



Denșuș
PĂMÂNT CU
RĂDĂCINI ÎN CER



Asociația
Drag de Hanțeg



www.poca.ro



Titlu proiect: „IDensus - Construcție de brand prin participarea comunitatii”

Cod proiect: 151186

Beneficiar: Asociația Drag de Hateg



Comuna Densuș

Livrabil 1

1. Metodologie
2. Puncte cheie
3. Cine sunt locuitorii din Densuş
4. Comuna Densuş pentru locuitorii sai
5. Simbolurile comunei Densuş
6. Perceptii cu privire la misiunea Tarii Hategului



1.

Metodologie



Pasul 1. Workshop cu Consiliul de Dezvoltare Locala

Workshop cu persoane de decizie/de influenta din cadrul orasului

Merian Nicu

Crețescu Constantin

Rațiu Cătălina

Pop Călin

Rusu Anca

Ciobanu Alina

Sinevici Timiș Gabriela

Socaci Dorin

Timiș Rareș

Lăsconi Emil

Vîrtopean Adrian

Ardelean Marcel

Costea Cristina

Dinișoni Emilia

Groșan Lucian

Keiling Istvan

Andrioni Alin

Socaci Anton

Bencău Mirabela

Alb Simona

Stanamirescu Cristina

10.00 – Intro 20 min– tur de masa

Puncte tari si puncte slabe ale Densusului (Locuitori si Investitori in Turism)

Puncte tari si puncte slabe ale Tarii Hategului (Turisti)

30 min + prezentare echipe 45 min

Pauza 11.45-12.00

Puncte tari si puncte slabe ale Densusului (Locuitori si Investitori in Turism)

Puncte tari si puncte slabe ale Tarii Hategului (Turisti)

30 min + prezentare echipe 45 min

1. Daca Densusul ar fi o persoana, cum ati descrie aceasta persoana? Varsta, ocupatie, interese, personalitate?

2. Cum recunoaști un locuitor al Densusului? Ce are special? Cum sunt oamenii diferiți în comparație cu alte zone din Romania?

3. Care sunt obiceiurile unui locuitor al Densusului? Ce traditii gasesti in Densus?

4. Cu ce se mândreste un locuitor al Densusului?

5. Cu ce NU se mândreste un locuitor al Densusului?

6. Ce spun oamenii din alte zone despre locuitorii al Densusului?

Java Hategului
3-4. 10. 2020

Nume / Rol

Vis

Calitate pers.

Calitate T. H.

- diversitate
- potențial
- frumusețe
- energie
- vitalitate
- intersecție
- binocul / dubla

cu litera

istoria

imp (longevitate)

oameni

bogăția

alocă

~~este~~ amalgam

deschidere

spiritualitate

tinere

accidentate

siguranță (+)

oportunități

spout

- complexitate
- tradiția
- artă
- explorabile
- definiție strategică
- gândire (postmodernă)
- abilități
- vechi
- natură
- autohic

An abstract geometric composition featuring three overlapping rectangles. A large, light gray rectangle occupies the bottom half of the frame. A taller, darker gray rectangle is positioned on the left side, overlapping the top of the light gray rectangle. A smaller, yellow-green rectangle is located in the lower-left quadrant, overlapping both the dark gray and light gray rectangles. The text 'Perspectiva locuitorilor' is written in orange on the right side of the image.

Perspectiva locuitorilor

LOCUITORI

PUNCTE TARI:

1. MONUMENTELE ISTORICE - BISERICILE
DENSUS, 2 IN PEȘTEANA / ORTODOXA / REFORMATA
GRĂDINĂ ULTIMĂ CRISTIANĂ - HĂȚĂGET.
2. POZIȚIA GEOGRAFICĂ - MONUMENTE NATURALE
TAUL FĂRĂ FUND, DEZURCIE VULCANICĂ
DENSUS - ȘTEI
3. MUZEUL SATULUI HĂȚĂGET PEȘTEANA, CASA
VULCANICĂ, CONACUL, CARABA, CONACUL MAMA
(DENSUS ȘI PEȘTEANA)
4. TRADIȚII ȘI ORICĂREI: NEDEI, PĂȘTE, CRĂCIUN
ETC.
5. POZIȚIE GEOGRAFICĂ - PUNCT DE PERSPECTIVĂ
CONTEMPORANĂ ÎNȘURĂ MĂTĂ - PETERAN, PARCUL
ȘUREANU, PROXIMITATE ULTIMĂ TRADITIE, PRISLOP.
6. POZIȚIONATĂ ÎN CENTRUL TĂRII DE AEROPORTURI:
SIBIU, TIMIȘOARA, CLUJ-NAPOCA
7. POZIȚIE CENTRUL ÎN "PARCUL DINORAVENIA"
8. REEVALUAREA - PĂȘTE ȘI PĂRINTELUI ARSENIE BOCA
PRISLOP → DENSUS ȘI ÎNĂLȚI, PĂȘTE ȘI
REFACEREA DRUMULUI VECHEI EXPLOATĂRI DE LA VÂLEA
FIERULUI

