt vorbim de produs turistic. Atât potențialul turistic, cât și patrimoniul turistic nu intră în circuit decât dacă devin atracții turistice, fiind integrate în produse turistice. Considerând ciclul de viață al produsului turistic fundamentat de [Butler \(1980\)](#), nu are logică ca patrimoniul sau potențialul turistic să fie incluse ca atare în noțiunea de produs turistic sau în alte accepțiuni economice. Atât potențialul cât și patrimoniul turistic sunt realități nedisociabile de cadrul fizico-geografic sau uman-geografic, astfel încât ele nu pot fi asociate produsului turistic sub relație de incluziune. Produsul turistic este perisabil în timp și nu poate fi stocat ([Stafford, 1999](#)). Astfel părerea noastră este că atât potențialul cât și patrimoniul turistic trebuie tratate diferit de partea economică, cel puțin din perspectivă funcțională. Dacă analizăm modul în care este creat produsul turistic vom vedea ca el este predominant o construcție umană, bazată pe mai multe nivele. Literatura economică are teoretizată o suită de termeni care se pot asocia în parte cu patrimoniul și cu potențialul turistic, astfel încât sintetizarea unui tabel de comparație este de ajuns pentru a trata acest aspect. Termenii economici nu trebuie preluați sau reinvențați în geografia turismului. Aceștia trebuie uzitați în contextul lor economic, iar unde conceptele sau metodele geografice pot ajuta se poate realiza o integrare. Cel puțin din perspectivă a componentei naturale a turismului, nu există integrări clare la nivelul literaturii internaționale.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.4 Geopatrimoniul

- Geografia fizică pune la dispoziție cadrul esențial al dezvoltării turismului (“physiography” și “climate” fiind văzute ca fiind componente de bază ale turismului – [Goeldner și Ritchie, 2008](#)), dar deoarece geografia asociază preponderent turismul cu geografia umană, în cadrul geografiei turismului nu se pune accent pe studiul propriu-zis al cadrului natural. Cu toate acestea în disciplinele geografiei fizice și în geologie, a apărut o direcție de studiu care abordează componentul fizico-geografic atât din perspectivă a utilizării turistice, cât și din perspectivă a nevoii de conservare și de reducere a impactului indus de activitățile umane în general, sau de turism în particular.
- Evaluarea geopatrimoniului este de actualitate printre cercetătorii din geștiințe, mai ales în contextul geoconservării ([Brocx, 2008](#); [Brocx și Semeniuk, 2007](#)) sau aplicării SIG ([Rutherford, Kobryn și Newsome](#)).

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.4 Geopatrimoniul

- Din perspectivă practică această direcție a fost materializată în momentul în care UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) la a 17-a Conferință Generală, din 1972, a adoptat Convenția privind protecția patrimoniului cultural și natural global. În privința patrimoniului, convenția menționează:
- “Articolul 1
- În sensul prezentei convenții, următoarele sunt considerate „patrimoniul cultural”:
 - monumente: lucrări arhitecturale, lucrări de sculptură și pictură monumentală, elemente sau structuri de natură arheologică, inscripții, locuințe rupestre și combinații de trăsături, care au o valoare universală remarcabilă din punct de vedere al istoriei, artei sau științei;
 - grupuri de clădiri: grupuri de clădiri separate sau conectate care, datorită arhitecturii, omogenității sau locului lor în peisaj, au o valoare universală remarcabilă din punct de vedere al istoriei, artei sau științei;
 - situri: lucrări ale omului sau lucrările combinate ale naturii și ale omului și zone, inclusiv situri arheologice, care au o valoare universală remarcabilă din punct de vedere istoric, estetic, etnologic sau antropologic.

