JUDEȚUL HUNEDOARA
PRIMĂRIA ORAȘULUI ANINOASA
Nr. 7617 INTRARE
IEȘIRE
Anul 2022 Luna 11 Ziua 22

"Don't compete with Rivals, Make them Irrelevant"
business strategy company

B2B STRATEGY

Scrisoare de intenție adresată CONSILIULUI LOCAL AL ORAȘULUI ANINOASA & PRIMĂRIEI ORAȘULUI ANINOASA

SOCIETATEA COMERCIALĂ B2B STRATEGY S.R.L. C.U.I. 29070373, J35/2008/2011

În atenția Primarului Orașului Aninoasa,

Domnule Nicolae Dunca,

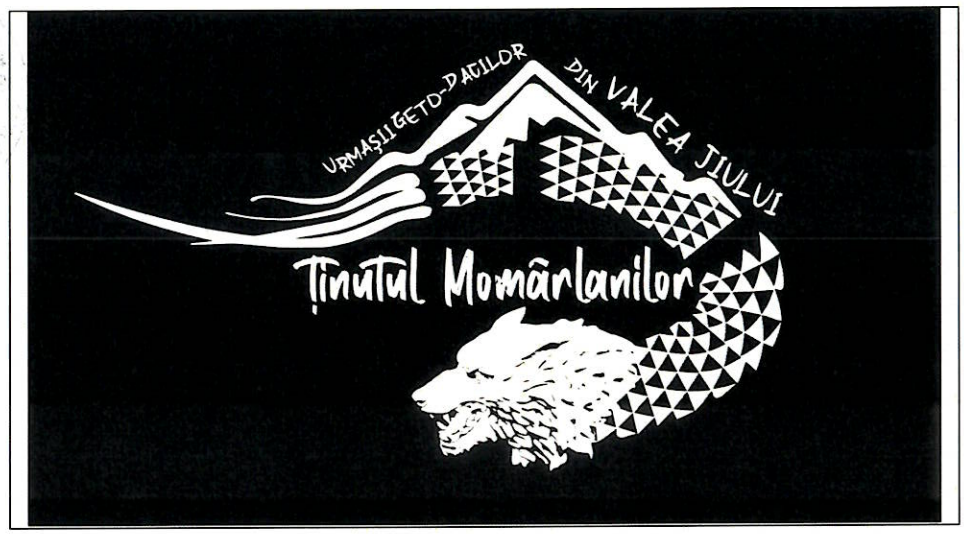
În urma analizei documentului de Strategie al Orașului Aninoasa (http://orasulaninoasa.ro/wp-content/uploads/2022/02/HCL-45-Strategie-oraș-Aninoasa-1.pdf) vă supunem atenției un parteneriat prin care putem rezolva împreună următoarele 7 puncte din planul dvs. strategic:

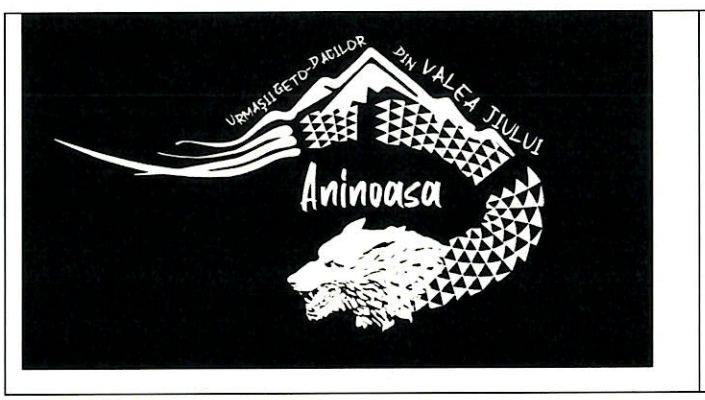
1. SWOT Aninoasa (Amenințări) Estomparea tradițiilor locale odată cu trecerea timpului.
2. SWOT Aninoasa (Amenințări) Resurse financiare insuficiente.
3. SWOT Aninoasa (Puncte tari) Există dorința de a întocmi și implementa proiecte destinate dezvoltării locale.
4. SWOT Aninoasa (Oportunități) existența de terenuri disponibile, pretabile investițiilor.
5. SWOT Aninoasa (Oportunități) Identificarea și punerea în valoare a potențialului turistic.
6. SWOT Aninoasa (Oportunități) Dezvoltarea societăților comerciale mici astfel încât acestea să ajungă în categoria societăților mijlocii sau chiar mari.
7. SWOT Aninoasa (Oportunități) Asocierea cu celelalte localități din Valea JIULUI pentru implementarea unor proiecte majore.

