

## NOTĂ DE FUNDAMENTARE

**Secțiunea 1:** Titlul proiectului de act normativ

### HOTĂRÂRE PRIVIND APROBAREA STRATEGIEI NAȚIONALE A ROMÂNIEI PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI 2024-2035

**Secțiunea a 2-a:**

Motivul emiterii actului normativ

#### 2.1 Sursa proiectului de act normativ

La nivel mondial, turismul s-a transformat într-unul dintre sectoarele economiei cu cea mai rapidă creștere. Turismul actual se află în strânsă legătură cu procesul de dezvoltare socio-economică și oferă un număr din ce în ce mai mare de noi destinații. Această dinamică a transformat turismul într-un factor determinant pentru progresul socio-economic, datorită capacității și potențialului său de a crea noi locuri de muncă și de a dezvolta comunitățile locale.

Eforturile semnificative de dezvoltare a turismului în România se întind pe mai multe decenii. În această perioadă au fost elaborate o serie de ghiduri, politici și documente strategice. Cu toate acestea, strategiile au vizat în cea mai mare parte segmentele turismului de nișă, cum ar fi ecoturismul, turismul medical și balnear și strategiile regionale sau cele dedicate turismului de tip city-break. În 2006, Guvernul a elaborat un master plan pentru turism. Niciunul dintre aceste eforturi nu a generat, însă, rezultate semnificative, în principal din cauza implementării deficitare a acestor strategii și planuri, situație care a fost generată, printre altele, de lipsa de capacitate administrativă și finanțare, dar și de schimbările autorităților responsabile de la diferite niveluri. Pentru a putea întreprinde măsuri coerente și coordonate, a fost necesară elaborarea unei strategii de dezvoltare sectorială, care să ghideze și să adopte un plan de acțiune prin care problemele sectoriale să fie abordate și rezolvate în timp util. Necesitatea *adoptării unei strategii naționale de dezvoltare și promovare a turismului, a unor noi strategii sectoriale, precum și implementarea planurilor de acțiune aferente, a fost subliniată în Programul de Guvernare 2023 - 2024*. Strategia a fost elaborată inițial în perioada 2017- 2018, printr-o colaborare între autoritatea publică centrală responsabilă cu dezvoltarea turismului (la momentul respectiv, Ministerul Turismului), Secretariatul General al Guvernului (SGG) și Banca Mondială (BM), și a fost actualizată în perioada martie-mai 2022, precum și în perioada octombrie – decembrie 2023, de către Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului.

#### 2.2 Descrierea situației actuale

##### a) prezentarea cadrului legal și instituțional existent

*Principalele acte normative în domeniu sunt:*

Reglementările primare și generale privitoare la organizarea și desfășurarea activităților turistice din România sunt prevăzute în Ordonanța Guvernului nr. 58/1998. Ordonanța se află în vigoare de 25 de ani și a fost modificată și completată de 13 ori, până în prezent. Un proiect de lege a turismului, care ar fi urmat să înlocuiască OG nr. 58/1998, a fost elaborat și promovat în ultimii ani, însă acesta a fost respins în luna mai 2023 de comisiile pentru antreprenoriat și turism, respectiv pentru administrație publică și amenajarea teritoriului din Parlamentul României.

Un element fundamental din cuprinsul OG nr. 58/1998 este nominalizarea Ministerului Turismului (în prezent, Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului – MEAT) drept organ central de specialitate al administrației publice, cu atribuții de control și de coordonare a dezvoltării turismului (art. 15). Totodată, MEAT „elaborează Strategia de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung, Programul multianual de marketing și promovare turistică și Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice” (art. 22).

Actul normativ reglementează modalitatea de înființare, organizare și finanțare a organizației de management al destinației (OMD), tipurile de OMD-uri și criteriile minime pentru acestea, obiectivele și activitățile realizate de aceste organizații (art. 2<sup>2</sup>, 2<sup>3</sup>, 2<sup>4</sup>, 10<sup>2</sup>, 10<sup>3</sup>, 10<sup>4</sup>, 10<sup>5</sup>). În privința reglementării OMD-urilor, actul normativ a fost modificat prin OUG nr. 86 din 23 iunie 2022, acest aspect fiind jalon în PNRR.

În ceea ce privește instituirea unor proceduri administrative privind autorizarea unor activități specifice domeniului turismului, OG nr. 58/1998 reprezintă fundamentul juridic pentru: atestarea, evidențierea și monitorizarea valorificării și protejării patrimoniului turistic și instituirea Registrului general al patrimoniului turistic, precum și a certificatului de patrimoniu turistic (art. 4); atestarea stațiunilor turistice – efectuată de MEAT, împreună cu autoritățile administrației publice locale, aprobată prin hotărâre a Guvernului (art. 10); avizarea organizațiilor de management al destinației turistice (art. 101); acreditarea și reacreditarea centrelor naționale și locale de informare și promovare turistică (art. 106); avizarea documentațiilor de urbanism privind zonele și stațiunile turistice, precum și documentațiile tehnice privind construcțiile din domeniul turismului (art. 12); omologarea pârtiilor și traseelor de schi pentru agrement, precum și a traseelor turistice montane – efectuată de MEAT, împreună cu consiliile județene pe raza cărora se află acestea (art. 13); utilizarea plajelor în scop turistic și autorizarea agenților economici care administrează plaje în scop turistic (art. 14); atestarea personalului specializat să presteze servicii turistice (art. 24); acordarea brevetului de turism pentru persoanele fizice, a licenței de turism pentru agențiile de turism (art. 27); clasificarea structurilor de primire turistice (art. 31); organizarea serviciilor Salvamont și Salvamar (art. 33); omologarea traseelor de cicloturism, a traseelor pentru turism pedestru, precum și a altor tipuri de trasee turistice [art. 33 alin. (8)].

Actul normativ conține prevederi speciale referitoare la mijloace financiare și sprijinul statului și atribuțiile autorităților locale, în domeniul turismului (art. 20), dar și drepturile și obligațiile agenților economici cu activitate de turism (art. 29, 30)

Alte acte normative aplicabile în domeniul turismului și domenii conexe, precum mediu, cultură, amenajarea teritoriului, sunt anexate strategiei.

Cadrul instituțional include:

#### Nivelul guvernamental

##### **Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului (MEAT)**

- Rol de reglementare;
- Elaborează Strategia de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung, Programul multianual de marketing și promovare turistică și Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice;
- Finanțează investiții pentru amenajarea și protecția patrimoniului turistic;
- Desfășoară diverse activități de marketing și promovare a brandului turistic România;
- Controlează respectarea cantitativă și calitativă a standardelor legale de către furnizorii din turism și pentru servicii recreative;
- Clasifică structurile de cazare și eliberează avize pentru ghizi turistici, agenții de turism, plaje turistice, pârtii de schi, trasee turistice, sporturi acvatice și programe de formare profesională;
- Aprobă normele metodologice privind crearea, amenajarea și omologarea traseelor de cicloturism, a traseelor pentru turism pedestru, precum și a altor tipuri de trasee turistice.

**Consiliul Consultativ al Turismului** - mecanism public - privat de consultare și dezbateră cu factori interesați din turismul național.

**Consiliul de Brand Turistic Național** - grup de lucru cu rol consultativ, care are ca principal scop analizarea pieței interne și internaționale de turism, precum și elaborarea de propuneri cu privire la organizarea de campanii de promovare a României și implicit a brandului turistic

#### Nivelul județean și local

##### **Consiliile județene și locale**

- Realizează strategiile de dezvoltare a turismului la nivel de județ, care stau la baza Programului anual de dezvoltare a produselor turistice;

- Inventariază principalele resurse turistice;
- Participă la omologarea traseelor turistice și a pârtiilor de schi și organizează servicii de Salvamont pentru trasee turistice montane și/sau pârtii de schi;
- Consiliile locale și agenții economici care au în administrare ștranduri sau plaje, altele decât cele de litoral, au obligația să înființeze servicii de salvare, precum și posturi de prim ajutor medical.
- Organizează centre naționale sau locale de informare și promovare turistică în localitățile turistice;
- Hotărăsc pentru unitățile administrativ-teritorială asocierea în scopul înființării organizațiilor de management al destinației;
- Asigură sursele de finanțare necesare îndeplinirii atribuțiilor, obiectivelor și funcționării organizației de management al destinației din care face parte.

#### **b) definirea problemei/problemelor la rezolvarea căreia/căroră va contribui proiectul de act normativ**

Economia României se confruntă cu o serie de probleme, printre care disparitățile economice între mediul rural și cel urban. Dintre cele 42 de județe ale țării, 18 sunt considerate a fi rămase în urma altora, cu un PIB pe cap de locuitor mai mic de 75% din media națională. Disparitățile cu privire la standardele de viață între zonele urbane și cele rurale sunt evidente: decalajul între veniturile din mediul urban și cele din mediul rural, este al doilea cel mai ridicat din UE, venitul mediu în urban fiind cu aproape 50% mai ridicat decât venitul mediu în rural.

Sectorul turistic beneficiază de un potențial substanțial pentru a putea aborda o parte dintre aceste provocări. Prin crearea de locuri de muncă și de oportunități economice, inclusiv pentru grupurile vulnerabile, turismul și-a demonstrat potențialul transformățional la nivel global.

Turismul în România se confruntă cu două mari provocări:

- turiștii care vizitează în prezent România nu cheltuie suficient (la nivelul potențialului existent) la nivelul destinației și
- nu sunt atrași suficienți turiști care au posibilitatea și dispoziția de a cheltui mai mult la nivelul destinației (turiști cu bugete mari pentru cheltuieli în destinație).

Principalii factori determinanți imediați pentru provocările de mai sus sunt:

Turiștii care vizitează acum România nu cheltuiesc suficienți bani din cauza:

- (a) destinațiilor turistice insuficient dezvoltate sau cunoscute și a dificultăților în a le accesa;
- (b) a oportunităților insuficiente de consum turistic (care să fie și ușor de găsit) în ciuda fondurilor personale disponibile în acest sens; și din cauza
- (c) calității necompetitive a experiențelor și a serviciilor disponibile la destinație;

Numărul insuficient de turiști dispuși să cheltuiască mult, din cauza capacității limitate de dezvoltare de politici publice în domeniul turismului, a segmentării inadecvate a pieței și a vizibilității reduse a țării în străinătate.

#### **c) grupurile țintă afectate sau care beneficiază direct sau indirect în urma implementării proiectului de act normativ**

Principalele grupuri țintă vizate sunt:

- turiștii – sunt actorii principali, ei oferă motivații pentru activitățile tuturor celorlalți actori implicați în derularea activităților prevăzute;
- operatorii economici din turism și din domeniile conexe sunt implicate în realizarea și comercializarea produselor turistice; administratorii publici sau privați ai obiectivelor de patrimoniu cultural ce sunt implicați în activitatea de valorificare prin turism a patrimoniului; administratorii ariilor naturale protejate au rol în procesul de dezvoltare a ecoturismului și conștientizarea comunităților locale.
- organizațiile de managementul destinației – parteneriate public - private între autoritățile publice locale și operatorii din turism, ce vor fi implicate în dezvoltarea turistică integrată și în gestionarea activităților promoționale;

- societatea civilă (alte ONG-uri față de OMD-urile menționate mai sus) joacă un rol deosebit de important în promovarea practicilor durabile de dezvoltare locală, fiind implicată în susținerea a numeroase proiecte culturale, de conștientizare, de dezvoltare a resurselor umane din domeniu, de conservare a naturii etc.
- comunitatea locală joacă un rol deosebit în constituirea patrimoniului și poate contribui la oferirea de servicii de calitate turiștilor, beneficiind de o parte din cheltuielile lăsate de turiști în cadrul destinației.
- administrațiile publice locale sunt implicate în dezvoltarea proiectelor locale de infrastructură generală și turistică. De asemenea, dețin un rol important în realizarea procesului de conștientizare, în stimularea afacerilor și păstrarea tradițiilor locale.

#### **d) enumerarea cauzelor și efectelor acesteia/acestora**

**Cauză: Infrastructură slab dezvoltată** - drumuri de acces inadecvate către destinațiile și siturile turistice, sistem de transport pe cale ferată în interiorul țării nesigur și limitat, oportunități limitate de deplasare cu bicicleta în interiorul țării, lipsa informațiilor cu privire la serviciile de transport disponibile pentru turiști și panouri informative și semnalistică turistică necorespunzătoare pentru drumuri.

**Efect: Destinațiile turistice insuficient dezvoltate sau cunoscute și dificultăți în a le accesa**

**Cauză: Slaba valorificare a potențialului turistic** - în ciuda existenței unui număr mare de obiective turistice semnificative, acestea nu sunt valorificate la adevăratul potențial, iar posibilitățile de cheltuire a banilor sunt limitate. Acest fapt poate fi cauzat în mare parte de sprijinul antreprenorial limitat și de slaba finanțare acordată sectorului privat pentru cooperare, inovare, modernizare și creare de noi activități și oferte în vederea generării de oportunități de cheltuire a banilor. România este încă în urmă față de restul regiunii în ceea ce privește dezvoltarea turismului, iar accelerarea procesului de reducere a decalajelor față de țările învecinate prin soluții inovatoare și noi modele de a oferi și de a consuma experiențe de călătorie va fi deosebit de importantă. O nouă tendință la nivel global, în special în Europa, este stimularea antreprenoriatului, iar înființarea de noi companii reprezintă o caracteristică a principalilor actori din industria de turism la nivel mondial. Prin promovarea oportunităților de afaceri în parteneriat, România își poate stimula oferta turistică și își poate dezvolta creativitatea, utilizarea sustenabilă a resurselor și proiectele de colaborare. În acest sens, alți factori cu impact asupra aspectelor de mai sus sunt dezechilibrele înregistrate la nivelul cadrului normativ ce reglementează demararea și dezvoltarea unei afaceri în turism, precum și lipsa unui dialog semnificativ între autoritățile publice și între sectorul public și cel privat.

**Efect: Oportunități insuficiente de consum turistic** în ciuda fondurilor personale disponibile în acest sens.

**Cauză: Oferte necompetitive** - Chiar și în situația în care la nivelul unei destinații există oportunități de a cheltui, de obicei calitatea ofertelor asociate acestor oportunități este necompetitivă. Cauzele sunt multiple, printre cele mai importante fiind dezvoltarea și gestionarea deficitară a obiectivelor și a atracțiilor turistice, inclusiv comercializarea și conservarea defectuoase ale acestora.

Mai puțin de 20% din monumentele de patrimoniu cultural se află într-o stare bună sau medie de conservare, restaurarea lor corectă și conservarea lor fiind prioritare. Patrimoniul cultural bogat al României poate fi folosit mai bine în scopuri turistice. Turiștii pot să beneficieze de pe urma unei mai bune capacități de dezvoltare și management a produselor turistice (o prezență digitală mai bună, tururi ghidate în mai multe limbi, tururi digitale, documentare, cafenele, magazine de suveniruri și pachete de tururi pentru destinații aflate în proximitatea locului din România unde au ajuns turiștii). Creșterea calității managementului și a serviciilor poate să aducă mai multe venituri la nivelul atracțiilor și destinațiilor, făcându-le să devină mai sustenabile din punct de vedere financiar.

Deși muzeele se confruntă cu provocări în toată lumea, există încercări de a re poziționa muzeele și de a le transforma în instituții educaționale, care să atragă diverse categorii de public și să pună la dispoziție spații pentru diverse evenimente (săli multifuncționale).

Generațiile mai tinere părăsesc zonele rurale. Ca urmare, meșteșugurile tradiționale și folclorul dispar, iar peisajul rural autentic își pierde identitatea. Există un număr limitat de programe adaptate și de oportunități de finanțare pentru promovarea meșteșugurilor tradiționale, a folclorului și a oportunităților de afaceri în zonele rurale.

De asemenea, revitalizarea și reabilitarea centrelor istorice ale orașelor și a fațadelor clădirilor, mai ales dacă ele aparțin patrimoniului cultural, precum și reabilitarea și extinderea zonelor pietonale aflate în destinațiile turistice și în centrele regionale, unde turiștii pot să înnopteze, ar trebui să reprezinte o prioritate de intervenție, dar și de finanțare.

În prezent, legislația nu permite utilizarea fondurilor publice pentru reabilitarea fațadelor, acestea fiind considerate proprietate privată. Acest aspect trebuie modificat, deoarece fațadele au valoare publică și joacă un rol esențial în dezvoltarea turismului în țări precum România, unde patrimoniul cultural reprezintă un avantaj competitiv.

Calitatea serviciilor oferite este afectată în mod direct de aptitudinile celor care lucrează în sector.

Însă, după cum s-a observat, mulți dintre cei calificați pentru sectorul turistic preferă să-și găsească un loc de muncă în străinătate. Migrația este valabilă atât în cazul personalului de înaltă calificare, cât și în cazul celor cu calificări reduse. Angajarea în sectorul turismului în România este mai degrabă neatrăgătoare, în mare parte din cauza salariilor scăzute, a lipsei de posibilități de evoluție profesională și a condițiilor de lucru instabile, cauzate de sezonalitatea pronunțată din sectorul turistic. Mai mult, nivelul de utilizare a tehnologiei moderne în domeniu este mai degrabă scăzut. Astfel, ținând cont de acești factori, productivitatea forței de muncă este relativ scăzută.

**Efect: Calitate necompetitivă a experiențelor și a serviciilor disponibile la destinație și număr insuficient de turiști dispuși să cheltuiască mai mult**

**Cauză: Lipsa unor instrumente instituționale la nivel guvernamental** cu ajutorul cărora să se poată colecta și analiza seturi de date statistice relevante și actuale pentru a putea identifica segmentele de piață (interne și internaționale, pentru sezon și extrasezon) și pentru a înțelege comportamentul turiștilor și cum poate fi influențat acesta. Instrumente precum sondajele privind nivelul de satisfacție al turiștilor nu sunt utilizate în mod regulat. Lipsesc instrumentele instituționale necesare pentru monitorizarea și evaluarea rezultatelor și eficacității instrumentelor de marketing și promovare, pentru a efectua ajustările necesare. În România există numeroase entități și mecanisme implicate în marketingul și promovarea turismului, printre care autoritatea publică centrală responsabilă de dezvoltarea și promovarea turismului (în prezent, Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului), asociații echivalente ale organizațiilor de management al destinației, canale dedicate pe rețelele sociale, centre de informare turistică și târguri de turism. Totuși, nu este clar dacă aceste instrumente și abordări creează beneficii care depășesc cheltuielile pe care le generează și dacă ele își îndeplinesc funcțiile în mod adecvat. Nu există cadre de monitorizare și evaluare a acestor instrumente, pentru a le putea evalua performanța și a face schimbările necesare pentru a asigura obținerea de beneficii maxime. Cadrul instituțional necesar pentru a obține *feedback* de la diferiții actori implicați în turism - sectorul privat, turiștii și comunitățile influențate de turism - este slab dezvoltat. Există mecanisme de dialog public-privat, însă acestea ar putea fi consolidate, astfel încât politicile dezvoltate pentru acest sector să reflecte preocupările sectorului privat. Studiile privind nivelul de satisfacție a turiștilor nu sunt realizate în mod regulat, iar în prezent nu există mecanisme de preluare a *feedback*-ului din partea comunităților cu privire la impactul turismului asupra vieții celor influențați de activitățile și politicile turistice. De asemenea, nu există un mecanism cu ajutorul căruia să se poată ajusta sectorul turistic astfel încât să poată răspunde nevoilor turiștilor la nivel național, nevoi care evoluează permanent.

**Efect: Capacitate limitată de dezvoltare de politici publice în domeniul turismului, a segmentării inadecvate a pieței și a vizibilității reduse a țării în străinătate, lipsa unor date statistice actuale**

**e) descrierea consecințelor generate de neadoptarea proiectului de act normativ**

Strategia națională a României pentru dezvoltarea turismului 2024-2035 este documentul programatic național ce se suprapune cu Cadrului Financiar Multianual 2021-2027, precum și cu Planul Național de Redresare și Reziliență. Strategia urmărește să ghideze și să adopte un plan de acțiune prin care problemele sectoriale să fie abordate și rezolvate în timp util. În același timp, strategia ghidează autoritățile locale în stabilirea priorităților de dezvoltare și investiții în sectorul turismului.

#### **f) concluzii ale studiilor, lucrărilor de cercetare, anchetelor sociologice, evaluărilor statistice etc.**

Din punctul de vedere al competitivității (Indicele Dezvoltării Turistice pentru anul 2021, elaborat de Forumul Economic Mondial (FEM)), România se află pe locul 53 din 117 de țări. Deși întrunește un punctaj mediu la cei mai mulți indicatori, România s-a situat pe poziții bune în ceea ce privește deschiderea internațională (locul 29 la nivel global și poziția 5 dintre cele 15 țări analizate din Europa centrală și de sud-est), condițiile de sănătate și curățenie (locul 30 la nivel global, respectiv locul 7 la nivel regional), sustenabilitatea mediului (locul 34, respectiv locul 9), competitivitatea prețurilor (locul 37, respectiv locul 4), securitatea și siguranța (locul 38, respectiv locul 6).

Industria HORECA a fost cea mai afectată din punct de vedere financiar pe parcursul anului 2020, prin comparație cu orice alt sector de activitate din România. Astfel, conform cifrelor finale publicate de toate companiile active în România, sectorul HORECA a raportat o scădere cu 44% a vânzărilor și o contracție istorică fără precedent a profitului net, care a scăzut cu 79% față de anul 2019.

Guvernul a susținut sectorul, prin acordarea de vouchere de vacanță, prin furnizarea unor granturi și stimulente pentru investițiile din sectorul privat (ex. Programul „Start-Up Nation”). În vederea atenuării șocului produs de pandemia COVID-19, au fost create anumite scheme de ajutor de stat, o parte dintre ele vizând direct sau indirect sectorul turistic.

În acest sens, cel mai important instrument l-a reprezentat “Schema HORECA”, aprobată prin Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 224/2020 privind unele măsuri pentru acordarea de sprijin financiar pentru întreprinderile din domeniul turismului, alimentației publice și organizării de evenimente, a căror activitate a fost afectată în contextul pandemiei de COVID-19, cu modificările și completările ulterioare. Prin această schemă de ajutor de stat, gândită ca o măsură compensatorie, s-au acordat finanțări nerambursabile unui număr de 8.292 beneficiari, cu o valoare totală de peste 2,1 miliarde lei.

Conform datelor din Contul Satelit de Turism (CST), ponderea turismului în **Produsul Intern brut al României** este de foarte scăzută, ridicându-se în anul 2021 la doar 1,741%. Indicatorul este în scădere față de perioada de dinaintea pandemiei (3%), dar în ușoară creștere față de anul 2020 (1,596%).<sup>1</sup>

Cu toate acestea, România are un potențial mare de atragere a turiștilor internaționali și de creștere a ponderii turismului în economie. Au fost identificate patru forme de turism în România care dispun de avantaj competitiv în vederea dezvoltării sectorului la nivel internațional. Acestea sunt:

- (1) Patrimoniul cultural, turism cultural și istoric (împreună cu gastronomia);
- (2) Natură și aventură, cuprinzând ecoturismul și turismul rural;
- (3) Sănătate și wellness, cu accentul pus pe resursele balneare bogate ale României;
- (4) MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) - turismul de întâlniri, stimulente, conferințe, expoziții.

Prioritizarea și dezvoltarea în continuare a celorlalte trei segmente este și ea foarte importantă pentru turismul intern, care reprezintă aproximativ 80% din toate călătoriile în România:

<sup>1</sup> INS, Contul Satelit al Turismului 2021

([https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/contul\\_satelit\\_de\\_turism\\_2021\\_0.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/contul_satelit_de_turism_2021_0.pdf))

- Soare și mare;
- Sporturi de iarnă și schi;
- City-break-uri (potențial ridicat de randament).

Conform Institutului Național de Statistică, în anul 2022, în sectorul Hoteluri și Restaurante, a fost înregistrat un **număr mediu de salariați** de 186.395 de persoane, reprezentând aproape 3,6% din numărul de salariați din economie. Acest indicator a revenit la nivelul de dinainte de pandemie, după ce în anul 2020 se înregistrase o scădere cu 9,3%.

Primele cinci destinații din punct de vedere al numărului total de înnoptări (Constanța, Brașov, București, Bihor și Vâlcea) au cumulat 35,0% din totalul angajaților din turism la nivel național. Bucureștiul este cel mai mare angajator în sectorul turismului, având un număr mediu de 31.234 salariați, reprezentând 16,8% din totalul angajaților din turism la nivel național și 3,2% din totalul angajaților din capitală.

Sectorul este însă afectat de caracterul sezonier, de nivelul salarial scăzut și de lipsa unor oportunități de formare adecvate. La sfârșitul lunii octombrie 2023, rata șomajului înregistrat la nivel național a fost de 2,90%, mai mare cu 0,05 puncte procentuale decât cea din luna anterioară și mai mică cu 0,06 puncte procentuale decât cea din luna octombrie 2022. Numărul total de șomeri la sfârșitul lunii octombrie 2023 a fost de 233.094 de persoane, mai mare cu 3.805 de persoane față de valoarea indicatorului din luna anterioară. Rata șomajului în rândul tinerilor în România s-a situat la 22,3% în luna august 2023, o valoare mai mare decât media UE, de 14,0%. Reformele fiscale au adus o serie de reduceri de taxe și scutiri fiscale pentru societățile comerciale și pentru angajații din diferite domenii, inclusiv în industria turismului. Din 2014 și până în anul 2023, scăderea contribuțiilor la fondul de asigurări sociale, reducerile treptate ale TVA, reducerea impozitului pe dividende au generat rezultate favorabile pentru sectorul privat, după cum arată un studiu care utilizează date furnizate de Oficiul Național al Registrului Comerțului din România. Comparând valorile din anul 2014 cu cele din anul 2017, putem concluziona că societățile comerciale din România care își desfășoară activitatea în domeniul HORECA au înregistrat în medie creșteri ale veniturilor cu 18,10%, scăderi ale pierderilor nete cu 24,55%, iar microîntreprinderile au înregistrat creșteri ale profiturilor declarate cu 92%.

Conform Institutului Național de Statistică, în anul 2023 s-au înregistrat 2,1 milioane sosiri de turiști străini și 4,5 milioane de înnoptări ale acestora în unitățile de cazare. De asemenea, în același an s-au înregistrat 11,5 milioane sosiri de turiști români în unitățile de cazare, cu 24,7 milioane de înnoptări. Turiștii interni au reprezentat 84,6% din totalul sosirilor și 84,6% din totalul înnoptărilor, ceea ce dovedește că românii sunt principala piață-sursă pentru turismul românesc.

**Circulația turistică** (numărul de turiști și numărul de înnoptări) în structurile de primire cu funcțiuni de cazare din România era pe un trend pozitiv până în anul 2019, o evoluție constant pozitivă în perioada 2011-2019, în intervalul respectiv, numărul total de turiști crescând cu 90,2%, iar înnoptările acestora cu 67,3%.

Cei doi indicatori au înregistrat reduceri importante în contextul pandemiei (cu mai mult de 50% pentru fiecare în anul 2020, comparativ cu anul 2019). Ulterior, în 2021 și 2022, deși în proces de revenire, încă nu s-a ajuns la nivelul de dinaintea crizei sanitare. În ultimul an analizat (2023), indicatorul numărul total de turiști a depășit nivelul de dinaintea pandemiei (+2,0% față de anul 2019), în timp ce numărul de înnoptări a ajuns la 97,0% din nivelul înregistrat în anul 2019. Gradul de revenire este totuși diferit pentru cele două categorii de turiști - naționali și internaționali. Dacă numărul de turiști români a fost cu 8% mai mare în 2023 față de anul 2019, numărul de turiști străini a ajuns abia la 78,3% din nivelul înregistrat în anul 2019.

**Durata medie a sejurului** este de 2,1-2,2 zile, atât pentru turiștii români, cât și pentru turiștii străini. O durată medie atât de redusă sugerează în mod evident că România trebuie să-și dezvolte mai mult serviciile și produsele, conducând astfel la o ședere mai îndelungată a turiștilor care ar putea astfel să cheltuiască mai mult pe parcursul vizitei lor.

În 2022, primele 5 **piețe-sursă internaționale** (Germania, Israel, Italia, SUA, Regatul Unit) au generat aproape 5,6% din toate sosirile de turiști în structurile de cazare din România și 40,2% din toate sosirile internaționale. Europeanii au înregistrat 1,2 milioane sosiri în România în anul 2022, reprezentând 75,3% din sosirile internaționale și 10,5% din totalul sosirilor. Aproximativ o treime din totalul sosirilor turiștilor străini (31,6%) și 4,4% din totalul turiștilor cazați în structurile de primire din țară sunt generate de piețele din apropiere (Ungaria, Polonia, Republica Cehă, Slovacia, Ucraina, Serbia, Bulgaria, Republica Moldova, Austria, Grecia, Turcia, Croația, Slovenia, Macedonia de Nord, Bosnia și Herțegovina, Muntenegru, Albania). Turiștii din aceste țări pot realiza deplasarea spre România într-un interval rezonabil de timp prin mijloace terestre. În privința dimensiunii internaționale a cererii turistice, **numărul de turiști străini** a crescut cu 20,0% în perioada 2015-2019. În aceeași perioadă, conform datelor furnizate de Banca Națională a României, încasările din turismul internațional s-au dublat, de la 1,54 miliarde euro în 2015 la 3,2 miliarde euro în anul 2019 (+107,2%). Din păcate, evoluția pozitivă de până în 2019 a fost întreruptă brusc, industria turistică fiind lovită puternic de pandemia Covid-19. În anul 2020 încasările din turismul internațional au scăzut la aproape 1,3 miliarde euro (-60,5%). Cu toate acestea, chiar dacă din punct de vedere al numărului de turiști străini suntem departe de situația din 2019, în ceea ce privește încasările din turismul internațional revenirea s-a produs mult mai rapid, astfel că în anul 2022 s-a depășit cu 42,5% nivelul de dinainte de pandemie.

În ceea ce privește **turismul intern**, există șase **destinații județene** care au atras în anul 2022 un număr de peste jumătate de milion de turiști români fiecare - Constanța (1,4 milioane; 12,9% din turiștii naționali cazați în România), Brașov (1,3 milioane; 11,9% din turiștii interni), municipiul București (0,94 milioane; 8,6% din turiștii interni), Cluj (0,55 milioane; 5,1%), Prahova (0,53 milioane; 4,8%), Bihor (0,52 milioane; 4,8%). Cumulat, aceste destinații au atras aproape jumătate din turiștii români în anul 2022.

Municipiul București este principala destinație internațională a României, cu aproape 700 mii de turiști în anul 2022 (41,5% din totalul sosirilor internaționale). Trei județele din Transilvania (Brașov cu 108 mii de turiști străini, Cluj cu 104 mii de turiști și Sibiu cu 92 mii de turiști) și județul Ilfov (75 mii de turiști străini) completează top 5. Aceste destinații concentrează 64,0% din totalul sosirilor internaționale.

Caracterul sezonier afectează cel mai mult județul Constanța, unde mai bine de trei sferturi din numărul total de turiști (77,9%) au călătorit în lunile de vară. În vederea asigurării unei dezvoltări sustenabile din punct de vedere economic și al protecției mediului, este necesar ca destinațiile de pe litoral să-și diversifice ofertele și să diminueze sezonabilitatea.

Toate celelalte destinații turistice de top (București, Brașov, Cluj, Sibiu, Prahova, Bihor) prezintă un caracter sezonier mai puțin pronunțat, având în vedere că vizitele turiștilor în sezonul estival reprezintă mai puțin de 40%.

Bucureștiul, cu doar 27,8% dintre turiști sosiți în lunile iunie-august, demonstrează un profil turistic diferit, fiind o adevărată destinație de afaceri și *city break*. De altfel, se constată că în lunile mai, septembrie și octombrie au fost mai mulți turiști în București decât în lunile iunie-august.

Conform datelor furnizate de INS, la 31 iulie 2023, în România erau deschise 12.697 structuri, cu un total de 433.487 locuri de cazare. În ultimul deceniu, **numărul de structuri de cazare** a cunoscut o creștere importantă (+111,3%), de la 6.009 la 12.697 structuri de cazare. De asemenea, a crescut și **numărul locurilor de cazare existente**, dar evoluția acestui indicator este mult mai temperată (+41,8% în ultimul deceniu). Un aspect pozitiv este faptul că în ultimii ani a crescut într-un ritm alert numărul de unități de mici dimensiuni, în general pensiuni turistice și agroturistice, structuri dezvoltate de localnici, atât în mediul urban, dar mai ales în mediul rural, lucru ce a contribuit la stimularea economiilor locale în multe destinații din România și la reducerea disparităților regionale.

Analizând datele extrase de pe site-ul web al Ministerului Antreprenoriatului și Turismului, acolo unde se regăsesc structurile de cazare clasificate de această instituție, se constată o diferență mare față de datele existente în baza de date a INS, atât în privința numărului de structuri, cât și în ceea ce



privește numărul de locuri de cazare. Conform acestei surse, în România există 22.411 structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare, cu 76,5% mai multe decât numărul raportat de statistica oficială, și un total de 558.859 locuri de cazare, cu 28,9% mai multe. O bună parte din această diferență este dată de faptul că până de curând Institutul Național de Statistică nu lua în considerare unitățile tip “apartamente/camere de închiriat”, chiar dacă acestea sunt clasificate de autoritatea publică centrală cu atribuții în turism de mai mult timp.

Conform datelor MEAT, din punctul de vedere al confortului, în anul 2023, mai mult de jumătate din totalul unităților și din totalul locurilor de cazare (66,4%, respectiv 56,0%) au fost încadrate la 3 stele/margarete. Ponderi însemnate sunt înregistrate la 2 stele/margarete (19,6%, respectiv 18,6%) și la 4 stele/margarete (7,2%, respectiv 16,5%). În schimb, doar 6,7% din numărul de locuri de cazare sunt la 1 stea/margaretă și doar 2,2% la 5 stele/margarete.

Din punct de vedere al numărului de structuri de primire cu funcțiuni de cazare, se constată faptul că mai mult de jumătate sunt apartamente și camere de închiriat (11.443 unități, 51,1%). Ponderi mari au și pensiunile (21,0% pensiuni turistice și 7,1% pensiuni agroturistice), hotelurile (1797 unități, 8,0%), vilele turistice (4,4% din numărul de structuri), hostelurile (2,6%), campingurile (2,3%), cabanele turistice (1,2%) și motelurile (1,0%). Pe de altă parte, în ceea ce privește locurile de cazare, ponderea cea mai însemnată este consemnată la categoria hoteluri (38,8%). Apartamentele și camerele de închiriat (24,6%), pensiunile turistice și agroturistice (18,4% cumulativ), hostelurile (5,1%), structurile tip camping (4,3%), vilele turistice (3,8%) au, de asemenea, ponderi importante în ceea ce privește numărul de locuri de cazare.

42,2% din capacitatea de cazare existentă din România, măsurată în număr locuri de cazare este concentrată în trei județe (28,4% în Constanța, 7,5% în Brașov și 6,3% în București). Ponderi mari ale numărului de locuri de cazare s-au înregistrat și în județele Cluj (3,9%), Prahova (3,8%), Suceava (3,6%), Bihor (3,2%), Sibiu (3,0%), Vâlcea (2,9%), Maramureș (2,8%), Mureș, Harghita și Tulcea (câte 2,5%).