<https://whc.unesco.org/en/conventiontext/> (accesat 01.10.2021)

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.4 Geopatrimoniul

- Articolul 2
- În sensul prezentei convenții, următoarele sunt considerate „patrimoniul natural”:
 - trăsături naturale constând din formațiuni fizice și biologice sau grupuri de astfel de formațiuni, care au o valoare universală remarcabilă din punct de vedere estetic sau științific;
 - formațiuni geologice și fiziografice și zone delimitate cu precizie care constituie habitatul speciilor amenințate de animale și plante cu o valoare universală remarcabilă din punct de vedere al științei sau al conservării;
 - situri naturale sau zone naturale delimitate cu precizie de o valoare universală remarcabilă din punct de vedere al științei, conservării sau frumuseții naturale.”
- Convenția a pus și bazele Comitetului Interguvernamental pentru Protecția Patrimoniului Cultural și Natural Global, pe scurt Comitetul Patrimoniului Global care are ca rol principal menținerea Listei Patrimoniului Global.

<https://whc.unesco.org/en/list/> (accesat 01.10.2021)

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.4 Geopatrimoniul

- În România sunt nouă entități:
 1. Danube Delta¹³ – Delta Dunării;
 2. Churches of Moldavia – Bisericile din Moldova;
 3. Monastery of Horezu – Mănăstirea Horezu;
 4. Villages with Fortified Churches in Transylvania 21 – Satele cu biserici fortificate din Transilvania;
 5. Dacian Fortresses of the Orastie Mountains – Cetățile dacice din Munții Orăștie;
 6. Historic Centre of Sighișoara – Centrul Istoric al Sighișoarei;
 7. Wooden Churches of Maramureș – Bisericile de lemn din Maramureș;
 8. Ancient and Primeval Beech Forests of the Carpathians and Other Regions of Europe¹⁴ – Pădurile de fag din Carpați și ale zone ale Europei;
 9. Roșia Montană Mining Landscape¹⁵ – Peisajul minier de la Roșia Montană,

, din care două au component natural (1 și 8) și unul mixt (9).

- UNESCO manageriază și Rețeaua de Geoparcuri Globale (Global Geoparks Network - GGN)¹⁶. În România există un singur geoparc global, respectiv Geoparcul Hațeg¹⁷.

Tot la nivel global, sub egida IUCN (International Union for Conservation of Nature) există la nivelul WCPA (World Commission on Protected Area) un grup de specialiști în geopatrimoniul (Geoheritage Specialist Group - GCG)¹⁸.

¹³<https://whc.unesco.org/en/list/588> (accesat 01.10.2021)

¹⁴<https://whc.unesco.org/en/list/1133> (accesat 01.10.2021)

¹⁵<https://whc.unesco.org/en/list/1552> (accesat 01.10.2021)

¹⁶<https://en.unesco.org/global-geoparks> (accesat 01.10.2021)

¹⁷<https://www.hateggeoparc.ro/new/index.php/en/home/> (accesat 01.10.2021)

¹⁸<https://www.iucn.org/commissions/world-commission-protected-areas/our-work/geoheritage> (accesat 01.10.2021)

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.5 Geoturismul

- Geoturismul își propune să ofere vizitatorilor oportunități de a vizualiza și experimenta procesele geologice și geomorfologice într-un mod care generează aprecierea și înțelegerea mediului natural (Hose, 2005, 2012a). În special, geoturismul se concentrează pe asigurarea accesului la interpretarea caracteristicilor și proceselor geologice (de exemplu, mecanisme de alterare, eroziune și tectonică) ale unei zone naturale (Dowling & Newsome, 2010). Geoturismul subliniază, de asemenea, conservarea unor caracteristici geologice semnificative și oferă mijloacele de a genera conștientizare și beneficii economice pentru destinațiile și comunitățile turistice (Hose & Vasiljevic, 2012). Newsome și Dowling (2010) îl descriu în plus ca context și mijloace de a încorpora date științifice geologice în informații accesibile și atrăgătoare, pentru a genera interes public, prin însoțirea produselor turistice bazate pe natură plasate în locații adecvate. Principalele elemente ale activității lor pun accentul pe recunoașterea și identificarea geositurilor (locații de interes geologic) și importanța interpretării prin broșuri, panouri informative, trasee autoghidate și tururi ghidate (Dowling & Newsome, 2010).
- Ca orice formă de turism, geoturismul are potențialul de a genera efecte benefice și negative care necesită o planificare și o gestionare atentă (Newsome & Dowling, 2006; Reynard și Panizza, 2005).

