

BUNE PRACTICI ALE DESTINAȚIILOR TURISTICE DURABILE AXATE PE CRITERIILE CONSILIULUI GLOBAL PENTRU TURISM DURABIL (GSTC)

Adriana BUZDUGAN,
ORCID: 0000-0002-1551-7964
Universitatea de Stat din Moldova

CZU: 338.48:502.131.1:005

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7386513>

Abstract. Through this study, the author aimed to carry out an analysis on the application of the criteria of the Global Council for Sustainable Tourism to identify the perspective of assigning the status of sustainable destination to tourist destinations. Applying the methods of synthesis, comparison, deduction, the author analyzed the concept of tourist destination, sustainable tourist destination and presented the destinations that already have the status of sustainable destinations, reaching the conclusion that there is unanimity of opinion regarding the concept of destination and sustainable destination. At the same time, the author presented a series of principles that would be useful for managers of tourist destinations who would initiate the procedure to obtain the status of a sustainable tourist destination.

Keywords: tourist destination, sustainable destination, destination criteria

Destinația conform Glosarului de termeni turistici din Standardele ONU pentru Măsurarea Turismului reprezintă destinația principală a unei călătorii turistice fiind definită ca locul esențial de vizitat care influențează decizia de a efectua călătoria [30]. Conform Legii cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova Nr. 352 din 24-11-2006 Publicată în Monitorul Oficial din 02-02-2007 în Nr. 14-17 [43] o destinație turistică este un spațiu geografic sau loc spre care se îndreaptă o persoană în scop turistic. În afară de această definiție vom prezenta în tabelul 1 un șir de alte definiții ale destinației turistice, prin analiza compatibilității cu definiția specificată în cadrul normativ național.

Tabelul 1. Destinația turistică – definiții, analiza componentelor

Nr. d/o	Autorul/ autorii	Definiția	Elemente de bază în definiția conform Legii RM	Deosebiri
---------	------------------	-----------	--	-----------

			Spațiu geografic/ loc	Persoana / turist	Scop turistic	
1.	Callejón-Gómez Cristina, Rojas-de-Gracia María-Mercedes [3]	Zona geografică sau zonă frecvent vizitată de turiști .	+	+	-	fervent vizitată
2.	Musso Fabio, Angioni Margherita [45]	Un loc de interes în care turistul vizitează, de obicei pentru valoarea naturală sau culturală inerentă sau expusă, semnificația istorică, frumusețea naturală sau construită, oferind petrecere a timpului liber și distracție.	+	+	+	Sunt descrise așteptările turistului
3.	Pawlikowska Piechotka Anna, Lukasik Natalia, Ostrowska Tryzno Anna, Piechotka Maciej, Sawicka Karolina [46]	Un loc pe care turiștii să-l viziteze și să stea, ar putea fi o țară, un stat, o regiune sau un oraș - de obicei datorită valorilor sale culturale sau naturale.	+	+	+	Se specifică că poate fi o țară, regiune, oraș
4.	Casas-Rosal José Carlos, Jimber del Río Juan Antonio, Hernández Rojas Ricardo David, Hidalgo-Fernández Amalia [4]	Loc pe care un turist alege să îl viziteze, pentru care simte un anumit grad de interes și motivație.	+	+	+	Se focusează pe interes și motivație
5.	Jalis Mohd Hairi [42]	Un loc sau o zonă în care sunt oferite o colecție de produse și atracții legate de turism care oferă o experiență turistică pentru indivizi sau grupuri care călătoresc departe de casa sau locul lor.	+	+	+	Oferta de produse și atracții Grupuri de persoane
6.	Dos Santos Estevão Cristina	Spațiu fizic în care un vizitator/ turist stă cel	+	+	+	Sunt prezentate