Economia colaborativă a devenit din ce în ce mai mult un fenomen care influențează turismul românesc. Spre exemplu, după cum indică statisticile online, România este prezentă cu aproximativ 15.000 proprietăți oferite spre închiriere în cadrul portalului AirBnB. Dintre acestea, circa un sfert (3.910 proprietăți) sunt situate în municipiul București.

### **Tipuri de activități turistice disponibile pe piețele interne și internaționale**

România oferă o gamă largă de experiențe turistice și are potențialul de a valorifica mult mai bine capacitatea acestora de a susține creșterea economică la nivel local, regional și central. Tipurile de activități turistice disponibile în România pot fi grupate după cum urmează:

- Natură și aventură;
- Sporturi de iarnă și schi;
- Cultură și istorie;
- Sănătate și wellness;
- Mare și soare;
- City-break-uri;
- MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions) - turismul de întâlniri, stimulente, conferințe, expoziții;
- Gastronomie.

### **i) prezentarea situației actuale din perspectiva obiectivelor de dezvoltare durabilă.**

Prezenta strategie contribuie la următoarele obiective de dezvoltare durabilă:

**Obiectivul 8: Muncă decentă și creștere economică** - Promovarea unei creșteri economice susținute, deschisă tuturor și durabilă, a ocupării depline și productive a forței de muncă și asigurarea de locuri de muncă decente pentru toți, respectiv Ținta 8.9: Până în 2030, elaborarea și implementarea politicilor pentru promovarea unui turism durabil care creează locuri de muncă și promovează cultura și produsele locale

**Obiectivul 10 – Reducerea inegalităților în interiorul țărilor și între țări**

**Obiectivul 11 – Dezvoltarea orașelor și a așezărilor umane** pentru ca ele să fie deschise tuturor, sigure, reziliente și durabile

**Obiectivul 12 – Asigurarea unor modele de consum și producție durabile**

**Obiectivul 13 – Luarea unor măsuri urgente de combatere a schimbărilor climatice și a impactului lor**

**Obiectivul 14 – Conservarea și utilizarea durabilă a oceanelor, mărilor și a resurselor marine pentru o dezvoltare durabilă**

**Obiectivul 15 – Protejarea, restaurarea și promovarea utilizării durabile a ecosistemelor terestre, gestionarea durabilă a pădurilor, combaterea deșertificării, stoparea și repararea degradării solului și stoparea pierderilor de biodiversitate**

## 2.3 Schimbări preconizate

### a) prezentarea scopului și obiectivelor proiectului de act normativ

Strategia Națională a României pentru Dezvoltarea Turismului se structurează în jurul unei teorii a schimbării, care reprezintă o descriere cuprinzătoare a motivelor pentru care se preconizează o schimbare dorită, precum și o descriere, și o ilustrare ale modului în care se va implementa schimbarea.

Strategia Națională a României pentru Dezvoltarea Turismului se concentrează pe trei niveluri, pentru a servi drept ghid pentru dezvoltarea sustenabilă a turismului în România, astfel încât:

- să consolideze în continuare România ca destinație turistică bine cunoscută, de talie mondială, pe tot parcursul anului, precum și ca destinație care îndeplinește standardele UE în ceea ce privește furnizarea de produse și servicii;
- să prețuiască oamenii, tradiția, locurile, patrimoniul natural și cultural al României;
- să crească vizibilitatea și reputația României pe piețele internaționale de turism de prim rang.

“Finanțarea necesară îndeplinirii obiectivelor prevăzute în Strategia națională a României pentru dezvoltarea turismului 2024-2035 se realizează în limita bugetelor anuale aprobate ale autorităților/instituțiilor publice implicate, precum și din alte surse legal constituite, inclusiv prin programele cu finanțare europeană și PNRR.”

#### **Viziune:**

**Până în 2035, România va fi o destinație turistică bine cunoscută, de înaltă calitate, disponibilă pe parcursul întregului an, valorificând unicitatea patrimoniului său cultural și natural și oferind servicii la standarde internaționale.**

România se va afla în fruntea clasamentelor de competitivitate în turism, în virtutea investițiilor strategice în infrastructură, educație, marketing și promovare, care vor duce la dezvoltarea de experiențe unice pentru vizitatorii care călătoresc în România și care o vor face atrăgătoare pentru piețele relevante din Europa și din lume. Turismul își va crește semnificativ contribuția la creșterea și dezvoltarea economică în România și în Europa, prin creșterea cheltuielilor vizitatorilor.

#### **Obiective strategice:**

Strategia stabilește două obiective strategice generale care pot fi sprijinite prin dezvoltarea turismului și care la rândul lor contribuie la dezvoltarea socio-economică a comunităților locale:

- **Sprijinirea creării de locuri de muncă în comunitățile locale**, inclusiv pentru grupurile vulnerabile, precum femeile, tinerii și persoanele din mediul rural, prin dezvoltarea sustenabilă a turismului;
- **Creșterea ponderii turismului în economie**

#### **Obiective specifice:**

##### **I. Creșterea cheltuielilor turiștilor actuali**

- Îmbunătățirea accesibilității zonelor turistice și îmbunătățirea calității infrastructurii turistice;
- Sprijinirea dezvoltării inovative în sectorul privat;
- Creșterea calității experiențelor și a serviciilor în destinații.

## II. Atragerea mai multor turiști cu buget peste medie

- Întărirea capacității de elaborare de politici în domeniul turismului, creșterea gradului de digitalizare și o mai bună adaptare a instrumentelor de marketing la specificul piețelor cu potențial mare.

Fiecare obiectiv specific prezentat în capitolul anterior și în cadrul Teoriei Schimbării este coroborat cu măsuri sau serii de activități specifice.

Programele și proiectele dedicate, ce vor fi elaborate în urma aprobării strategiei, vor conține descrieri detaliate ale tuturor măsurilor și activităților. Acestea vor include, printre altele, criteriile de eligibilitate, intervale de timp specifice, ținte de output și outcome, limitări și cheltuieli eligibile etc.

Prioritizarea investițiilor propuse va juca un rol esențial pentru implementarea cu succes a acestei strategii. Aceasta se va baza pe documentele-cadru, juridice și strategice, aplicabile în sectorul turismului.

- b) dacă au fost luate în calcul mai multe opțiuni pentru rezolvarea problemei/problemelor de la subpunctul 2 b), acestea se vor descrie pe scurt cu indicarea opțiunii selectate și a argumentelor care au stat la baza selecției.

Nu este cazul

- c) informații despre monitorizarea și evaluarea implementării proiectului de act normativ.

*1. se va preciza dacă există deja un sistem de monitorizare cu privire la aspectele reglementate prin proiectul de act normativ și se va descrie pe scurt*

O parte din indicatorii ce vor fi monitorizați în faza de implementare, sunt colectați și prezentați în baza de date Tempo a de Institutul Național de Statistică, pe baza datelor primite de la operatorii din turism din țară.

*2. descrierea modalității în care se va monitoriza impactul proiectului de act normativ*

Pentru a măsura succesul implementării sale, strategia se sprijină pe două tipuri de indicatori - aceștia sunt indicatori cu privire la obiectivele strategice generale, respectiv indicatori pentru măsurarea atingerii obiectivelor operaționale. Indicatorii de output măsoară rezultatele intermediare ale intervențiilor, în timp ce indicatorii de outcome servesc la măsurarea impactului generat de intervenție.

Monitorizarea se referă la procesul de urmărire a tuturor indicatorilor strategiei, inclusiv performanța și durata, de a identifica potențialele probleme și de a întreprinde acțiunile corective necesare pentru a se asigura că strategia se desfășoară corespunzător și că se pot îndeplini țintele stabilite. MEAT va fixa nivelul de referință pentru toți indicatorii intermediari (de performanță) și va stabili țintele anuale care trebuie atinse.

MEAT va fi responsabil cu monitorizarea și evaluarea rezultatelor finale ale strategiei în raport cu indicatorii conveniți, așa cum sunt prezentați în planul de acțiune și în capitolul dedicat indicatorilor. Ministerul va implica și Comitetul Interministerial și INCDT pentru colectarea și analizarea datelor.

*3. enumerarea indicatorilor care vor fi monitorizați în scopul evaluării rezultatelor proiectului de act normativ.*

**Indicatorii cantitativi strategici (tip outcome):**

- Număr de locuri de muncă în domeniul turismului
- Cheltuiala medie per turist
- Durata medie a sejurului turiștilor din piețele-țintă
- Numărul de sosiri ale turiștilor

**Indicatori de tip output (selecție):**

- Infrastructură de acces reabilitată
- Piste de biciclete create
- Spații publice reabilite
- Obiective de patrimoniu cultural reabilite
- Infrastructură de tratament balnear renovată
- Infrastructură de turism modernizată și dezvoltată în stațiunile montane și de pe litoral
- Noi centre de conferință și săli multifuncționale
- Incubatoare de turism
- Start-up-uri inovative
- Produse digitale dedicate IMM-urilor din turism
- Pondere mai mare a unităților cu standarde ridicate de clasificare;
- Dotări turistice publice îmbunătățite
- Personal cu aptitudini și calificări superioare
- Produse diversificate
- Capacitate instituțională crescută
- Politici de marketing și promovare îmbunătățite
- Legislație simplificată

**Indicatori de monitorizare a impactului asupra mediului:**

- Număr călătorii interne pentru vacanțe și afaceri, după mijlocul de transport principal utilizat
- Numărul de sosiri ale vizitatorilor străini în România, după mijlocul de transport utilizat
- Număr de trasee cicloturistice omologate la nivel național
- Număr km. trasee cicloturistice omologate la nivel național
- Număr de structuri de cazare certificate cu eticheta ecologică europeană
- Număr de structuri de cazare certificate EcoRomânia
- Număr plaje și porturi turistice certificate Blue Flag
- Număr de destinații ecoturistice certificate
- Număr de turiști cazați în destinațiile ecoturistice.

Rezultatele monitorizării vor fi incluse într-un raport de progres anual care va avea următorul conținut: rezumatul general al activităților în curs și al celor planificate, situația indicatorilor și modul în care sunt îndeplinite țintele, problemele identificate și rezolvate, chestiunile critice care necesită atenție imediată și care sunt activitățile planificate pentru următoarea perioadă de raportare. De asemenea, raportul va scoate în evidență lecțiile învățate în perioada de raportare și cum vor fi acestea transpuse în practică.

**Secțiunea a 3-a:****Impactul socioeconomic**

Turismul poate contribui în mod semnificativ la îndeplinirea a trei obiective de dezvoltare prioritare:

- generarea de venituri,
- crearea unor locuri de muncă și
- atragerea unor intrări de valută cu efect pozitiv pentru balanța de plăți națională.

În acest sens, sectorul turistic poate juca un rol important ca promotor al dezvoltării economice. Impactul pe care acest sector îl poate avea la diferite niveluri de dezvoltare economică poate fi semnificativ, dacă este gestionat corespunzător. Având în vedere complexitatea consumului

turistic, impactul său economic este resimțit pe deplin în alte sectoare productive, contribuind la îndeplinirea scopurilor de dezvoltare accelerată.

Turismul a demonstrat că poate fi un instrument transformățional, întrucât contribuie la crearea de locuri de muncă și de oportunități economice. Numărul tinerilor angajați în sectorul turistic este semnificativ. Industria turismului are nevoi sporite de forță de muncă și permite tinerilor și femeilor o intrare facilă în câmpul muncii. Dezvoltate și gestionate corespunzător, aceste beneficii pot aduce mai multe locuri de muncă în zonele rurale și pot crea locuri de muncă pentru cei tineri.

România are un potențial mare de atragere a turiștilor internaționali și de creștere a ponderii turismului în economie. Au fost identificate patru forme de turism în România care dispun de avantaj competitiv în vederea dezvoltării sectorului la nivel internațional. Acestea sunt: (1) Patrimoniu cultural, turism cultural și istoric (împreună cu gastronomia); (2) Natură și aventură, cuprinzând ecoturismul și turismul rural; (3) Sănătate și wellness, cu accentul pus pe resursele balneare bogate ale României; (4) MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) - turismul de întâlniri, stimulente, conferințe, expoziții. Turismul poate fi valorificat ca factor catalizator important al dezvoltării activităților economice, al promovării diversității, generând creștere și în alte sectoare.

### **3.1 Descrierea generală a beneficiilor și costurilor estimate ca urmare a intrării în vigoare a actului normativ**

#### **Beneficii estimate:**

- Consolidază România ca destinație turistică bine cunoscută, de talie mondială, pe tot parcursul anului, precum și ca destinație care îndeplinește standardele UE în ceea ce privește furnizarea de produse și servicii;
- Valorifică oamenii, tradiția, locurile, patrimoniul natural și cultural al României;
- Crește vizibilitatea și reputația României pe piețele internaționale de turism de prim rang;
- Va crește contribuția turismului la dezvoltarea economică;
- Creșterea numărului de locuri de muncă în turism;
- Creșterea încasărilor din turism;
- Creșterea cheltuielii medii per turist;
- Creșterea mediei de ședere a turiștilor din piețe-țintă;
- Creșterea numărului turiștilor străini;
- Îmbunătățirea accesibilității zonelor turistice și îmbunătățirea calității infrastructurii turistice;
- Creșterea nivelului de competitivitate generală și nivelului calității în acest sector și generarea de noi oportunități de marketing digital și de comercializare;
- Creșterea calității produselor existente, crearea de noi produse, îmbunătățirea accesului la informațiile din domeniul turismului, îmbunătățirea sau crearea de abilități, îmbunătățirea calității serviciilor și managementul obiectivelor turistice contribuie per ansamblu la o experiență mai bună în destinațiile românești
- Atragerea de turiști care cheltuiesc mai mult, la atragerea de noi piețe, la creșterea cheltuielilor turiștilor la destinație și în consecință la crearea de noi locuri de muncă.

#### **Costuri estimate:**

Nu au fost estimate costuri / Implementarea strategiei nu generează costuri suplimentare

### **3.2 Impactul social**

Provocările privind incluziunea socială în România sunt eminentemente legate de zona rurală, dat fiind că 70% din persoanele aflate în pragul sărăciei locuiesc în zone rurale. În contextul unei transformări structurale nefinalizate și în condițiile în care aproximativ 45% din populația țării locuiește în mediul rural, nivelul sărăciei din mediul rural depășește cu 20% nivelul sărăciei din mediul urban.

Ratele de sărăcie înregistrate la nivelul regiunilor variază semnificativ, cele ale județelor din Nord-Estul României fiind de aproape 10 ori mai mari decât cea din București. Pentru a contracara consecințele depopulării și ale îmbătrânirii populației, cauzate în principal de migrația în străinătate a populației active, este imperativ ca România să depună eforturi pentru creșterea egalității de șanse, între grupuri și regiuni, pentru sprijinirea îmbunătățirii semnificative a nivelului de trai și pentru crearea unui cerc virtuos al creșterii și dezvoltării incluzive. România este beneficiara unui potențial semnificativ în ceea ce privește turismul rural, ecoturismul și turismul balnear/medical. Astfel de forme de turism se întâlnesc adesea în zonele rurale. Turismul poate fi un catalizator de revitalizare a activităților economice în zonele rurale și izolate, poate contribui la dezvoltarea economiei locale și regionale, având ca rezultat creșterea duratei medii a sejurului și majorarea cheltuielilor medii ale turiștilor interni și internaționali, în beneficiul comunităților locale.

### **3.3 Impactul asupra drepturilor și libertăților fundamentale ale omului**

Actul normativ nu se referă la acest subiect.

### **3.4 Impactul macroeconomic**

Se estimează o creștere a contribuției turismului la PIB și o reducere a Ratei șomajului

#### **3.4.1 Impactul asupra economiei și asupra principalilor indicatori macroeconomici**

Actul normativ nu se referă la acest subiect.

#### **3.4.2 Impactul asupra mediului concurențial și domeniul ajutoarelor de stat**

Actul normativ nu se referă la acest subiect.

### **3.5. Impactul asupra mediului de afaceri**

Impactul poate fi pozitiv, prin creșterea atractivității localităților pentru investitori, stimularea parteneriatelor și atragerea micilor producători locali, dezvoltarea infrastructurii și crearea de locuri de muncă.

### **3.6. Impactul asupra mediului înconjurător**

Strategia promovează dezvoltarea unui turism sustenabil, în respect față de mediul înconjurător și resursele naturale, armonizându-se cu Obiectivele de dezvoltare durabilă. Principiile de sustenabilitate se referă la aspecte de mediu, economice și socio-culturale ale dezvoltării turismului și este necesară asigurarea unui echilibru adecvat între aceste trei dimensiuni pentru a garanta sustenabilitatea sa pe termen lung.

Strategia Națională pentru Dezvoltarea Turismului 2024 – 2035 a fost supusă procedurii de evaluare de mediu în conformitate cu prevederile Hotărârii Guvernului nr.1076/2004 privind stabilirea procedurii de realizare a evaluării de mediu pentru planuri și programe, în urma căreia autoritatea competentă pentru protecția mediului, respectiv Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor a emis Decizia etapei de încadrare nr.03/25.04.2023 conform căreia poate fi supusă procedurii de adoptare fără aviz de mediu.

### **3.7 Evaluarea costurilor și beneficiilor din perspectiva inovării și digitalizării**

Se preconizează că implementarea programelor de sprijin pentru inovare și digitalizare dedicate turismului va genera următoarele rezultate:

Produse digitale dedicate IMM-urilor din turism. Acestea pot include sprijinirea IMM-urilor în vederea comercializării, prin dezvoltarea de pagini web pentru hoteluri, oferte digitale, crearea de cataloage online;

Incubatoare de turism care sprijină *start-up*-urile inovative. Fiecare *start-up* poate să obțină avantaje utilizând expertiza disponibilă din incubatoarele de afaceri. Atunci când IMM-ul se maturizează, acesta devine mai capabil să se expună pe piață și să ofere servicii și produse de o mai bună calitate.

### **3.8 Evaluarea costurilor și beneficiilor din perspectiva dezvoltării durabile**

Nu au fost estimate costuri

Implementarea strategiei va avea impact direct sau indirect asupra mai multor indicatori de dezvoltare durabilă, după cum urmează:

**Obiectivul 8: Muncă decentă și creștere economică** - Promovarea unei creșteri economice susținute, deschisă tuturor și durabilă, a ocupării depline și productive a forței de muncă și asigurarea de locuri de muncă decente pentru toți, respectiv Ținta 8.9: Până în 2030, elaborarea și implementarea politicilor pentru promovarea unui turism durabil care creează locuri de

muncă și promovează cultura și produsele locale – creșterea numărului de locuri de muncă în turism, reducerea ratei șomajului;

**Obiectivul 11 – Dezvoltarea orașelor și a așezărilor umane** pentru ca ele să fie deschise tuturor, sigure, reziliente și durabile – valorificarea patrimoniului tangibil și intangibil din zonele urbane prin dezvoltarea turismului de tip city break și a turismului de afaceri

**Obiectivul 14 – Conservarea și utilizarea durabilă a oceanelor, mărilor și a resurselor marine pentru o dezvoltare durabilă** – încurajarea dezvoltării formelor de turism prietenoase cu mediul, precum ecoturismul

### 3.9 Alte informații

Nu au fost identificate.

### Secțiunea a 4-a

Impactul financiar asupra bugetului general consolidat atât pe termen scurt, pentru anul curent, cât și pe termen lung (pe 5 ani), inclusiv informații cu privire la cheltuieli și venituri.

- în mii lei (RON) -						
Indicatori	Anul curent	Următorii patru ani				Media pe cinci ani
1	2	3	4	5	6	7
4.1 Modificări ale veniturilor bugetare, plus/minus, din care:						
a) buget de stat, din acesta:						
i. impozit pe profit						
ii. impozit pe venit						
b) bugete locale						
i. impozit pe profit						
c) bugetul asigurărilor sociale de stat:						
i. contribuții de asigurări						
d) alte tipuri de venituri (se va menționa natura acestora)						
4.2 Modificări ale cheltuielilor bugetare, plus/minus, din care:						
a) buget de stat, din acesta:						
i. cheltuieli de personal						
ii. bunuri și servicii						
b) bugete locale:						
i. cheltuieli de personal						
ii. bunuri și servicii						
c) bugetul asigurărilor sociale de stat:						
i. cheltuieli de personal						
ii. bunuri și servicii						
d) alte tipuri de cheltuieli (se va menționa natura acestora)						
4.3 Impact financiar, plus/minus, din care:						
a) buget de stat						
b) bugete locale						
4.4 Propuneri pentru acoperirea creșterii cheltuielilor bugetare						

4.5 Propuneri pentru a compensa reducerea veniturilor bugetare						
4.6 Calcule detaliate privind fundamentarea modificărilor veniturilor și/sau cheltuielilor bugetare						
<p>4.7 Prezentarea, în cazul proiectelor de acte normative a căror adoptare atrage majorarea cheltuielilor bugetare, a următoarelor documente:</p> <p>a) fișa financiară prevăzută la art.15 din Legea nr. 500/2002 privind finanțele publice, cu modificările și completările ulterioare, însoțită de ipotezele și metodologia de calcul utilizată;</p> <p>b) declarație conform căreia majorarea de cheltuială respectivă este compatibilă cu obiectivele și prioritățile strategice specificate în strategia fiscal-bugetară, cu legea bugetară anuală și cu plafoanele de cheltuieli prezentate în strategia fiscal-bugetară.</p>						
<p>4.8 Alte informații</p> <p>Finanțarea acțiunilor prevăzute în cadrul obiectivelor strategice se va realiza cu încadrarea în bugetele ordonatorilor principali de credite implicați, precum și din alte surse legal constituite.</p>						

#### **Secțiunea a 5-a:**

Efectele proiectului de act normativ asupra legislației în vigoare

În general, nu se preconizează că ar exista implicații juridice majore la niciun nivel din punctul de vedere al implementării activităților descrise de planul de acțiune. Câteva excepții ar putea exista în următoarele cazuri: MEAT va iniția simplificări în obținerea avizelor pentru unitățile de alimentație publică, IMM-uri rurale; MEAT ar trebui să inițieze un program de certificare inteligentă; Piste de biciclete, proiectare și semnalizare; Restaurarea și reabilitarea fațadelor clădirilor de patrimoniu cultural; Reglementări pentru sharing economy.

#### **Secțiunea a 6-a:**

Consultările efectuate în vederea elaborării proiectului de act normativ

<p>6.1 Informații privind neaplicarea procedurii de participare la elaborarea actelor normative</p> <p>Actul normativ nu se referă la acest subiect.</p>
<p>6.2 Informații privind procesul de consultare cu organizații neguvernamentale, institute de cercetare și alte organisme implicate.</p> <p>Strategia a fost elaborată în urma unei colaborări între autoritatea publică centrală responsabilă cu dezvoltarea turismului (la momentul respectiv, Ministerul Turismului), Secretariatul General al Guvernului (SGG) și Banca Mondială (BM).</p> <p>Procesul a inclus o serie de întâlniri și consultări, precum și interviuri individuale și de grup cu o gamă largă de părți interesate, inclusiv persoane de la nivelul autorităților centrale și locale, agenții de turism, manageri de destinații, furnizori de servicii de cazare, instituții de învățământ, diferite asociații și ONG-uri de profil, precum și o analiză detaliată a studiilor/strategiilor anterioare și a datelor disponibile.</p> <p>Au fost consultați următorii stakeholderi: Departamentul pentru Promovarea Turismului, Primăria Codlea; Institutul Național de Cercetare - Dezvoltare în Turism (INCDT); Universitatea Transilvania Brașov; Federația Industriei Hoteliere din România (FIHR); Asociația de Ecoturism din România (AER); Asociația Națională a Agențiilor de Turism (ANAT); Asociația Națională de Turism Rural Ecologic și Cultural din România (ANTREC); Federația Patronatelor din Turism în România (FPTR); Organizația Patronală a Turismului Balnear din România (OPTBR); Asociația Profesioniștilor în Centre de Informare Turistică Asociația pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului din județul Brașov (APDT Brașov); Asociația Județeană pentru Turism Sibiu; Asociația Rosenau Turism; Centrul pentru Ecologie Montană; Complexul Aro Palace Brașov; Crowne Plaza/ Ana Hotels; Eventya Co; Kronstadt Hospitality; Kronwell; Radisson BLU; Sheraton &amp; Ramada Hotels.</p>



Informații privind preluarea propunerilor sau justificarea nepreluării acestora sunt incluse în **Registrul pentru consemnarea și analizarea propunerilor, opiniilor sau recomandărilor primite conform art. 7 alin. 5 și 12 alin. 3 din Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică** care poate fi accesat pe [www.sgg.ro](http://www.sgg.ro) (se oferă link-ul exact).

6.3 Informații despre consultările organizate cu autoritățile administrației publice locale și centrale

În cadrul procesului de elaborare au fost consultate autorități publice locale și centrale, după cum urmează: Consiliul Județean Brașov; Consiliul Județean Constanța; Consiliul Județean Sibiu; Primăria Agiea; Primăria Constanța; Primăria Corbu; Primăria Eforie; Primăria Mangalia; Agenția de Dezvoltare Regională; Ministerul Culturii; Ministerul Sănătății; Ministerul Afacerilor Interne; Ministerul Educației; Ministerul Transporturilor și Infrastructurii; Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor.

6.4 Informații privind avizarea de către:

- a) Consiliul Legislativ;
- b) Consiliul Suprem de Apărare a Țării;
- c) Consiliul Economic și Social;
- d) Consiliul Concurenței;
- e) Curtea de Conturi

În cadrul procesului de adoptare, acest act normativ urmează să fie avizat de către Consiliul Legislativ și Consiliul Economic și Social.

#### **Secțiunea a 7-a:**

Activități de informare publică privind elaborarea și implementarea proiectului de act normativ

##### **7.1 Informarea societății civile cu privire la elaborarea proiectului de act normativ**

Procesul de consultare a inclus o serie de întâlniri, precum și interviuri individuale și de grup cu o gamă largă de părți interesate, inclusiv persoane de la nivelul diferitelor asociații și ONG-uri de profil.

Proiectul a fost elaborat cu respectarea prevederilor Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică și a fost afișat pe site-ul Ministerului Economiei, Antreprenoriatului și Turismului în data de 29.02.2024.

#### **Secțiunea a 8-a:**

Măsuri privind implementarea, monitorizarea și evaluarea proiectului de act normativ

##### **8.1 Măsurile de punere în aplicare a proiectului de act normativ**

Proiectul de act normativ nu presupune înființarea unor noi organisme în cadrul administrației publice centrale și/sau locale și nu necesită extinderea competențelor instituțiilor existente.

Față de cele prezentate mai sus, am elaborat prezentul proiect de Hotărâre a Guvernului pentru aprobarea STRATEGIEI NAȚIONALE A ROMÂNIEI PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI 2024-2035 care, în forma prezentată, a fost avizat de ministerele interesate și pe care îl supunem adoptării.

**Ministrul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului**

**Ștefan - Radu OPREA**

**AVIZĂM FAVORABIL**

**Ministrul Mediului, Apelor și Pădurilor    Ministrul Dezvoltării, Lucrărilor Publice  
și Administrației**

**Mircea FECHET**

**Adrian – Ioan VEȘTEA**

**Ministrul Investițiilor și Proiectelor  
Europene**

**Ministrul Sănătății,**

**Adrian CĂCIU**

**Alexandru RAFILA**

**Ministrul Culturii**

**Ministrul Agriculturii și Dezvoltării  
Rurale**

**Raluca TURCAN**

**Florin - Ionuț BARBU**

**Ministrul Educației**

**Ministrul Cercetării, Inovării și  
Digitalizării**

**Ligia DECA**

**Bogdan – Gruia IVAN**

**Ministrul Transporturilor și  
Infrastructurii**

**Ministrul Muncii și Solidarității Sociale**

**Sorin Mihai GRINDEANU**

**Simona BUCURA - OPRESCU**

**Ministrul Energiei**

**Ministrul Familiei, Tineretului și  
Egalității de Șanse**

**Sebastian-Ioan BURDUJA**

**Natalia - Elena ÎNTOTERO**

**Ministrul Finanțelor**

**Marcel - Ioan BOLOȘ**

**Ministrul Justiției**

**Alina - Ștefania GORGHIU**

**Secretar de Stat**

**Lucian - Ioan Rus**

**Secretar General**

**Darius - Georgel VODĂ**

CONSILIUL ECONOMIC ȘI SOCIAL	
INTRARE	Nr. 5676
IEȘIRE	
Ziua 19	Luna 09 2024

## HOTĂRÂRE

privind aprobarea Strategiei Naționale a României  
pentru dezvoltarea turismului 2024-2035

În temeiul art. 108 din Constituția României, republicată, precum și al art. 25 lit. e) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 57/2019 privind Codul administrativ, cu modificările și completările ulterioare

Guvernul României adoptă prezenta hotărâre.

**Art. 1** - Se aprobă Strategia Națională a României pentru dezvoltarea turismului 2024-2035, prevăzută în Anexa care face parte integrantă din prezenta hotărâre.

**Art. 2** - Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului coordonează, potrivit domeniului de competență, implementarea Strategiei Naționale a României pentru dezvoltarea turismului 2024-2035, iar autoritățile/instituțiile publice implicate contribuie la punerea în aplicare a obiectivelor propuse prin aceasta.

**Art. 3** - Finanțarea necesară îndeplinirii obiectivelor prevăzute în Strategia Națională a României pentru dezvoltarea turismului 2024-2035 se realizează în limita bugetelor anuale aprobate ale autorităților/instituțiilor publice implicate, în condițiile legii, precum și din alte surse legal constituite.

PRIM-MINISTRU,  
Ion-Marcel CIOLACU

ANEXĂ

STRATEGIA NAȚIONALĂ A ROMÂNIEI PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI  
2024-2035

## Cuprins

Abrevieri și acronime

I. Introducere

II. Viziune

III. Priorități, politici și cadrul legal existente

IV. Analiza contextului și definirea problemelor

IV.1. Analiza contextului

IV.2. Definirea problemelor

V. Principii generale

VI. Obiective generale și specifice

VII. Programe - Direcții de acțiune

VIII. Rezultate așteptate

IX. Indicatori

X. Procedurile de monitorizare și evaluare

XI. Instituții responsabile

XII. Implicații bugetare și surse de finanțare

XIII. Implicații asupra cadrului juridic

Anexă - Planul de acțiune

## Abrevieri și acronime

ANANP	Agenția Națională pentru Arii Naturale Protejate
ANFP	Agenția Națională a Funcționarilor Publici
ANOFM	Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă
ANPDPD	Autoritatea Națională pentru Protecția Drepturilor Persoanelor cu Dizabilități;
ANPDCA	Autoritatea Națională pentru Protecția Dreptului Copilului și Adopției;
ANPIS	Autoritatea Națională pentru Plăți și Inspecție Socială;
AP	Arii naturale protejate
APL	Autoritate Publică Locală
BM	Banca Mondială
CIT	Centru de informare turistică
CNAS	Casa Națională de Asigurări de Sănătate
CNI	Compania Națională de Investiții
CST	Contul Satelit de Turism
FEM	Forumul Economic Mondial
FNGCIMM	Fondul Național de Garantare a Creditelor pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii
FSE	Fondul Social European
HG	Hotărâre de Guvern
HORECA	Hoteluri, Restaurante și Cafenele
ICCA	Asociația Internațională a Congreselor și Reuniunilor
IFI	Instituție Financiară Internațională
IMM	Întreprinderi mici și mijlocii
INCDT	Institutul Național pentru Cercetare și Dezvoltare în Turism
INCFC	Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală
INP	Institutul Național al Patrimoniului
INS	Institutul Național de Statistică
MADR	Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale
MAE	Ministerul Afacerilor Externe
MICE	Reuniuni, stimulente, conferințe și expoziții ( <i>Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions</i> )
MC	Ministerul Culturii
MCID	Ministerul Cercetării, Inovării și Digitalizării
ME	Ministerul Educației
MEnerg	Ministerul Energiei
MEAT	Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului
MIPE	Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene
MDLPA	Ministerul Dezvoltării, Lucrărilor Publice, și Administrației
MMA	Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor
MMSS	Ministerul Muncii și Solidarității Sociale
MS	Ministerul Sănătății
MTI	Ministerul Transporturilor și Infrastructurii
MFTES	Ministerul Familiei, Tineretului și Egalității de Șanse
OAR	Ordinul Arhitecților din România
OG	Ordonanță de guvern
OMD	Organizație de management al destinației
OMT	Organizația Mondială a Turismului
ONG	Organizație neguvernamentală

OUG Ordonanță de Urgență a Guvernului  
PATN Plan de Amenajare al Teritoriului Național  
POR Programul Operațional Regional  
SGG Secretariatul General al Guvernului  
UE Uniunea Europeană



## I. Introducere

De-a lungul deceniilor, turismul a înregistrat o creștere continuă. La nivel mondial, turismul s-a transformat într-unul dintre sectoarele economiei cu cea mai rapidă creștere. Turismul actual se află în strânsă legătură cu procesul de dezvoltare socio-economică și oferă un număr din ce în ce mai mare de noi destinații. Această dinamică a transformat turismul într-un factor determinant pentru progresul socio-economic, datorită capacității și potențialului său de a crea noi locuri de muncă, în special pentru cei tineri.

Conform experților în domeniu, din analiza ofertei turistice, a pieței de bază și a programelor de marketing naționale, rezultă că România deține un mix bogat de atracții naturale, culturale și medicale/de *wellness*, unice, de talie mondială care sunt gata să fie valorificate. Principala provocare prezintă două aspecte: (1) turiștii care vizitează în prezent România (interni și internaționali) nu cheltuiesc suficient la nivelul destinației; și (2) nu sunt atrași suficienți turiști străini care să cheltuie un buget peste medie. La rândul lor, aceste aspecte sunt cauzate de (1) atracții turistice insuficient dezvoltate și/sau dificil accesibile; (2) oportunități de consum turistic insuficiente și greu de găsit; (3) calitatea necompetitivă a experiențelor și serviciilor disponibile în cadrul destinațiilor turistice; și (4) o slabă capacitate de elaborare de politici publice în domeniul turismului, segmentarea inadecvată a pieței și vizibilitatea internațională limitată a obiectivelor turistice și a experiențelor unice de călătorie pe care le poate oferi România. Pe fondul *pandemiei de COVID-19*, odată cu restricțiile instituite, aceste probleme s-au adâncit și mai mult, turismul fiind una dintre cele mai afectate ramuri ale economiei naționale în această perioadă. În plus, sectorul a fost afectat și de faptul că România este *situată în imediata apropiere a zonei de conflict din Ucraina*, iar pe viitor un important impact va avea și *războiul din Israel* (în anul 2023, Israelul a reprezentat a treia piață externă, 7,2% dintre turiștii străini sosiți în România au fost din această țară). La toate acestea, se adaugă *criza energetică, creșterea inflației*.

Eforturile semnificative de dezvoltare a turismului în România se întind pe mai multe decenii. În această perioadă au fost elaborate o serie de ghiduri, politici și documente strategice. Strategiile au vizat în cea mai mare parte segmentele turismului de nișă, cum ar fi ecoturismul, turismul medical și balnear și strategiile regionale sau cele dedicate turismului de tip *city-break*. În 2006, Guvernul a elaborat un *master plan* pentru turism. Niciunul dintre aceste eforturi nu a generat, însă, rezultate semnificative, în principal din cauza implementării deficitare a acestor strategii și planuri, situație care a fost generată, printre altele, de lipsa de capacitate administrativă și finanțare, dar și de schimbările autorităților responsabile de la diferite niveluri.