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.5 Geoturismul

- Criteriile de selecție a geositurilor (Hose, 2006, 2012a; Newsome & Dowling, 2010; Pereira și Pereira, 2010; Pralong, 2005; Reynard, 2008) pot fi rezumate în trei aspecte principale: reprezentare geologică, acces și siguranță turistică. Cu toate acestea, în general, site-urile cu o geologie extraordinară și site-urile care sunt ușor accesibile pot să nu fie cele mai potrivite geosituri. Criteriile de acces și gestionare pot fi adecvate, dar valoarea unei caracteristici geologice datorită sensibilității sitului, poate din cauza valorilor mari ale geopatrimoniului sau a semnificației culturale ridicate poate însemna că managementul nu poate considera site-ul potrivit pentru promovare ca o atracție turistică (Brocx , 2008; Brocx & Semeniuk, 2007).
- Ca formă emergentă de turism natural durabil, înființat în Marea Britanie și apariția sa ulterioară la sfârșitul secolului al XX-lea, geoturismul a devenit o formă distinctă de turism bazat geologic (Hose, 2012a; Hose & Vasiljevic, 2012; Thomas, 2012). O ilustrare a acestei creșteri este rezumată în Newsome, Dowling și Leung (2012), care documentează câteva produse de geoturism importante care au apărut începând cu anul 2000. Creșterea globală continuă în geoturism a creat o cerere pentru o mai robustă și sistematică. Abordări pentru evaluarea potențialului de geoturism al zonelor naturale prin identificarea siturilor adecvate de interes geologic (geosituri) care îndeplinesc și managementul mediului reprezintă o direcție de cercetare în direcția potențialului turistic.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.6 Ecoturismul

- Având în vedere ambiguitatea asociată cu originile istorice ale ecoturismului este foarte importantă discutarea legăturii dintre turismul de natură (sau turism orientat spre natură) și ecoturism (Fennell, 2008). De exemplu, Laarman și Durst, în referința lor timpurie la ecoturism, l-au definit ca un turism de natură în care, „călătorul este atras de o destinație din cauza interesului său pentru una sau mai multe caracteristici ale istoriei naturale a acestei destinații. Vizita combină educația, recreerea și adesea aventura” (Laarman și Durst 1987). În plus, acești autori au fost probabil primii care au făcut referire la dimensiunile dure și moi ale turismului de natură, bazate pe rigoarea fizică a experienței și, de asemenea, pe nivelul de interes pentru istoria naturală. Laarman și Durst (1987) au sugerat că, cel mai probabil, oamenii de știință ar fi mai dedicați decât oamenii obișnuiți în căutarea ecoturismului și că unele tipuri de ecoturisti ar fi mai dispuși să suporte greutatea decât alții pentru a-și asigura experiențele. Caracteristicile traseului dur și moale au fost poziționate teoretic în literatură de Acott și colab. (1998) privind ecoturismul profund și cel superficial. Ecoturismul profund este caracterizat în funcție de valoarea intrinsecă, dezvoltarea pe scară mică, identitatea comunității, participarea comunității și noțiunea că materialismul pentru sine este greșit.
- În schimb, ecoturismul superficial este caracterizat ca o atitudine obișnuită față de lumea naturală, natura este văzută ca o resursă care trebuie exploatată în maximizarea beneficiilor umane, deciziile de gestionare se bazează pe raționamente utilitare, iar durabilitatea este privită dintr-o perspectivă slabă sau foarte slabă. Golul dintre ecoturismul profund și superficial, recunoscând că fiecare dintre ele sunt poziții dihotomice pe un continuum, i-a determinat pe autori să observe că ecoturismul superficial afectează ecoturismul de masă. Singura diferență, observă ei, este în modul în care fiecare este promovat, în care ecoturismul superficial ar face revendicări ecoturistice în publicitatea sa (de exemplu, vizionarea faunei sălbatice într-un fel sau altul), profitul având prioritate față de considerațiile sociale și ecologice.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.6 Ecoturismul

