

Claudia SIMA¹, Elena SIMA²

¹*University of Lincoln, Lincoln, UK*

²*Institutul de Economie Agrară al Academiei Române, București*

Autor corespondent – email: *csima@lincoln.ac.uk*

OPORTUNITĂȚI DE AFACERI ÎN TURISMUL RURAL - STUDIU DE CAZ ÎN MAREA BRITANIE -

Scopul acestei lucrări este să analizeze modul în care târgurile de sărbători pot fi utilizate în mod activ de către guvernul local atât pentru promovarea fermierilor locali și crearea unei platforme durabile pentru ca aceștia să își poată vinde și promova produsele către clienții locali și internaționali, cât și pentru combaterea sezonității turismului și îmbunătățirea imaginii localității ca destinație turistică. Studiile de caz sunt reprezentate de două zone istorice - Lincoln și York, de mărime mijlocie cu tipuri similare de patrimoniu medieval caracterizat de localități cu străzi înguste, ziduri de apărare și clădiri de patrimoniu protejate, cu Organizații de Marketing al Destinației (OMD) responsabile cu organizarea și managerierea acestor evenimente sezoniere și încadrarea acestora în strategia de turism local. Ambele zone folosesc o strategie de facilitare a accesului fermierilor și vânzătorilor locali la permise și licențe. Metodologia utilizată constă în analiza politicii de dezvoltare rurală și turistică, a datelor statistice disponibile și a rapoartelor din industria turismului. Sunt analizate strategiile fiecărei zone, punând accent pe impactul pe care îl au la nivel local. Lucrarea vine cu recomandări de bune practici ce pot fi adaptate târgurilor de sărbători din România, care să maximizeze beneficiile economice și să încurajeze fermierii locali și turismul rural.

Cuvinte cheie: fermieri, turism rural, afaceri, târguri de sărbători, Marea Britanie.

Clasificare JEL: Q11, Q02.

OPPORTUNITIES FOR RURAL TOURISM BUSINESS - A CASE STUDY IN UK -

The purpose of this paper is to analyze how 'holiday markets' can be actively used by the local government to promote local farmers and create a sustainable platform for them to sell and promote their products to national and international audiences as well as to combat tourism seasonality and enhance destination image. The case-studies are two mid-sized historical areas - Lincoln and York, with similar types of medieval heritage characterized by localities with narrow streets, defense walls and protected heritage buildings, with Destination Marketing Organizations (DMOs) in charge of organizing and managing this seasonal event and enframe it in the local tourism strategy; both employ a strategy of giving easy access to permits and licenses to local farmers and local vendors. The methodology consists of secondary research, specifically content analysis of policy documents, statistical data and industry reports. The strategies of each area will be analyzed with a specific focus on how they impact local development. The paper makes recommendations on how good practices could be adapted to Romanian holiday markets to maximize economic benefits and encourage local farmers and rural tourism.

Key words: farmers, rural tourism, business, holiday market, UK.

JEL Classification: Q11, Q02.