	Maria, Baptista Garcia Ana Rita, Isidoro Frade de Brito Filipe Sara Margarida [6]	puțin o noapte, care are produse turistice, inclusiv suport de infrastructură, atracții și resurse turistice.				componentele destinației
7.	Bindu V. T. Nair, Sathiyabamavathy K. [2]	Este locul conceput pentru a primi și recrea turiștii .	+	+	+	-
8.	Barbosa Gonçalves Francisco, Costa Carlos [1]	Acesta desemnează locul marcat pentru sfârșitul unei călătorii, un teritoriu în care un vizitator își dorește să petreacă ceva timp departe de casă, dar fiind mai mult decât un simplu loc geografic, fiind un amalgam de produse, servicii, resurse naturale, elemente artificiale și informații cu potențial de a atrage vizitatori.	+	+	+	Sunt prezentate elementele definitorii ale destinației
9.	Censi Borges Vicente de Paula [5]	Un loc ale cărui caracteristici atrag oamenii să rămână temporar ca vizitatori.	+	+	+	Se specifica modificarea de rol a oamenilor în vizitatori
10.	Pérez-de-Azpillaga Luis Galindo, Fernández-Tabales Alfonso, Foronda-Robles Concepción [47]	Teritoriu receptor singular al fluxurilor turistice. Localizează resursele turistice care generează activitatea, oferta de cazare și complementară, precum și infrastructurile și echipamentele care o fac posibilă, având, de asemenea, o imagine și canale de marketing care fac destinația recunoscută și accesibilă după cerere.	+	+	+	Sunt prezentate importanța strategiilor de marketing și comunicarea necesare promovării destinației
11.	Maximiliano Korstanje [44]	Un loc geografic condiționat pentru a primi turiști și vizitatori care sunt interesați să privească anumite atracții.	+	+	+	-
12.	Tort Najat,	Este un loc unic în care un	+	+	+	Obligativit

	Puiggros Elena [48]	vizitator petrece cel puțin o noapte și expune produse turistice, cum ar fi atracții, servicii de sprijin și resurse turistice, cu management definit, limite fizice și administrative și o imagine binecunoscută.				atea de a petrece cel puțin o noapte la destinație
13.	Ferri Maria Antonella [7]	Este locul capabil să diferențieze diferitele tipuri de clienți pe baza atractivității atât a componentelor sale teritoriale, cât și a celor instrumentale.	+	+	-	Se bazează pe diferențiere
14.	Gómez Cristina Callejón-, Rojas-de-Gracia María-Mercedes [8]	Zona geografică sau zonă frecvent vizitată de turiști	+	+	-	-

Sursa: Elaborat de autor

În urma analizei celor 14 definiții prezentate în tabelul 1, putem sublinia că în toate acestea se găsesc elementele de bază desprinse din Legea RM cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice. Însă au fost observate și alte caracteristici care ar trebui de luat în considerare când se definește destinația turistică, precum:

- destinația poate și este vizitată nu numai de un turist sau individ ci și de grupuri de turiști ;
- turistul are interese față de locație, motivație, așteptări ;
- trebuie să fie prezentate elementele esențiale ale destinației, din perspectiva infrastructurii și elementele definatorii ale destinației.

Cunoscând faptul că turismul durabil reprezintă forma de activitate care prin integritatea culturală, procesele ecologice, diversitatea biologică și sistemele de susținere a vieții sunt menținute prin conservarea mediului fără a se deteriora sau schimba și fără a perturba economic, social și esteticul oamenilor din regiunea vizitată. Putem menționa faptul că gestionarea destinațiilor turistice este o parte importantă a controlului impactului turismului asupra mediului. Managementul destinației poate include planificarea utilizării terenului, permise de afaceri și controale de zonare, reglementări de mediu și alte reglementări, inițiative de asociere de afaceri și o serie de alte tehnici pentru a modela dezvoltarea și funcționarea zilnică a activităților legate de turism. Din cele menționate putem specifica că o destinație turistică durabilă este o locație sau zonă geografică care

cuprinde întreaga experiență turistică , inclusiv aspectele economice, de mediu și sociale, precum și un interes pentru îmbunătățirea experienței turistice și satisfacerea nevoilor comunităților și localnicilor din locație.