Pentru a putea întreprinde măsuri coerente și coordonate, a fost necesară elaborarea unei strategii de dezvoltare sectorială, care să ghideze și să adopte un plan de acțiune prin care problemele sectoriale să fie abordate și rezolvate în timp util.

În perioada cuprinsă între sfârșitul anului 2017 și luna noiembrie 2018, la inițiativa unor grupuri de lucru interministeriale și a unui grup de lucru tehnic din cadrul autorității publice centrale responsabile cu dezvoltarea turismului (la momentul respectiv, Ministerului

Turismului), s-a desfășurat un proces de elaborare a unei noi strategii în domeniul turismului. Tot acest proces a fost sprijinit de Secretariatul General al Guvernului și de experții Băncii Mondiale și a inclus o serie de întâlniri și consultări, precum și interviuri individuale și de grup cu o gamă largă de părți interesate, inclusiv persoane de la nivelul autorităților centrale și locale, agenții de turism, manageri de destinații, furnizori de servicii de cazare, instituții de învățământ, diferite asociații și ONG-uri de profil, precum și o analiză detaliată a studiilor/strategiilor anterioare și a datelor disponibile.

Informațiile cuprinse în documentul rezultat au fost revizuite cu date disponibile până în anul 2023.

Scopul actualului document este următorul:

- ◆ Să înțeleagă unde se află sectorul acum în ceea ce privește dezvoltarea turismului și care sunt provocările și oportunitățile;
- ◆ Să definească o viziune pentru dezvoltarea ulterioară a domeniului;
- ◆ Să elaboreze o „foaie de parcurs” pentru atingerea țintelor stabilite.

La elaborarea prezentei strategii, s-a realizat o evaluare a stării industriei turismului în România, precum și a provocărilor și oportunităților cu care se confruntă aceasta în încercarea de a o dezvolta în mod sustenabil, pe baza căreia au fost identificate principalele direcții de dezvoltare, care au fost transpuse în planul de acțiune până în anul 2035, inclusiv activitățile specifice, obiectivele de referință care trebuie îndeplinite și responsabilii pentru fiecare dintre acestea.

## II. Viziune

Strategia Națională a României pentru Dezvoltarea Turismului se concentrează pe trei niveluri, pentru a servi drept ghid pentru dezvoltarea sustenabilă a turismului în România pentru orizontul 2035, astfel încât:

- să consolideze în continuare România ca destinație turistică bine cunoscută, de talie mondială, pe tot parcursul anului, precum și ca destinație care îndeplinește standardele UE în ceea ce privește furnizarea de produse și servicii;
- să prețuiască oamenii, tradiția, locurile, patrimoniul natural și cultural al României;
- să crească vizibilitatea și reputația României pe piețele internaționale de turism de prim rang.

**Viziunea strategiei sugerează că**

**Până în 2035, România va deveni o destinație turistică bine cunoscută, de înaltă calitate, pe parcursul întregului an, axată pe unicitatea patrimoniului său cultural și natural și oferind servicii de calibrul internațional.**

Obiectivul este ca România să se situeze în fruntea clasamentelor de competitivitate în turism, în virtutea investițiilor strategice în infrastructură, educație, marketing și promovare, care vor duce la dezvoltarea de experiențe unice pentru vizitatorii care călătoresc în România și care o vor face atrăgătoare pentru piețele relevante din Europa și din lume. Turismul își va crește semnificativ contribuția la creșterea și dezvoltarea economică în România și în Europa, prin creșterea cheltuielilor vizitatorilor.

Atenția se va concentra pe calitatea și diversitatea vizitatorilor sosiți și nu pe numărul total de vizitatori.

### III. Cadrul legal, priorități și politici existente

---

#### Cadrul normativ în turism

Reglementările primare și generale privitoare la organizarea și desfășurarea activităților turistice din România sunt prevăzute în Ordonanța Guvernului nr. 58/1998. Ordonanța a fost modificată și completată de 13 ori, până în prezent. Un proiect de lege a turismului, care ar fi urmat să înlocuiască OG nr. 58/1998, a fost elaborat și promovat în ultimii ani, însă acesta a fost respins de Parlament în luna mai 2023.<sup>1</sup>

Un element fundamental din cuprinsul OG nr. 58/1998 este nominalizarea Ministerului Turismului (în prezent, Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului – MEAT) drept organ central de specialitate al administrației publice, cu atribuții de control și de coordonare a dezvoltării turismului (art. 15). Totodată, MEAT „elaborează Strategia de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung, Programul multianual de marketing și promovare turistică și Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice” (art. 22).

Actul normativ reglementează modalitatea de înființare, organizare și finanțare a organizației de management al destinației (OMD), tipurile de OMD-uri și criteriile minime pentru acestea, obiectivele și activitățile realizate de aceste organizații (art. 2<sup>2</sup>, 2<sup>3</sup>, 2<sup>4</sup>, 10<sup>2</sup>, 10<sup>3</sup>, 10<sup>4</sup>, 10<sup>5</sup>). În privința reglementării OMD-urilor, actul normativ a fost modificat prin OUG nr. 86/2022, acest aspect fiind jalon în PNRR.

În ceea ce privește instituirea unor proceduri administrative privind autorizarea unor activități specifice domeniului turismului, OG nr. 58/1998 reprezintă fundamentul juridic pentru:

- atestarea, evidențierea și monitorizarea valorificării și protejării patrimoniului turistic și instituirea Registrului general al patrimoniului turistic, precum și a certificatului de patrimoniu turistic (art. 4);
- atestarea stațiunilor turistice – efectuată de MEAT, împreună cu autoritățile administrației publice locale, aprobată prin hotărâre a Guvernului (art. 10);
- avizarea organizațiilor de management al destinației turistice (art. 10<sup>1</sup>);
- acreditarea și reacreditarea centrelor naționale și locale de informare și promovare turistică (art. 10<sup>6</sup>);
- avizarea documentațiilor de urbanism privind zonele și stațiunile turistice, precum și documentațiile tehnice privind construcțiile din domeniul turismului (art. 12);
- omologarea pârtiilor și traseelor de schi pentru agrement, precum și a traseelor turistice montane – efectuată de MEAT, împreună cu consiliile județene pe raza cărora se află acestea (art. 13);
- utilizarea plajelor în scop turistic și autorizarea agenților economici care administrează plaje în scop turistic (art. 14);
- atestarea personalului specializat să presteze servicii turistice (art. 24);
- acordarea brevetului de turism pentru persoanele fizice, a licenței de turism pentru agențiile de turism (art. 27);

---

<sup>1</sup> [https://www.cdep.ro/pls/proiecte/upl\\_pck2015.proiect?idp=18052](https://www.cdep.ro/pls/proiecte/upl_pck2015.proiect?idp=18052)

- clasificarea structurilor de primire turistice (art. 31);
- organizarea serviciilor Salvamont și Salvamar (art. 33);
- omologarea traseelor de cicloturism, a traseelor pentru turism pedestru, precum și a altor tipuri de trasee turistice [art. 33 alin. (8)].

Actul normativ conține prevederi speciale referitoare la mijloace financiare și sprijinul statului. Astfel, sprijinirea activității de turism se realizează prin „politici și mecanisme economico-financiare și acțiuni pentru amenajarea și protecția patrimoniului turistic” (art. 36). De asemenea, zonele și stațiunile turistice beneficiază de prioritizare pentru realizarea infrastructurii generale pentru dezvoltarea turismului, acordarea de asistență tehnică de specialitate, ameliorarea și protecția mediului, pentru dezvoltare turistică (art. 38).

În scopul promovării și dezvoltării activităților de turism, statul intervine și prin alte măsuri, respectiv:

- adoptarea de reglementări specifice privind aplicarea asigurării sociale de sănătate în domeniul trimerilor medicale în stațiunile turistice balneare [art. 39 alin. (1) lit. a)];
- organizarea de acțiuni de promovare turistică atât pe plan intern și extern [art. 39 alin. (1) lit. b)];
- concesionarea unor terenuri care fac parte din domeniul public sau privat al statului ori al unităților administrativ-teritoriale, pentru construirea de structuri de primire turistică în zonele stabilite ca priorități prin Programul anual de dezvoltare a produselor turistice [art. 39 alin. (1) lit. c)];
- alocarea de fonduri de la bugetul de stat, prin MEAT, pentru realizarea documentațiilor și lucrărilor de execuție a obiectivelor de investiții în turism aflate în proprietatea sau în administrarea autorităților administrației publice locale, în limita fondurilor alocate anual cu această destinație, pentru proiecte de investiții aprobate prin hotărâre a Guvernului, la propunerea MEAT [art. 39 alin. (2)-(3)].

Tot în cadrul acestei ordonanțe sunt prevăzute atribuțiile autorităților locale în domeniul turismului (art. 20), dar și drepturile și obligațiile agenților economici cu activitate de turism (art. 29, 30);

O listă a principalelor acte normative aplicabile în turism este redată în Anexa nr. 2.

---

## Strategii în turism

- În anul 2006, Organizația Mondială a Turismului a sprijinit România în elaborarea *Master Planului pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007-2026*. Obiectivul acestui *Master Plan* a fost să identifice slăbiciunile și să exploateze oportunitățile de a concura eficient pe piețele internaționale. Cele mai multe dintre aspectele care necesitau îmbunătățire în *Master Plan* cu 15-16 ani în urmă, rămân valabile și în prezent. Multe dintre măsuri nu au fost finalizate din cauza schimbărilor de la nivelul structurii guvernamentale și a autorităților, din lipsă de finanțare și, în parte, din lipsa unei asumări a acțiunilor necesare. Deficiențele și calitatea slabă a centrelor urbane, coordonarea și gestionarea inefficientă de către sectorul

public, formarea profesională depășită ca proces sau practici educaționale prost direcționate, lipsa unor date statistice solide și demne de încredere pentru analiză și practicile de comercializare și promovare lipsite de strategie, precum și alte categorii din master plan rămân în continuare valabile.

- Prin Legea nr. 389/2006, pentru a asigura protecția patrimoniului natural și cultural din Munții Carpați, România a ratificat **Convenția-cadru privind protecția și dezvoltarea durabilă a Carpaților**, adoptată la Kiev la 22 mai 2003. Obiectivul Convenției îl constituie cooperarea în vederea protejării și dezvoltării sustenabile a Carpaților, odată cu îmbunătățirea calității vieții, consolidarea economiei comunităților locale și conservarea valorilor naturale și a patrimoniului cultural. Convenția stabilește cadrul general de cooperare între cele șapte țări semnatare, în domenii precum conservarea biodiversității, planificare teritorială, gestionarea resurselor de apă, precum și în agricultură, silvicultură, transport, turism, industrie și energie.

- Prin Hotărârea Guvernului nr. 558/2017 a fost aprobat Programul pentru dezvoltarea investițiilor în turism - **Masterplanul investițiilor în turism** - și criteriile de eligibilitate a proiectelor de investiții în turism, avându-se în vedere dezvoltarea comunităților locale din zonele cu potențial turistic ridicat, prin creșterea investițiilor publice în infrastructura turistică.

Evoluția bugetul alocat Programului, în perioada 2019-2023, este prezentată în tabelul de mai jos:

#### **Bugetul alocat Programului pentru dezvoltarea investițiilor în turism, 2019-2023**

<b>Anul</b>	<b>Buget total (lei)</b>	<b>Credite de angajament (lei)</b>
2019	4.907.000	219.900.000
2020	16.269.000	5.000.000
2021	56.000.000	50.000.000
2022	54.550.000	500.000.000
2023	100.000.000	545.000.000

- În plus, au fost aprobate două strategii sectoriale și o politică publică, respectiv:
  - Strategia națională de dezvoltare a ecoturismului - context, viziune și obiective - 2019-2029 (H.G. nr. 358/2019) își propune să creeze condițiile de dezvoltare a ecoturismului la nivelul ariilor naturale protejate și în zonele din vecinătatea acestora, prin dezvoltarea unei rețele de destinații ecoturistice recunoscute și prin realizarea de produse ecoturistice competitive pe plan național și internațional.
  - Strategia pentru dezvoltarea turismului balnear (H.G. nr. 571/2019) își propune să asigure eficacitatea și coerența demersurilor de dezvoltare a turismului balnear din România, urmărind două obiective principale: evitarea dispersiei responsabilității și a ineficienței și ineficienței acțiunilor datorată lipsei unui "ownership" clar; asigurarea unei intervenții la nivel național în ce privește sectorul balnear, în special în ce privește poziționarea sa în marketing.
  - Politică publică Turism identitar își propune să păstreze "spiritului locului" în cadrul destinațiilor turistice din România, prin implicarea oamenilor din comunitate, alături de autorități publice, de operatori privați și organizații non-guvernamentale

pentru a valorifica, dezvolta și promova servicii turistice care se fundamentează pe identitatea locală, pe produse locale, pe utilizarea serviciilor locale și pe principii ale sustenabilității. Identitatea turistică este un rezultat al identității culturale, care, la rândul lui este un rezultat al identității geografico-istorice, determinând “spiritul locului”.

---

## **Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR)**

România și asumat o serie de angajamente în cadrul Mecanismului de Redresare și Reziliență adoptat la nivelul Uniunii Europene. Astfel, prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR) au fost stabilite prioritățile naționale de investiții și direcțiilor principale de reformă ale României în acord cu Recomandările Specifice de Țară și cu regulamentele specifice pentru a asigura ameliorarea stării economice a României și a consolida capacitatea de reziliență la nivel național în perioade de criză pandemică.

Obiectivul componentei “Turism cultură” este de a spori coeziunea socială, economică și teritorială și de a crea noi locuri de muncă, în special în zonele rural, și anume:

- (1) promovarea transformării socio-economice durabile în zonele rurale și defavorizate prin dezvoltarea unei rețele de organizații regionale de management al destinației și prin sprijinirea investițiilor în turismul local;
- (2) sprijinirea mobilității durabile prin crearea unei rețele naționale Velo care să include și rutile EuroVelo; și
- (3) reducerea decalajului în ceea ce privește accesul la cultură în zonele rurale și marile zone urbane.

Reformele și investițiile referitoare la domeniul turismului au ca obiective:

- sporirea competitivității sectorului turismului din România și promovarea transformării socio-economice durabile în zonele rurale și defavorizate, prin adoptarea cadrului necesar pentru operaționalizarea organizațiilor de management al destinației.
- sporirea atractivității destinațiilor turistice selectate, prin dezvoltarea a 12 rute turistice tematice în zonele rurale defavorizate din România și de a crea noi locuri de muncă în industria turismului;
- intensificarea turismului cultural prin dezvoltarea de muzee și memoriale dedicate opresiunii și conflictelor;
- contribuția la dezvoltarea economică a orașelor mici și a zonelor rurale prin adoptarea unui cadru legislativ, instituțional și de investiții pentru trasee cicloturistice și forme durabile de turism;
- contribuția la mobilitatea durabilă prin promovarea ciclismului prin intermediul unui nou Centru Național de Coordonare Velo.
- dezvoltarea unui transport durabil prin dezvoltarea infrastructurii de piste pentru biciclete.

---

## **Programul de guvernare 2023-2024**

Programul de guvernare, adoptat în 2023, își propune atingerea unor obiective pe termen scurt și nu acoperă întreaga perioadă de implementare a strategiei. Cu toate acestea, anumite

acțiuni propuse, datorită implicațiilor legislative și alocării unor fonduri, vor avea impact și după anul 2024.

Conform acestui document, turismul este considerat un factor important pentru creșterea și dezvoltarea economiei, având un impact semnificativ asupra creării de locuri de muncă. Printre prioritățile avute în vedere enumerăm: dezvoltarea destinațiilor turistice și a parteneriatelor create pentru managementul acestora (Organizațiilor de Management a Destinației); creșterea notorietății destinației turistice România, prin derularea de acțiuni de marketing, atât tradițional, cât și online; dezvoltarea tuturor formelor de turism; realizarea de investiții în turism; analiza, eficientizarea și actualizarea cadrului legal în domeniu; asigurarea protecției turiștilor și a operatorilor economici din industria turismului; digitalizarea serviciilor publice oferite de autoritatea publică centrală în domeniul turismului; sprijinirea mediului antreprenorial în domeniul turismului; adoptarea strategiei naționale de dezvoltare și promovare a turismului, a unor noi strategii sectoriale, precum și implementarea planurilor de acțiune aferente; dezvoltarea și promovarea rutelor și traseelor turistice; conservarea și promovarea patrimoniului natural și cultural.

Prin natura lui, turismul se prezintă ca o activitate economică situată la intersecția unor ramuri. Măsură pe care Guvernul le adoptă în domenii precum cultură, transport, mediu ș.a pot influența direct dezvoltarea turismului.

Astfel, în domeniul *culturii*, Guvernul și-a asumat să investească în: reabilitarea și consolidarea a numeroase obiective culturale, atât prin PNRR, dar și prin alte programe naționale sau finanțate din fonduri europene; înființarea unor noi muzee; protejarea și punerea în valoare a patrimoniului cultural imaterial; digitalizarea patrimoniului; continuarea demersurilor de înscriere a unor noi obiective pe Lista Patrimoniului Mondial UNESCO; salvagardarea siturilor înscrise pe Lista Patrimoniului Mondial UNESCO; finanțarea evenimentelor de interes național și internațional.

Investițiile care se vor realiza în infrastructura de *transport* vor veni în sprijinul dezvoltării turismului.

Managementul ariilor naturale protejate și conservarea patrimoniului natural reprezintă una dintre prioritățile de *mediu* identificate în Programul de guvernare, cu impact asupra turismului.



## **IV. Analiza contextului și definirea problemelor**

### **IV.1. Analiza contextului**

În vederea fundamentării strategiei, a fost realizată evaluarea sectorului turistic românesc. Această analiză a fost realizată inițial în anul 2018 și actualizată la începutul anului 2024, pe baza datelor disponibile. Principalele constatări și observații sunt prezentate pe scurt mai jos:

---

#### **Contribuția sectorului de turism la economie și competitivitate**

Multiplele crize din ultimii ani, respectiv criza sanitară, criza energetică și creșterea generală a prețurilor, au afectat semnificativ contribuția turismului la creșterea economică după anul 2019.

#### ***Valoarea adăugată brută, cifra de afaceri, contribuția turismului în PIB***

Dacă în anii 2018 și 2019 creșterea valorii adăugate brute create în sectorul „hoteluri și restaurante“ era mult peste media națională, în anul 2020 acest sector a fost cel mai afectat de pandemie.

În anul 2018, valoarea adăugată brută create în sectorul „hoteluri și restaurante“ a fost cu 9,7% mai mare decât în anul 2017, iar în anul 2019 cu 22,5% față de anul precedent. Practic, în doi ani, valoarea adăugată brută din sectorul Hoteluri și restaurante a crescut cu 34,4%.<sup>2</sup>

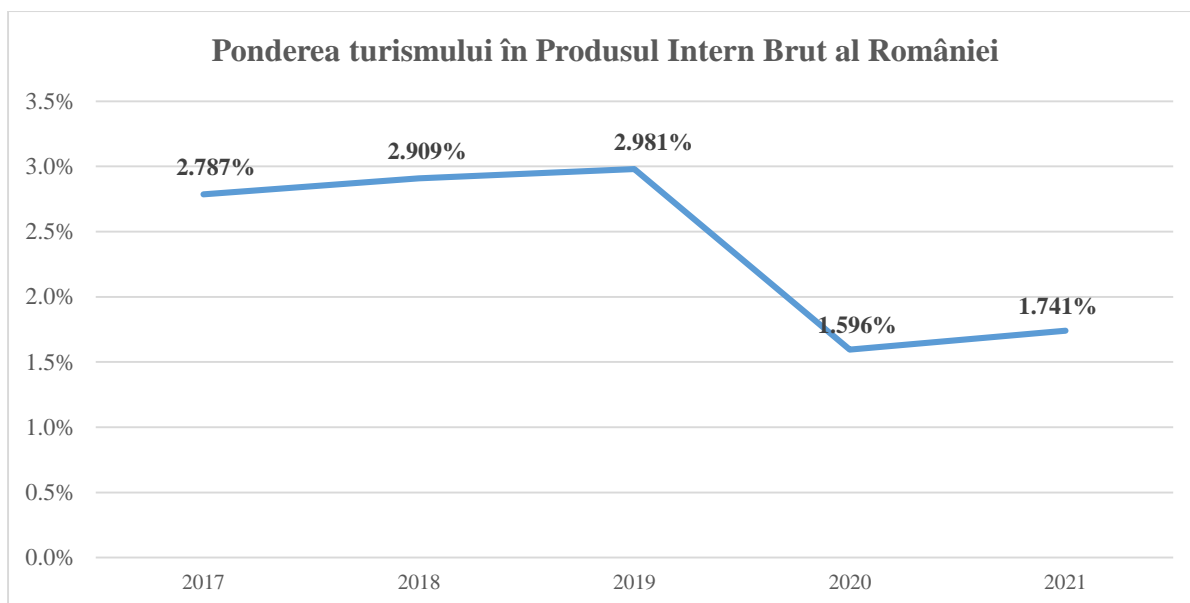
În anul 2020, restricțiile de circulație internă și internațională, impuse de pandemie, au condus la o reducere bruscă a activității din cadrul sectorului. În aceste condiții, valoarea adăugată brută creată în acest sector s-a redus cu 38% față de anul 2019.

Declinul din anul 2020 s-a concretizat într-o reducere de 15 miliarde lei la cifra de afaceri și de 9 miliarde lei în cazul valorii adăugate brute create.

Un indicator care surprinde foarte bine importanța sectorului în ansamblul economiei naționale este ponderea turismului în produsul intern brut al României.

---

<sup>2</sup> INS, *Anuarul statistic al României*, Ediția 2022, București, 2023



**Sursă:** INS, Contul Satelit al Turismului 2021, Decembrie 2023 ([https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/contul\\_satelit\\_de\\_turism\\_2021\\_0.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/contul_satelit_de_turism_2021_0.pdf))

Conform datelor publicate de Institutul Național de Statistică, pandemia de COVID-19 a întrerupt trendul crescător pe care îl înregistra indicatorul *ponderea turismului în Produsul Intern Brut al României*. În aceste condiții, dacă în anul 2019 acest indicator ajunsese la aproape 3%, în anii pandemiei (2020 și 2021) valoarea sa a scăzut la 1,596% și respectiv 1,741%.

### ***Numărul de salariați în sectorul Hoteluri și Restaurante***

Datorită măsurilor guvernamentale de sprijin a firmelor afectate de pandemie, numărul de salariați a înregistrat un declin mai redus, ceea ce a permis menținerea angajaților pentru perioada de relansare de după criza sanitară.

Populația ocupată în „hoteluri și restaurante“ a scăzut în anul 2020 doar cu 7,1%, de la 216,8 mii persoane în anul 2019 la 201,4 mii persoane. Relansarea activității turistice în anul 2021 a condus la depășirea nivelului de ocupare din anul 2019. Populația ocupată în cadrul sectorului în anul 2021 a fost de 218 mii persoane.<sup>3</sup>

Corespunzător, numărul total de salariați din turism a fost de 214,2 mii persoane în anul 2019 și 199,1 mii persoane în anul 2020, ceea ce reprezintă o reducere procentuală de 7%.

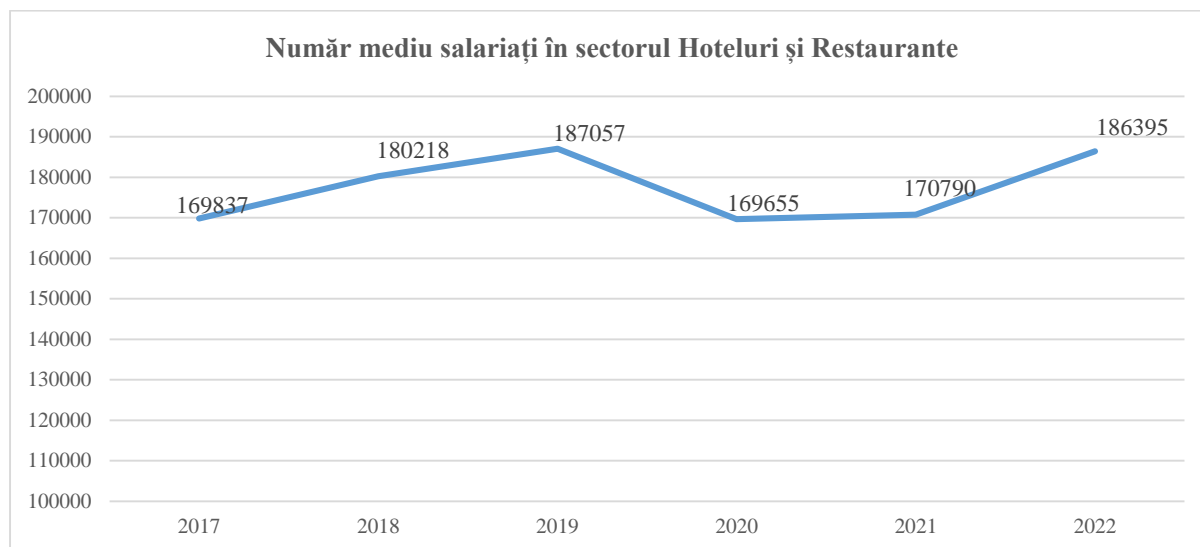
Specificul sezonier al sectorului „hoteluri și restaurante“ face ca numărul mediu de salariați (salariați cu contracte de muncă și echivalent timp complet) să fie mai redus decât numărul total de salariați (spre exemplu, în anul 2021, numărul mediu de salariați reprezenta 78,3% din numărul total de salariați din cadrul sectorului).<sup>4</sup>

Conform datelor oficiale, în anul 2022, în sectorul „hoteluri și restaurante“, a fost înregistrat un număr mediu de salariați de 186.395 de persoane, reprezentând aproape 3,6% din numărul

<sup>3</sup> INS, *Conturile naționale 2019-2020*, București, 2023

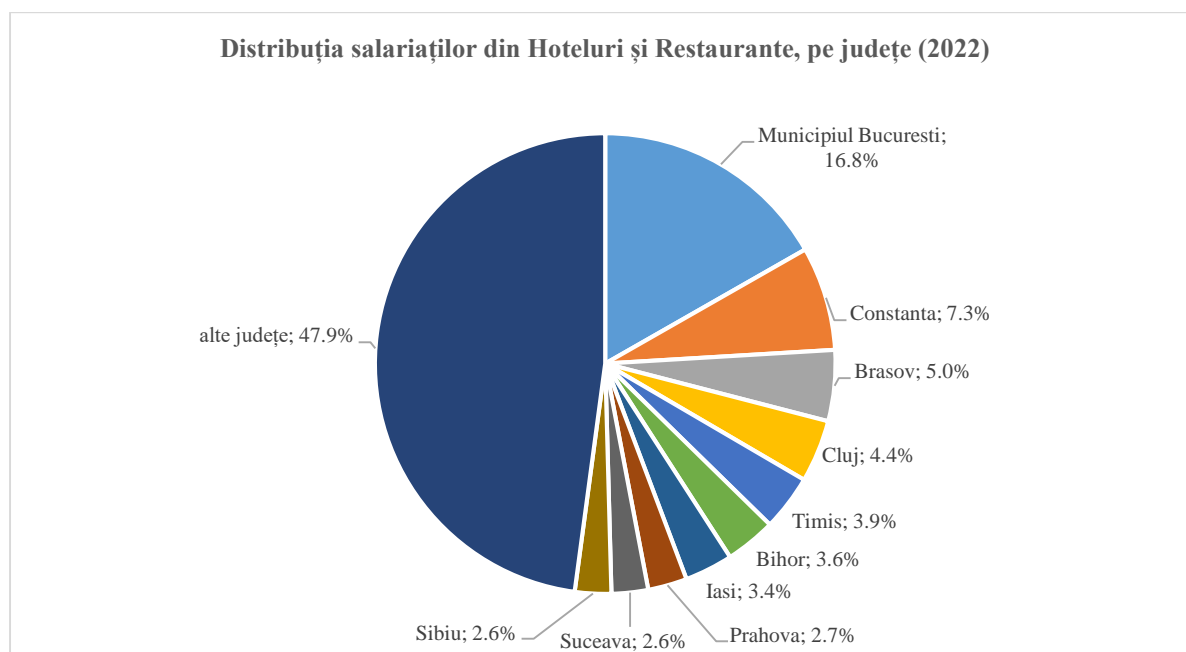
<sup>4</sup> INS, *Costul forței de muncă*, Ediția 2022

de salariați din economie. Acest indicator a revenit la nivelul de dinaintea de pandemie, după ce în anul 2020 se înregistrase o scădere cu 9,3%.<sup>5</sup>



**Sursă:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

Principalele destinații turistice din România (Constanța, Brașov, București) au cumulat aproape 30,0% din totalul angajaților din turism la nivel național. Bucureștiul este cel mai mare angajator în sectorul turismului, având un număr mediu de 31.234 salariați, reprezentând 16,8% din totalul angajaților din turism la nivel național și 3,2% din totalul angajaților din capitală.<sup>6</sup>

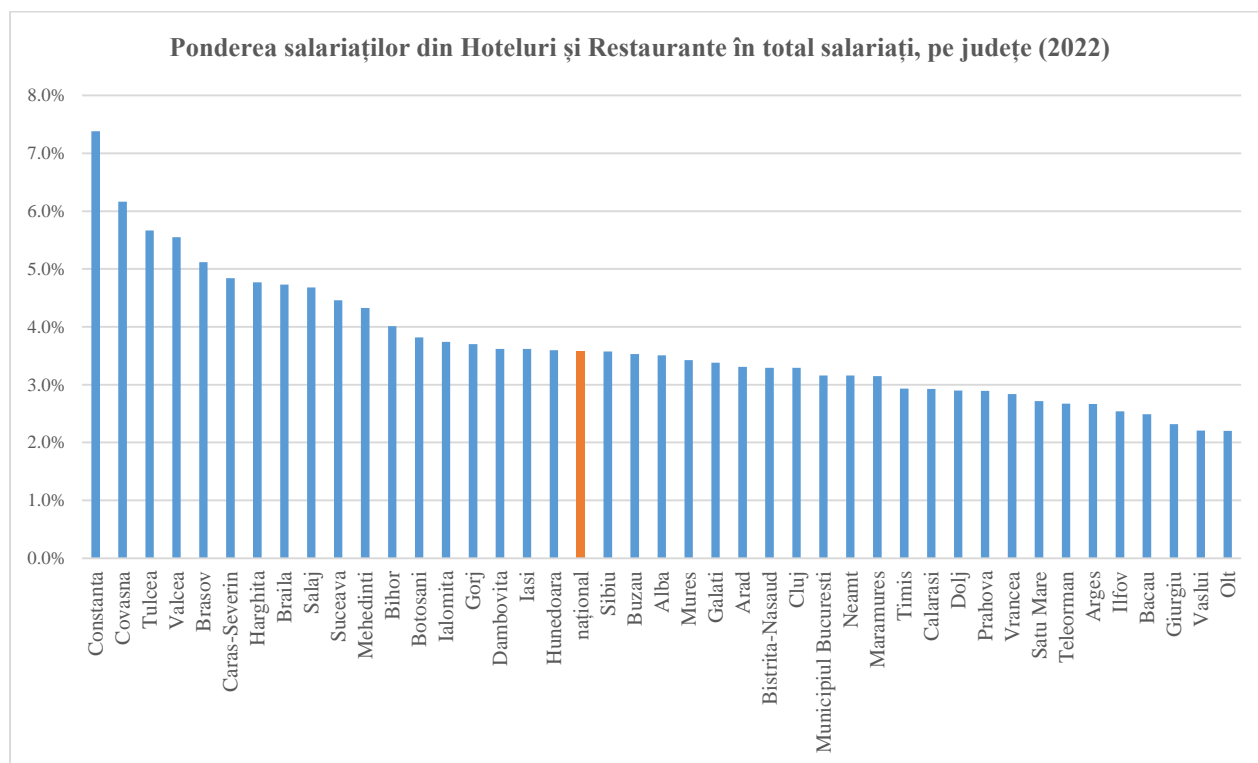


**Sursă:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

<sup>5</sup> INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

<sup>6</sup> INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

Din punct de vedere al numărului mediu de salariați, destinația județeană cea mai dependentă de turism este Constanța, județ în care ponderea salariaților în sectorul „hoteluri și restaurante“ în numărul total de salariați este 7,4%. Alte județe care au înregistrat ponderi peste media națională: Covasna (6,2%), Tulcea (5,7%), Vâlcea (5,6%), Brașov (5,1%), Caraș Severin, Harghita (4,8%), Brăila, Sălaj (4,7%), Suceava (4,5%), Mehedinți (4,3%), Bihor (4,0%), Botoșani (3,8%), Gorj, Ialomița (3,7%).



**Sursă:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

Sectorul turistic este afectat de lipsa de personal, iar problema va deveni din ce în ce mai complexă pe măsură ce cererea va continua să crească.

Relansarea turismului este dificilă și datorită caracterului sezonier, a ponderii muncii feminine, precum și a nivelului salarial scăzut. Spre exemplu, în anul 2022, câștigurile salariale medii nete lunare din activitatea de hoteluri și restaurante reprezenta cea mai pronunțată disparitate față de media pe economie, acestea fiind cu 43% mai mici. În același an, ponderea salariaților femei în „hoteluri și restaurante“ a fost de 60,8% din numărul mediu de salariați.

Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național (2007-2026) a prezentat principalele cauze ale lipsei de personal, acestea fiind în continuare valabile:

- Programele de formare nu sunt la nivelul standardelor cerute de piață. În multe cazuri, furnizorii de formare eliberează diplome fără să ofere cursuri practice complete și adaptate oportunităților reale de angajare de pe piață (cu alte cuvinte, nu transformă cunoștințele în abilități concrete);

- Din cauza salariilor scăzute și a imaginii proaste pe care o au locurile de muncă din domeniul HORECA, un număr considerabil de tineri români emigrează pentru a lucra în străinătate;
- La nivel de management, există deficiențe legate de abilitățile specifice, pe fondul unui număr limitat de oportunități de formare internă, la locul de muncă, în scopul menținerii abilităților la standardele necesare și pentru îmbunătățirea performanței manageriale;
- Nu există formare continuă la locul de muncă adecvată pentru îmbunătățirea abilităților și cunoștințelor personalului de la diferite niveluri din domeniul HORECA.

### ***Încasările din turismul internațional***

Conform datelor furnizate de Banca Națională a României, în perioada 2017-2019, încasările din turismul internațional (exportul de servicii turistice) au crescut cu 42,8%, de la 2,24 miliarde euro în 2017 la 3,2 miliarde euro în anul 2019.<sup>7</sup> Din păcate, evoluția pozitivă de până în 2019 a fost întreruptă brusc, sectorul fiind lovit puternic de pandemia de COVID-19. În anul 2020 încasările din turismul internațional au scăzut la aproape 1,3 miliarde euro (-60,5%). Cu toate acestea, chiar dacă din punct de vedere al numărului de turiști străini cazați în structurile de primire suntem departe de situația din 2019, în ceea ce privește încasările din turismul internațional revenirea s-a produs mult mai rapid, astfel că în anul 2023 s-a depășit cu 43,8% nivelul de dinainte de pandemie.