- O definiție ulterioară a lui [Laarman și Durst \(1993\)](#) identifică o diferență conceptuală între ecoturism și turismul de natură. În recunoașterea dificultăților în definirea turismului de natură, aceștia stabilesc atât un domeniu de aplicare îngust cât și unul larg al definiției sale. Domeniul îngust, spun ei, se referă la operatorii care organizează tururi orientate spre natură; cu toate acestea, în general, se aplică utilizării resurselor naturale de către turism, inclusiv plaje și peisaje rurale. Ei definesc turismul natural ca „*turismul axat în principal pe resursele naturale, cum ar fi parcurile și zonele naturale relativ netulburate, zonele umede, rezervațiile sălbătice și alte zone de floră, faună și habitate protejate*”. Având în vedere această perspectivă, pare să existe un consens în literatura de specialitate care descrie ecoturismul ca o parte a unui turism mai larg bazat pe natură.
- Acest lucru devine evident în discuția lui [Goodwin \(1996\)](#), care a scris că turismul de natură cuprinde toate formele de turism - turism de masă, turism de aventură, turism cu impact redus, ecoturismul - care utilizează resursele naturale într-o formă sălbatică sau nedezvoltată - inclusiv specii, habitat, peisaj, peisaj și caracteristici ale apei sărate și dulci. Turismul natural este călătoria cu scopul de a te bucura de zone naturale nedezvoltate sau de animale sălbătice. Și, dimpotrivă, că ecoturismul este un turism de natură cu impact redus, care contribuie la menținerea speciilor și a habitatelor fie direct printr-o contribuție la conservare și / sau indirect prin asigurarea de venituri pentru comunitatea locală suficiente pentru ca localnicii să valorifice și, prin urmare, să protejeze zona lor de patrimoniu sălbatic ca sursă de venit ([Goodwin, 1996](#)).

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.7 Cadrul legal al turismului în România

- Legea turismului este cea care definește din punct de vedere legal o serie de termeni:

“... Art

1. **agenție de turism** - persoana juridică, deținătoare a unei licențe de turism valabile, emise în condițiile legii.
2. **agrement turistic** - serviciu turistic constând într-o diversitate de activități, mijloace, echipamente, evenimente, destinate recreării turiștilor;
3. **atașatul de turism** - persoana angajată în cadrul autorității publice centrale responsabile în domeniul turismului care asigură reprezentarea României atât în țările membre Uniunii Europene, cât și în țările terțe, în domeniul politicii turismului și promovării produselor, serviciilor turistice și formelor de turism din România;
4. **cazarea turistică** – serviciul specific prin care este pus la dispoziția turistului un spațiu amenajat în conformitate cu criteriile de clasificare, în scopul înnoptării pentru una sau mai multe zile, într-o structură de primire turistică, cu funcțiuni de cazare. Acest serviciu are ca unitate de măsură ziua.

...

- <http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2018/10/Legea-turismului.pdf> (accesat 01.10.2021)

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.7 Cadrul legal al turismului în România

5. **centru național / local de informare și promovare turistică** - structură specializată de informare și promovare turistică, care funcționează în cadrul structurii organizatorice a autorităților administrației publice locale.