Nevoile, așteptările și beneficiile anticipate ale turismului variază foarte mult de la o destinație la alta și, cu siguranță, nu există o abordare „unică pentru toate” pentru managementul destinației. Pe măsură ce comunitățile locale care trăiesc în regiuni cu potențial turistic dezvoltă o viziune asupra tipului de turism pe care doresc să faciliteze, Consiliul Global pentru Turism Durabil (GSTC) dispune de un cadru cuprinzător de clasificare a destinațiilor turistice durabile. GSTC este o organizație independentă și neutră, înregistrată legal în SUA ca o organizație non-profit, care reprezintă un membru divers și global , inclusiv guverne naționale și provinciale, companii de turism de top, hoteluri, operatori de turism, ONG-uri, indivizi și comunități – toate străduindu-se să obțină cele mai bune practici în turismul durabil (<https://www.gstccouncil.org/>). Este o organizație virtuală fără un birou principal, cu personal și voluntari care lucrează de pe toate cele șase continente populate. Sprijinul financiar din donații, sponsorizări și taxe de membru îi permite să ofere servicii la costuri reduse și să creeze, să revizuiască și să pună la dispoziție Criteriile GSTC.

Criteriile Global Sustainable Tourism Council (GSTC) au aplicabilitate la întregul sector turistic fiind create pentru a oferi o înțelegere comună a turismului durabil. Domeniul de aplicare al GSTC-D este larg, iar Criteriile pot fi aplicate la o gamă largă de destinații. Ele pot fi în orice parte a lumii și de orice tip (urbane, rurale, montane, de coastă sau mixte). Criteriile se pot referi la destinații mari (orașe sau regiuni importante) și la cele mici (parcuri naționale, grupuri de comunități locale etc.). Criteriile de destinație GSTC – cunoscute în mod informal și sub denumirea de „GSTC-D” -- reprezintă minimumul pe care orice destinație turistică ar trebui să aspire să-l atingă. Acestea sunt organizate în jurul a patru teme principale: (1) management durabil; (2) impactul socio-economic; (3) impactul cultural și (4) impactul asupra mediului.

Criteriile sunt în patru secțiuni, fiecare cu două sau trei subsecțiuni, după cum se arată în tabelul 2. Ordinea secțiunilor și sub-secțiunilor nu indică în niciun caz importanța relativă a fiecărui subiect.

La moment există trei organizații acreditate care oferă certificarea GSTC: EarthCheck, Green Destinations, Vireo Srl. *EarthCheck* este un lider științific de evaluare comparativă, certificare și consiliere pentru călătorii și turism. Din 1987, ajută companiile, comunitățile și guvernele să ofere destinații curate, sigure, prospere și sănătoase pentru călătorii, să le viziteze, să trăiască, să muncească și să se joace. Programul EarthCheck este construit pe principiile Agenda 21 și este utilizat în prezent în peste 70 de țări de pe glob în șase limbi. Software-ul și sistemele patentate EarthCheck au stabilit un punct de referință pentru raportarea durabilității pentru industria călătoriilor și turismului.