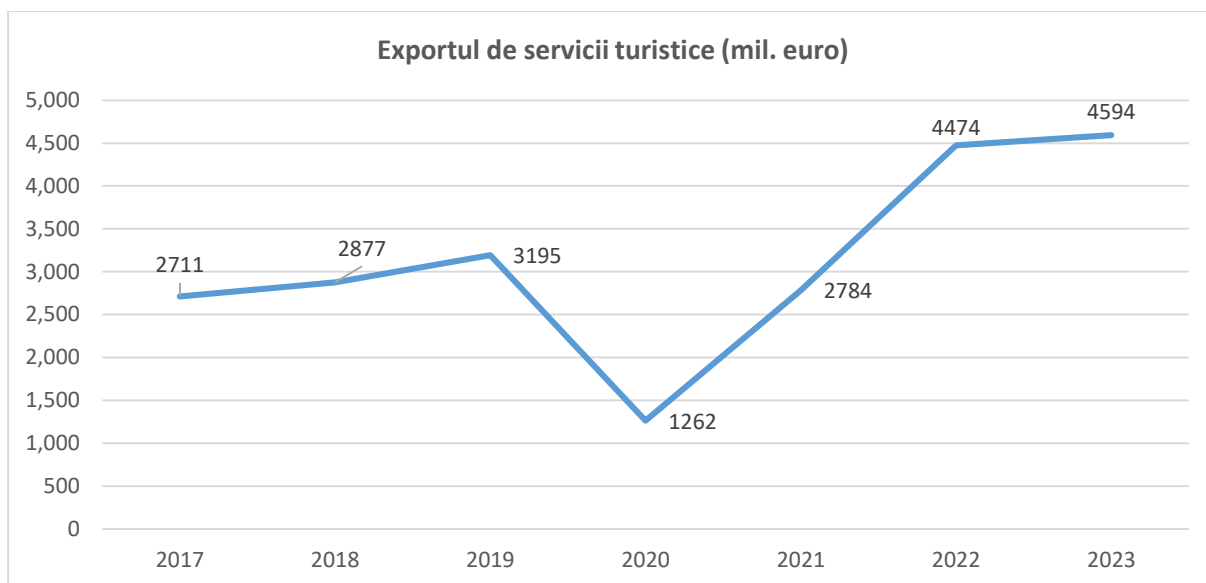
#### **Exportul de servicii turistice**

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b><i>Exportul de servicii turistice (mil. euro)</i></b>	<b>2.711</b>	<b>2.877</b>	<b>3.195</b>	<b>1.262</b>	<b>2.784</b>	<b>4.474</b>	<b>4.594</b>
Sold (mil. euro)	-1.143	-1.645	-2.165	-1.447	-1.633	-2.908	-3.865
Nr. turiști străini cazați în structurile de cazare	2.760.080	2.796.622	2.683.748	453.867	878.974	1.674.310	2.120.068
<b><i>Încasare/turist strain cazat (euro)</i></b>	<b>982,2</b>	<b>1.028,7</b>	<b>1.190,5</b>	<b>2.780,6</b>	<b>3.167,3</b>	<b>2.672,1</b>	<b>2.166,9</b>
Nr. vizitatori străini înregistrați la punctele de frontieră (mii)	10.926	11.720	12.815	5.023	6.789	12.697	14.777
<b><i>Încasare/vizitator strain sosit în țară (euro)</i></b>	<b>248,1</b>	<b>245,5</b>	<b>249,3</b>	<b>251,2</b>	<b>410,1</b>	<b>352,4</b>	<b>310,9</b>

**Sursa:** BNR, Balanța de plăți și poziția investițională internațională a României, Raport anual 2018, 2019, 2020, 2021, 2022; Balanța de plăți și datoria externă – decembrie 2023 (<https://www.bnr.ro/page.aspx?prid=23840>); INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

**Notă:** datele pentru anul 2023 sunt provizorii

<sup>7</sup> BNR, Balanța de plăți și poziția investițională internațională a României, Raport anual 2017, 2019



**Sursa:** BNR, Balanța de plăți și poziția investițională internațională a României, Raport anual 2018, 2019, 2020, 2021, 2022; Balanța de plăți și datoria externă – decembrie 2023 (<https://www.bnr.ro/page.aspx?prid=23840>);

În aceste condiții, suma medie cheltuită de un turist străin<sup>8</sup> a crescut de la 982 euro/turist la nivelul anului 2017, la 1.191 euro/turist străin în anul 2019, iar în anul 2023 a ajuns la 2.166,9 euro/turist străin.

Pe de altă parte, raportând la numărul de vizitatori străini înregistrați la punctele de frontieră, în anul 2023 cheltuiala medie s-a ridicat la 310,9 euro/vizitator, cu aproximativ 60 euro mai mult decât înainte de pandemie, dar sub nivelul din anii 2021-2022.

În vederea creșterii pe mai departe a sumei medii cheltuite de turiștii străini, ar trebui luate anumite măsuri pentru dezvoltarea destinațiilor regionale și locale și pentru diversificarea ofertei de produse turistice, în vederea accesării unor experiențe noi, unice.

Românii cheltuiesc mai mult ca turiști în străinătate decât cheltuiesc turiștii străini în România. În anul 2023, conform datelor furnizate de Banca Națională a României, diferența s-a ridicat la 3.865 milioane euro, reprezentând 17,0% din deficitul contului curent al balanței de plăți a României.<sup>9</sup>

### **Forme de susținere a sectorului**

Reformele fiscale realizate la jumătatea deceniului trecut au adus o serie de reduceri de taxe și scutiri fiscale pentru societățile comerciale și pentru angajații din diferite domenii, inclusiv în industria turismului (scăderea contribuțiilor la fondul de asigurări sociale, reducerile treptate ale TVA, reducerea impozitului pe dividend), aspect care a contribuit la evoluția pozitivă a sectorului privat din turism de dinainte de pandemie.

<sup>8</sup> este vorba de turiștii străini cazați în structurile de primire

<sup>9</sup> BNR, Balanța de plăți și poziția investițională internațională a României, Raport anual 2022

Cu toate acestea, așa cum s-a menționat și mai sus, industria HoReCa a fost cea mai afectată din punct de vedere financiar pe parcursul anului 2020, prin comparație cu orice alt sector de activitate din România.

În vederea atenuării șocului produs de pandemia COVID-19, au fost create anumite scheme de ajutor de stat, o parte dintre ele vizând direct sau indirect sectorul turistic.

În acest sens, cel mai important instrument l-a reprezentat “Schema HoReCa” - schemă de ajutor de stat privind acordarea de finanțare din fonduri publice naționale pentru întreprinderile din domeniul turismului, alimentației publice și organizării de evenimente, a căror activitate a fost afectată în contextul pandemiei de COVID-19, instituită în temeiul *Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 224/2020, aprobată cu modificări prin Legea nr. 159/2021*. Prin această schemă, gândită ca o măsură compensatorie, s-au acordat finanțări nerambursabile unui număr de 8.292 de beneficiari, cu o valoare totală de peste 2,1 miliarde lei.

Tot în cadrul măsurilor de combatere a efectelor negative cauzate de pandemia de Covid-19, în temeiul *Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 130/2020, cu modificările și completările ulterioare*, întreprinderile din sector au putut accesa granturi prin Măsura 1 „Microgranturi” și Măsura 2 „Granturi pentru capital de lucru”. Spre exemplu, în cadrul Măsurii 2, unde s-au oferit granturi de până la 150.000 euro, pentru capital de lucru, mai mult de 40% dintre cei 22.226 beneficiari au fost din industria HoReCa.

Guvernul a susținut sectorul și prin acordarea de vouchere de vacanță, prin furnizarea unor granturi și stimulente pentru investițiile din sectorul privat (ex. Programele „Start-Up Nation”, „Femeia antreprenor”).

Pentru creșterea numărului de turiști străini sosiți în țară au fost dezvoltate: *Schema de ajutor de minimis privind susținerea operatorilor din turism pentru dezvoltarea activității de incoming* (Ordinul nr. 1759/2022, prin care sunt prevăzute granturi nerambursabile pentru acoperirea parțială a cheltuielilor cu organizarea de pachete de servicii turistice pentru turiștii străini) și *Schema de ajutor de minimis pentru participarea întreprinderilor cu activitate de turism, la manifestările expoziționale, în pavilioanele naționale, standurile specializate ori miniexpozițiile la care participă în străinătate Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului* (Ordinul nr. 330/2023).

În vederea modernizării și dezvoltării stațiunilor balneare și balneoclimatice, MEAT a aprobat (Ordinul nr. 181/2023) și urmează să lanseze<sup>10</sup> o *schemă de ajutor de minimis pentru stimularea agenților economici să realizeze investiții în infrastructura turistică, balneară, culturală, sportivă și de agrement*, cu scopul diversificării ofertei și creșterii calității serviciilor turistice și conexe din aceste destinații turistice, precum și pentru acoperirea cheltuielilor aferente formării profesionale a personalului angajat în domeniul HoReCa. Măsura de sprijin se va acorda sub forma unei alocări financiare nerambursabile, reprezentând maximum 50% din valoarea cheltuielilor eligibile, exclusiv TVA, aferente proiectului, în limita a 200.000 euro de întreprindere.

---

<sup>10</sup> situație la nivelul lunii ianuarie 2024

## Competitivitatea sectorului

Din punctul de vedere al competitivității (Indicele Dezvoltării Turistice pentru anul 2021, elaborat de Forumul Economic Mondial (FEM)), România se află pe locul 53 din 117 de țări.<sup>11</sup> În același timp, printre țările situate în apropiere se constată faptul că Republica Cehă se află pe locul 26, Grecia pe locul 28, Polonia pe locul 30, Ungaria pe locul 37, Slovenia pe locul 39, Bulgaria pe locul 41, iar Croația pe locul 46. Pe de altă parte, Slovacia este pe locul 56, Muntenegru pe locul 67, Serbia pe locul 70, Albania pe locul 72, Republica Moldova pe locul 77, Macedonia de Nord pe locul 87, iar Bosnia și Herțegovina pe locul 95. Deși întrunește un punctaj mediu la cei mai mulți indicatori, România s-a situat pe o poziții bune în ceea ce privește deschiderea internațională (locul 29 la nivel global și poziția 5 dintre cele 15 țări analizate din Europa centrală și de sud-est), condițiile de sănătate și curățenie (locul 30 la nivel global, respectiv locul 7 la nivel regional), sustenabilitatea mediului (locul 34, respectiv locul 9), competitivitatea prețurilor (locul 37, respectiv locul 4), securitatea și siguranța (locul 38, respectiv locul 6).

Pe de altă parte, sunt o serie de indicatori care au înregistrat valori scăzute, respectiv: prioritizarea de către Guvern a industriei turismului și călătoriilor (locul 90 la nivel global și locul 11 la nivel regional), mediul de afaceri (locul 75, respectiv locul 7), resurse naturale (locul 63, respectiv locul 6).

## Indicatorii circulației turistice

Circulația turistică în România va fi analizată pentru perioada 2017-2023 prin prisma evoluției a trei indicatori: *sosiri turiști*, *înoptări* în structurile de cazare și *durata medie a sejurului*.

### Evoluția principalilor indicatori ai circulației turistice, în perioada 2017 - 2023

		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
turiști	<b>total</b>	<b>12.143.346</b>	<b>12.905.131</b>	<b>13.374.943</b>	<b>6.398.642</b>	<b>10.205.322</b>	<b>12.588.333</b>	<b>13.647.267</b>
	<b>modificare</b>	<b>+10,4%</b>	<b>+6,3%</b>	<b>+3,6%</b>	<b>-52,2%</b>	<b>+59,5%</b>	<b>+23,4%</b>	<b>+8,4%</b>
	români	9.383.266	10.108.509	10.691.195	5.944.775	9.326.348	10.914.023	11.546.011
	<b>modificare</b>	<b>+10,1%</b>	<b>+7,7%</b>	<b>+5,8%</b>	<b>-44,4%</b>	<b>+56,9%</b>	<b>+17,0%</b>	<b>+5,8%</b>
	străini	2.760.080	2.796.622	2.683.748	453.867	878.974	1.674.310	2.101.256
	<b>modificare</b>	<b>+11,3%</b>	<b>+1,3%</b>	<b>-4,0%</b>	<b>-83,1%</b>	<b>+93,7%</b>	<b>+90,5%</b>	<b>+25,5%</b>
înoptări	<b>total</b>	<b>27.092.523</b>	<b>28.644.742</b>	<b>30.086.091</b>	<b>14.579.140</b>	<b>22.747.562</b>	<b>27.044.372</b>	<b>29.171.148</b>
	<b>modificare</b>	<b>+6,5%</b>	<b>+5,7%</b>	<b>+5,0%</b>	<b>-51,5%</b>	<b>+56,0%</b>	<b>+18,9%</b>	<b>+7,9%</b>
	români	21.801.487	23.315.138	24.795.253	13.581.775	20.823.029	23.377.839	24.706.928
	<b>modificare</b>	<b>+5,8%</b>	<b>+6,9%</b>	<b>+6,3%</b>	<b>-45,2%</b>	<b>+53,3%</b>	<b>+12,3%</b>	<b>+5,7%</b>
	străini	5.291.036	5.329.604	5.290.838	997.365	1.924.533	3.666.533	4.464.220
	<b>modificare</b>	<b>+9,5%</b>	<b>+0,7%</b>	<b>-0,7%</b>	<b>-81,1%</b>	<b>+93,0%</b>	<b>+90,5%</b>	<b>+21,8%</b>
durata medie a sejurului	<b>total</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>	<b>2,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,1</b>
	români	2,3	2,3	2,3	2,3	2,2	2,1	2,1
	străini	1,9	1,9	2,0	2,2	2,2	2,2	2,1

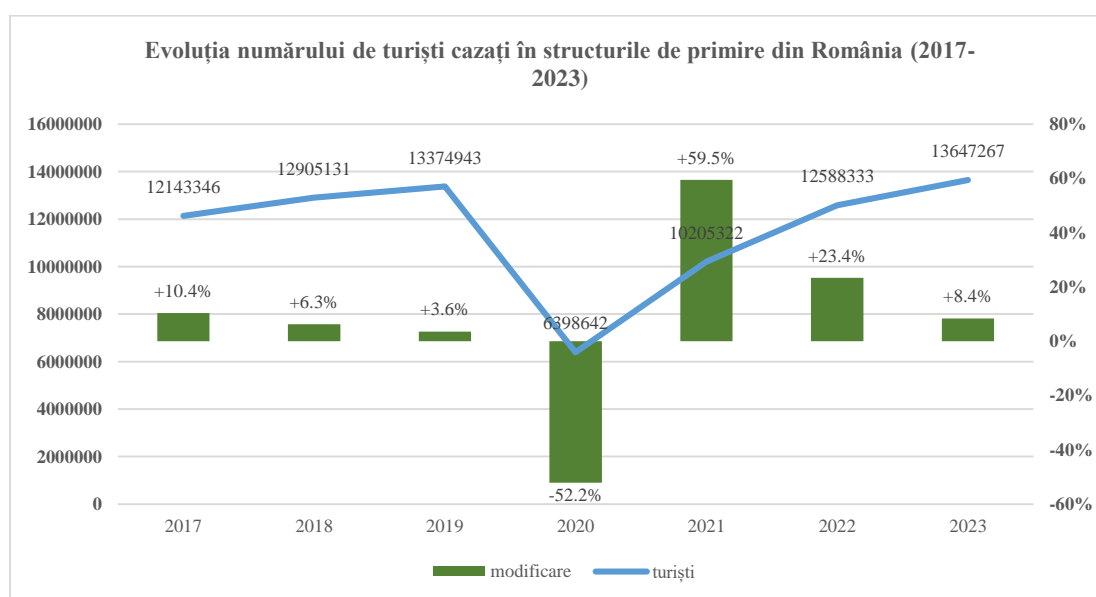
<sup>11</sup> [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_Tourism\\_Development\\_2021.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf)



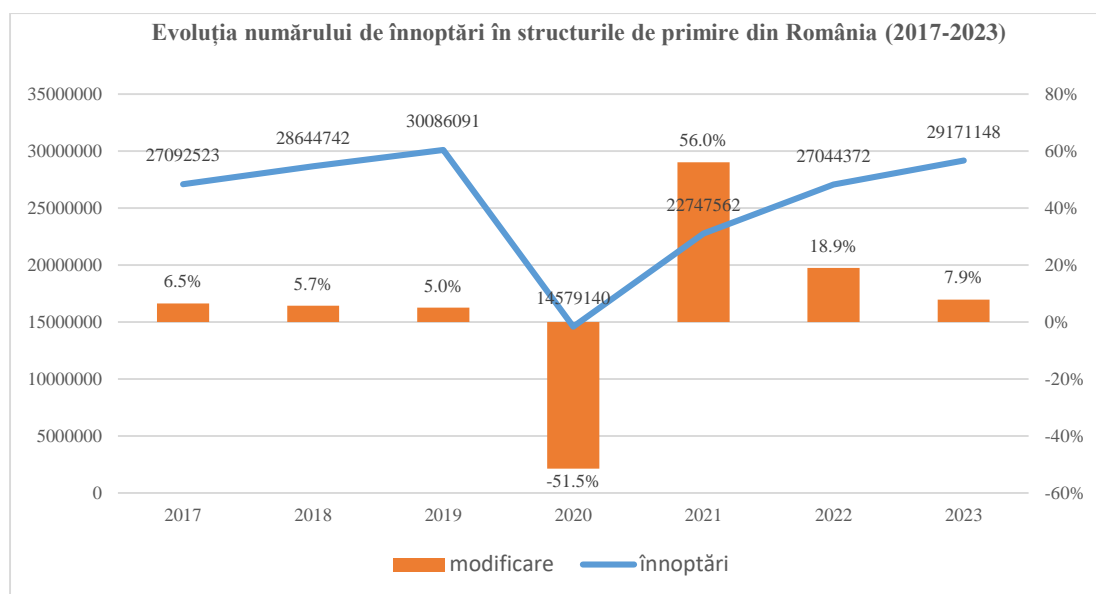
**Sursa:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>).  
 Notă: datele pentru anul 2023 au fost obținute prin prelucrarea datelor lunare obținute de la structurile de cazare cu o capacitate existentă de minim 10 locuri-pat.

Conform Institutului Național de Statistică, în anul 2023 s-au înregistrat 2,1 milioane sosiri de turiști străini și 4,5 milioane de înoptări ale acestora în unitățile de cazare. De asemenea, în același an s-au înregistrat 11,5 milioane sosiri de turiști români în unitățile de cazare, cu 24,7 milioane de înoptări. Turiștii interni au reprezentat 84,6% din totalul sosirilor și 84,6% din totalul înoptărilor, ceea ce dovedește că românii sunt principala piață-sursă pentru turismul românesc.

Circulația turistică (numărul de turiști și numărul de înoptări) în structurile de primire cu funcțiuni de cazare din România era pe un trend pozitiv până în anul 2019, cu creșteri anuale în deceniul anterior situate, în general, între 5 și 10%.



**Sursa:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)



**Sursa:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

Cei doi indicatori au înregistrat reduceri importante în contextul pandemiei (cu mai mult de 50% pentru fiecare în anul 2020, comparativ cu anul 2019). Ulterior, în 2021 și 2022, deși în proces de revenire, încă nu s-a ajuns la nivelul de dinaintea crizei sanitare. În ultimul an analizat (2023), indicatorul *numărul total de turiști* a depășit nivelul de dinaintea pandemiei (+2,0% față de anul 2019), în timp ce *numărul de înnoptări* a ajuns la 97,0% din nivelul înregistrat în anul 2019. Gradul de revenire este totuși diferit pentru cele două categorii de turiști - naționali și internaționali. Dacă numărul de turiști români a fost cu 8% mai mare în 2023 față de anul 2019, numărul de turiști străini a ajuns abia la 78,3% din nivelul înregistrat în anul 2019.

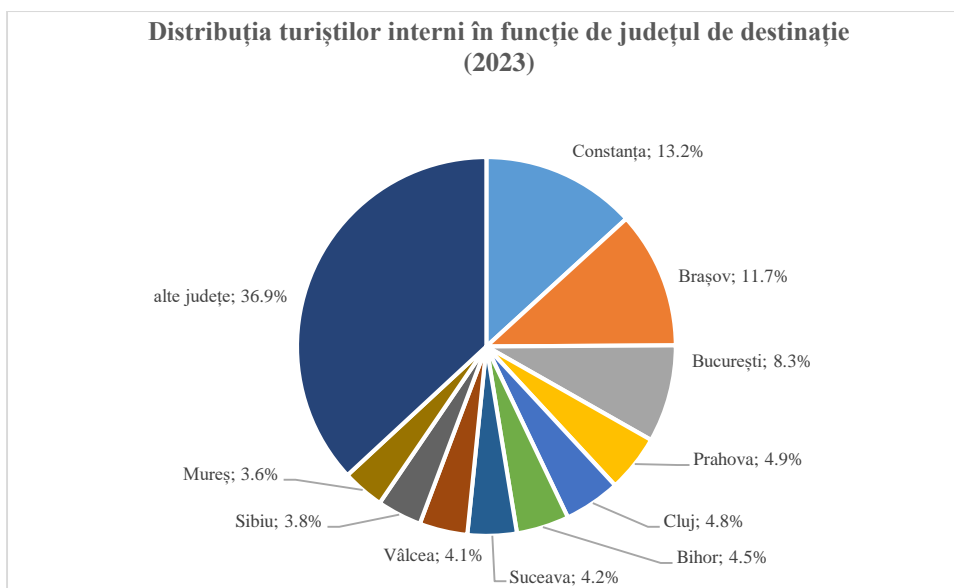
Durata medie a sejurului este de 2,1-2,2 zile, atât pentru turiștii români, cât și pentru turiștii străini. O durată medie atât de redusă sugerează în mod evident că România trebuie să-și dezvolte mai mult serviciile și produsele, conducând astfel la o ședere mai îndelungată a turiștilor care ar putea astfel să cheltuie mai mult pe parcursul vizitei lor.

În 2023, primele 5 piețe-sursă internaționale (Germania, Italia, Israel, SUA și Ungaria) au generat 5,9% din toate sosirile de turiști în structurile de cazare din România și 38,3% din toate sosirile internaționale.<sup>12</sup> Europeanii au înregistrat 1,63 milioane sosiri în România în anul 2023, reprezentând 77,4% din sosirile internaționale și 11,9% din totalul sosirilor. Aproximativ o treime din totalul sosirilor turiștilor străini (32,2%) și 5,0% din totalul turiștilor cazați în structurile de primire din țară sunt generate de piețele din apropiere (Ungaria, Polonia, Republica Cehă, Slovacia, Ucraina, Serbia, Bulgaria, Republica Moldova, Austria, Grecia, Turcia, Croația, Slovenia, Albania). Turiștii din aceste țări pot realiza deplasarea spre România într-un interval rezonabil de timp prin mijloace terestre.

În ceea ce privește turismul intern, există șase destinații județene care au atras în anul 2023 un număr de peste jumătate de milion de turiști români fiecare: Constanța (1,53 milioane; 13,2% din turiștii naționali cazați în România), Brașov (1,35 milioane; 11,7%), municipiul București (0,96 milioane; 8,3%), Prahova (0,56 milioane; 4,9%), Cluj (0,56 milioane; 4,8%), Bihor (0,52 milioane; 4,5%). Cumulat, aceste destinații au atras aproape jumătate din turiștii români în anul 2023.

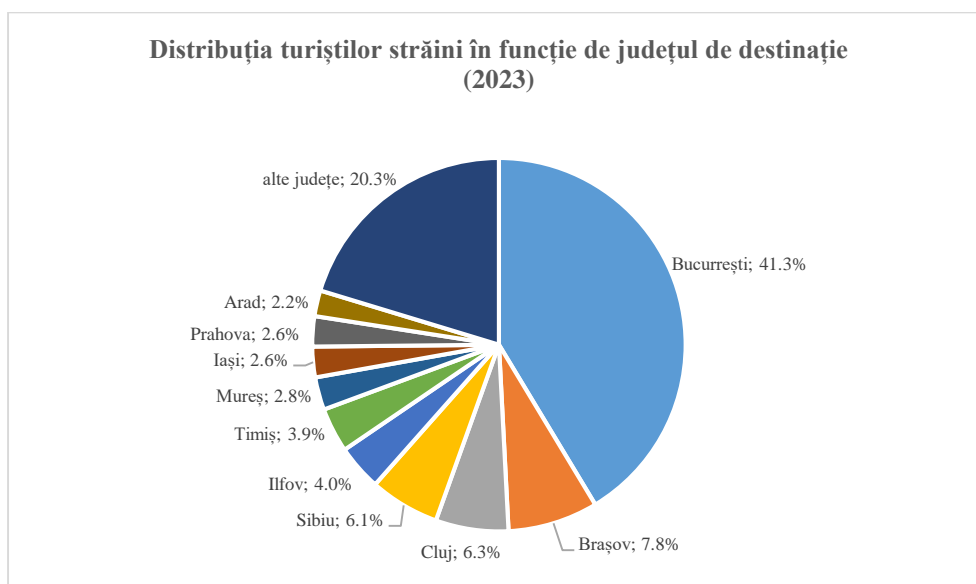
---

<sup>12</sup> INS, **Sursa:** INS, Comunicat de presă Turismul în luna decembrie, anexă ([https://insse.ro/cms/ro/comunicate-de-presa-view?field\\_categorie\\_value\\_i18n%5B0%5D=22&field\\_cuvinte\\_cheie\\_value=&created=All&items\\_per\\_page=10&page=1](https://insse.ro/cms/ro/comunicate-de-presa-view?field_categorie_value_i18n%5B0%5D=22&field_cuvinte_cheie_value=&created=All&items_per_page=10&page=1))



**Sursa:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

Municipiul București este principala destinație internațională a României, cu 869 mii de turiști în anul 2023 (41,3% din totalul sosirilor internaționale). Trei județele din Transilvania (Brașov cu 164 mii de turiști străini, Cluj cu 132 mii de turiști și Sibiu cu 127 mii de turiști) și județul Ilfov (83 mii de turiști străini) completează top 5. Aceste destinații concentrează 65,5% din totalul sosirilor internaționale.<sup>13</sup>



**Sursa:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

Caracterul sezonier afectează cel mai mult județul Constanța, unde mai bine de trei sferturi din numărul total de turiști sosiți în anul 2023 (76,4%) au călătorit în lunile de vară. În vederea asigurării unei dezvoltări sustenabile din punct de vedere economic și al protecției mediului, este necesar ca destinațiile de pe litoral să-și diversifice ofertele și să diminueze sezonalitatea.

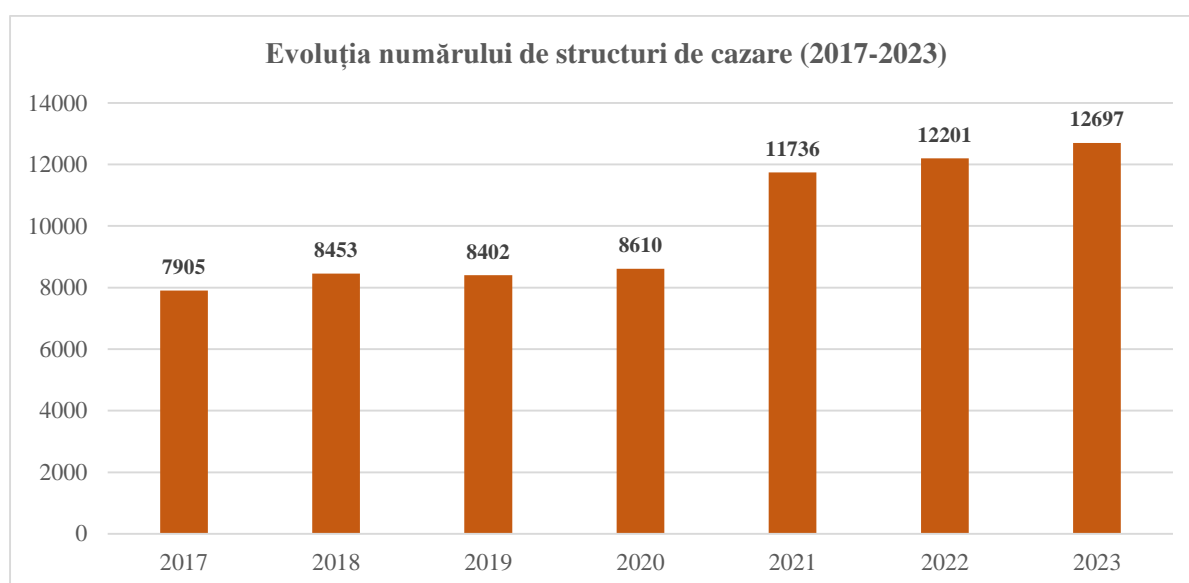
<sup>13</sup> INS, Baza de date online Tempo

Toate celelalte destinații turistice de top (București, Brașov, Cluj, Sibiu, Prahova, Bihor) prezintă un caracter sezonier mai puțin pronunțat, având în vedere că vizitele turiștilor în sezonul estival reprezintă mai puțin de 40%.

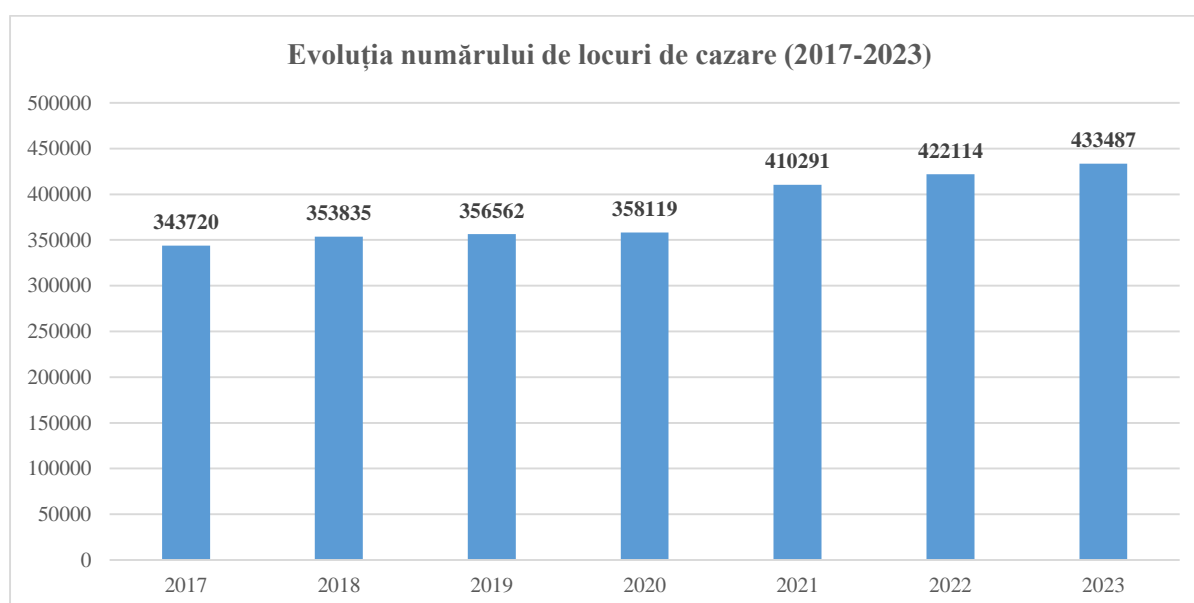
Bucureștiul, cu doar 26% dintre turiști sosiți în lunile iunie-august, demonstrează un profil turistic diferit, fiind o adevărată destinație de afaceri și city break. De altfel, se constată că în lunile mai, septembrie și octombrie au fost mai mulți turiști în București decât în lunile iunie-august.

### Structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare

Conform datelor furnizate de INS, la 31 iulie 2023, în România erau deschise 12.697 structuri, cu un total de 433.487 locuri de cazare.



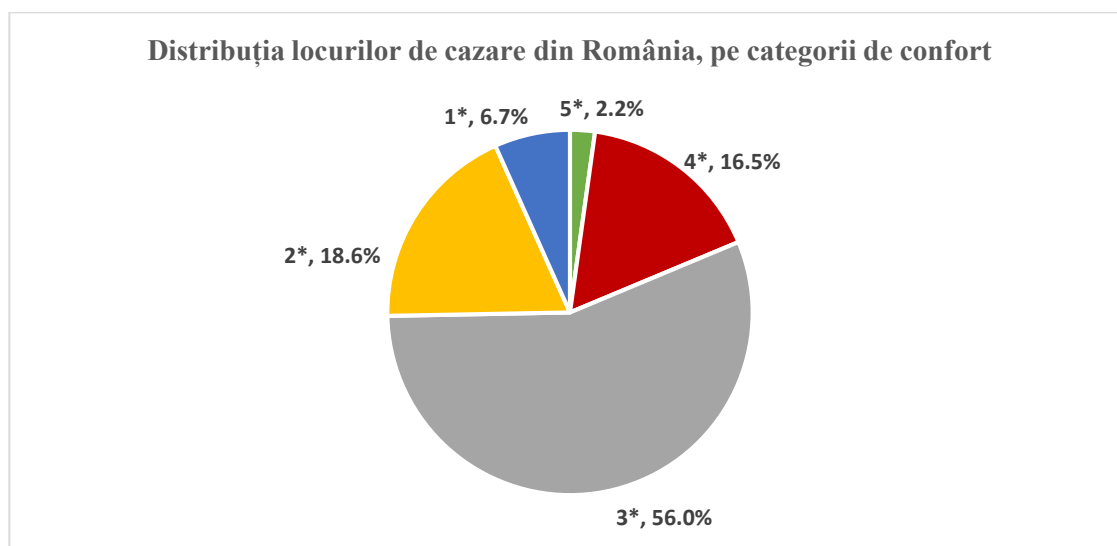
**Sursă:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)



**Sursă:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

În ultimii șapte ani, numărul de structuri de cazare a cunoscut o creștere importantă (+60,6%), de la 7.905 la 12.697 structuri de cazare. De asemenea, a crescut și numărul locurilor de cazare existente, dar evoluția acestui indicator este mult mai temperată (+26,1% în perioada 2017-2023). Trebuie totuși precizat că începând cu anul 2021, în cadrul statisticii oficiale au început să fie luate în considerare și unitățile tip „camere și apartamente de închiriat”, prin urmare, creșterea înregistrată în perioada 2021-2023 comparativ cu perioada 2017-2020 este una artificială. Un aspect pozitiv este faptul că în ultimii ani a crescut într-un ritm alert numărul de unități de mici dimensiuni, în general pensiuni turistice și agroturistice, structuri dezvoltate de localnici, atât în mediul urban, dar mai ales în mediul rural, lucru ce a contribuit la stimularea economiilor locale în multe destinații din România și la reducerea disparităților regionale.