LOCUITORI DENSUS

PUNCTE SLABE:

1. CONCURAT ÎN RUINĂ ÎN CENTRUL DENSUS VECI
2. INTRAREA ÎN LOCALITATE DENSUS LASĂ DE
DORIT
3. FOLOSIREA INADECVATĂ A SPAȚIILOR PUBLICE
4. DRUMURI DE CĂMIN, NEÎNGRIJITE, NEPIETRUITE,
NEASFALTATE.
5. MIZERIA DE PE CELE BOMBE RAURI ALE COMUNEI.
6. KIŠCH-UL PANOURILOR PUBLICITARE ȘI DE INFORMARE
7. FUNCȚIONAREA DEFECTUOSĂ A SISTEMELOR
DE CANALIZARE.

LOCUITORI

AMENINTARI

- RAZEBOI, CRIZA ECONOMICA
- SCADEREA NATALITĂȚII
- SCADEREA NIVELULUI DE EDUCAȚIE
- LIPSA DIRECTIVITĂȚII VISITATORILOR
~~SUPERFLUITATE~~
- LIPSA DE UNITATE ȘI ORGANIZARE
A COMUNITĂȚII LOCALE

OPORTUNITĂȚI

- 1) ABSORBȚIA EFICIENTĂ / SUSTENABILĂ A FONDELOR
- 3) REEVALUAREA / RESTAURAREA POTENȚIILOR
OBIECTIVE TURISTICE (POTECĂ 'ARSENIE BOCA',
CONACE, SRUKUL FIERULUI)
- DEZVOLTAREA UNOR CIRCUITE TURISTICE
- DEZVOLTAREA UNOR AMENAJĂRI PE CAMPARE
PULOȚE / COAR
- ÎNTREȚINEREA ȘI EXTINDEREA CĂILOR DE
ACCES, PISTE / POTECI PĂMÂNARE
- AMENAJAREA UNOR LOCURI DE POPAS /
RELAXARE ÎN ÎNPROPRIEREA RÂURILOR
- 2) PROMOVAREA / EXPLOATAREA UNORILOR CULTURALE
ȘI SPIRITUALE LOCALE; ELABORAREA UNUI
CURENT AL EVENIMENTELOR LOCALE
- REEVALUAREA TRADIȚIILOR ȘI OBIECTIVELOR



Perspectiva turistilor

Vizitatori Densus²

Puncte tari

- Natura care înconjoară comuna
- Obiective culturale: Biserica ^{Sf. Nicolae} ^{Alteptul},
Ulpiu Christianu, bisericile din ^{Regina} ^{Regina}
- liniște
- răurile din sate
- locuri de cazare, PGL
- experiențe și ateliere la Casa Vulcanică
permanență la centrul de informare turistică

Puncte slabe

- curățenia în sate
- lipsa de comunicare, ghizi specializați
pt. celelalte obiective
cu excepția Bisericii Sf. Nicolae
- lipsa indicatorilor turistici
- ~~lipsa~~ lipsa unui restaurant
- infrastructura (drumuri, poteci)
- lipsa produselor locale
- lipsă informație puncte pe panou
- conacul din centrul Satalui în ruine

Oportunități

- noi trasee în natură, traseul Pârâului
- renovarea conacului și punerea lui în valoare
- magazin de сувенире și produse locale
- panouri sau o altă formă de informare minimă, atunci când nu este glud
- publicitate coerentă.

Amintiri

- să găsești aglomerările la obiective
- să nu ai loc la P&Z și alt loc de mază în comună
- să creșcă prețurile la capete / mâncare odată cu motorizata locală
dezechilibru întru valoare reală și a / se
- plecarea forței de muncă
- turizți care vin doar să bifeze obiectivele, fără să lase bani