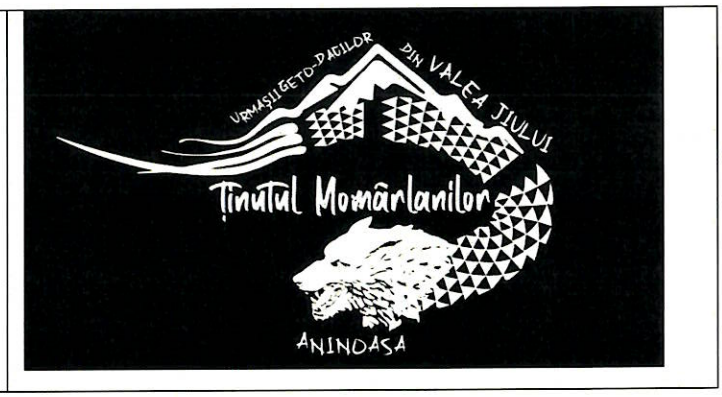
SWOT ANINOASA 1 Estomparea tradițiilor locale odată cu trecerea timpului.
Stimate Domn Primar, Despre marca de turism și produse tradiționale ANINOASA.

Arhitectura de marcă Ținutul Momârlanilor permite încadrarea sub denumirea principală a simbolismului regional a diferitelor nume (naming) astfel încât în momentul în care o să existe necesitate să poată să fie dezvoltate alte mărci de produs pentru trasee turistice, denumiri de pârtii sau circuite de turism precum și / sau diferite UAT-uri integrate. Având în vedere viziunea strategică B2B Strategy rezultată în urma multitudinii de parteneriate locale din Valea Jiului (dezvoltarea mărcii de turism și produse tradiționale Ținutul Momârlanilor adoptată ca marcă oficială regională prin hotărâri de Consiliu Local în toate Primăriile din Valea JIULUI + Comuna Bănița / **exemplu propunere Lupeni** bit.ly/PropunereAdoptareMarcaOficialaRegionalaValeaJIULUI + **exemplu adoptare Consiliu Local Petrila** http://b2b-strategy.ro/b2b/wp-content/uploads/HCL-

88-2021.pdf) din trecut corelată cu activitatea curentă de dezvoltare a platformei https://tinutulmomarlanilor.ro vă supunem atenției **oportunitatea strategică de dezvoltare a Orașului Aninoasa pentru următorii 5 ani** prin rezolvarea celor 7 puncte din Analiza SWOT ANINOASA identificate mai sus.



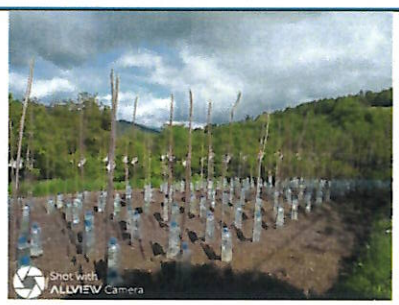




WWW.TINUTULMOMARLANILOR.RO

Ținutul Momârlanilor

URMAȘII GETO-DACILOR DIN VALEA JIULUI



Prevenim estomparea tradițiilor locale odată cu trecerea timpului prin **includerea în strategia de dezvoltare a Stațiunii PHARANX a centrului de achiziții a produselor culinare locale** astfel încât să încurajăm micul producător să ducă din generație în generație rețetele din moși-strămoși: SLOI, URDĂ, legumicultură & VIRȘLI.