6. **certificat de clasificare pentru structuri de primire turistică** - document eliberat de către autoritatea publică locală competentă conform prevederilor legale, prealabil și obligatoriu în vederea funcționării, prin care se atestă capacitatea unui operator economic, titularul certificatului de clasificare, de a furniza servicii turistice în condiții de siguranță pentru turiști și la standardele de calitate și cantitate prevăzute în legislația în vigoare;

7. **complexul hotelier** - structură de primire turistică cu funcțiuni de cazare care cuprinde în perimetrul ei una sau mai multe structuri de primire turistice cu funcțiuni de alimentație publică, precum și structuri de primire turistice cu funcțiuni de agrement turistic, toate aflate în administrarea aceluiași operator economic;

8. **complexul balnear** - complexul hotelier care asigură tratament balnear și de recuperare, autorizat, folosind factori naturali de cură și agenți fizici terapeutici, prin baze de tratament medico-balnear autorizate de autoritatea administrației publice centrale din domeniul sănătății;

9. **destinație turistică** - zonă cu o varietate de produse turistice în care există resurse turistice componente ale mediului natural și/sau antropic.

- <http://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2018/10/Legea-turismului.pdf> (accesat 01.10.2021)

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.7 Cadrul legal al turismului în România

10. **ghid de turism** - persoană calificată și autorizată în condițiile legii, care însoțește și îndrumă turistul sau turiștii, oferind informații cu privire la locurile vizitate;

11. **licență pentru agențiile de turism** – document eliberat de către autoritatea administrației publice centrale din domeniul turismului, prin care se atestă capacitatea unei persoane juridice, titulara licenței, de a vinde și oferi spre vânzare pachete de servicii turistice și componente ale acestora, în condiții de calitate, siguranță și concurență loială pentru turiști;

12. **obiectiv turistic** - element sau ansamblu de elemente al resursei turistice, individualizat și introdus în circuitul turistic;

13. **operator economic din turism** – persoana fizică sau persoana fizică autorizată, întreprinderea individuală sau familială, societatea comercială sau altă persoană juridică constituită conform legii, care desfășoară activități economice specifice din domeniul turismului;

14. **organizație de management al destinației** - persoană juridică, care realizează politica de dezvoltare turistică, inclusiv politica de marketing a destinației turistice;

15. **patrimoniul turistic** – ansamblul resurselor turistice și structurilor realizate în scopul valorificării prin activități de turism;

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.7 Cadrul legal al turismului în România

16. **domenii/pârții pentru practicarea sporturilor de iarnă** – zone special amenajate pentru practicarea în condiții de siguranță a sporturilor de iarnă;

17. **pachet turistic** – combinația a cel puțin două tipuri diferite de servicii turistice destinate aceleiași călătorii sau vacanțe, ...”

“ ...

18. **plaja turistică** - spațiu situat pe malul unei ape naturale, utilizat de turiști pentru îmbăiere, expunerea la soare și/sau pentru alte activități terapeutice sau de agrement, spațiu ce se delimitează de administratorul legal al plajei;

19. **produs turistic** – ansamblu de bunuri materiale și/sau servicii capabil să satisfacă nevoile de turism ale unei persoane sau ale unui grup de persoane între momentul sosirii și momentul plecării de la destinația turistică;

20. **resursă turistică** - componentă a mediului natural și/sau antropic, care prin calitățile și specificul ei este recunoscută, înscrisă și valorificată turistic, în măsura în care nu este supusă unui regim de protecție integrală, în condițiile legii. Resursele turistice sunt:

a) naturale: elemente geologice, geo-morfologice, hidrologice, speologice, de climă, de floră și de faună, peisaje, zăcăminte de substanțe minerale și altele asemenea;

b) antropice: monumente arheologice, situri arheologice, monumente, case și ansambluri memoriale, elemente, structuri sau monumente tehnice și de artă, muzee, elemente de cultură, folclor și artă populară, festivaluri și altele asemenea.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.7 Cadrul legal al turismului în România

21. **serviciu turistic** - reprezintă unul dintre următoarele servicii asigurate în scop turistic:

- (a) transport de pasageri;
- (b) cazarea care nu face parte intrinsecă din transportul de pasageri și care este realizată în alt scop decât cel rezidențial;
- (c) alimentație publică;
- (d) tratament balnear, climatic sau balneoclimatic;
- (e) agrement turistic;
- (f) orice alt asemenea serviciu destinat a îndeplini cerințele specifice ale turiștilor;