Vizitatori Jara Hategului

PUNCTE TARI

- CONCENTRARE DE OBIECTIVE TURISTICE (NATURALE, CULTURALE, ISTORICE ETC.)
- 3 A.P.: - PARCUL NATIONAL RETEZAT
 - GEOPARCUL INTERNATIONAL UNESCO (TECINUL GLOBAL INTERNACIONAL DINOZAUURII !!)
 - PARCUL NATURAL GRĂNISTEA MUNCELULUI - CIOLOVINA !!
- 1 DESTINAȚIE ECOTURISTICĂ CERTIFICATĂ / UNA DINTRE PRIMELE OMD FUNCȚIONALE DIN ȚARĂ - APARTENENȚA NAȚIONALĂ LA ECORA
- BIZERICI DE PIATRĂ: DENȘUS, S. ORLEA, PRISLOP ETC.
- CASTELUL DIN PĂRPAȚI !!! MARCĂ PUTERNICĂ LA NIVEL MONDIAL
- SARMIZEGETUSA ULȚIA TRĂIANĂ
- PGL - LUCIANA
- GHIȚI LOCAȚI ȘI MONTANI
- REȚEA DE TRASEE MONTANE, TEMATICE, CICLOTURISM
- VIA TRANSILVANICĂ
- SERVICII TURISTICE DIVERSE
- INFRASTRUCTURĂ MARE DE BUNĂ CALITATE
- PRIMA REZERVATIE DE ZIMBRI DIN ROMANIA
- CLOPOTIVA - DUNUL DINTRE CELE MAI BUNE LOURI DE ZBOR CU PARAPANTA DIN RO! (TOMA COLOANĂ)

PUNCTE SLABE

- TRANȘI ȘI ARHITECTURĂ LOCALĂ ÎN DECLIN
- MONUMENTE ISTORICE ÎN PARASINĂ
- AFACERI ÎN TURISM (ÎN SPECIAL SPT) CARE FUNCȚIONEAZĂ ILEGAL ⇒ IMAGINE PROASTĂ / PREȚURI MICI LA CĂȘI CONCURENȚĂ NERĂLĂCĂ
- MICI PRODUCĂTORI ȘI MESTESUGARI DIN CE ÎN CE MAI PUȚINI
- LIPSA UNUI CALENDAR DE EVENIMENTE STATICE FINANȚAT CONTINUU
- MOBILITATE PUBLICĂ ⇒ LIPSEȘTE
- SEMNALIZARE UNITARĂ CĂTRE OBIECTIVE ȘI SERVICII ⇒ ȘI PARȚIAL (ÎN UNELE LOURI, ȘI)
- MAGAZIN DE SUVENIRE ȘI PRODUSE LOCALE LIPSEȘTE (?)
- ~~UN PRODUS INTEGRAT~~

AMENINȚĂRI

- APARIȚIA UNOR NOI ZONE DE INTERES TURISTIC ÎN APROPIERE ȚĂRI HĂTEGULUI (DEZV. VĂȚI JIULUI, ALBA, ORĂȘTE, HD).
- DEPLASAREA MAI GREDE DATORITĂ SCUMPIRII COMBUSTIBILULUI
- APROVIZIONARE SLABĂ A MAGAZINELOR ALIMENTARE
- LIPSA SPĂȚIILOR DE LUAT MASA



Perspectiva investitorilor

| PUNCTE TARI | ANTRE PRENOZIAT2 | PUNCTE SLABE |
|---|---------------------|---|
| - Elemente de atracție turistică există; | | - Lipsa cultură antreprenoriale; |
| - Infrastructura relativ bine dezvoltată; | | - Lipsă programe inferioare; |
| ① Natura destul de bine dezvoltată; | | ① Lipsa unei politici clare |
| ② Poziționare geografică favorabilă; | | în ceea ce privește dezvoltarea |
| - Autoritățile au deschidere spre dezvoltare; | | turismului; |
| - Zonă ecoturistică recunoscută; | | - Lipsa agricultură ecologică; |
| ② Existenta unor puncte maxime pentru cererea | | ② Scădere demografică. |
| de fonduri europene. | | - Lipsa promovării miturilor și legendele locale. |
| | | - Dispariția meșteșugurilor locale |
| | | ③ Forța de muncă puțină și slab calificată |

ANTREPRENORI

PUNCTE TARI

- MUZEUL SATULUI
- BISERICA
- CASA VULCANIOR
- ETC...

OBIECTIVELE TURISTICE

PEISAJELE

①

NOUȚĂȚI IN TURISM (CASUTE IN COPAC)

②

• PUNCTUL GASTRONOMIC

③

• ARISTUL SI EXPOZITIA

- AMPLASAMENT IN TARA

- MUNTELE CU OCHI ALBASTRI

- TOATA TARA HATEGULUI

- DINDĂUICI
- CETATI
- CASTELE
- FUNDATURA PONORULUI
- MANASTIRI
- PARCUL NATIONAL RETEZAT.