Analizând datele extrase de pe site-ul web al Ministerului Economiei, Antreprenoriatului și Turismului, acolo unde se regăsesc structurile de cazare clasificate de această instituție, se constată o diferență mare față de datele existente în baza de date a INS, atât în privința numărului de structuri, cât și în ceea ce privește numărul de locuri de cazare. Conform acestei surse, în România există 22.411 structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare, cu 76,5% mai multe decât numărul raportat de statistica oficială, și un total de 558.859 locuri de cazare, cu 28,9% mai multe.<sup>14</sup> O bună parte din această diferență este dată de faptul că până de curând Institutul Național de Statistică nu lua în considerare unitățile tip “apartamente/camere de închiriat”, chiar dacă acestea sunt clasificate de autoritatea publică centrală cu atribuții în turism de mai mult timp.

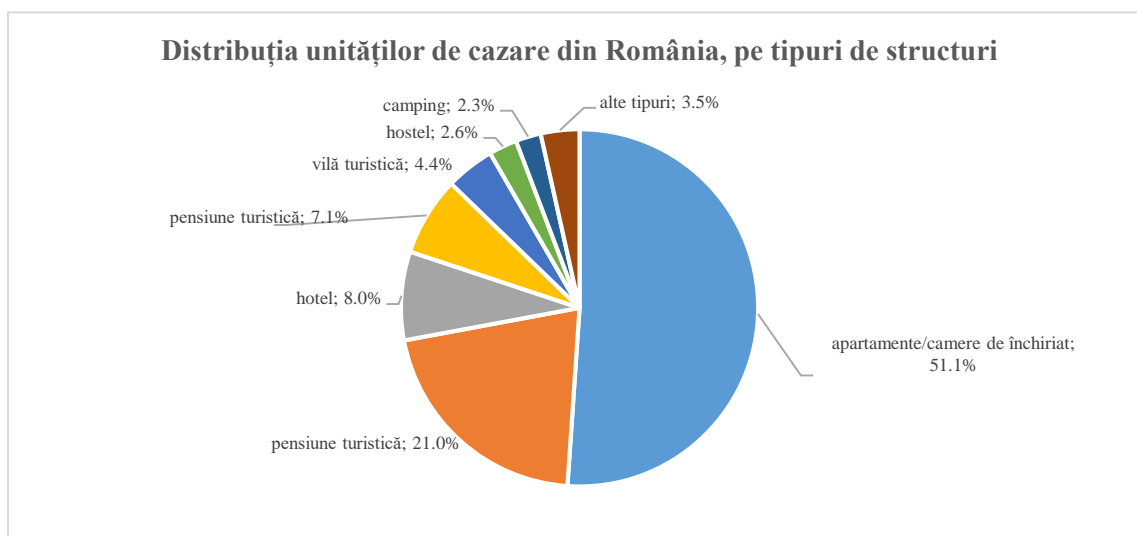


**Sursă:** baza de date MEAT cu structuri de primire turistice cu funcțiuni de cazare clasificate (<https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>). Prelucrarea datelor extrase la data de 28.11.2023

Conform datelor MEAT, din punctul de vedere al confortului, în anul 2023, mai mult de jumătate din totalul unităților și din totalul locurilor de cazare (66,4%, respectiv 56,0%) au fost încadrate la 3 stele/margarete. Ponderi însemnate sunt înregistrate la 2 stele/margarete

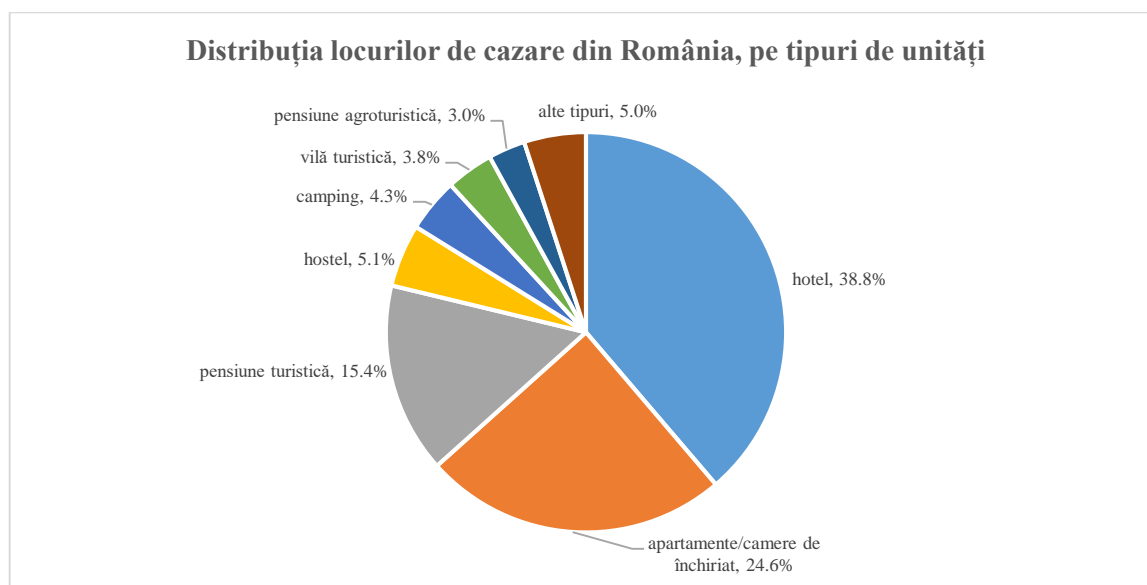
<sup>14</sup> baza de date MEAT cu structuri de primire turistice cu funcțiuni de cazare clasificate (<https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>). Date extrase la data de 28.11.2023

(19,6%, respectiv 18,6%) și la 4 stele/margarete (7,2%, respectiv 16,5%). În schimb, doar 6,7% din numărul de locuri de cazare sunt la 1 stea/margaretă și doar 2,2% la 5 stele/margarete.



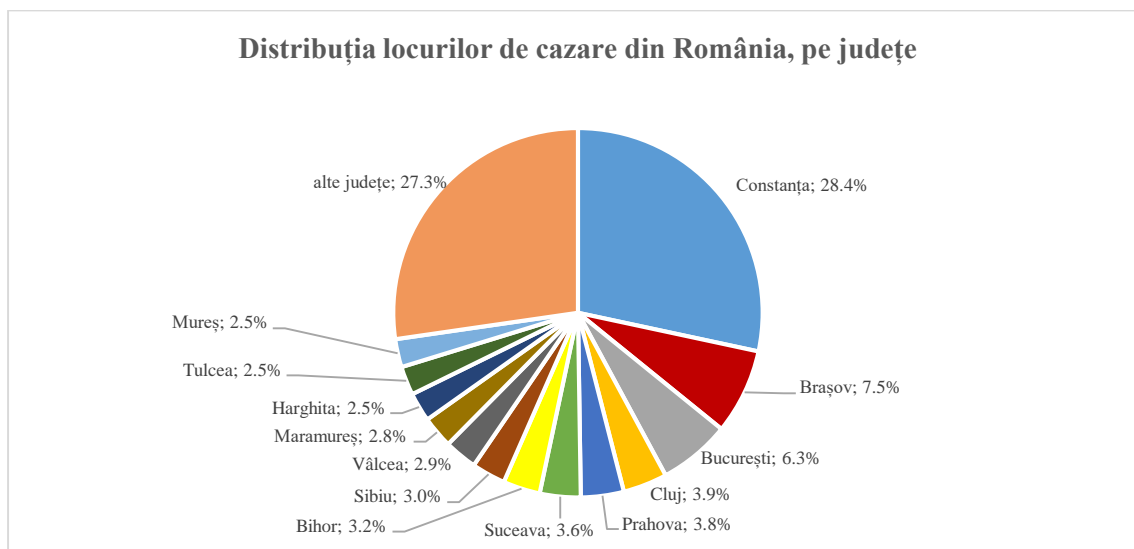
**Sursă:** baza de date MEAT cu structuri de primire turistice cu funcțiuni de cazare clasificate (<https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>). Prelucrarea datelor extrase la data de 28.11.2023

Din punct de vedere al numărului de structuri de primire cu funcțiuni de cazare, se constată faptul că mai mult de jumătate sunt apartamente și camere de închiriat (11.443 unități, 51,1%). Ponderi importante au și pensiunile (21,0% pensiuni turistice și 7,1% pensiuni agroturistice), hotelurile (1797 unități, 8,0%), vilele turistice (4,4% din numărul de structuri), hostelurile (2,6%), campingurile (2,3%). Pe de altă parte, în ceea ce privește locurile de cazare, ponderea cea mai însemnată este consemnată la categoria hoteluri (38,8%).



**Sursă:** baza de date MEAT cu structuri de primire turistice cu funcțiuni de cazare clasificate (<https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>). Prelucrarea datelor extrase la data de 28.11.2023

Hotelurile (38,8%), apartamentele și camerele de închiriat (24,6%), pensiunile turistice și agroturistice (18,4% cumulativ), hostelurile (5,1%), structurile tip camping (4,3%), vilele turistice (3,8%) au, de asemenea, ponderi importante în ceea ce privește numărul de locuri de cazare.



**Sursă:** baza de date MEAT cu structuri de primire turistice cu funcțiuni de cazare clasificate (<https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>). Prelucrarea datelor extrase la data de 28.11.2023

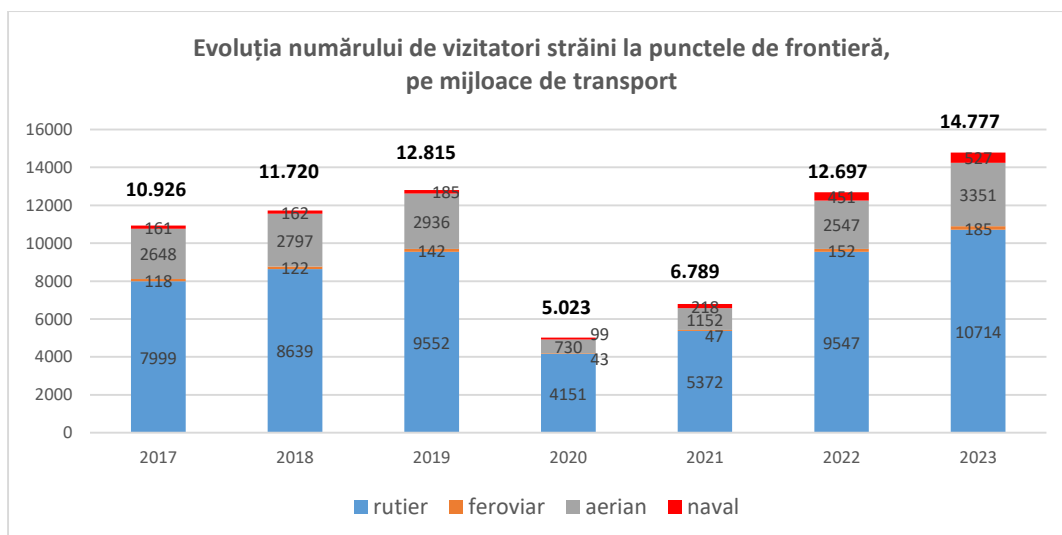
42,2% din capacitatea de cazare existentă din România, măsurată în număr locuri de cazare este concentrată în trei județe (28,4% în Constanța, 7,5% în Brașov și 6,3% în București). Ponderi importante ale numărului de locuri de cazare s-au înregistrat și în județele Cluj (3,9%), Prahova (3,8%), Suceava (3,6%), Bihor (3,2%), Sibiu (3,0%), Vâlcea (2,9%), Maramureș (2,8%), Mureș, Harghita și Tulcea (câte 2,5%).

## Turismul și infrastructura de transport

Deși infrastructura de transport din țară s-a îmbunătățit, aceasta rămâne deficitară și afectează în mod negativ turismul românesc. Aceste constrângeri pot fi atribuite calității scăzute a infrastructurii rutiere, sistemelor de transport limitate și absenței aplicațiilor digitale de planificare a călătoriei, precum și lipsei de continuitate a infrastructurii de transport feroviar TEN-T (Transportul Trans-European) între estul și vestul țării. Mai mult, procesul de modernizare a căilor ferate este lent și România se clasează pe ultimul loc în Europa în ceea ce privește calitatea infrastructurii feroviare.

În anul 2023, 75,2% din numărul total de sosiri internaționale în România au fost realizate pe cale rutieră, 20,1% prin aeroporturi, 3,6% pe căi navigabile și doar 1,2% pe cale ferată.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Institutul Național de Statistică, Baza de date online Tempo, ianuarie 2024



**Sursă:** INS, baza de date Tempo online (<http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>)

Sosirile de vizitatori străini prin aeroporturile din România erau pe un trend crescător înainte de pandemie (creșteri anuale de 5-6%). Din păcate, și în acest caz, pe fondul restricțiilor de circulație impuse, traficul aerian s-a redus în anul 2020 la doar 24,9% din traficul din 2019, ajungând în anul 2021 la 39,2%, iar, în anul 2022 la 86,8% din nivelul înregistrat înainte de pandemie, pentru ca în anul 2023, după o creștere cu 31,6% față de anul anterior, să fie consemnați cu 14,1% mai mulți vizitatori străini decât în anul 2019.

România, cu cele 16 aeroporturi internaționale (București - 2, Cluj Napoca, Constanța, Craiova, Brașov, Bacău, Iași, Oradea, Satu Mare, Baia Mare, Sibiu, Suceava, Târgu Mureș, Timișoara și Arad), este conectată cu aproximativ 100 de țări și peste 200 de orașe, prin intermediul a peste 1.100 zboruri pe săptămână, marea majoritate din/către destinații europene.

Portul Constanța, port maritim, cât și port fluvial beneficiază de o poziționare geografică avantajoasă, fiind situat pe coridorul de transport pan-european Rhin - Dunăre. Portul Constanța are un rol major în cadrul rețelei europene de transport intermodal. Terminalul de pasageri al Portului Constanța are o capacitate de operare de 100.000 pasageri/an și deservește atât navele maritime cât și cele de navigație pe căile de navigație interioare.

## Marketing și promovare

România este încă o destinație în mare parte nedescoperită. În ultimii ani s-au făcut eforturi pentru a construi și a consolida *brandul* de țară. În perioada 2010-2011, cu sprijinul Programului Operațional Regional, finanțat de Uniunea Europeană, Guvernul a contractat realizarea unui nou brand de țară și manual de brand „Explorați Grădina Carpaților” („*Explore the Carpathian Garden*”). Guvernul a implementat o serie de activități de promovare, inclusiv prin crearea de centre de informare turistică. Rezultatele evaluării de impact ale acestor intervenții au fost prezentate într-un raport sintetic, care precizează că strategia de brand a evoluat din punctul de vedere al calității, devenind mai coerentă și substanțială, însă nu i se poate atribui ca efect direct nicio creștere a fluxurilor turistice. Au fost realizate și studii de impact, iar rezultatele acestora au relevat nevoia semnificativa de promovare permanentă a destinației „România” și *brand*-ul aferent pe piețele externe.



Un studiu efectuat pe rețelele sociale cu privire la informațiile postate online în ultimul an a arătat că reacțiile internaționale pozitive sunt asociate adesea cu conținutul vizual (frumuseți naturale, destinații unice, experiențe autentice, cultură și natură, arhitectură și peisaje), în timp ce reacțiile negative sunt asociate știrilor politice. Concluziile arată că, deși resursele online sunt disponibile, acestea pot fi valorificate mai bine pentru a promova în continuare imaginea României și pentru a crește notorietatea țării pe piețele internaționale.

### ***Tipuri de activități turistice disponibile pe piețele interne și internaționale***

România oferă o gamă largă de experiențe turistice și are potențialul de a valorifica mult mai bine capacitatea acestora de a susține creșterea economică la nivel local, regional și central. Tipurile de activități turistice disponibile în România pot fi grupate după cum urmează:

- Natură și aventură;<sup>16</sup>
- Sporturi de iarnă și schi;
- Cultură și istorie;
- Sănătate și *wellness*;
- Mare și soare;
- *City-break*-uri;
- MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions) - turismul de întâlniri, stimulente, conferințe, expoziții;
- Gastronomie.

După analiza datelor din Indicele de Competitivitate pentru Turism și Călătorii și a domeniilor în care România are un avantaj competitiv și potențial de dezvoltare în comparație cu alte țări concurente, și având în vedere și tendințele actuale de dezvoltare a industriei turismului și a „experiențelor de vizitare”, putem concluziona că România trebuie să se concentreze pe patru segmente principale pentru a putea atrage în continuare cheltuielile mai mari din partea turiștilor străini și pentru a putea determina creșterea duratei medii a sejurului acestora în România:

- Patrimoniu cultural, turism cultural și istoric (împreună cu gastronomia);
- Natură și aventură, cuprinzând ecoturismul și turismul rural;
- Sănătate și *wellness*, cu accent pe resursele balneare bogate ale României;
- MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) - turismul de întâlniri, stimulente, conferințe, expoziții.

Prioritizarea și dezvoltarea în continuare a celorlalte trei segmente este și ea foarte importantă pentru turismul intern, care reprezintă aproximativ 80% din toate călătoriile în România:

- Soare și mare;
- Sporturi de iarnă și schi;
- *City-break*-uri (potențial ridicat de randament).

---

<sup>16</sup> ”Natură și aventură” este un tip de turism de nișă, care implică vizitarea de zone naturale relativ neatinse, adesea în locații îndepărtate și/sau rurale. ”Natură și aventură” este o combinație de activități de ecoturism, turism rural și turism activ. Ecoturismul și turismul rural adoptă principiile turismului sustenabil din punct de vedere economic, social și de mediu.

## IV.2. Definirea problemelor

Sectorul turistic beneficiază de un potențial substanțial pentru a putea aborda o parte dintre aceste provocări. Prin crearea de locuri de muncă și de oportunități economice, inclusiv pentru grupurile vulnerabile, turismul și-a demonstrat potențialul transformațional la nivel global. Se estimează că turismul contribuie la peste 10% din PIB-ul global și, la nivel mondial, generează 1 din 11 locuri de muncă. Ocuparea de către tineri a locurilor de muncă din acest domeniu este semnificativă. La nivel mondial, jumătate din forța de muncă din turism are vârste sub 25 de ani.<sup>17</sup> Industria turismului este un sector care cere multă forță de muncă și astfel permite tinerilor și femeilor să acceadă rapid pe piața muncii. În condițiile unei dezvoltări și gestionări corespunzătoare, aceste beneficii ale turismului ar putea crea mai multe locuri de muncă în zonele rurale sau pentru tineri.

Economia României se confruntă cu o serie de probleme, printre care șomajul în rândul tinerilor și disparitățile economice între mediul rural și cel urban. Șomajul rămâne la un nivel ridicat în rândul tinerilor din România. Dintre cele 42 de județe ale țării, 18 sunt considerate a fi rămase în urma altora, cu un PIB pe cap de locuitor mai mic de 75% din media națională. Disparitățile cu privire la standardele de viață între zonele urbane și cele rurale sunt evidente: decalajul între veniturile din mediul urban și cele din mediul rural, este al doilea cel mai ridicat din UE, venitul mediu în urban fiind cu aproape 50% mai ridicat decât venitul mediu în rural<sup>18</sup>.

Turismul în România se confruntă cu două mari provocări: mai întâi, turiștii străini care vizitează în prezent România nu cheltuiesc suficient (conform potențialului) la nivelul destinației și în al doilea rând, nu sunt atrași suficienți turiști care au posibilitatea și dispoziția de a cheltui mai mult la nivelul destinației (turiști cu bugete mari pentru cheltuieli în destinație).

Principalii factori determinanți imediați pentru provocările de mai sus sunt:

- Turiștii care vizitează acum România nu cheltuiesc suficienți bani din cauza: (a) destinațiilor turistice insuficient dezvoltate sau cunoscute și a dificultăților în a le accesa; (b) a oportunităților insuficiente de consum turistic (care să fie și ușor de găsit) în ciuda fondurilor personale disponibile în acest sens; și din cauza (c) calității necompetitive a experiențelor și a serviciilor disponibile la destinație;
- Numărul insuficient de turiști dispuși să cheltuiască mai mult, din cauza capacității limitate de dezvoltare de politici publice în domeniul turismului, a segmentării inadecvate a pieței și a vizibilității reduse a țării în străinătate.

Fiecare dintre acești factori determinanți sunt abordați astfel:

- A. **Destinații turistice insuficient dezvoltate și greu accesibile**, inclusiv drumuri de acces inadecvate către destinațiile și siturile turistice, sistem de transport pe cale ferată în interiorul țării nesigur și limitat, oportunități limitate de deplasare cu bicicleta în interiorul țării, lipsa informațiilor cu privire la serviciile de transport disponibile pentru turiști și panouri informative și semnalizare turistică necorespunzătoare pentru drumuri.
- B. **Oportunități insuficiente (și care să fie ușor de identificat) de consum turistic**. În ciuda existenței unui număr mare de obiective turistice semnificative, acestea nu sunt

<sup>17</sup> Consiliul Mondial pentru Călătorii și Turism - <https://www.wttc.org/>

<sup>18</sup> <http://documents.worldbank.org/curated/en/954721529638270108/Romania-Country-partnership-framework-for-the-period-FY19-FY23>

valorificate la adevăratul potențial, iar posibilitățile de cheltuire a banilor sunt limitate. Acest fapt poate fi cauzat în mare parte de sprijinul antreprenorial limitat și de slaba finanțare acordată sectorului privat pentru cooperare, inovare, modernizare și crearea de noi activități și oferte în vederea generării de oportunități de cheltuire a banilor. România este încă în urmă față de restul regiunii în ceea ce privește dezvoltarea turismului, iar accelerarea procesului de reducere a decalajelor față de țările învecinate prin soluții inovatoare și noi modele de a oferi și de a consuma experiențe de călătorie va fi deosebit de importantă. O nouă tendință la nivel global, în special în Europa, este stimularea antreprenoriatului, iar înființarea de noi companii reprezintă o caracteristică a principalilor actori din industria de turism la nivel mondial. Prin promovarea oportunităților de afaceri în parteneriat, România își poate stimula oferta turistică și își poate dezvolta creativitatea, utilizarea sustenabilă a resurselor și proiectele de colaborare. În acest sens, alți factori cu impact asupra aspectelor de mai sus sunt dezechilibrele înregistrate la nivelul cadrului normativ ce reglementează demararea și dezvoltarea unei afaceri în turism, precum și lipsa unui dialog semnificativ între autoritățile publice și între sectorul public și cel privat.

- C. **Calitate necompetitivă a experiențelor și serviciilor la nivelul destinațiilor.** Chiar și în situația în care la nivelul unei destinații există oportunități de a cheltui, de obicei calitatea ofertelor asociate acestor oportunități este necompetitivă. Cauzele sunt multiple, printre cele mai importante fiind dezvoltarea și gestionarea deficitară a obiectivelor și a atracțiilor turistice, inclusiv comercializarea și conservarea defectuoase ale acestora. Mai puțin de 20% din monumentele de patrimoniu cultural se află într-o stare bună sau medie de conservare, restaurarea lor corectă și conservarea lor fiind prioritare. Patrimoniul cultural bogat al României poate fi folosit mai bine în scopuri turistice. Turiștii pot să beneficieze de pe urma unei mai bune capacități de dezvoltare și management a produselor turistice (o prezență digitală mai bună, tururi ghidate în mai multe limbi, tururi digitale, documentare, cafenele, magazine de suveniruri și pachete de tururi pentru destinații aflate în proximitatea locului din România unde au ajuns turiștii). Creșterea calității managementului și a serviciilor poate să aducă mai multe venituri la nivelul atracțiilor și destinațiilor, făcându-le să devină mai sustenabile din punct de vedere financiar. Deși muzeele se confruntă cu provocări în toată lumea, există încercări de a re poziționa muzeele și de a le transforma în instituții educaționale, care să atragă diverse categorii de public și să pună la dispoziție spații pentru diverse evenimente (săli multifuncționale). România are câteva exemple de performeri de top în acest domeniu, iar alte astfel de exemple pot fi identificate și în continuare. Generațiile mai tinere părăsesc zonele rurale. Ca urmare, meșteșugurile tradiționale și folclorul dispar, iar peisajul rural autentic își pierde identitatea. Toate acestea necesită o atenție deosebită din partea Guvernului. Există un număr limitat de programe adaptate și de oportunități de finanțare pentru promovarea meșteșugurilor tradiționale, a folclorului și a oportunităților de afaceri în zonele rurale. De asemenea, revitalizarea și reabilitarea centrelor istorice ale orașelor și a fațadelor clădirilor, mai ales dacă ele aparțin patrimoniului cultural, precum și reabilitarea și extinderea zonelor pietonale aflate în destinațiile turistice și în centrele regionale, unde turiștii pot să înnopteze, ar trebui să reprezinte o prioritate de intervenție, dar și de finanțare. În prezent, legislația nu permite utilizarea fondurilor publice pentru reabilitarea fațadelor, acestea fiind considerate proprietate privată. Acest aspect trebuie modificat, deoarece fațadele au valoare publică și joacă un rol esențial în dezvoltarea turismului în țări precum România, unde patrimoniul cultural reprezintă un avantaj competitiv. Calitatea serviciilor oferite este afectată în mod direct de aptitudinile celor care lucrează în

sector. Comisia Europeană <sup>19</sup>estimează că aproximativ 9% dintre absolvenții de liceu și de facultate aleg să lucreze în sectorul turistic. Mare parte din tinerii absolvenți din România preferă să-și găsească un loc de muncă în străinătate. O altă problemă care afectează calitatea experiențelor turistice în cadrul destinațiilor și reduce atractivitatea destinației este cea a volumului mare de deșeuri generate de atât de turiști cât și de structurile de primire. Se impune o mai bună gestiune a deșeurilor la nivelul destinației, cât și educarea turiștilor și a structurilor de primire privind managementul deșeurilor, reciclarea, economia circulară.

Migrația este valabilă atât în cazul personalului de înaltă calificare, cât și în cazul celor cu calificări reduse. Angajarea în sectorul turismului în România este mai degrabă neatrăgătoare, în mare parte din cauza salariilor scăzute, a lipsei de posibilități de evoluție profesională și a condițiilor de lucru instabile, cauzate de sezonalitatea pronunțată din sectorul turistic. Mai mult, nivelul de utilizare a tehnologiei moderne în domeniu este mai degrabă scăzut. Astfel, ținând cont de acești factori, productivitatea forței de muncă este relativ scăzută.

- D. Capacitate limitată de elaborare și implementare de politici publice în domeniul turismului, lipsa unor date statistice actualizate, segmentarea inadecvată a pieței și vizibilitatea redusă a României în străinătate. Aceste neajunsuri sunt cauzate de o serie de factori printre care putem menționa lipsa unor instrumente instituționale la nivel guvernamental cu ajutorul cărora să se poată colecta și analiza seturi de date statistice relevante și actuale pentru a putea identifica segmentele de piață (interne și internaționale, pentru sezon și extrasezon) și pentru a înțelege comportamentul turiștilor și cum poate fi influențat acesta. Instrumente precum sondajele privind nivelul de satisfacție al turiștilor nu sunt utilizate în mod regulat. Lipsesc instrumentele instituționale necesare pentru monitorizarea și evaluarea rezultatelor și eficacității instrumentelor de marketing și promovare, pentru a efectua ajustările necesare. În România există numeroase entități și mecanisme implicate în marketingul și promovarea turismului, printre care autoritatea publică centrală responsabilă de dezvoltarea și promovarea turismului (în prezent, Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului), echivalente ale organizațiilor de management al destinației, canale dedicate pe rețelele sociale, centre de informare turistică și târguri de turism. Totuși, nu este clar dacă aceste instrumente și abordări creează beneficii care depășesc cheltuielile pe care le generează și dacă ele își îndeplinesc funcțiile în mod adecvat. Nu există cadre de monitorizare și evaluare a acestor instrumente, pentru a le putea evalua performanța și a face schimbările necesare pentru a asigura obținerea de beneficii maxime. Cadrul instituțional necesar pentru a obține *feedback* de la diferiții actori implicați în turism - sectorul privat, turiștii și comunitățile influențate de turism - este slab dezvoltat. Există mecanisme de dialog public-privat, însă acestea ar putea fi consolidate, astfel încât politicile dezvoltate pentru acest sector să reflecte preocupările sectorului privat. Studiile privind nivelul de satisfacție a turiștilor nu sunt realizate în mod regulat, iar în prezent nu există mecanisme de preluare a *feedback*-ului din partea comunităților cu privire la impactul turismului asupra vieții celor influențați de activitățile și politicile turistice. De asemenea, nu există nici vreun mecanism cu ajutorul căruia să se poată ajusta sectorul turistic astfel încât să poată răspunde nevoilor turiștilor la nivel național, nevoi care evoluează permanent.

---

<sup>19</sup> <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20220208-2>

## V. Principii generale

Având în vedere că resursele publice disponibile pentru investiții sunt scăzute, concurența pe diferitele piețe-sursă este acerbă și că industria turismului din România este relativ tânără în comparație cu cea din restul Europei, acțiunile, activitățile și programele elaborate pe parcursul fazei de implementare a strategiei trebuie să fie inteligente și bine direcționate.

Ca urmare, în modelarea acestei strategii s-au aplicat următoarele principii care trebuie preluate ulterior la elaborarea programelor sau în implementarea măsurilor specifice:

### **#1: Adaptarea la tendințele de dezvoltare: este necesară promovarea cu precădere a unor oferte de produse și servicii de natură să prelungească durata șederii și venitul generat per turist**

Industria turismului se află într-un proces de creștere și este influențată de numeroase tendințe care modelează societățile în general. Procesul de implementare a strategiei trebuie să țină seama de aceste tendințe și să identifice impactul probabil pe care l-ar putea avea acestea asupra serviciilor și produselor turistice disponibile la destinație. În acest sens, putem menționa factori precum apariția unor noi generații, a unor noi modele de consum, a unor noi modele de afaceri în domeniu etc.

Adaptarea la tendințe reprezintă o zonă critică pentru România, deoarece ea va determina aspecte precum îmbunătățirea colectării și analizei de date, o mai bună direcționare a investițiilor în infrastructură, definirea piețelor-țintă și alinierea strategiilor de marketing la acestea. Concentrarea pe creșterea duratei șederii și a cheltuielilor turiștilor este direct legată de creșterea veniturilor naționale din turism, dar permite și luarea unor decizii esențiale cu privire la prioritizarea investițiilor, precum și acordarea unei atenții crescute aprofundării și diversificării experienței turistice a vizitatorilor. Prin stabilirea unui indicator-cheie de performanță, cum ar fi „creșterea duratei medii a sejurului pentru turiștii străini, de la 2 la 3 zile”, devine necesară alinierea și coordonarea între regiunile țării, între sectorul public și cel privat, între eforturile de marketing și dezvoltarea de produse, precum și între diferitele ministere și agenții din cadrul guvernului.

### **#2: Turismul excesiv, un factor care trebuie avut în vedere în procesul de planificare**

Chiar dacă turismul excesiv pare a fi o problemă valabilă pentru destinațiile care se află într-o etapă avansată din ciclul lor de dezvoltare sau sunt mature, este necesară dezvoltarea inteligentă a destinației, care implică proiectarea și implementarea unui proces de natură să stimuleze dezvoltarea pe baza planificării inteligente și a unei analize atente, pe baza următoarelor principii:

- Introducerea unei abordări bazate pe impact, mai degrabă decât pe volum;
- Adoptarea unei abordări orientate pe segmentare și țintire;
- Luarea în considerare a capacității de ocupare, a gestionării fluxului de vizitatori și a limitelor de schimbare acceptabile.

### #3: Sustenabilitatea ca temă generală

Ghidurile de dezvoltare durabilă a turismului și practicile de management se aplică tuturor formelor de turism, pentru toate tipurile de destinații, inclusiv turismului de masă și diferitelor segmente de turism de nișă. Principiile de sustenabilitate se referă la aspecte de mediu, economice și socio-culturale ale dezvoltării turismului și este necesară asigurarea unui echilibru adecvat între aceste trei dimensiuni pentru a garanta sustenabilitatea sa pe termen lung.

Organizația Mondială a Turismului (OMT) sugerează trei principii esențiale pentru turismul sustenabil:

- A. Valorificarea optimă a resurselor de mediu care constituie un element-cheie în dezvoltarea turismului, menținerea proceselor ecologice esențiale și sprijinirea conservării patrimoniului natural și a biodiversității;
- B. Respectarea autenticității socio-culturale a comunităților-gazdă, conservarea patrimoniului lor cultural construit și imaterial și a valorilor tradiționale, contribuția la înțelegerea și toleranța inter-culturală;
- C. Asigurarea unor activități economice viabile pe termen lung, furnizarea de beneficii socio-economice pentru toți actorii implicați, beneficii care să fie distribuite echitabil, inclusiv în ce privește oportunitățile de angajare și de obținere a unui venit precum și stabilitatea serviciilor sociale pentru comunitățile gazdă, toate contribuind la scăderea sărăciei.

De asemenea, turismul sustenabil trebuie să mențină un nivel ridicat de satisfacție a turistului și să-i asigure acestuia o experiență semnificativă, sporindu-i gradul de conștientizare a problematicii sustenabilității și promovând practici de turism durabil în rândul turiștilor.

Criza epidemiologică generată de Covid-19 poate fi transformată într-o oportunitate pentru dezvoltarea sustenabilității, putând deschide porțile pentru noi segmente de piață. Distanțarea socială, spre exemplu, va determina o creștere a turismului în mediul rural, turismului de drumeție și ecoturismului, dar și un potențial impact asupra patrimoniului religios, patrimoniului vernacular, patrimoniului natural, turismului balnear și medical.

Acțiunile întreprinse în domeniul turismului au impact asupra dezvoltării comunităților locale, a valorificării sustenabile a resurselor materiale și umane.

### #4: Cultivarea legăturilor cu agricultura, acvacultura, industria alimentară și alte ramuri de activitate

Pentru a asigura și alte beneficii economice, procesul de implementare a strategiei naționale trebuie să faciliteze și să amplifice legăturile cu sectoare specifice precum agricultura, acvacultura, industria alimentară. Acest deziderat poate fi realizat în felul următor:

- Optimizarea aprovizionării din surse locale cu produse agricole, de acvacultură și alte alimente procesate;
- Crearea unor experiențe turistice autentice care să utilizeze tradițiile locale din agricultură, pescuit și zona culinară;
- Dezvoltarea unor produse tip „suvener” din domeniul agriculturii sau alimentelor;

- Dezvoltarea punctelor gastronomice locale.

Planificarea eficientă a dezvoltării turismului necesită o abordare la nivel național, astfel încât sectoare precum învățământul, infrastructura, dezvoltarea urbană și rurală, rețeaua rutieră etc. trebuie să fie aliniată și coordonată pentru a adăuga valoare potențială sectorului turistic. De asemenea, este important să se amplifice impactul economic al turismului, prin legătura cu alte sectoare productive ale economiei, cum ar fi agricultura, acvacultura, producția de alimente, adică acele sectoare care ar putea aproviziona furnizorii de servicii turistice; în plus, este importantă diversificarea ofertei turistice. Piețe și târguri ale fermierilor, vizite la ferme, programe de tip „de la fermă pe masă” și demonstrații ale unor tradiții culinare sunt aspecte care își au rădăcinile în economia locală și se bazează pe antreprenoriatul local, fiind asociate cu îmbunătățirea și diversificarea aptitudinilor operatorilor și fermierilor locali. România este beneficiara unor tradiții culinare deosebit de interesante, pe care le poate utiliza pentru a-și consolida marca națională, dar și ca punct de pornire pentru promovarea și marketingul prin presa gastronomică și de călătorii.