Tabelul 2. Criterii de destinație GSTC v2.0

SECȚIUNEA A: Management durabil	SECȚIUNEA C: Durabilitatea culturală
<p><i>A(a) Structura și cadrul de management</i> A1 Responsabilitatea managementului destinației A2 Strategia de management al destinației și planul de acțiune A3 Monitorizare și raportare</p> <p><i>A(b) Implicarea părților interesate</i> A4 Angajamentul întreprinderii și standardele de sustenabilitate A5 Implicarea rezidenților și feedback A6 Implicarea vizitatorilor și feedback A7 Promovare și informare</p> <p><i>A(c) Gestionarea presiunii și a schimbării</i> A8 Gestionarea volumului de vizitatori și a activităților A9 Reglementări de planificare și control de dezvoltare A11 Gestionarea riscurilor și a crizelor A10 Adaptarea la schimbările climatice</p>	<p><i>C(a) Protejarea patrimoniului cultural</i> C1 Protecția bunurilor culturale C2 Artefacte culturale C3 Patrimoniul imaterial C4 Acces tradițional C5 Proprietatea intelectuală</p> <p><i>C(b) Vizitarea siturilor culturale</i> C6 Managementul vizitatorilor la siturile culturale C7 Interpretarea locului</p>
SECȚIUNEA B: Sustenabilitatea socio-economică	SECȚIUNEA D: Sustenabilitatea mediului
<p><i>B(a) Oferirea de beneficii economice locale</i> B1 Măsurarea contribuției economice a turismului B2 Muncă decentă și oportunități de carieră B3 Sprijinirea antreprenorilor locali și a comerțului echitabil</p> <p><i>B(b) Bunăstarea socială și impactul</i> B4 Sprijin pentru comunitate B5 Prevenirea exploatării și discriminării B6 Drepturi de proprietate și utilizator B7 Siguranță și securitate B8 Acces pentru toți</p>	<p><i>D(a) Conservarea patrimoniului natural</i> D1 Protecția mediului sensibil D2 Managementul vizitatorilor la siturile naturale D3 Interacțiunea cu animalele sălbatice D4 Exploatarea speciilor și bunăstarea animalelor Destinația</p> <p><i>D(b) Managementul resurselor</i> D5 Conservarea energiei D6 Administrarea apei D7 Calitatea apei</p> <p><i>D(c) Gestionarea deșeurilor și a emisiilor</i> D8 Ape uzate D9 Deșeuri solide D10 Emisiile de GES și atenuarea schimbărilor climatice D11 Transport cu impact redus D12 Poluarea luminoasă și fonică</p>

Sursa: Elaborat de autor în baza GSTC Destination Criteria
<https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0.pdf>

Green Destinations (GD) este o organizație non-profit de experți și ambasadori ai destinațiilor care lucrează în 80 de țări. GD sprijină o mare comunitate de manageri de destinații locale, regionale și naționale și părți interesate, sporind sustenabilitatea destinației, vizibilitatea pe piață și calitatea turismului. Comitetul de Certificare GD supraveghează certificarea și premiile de referință (Bronz, Argint, Aur, Platină) pe baza standardului GD recunoscut de GSTC și a altor standarde naționale. GD oferă destinații și țări cu instrumente de ultimă generație pentru evaluarea de bază, monitorizarea, raportarea și dezvoltarea strategică, inclusiv în legătură cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale ONU. *Vireo Srl* este o companie de certificare ale cărei activități comerciale constau în furnizarea de servicii de certificare de mediu companiilor italiene și străine. Vireo oferă scheme de certificare de mediu recunoscute la nivel mondial, cum ar fi FSC, MSC și GSTC – ca organism de certificare acreditat GSTC. Abordarea profesională și cunoașterea profundă a standardelor sunt elementele cheie care marchează serviciile Vireo. Cu sediul în Padova, Italia, Vireo are experiență internațională și lucrează cu auditori profesioniști și cu înaltă calificare.

În tabelul 3 sunt prezentate Destinațiile Certificate cu Criteriile GSTC-D de către cele trei organizații menționate.