→ POVEȘTEA ZAFIREI

PUNCTE SLABE

- MIZERIA / DEȘEURILE
- LIPSA TOTALĂ A PRODUCĂTORILOR LOCALI
- ÎMSUNĂȚAREA INFRASTRUCTURII
- NEIMPLICAREA IN COMUNITATE.
- SEMNALIZARI OBIECTIVE TURISTICE
- ASUMAREA RESPONSABILITĂȚILOR
- SEMNALIZARI RUTIERE.
- LIPSA VIZIUNII PE TERMEN LUNG.
- LIPSA OPTIUNILOR GASTRONOMICE.
- O LIPSA A CONȘTIENȚĂRII IMPORTANTEI VIS A VIS
- TURISMUL
- CULĂȚENIE
- RECICLARE
- ~~ETC~~ CREȘTERE DEMOGRAFICĂ

LIPSA ACTIVITĂȚII: CULTURALE

: SPORTIVE

: EDUCATIONALE

: MOTIVATIONALE

:

LIPSA CULTURA ANTREPRENORIALĂ
DISPARIȚIA MESTESUGURIOR LOCALE!

OPORTUNITATI

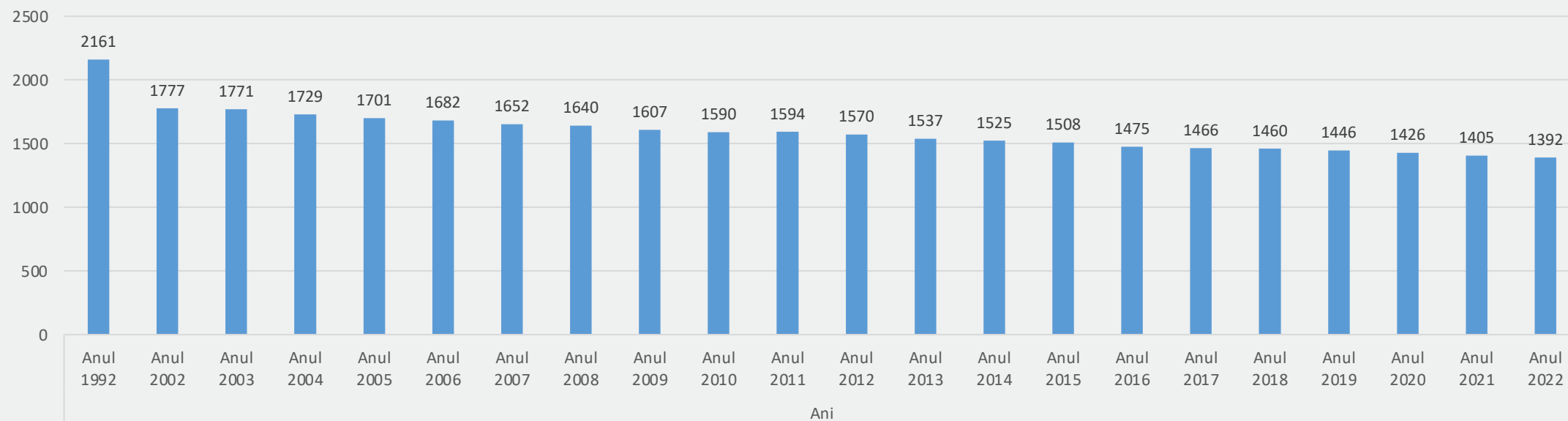
- ~~STRATEGIA DE SURSĂ DE FINANȚARE~~
- DEZ-VOLTAREA UNUI PRODUS INTEGRAT
- DEZ-VOLTARE / IMPLICARE AGRICULTORI, PRODUCĂTORI
- PREZENTARE CALENDAR EVENIMENTE CU IMPLICAREA ANTREPRENORILOR
- PREZENTAREA ~~UNOR~~ UNEI RUTE CARE LEAGĂ SAȚELE / SAȚIELE TURISTICE DIN ȚARA HATEGULUI
- PREZENTAREA UNUI TRASEU PT. BICICLIȘTI
- PRODUCȚIE PROPRIE PT. CEI CARE DEȚIN SPAȚII DECAZARE