Industriile creative pot aduce aport economic consistent dacă sunt dezvoltate într-o manieră integrată, prin valorizare și promovare. Segmentele de consum ale industriilor creative reprezintă noi piețe de desfacere, pot aproviziona furnizorii de servicii turistice și pot dezvolta politici și strategii specifice în funcție de tipurile de consumatori. În acest sens, este importantă cultivarea legăturilor între turism și industriile creative, în special cu cele conexe meșteșugurilor, ce pot contribui la consolidarea mărcii naționale, la atragerea de resurse umane specializate, la revitalizarea unor zone etc. Prin urmare, considerăm că un punct important în facilitarea și amplificarea legăturilor turismului cu sectoare specifice este reprezentat și de promovarea meșteșugurilor într-o manieră contemporană, care să contribuie la dezvoltarea piețelor pentru industriile culturale creative.

Pentru diversificarea ofertei turistice, este indicat să fie alăturate activităților din agricultură, acvacultură și industria alimentară, cele meșteșugărești. Susținerea experiențelor de vizitare de către turiști a atelierelor meșteșugarilor și a tezaurelor umane vii are potențial de a crește cheltuielile turiștilor și durata de ședere a acestora, va îmbunătăți experiența vizitatorilor și va consolida centre meșteșugărești și rețele specifice, contribuind la dezvoltarea turistică regională. Încurajarea participării turiștilor la workshop-uri pentru a face obiecte cu tehnici tradiționale în cadrul unor hub-uri culturale va contribui la crearea de noi branduri românești, susținând în același timp creșterea industriilor creative ca jucător în piața economică a produselor de tipul „made in Romania” și îmbogățirea ofertei de oportunități de învățare și experiențe din cultura locală pentru turiști.

#### **#5: Constituirea cadrului pentru antreprenoriat și inovație în domeniul turismului**

România beneficiază de un ecosistem antreprenorial care poate reprezenta o sursă de soluții inovatoare pentru industria turistică. Pe baza acestuia, se poate edifica o dezvoltare orientată pe inovare, încurajându-se:

- Elaborarea unor soluții inovatoare și inteligente la unele probleme recunoscute din domeniul turismului românesc;
- Atragerea tinerilor în industria turismului;

- Accelerarea procesului de creare de noi locuri de muncă;
- Obținerea unui avantaj competitiv pe baza unor soluții inovatoare și inteligente în domeniu.

România încă se află în urma celorlalte țări din regiune din punctul de vedere al dezvoltării turismului și va fi important ca acest proces să se accelereze, prin soluții inovatoare și prin modele noi în a oferi și a consuma experiențe de călătorie. În conformitate cu tendințele globale, mai ales cele care se manifestă în Europa, stimularea antreprenoriatului și înființarea unor noi societăți comerciale reprezintă o caracteristică a jucătorilor principali din industria globală a turismului. Jucători mari - precum TripAdvisor, Airbnb, Booking.com și Skift - investesc în acceleratoare și caracteristici menite să susțină inovațiile în acest domeniu. România a dezvoltat o industrie IT competitivă, care a motivat companii multinaționale de top din domeniul tehnologiei să deschidă birouri locale și să creeze condiții favorabile pentru succesul numeroaselor IMM-uri locale. Pe lângă beneficiile existente din punctul de vedere al cererii, oferta turistică în România poate și ea să genereze beneficii în urma unor parteneriate eficiente construite la nivel destinațiilor, prin structurile OMD aflate în curs de înființare, precum și prin rețelele sociale și platformele media digitale.

În același timp, un număr important de soluții inovatoare, atât în privința dezvoltării politicilor din domeniu, cât și a dezvoltării și gestionării destinațiilor turistice și a infrastructurii de acces, pot fi determinate prin dezvoltarea activităților de cercetare dedicate domeniului, susținute prin programe lansate de ministerul de resort și derulate de instituții specializate.

Pentru turism și sectorul IT, patrimoniul cultural și patrimoniul natural reprezintă o sursă importantă de inspirație, creativitate și inovare, cu potențial bogat pentru crearea de servicii inovative pentru soluții la probleme (digitalizarea informației, exploatarea celor mai recente tehnologii de realitate virtuală, conectarea unor platforme tematice etc.). În acest sens, sectorul patrimonial poate aduce o contribuție consistentă pentru obținerea unui avantaj competitiv. Un punct important de luat în considerare sunt platformele dedicate diferitelor tipuri de patrimoniu imobil, imaterial sau natural, unde există deja informație actualizată, acestea fiind rezultatul atragerii unor fonduri europene. Platformele pot fi conectate pentru promovarea regională și constituie informația din tehnologia modernă pentru a crea experiențe de călătorie autentice, de cele mai multe ori în zone slab dezvoltate. Nu în ultimul rând, soluțiile inovatoare în domeniu (de exemplu tehnici de storytelling în prezentarea patrimoniului, prezentarea unor modele 3D ale unor obiecte muzeale, școli de vară etc.) pot susține cu succes atragerea de turiști, creșterea nivelurilor educaționale și antreprenoriale, personalizarea experiențelor de călătorie etc.

#### **#6: Capacitatea de adaptare la schimbările climatice, un factor esențial care trebuie avut în vedere pentru investițiile propuse**

Atunci când sunt elaborate diverse programe și activități, trebuie avute în vedere și implicațiile schimbărilor climatice asupra sectorului turistic, soluțiile adoptate trebuind să țină seama de aceste implicații și să asigure un nivel de reziliență sporit, oferind alternative la activitățile turistice de bază.



De asemenea, punerea în aplicare a soluțiilor identificate ar trebui să vină și în sprijinul îndeplinirii scopurilor ambițioase de dezvoltare a turismului în moduri care reduc la minimum amprenta de carbon, prin detașarea de modele tradiționale și prin încurajarea unor moduri noi de a crea și de a furniza experiențe care să sprijine eliminarea presiunilor asupra mediului.

#### **#7: Asigurarea unei abordări graduale în ceea ce privește investițiile, pe baza unor evaluări realiste ale gradului de pregătire a pieței**

La implementarea strategiei, este important să se aibă în vedere gradul de pregătire a diferitelor regiuni pentru primirea turiștilor din segmentele dorite; este necesară clasificarea regiunilor din punctul de vedere al gradului lor de pregătire pentru satisfacerea cererii de pe piață și al nevoilor de investiții corespunzătoare, astfel: zone care necesită o dezvoltare imediată, zone care necesită dezvoltare pe termen mediu și zone care necesită dezvoltare pe termen lung. Acest tip de abordare va asigura maximizarea rezultatelor din punctul de vedere al generării de venituri într-o perioadă de timp relativ scurtă, pe măsură ce sunt implementate investițiile pe termen mediu și lung.

Pentru reușita acestei strategii este esențial ca măsurile propuse să se transpună în activități realiste și să fie susținute de o analiză și o monitorizare continue. Etapizarea eforturilor de investiții și dezvoltare trebuie să se bazeze pe analiza ofertelor existente, pe experiențe turistice gata sau aproape gata să fie introduse pe piață, precum și pe active care au potențialul de a deveni produse/atracții de natură să atragă segmentele de piață avute în vedere. Turiștii sunt atrași de experiențe și atracții-cheie, dar au nevoie și de o serie de servicii conexe, astfel încât este necesar să se evalueze în mod detaliat cât de pregătite sunt destinațiile turistice să primească și să îndeplinească nevoile turiștilor vizai<sup>20</sup>. Cu alte cuvinte, trebuie avute în vedere disponibilitatea și calitatea atracțiilor, starea actuală a dotărilor publice și private și a serviciilor conexe (inclusiv infrastructura de vizitare, serviciile ghizilor, serviciile de interpretare, serviciile din domeniul ospitalității (HORECA), servicii medicale și de siguranță etc.), accesibilitatea, disponibilitatea și calitatea forței de muncă, imaginea și caracterul general al locului/destinației și relevanța nivelului de prețuri.

#### **#8: Aplicarea unor tactici relevante pentru accesul pe piețele-țintă**

Vor fi luate în considerare tacticile de acces pe piață, care sunt relevante pentru piețele-țintă avute în vedere. Pentru piețele-sursă care trimit în mare parte turiști independenți, atenția ar trebui să se concentreze pe canale de comunicare directă și pe campanii care nu necesită prezența fizică în acele țări. Pentru piețele care se bazează pe facilitarea de servicii de către agențiile turoperatoare, ar putea fi necesară explorarea țării de origine a agențiilor care au cele mai multe șanse să deservească piețele avute în vedere. Acest lucru se poate traduce prin prezența fizică în destinații în care există o concentrare mare a unor astfel de agenții turoperatoare și/sau unde există întâlniri și evenimente profesionale frecvente în domeniul turismului.

---

<sup>20</sup> Organizația Mondială a Turismului (2017). Ghid practic pentru gestionarea destinațiilor turistice.

## #9: Implementarea unei abordări strategice inteligente

Atracțiile existente și cele potențiale trebuie aliniate cerințelor turiștilor care sunt motivați de posibilitatea explorării acestora. Date fiind resursele sale, România poate avea succes atât în cazul turiștilor individuali, cât și a turiștilor veniți în grupuri organizate, care optează pentru activități de explorare activă a naturii și a culturii și care caută să interacționeze cu locul vizitat (exploratori activi independenți și exploratori activi organizați). În acest sens, vor fi vizitați exploratorii activi, precum:

- Turiști interni;
- Turiști regionali;
- Turiști internaționali care deja se află în regiune;
- Exploratori activi din Europa de Est, Centrală, Occidentală și de pe alte piețe de mare prioritate, care au conexiuni bune prin zboruri directe.

O abordare inteligentă a activităților de marketing și promovare necesită concentrarea eforturilor financiare și decizionale pe piețele-țintă care prezintă cea mai mare probabilitate de a genera cel mai mare profit în urma investițiilor efectuate. Ca urmare, activitățile și măsurile de marketing și promovare trebuie planificate cu mare atenție, ținându-se cont de factori precum tendințele în turism și tiparele comportamentale, segmentarea și nivelurile de satisfacție, toate susținute în mod coerent printr-o strategie de marketing dedicată și ulterior, un plan operațional. La elaborarea unei strategii sau a unei activități menite să mărească vizibilitatea țării în străinătate pot fi luați în calcul următorii factori generali:

- Conectivitatea - disponibilitatea zborurilor directe este un factor important care afectează numărul de sosiri în destinație. Raportul Organizației Mondiale a Turismului (OMT) sugerează că îmbunătățirea conectivității pe calea aerului are efecte pozitive asupra turismului. Rute de zbor directe, linii aeriene low-cost și un marketing bine direcționat și agresiv al produselor de transport aerian au avut ca rezultat, de obicei, creșteri mari ale numărului de sosiri ale turiștilor la destinațiile vizate;
- Reglementările cu privire la vize - opinia generală este că restricțiile aferente regimului vizelor reduc aflusul de turiști către o anumită destinație. Studiile arată că impactul reglementărilor privind regimul vizelor are ca rezultat un număr scăzut de sosiri și că mulți turiști evită destinațiile în care este nevoie de viză. România a trecut la platforma e-visa, ceea ce ar trebui să simplifice procedura (nu este necesară vizita la secția consulară, timpi de așteptare reduși etc.). Însă percepția turiștilor s-ar putea să rămână aceeași. În sensul acestei observații, cerința cu privire la vize a fost considerată un factor care împiedică atragerea unui număr mai mare de vizitatori;
- Numărul de turiști și contribuția cheltuielilor la piața globală și tendințele de dezvoltare din ultimii 10 ani. Pentru a evalua tendința turismului generat de piețele-sursă avute în vedere trebuie să se țină seama atât de creșterea numerică, cât și de valorile totale.

## **#10: Valoarea socială, culturală și turistică a fondului istoric construit**

Este nevoie de o înțelegere mai largă asupra a ceea ce constituie patrimoniu cultural, material și imaterial, care să meargă dincolo de acele obiecte și practici care beneficiază de protecție juridică și sunt înscrise în liste, registre și/sau repertorii naționale. În particular, trebuie avut în vedere fondului construit istoric, constituit din imobile cu vechime mai mare de 100 de ani, dar care nu se regăsesc în inventarele naționale sau internaționale precum *Lista monumentelor istorice*, realizată și publicată periodic de către *Institutul Național al Patrimoniului*, *Lista patrimoniului cultural și natural mondial*, precum și *Lista patrimoniului cultural mondial în pericol*, elaborate de *UNESCO*. Acest fond construit istoric reprezintă o valoare culturală incontestabilă, ce crește totodată atractivitatea și valoarea spațiilor urbane și rurale și are un impact direct asupra destinațiilor turistice.

## **#11: Calitatea în restaurare**

Interesul și recunoașterea relevanței patrimoniului cultural în context românesc și european a constituit un punct important pe agenda Președinției României la Consiliul Uniunii Europene din primul semestru al anului 2019, care a inclus printre priorități valorificarea patrimoniului european și dezvoltarea sectoarelor culturale și creative. În acest sens, a fost accentuată importanța prezervării patrimoniului cultural prin asigurarea unor standarde înalte de calitate în conservarea acestuia și în intervențiile în domeniu. Acest lucru este în concordanță cu recomandările elaborate de către Grupul European de Lucru pentru Competențe, Formare și Transfer de Cunoaștere, reunite sub titlul "European Quality Principles for EU-funded Interventions with potential impact upon Cultural Heritage". *Concluziile Consiliului cu privire la Planul de lucru în domeniul culturii pentru perioada 2019-2022 (2018/C460/10)* stabilesc durabilitatea patrimoniului drept prioritate la nivel european, cu accentul pus pe definirea și asigurarea principiilor de calitate pentru intervențiile din domeniul patrimoniului cultural.

Calitatea intervențiilor asupra monumentelor istorice este un factor important atât din perspectiva durabilității patrimoniului cultural, cât și atractivității destinațiilor turistice.

## **#12: Implementarea bazată pe încredere reciprocă, înțelegere și un nivel ridicat de participare**

Participarea părților interesate, încrederea reciprocă și înțelegerea proceselor constituie elementele esențiale pentru implementarea cu succes a strategiei. Fiecare reprezentant, grup, asociație sau persoană reprezentantă a sectorului public sau privat care este afectată de implementarea strategiei sau care influențează această implementare este considerată a fi parte interesată și trebuie să aibă ocazia să participe la procesul de implementare.

## **# 13: Dezvoltarea unui turism accesibil**

Persoanele cu dizabilități au nevoi speciale de acces, pentru o viață independentă și participarea în condiții egale cu ceilalți la orice activitate turistică. În acest sens, facilitățile specifice trebuie să fie accesibile și persoanelor cu nevoi speciale. Este nevoie de dezvoltarea

și promovarea unui turism accesibil, care să elimine barierele cu care se confruntă aceste persoane.

Promovarea turismului accesibil contribuie la dezvoltarea pieței serviciilor destinate persoanelor cu dizabilități, piață care este într-o continuă creștere.

Investițiile și acțiunile prevăzute în Strategia Națională a României pentru dezvoltarea turismului 2024 – 2035 vor promova incluziunea persoanelor cu dizabilități, elemente de accesibilitate a mediului fizic, informațional și comunicațional, conform definiției prevăzută la art.5 punctul 2 din Legea 448/2006 privind protecția și promovarea drepturilor persoanelor cu handicap, cu modificările și completările ulterioare, cu respectarea cadrului legislativ privind protecția drepturilor persoanelor cu dizabilități.

Se vor avea în vedere prevederile art. 21, precum și ale Cap IV – Accesibilitate din Legea 448/ 2006 privind protecția și promovarea drepturilor persoanelor cu handicap, cu modificările și completările ulterioare, precum și Obiectivul specific 2 – Creșterea accesului persoanelor cu dizabilități la activități sportive și de recreere și turism din cadrul Obiectivului general 8 – Participare Politică și Publică, prevăzut în Strategia Națională privind drepturile persoanelor cu dizabilități, “O Românie echitabilă” 2022 – 2027.

## VI. Obiective generale și specifice

Strategia de Dezvoltare a Turismului din România se structurează în jurul unei teorii a schimbării, care reprezintă o descriere cuprinzătoare a motivelor pentru care se preconizează o schimbare dorită, precum și o descriere și o ilustrare ale modului în care se va implementa schimbarea. În general, teoria se concentrează pe identificarea și detalierea a ceea ce a fost descris ca fiind „veriga lipsă” între ceea ce face o strategie (activitățile sau intervențiile acesteia) și modul în care acestea susțin obținerea rezultatelor dorite.

Turismul poate contribui în mod semnificativ la îndeplinirea a **trei obiective de dezvoltare prioritare**:

- generarea de venituri,
- crearea unor locuri de muncă și
- atragerea unor intrări de valută cu efect pozitiv pentru balanța de plăți națională.

În acest sens, sectorul turistic poate juca un rol important ca promotor al dezvoltării economice. Impactul pe care acest sector îl poate avea la diferite niveluri de dezvoltare economică poate fi semnificativ, dacă este gestionat corespunzător. Având în vedere complexitatea consumului turistic, impactul său economic este resimțit pe deplin în alte sectoare productive, contribuind la îndeplinirea scopurilor de dezvoltare accelerată.

În urma unui proces amplu de consultare și documentare pe baza datelor statistice actuale, au fost prioritizate cele **trei provocări sistemice** asupra cărora dezvoltarea turistică poate avea un impact pozitiv în România, după cum urmează:

### 1. Reducerea ratei mari a șomajului în rândul tinerilor;

Rata șomajului în rândul tinerilor în România s-a situat la 22,3% în luna august 2023, o valoare mai mare decât media UE, de 14,0%.<sup>21</sup>

Turismul a demonstrat că poate fi un instrument transformațional, întrucât contribuie la crearea de locuri de muncă și de oportunități economice. La nivel global, o persoană din unsprezece își are locul de muncă în domeniul turismului. Numărul tinerilor angajați în sectorul turistic este semnificativ. Jumătate dintre cei angajați în sectorul turistic la nivel mondial au sub 25 de ani<sup>22</sup>. Industria turismului are nevoi sporite de forță de muncă și permite tinerilor și femeilor o intrare facilă în câmpul muncii. Dezvoltate și gestionate corespunzător, aceste beneficii pot aduce mai multe locuri de muncă în zonele rurale și pot crea locuri de muncă pentru cei tineri.

### 2. Atenuarea disparităților accentuate între mediul urban și rural cauzate de lipsa unor oportunități economice;

Provocările privind incluziunea socială în România sunt eminent legate de zona rurală, dat fiind că 70% din persoanele aflate în pragul sărăciei locuiesc în zone rurale. În contextul unei transformări structurale nefinalizate și în condițiile în care aproximativ 45% din populația țării locuiește în mediul rural, nivelul sărăciei din mediul rural depășește cu 20%

<sup>21</sup> <https://www.statista.com/statistics/266228/youth-unemployment-rate-in-eu-countries/>

<sup>22</sup> Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor/World Travel & Tourism Council - <https://www.wttc.org/>

nivelul sărăciei din mediul urban<sup>23</sup>. În consecință, regiunile sărace din România sunt acelea unde se regăsește cel mai mare volum de populație săracă. Această dualitate accentuată este o manifestare a șanselor inegale și a accesului inegal la piețe, fără echivalent la nivelul vreunui stat din Uniunea Europeană: disparitățile constatate la nivelul resurselor financiare investite (mai ales în ceea ce privește capitalul uman) și la nivelul mai multor factori care influențează randamentul acestora, contribuie la amplul decalaj social și regional. Disparitatea dintre nivelul de trai din zonele rurale și cel din zonele urbane este frapantă. Decalajul urban-rural la nivelul câștigului salarial mediu nominal net este al doilea ca mărime din Uniunea Europeană, salariul mediu nominal în mediul urban fiind cu aproape 50% mai mare decât cel din mediul rural. Ratele de sărăcie înregistrate la nivelul regiunilor variază semnificativ, cele ale județelor din Nord-Estul României fiind de aproape 10 ori mai mari decât cea din București. Pentru a contracara consecințele depopulării și ale îmbătrânirii populației, cauzate în principal de migrația în străinătate a populației active, este imperativ ca România să depună eforturi pentru creșterea egalității de șanse, între grupuri și regiuni, pentru sprijinirea îmbunătățirii semnificative a nivelului de trai și pentru crearea unui cerc virtuos al creșterii și dezvoltării incluzive. România este beneficiara unui potențial semnificativ în ceea ce privește turismul rural, ecoturismul și turismul balnear/medical. Astfel de forme de turism se întâlnesc adesea în zonele rurale. Având în vedere decalajul crescând dintre mediul rural și cel urban, România suferă de pe urma lipsei investitorilor locali, a inovației în generarea de produse locale pentru turiști, a investițiilor în infrastructură și echipamente publice. Turismul poate fi un catalizator de revitalizare a activităților economice în zonele rurale și izolate, poate contribui la dezvoltarea economiei locale și regionale, având ca rezultat creșterea duratei medii a sejurului și majorarea cheltuielilor medii ale turiștilor interni și internaționali, în beneficiul comunităților locale.

### 3. Creșterea contribuției turismului în economie.

România are un potențial mare de atragere a turiștilor internaționali și de creștere a ponderii turismului în economie.

Au fost identificate patru forme de turism în România care dispun de avantaj competitiv în vederea dezvoltării sectorului la nivel internațional:

- (1) Patrimoniul cultural, turism cultural și istoric (împreună cu gastronomia);
- (2) Natură și aventură, cuprinzând ecoturismul și turismul rural;
- (3) Sănătate și *wellness*, cu accentul pus pe resursele balneare bogate ale României;
- (4) MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) - turismul de întâlniri, stimulente, conferințe, expoziții.

Analiza datelor de la Eurostat și a indicelui de competitivitate în turism al Forumului Economic Mondial arată că performanțele României sunt scăzute la nivelul majorității indicatorilor legați de turism și călătorii. Industria are nevoie de maturitate pentru a atrage turiști care cheltuie bugete peste medie în destinație, astfel crescând contribuția turismului la

---

<sup>23</sup> <http://documents.worldbank.org/curated/en/954721529638270108/Romania-Country-partnership-framework-for-the-period-FY19-FY23>

PIB. Mai mult decât atât, turismul poate fi valorificat ca factor catalizator important al dezvoltării activităților economice, al promovării diversității, generând creștere și în alte sectoare (precum agricultura, de exemplu).

Pentru a răspunde problematicii sistemice, strategia stabilește **două obiective strategice** generale care pot fi sprijinite prin dezvoltarea turismului și care la rândul lor contribuie la dezvoltarea socio-economică a comunităților locale:

1. Sprijinirea creării de locuri de muncă în comunitățile locale, inclusiv pentru grupurile vulnerabile, precum femeile, tinerii și persoanele din mediul rural, prin dezvoltarea sustenabilă a turismului;
2. Creșterea ponderii turismului în economie.

Pentru a determina eficacitatea și succesul implementării strategiei la nivel sistemic, obiectivele strategice naționale sunt susținute de **indicatori de impact**. Aceștia fac referire la măsuri fundamentale, generale, care vor ajuta la determinarea gradului de reușită al implementării strategiei din perspectiva dezvoltării turismului. Țintele pentru fiecare indicator prezentat sunt listate în *Capitolul VIII: Rezultatele așteptate*.

1. Creșterea încasărilor din turism;
2. Creșterea cheltuielii medii per turist;
3. Creșterea numărului turiștilor străini;
4. Creșterea duratei medii a sejurului turiștilor din piețele-țintă;
5. Creșterea numărului de locuri de muncă nou create.

Ținând cont de obiectivele strategice naționale și indicatorii de impact indicați mai sus, strategia face tranziția operațională către domeniul pur turistic, legând acești indicatori de o viziune de dezvoltare turistică care generează direcții de acțiune, care, la rândul lor, determină seriile de activități menite să sprijine dezvoltarea sectorului pentru a îndeplini obiectivele strategice naționale și pentru a atinge indicatorii de impact, având în vedere viziunea:

„Până în 2035, România va fi o destinație turistică bine cunoscută, de înaltă calitate, disponibilă pe parcursul întregului an, valorificând unicitatea patrimoniului său cultural și natural și oferind servicii la standarde internaționale”.

Strategia definește apoi două provocări specifice domeniului turistic de natură să împiedice îndeplinirea obiectivelor strategice. Acestea sunt:

1. **Cheltuielile scăzute din partea turiștilor (turism intern și internațional)**

În anul 2023 sejurul mediu a fost de 2,1 zile, atât în cazul sosirilor internaționale, cât și pentru turiștii interni. O durată atât de scăzută arată că România are o nevoie acută de a-și dezvolta serviciile și produsele pentru a permite turiștilor să petreacă mai mult timp la destinație și astfel să contribuie semnificativ la economie. Sejurul mediu s-a aflat într-un proces de depreciere în ultimul deceniu. Această involuție este determinată de schimbarea comportamentului de consum, pentru că tot mai mulți români își petrec vacanțe mai lungi în străinătate și mai scurte în țară. Scăderea sejurului mediu petrecut la destinație are drept rezultat atragerea unor cheltuieli mai mici din partea turiștilor interni. Mai mult decât atât,

peste jumătate dintre aceștia își petrec vacanțele în zone litorale sau montane și, de aceea, este importantă diversificarea ofertelor pentru a putea răspunde nevoii crescânde a pieței locale de a reține cheltuielile generate de turiști în țară, în vederea asigurării unei balanțe naționale de plăți pozitive.

Conform datelor furnizate de Banca Națională a României, încasările din turismul internațional (exportul de servicii turistice) au crescut considerabil înainte de pandemie (cu 42,8% în perioada 2017-2019, de la 2,24 miliarde euro la 3,2 miliarde euro).<sup>24</sup> Această evoluție a fost întreruptă brusc, astfel că în anul 2020 încasările din turismul internațional au scăzut la aproape 1,3 miliarde euro (-60,5%). Cu toate acestea, beneficiind și de creșterea prețurilor, încasările din turismul internațional au avut parte de o revenire rapidă, astfel că în anul 2022 s-a depășit cu 42,5% nivelul de dinainte de pandemie.<sup>25</sup> Chiar și așa, se consideră că nivelul încasărilor din turismul internațional este încă departe de potențialul pe care îl are acest sector.

În vederea creșterii sumei medii cheltuite de turiștii străini, ar trebui luate anumite măsuri imediate pentru dezvoltarea destinațiilor regionale și locale și pentru diversificarea ofertei de produse turistice, în vederea accesării unor experiențe noi, unice.

## 2. Atractivitatea limitată pentru turiștii cu buget peste medie.

Încasările de la turiștii străini rămân foarte reduse, iar pe fondul Pandemiei au scăzut și mai mult, fiind printre cele mai reduse ca volum în rândul celor 27 de state ale Uniunii Europene. În timp ce Europa rămâne principala sursă de turiști externi a României, trebuie explorate noi piețe emergente și trebuie utilizate inițiative de marketing mai eficiente pentru a crește nivelul de cunoaștere a țării și a valorilor și experiențelor de călătorie unice pe care România le oferă turiștilor de pe piețele internaționale care prezintă cel mai mare potențial de cheltuială la nivelul turismului internațional.

Cauzele primare pentru aceste două provocări specifice industriei turistice includ:

- **Zone/situri turistice insuficient dezvoltate și cu acces dificil**, în general din cauza unor drumuri de acces neadecvate, a sistemelor de transport slab dezvoltate, precum și a lipsei informațiilor legate de serviciile de transport disponibile turiștilor;
- **Calitatea necompetitivă a serviciilor și experiențelor la destinație**, inclusiv dezvoltarea și managementul deficitar al resurselor și zonelor turistice, abilitățile și capacitățile reduse ale resursei umane, precum și lipsa inovației;
- **Capacitatea redusă de dezvoltare a politicilor publice în domeniul turismului, segmentarea de piață neadecvată, vizibilitatea internațională limitată.** Această categorie amplă își are originea în lipsa instrumentelor instituționale de colectare și analiză a datelor pentru identificarea segmentelor de piață (interne, internaționale, pentru perioadele de sezon și cele în afara sezonului), a comportamentelor acestora, a factorilor de influență, inclusiv prin anchete privind satisfacția turiștilor; lipsa mecanismelor instituționale de monitorizare și evaluare a rezultatelor și eficacității instrumentelor de marketing și a campaniilor pentru creșterea vizibilității și pentru

<sup>24</sup> BNR, Balanța de plăți și poziția investițională internațională a României, Raport anual 2017, 2019

<sup>25</sup> BNR, Balanța de plăți și poziția investițională internațională a României, Raport anual 2019, 2020, BNR, <https://bnr.ro/page.aspx?prid=22177> (date accesate la 07.12.2023, date provizorii pentru 2022)



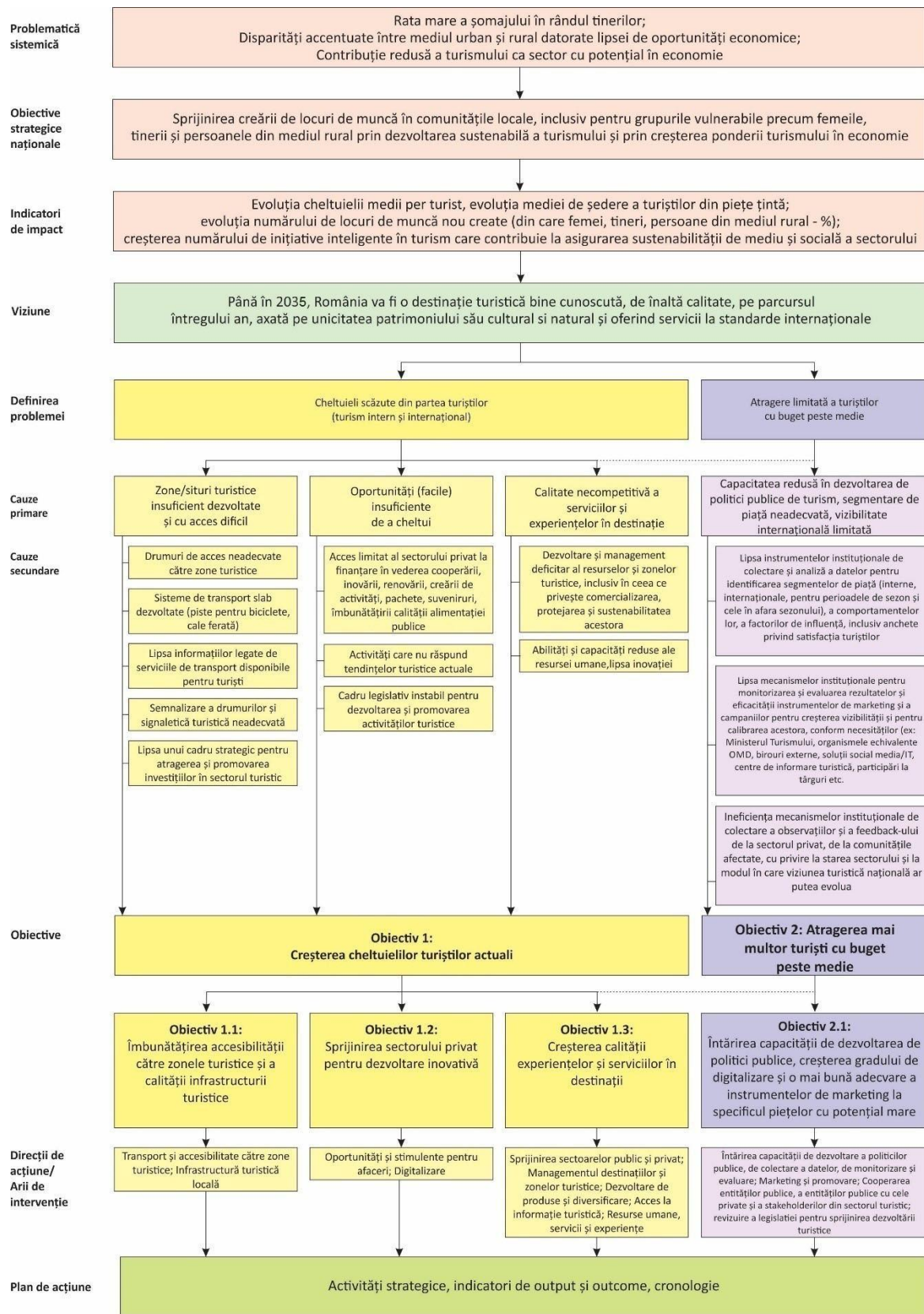
calibrarea acestora, conform necesităților (de ex. autoritatea publică centrală responsabilă cu dezvoltarea turismului, organismele echivalente organizațiilor de management al destinației - OMD, soluții social media/IT, centre de informare turistică, participări la târguri etc.); ineficiența mecanismelor instituționale de colectare a observațiilor și a *feedback-ului* din partea sectorului privat, de la comunitățile afectate cu privire la situația sectorului și a modului în care viziunea turistică națională ar putea evolua.

Pentru combaterea acestor cauze primare, au fost stabilite **două obiective**, fiecare dintre acestea fiind defalcate pe **obiective specifice**:

1. Creșterea cheltuielilor turiștilor actuali
  - 1.1. Îmbunătățirea accesibilității zonelor turistice și îmbunătățirea calității infrastructurii turistice;
  - 1.2. Sprijinirea dezvoltării inovative în sectorul privat;
  - 1.3. Creșterea calității experiențelor și a serviciilor în destinații.
2. Atragerea mai multor turiști cu buget peste medie
  - 2.1. Întărirea capacității de elaborare de politici în domeniul turismului, creșterea gradului de digitalizare și o mai bună adaptare a instrumentelor de marketing la specificul piețelor cu potențial mare.

Fiecare obiectiv este susținut de o serie de activități, indicatori de *output* și *outcome*, introduse în Planul de Acțiune și descrise în cadrul capitolelor dedicate.

Graficul 1: Teoria schimbării



---

## **VII. Obiective, programe, direcții de acțiune**

Fiecare obiectiv specific prezentat în capitolul anterior și în cadrul Teoriei Schimbării este coroborat cu măsuri sau serii de activități specifice.

Programele și proiectele dedicate, ce vor fi elaborate în urma aprobării strategiei, vor conține descrieri detaliate ale tuturor măsurilor și activităților. Acestea vor include, printre altele, criteriile de eligibilitate, intervale de timp specifice, ținte de *output* și *outcome*, limitări și cheltuieli eligibile etc.

Prioritizarea investițiilor propuse va juca un rol esențial pentru implementarea cu succes a acestei strategii. Aceasta se va baza pe documentele - cadru, juridice și strategice, aplicabile în sectorul turismului, descrise în „Planul de Acțiune”.

Pentru a conferi documentului o ordine și o succesiune logică, toate activitățile din cadrul obiectivelor sunt grupate tematic, după cum urmează:

### **Obiectivul 1: Creșterea cheltuielilor turiștilor actuali**

---

#### **Obiectivul 1.1. Îmbunătățirea accesibilității zonelor turistice și îmbunătățirea calității infrastructurii turistice**

##### **Transport și accesibilitate către și în interiorul zonelor turistice**

1. Îmbunătățirea drumurilor de acces către stațiuni și în interiorul lor, către obiective și atracții turistice, așa cum sunt definite în secțiunea VIII a PATN. Asigurarea continuității implementării Master Planului General de Transport al României, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 666/2016, cu modificările ulterioare pentru a promova îmbunătățirea accesibilității;
2. Reabilitarea și dezvoltarea unor rute feroviare cu rol turistic pentru a îmbunătăți accesibilitatea și pentru a diversifica ofertele turistice;
3. Îmbunătățirea transportului public verde pentru uz turistic;
4. Îmbunătățirea infrastructurii portuare pentru a crește fluxurile de turiști de-a lungul Dunării și Mării Negre (porturile/locurile operate situate pe căile și canalele navigabile interioare și porturile de la Marea Neagră) pentru a promova îmbunătățirea accesibilității
5. Crearea unei infrastructuri dedicate pentru piste de biciclete și trasee verzi;
6. Crearea sau sprijinirea creării unor sisteme inteligente pentru închirierea de biciclete.