Maestrul Legumicultor https://tinutulmomarlanilor.ro/fasolea-bolunda
Maestrul Bucătar https://tinutulmomarlanilor.ro/sloi-momarlanesc
URDĂ momârlănească https://tinutulmomarlanilor.ro/urda-de-oaie
VIRȘLI momârlănești https://tinutulmomarlanilor.ro/reteta-virsli-momarlanesti/

SWOT ANINOASA 2 **Resurse financiare insuficiente.**
Dezvoltare proiect Stațiune PHARANX pe Platoul Cândet ANINOASA.

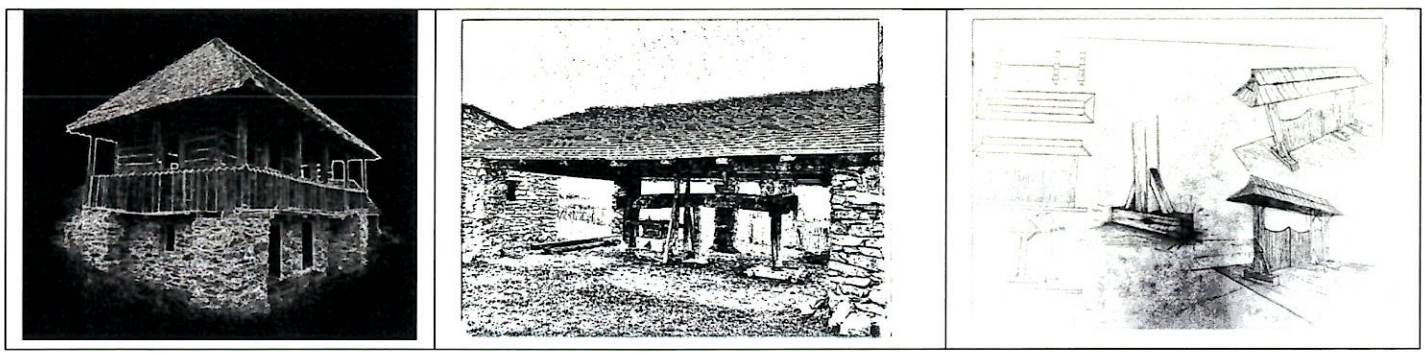
În urma finalizării analizei SWOT aferente dezvoltării modelului de afaceri al Stațiunii PHARANX și în urma finalizării draftului de strategie Blue Ocean (Blue Ocean Strategy) rezultă planul de strângere de fonduri prin tehnologia Blockchain / NFT cu un orizont mediu de capitalizare de **7.234.700 USD** în următorii 3 ani.

"Don't compete with Rivals, Make them Irrelevant"
business strategy company

B2B STRATEGY

Grupul de investitori reprezentat de agenția de marketing strategic B2B Strategy are intenția de a investi în orașul Aninoasa, platoul Cândet, pe o suprafață inițiala de minim 10 hectare din cele 117 ha înscrise în CF nr. 60246 Aninoasa, începând cu anul 2023, 1.5 milioane de USD care reprezintă prima parte a planului de afaceri "Stațiunea PHARANX" în care sunt dispuse 11 tipologii de clădiri pe o suprafață medie de 4000 mp utili de construcții.

Menționăm că investiile grupului de acționari în acest proiect până în prezent se ridică la aproximativ **330000 euro dintre care 40000 de euro în ultimele 3 luni și 30000 euro în următoarele 3 luni,** ANINOASA (* https://tinutulmomarlanilor.ro/aninoasa) reprezentând un punct central în strategia noastră de promovare a conceptului de stațiune.



4000 mp utili de construcții / 11 tipologii de clădiri: unități de cazare, restaurant tradițional momârlănesc, stână & mini ZOO animale domestice, grădină BIO, atelier meșteșugari / chilia artizanilor, observatorul cerului / VATRA satului / altar foc sacru, CUB Geodezic, Punct holistic (medicină), Sceno-Tehnică.