↓
ALIMENTE

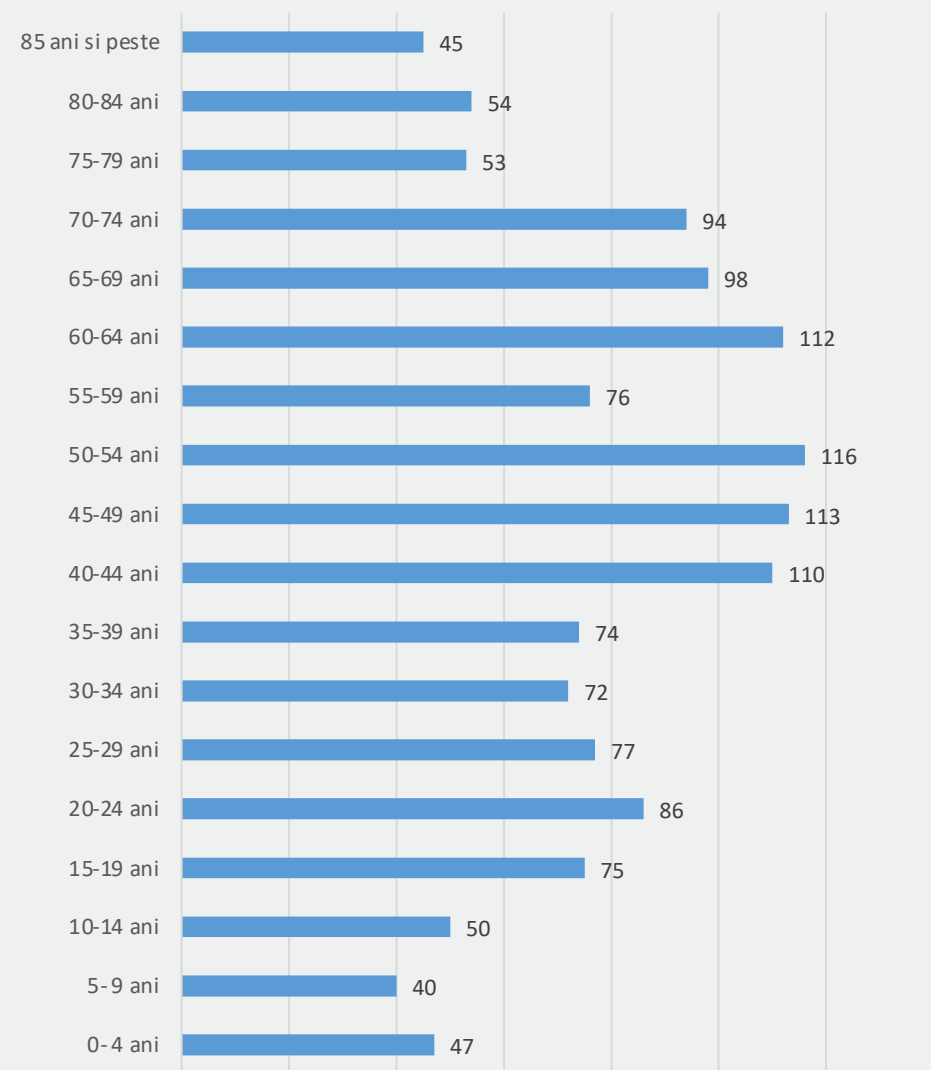


Pasul 2 Desk research

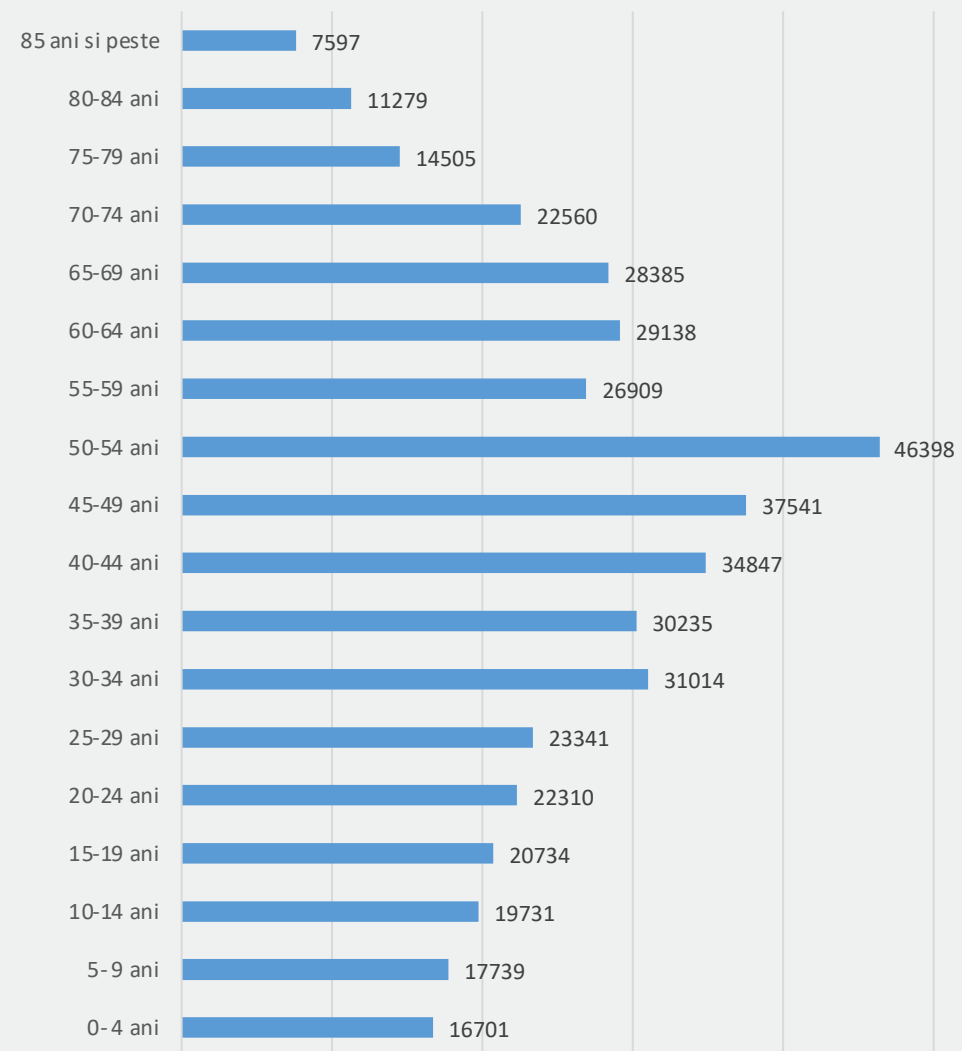
DENSUS



Localitatea Densus Populatia pe varste



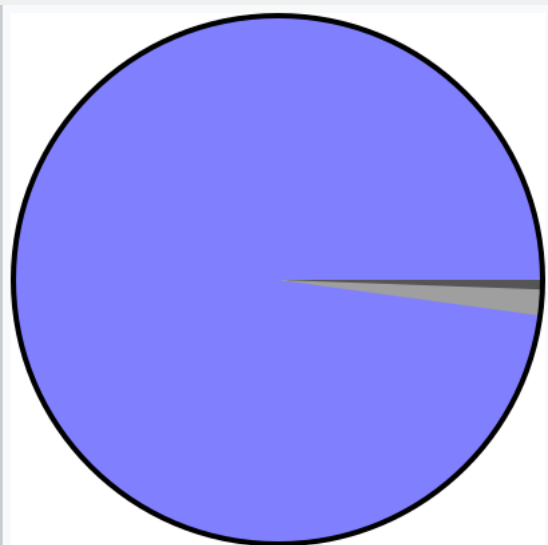
Judetul Hunedoara Populatia pe varste



Rezultatele cautarii - Nascuti vii cu resedinta obisnuita in Romania pe judete si localitati

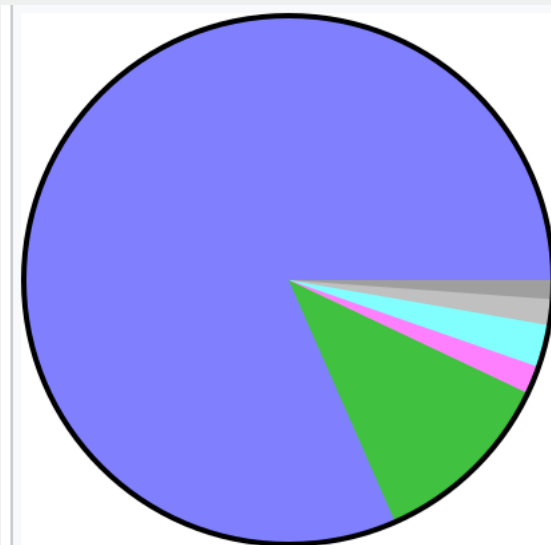
| | Anul 2012 | Anul 2013 | Anul 2014 | Anul 2015 | Anul 2016 | Anul 2017 | Anul 2018 | Anul 2019 | Anul 2020 |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Hunedoara 89348 DENSUS | 7 | 11 | 8 | 7 | 7 | 7 | 11 | 7 | 12 |

© 1998 - 2018 INSTITUTUL NATIONAL DE STATISTICA



Componența etnică a comunei Densus

- Români (97,84%)
- Necunoscută (1,58%)
- Altă etnie (0,57%)



Componența confesională a comunei Densus

- Ortodocși (81,61%)
- Penticostali (11,35%)
- Greco-catolici (1,71%)
- Bapțiști (2,59%)
- Necunoscută (1,58%)
- Altă religie (1,14%)



Pasul 3. Studiu calitativ locuitori

Interviuri in profunzime (cu durata de aproximativ 30 min) cu urmatoarele persoane implicate in viata comunei la nivel strategic/persoane de decizie/influentatori

1. Cristina Bojin, centrul de informare turistică
2. Adrian Vîrtopean, Primar
3. Andrei Blumer, Presedintele Asociatiei de Ecoturism din Romania
4. Cristian Ciobanu, Asociatia Drag de Hateg
5. Lucian Grosan, proprietar afacere turism
6. Alina Ciobanu, Asociatia Drag de Hateg

In cadrul interviului s-au aplicat urmatoarele intrebari:

INTRODUCERE (5 min)

Vă mulțumim că ați acceptat să participați la acest studiu care este baza pentru dezvoltarea strategiei regiunii Tarii Hategului!
Răspunsurile dvs. la următoarele întrebări sunt cruciale pentru proiect, deoarece este important pentru noi să înțelegem și să includem perspectiva dvs. asupra priorităților acestei regiuni, a punctelor forte și a limitărilor acestuia.