##### **Infrastructura turistică locală**

7. Îmbunătățirea calității spațiilor publice (spații verzi, parcuri, zone de recreere) în stațiunile turistice și în principalele centre urbane (inclusiv în stațiunile montane, balneare și pe litoral), cu respectarea specificului local, a valorilor ambientale și naturale, inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități;

8. Dimensionarea corespunzătoare a infrastructurii de colectare a deșeurilor în cadrul destinațiilor în concordanță cu fluxurile de turiști;
9. Adaptarea și promovarea deschiderii obiectivelor de patrimoniu cultural uzului public și turistic (parcaje, echipamente, peisagistică, bănci, coșuri de gunoi, semnalistică și semnalizare, panouri informative etc., conform legislației în vigoare, pe baza studiilor de fundamentare specifice, păstrând specificul local și valorile culturale ale spațiilor și clădirilor), inclusiv adaptarea acestor obiective la nevoile persoanelor cu dizabilități;
10. Restaurarea și promovarea patrimoniului cultural în zonele urbane pentru uz public și turistic (piețe, centre și cartiere istorice cu fațade și monumente, păstrând specificul local și valorile culturale ale spațiilor și clădirilor);
11. Protejarea, dezvoltarea și promovarea patrimoniului natural prin adaptarea și/sau reabilitarea infrastructurii de ecoturism;
12. Îmbunătățirea calității peisajelor (prin valorificarea peisajului ca o resursă socio-culturală, ecologică și a mediului, ce contribuie la definirea specificului local și ca o componentă de bază a patrimoniului natural și cultural, ce contribuie la bunăstarea umană), a spațiilor publice și dezvoltarea de utilități turistice în zonele rurale de importanță turistică;
13. Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii turistice din zona montană (infrastructură pentru sporturi de iarnă, infrastructură turistică în zona montană înaltă – cabane, refugii, trasee turistice, drumurile transcarpatice Transfăgărașan, Transalpina, Transrarău), inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități;
14. Dezvoltarea infrastructurii de agrement turistic (inclusiv a plajelor) din stațiunile turistice și din stațiunile balneare și balneoclimatice și adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități;
15. Dezvoltarea infrastructurii MICE și infrastructurii de evenimente - Centre de Întâlniri, săli de evenimente, săli multifuncționale (de exemplu, în Constanța pentru a atenua sezonalitatea și în București și Cluj, întrucât sunt deja destinații de evenimente bine dezvoltate, în conformitate cu statisticile ICCA);
16. Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii și unităților de tratament balnear, modernizarea echipamentelor acestora, inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități;
17. Creșterea eficienței energetice a structurilor de primire turistică, instalarea de surse de energie regenerabilă și reducerea consumului de resurse.

## **Obiectivul 1.2: Sprijinirea sectorului privat pentru dezvoltare inovativă**

### **Oportunități și stimulente pentru afaceri, digitalizare**

18. Sprijinirea digitalizării și comercializării la nivelul IMM-urilor din turism (pagini de internet pentru hoteluri, oferte digitale, cataloage etc.), inclusiv accesibilizarea acestora pentru persoanele cu dizabilități;
19. Susținerea *start-up*-urilor din domeniul industriilor culturale și creative, a turismului și a IMM-urilor inovatoare, prin înființarea de incubatoare naționale, regionale;
20. Susținerea *start-up*-urilor și IMM-urilor din domeniul turismului care creează modele de afaceri sustenabile din punct de vedere al protecției mediului;
21. Găzduirea unor forumuri și expoziții anuale de digitalizare, inovare și investiții, promovarea *networking*-ului în turism și a oportunităților de colaborare.

## **Obiectivul 1.3: Creșterea calității experiențelor și serviciilor în destinații**

### **Sprijinirea sectorului public și privat**

22. Sprijinirea modernizării structurilor de primire turistică în vederea obținerii unui nivel de clasificare mai înalt, respectând în același timp reglementările tehnice urbanistice și arhitecturale pentru mediul construit, inclusiv promovarea conceptului de design universal și adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități;
23. Promovarea implementării unor măsuri de eficiență energetică, cu reglementări tehnice specifice, la nivelul obiectivelor de turism publice și private (muzee, patrimoniu cultural și natural, zone de *loisir*, stațiuni de schi și stațiuni balneare etc.);
24. Promovarea unor sisteme voluntare de certificare pentru dezvoltarea durabilă a turismului;
25. Promovarea bunelor practici pentru adaptarea structurilor turistice și facilităților pentru nevoile persoanelor cu dizabilități.

### **Managementul destinațiilor și zonelor turistice**

26. Susținerea organizațiilor de management al destinației prin cursuri de formare;
27. Crearea și/sau sprijinirea dezvoltării organizațiilor de management al destinației pentru a promova inițiativele naționale, regionale și locale din turism;
28. Elaborarea și adoptarea unor planuri de management al vizitatorilor în zonele de patrimoniu cultural, în ariile naturale protejate, precum și pentru siturile de importanță turistică.

### **Dezvoltarea de produse și diversificarea ofertei**

29. Sprijinirea și stimularea creării de produse autentice, promovarea gastronomiei locale și a producției meșteșugărești prin organizarea de evenimente și activități

speciale de promovare (expoziții, festivaluri, ateliere cu demonstrații și cursuri pentru turiști etc.), inclusiv prin obținerea atestărilor de Marcă Tradițională, Produs Tradițional Atestat;

30. Crearea unor agende culturale anuale pentru principalele destinații (evenimente de divertisment și evenimente care să reprezinte motive de vizitare, precum festivaluri, evenimente de nișă etc.), promovarea internațională a acestora și furnizarea unor informații în mai multe limbi, de opțiuni de *ticketing*, pachete de călătorie etc.;
31. Încurajarea dezvoltării unor pachete transnaționale de turism pentru sănătate și a consultanței de marketing în turism cu privire la dezvoltarea și livrarea produselor pe piețele europene prioritare.

### Acces la informație turistică

32. Modernizarea, acolo unde este posibil, sau înființarea unor centre de informare turistică prin utilizarea tehnologiei digitale, a produselor și serviciilor turistice moderne (*hotspot-uri*, *hub-uri* de comunicare, centre comunitare digitale), inclusiv accesibilizarea acestora pentru persoanele cu dizabilități. Asigurarea existenței a cel puțin unui centru de informare turistică la fiecare destinație, inclusiv în centrul Bucureștiului și în toate aeroporturile;
33. Modificarea politicilor pentru a permite sustenabilitatea centrelor de informare turistică și abilitarea acestora de a vinde servicii de turism (rezervări, bilete etc.) pentru a genera venituri;
34. Revizuirea standardelor în semnalistica dedicată turismului (grafică, bilingvă sau în mai multe limbi, informații standard etc.) și asigurarea respectării acestor standarde la toate nivelurile;
35. Creșterea mobilității turistice în centrele urbane prin crearea unor sisteme de informații de mobilitate urbană multi-modală pentru turiști (panouri de informare, bilete electronice, chioșcuri de *ticketing* inteligente etc.);
36. Digitalizarea obiectivelor la nivelul siturilor turistice culturale, naturale, protejate și a altor destinații turistice și a rutelor pe hărțile publice pentru a permite accesul și planificarea facilă a călătoriilor;
37. Crearea unei baze de date deschise naționale pentru turism, conform politicilor UE de *OpenData* și punerea acesteia la dispoziția părților interesate din sectorul public și privat, prin realizarea unor aplicații care să crească accesul la informații și la resurse.
38. Realizarea unui Observator Turistic, care să ofere date pe mai multe niveluri: național, regional, județean, local.

### Resurse umane, servicii și experiențe

39. Elaborarea unor programe de formare a abilităților *soft* (limbi străine, interpretarea și comunicarea patrimoniului, comunicare, *leadership*, servicii

- pentru clienți etc.) pentru personalul care lucrează în destinații turistice (de exemplu organizații de management al destinației, APL, sectorul privat etc.);
40. Înființarea unor centre de învățământ liceal sau postliceal tehnologic în sistem dual, cu programe de formare bazate pe nevoile reale ale sectorului;
  41. Modernizarea/adaptarea infrastructurii (inclusiv achiziționarea de echipamente digitale) unităților de învățământ tehnologic și tehnologic dual, respectiv învățământul liceal și postliceal tehnologic inclusiv dual, precum și a universităților cu profil tehnic, pentru a răspunde cât mai bine provocărilor de pe piața muncii.
  42. Crearea unui mecanism de consiliere pentru elevii de gimnaziu spre o carieră în turism
  43. Elaborarea unor programe de ocupare a forței de muncă pentru tineri pe perioada verii, în strânsă coordonare cu sectorul privat.
  44. Furnizarea unor oportunități de formare pentru IMM-uri și pentru agențiile de turism, în domeniul creării și promovării de produse turistice și digitalizare (formare practică, cu accent pe crearea de produse turistice și pe elaborarea și gestionarea unor instrumente specifice marketingului în turism);
  45. Furnizarea de oportunități de formare în domeniul serviciilor pentru clienți, al limbilor străine, a interpretariatului, ghizilor turistici etc., pentru personalul muzeelor și personalul din destinații;
  46. Elaborarea și promovarea unor programe de formare pentru integrarea și reinsertia pe piața muncii a grupurilor vulnerabile și promovarea participării active a femeilor pe piața muncii;
  47. Sprijinirea dezvoltării economiei sociale și a întreprinderilor sociale (pentru grupurile vulnerabile) în domeniul turismului, în vederea creării de noi produse sustenabile, în special în zonele rurale;
  48. Elaborarea unor sesiuni de formare comune pentru autoritățile publice relevante, în vederea elaborării unor planuri de gestionare și a unor instrumente de promovare pentru patrimoniul natural și cultural.
  49. Monitorizarea și evaluarea calității învățământului profesional și tehnic și a forței de muncă pentru a ajusta programele de formare și a răspunde mai bine nevoilor sectorului.

## **Obiectivul 2: Atragerea mai multor turiști cu buget peste medie**

---

### **Obiectivul 2.1: Întărirea capacității de elaborare a politicilor publice, creșterea gradului de digitalizare și o mai bună adecvare a instrumentelor de marketing la specificul piețelor cu potențial mare**

#### **Întărirea capacității de elaborare a politicilor publice, colectare a datelor, monitorizare și evaluare**

50. Îmbunătățirea capacității MEAT de a elabora politici, precum și de a gestiona și implementa proiecte în mod eficient (inclusiv diverse activități și strategii), prin coordonarea activităților proprii cu cele ale ministerelor de resort, ale agențiilor, autorităților locale și actorilor implicați din sectorul privat, utilizând inclusiv capacitatea și instrumentele specializate puse la dispoziție de institutul național de profil și prin programul de cercetare-dezvoltare specific sectorului, coordonat de minister;
51. Lansarea Planului sectorial de cercetare-dezvoltare propriu al MEAT, pentru a susține realizarea obiectivelor de dezvoltare specifice sectorului;
52. Dezvoltarea unor module în cadrul sistemului integrat SITUR.GOV.RO în vederea colectării și analizării datelor obținute de la structurile de primire turistică; dezvoltarea unor module în vederea obținerii documentelor și informațiilor necesare desfășurării activității specifice, direct de la instituțiile emitente; dezvoltarea unor module în vederea integrării cu alte sisteme europene și a respectării modificărilor legislației europene.
53. Utilizarea mai bună a Contului Satelit în Turism pentru a furniza informații prin intermediul unor analize detaliate a datelor și realizarea de extensii ale sistemului CST în coordonare cu INCDT;
54. Realizarea unor anchete anuale privind nivelul de satisfacție a clienților principalelor destinații (analizând deopotrivă turiștii interni și internaționali), cu scopul de a furniza informații pentru marketingul turistic și pentru adaptarea strategiilor;
55. Sprijinirea activităților de cercetare - inovare în institutul național de profil și în centre publice de cercetare, în instituțiile de învățământ superior și în centre de competență, pentru crearea și promovarea instrumentelor necesare pentru studiile de piață, utilizând tehnologii inovatoare precum inteligența artificială (AI) și Big Data (instrumente de colectare, monitorizare, evaluare și prognoză pentru MEAT și pentru actorii publici la nivel local, care să poată analiza fluxurile de turiști și comportamentul acestora și să-și poată adapta acțiunile în mod corespunzător).

### **Marketing și promovare**

56. Elaborarea unei strategii de marketing pentru a furniza informații în vederea segmentării pieței și pentru a stabili care sunt piețele prioritare de abordat, cu scopul de a atrage turiști care cheltuie bugete peste medie, provenind de pe aceste piețe;
57. Elaborarea de strategii de marketing, realizare branding pentru destinațiile turistice regionale, județene sau locale;
58. Sprijinirea procesului de adoptare și modernizare a instrumentelor de marketing digital (conținut și instrumente) pentru uzul turiștilor (aplicații la nivel național și la nivel de orașe, calendare de evenimente etc.);



59. Promovarea rutelor culturale certificate de Consiliul Europei, a Mărcii Patrimoniului European, a Destinațiilor Europene de Excelență și a altor inițiative în cadrul unui instrument digital unic (platformă) pentru o promovare mai bună.

### **Cooperarea între instituțiile publice și între entitățile publice și cele private, în măsura în care reprezintă factori interesați în sectorul turistic;**

60. Stimularea de parteneriate public - private pentru administrarea unor active cu relevanță în turism;
61. Întărirea unei platforme de dialog public-privat (organismul consultativ existent al Ministerului) în cadrul căreia sectorul privat să aibă un cuvânt de spus cu privire la procesul de dezvoltare;
62. Promovarea la nivel național a bunelor practici în domeniul turismului identificate în cadrul de cooperare aferent Strategiei Uniunii Europene pentru Regiunea Dunării, pentru a crește calitatea produselor și serviciilor turistice

### **Modificarea legislației pentru sprijinirea dezvoltării turistice**

63. Actualizarea legislației, eliminarea redundanțelor, remedierea lacunelor, abrogarea legislației învechite;
64. Analizarea și, acolo unde este posibil, diversificarea sistemului de clasificare și standardizare prin stabilirea unor standarde simplificate de bază pentru structurile de mici dimensiuni;
65. Coordonarea dezvoltării inițiativei de tip „ghișeu unic” pentru un proces inteligent de certificare și autorizare.

Persoanele interesate din domeniul turismului pot beneficia de această strategie sub diverse forme. Actorii implicați pot să beneficieze de programele europene de finanțare, fie direct, prin mecanismele de cofinanțare a proiectelor, fie indirect, prin studii și cercetări efectuate de MEAT sau de institutele de cercetare sau de universități.

Activitățile și proiectele de dezvoltare în turism pot fi finanțate prin diferite instrumente financiare ale Uniunii Europene. De exemplu, liniile de finanțare pentru sprijinirea digitalizării se pot concentra pe îndepărtarea barierelor și blocajelor care afectează *start-up*-urile din turism și pentru societățile existente, facilitând sprijinul de tip incubator la distanță, promovând mecanisme de finanțare inovatoare la scară mică sau dezvoltând modele de afaceri incluzive. În cazul nostru, sprijinul pentru digitalizare se va concentra pe valorificarea potențialului de la nivel local, cum ar fi patrimoniul cultural și natural unic al țării, susținând antreprenoriatul în domeniul turismului, precum și experiențele bazate pe obiective naturale și de patrimoniu de bună calitate, precum și pe stilurile de viață tradiționale și alte experiențe autentice.

Promovarea dezvoltării de întreprinderi sociale în turism care combină un scop social și societal cu spiritul antreprenorial al sectorului privat poate fi un mod de a sprijini și de a încuraja antreprenoriatul în grupurile sub-reprezentate, precum și o modalitate de a asigura un mai bun echilibru între genuri.

## VIII. Rezultate așteptate

Strategia Națională a României pentru Dezvoltarea Turismului își propune să atingă următorii indicatori strategici și următoarele rezultate:

Tabel 1: Indicatori strategici și rezultate preconizate - prognoză 2025-2030-2035

Indicatori strategici	2019	2020	2021	2022	2025	2030	2035
Sosiri turiști străini (mii)	2.684	454	879	1.674	2.800	3.600	4.600
Încasări din turism internațional (mil. euro)	3.195	1.262	2.784	4.554	8.400	11.700	16.100
Încasarea medie pe turist strain cazat (euro)	1.190	2.780	3.167	2.720	3.000	3.250	3.500
Număr de salariați în turism	187.057	169.655	170.790	186.395	200.000	257.143	328.571
Durata medie a sejurului turiștilor din piețele-țintă	2,0	2,2	2,2	2,2	2,5	3,0	3,3

Notă: în condițiile actuale, generate de Pandemie și de Războiul din Ucraina, s-a considerat că estimările realizate de specialiștii Băncii Mondiale, în anul 2018, erau mult prea optimiste.

În aceste condiții, s-a plecat de la următoarele premise:

- În privința turiștilor străini, pentru anul 2025 a fost preluată ținta setată în PNRR, respectiv o creștere cu 5% față de nivelul din 2019, iar pentru fiecare dintre anii următori (2026-2035) s-a estimat o creștere medie de 5%.
- În medie, în perioada de dinaintea Pandemiei, 14 turiști străini generau un loc de muncă în România. La estimarea creșterii forței de muncă a fost respectat acest raport.
- S-a dovedit că o creștere a cheltuielilor/încasărilor din turismul internațional nu este dublată întotdeauna de creșterea numărului de turiști, deoarece, la un număr mai mare de sosiri, în țară sosesc grupuri mai diverse, iar dacă există facilități mai bune și accesibilitate crescută, mai mulți turiști interni călătoresc în interiorul țării. La estimarea proiecțiilor de cheltuieli, s-a anticipat o creștere moderată a cheltuielii medii per turist.
- Având în vedere faptul că unul dintre obiectivele strategiei este creșterea calității experiențelor și serviciilor, implementarea acesteia va contribui la creșterea perioadei pe care care turiștii o vor petrece în cadrul destinațiilor, respectiv a duratei medii a sejurului. În acest sens, va fi vizată o creștere graduală a acestui indicator până la 3,3

zile în anul 2035.

### **Rezultatele acțiunilor:**

Implementarea acestei strategii și a planului de acțiune aferent, prevăzut în anexa care face parte integrantă din prezenta strategie, vor genera următoarele rezultate:

## **Obiectivul 1: Creșterea cheltuielilor turiștilor actuali**

---

### **Obiectivul 1.1: Îmbunătățirea accesibilității zonelor turistice și îmbunătățirea calității infrastructurii turistice**

Implementarea planului de acțiune va produce următoarele rezultate:

- Drumuri reabilite către atracțiile turistice;
- Căi ferate reabilite, inclusiv cele cu valoare turistică;
- Infrastructură de transport care face legătura între destinațiile turistice și asigură o accesibilitate îmbunătățită (de ex. autobuze ecologice) și sustenabilă;
- Terminale portuare reabilite pe Dunăre și pe litoralul Mării Negre;
- Piste de biciclete și rute verzi, precum și servicii de închirieri biciclete nou-create.

Se estimează că implementarea acțiunilor dedicate infrastructurii turistice locale, unităților turistice și pregătirii destinațiilor vor produce rezultate precum:

- Spații publice reabilite/modernizate în zonele urbane;
- Spații publice reabilite și mai bine dotate în zonele rurale;
- Obiective de patrimoniu cultural reabilite și introduse în circuitul turistic;
- Centre istorice urbane reabilite (inclusiv fațade);
- Obiective de patrimoniu natural echipate și protejate, noi produse de ecoturism;
- Noi centre de conferință și săli multifuncționale de evenimente, dedicate turismului MICE și cultural;
- Infrastructură de tratamente balneare renovată;
- Infrastructură de turism modernizată și dezvoltată în stațiunile montane, balneare și de pe litoral.

La nivel de rezultat de tip *output*, aceste acțiuni vor crește gradul de atractivitate și accesibilitate al destinațiilor românești, atât pentru turiștii interni, cât și pentru cei internaționali. Astfel România va avea beneficiari (turiști și locuitori din zona obiectivelor turistice) care se vor bucura de o infrastructură îmbunătățită, o mai bună accesibilitate și vor avea oportunități mai bune de generare a veniturilor ca urmare a numărului mai mare de turiști din zonele respective.

---

### **Obiectivul 1.2: Sprijinirea dezvoltării inovative în sectorul privat**

Se preconizează că implementarea programelor de sprijin pentru inovare și digitalizare dedicate turismului va genera următoarele rezultate:

- Produse digitale dedicate IMM-urilor din turism. Acestea pot include sprijinirea IMM-urilor în vederea comercializării, prin dezvoltarea de pagini web pentru hoteluri, oferte digitale, crearea de cataloage online;
- Înființarea de *start-up*-uri. Atunci când susținerea financiară va fi disponibilă și numărul turiștilor va crește, mai mulți oameni vor dori să-și folosească abilitățile pentru a deveni antreprenori în domeniul turismului;
- Incubatoare de turism care sprijină *start-up*-urile inovative. Fiecare *start-up* poate să obțină avantaje utilizând expertiza disponibilă din incubatoarele de afaceri. Atunci când IMM-ul se maturizează, acesta devine mai capabil să se expună pe piață și să ofere servicii și produse de o mai bună calitate;
- Evenimente naționale dedicate investițiilor în turism, care vizează investițiile și afacerile din acest domeniu și care vor sprijini crearea de noi rețele și colaborări.

Toate aceste rezultate vor crește nivelul de competitivitate generală și nivelul calității în acest sector și vor genera oportunități noi de marketing digital și de comercializare. Sectorul privat va beneficia de avantaje diverse pe baza oportunităților mai numeroase de afaceri, având și posibilitatea de a genera venituri mai mari.

---

### **Obiectivul 1.3: Creșterea calității experiențelor și serviciilor în destinații**

Implementarea măsurilor menite să diversifice și să optimizeze experiențele în destinațiile românești va genera următoarele rezultate:

- Produse mai bune prin:
  - o pondere mai mare a unităților cu standarde ridicate de clasificare, și facilități pentru persoanele cu dizabilități;
  - Dotări turistice publice îmbunătățite (muzee, obiective de patrimoniu cultural și natural, stațiuni de schi și balneare etc.) cu niveluri ridicate de eficiență energetică.
- O gestionare mai bună a destinațiilor turistice prin:
  - Personal cu aptitudini și calificări superioare care să lucreze în organizațiile de management al destinației, ducând la o capacitate tehnică mai bună și un management mai bun al destinațiilor;
  - Organizații de management al destinației, nou-create, cu instrumente comune pentru managementul turismului;
  - Valorificarea evenimentelor-fanion precum „Capitala Europeană a Culturii” și a altor evenimente internaționale care atrag mai mulți turiști străini și mai multe încasări.
- Oferirea unei diversificări și a unor produse noi de turism prin:
  - Activități de promovare care vizează comercializarea produselor locale autentice;
  - Agende culturale publicate și promovate la nivel internațional, cu evenimente de tip „reason-to-come”, care să atragă turiști internaționali;
  - Pachete transnaționale pentru turismul medical.
- Acces la informații turistice prin digitalizare:

- Centre de informare turistică digitalizate, oferind turiștilor și vizitatorilor servicii de informare îmbunătățite;
- Destinații cu o mai bună semnalizare turistică și cu sisteme de mobilitate urbană îmbunătățite (*ticketing* și informații);
- Aplicații și hărți digitale ale destinațiilor;
- Baze de date deschise pentru turism (*open source*);
- Observator Turistic, care să ofere date pe mai multe niveluri: național, regional, județean, local.
- Resurse umane calificate prin:
  - Programe de formare în domeniul ospitalității și personal cu abilități nou-dobândite în ceea ce privește calitatea serviciilor, digitalizarea și marketingul;
  - Centre naționale de educație în domeniul ospitalității nou-create și unități de învățământ tehnologic și tehnologic dual modernizate (VET);
  - Elevi și studenți care cunosc mai bine oportunitățile unei cariere în turism și care vor avea posibilitatea de a opta pentru programe de angajare pe timpul verii;
  - Personal calificat în zonele rurale;
  - Persoanele din grupuri vulnerabile care au dobândit abilități valoroase și s-au integrat pe piața muncii.

Susținerea extinderii și creșterea calității produselor existente, crearea de noi produse, îmbunătățirea accesului la informațiile din domeniul turismului, îmbunătățirea sau crearea de abilități, îmbunătățirea calității serviciilor și managementul obiectivelor turistice contribuie per ansamblu la o experiență mai bună în destinațiile românești. Experiențele mai bune și diverse generează un *feedback* mai bun, atrăgând noi turiști, crescând cheltuielile turiștilor și generând noi locuri de muncă în sector. Totodată, mai mulți membri ai comunităților care locuiesc în preajma obiectivelor turistice vor avea mai multe oportunități de angajare și vor putea câștiga venituri mai mari.

## **Obiectivul 2: Atragerea mai multor turiști cu buget peste medie**

---

### **Obiectivul 2.1: Întărirea capacității de elaborare a politicilor, creșterea gradului de digitalizare și o mai bună adaptare a instrumentelor de marketing la specificul piețelor cu potențial mare**

Acțiunile propuse în cadrul acestui obiectiv vor genera următoarele rezultate:

- O capacitate sporită de elaborare a politicilor publice pentru a asigura atât dezvoltarea corespunzătoare a infrastructurii și serviciilor turistice, cât și îmbunătățirea colectării de date și a proceselor de monitorizare și evaluare prin sisteme inovatoare de înregistrare a turiștilor care să fie utilizate pentru colectarea de date precise, pe baza cărora să se poată întocmi rapoarte actualizate la nivelul Contului Satelit al Turismului, anchete privind constatarea nivelului de satisfacție al clienților, instrumente bazate pe inteligența artificială pentru cercetările în turism;

- Politici și instrumente mai bune de marketing și promovare, dezvoltate pe baza segmentării pieței, statistici și studii relevante și actuale;
- Abilități mai bune de marketing și promovare prin instrumente de marketing digital destinate turiștilor (aplicații mobile la nivel național și la nivelul orașelor, calendare etc.), produse de turism introduse pe piețele internaționale prin intermediul platformelor de promovare online și inițiative mai bune de cooperare între actorii din domeniile public și privat;
- Modificări legislative, având ca rezultat realizarea unor Planuri Urbanistice Generale puse în aplicare pentru a proteja peisajele culturale, un sistem de clasificare actualizat și o legislație simplificată în turism, care să susțină dezvoltarea și creșterea numărului de locuri de muncă.

Crearea unor instrumente de marketing și promovare internațională mai eficiente contribuie la atragerea de turiști care cheltuiesc mai mult, la atragerea de noi piețe, la creșterea cheltuielilor turiștilor la destinație și în consecință la crearea de noi locuri de muncă. Colectarea de date precise susține capacitatea de a elabora politici bazate pe realitate, ceea ce duce la o implementare mai bună a strategiei. Încurajarea dialogului public-privat este un element central pentru dezvoltarea sectorului. Participarea sectorului privat la implementarea strategiei este extrem de importantă.

În privința obiectivelor de dezvoltare durabilă, strategia contribuie, în principal, la atingerea *Obiectivului 8* din cadrul *Strategiei Naționale pentru Dezvoltare Durabilă a României 2030 (Muncă decentă și creștere economică Promovarea unei creșteri economice susținute, deschisă tuturor și durabilă, a ocupării depline și productive a forței de muncă și asigurarea de locuri de muncă decente pentru toți)*. În acest sens, una dintre țintele pentru 2035 o constituie realizarea unui turism competitiv pe termen lung, dezvoltarea agroturismului, ecoturismului, turismului rural, balnear, cultural și îmbunătățirea imaginii României ca destinație turistică.

În plan secund, strategia contribuie la următoarele obiective de dezvoltare durabilă:

- Reducerea inegalităților în interiorul țărilor și între țări (Obiectivul 10);
- Dezvoltarea orașelor și a așezărilor umane pentru ca ele să fie deschise tuturor, sigure, reziliente și durabile (Obiectivul 11);
- Asigurarea unor modele de consum și producție durabile (Obiectivul 12);
- Luarea unor măsuri urgente de combatere a schimbărilor climatice și a impactului lor (Obiectivul 13);
- Conservarea și utilizarea durabilă a oceanelor, mărilor și a resurselor marine pentru o dezvoltare durabilă (Obiectivul 14);
- Protejarea, restaurarea și promovarea utilizării durabile a ecosistemelor terestre, gestionarea durabilă a pădurilor, combaterea deșertificării, stoparea și repararea degradării solului și stoparea pierderilor de biodiversitate (Obiectivul 15).

## IX. Indicatori

Pentru a măsura succesul implementării sale, strategia se sprijină pe două tipuri de indicatori - aceștia sunt indicatori cu privire la obiectivele strategice generale, respectiv indicatori pentru măsurarea atingerii obiectivelor operaționale. Indicatorii de *output* măsoară rezultatele intermediare ale intervențiilor, în timp ce indicatorii de *outcome* servesc la măsurarea impactului generat de intervenție.

Tabelul de mai jos prezintă indicatorii de *output*, unitățile de măsură, sursa datelor și responsabilii cu colectarea acestora pentru fiecare dintre activitățile propuse:

### Indicatori pentru nivelul strategic

Indicator	Unitate	Referință (2019)	Valori-țintă cumulative			Sursa datelor	Responsabil cu colectarea datelor
			2025	2030	2035		
Număr de locuri de muncă în domeniul turismului (hoteluri și restaurante)	Număr	187.057	200.000	257.143	328.571	Inspekția Muncii, baza de date Revisal	MEAT
Încasarea medie per turist străin	Euro	1.190	3.000	3.250	3.500	INS	MEAT
Durata medie a sejurului turiștilor din piețele-țintă	Număr de zile	2,0	2,5	3,0	3,3	INS	MEAT
Numărul de sosiri ale turiștilor străini	Mii turiști	2.684	2.800	3.600	4.600	INS	MEAT
Încasări din turismul internațional	Milioane euro	3.195	8.400	11.700	16.100	INS	MEAT

Indicatorii de outcome, pentru activitățile propuse, sunt prezentați în Anexă, în cadrul Planului de Acțiune.

Implementarea strategiei va avea impact direct asupra mai multor indicatorilor de dezvoltare durabilă aferenți *Obiectivului 8* din cadrul *Strategiei Naționale pentru Dezvoltare Durabilă a României 2030 (Muncă decentă și creștere economică Promovarea unei creșteri economice susținute, deschisă tuturor și durabilă, a ocupării depline și productive a forței de muncă și asigurarea de locuri de muncă decente pentru toți)*, ținta 4 - *Realizarea unui turism competitiv pe termen lung, dezvoltarea agroturismului, ecoturismului, turismului rural, balnear și cultural și îmbunătățirea imaginii României ca destinație turistică*, respectiv:

- Ponderea turismului în PIB,
- Structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică, pe tipuri de structuri,
- Populația ocupată (sau salariații) din hoteluri și restaurant.

În plus, implementarea strategiei va avea impact indirect asupra:

**Obiectivului 8 - Muncă decentă și creștere economică - Promovarea unei creșteri economice susținute, deschisă tuturor și durabilă, a ocupării depline și productive a forței de muncă și asigurarea de locuri de muncă decente pentru toți,**

Ținta 1: Păstrarea în continuare a unui ritm al creșterii PIB superior față de media UE pentru a susține efortul de reducere a decalajelor în comparație cu țările europene avansate, paralel cu aplicarea principiilor dezvoltării durabile și îmbunătățirea constantă a nivelului de trai al populației

Ținta 2: Promovarea unor politici orientate spre dezvoltare care susțin activitățile productive, crearea locurilor de muncă decente, antreprenoriatul prin start-up, creativitatea și inovația, și care încurajează formalizarea și creșterea întreprinderilor micro, mici și mijlocii, inclusiv prin acces la servicii financiare

**Obiectivului 11 – Dezvoltarea orașelor și a așezărilor umane pentru ca ele să fie deschise tuturor, sigure, reziliente și durabile,** Ținta 8: Consolidarea eforturilor de protecție și salvagardare a patrimoniului cultural și natural, a elementelor de peisaj din mediul urban și rural

**Obiectivului 14 – Conservarea și utilizarea durabilă a oceanelor, mărilor și a resurselor marine pentru o dezvoltare durabilă,**

Ținta 1: Prevenirea și reducerea semnificativă a poluării marine de toate tipurile, în special de la activitățile terestre, inclusiv poluarea cu deșeuri marine și poluarea cu nutrienți.

Ținta 2: Minimizarea și gestionarea impactului acidificării mediului apelor marine, inclusiv prin cooperare științifică sporită la toate nivelurile



## X. Proceduri de monitorizare și evaluare

Monitorizarea are un rol vital pentru succesul implementării acestei strategii. Monitorizarea se referă la procesul de urmărire a tuturor indicatorilor strategiei, inclusiv performanța și durata, de a identifica potențialele probleme și de a întreprinde acțiunile corective necesare pentru a se asigura că strategia se desfășoară corespunzător și că se pot îndeplini țintele stabilite. MEAT va fixa nivelul de referință pentru toți indicatorii intermediari (de performanță) și va stabili țintele anuale care trebuie atinse.

MEAT va fi responsabil cu monitorizarea și evaluarea rezultatelor finale ale strategiei în raport cu indicatorii conveniți, așa cum sunt prezentați în planul de acțiune și în capitolul dedicat indicatorilor. Ministerul va implica și Comitetul Interministerial și INCDT pentru colectarea și analizarea datelor.

Rezultatele monitorizării vor fi incluse într-un raport de progres anual care va avea următorul conținut: rezumatul general al activităților în curs și al celor planificate, situația indicatorilor și modul în care sunt îndeplinite țintele, problemele identificate și rezolvate, chestiunile critice care necesită atenție imediată și care sunt activitățile planificate pentru următoarea perioadă de raportare. De asemenea, raportul va scoate în evidență lecțiile învățate în perioada de raportare și cum vor fi acestea transpuse în practică.

Acesta va fi pus la dispoziția publicului în decurs de o lună de la finele perioadei de raportare și va fi disponibil pe pagina de internet a Ministerului.

La jumătatea ciclului de implementare, sau după necesități, strategia va fi supusă unei revizuirii periodice. Ca urmare a observațiilor și constatărilor evaluării, strategia și planul de acțiune pot fi revizuite și ajustate după cum este necesar.

Implementarea strategiei va fi evaluată de un grup de lucru compus din reprezentanții Consiliului Național de Brand, reprezentanți ai sectoarelor privat și public, inclusiv ministerele de resort, operatori privați, operatori în sectorul hotelier, diverse asociații și va fi prezidat de MEAT.