Tabelul 3. Destinațiile Certificate cu Criteriile GSTC-D

Destinațiile certificate de către EarthCheck	Destinațiile certificate de către Green Destinations	Destinațiile certificate de către Vireo Srl
1. Huatulco, Mexico ¹	1. Vail, CO ¹⁶	1. Valsugana ²¹
2. Ixtapa, Guerrero, Mexico ²	2. Schouwen-Duiveland ¹⁷	2. Tarvisio ²²
3. Kaikoura District Council, New Zealand ³	3. Breckenridge ¹⁸	3. Resorts World Sentosa ²³
4. Nopoló, Loreto, Mexico ⁴	4. Wagrain-Kleinarl ¹⁹	4. San Vigilio & San Martino ²⁴
5. Nuevo Vallarta, Bahia de Banderas, Nayarit, Mexico ⁵	5. Eggental ²⁰	5. Nassfeld-Pressegger See - Lesachtal – Weissensee ²⁵
6. Rottnest Island, Australia ⁶		6. Sentosa ²⁶
7. Westfjords Region ⁷		7. Corvara Badia La
8. Snaefellsnes Peninsula, Iceland ⁸		

¹ <https://mexico-huatulco.com/>

² <https://www.ixtapa.net/>

³ <https://www.kaikoura.govt.nz/>

⁴ <https://www.visitloreto.info/loreto-bay>

⁵ <https://vallartainfo.com/>

⁶ <https://www.rotnnestisland.com/>

⁷ <https://www.westfjords.is/>

9. Autonomous Region of the Azores ⁹		Valle ²⁷
10. Jackson Hole / Teton County ¹⁰		
11. Thredbo ¹¹		
12. Nuuk ¹²		
13. Järvsö ¹³		
14. Melgaço ¹⁴		
15. Baião ¹⁵		

Sursa : Elaborat de autor în baza GSTC Sustainable Destinations Map
<https://www.gstccouncil.org/certified-sustainable-destinations/>

Prin cercetarea acestor destinații (Tabelul 3), analiza site-urilor oficiale ale destinațiilor turistice certificate, au fost identificate *bune practici* pe care destinațiile turistice ar trebui să le adopte în ceea ce privește promovarea performanței de durabilitate a regiunii lor. Aceste bune practici nu trebuie neapărat implementate în ordinea prezentată mai jos, dar va duce la cel mai înalt nivel de implicare în rândul părților interesate:

- 1: Implicarea, educarea și consultarea părților interesate pentru a ajuta la informarea și ghidarea planurilor și acțiunilor viitoare.
- 2: Stabilirea directivelor de bază pentru a ajuta la evaluarea performanței de sustenabilitate.
- 3: Stabilirea obiectivelor clare și identificarea acțiunilor specifice pentru atingerea obiectivelor.

⁸ <https://www.visiticeland.com/article/snaefellsnes-peninsula>

¹⁶ <https://www.vaildestinations.com/>

¹⁷ <https://www.schouwen-duiveland.nl/>

¹⁸ <https://gobreck.com/>

¹⁹ <https://www.wagrain-kleinarl.at/en/>

²⁰ <https://eggental.com/en>

²¹ <https://www.visitvalsugana.it/it/>

²² <https://www.tarvisio.cz/en/>

²³ <http://resortsworldglobal.genting/resorts-world-sentosa/>

²⁴ <https://www.sanvigilio.com/en>

²⁵ <https://www.klimaundenergiemodellregionen.at/modellregionen/schwerpunktregionen/getregion/1>

²⁶ <https://www.sentosa.com.sg/>

⁹ <https://www.visitazores.com/en>

¹⁰ <https://www.jacksonhole.com/>

¹¹ <https://www.visitnsw.com/destinations/snowy-mountains/kosciuszko-national-park/thredbo>

¹² <https://visitnuuk.com/>

¹³ <https://jarvso.se/>

¹⁴ <https://discovermelgaco.pt/>

¹⁵ <https://baiaosustentavel.pt/en/home/>

²⁷ <https://www.altabadia.org/en/italian-alps-dolomites/villages/corvara.html>

- 4: Implementarea continuă, monitorizarea și măsurarea impacturilor și rezultatelor.
- 5: Raportarea publică cu privire la progresul în atingerea obiectivelor.
- 6: Implicarea întreprinderilor din turism.
- 7: Evaluarea formală și certificarea destinației