SWOT Aninoasa 3 & 4 Există dorința de a întocmi și implementa proiecte destinate dezvoltării locale & Existența de terenuri disponibile, pretabile investițiilor.

Drumul forestier nr.154D Cândet.

Suntem în plin proces de derulare al proiectului astfel încât în vederea eligibilitatii parteneriatului pentru construcția Stratiunii PHARANX pe teritoriul administrativ al UAT ANINOASA **vă solicităm următoarele informații preliminare:**

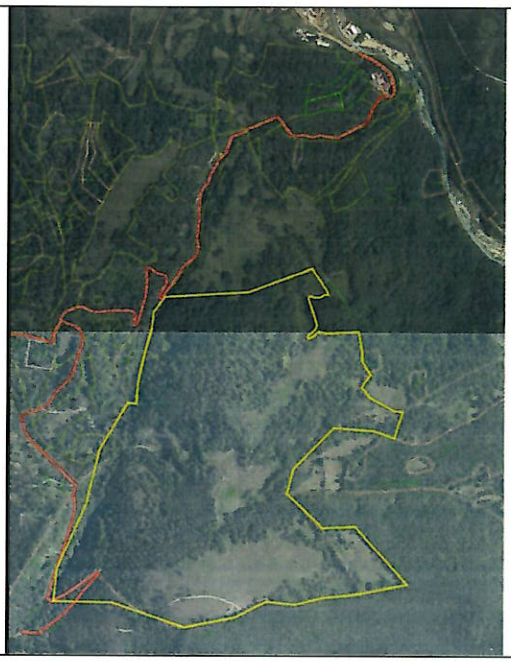
1. Disponibilitatea Primăriei de a dezvolta d.p.d.v. turistic Orașul ANINOASA și în special zona propusă, eventual prin prezentarea unui studiu de oportunitate aferent.

2. Situația legală a:

2.1 terenului care face obiectul acestei scrisori de intenție, respectiv platoul Cândet, înscris în CF nr. 60246 Aninoasa, pășune în extravilan, și **confirmarea faptului că acest teren nu constituie rezervă la dispoziția Comisiei locale de fond funciar Aninoasa.**

2.2 drumului de acces spre Platoul Cândet.

3. Termenul aproximativ în care putem **să concesionăm** minim 10 hectare în platoul Cândet.



4. Strategia și disponibilitatea bugetară a Primăriei orașului Aninoasa și a Consiliului Local Aninoasa de a:

4.1 dezmembra o suprafață de 10 ha din CF nr. 60246 Aninoasa, care va face obiectul procedurii de concesiune, în conformitate cu prevederile OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare;

4.2 asigura accesul spre Platoul Cândet pentru demararea construcției și de a amenaja drumul initial spre șantier, respectiv, drumul forestier 154D, și apoi de a **amenaja și întreține această cale de acces din fonduri proprii pe toată durata realizării și funcționării investiției.**

5. Disponibilitatea Primăriei pentru a asigura accesul spre Platoul Cândet 12 luni din 12.

Menționăm că informațiile sunt necesarea în procesul transparent pe care îl propunem pentru strângerea capitalului / ROAD MAP NFT PHARANX 15.12.2022

SWOT Aninoasa 5 Identificarea și punerea în valoare a potențialului turistic.

Drumeție spre Vârful Cândet https://tinutulmomarlanilor.ro/varful-candet/

Situat pe aria Orașului ANINOASA, Vârful Cândet, reprezintă poarta de intrare în Valea lui RHABON dinspre Defileul JIULUI. Drumeția, traseul, este accesibil tuturor categoriilor de turiști atât din punct de vedere al complexității cât și al distanței parcurse. Se urcă spre Motelul Gambrinus de unde se continuă drumeția pe drumul forestier până spre Platoul Cândet și Vârful Cândet. Un areal sălbatic prin natura sa în care panorama asupra întregii VĂI îți taie respirația, locația fiind ideală pentru Stațiunea PHARANX din multitudinea de avantaje potențiale (Vârful din vecinătea Pasului Vălcan și al Masivului STRAJA **asigură o experiență completă a turistului care accesează locația direct din arealul unic al Defileului JIULUI!**

SWOT Aninoasa 6 Dezvoltarea societăților comerciale mici astfel încât acestea să ajungă în categoria societăților mijlocii sau chiar mari.