22. **sezon turistic estival pe litoralul românesc** - perioada cuprinsă în intervalul 1 mai – 30 septembrie a fiecărui an calendaristic;

23. **Sistemul Informatic de Evidență a Activității de Turism din România**, denumit în continuare SIEATR - ansamblu al sistemelor și mijloacelor informatice necesare pentru ținerea evidenței operatorilor economici din turism, de evaluare a activității turistice, de evaluare a circulației turiștilor și de furnizare a informațiilor necesare instituțiilor publice;

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.7 Cadrul legal al turismului în România

24. **stațiune turistică** - localitate sau parte a unei localități care dispune de resurse turistice, care este atestată prin Hotărâre a Guvernului inițiată de autoritatea administrației publice centrale responsabilă în domeniul turismului, din oficiu sau la propunerea autorității administrației publice locale, în situația îndeplinirii cumulative a criteriilor și condițiilor de atestare, stabilite prin norme metodologice. În funcție de criteriile și condițiile de atestare, stațiunile turistice pot fi: de interes național sau local. În funcție de acreditarea primită de la Ministerul Sănătății, conform legii, stațiunile turistice de interes național sau local pot fi și: balneare, climatice sau balneoclimatice;

25. **structură de primire turistică** - orice construcție și/sau amenajare destinată, prin proiectare, execuție sau prin utilizare cazării turiștilor, servirii mesei pentru turiști, agrementului, transportului special destinat turiștilor, tratamentului balnear pentru turiști, împreună cu serviciile aferente, autorizată de autoritatea competentă și clasificată conform legii;

26. **traseu turistic** - cale de acces, pietonală sau cu un mijloc de transport, semnalizată și marcată conform reglementărilor legale în vigoare, care conduce la un obiectiv turistic sau care traversează o destinație turistică;

27. **turism** - ramura prioritară a economiei naționale, cu funcții complexe și implicații multisectoriale, care cuprinde ansamblul activităților desfășurate în scopul producerii de bunuri și servicii pentru turiști;

28. **turism durabil** – turismul care are un impact minim asupra mediului și culturii comunității gazdă, contribuind în același timp la generarea veniturilor, ocupării forței de muncă și conservării ecosistemelor locale;

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.7 Cadrul legal al turismului în România

29. **turist** – orice persoană care vizitează un loc, altul decât cel unde se află reședința sa obișnuită, în scopul efectuării unor activități cu caracter recreativ, sportiv, medical, cultural, religios, de afaceri și altele, activități ce implică minim o înnoptare și a căror durată este mai mică de 12 luni;

30. **zonă turistică a unității administrativ-teritoriale** – zonă din cadrul unității administrativ teritoriale care concentrează o varietate de resurse și servicii turistice, stabilită și delimitată prin documentații de amenajare a teritoriului sau de urbanism aprobate, în scopul promovării destinației turistice.

...

Secțiunea IV – Patrimoniul turistic

Art. 18 Patrimoniul turistic este constituit din bunuri proprietate publică și bunuri proprietate privată și este protejat și valorificat în condițiile legii.

Art. 19 Gestionarea resurselor turistice naturale se asigură în conformitate cu prevederile legale care reglementează regimul silvic, regimul ariilor naturale protejate, conservarea habitatelor naturale, a florei și faunei sălbatice, regimul de gospodărire a apelor, regimul resurselor minerale.

Art. 20 Gestionarea resurselor turistice antropice se asigură în conformitate cu prevederile legale ce reglementează protejarea monumentelor istorice, a siturilor arheologice, a monumentelor de for public, a patrimoniului cultural național mobil, a muzeelor și a altor elemente de artă populară și folclor, regimul deșeurilor.

Art. 21 Entitățile care gestionează resursele turistice naturale și antropice furnizează autorității publice centrale cu atribuții în domeniul turismului, informațiile necesare pentru fundamentarea programelor de dezvoltare și promovare a produselor turistice românești.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.7 Cadrul legal al turismului în România

Art. 22 (1) Autoritățile publice centrale și locale instituie măsuri speciale de planificare și administrare a patrimoniului turistic, a teritoriului, a stațiunilor turistice și a activității din turism.