Vă rugăm să ne spuneți câteva cuvinte despre legătura dvs. cu Tara Hategului. V-ati născut aici / v-ati mutat aici? Cand? De ce? În ce domenii/aspect ale acestei zone ati fost implicat?

SECTIUNEA 1

La ce se refera cei mai multi oameni atunci cand spun “Densus” ? Este sat/comuna/regiune? Cum o numesc?

LOCUITORI

Cum este sa fii locuitor al Densusului? Ce este diferit in Densus? CE are unic, diferentiator si nu au alte comune?

Cum se numesc locuitorii Densusului? Ce au ei aparte?

Cat de uniti sunt oamenii in comunitate? Se percep ca fiind locuitori ai Tarii Hategului? Sau doar a satului/orasului din care fac parte. Au senzatia de apartenenta la regiunea numita Tara Hategului?

Cat de implicati sunt localnicii in comunitate? Daca nu se implica, de ce? Ce i-ar determina sa se implice mai mult?

VIZITATORI

Cine viziteaza acum Densusul? Care sunt principalele atractii? Este ca parte a unui sejur in zona sau vin special aici?

Ce atractii nu sunt puse suficient in valoare? Unde vedeti potential de dezvoltare?

Ce spun turistii despre Densus, cum se simt aici si de ce?

Pentru ce este recunoscut national Densus dpdv turistic?

Ce l-ar determina pe un turist sa ramana mai mult de 2-3 nopti in Densus?

Ce ii face sa revina pe turisti? Care este valoarea regiunii pentru un vizitator recurrent?

SECTIUNEA 2 INVESTITOR

FOCUS PE TURISM:

Sunt antreprenori in turism care traiesc doar din turism? Ce ar avea nevoie de la administratia locala ca acestia sa investeasca mai mult in turism?

Cine investeste acum in turism? Care sunt avantajele pentru un investitor in turism? Care sunt barierele pe care trebuie sa le depaseasca? Ce i-ar putea incuraja pe localnici sa deschida business-uri de turism?

Sectiunea 3 IDENTITATEA TARII HATEGULUI – LOC si OAMENI (20 min)**PERCEPȚIA TARA HATEGULUIUI ACTUAL - GENERAL (EMOȚIONAL)**

Care sunt primele cuvinte care va vin în minte când va gânditi la Tara Hategului?
Prin ce se diferentiaza de alte zone din România? Care sunt caracteristicile care o fac unica? Pozitive și negative.
Ce ofera Tara Hategului Romaniei/judetului?

STEREOTIPURI LEGATE DE HATEGANI

Cum se numesc locuitorii din Tara Hategului? Si cum se numesc cei din Hateg?

„Hateganii”

Imagine de sine (auto-stereotip): Ce înseamnă a fi „Hategan”? Cum recunoașteți un „Hategan”? Care sunt valorile unui hagetan? In ce crede? Care sunt obiceiurile, tradițiile care fac aceasta zona unica? Cum sunt oamenii diferiți în comparație cu alte zone din Transilvania? Dar din Romania? De ce este mândru un „Hategan”? De ce nu este mândru?

Hetero-stereotip: Ce spun oamenii din alte regiuni despre „Hategani”?

Care sunt persoanalitatile proeminente din Tara Hategului?

SECTIUNEA 4. PERCEPȚIA ASUPRA TĂRII HATEGULUI ACTUAL - TURISM (VIZITATORI) – 20 min***Vizitatori actuali***

Cine viziteaza acum Tara Hategului? Cum își petrec oamenii timpul (in timpul săptămânii / în weekend / sărbători)?
Ce ii face sa vina aici? Ce ii nemulumeste?

Ce spun turistii despre Tara Hategului, cum se simt aici si de ce?
Ce ii face sa revina? Care este valoarea regiunii pentru un vizitator recurent?

Care sunt principalele atractii? Pentru fiecare atractie (primele 2 mentionate): ce are special? De ce sunt atrasi oamenii sa viziteze? Este aceasta atractie la un nivel optim de vizitatori? Sunt mai multi sau mai putin decat este sanatos pentru zona? Este un echilibru intre nevoia de a avea suficiente venituri din turism si nevoia de a conserva/proteja zona si a avea o viata normala pentru locuitori?