În concluzie putem menționa că un management durabil se prezintă prin gestiunea afacerilor turistice într-o manieră care ține cont de dimensiunile ecologice, economice și sociale ale destinațiilor turistice. Aplicarea proceselor de afaceri în sectorul turistic care au ca scop să nu deterioreze și să nu epuizeze resursele naturale și mediul. Rezultă că managementul durabil poate fi definit ca acțiuni de aplicare a practicilor durabile în comerț, agricultură, mediu, producție, turism și alte domenii într-un mod benefic pentru generațiile prezente și viitoare. Managementul destinațiilor turistice are o importanță semnificativă în controlul multor impacturi ale turismului, asigurând astfel sustenabilitatea acestuia. Managementul destinației necesită integrarea diferitelor instrumente de planificare, abordări și concepte care ajută la modelarea managementului și exploatarea zilnică a activităților legate de turism.

Referințe bibliografice:

1. Barbosa Gonçalves Francisco (Polytechnic Institute of Cávado and Ave, Portugal), Costa Carlos (GOVCOPP, University of Aveiro, Portugal). Creative Destinations and the Rooster of Barcelos ("Galo de Barcelos"). In: Handbook of Research on Digital Communications, Internet of Things, and the Future of Cultural Tourism, 2022. p. 228-243
2. Bindu V. T. Nair (Avinashilingam Institute for HomeScience and Higher Education for Women, Coimbatore, India), Sathiyabamavathy K. (Avinashilingam Institute of Home Science and Higher Education for Women, Coimbatore, India). Visitor Perception and Expectation of Heritage Tourism at Mahabalipuram Monuments. In: Strategies for Promoting Sustainable Hospitality and Tourism Services, 2020. p. 191-210
3. Callejón-Gómez Cristina (University of Malaga, Spain), Rojas-de-Gracia María-Mercedes (University of Málaga, Spain). Digital Marketing Best Practices for Management in Tourism Destinations. In: Impact of New Media in Tourism, 2021. p. 21-38
4. Casas-Rosal José Carlos (University of Cordoba, Spain), Jimber del Río Juan Antonio (University of Cordoba, Spain), Hernández Rojas Ricardo David (University of Cordoba, Spain), Hidalgo-Fernández Amalia (University of Cordoba, Spain). Tourist Satisfaction Analysis Through Structural Equation Models.

5. Censi Borges Vicente de Paula (Universidade Federal do Delta do Parnaíba, Brazil). Happiness: The Basis for Public Policy in Tourism. In: Rebuilding and Restructuring the Tourism Industry: Infusion of Happiness and Quality of Life, 2021. p. 1-25
6. Dos Santos Estevão Cristina Maria (Instituto Politécnico de Castelo Branco, Portugal), Baptista Garcia Ana Rita (Instituto Politécnico de Castelo Branco, Portugal), Isidoro Frade de Brito Filipe Sara Margarida (Instituto Politécnico de Castelo Branco, Portugal). What are the Most Critical Factors for Competitiveness of a Tourism Destination? In: Handbook of Research on Global Competitive Advantage through Innovation and Entrepreneurship, 2015. p. 261-287
7. Ferri Maria Antonella (Universitas Mercatorum, Italy). A Business Model for Accessible Tourism. In: Handbook of Research on Management of Cultural Products: E-Relationship Marketing and Accessibility Perspectives, 2014. p. 287-302
8. Gómez Cristina Callejón- (University of Malaga, Spain), Rojas-de-Gracia María-Mercedes (University of Malaga, Spain). Digital Marketing Best Practices for Management in Tourist Destinations. In: Emerging Challenges, Solutions, and Best Practices for Digital Enterprise Transformation, 2021. p. 182-198
9. GSTC Destination Criteria <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0.pdf>
10. GSTC Sustainable Destinations Map <https://www.gstcouncil.org/certified-sustainable-destinations/>
11. <http://resortsworldglobal.genting/resorts-world-sentosa/>
12. <https://baiaosustentavel.pt/en/home/>
13. <https://discovermelgaco.pt/>
14. <https://eggental.com/en>
15. <https://gobreck.com/>
16. <https://jarvso.se/>
17. <https://mexico-huatulco.com/>
18. <https://vallartainfo.com/>
19. <https://visitnuuk.com/>
20. <https://www.altabadia.org/en/italian-alps-dolomites/villages/corvara.html>
21. <https://www.ixtapa.net/>
22. <https://www.jacksonhole.com/>
23. <https://www.kaikoura.govt.nz/>
24. <https://www.klimaundenergiemodellregionen.at/modellregionen/schwerpunkt-regionen/getregion/1>
25. <https://www.rotnestisland.com/>
26. <https://www.sanvigilio.com/en>
27. <https://www.schouwen-duiveland.nl/>