(2) Prin măsuri speciale se înțeleg măsurile de ordin științific, juridic, administrativ, financiar, fiscal și tehnic menite să asigure buna gestiune, exploatarea sustenabilă și durabilă a resurselor turistice, inclusiv a peisajului.

(3) În acest scop, autoritatea publică locală întocmește documentații de urbanism și amenajare a teritoriului, cu caracter director, strategic și de reglementare, ca instrumente de coordonare a dezvoltării în destinația turistică, în acord cu potențialul acesteia în vederea dezvoltării durabile și care să asigure o viziune de dezvoltare coerentă și competitivă a activităților turistice.

(4) Autoritățile administrației publice locale pe a căror rază administrativ-teritorială se află stațiuni turistice supun spre avizare autorității administrației publice centrale responsabile în domeniul turismului documentațiile urbanistice aferente, respectiv, planurile urbanistice generale, planurile urbanistice zonale și planurile urbanistice de detaliu, anterior aprobării acestora prin hotărâre a consiliilor județene/locale, în condițiile legii.

...”

Ministerul de resort (al turismului, adesea asociat cu economia dar și cu dezvoltarea sau mediul) este cel care autorizează agențiile de turism, structurile de cazare, unitățile de alimentație publică, stațiunile turistice, traseele turistice, părțile omologate, ghizii atestați, plajele autorizate în scop turistic și centrele de informare și promovare turistică.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.8 Ariile protejate din România

- IUCN²¹ Detalii sunt date în Guidelines for applying protected area management categories²²

Ia - Rezervația naturală strictă: Categoria Ia sunt zone strict protejate, destinate protejării biodiversității și, de asemenea, posibil caracteristicilor geologice/geomorfologice, unde vizita, utilizarea și impactul uman sunt strict controlate și limitate pentru a asigura protecția valorilor de conservare. Astfel de arii protejate pot servi drept zone de referință indispensabile pentru cercetare științifică și monitorizare

Ib - Zona sălbatică: ariile protejate din categoria Ib sunt de obicei zone mari nemodificate sau ușor modificate, păstrându-și caracterul natural și influența fără locuințe umane permanente sau semnificative, care sunt protejate și gestionate astfel încât să își păstreze starea naturală.

II - Parcul Național: ariile protejate de categoria II sunt arii naturale mari sau aproape de zone naturale rezervate pentru protejarea proceselor ecologice la scară largă, alături de complementul speciilor și ecosistemelor caracteristice zonei, care oferă, de asemenea, o bază pentru compatibilitatea ecologică și culturală, spirituală, științific, educațional, recreativ și oportunități pentru vizitatori.

²¹<https://www.iucn.org/theme/protected-areas/about/protected-area-categories>

²²<https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/PAG-021.pdf>

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.8 Ariile protejate din România

III - Monument natural sau caracteristică: ariile protejate din categoria III sunt puse deoparte pentru a proteja un anumit monument natural, care poate fi o formă de relief, o montă marină, o peșteră submarină, o caracteristică geologică, cum ar fi o peșteră sau chiar o caracteristică vie, cum ar fi o pădurice veche. În general, acestea sunt arii protejate destul de mici și au adesea o valoare ridicată pentru vizitatori.

IV - Zona de gestionare a habitatelor/speciilor: ariile protejate din categoria IV au ca scop protejarea anumitor specii sau habitate, iar gestionarea reflectă această prioritate. Multe arii protejate din categoria IV vor avea nevoie de intervenții regulate și active pentru a răspunde cerințelor anumitor specii sau pentru a menține habitatele, dar aceasta nu este o cerință a categoriei.

V - Peisaj protejat / peisaj marin: o zonă protejată în care interacțiunea dintre oameni și natură de-a lungul timpului a produs o zonă cu caracter distinct cu valoare semnificativă, ecologică, biologică, culturală și scenică: și unde protejarea integrității acestei interacțiuni este vitală pentru protejarea și susținerea zonei și conservarea naturii asociate și alte valori.