Modelul de afaceri PHARANX dispune în primul an de o infuzie de peste 10000 de pachete de turism (turiști români) urmând ca odată cu dezvoltarea etapei 2, a jocului **NFT PLAY 2 EARN EUROPE GENESYS**, categoria de turiști targetată o să fie exclusiv segmentul de incoming (turiști europeni).

În această direcție deja am început să ne focusăm pe ridicarea calității serviciilor partenerilor noștri astfel încât în etapa 2, >2 ani de la finalizarea Stațiunii PHARANX, să fim pregătiți din punct de vedere al satisfacției turistului European @ Clinica Mihaela NISTORESCU ™ https://tinutulmomarlanilor.ro/clinica-mihaela-nistorescu/

Practic, dezvoltarea societăților comerciale mici spre categoria societăților medii și mari este inclusă în strategia de dezvoltare a Stațiunii PHARANX. **Arhitectura de brand a Văii JIULUI migrează de la Ținutul Momârlanilor spre actorii economici** păstrând identitatea comună a elementului vizual, oferind astfel posibilitatea tuturor factorilor economici să se identifice cu regiunea și în același timp să o promoveze individual.

În etapa imediat ulterioară finalizării construcției Stațiunii PHARANX avem inclus în planificarea bugetară investiții de încă un **1 milion de euro aferent dezvoltării serviciilor și implicit a societăților comerciale locale** pentru nivelul necesar turismului pe incoming.

SWOT Aninoasa 7 Asocierea cu celelalte localități din Valea JIULUI pentru implementarea unor proiecte majore.

Având în vedere faptul că **Vârful Cândet se află la aceași altitudine cu Vârful STRAJA** există posibilitatea de a intra în parteneriat cu Primăriile din Vulcan și Lupeni pentru unificarea pe termen mediu și lung a domeniilor schiabile din Pasul Vâlcan cu cel din Straja și bineînțeles cu cel din viitoarea Stațiune PHARANX.

Având în vedere etapele punctuale de derulare ale proiectului vă solicităm să ne puneți la dispoziție informațiile solicitate și să exprimați acceptul dvs. asupra intenției noastre sub forma unui ACORD DE PRINCIPIU semnat și însușit de toți factorii decizionali de la nivelul administrației locale a orașului Aninoasa, formulat punctual asupra tuturor cerințelor din scrisoarea noastră. Petroșani 21.11.2022

Sinteză

1. Minim 2.5 milioane de euro investiție în Orașul Aninoasa. **2.** Minim 100 de locuri de muncă directe. **3.** Minim 1 partener din grup care o să își relocheze facilitatea de producție în Aninoasa (50 de locuri de muncă). **4.** Stimularea afacerilor locale cu un impact spre minim alte câteva sute de locuri de muncă.

Vă mulțumim anticipat pentru răspuns și vă invităm la Conferința Destinații Vizionare (* https://povestea-locurilor.ro/destinatii-vizionare) la Brașov, în data de 08.12.2022 pentru a analiza suplimentar oportunitatea parteneriatului.

O să prezentăm în calitate de vorbitor pe scena conferinței studiul de caz TinutulMomarlanilor.ro dar și expansiunea spre EUROPE GENESYS / segmentul de turiști europeni. **Daniel ROȘCA**

B2B STRATEGY

Daniel ROȘCA

+4(0) 758 273 142
daniel.rosca@b2b-strategy.ro

Timișoara, Str. Paris nr. 4
Petroșani, Str. 1 Decembrie 1989
bl. 120, parter
b2b-strategy.ro
europegenesys.com
povestea-locurilor.ro
tinutulmomarlanilor.ro

business strategy company