28. <https://www.sentosa.com.sg/>
29. <https://www.tarvisio.cz/en/>
30. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
31. <https://www.vaildestinations.com/>
32. <https://www.visitazores.com/en>
33. <https://www.visiticeland.com/article/snaefellsnes-peninsula>
34. <https://www.visitloreto.info/loreto-bay>
35. <https://www.visitnsw.com/destinations/snowy-mountains/kosciuszko-national-park/thredbo>
36. <https://www.visitvalsugana.it/it/>
37. <https://www.wagrain-kleinarl.at/en/>
38. <https://www.westfjords.is/>
39. In: Behavioral-Based Interventions for Improving Public Policies, 2021. p. 95-115
40. In: Global Entrepreneurial Trends in the Tourism and Hospitality Industry, 2020. p. 112-130
41. In: Handbook of Research on Holistic Optimization Techniques in the Hospitality, Tourism, and Travel Industry, 2017. p. 1-26
42. Jalis Mohd Hairi (Universiti Teknologi MARA – Terengganu, Malaysia). Marketing and Branding Initiatives for Local Food and Tourism Identity of Terengganu, Malaysia. In: Positioning and Branding Tourism Destinations for Global Competitiveness, 2019. p. 1-22
43. Legea cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova Nr. 352 din 24-11-2006 Publicată în Monitorul Oficial din 02-02-2007 în Nr. 14-17
44. Maximiliano Korstanje (University of Palermo, Argentina & University of Leeds, UK). Risk, Terrorism, and Tourism Consumption: The End of Tourism. In: Handbook of Research on Holistic Optimization Techniques in the Hospitality, Tourism, and Travel Industry, 2017. p. 263-285
45. Musso Fabio (Carlo Bo University of Urbino, Italy), Angioni Margherita (Carlo Bo University of Urbino, Italy). Influence of the Website Features on Tourists' Choices: A Study on Agritourism Customers.
46. Pawlikowska Piechotka Anna (AWF University, Poland), Lukasik Natalia (AWF University, Poland), Ostrowska Tryzno Anna (AWF University, Poland), Piechotka Maciej (ECO CLASSIC Architects, Poland), Sawicka Karolina (University Warsaw, Poland). Holistic Technical Solutions to Enhance Accessible Tourism in the UNESCO World Heritage Sites.
47. Pérez-de-Azpillaga Luis Galindo (Universidad de Sevilla, Spain), Fernández-Tabales Alfonso (Universidad de Sevilla, Spain), Foronda-Robles Concepción (Universidad de Sevilla, Spain). Intelligent Tourist Destinations and Their

- Application to Public Policies: The Spanish Case. In: Handbook of Research on Smart Technology Applications in the Tourism Industry, 2020. p. 447-472
48. Tort Najat (Universitat de Girona, Spain), Puiggros Elena (EU Mediterrani-Universitat de Girona, Spain). The Impact of COVID-19 on the Tourism Industry: The Case of MSMEs in Barcelona. In: Risk, Crisis, and Disaster Management in Small and Medium-Sized Tourism Enterprises, 2021. p. 53-76