Care sunt tipologiile principale de vizitatori?
Puteți face diferența între diferite grupuri de vizitatori în funcție de vârstă, sex, stil de viata? Pentru fiecare categorie:
ce fel de turism practica? Ce obiective au in vedere?
Ce anume considerati ca le lipseste dpdv turism?

Cat de constienti sunt locuitorii actuali de importanta turismului si de potentialul turistic al zonei in calitatea vietii lor?
Cum sunt hateganii ca si gazde ptr turisti?



Ipoteze generate in
urma cercetarii calitative

Urmatoarele attribute ale densusenilor au fost mentionate de participantii la interviuri sau workshop, ele urmand a fi testate in studiul cantitativ:

- 1.Increzatori
- 2.Credinciosi
- 3.Generosi
- 4.Independenti
- 5.Isi asuma riscuri
- 6.Ambitiosi
- 7.Harnici
- 8.Inovatori
- 9.Uniti
- 10.Cu simțul umorului
- 11.Modesti
- 12.Echilibrati
- 13.De incredere
- 14.Primitori
- 15.Saritori
- 16.Educati
- 17.Optimisti
- 18.Toleranti
- 19.Moderni

*de testat in cantitativ

- Este atractiv pentru turiști
 - Pot participa la multe evenimente in aceasta localitate
 - Am multe opțiuni de restaurante, bistrouri, baruri
 - Mă simt încurajat sa a încep/dezvolt o afacere în turism (pensiuni, hoteluri, restaurante, puncte gastronomice, activități pentru turiști)
 - Pot găsi locuri de munca plătite decent
 - Mă pot bucura de frumusețea naturii înconjurătoare
 - Am infrastructura necesara sa ajung ușor in natura/la munte
 - Mă pot bucura de viata
 - Pot avea un stil de viata sanatos (liniste, aer curat, mancare sanatoasa)
 - Pot avea acces la o viata culturala bogata
 - Am multe oportunitati de a practica sport
 - Are o istorie valoroasa
 - Are un patrimoniu arhitectural valoros
 - În aceasta localitate mă simt in siguranta
 - Simt ca in aceasta localitate îmi pot crește copiii
 - Ma pot realiza profesional
 - Copiii mei isi doresc sa ramana in aceasta localitate
-

*de testat in cantitativ

COMUNITATE

- Simt ca fac parte dintr-o comunitate activa și implicată
- În ultimul an am făcut voluntariat/am dat o mână de ajutor pentru binele comunității
- COLABORARE Afacerile locale ar avea de castigat daca ar crea parteneriate sau asociatii care sa le sustina cauzele comune
- ATITUDINE FAȚĂ DE PREZENT Sunt multumita cu viața in aceasta localitate
- Cand am ocazia, recomand prietenilor/cunoscutilor sa se mute în [aceasta localitate]
- ÎNCREDERE ÎN LIDERI Am incredere-n conducatorii localității
- Administrația locală susține afacerile locale din turism
- În viitor mă vad deschizandu-mi o afacere în domeniul turismului

DESCHIDERE

- Cred ca locuitorii noi care vin in oras/comuna au un efect benefic asupra localitatii
- Fac ce imi sta in putinta pentru ca turistii ce viziteaza localitatea sa se simta bineveniti
- Imi doresc sa invat mai multe despre antreprenoriat /cum sa pornesti o afacere

APARTENENTA/PATRIOTISM LOCAL

- Sunt mandru ca sunt locuitor al acestei comune/acestui oras
- Locuitorii din Densus sunt familia mea mai mare

Am incredere in locuitorii din orasul/comuna mea

- Am un respect deosebit pentru pamantul agricol
- Cand aud de un eveniment cultural/artistic/folcloric care se intampla in localitate, particip cu placere
- Muntele face parte din viata mea

***de testat in cantitativ care din urmatoarele obiective reprezinta un symbol al localitatii Densus**

1. Biserica "Sfantul Nicolae" Densus
2. Biserica ortodoxa Pesteană
3. Biserica reformata Pesteană
4. Casa Vulcanilor
5. Taul Fara Fund
6. Dealurile vulcanice
7. Muzeul Satului Hategan
8. Familia Densusianu



Titlu proiect: „IDensus - Construcție de brand prin participarea comunitatii”

Cod proiect: 151186

Beneficiar: Asociația Drag de Hateg

Intocmit,
S.C. OPENI RESEARCH & CONSULT S.R.L.

Administrator
ADINA GEORGIANA NICA



15 noiembrie 2022



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020!

Titlul proiectului: „IDensus - Constructie de brand prin participarea comunitatii”
Codul proiectului: 151186
Denumirea beneficiarului: Asociația Drag de Hațeg
Data publicării (lună și an): aprilie 2023

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu
poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României.

Material distribuit gratuit