VI - Arie protejată cu utilizare durabilă a resurselor naturale: ariile protejate din categoria VI conservă ecosistemele și habitatele împreună cu valorile culturale asociate și sistemele tradiționale de gestionare a resurselor naturale. Ele sunt în general mari, cu cea mai mare parte a zonei într-o stare naturală, unde o proporție se află sub gestionarea durabilă a resurselor naturale și unde utilizarea non-industrială la nivel scăzut a resurselor naturale compatibile cu conservarea naturii este văzută ca unul dintre principalele obiective ale zona.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.9 Peisajele și turismul

Un peisaj reprezintă trăsăturile vizibile ale unei suprafețe de teren, formele sale de relief și modul în care acestea se integrează cu caracteristicile naturale sau create de om, adesea considerate în ceea ce privește atractivitatea lor estetică. Un peisaj include elementele fizice ale formelor de relief definite geofizic, cum ar fi munții (cu ghețari), dealurile, corpurile de apă, cum ar fi râurile, lacurile, iazurile și marea, elementele vii ale acoperirii solului, inclusiv vegetația indigenă, elementele umane, inclusiv diferitele forme de utilizare, clădiri și structuri și elemente tranzitorii, cum ar fi iluminatul și condițiile meteorologice. Combinând atât originile lor fizice, cât și suprapunerea culturală a prezenței umane, adesea create de-a lungul mileniilor, peisajele reflectă o sinteză vie a oamenilor și a locului care este vitală pentru identitatea locală și națională.

Caracterul unui peisaj ajută la definirea imaginii de sine a oamenilor care îl locuiesc și a simțului locului care diferențiază o regiune de alte regiuni. Este fundalul dinamic al vieții oamenilor. Peisajul poate fi la fel de variat precum terenurile agricole, un parc peisagistic sau sălbăticia. Pământul are o gamă largă de peisaje, inclusiv peisaje înghețate din regiunile polare, peisaje muntoase, peisaje vaste deșertice aride, insule și peisaje de coastă, peisaje dens împădurite sau împădurite, inclusiv păduri boreale din trecut și păduri tropicale și peisaje agricole de temperat și regiuni tropicale.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.9 Peisajele și turismul

European Landscape Convention (Florence, 2000) promovează protecția, managementul și amenajarea peisajelor și organizează cooperarea internațională pe probleme de peisaj. Legislativ, această convenție este legiferată de Treaty No.176 , Council of Europe Landscape Convention (ETS No. 176). În viziunea acestei convenții peisajul este privit ca o zonă, așa cum este percepută de oameni, al cărei caracter este rezultatul acțiunii și interacțiunii factorilor naturali și/sau umani.

Convenția își propune o creștere a conștientizării în rândul societății civile, organizațiilor private, și autoritățile publice a valorii peisajelor, a rolului acestora și a modificărilor aduse acestora. Astfel un rol principal este cel de instruire și educație, prin pregătirea unor specialiști în evaluarea, politica, protecția, managementul și planificarea peisajului;

Se pune accent și pe identificarea peisajelor proprii la nivel național sau european, pe analiza caracteristicile acestora și forțele și presiunile care le transformă; convenția asigură și un cadru de evaluare a calității peisajelor și impune celor care o adoptă stabilirea unor măsuri de îmbunătățire a calității peisajelor și a protecției acestora.

1. DEFINIȚII ȘI CONCEPTE

1.9 Peisajele și turismul

- **Peisaje fizice:**

Desert, Plain, Taiga, Tundra, Wetland, Mountain, Mountain range, Cliff, Coast, Littoral zone, Glacier, Polar regions of Earth, Shrubland, Forest, Rainforest, Woodland, Jungle, Moors, Steppe, Valley.

- **Peisaje antropizate:**

Peisajele agrare, peisajele miniere

- **Peisaje antropice:**

Peisajele urbane, peisajele industriale