Pentru a evidenția scăderea impactului activității de turism asupra mediului și practicarea unui turism durabil, vor fi monitorizați următorii indicatori:

<b>Obiectiv</b>	<b>Indicator</b>	<b>Frecvență</b>	<b>Sursa informației</b>
<i>Obiectiv 1.1. Îmbunătățirea accesibilității zonelor turistice și îmbunătățirea infrastructurii turistice</i>	număr călătorii interne pentru vacanțe și afaceri, după mijlocul de transport principal utilizat	anual	INS
	numărul de sosiri ale vizitatorilor străini în România, după mijlocul de transport utilizat	anual	INS
	număr de trasee cicloturistice omologate la nivel național	anual	MDLPA
	număr km. trasee cicloturistice omologate la nivel național	anual	MDLPA

<i>Obiectivul 1.3: Creșterea calității experiențelor și serviciilor în destinații</i>	număr de structuri de cazare certificate cu eticheta ecologică europeană	anual	MMAP
	număr de structuri de cazare certificate EcoRomânia	anual	AER
	număr plaje și porturi turistice certificate Blue Flag	anual	MEAT
	număr de destinații ecoturistice certificate	anual	MEAT
	număr de turiști cazați în destinațiile ecoturistice	anual	INS

### În timpul implementării

Grupul de lucru se va întruni pentru a discuta și a valida rapoartele de monitorizare, pentru a discuta cât de bine coordonată este implementarea cu activitățile strategice și cu calendarul de implementare și pentru a decide care sunt măsurile care trebuie întreprinse.

În decurs de două săptămâni de la data întâlnirii se va elabora un scurt raport al acesteia care va fi pus la dispoziția publicului pe pagina de internet a Ministerului.

### După încheiere

Grupul de lucru va consolida toate informațiile și datele necesare pentru a pregăti Raportul de Evaluare la Încheierea Strategiei. Scopul raportului va fi (1) să asigure transparență și să responsabilizeze în legătură cu performanța și rezultatele obținute (2) să depoziteze și să disemineze experiența întregului proces strategic de la elaborare până la implementarea strategiei, precum și modalitățile de îmbunătățire în viitor. Printre altele, raportul va prezenta măsura în care s-au atins obiectivele și obținut rezultatele strategice și va prezenta lecțiile învățate.

Raportul de evaluare finală va avea următoarele componente:

1. Scurt context al strategiei și obiectivele, rezultate finale și indicatori (așa cum au fost prevăzuți inițial).
2. Modificări în timpul implementării (dacă este cazul), incluzând obiectivele și țintele revizuite.
3. Rezultate de tip *output* și *outcome* preconizate comparativ cu cele realizate.
4. Alte rezultate (de tip *outcome*) și impacturi (dacă există). Aici pot fi incluse impacturile pozitive care nu au fost prevăzute inițial, sau impacturile negative neintenționate.
5. Factorii-cheie care au afectat implementarea și rezultatul final. Această secțiune va cuprinde analiza principalilor factori și principalelor evenimente care au influențat realizările sau nerealizările în decursul implementării.
6. Performanța actorilor implicați. Cine a fost implicat în implementare, discrepanțe observate între momentul elaborării și cel al implementării.
7. Calitatea mecanismelor și instrumentelor de monitorizare și evaluare.
8. Lecții și recomandări pentru acțiunile/intervențiile viitoare

Raportul de evaluare finală va fi elaborat în decurs de șase luni de la încheierea implementării strategiei și va fi pus la dispoziția publicului pe pagina de internet a Ministerului.

## XI. Instituții responsabile

Există situații în care implementarea strategiilor turistice implică anumite provocări. Acestea pot apărea din cauza unei atenții inadecvate acordate înțelegerii elementelor mediului organizațional în care se pun în aplicare respectivele strategii și a modurilor în care se desfășoară procesul de planificare și dezvoltare. O înțelegere limitată a tiparelor relaționale și a interdependenței resurselor și prerogativelor între diferitele agenții implicate în procesul decizional poate duce, de asemenea, la eșecul unui plan.

Pentru a evita o asemenea situație, este esențial ca toate părțile interesate în procesul de implementare să fie conștiente și să își asume funcțiile pe care trebuie să le îndeplinească.

Pentru a implementa această strategie și planul de acțiune aferent, autoritatea publică centrală responsabilă cu dezvoltarea turismului (Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului) trebuie să joace rolul de coordonator general, în strânsă colaborare cu Comitetul Interministerial. Comitetul, care reunește ministere și agenții de resort, trebuie să îndeplinească funcții specifice pentru rolurile și responsabilitățile pe care le au acestea, așa cum sunt ele descrise în planul de acțiune. Trebuie consultați actorii privați, ONG-urile și alte părți implicate, pentru a se asigura că procesul se îndreaptă în direcția corespunzătoare. Printre actorii implicați, prezentați în planul de acțiune drept Coordonatori și Contributori, se numără și următoarele instituții:

- Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului (MEAT);
- Ministerul Dezvoltării, Lucrărilor Publice, și Administrației (MDLPA);
- Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale (MADR);
- Ministerul Transporturilor și Infrastructurii (MTI);
- Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor (MMAP);
- Ministerul Culturii (MC);
- Ministerul Educației (ME);
- Ministerul Sănătății (MS);
- Ministerul Muncii și Solidarității Sociale (MMSS);
- Ministerul Familiei, Tineretului și Egalității de Șanse (MFTES);
- Ministerul Energiei (MEnerg);
- Ministerul Cercetării, Inovării și Digitalizării (MCID);
- Compania Națională de Investiții (CNI);
- Autoritățile publice locale;
- Autoritatea Națională pentru Protecția Drepturilor Persoanelor cu Dizabilități (ANPDPD);

- Autoritatea Națională pentru Protecția Dreptului Copilului și Adopții (ANPDCA);
- Autoritatea Națională pentru Plăți și Inspecție Socială (ANPIS);
- Organizațiile de management al destinației;
- Fondul Național de Garantare a Creditelor pentru Întreprinderile Mici și Mijlocii (FNGCIMM);
- Institutul Național de Statistică (INS);
- Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Turism (INCDT);
- ONG-urile și asociațiile sectoriale;
- Sindicate și patronate;
- Sectorul privat.

## XII. Implicațiile bugetare și surse de finanțare

Considerăm că nu vor exista presiuni financiar-fiscale suplimentare față de previziunile macroeconomice existente, iar acolo unde se dovedesc necesare solicitări suplimentare de sprijin financiar acestea vor fi putea fi acoperite și prin implementarea unor mecanisme instituționale prin atragerea unor finanțări din fonduri europene.

Finanțarea acțiunilor prevăzute în cadrul obiectivelor strategice se va realiza cu încadrarea în bugetele ordonatorilor principali de credite implicați, precum și din alte surse legal constituite.

Acțiunile propuse pot fi finanțate prin diferite instrumente financiare naționale și europene. Sprijinul financiar acordat în cadrul proiectelor care vizează dezvoltarea turismului se va realiza cu respectarea prevederilor naționale și europene în domeniul ajutorului de stat/minimis.

Pentru perioada de programare 2021-2027, Comisia Europeană a propus modernizarea politicii de coeziune, fiind prevăzute cinci priorități investiționale<sup>26</sup>:

- **O Europă mai inteligentă**, prin inovare, digitalizare, transformare economică și sprijinirea întreprinderilor mici și mijlocii
- **O Europă mai verde**, fără emisii de carbon, punerea în aplicare a Acordului de la Paris și investiții în tranziția energetică, energia din surse regenerabile și combaterea schimbărilor climatice
- **O Europă conectată**, cu rețele strategice de transport și digitale
- **O Europă mai socială**, pentru realizarea pilonului european al drepturilor sociale și sprijinirea calității locurilor de muncă, a învățământului, a competențelor, a incluziunii sociale și a accesului egal la sistemul de sănătate
- **O Europă mai apropiată de cetățenii săi**, prin sprijinirea strategiilor de dezvoltare conduse la nivel local și a dezvoltării urbane durabile în UE.

Spre deosebire de perioada anterioară, când turismul nu a fost inclus ca obiectiv tematic, în cadrul acestei priorități se regăsește obiectivul prioritar **Turism, patrimoniu, cultură, securitate urbană** care are ca obiectiv specific „Promovarea dezvoltării integrate în domeniul social, economic și al mediului, a patrimoniului cultural și a securității în zonele urbane”. Prin acest obiectiv este prevăzută finanțarea următoarele tipuri de investiții: investiții în turism – stațiuni turistice urbane de interes național, investiții în infrastructura din domeniul cultural, investiții în patrimoniul cultural, investiții pentru regenerarea urbană și securitatea spațiilor publice.

Un al doilea obiectiv prioritar este **Dezvoltarea teritorială integrată**, cu obiectivul specific „Promovarea dezvoltării integrate în domeniul social, economic și al mediului la nivel local, a patrimoniului cultural și a securității, inclusiv în zonele rurale și de coastă și inclusiv prin dezvoltarea locală plasată sub responsabilitatea comunității”, prin care UE sprijină:

- Structurile de guvernare ITI () din Acordul de parteneriat - sprijin pentru pregătirea/conceperea și implementarea strategiilor teritoriale
- Structurile de guvernare CLLD (ZUM-uri) – pregătire, gestiune și animare
- Sprijin pentru SIDU – pregătire, gestiune și animare

<sup>26</sup><http://mfe.gov.ro/minister/periode-de-programare/periada-2021-2027/>

Pentru perioada 2021-2027, Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene a propus 9 tipuri de programe operaționale, aprobate de Comisia Europeană la finalul anului 2022, prin intermediul cărora va fi administrat bugetul alocat României (**27 miliarde de euro**, cu 8% în plus față de perioada 2014-2020):

1. Programul **Tranziție Justă** (PTJ)
2. Programul **Dezvoltare Durabilă** (PDD)
3. Programul **Transport** (PT)
4. Programul **Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare** (PCIDIF)
5. Programul **Sănătate** (PS)
6. Programul **Educație și Ocupare** (PEO)
7. Programe **Regionale** (PR)
8. Programul **Asistență Tehnică** (PAT)

Următoarele programe pot finanța investiții în infrastructură turistică sau conexă, generală, sau investiții cu impact asupra dezvoltării acestui domeniu de activitate:

**Programul Tranziție Justă (PTJ)** urmărește să atenueze impactului închiderii sau transformării unor activități economice dominante în economia locală și să faciliteze tranziția către o economie neutră din punct de vedere climatic.

PTJ nu cuprinde componente dedicate exclusiv sectorului turistic, acesta urmărește dezvoltarea întreprinderilor și a întreprinderilor și a antreprenoriatului prin promovarea aspectelor de mediu relevante la nivel european, contribuind astfel și la susținerea turismului sustenabil și sănătate în județele vizate. Pot fi finanțate investiții în domeniul turismului (în funcție de codurile CAEN eligibile), în măsura în care acestea ating obiectivele programului și Strategiile de specializare inteligentă.

Toate proiectele finanțate în cadrul PTJ vor respecta obligatoriu principiul “nu prejudicia în mod semnificativ mediul” (DNSH).

PTJ (2021 – 2027) este structurat pe 7 priorități, fiind elaborate în acord cu obiectivul specific al Uniunii Europene de a permite regiunilor și cetățenilor să facă față efectelor sociale, asupra ocupării forței de muncă, economice și de mediu ale tranziției către țintele energetice și climatice ale Uniunii pentru 2030 și o economie neutră din punct de vedere climatic până în 2050, în temeiul Acordului de la Paris.

**Programul Dezvoltare Durabilă (PDD)** sprijină economiile cu emisii scăzute de gaze cu efect de seră, astfel încât să se atingă neutralitatea climatică până în 2050 și să se asigure utilizarea eficientă a resurselor naturale, obiective cu impact asupra mediului de desfășurare a activității turistice și turismului durabil și economiilor locale. Programul are patru priorități: infrastructura de apă și apă uzată și tranziția la o economie circulară; protecția mediului; adaptarea la schimbări climatice; eficiență energetică și reducerea emisiilor cu efect de seră.

**Programul Transport (PT)** își propune extinderea infrastructurii de transport pe teritoriul României în vederea îmbunătățirii conectivității între regiunile țării dar și cu restul țărilor din Uniunea Europeană. Principala provocare pe care programul va trebui să o rezolve decalajului de dezvoltare a infrastructurii de transport a României, adaptată inclusiv utilizării duale și asigurând în același timp atingerea obiectivelor europene de reducere a emisiilor de

carbon și transferul spre o mobilitate durabilă și sigură. Prin programul transport se poate finanța investiții cu impact asupra dezvoltării turismului, precum: infrastructura rutieră de mare viteză, drumuri naționale și variante ocolitoare, modernizarea căilor ferate și a parcului rulant pentru călători, căi ferate urbane, transport naval și multimodal.

**Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare (PCIDIF)** stabilește prioritățile de investiții finanțate din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR), în sprijinul implementării în România a politicii publice eGov (Catalogul serviciilor publice). Obiectivele generale ale programului sunt:

- Dezvoltarea unui ecosistem CDI durabil, predictibil și stabil care să conducă la creșterea/menținerea locurilor de muncă pentru cercetare, crearea unui mediu motivant/attractiv pentru tinerii cercetători, creșterea abilităților acestora pentru transferul de cunoștințe dobândite către piață și, totodată, transferul tehnologic, precum și sprijinirea IMM-urilor în vederea introducerii inovării de produs/proces/serviciu în activitatea proprie, precum și formarea personalului din cadrul acestora și din organizațiile de cercetare în domeniile specializare inteligentă, antreprenariat și tranziție industrial;
- Digitalizarea serviciilor publice în beneficiul cetățenilor și creșterea gradului de integrare digitală a întreprinderilor, precum și digitalizarea sectorului cultural.

Dintre cele trei priorități de investiție din cadrul PCIDIF, două pot fi considerate a aduce beneficii pentru sectorul turismului:

**Prioritatea 2. Digitalizare în administrația publică centrală și mediul de afaceri** are următoarele obiective: servicii/aplicații/produse inovatoare și adoptarea de tehnologii avansate pentru IMM; e-guvernarea și digitalizarea în beneficiul cetățenilor; tehnologii avansate de securitate cibernetică și dezvoltarea de produse și procese digitale pentru administrația publică; huburi de Inovare Digitală Europene pentru IMM.

**Prioritatea 3. Transformarea digitală și furnizarea de servicii îmbunătățite în sectorul cultural**

1. Instrumente pentru digitalizarea arhivelor culturale și dezvoltarea de conținut digital despre patrimoniu

Obiectivul specific este acela de a consolida rolului culturii și al turismului durabil în dezvoltarea economică, incluziunea socială și inovarea socială.

Tipuri de activități eligibile sunt: dezvoltarea unui punct unic de acces pentru patrimoniul cultural; digitalizarea sistemului de distribuție a cărților; digitalizarea patrimoniului cultural al României, conservarea operelor culturale și crearea de noi servicii publice pentru cetățeni.

**Programul Sănătate (PS)** are ca obiectiv îmbunătățirea accesibilității, eficacității, eficienței și rezilienței sistemului de sănătate, prin: creșterea calității serviciilor de asistență medicală primară, comunitară, a sistemului medical în domenii critice, a serviciilor oferite în regim ambulatoriu și îmbunătățirea și consolidarea serviciilor preventive, servicii de reabilitare, paliative și spitalizări pentru boli cronice, construirea spitalelor regionale, abordări inovative în cercetarea din domeniul medical, digitalizarea sistemului medical sau măsuri care susțin domeniile oncologie și transplant. O serie de investiții prevăzute în cadrul acestui program pot avea impact asupra dezvoltării turismului de sănătate și balnear:



dotare/modernizare/reabilitare a unităților sanitare medicale de tip ambulatoriu; îmbunătățirea asistenței medicale primare și a serviciilor medicale din ambulatoriu; îmbunătățirea serviciilor oferite în regim ambulatoriu prin proceduri de lucru și instruirea personalului; infrastructură pentru unități sanitare de reabilitare/recuperare; îmbunătățirea serviciilor de reabilitare/recuperare; programe dedicate cercetării; parteneriat public-privat pentru Cercetare, Dezvoltare și Inovare (CDI).

**Programul Educație și Ocupare (PEO)** asigură intervenții ce vizează îmbunătățirea pieței muncii (modernizarea instituțiilor, valorificarea potențialului tinerilor și creșterea accesului), antreprenoriat și economie socială, creșterea accesului la educație prin îmbunătățirea participării la învățământul antepreșcolar și preșcolar, prevenirea părăsirii timpurii a școlii, creșterea accesului/participării grupurilor dezavantajate la educație și formare profesională, dar și prin îmbunătățirea calității serviciilor educaționale, adaptarea la piața muncii și tehnologii. Concomitent, Programul finanțează proiecte ce sprijină învățământul profesional și tehnic, respectiv procesul de învățare pe tot parcursul vieții.

**PEO**, prin finanțările oferite, poate contribui la dezvoltarea unor programe de pregătire profesională și chiar la dezvoltarea învățământului dual din domeniul turismului.

Una dintre prioritățile programului o constituie *consolidarea participării populației în procesul de învățare pe tot parcursul vieții pentru facilitarea tranzițiilor și a mobilității pe piața muncii*. Printre tipurile de activități eligibile, care ar putea avea impact în turism se numără: îmbunătățirea programelor de formare și a instrumentelor de evaluare; actualizare/revizuire/ dezvoltare de noi standarde ocupaționale /calificări profesionale conform noilor cerințe ale pieței muncii; sprijinirea parteneriatelor între furnizori de formare (din învățământul secundar și terțiar) și reprezentanți ai mediului de afaceri pentru dezvoltarea și implementarea unor programe de formare continuă (în special în domeniile de specializare inteligentă); formarea specialiștilor, formatorilor/ instructorilor, coordonatorilor pentru asigurarea calității în formarea profesională a adulților; sprijinirea formării continue a angajaților în acord cu nevoile identificate de angajatori pentru a putea răspunde provocărilor din domeniul de activitate.

O altă prioritate o reprezintă *creșterea accesibilității, atractivității și calității învățământului profesional și tehnic*. Printre activitățile eligibile se numără următoarele: dezvoltarea unei metodologii privind organizarea de programe de educație profesionale în regim dual de nivel terțiar, inclusiv o procedură de admitere integrate, dezvoltarea și implementarea unei metodologii de acreditare a operatorilor economici implicați în pregătirea practică a elevilor din învățământul dual care să asigure spațiile, tehnologiile și personalul calificat, pe principalele sectoare/zonă cu necesități și capacități în domeniu.

Ținând cont de necesitatea dezvoltării competențelor pentru integrarea pe piața muncii în turism, acțiunile de recalificare și perfecționare sunt sprijinite din FSE+. Acțiunile pot fi, de asemenea, strâns coordonate cu măsurile FSE+ pentru a asigura dezvoltarea capacității resurselor umane prin formare profesională și sprijin pe piața muncii. Aceste măsuri pot completa acțiunile sprijinite de FEDR (orice intervenție de recalificare și perfecționare de tip FSE+ în turism poate fi susținută și prin acțiuni FEDR, ca parte a unei propuneri de finanțare încrucișată (până la 15% dintr-o prioritate FEDR).

**Programe Regionale (PR)** urmează a fi gestionate descentralizat la nivelul Agențiilor de Dezvoltare Regională din fiecare dintre cele 8 regiuni ale țării (pe model polonez). Vor fi

implementate 8 Axe prioritare, dintre care, Axa prioritară 7 – O regiune atractivă se adresează direct domeniului turism. Axa prioritară are 2 obiective specifice, după cum urmează:

**Obiectiv 1.** Favorizarea dezvoltării integrate sociale, economice și de mediu la nivel local și a patrimoniului cultural, turismului și securității în zonele urbane. Operațiunile orientative în cadrul acestui obiectiv vor fi:

- Îmbunătățirea mediului urban și conservarea, protecția și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural și servicii culturale;
- Îmbunătățirea infrastructurii de turism, în special în zone care dispun de un potențial turistic valoros;
- Dezvoltarea turismului balnear și balneo-climateric;
- Investiții în infrastructura din domeniul cultural, în mediul urban;
- Creșterea securității spațiilor publice;
- Tabere de elevi și preșcolari;
- Îmbunătățirea mediului urban și conservarea, protecția și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural și servicii culturale.

**Obiectiv 2.** Favorizarea dezvoltării integrate sociale, economice și de mediu la nivel local și a patrimoniului cultural, turismului și securității în afara zonelor urbane, cu următoarele operațiuni orientative:

- Infrastructura de turism, în special în zone care dispun de un potențial turistic valoros;
- Conservarea, protecția și valorificarea durabilă a patrimoniului natural;
- Dezvoltarea infrastructurilor integrate cu rol în administrare, protejare, informare și exploatare turistică sustenabilă;
- Tabere de elevi și preșcolari.

Deși domeniul turism se regăsește distinct doar în cadrul Programului Operațional Regional, *Axa prioritară 7 - O regiune atractivă*, vor fi facilitate sinergii cu alte programe operaționale, anumite activități turistice/forme de turism/activități care vin în sprijinul dezvoltării turismului putând fi finanțate indirect și în cadrul altor programe operaționale.

**Planul Național Strategic (PNS)** este documentul care va sta la baza alocărilor financiare pentru agricultură și dezvoltare rurală din fonduri europene pentru perioada 2023 – 2027. Pentru susținerea turismului, PNS vizează finanțarea microîntreprinderilor pentru dezvoltarea activităților de turism rural și agrement, iar prin LEADER se acordă sprijin pentru înființarea de microîntreprinderi în mediul rural (start-up) pentru activitățile turistice locale în funcție de specificul zonei (turism cultural, gastronomic, deltaic, ecumenic, agroturism, ecoturism etc.). Din perspectiva patrimoniului cultural, PNS vizează sprijinirea reabilitării, restaurării, conservării obiectivelor de patrimoniu de clasă B și patrimoniu neclasificat – de la nivel local (mobil, imobil și imaterial) din teritoriul LEADER, în funcție de nevoile identificate în teritoriu.

**Programul Acvacultura și Pescuit (PAP)** este complementar, în principal cu Planul Național Strategic și cu celelalte programe finanțate conform Acordului de Parteneriat.

PAP este concentrat pe dezvoltarea sectorului pescăresc, în special a IMM-urilor, care pot primi sprijin pentru inovare, digitalizare, eficiență energetică, conservarea și refacerea

biodiversității, formare profesională. Prin strategiile de dezvoltare a zonelor pescărești, PAP poate susține investiții în turismul și în patrimoniul cultural al respectivelor zone.

Investițiile în turism și cultură sunt prezente în sprijinul comunităților vulnerabile din teritoriile acoperite de Strategiile de Dezvoltare Locală și vizează susținerea infrastructurii culturale și de turism urbane (cicloturism, muzee locale, reabilitarea de biserici vechi, clădiri istorice în centrele istorice urbane). Populația locală trebuie asociată cu activitățile de turism pentru împărțirea echitabilă a beneficiilor economice, culturale și sociale generate, în special în crearea de locuri de muncă directe și indirecte, rezultat așteptat în urma acestor investiții.

Ca urmare a adoptării **Mecanismului de Redresare și Reziliență** la nivelul Uniunii Europene, prin **Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR)** România și-a asumat ca obiectiv general stabilirea priorităților naționale de investiții și direcțiilor principale de reformă ale României în acord cu Recomandările Specifice de Țară și regulamentele specifice pentru a asigura ameliorarea stării economice a României și a consolida capacitatea de reziliență la nivel național în perioade de criză pandemică.

*În cadrul componentei C 11. Turism și cultură se dorește dezvoltarea turismului de destinație. În acest sens, se are în vedere înființarea și operaționalizarea Organizațiilor de Management al Destinației (inclusiv crearea unor mecanisme de finanțare pentru acestea); sprijin financiar pentru promovarea a 12 rute cultural-turistice, prin digitalizarea siturilor culturale, prin crearea unei aplicații dedicate vizitatorilor, prin marcarea și semnalizarea rutei/siturilor incluse în cadrul rutei; modernizarea /reabilitarea siturilor turistice cu impact național și internațional incluse în cele 12 rute (225 de obiective culturale – 5 castele, 5 curii, 10 biserici din lemn, 5 cule, 5 mănăstiri din Moldova, 5 biserici/situri pe ruta Sfântului Ladislau, 5 castre romane, 5 fortărețe, 8 case tradiționale din Delta Dunării, 172 de case rurale tradiționale); crearea/modernizarea a 8 muzee memoriale; crearea cadrului pentru operaționalizarea traseelor cicloturistice la nivel național și amenajarea a 2404 km de noi trasee naționale de ciclism în toată țara.*

### **La nivel UE**

La nivelul UE, există câteva surse de finanțare care ar putea ajuta la gestionarea provocărilor din domeniul turismului. Pornind de la prioritățile prevăzute în fiecare program de finanțare UE, ar putea beneficia de finanțare europeană diverse persoane juridice (instituție publice, societăți, IMM-uri, organizații de cercetare, universități, ONG-uri și inițiative de cluster turistic) în vederea desfășurării de activități cu impact pozitiv asupra turismului.

**Programul LIFE** este singurul fond gestionat direct de Comisia Europeană dedicat exclusiv obiectivelor de mediu și climă.

*Obiectivul general* al programului este de a contribui la tranziția către o economie circulară curată, eficientă din punct de vedere energetic, cu emisii scăzute de dioxid de carbon și rezistentă la schimbările climatice, inclusiv prin tranziția către energia curată, precum și la protejarea și îmbunătățirea calității mediului și la oprirea și inversarea declinului biodiversității, contribuind astfel la dezvoltarea durabilă.

**Programul Europa Creativă** finanțează proiecte de cooperare europeană, proiecte transnaționale care implică organizații culturale și creative din diferite țări care participă la program. Acțiunea urmărește îmbunătățirea accesului la cultura europeană și la operele creative și promovarea inovației și a creativității. Proiectele pot acoperi unul sau mai multe sectoare culturale și creative și pot fi interdisciplinare.

Printre prioritățile specifice se regăsesc: consolidarea capacității (ex. activități de formare, creare de rețele sau de acces pe piață, precum și sprijinirea rezilienței sectoarelor) pentru următoarele sectoare: muzică, carte și editare, arhitectură, patrimoniu cultural, modă și design, turism cultural durabil.

În plus:

- **Programul Piața Unică** va sprijini turismul și va încuraja dezvoltarea talentelor creative în sectorul cultural.
- **Programul Erasmus+** va susține cooperarea dintre instituții și organizații active în domeniul formării profesionale pentru a face față provocărilor legate de piața muncii în turism și restaurare obiective de patrimoniu.

### **Programe de cooperare interregională, transnațională și transfrontalieră**

**Programul INTERREG EUROPE** sprijină guvernele regionale și locale din întregul teritoriu european să elaboreze și să pună în aplicare politici mai bune. Programul oferă autorităților publice regionale și locale de pe întregul continent european posibilitatea să împărtășească în mod practic idei și experiențe în legătură cu politicile publice, îmbunătățind astfel strategiile dedicate cetățenilor și comunităților acestora. OP 4 – Europa mai socială are ca Obiectiv specific (vi) Cultura și turismul durabil. Pot beneficia de acest program autoritățile publice, organismele de drept public, dar și organismele private non-profit.

**Programul Transnațional DUNĂREA** este un instrument de finanțare al Cooperării Teritoriale Europene (CTE) care promovează coeziunea economică, socială și teritorială în Regiunea Dunării prin integrarea politicilor în sectoarele selectate. Programul de cooperare este structurat în jurul a patru axe prioritare. Axa prioritară 3 – PO4 O Europă mai socială include și obiectivul specific: (v) Consolidarea rolului culturii și turismului durabil în dezvoltarea economică, incluziunea socială și inovarea socială.

### **Programul Interreg IV-A NEXT Ungaria-Slovacia-România-Ucraina 2021-2027**

Programul își propune să deservească dezvoltarea regiunii de graniță comună a celor 4 state prin intensificarea cooperării între regiunile eligibile din Ucraina și zonele eligibile ale statelor membre.

Proiecte în domeniul turismului pot fi dezvoltate în cadrul *Priorității 2 – PO4: O regiune de frontieră sănătoasă și atractivă, Obiectivul specific vi) Creșterea rolului culturii și al turismului sustenabil în dezvoltarea economică, implicarea socială și inovarea socială.*

Programul Interreg IV-A NEXT Ungaria-Slovacia-România-Ucraina 2021-2027 poate constitui un instrument în derularea proiectelor turistice în Carpați. Sunt sprijinite proiecte care au în vedere

dezvoltarea de produse turistice comune, dezvoltarea de rute și rețele transfrontaliere, schimbul de bune practici, formarea profesională sau colectarea de date. Județele eligibile în România sunt: Maramureș, Satu Mare și Suceava.

### **Programul Interreg VI-A Romania-Bulgaria**

Programul își propune îmbunătățirea dezvoltării zonei de graniță româno-bulgare în perioada **2021-2027**.

În cadrul *Priorității 5 - O Europă mai aproape de cetățeni prin promovarea dezvoltării durabile și integrate a tuturor tipurilor de teritorii și inițiative locale*, Obiectivul specific RSO5.2. *Stimularea dezvoltării locale integrate și incluzive, din punct de vedere social, economic și de mediu, a patrimoniului cultural și natural, a turismului durabil și a securității, în alte zone decât în cele urbane*, investițiile se vor concentra pe sprijinirea dezvoltării teritoriale integrate a zonei transfrontaliere, susținută de traseul de cicloturism Eurovelo 6, prin investiții în lanțul valoric al turismului cu relevanță la nivel transfrontalier, amenajarea unor obiective turistice naturale și culturale etc.

Județele eligibile în România sunt: Constanța, Călărași, Giurgiu, Teleorman, Olt, Dolj, Mehedinți.

### **Programul Interreg VI-A România-Ungaria**

Proiecte în domeniul turismului pot fi dezvoltate în cadrul *Priorității 2: Cooperare pentru o zonă transfrontalieră mai socială și mai coezivă*; Obiectivul Specific (OS) 4.6 - *Creșterea rolului culturii și al turismului durabil în dezvoltarea economică, incluziunea socială și inovarea socială*.

Printre tipurile de acțiuni eligibile în cadrul acestui obiectiv specific se remarcă: identificarea posibilităților de a face oferta turistică durabilă sau de a crea noi produse turistice durabile de interes public (de exemplu, analiza tendințelor, cartografierea resurselor, evaluarea barierelor în calea cooperării), identificarea și cartografierea patrimoniului natural și cultural și/sau dezvoltarea de strategii comune de promovare, conservare și digitalizare; consolidarea capacităților și schimbul de experiență între actorii transfrontalieri; îmbunătățirea interpretării/adoptarea de metode inovatoare de marketing teritorial comun; dezvoltarea de oferte și produse turistice comune durabile, inclusiv investiții, încorporate în strategiile comune de turism pentru dezvoltare locală; acțiuni comune pentru soluții inovatoare și crearea de trasee tematice pentru protecția și valorificarea patrimoniului cultural/rural/natural/religios/ecoturism.

**Aria programului** cuprinde județele Arad, Bihor, Satu Mare și Timiș în România.

### **Programul Interreg NEXT VI-A România – Republica Moldova 2021-2027**

În cadrul programului se remarcă *Prioritatea PA 3 Cultură și Turism, Contacte directe între oameni*, Obiectivul specific PO4(vi) *Consolidarea rolului culturii și turismului durabil în dezvoltarea economică, incluziunea socială și inovarea socială*.

Printre acțiunile care urmează să fie finanțate în cadrul acestui obiectiv specific enumerăm: reabilitarea/conservarea/restaurarea și dotarea siturilor de patrimoniu cultural; activități care vizează promovarea și creșterea accesibilității patrimoniului cultural (campanii de promovare, evenimente culturale etc.); proiectarea și promovarea produselor și instrumentelor inovatoare

legate de turism (inclusiv platforme digitale); campanii comune, publicații, studii, strategii de îmbunătățire a potențialului turistic transfrontalier; schimb de bune practici în domeniul întreținerii și revitalizării zonelor și siturilor de patrimoniu cultural care cresc atractivitatea și potențialul turistic; înființarea de rețele comune în domeniul turismului și culturii.

Județele eligibile în România sunt: Botoșani, Iași, Vaslui, Galați.

### **Programul Interreg NEXT VI-A România-Ucraina 2021-2027**

Importanță deosebită pentru dezvoltarea turismului are *Prioritatea 2 - Dezvoltare socială transfrontalieră; Obiectivul Specific - Creșterea rolului culturii și al turismului durabil în dezvoltarea economică, incluziunea socială și inovarea socială.*

În cadrul acestui obiectiv pot fi finanțate următoarele tipuri de activități: restaurarea, conservarea, consolidarea, protecția, securitatea monumentelor culturale și istorice, siturilor arheologice (inclusiv căile de acces corespunzătoare), muzeelor, obiectelor și colecțiilor de artă și promovarea în comun a acestora pe baza strategiilor/conceptelor transfrontaliere relevante; conservarea, securitatea și valorificarea în comun a monumentelor și obiectelor culturale și istorice; sprijinirea activităților meșteșugărești specifice și tradiționale, importante pentru păstrarea culturii și identității locale; promovarea activităților specifice și tradiționale în zona eligibilă (inclusiv evenimente culturale transfrontaliere); construirea, modernizarea centrelor de vizitare a ariilor naturale protejate; dezvoltarea traseelor turistice ecologice; investiții în hardware și software necesare pentru digitalizarea site-urilor și evenimentelor culturale; reabilitarea/modernizarea și dotarea patrimoniului cultural; promovarea platformelor digitale pentru turism; promovarea siturilor de patrimoniu cultural și includerea acestora în rețelele și lanțurile de turism transfrontalier; campanii comune, publicații, studii, strategii de îmbunătățire a potențialului turistic transfrontalier; înființarea de rețele comune în domeniul turismului și culturii.

Județele eligibile în România sunt: Botoșani, Suceava, Tulcea, Maramureș, Satu-Mare.

### **Programul IPA INTERREG IV-a Romania – Serbia**

În cadrul *Priorității P2: Dezvoltare socială și economică; Obiectivul strategic OS 3: Sporirea rolului culturii și al turismului durabil în dezvoltarea economică, incluziunea socială și inovarea socială*, pot fi finanțate proiecte care vizează dezvoltarea și promovarea activelor și serviciilor turistice durabile; protejarea, dezvoltarea și promovarea patrimoniului natural, dezvoltarea și promovarea ecoturismului, a turismului de sănătate, turismului de afaceri, turismului activ, cicloturismului; protejarea, dezvoltarea și promovarea patrimoniului cultural și a serviciilor culturale; investiții în regenerarea fizică a obiectivelor culturale și turistice, în scopul includerii acestora în circuitul turistic și/sau cultural; acțiuni comune în domeniul dezvoltării serviciilor turistice și culturale durabile.

Județele eligibile în România sunt: Timiș, Caraș-Severin, Mehedinți.

### **Programul INTERREG NEXT Bazinul Mării Negre 2021-2027**

În actuala perioadă nu există o linie specifică pentru domeniul turism. Cu toate acestea, tangențial pot fi dezvoltate anumite proiecte în cadrul *Obiectivului de Politică 1 - O Europă mai competitivă și mai inteligentă, prin promovarea unei transformări economice inovatoare și inteligente și a conectivității TIC regionale; Obiectivul Specific 1 - dezvoltarea și sporirea*

*capacităților de cercetare și inovare și adoptarea de tehnologii avansate sau în cadrul Obiectivului de Politică 2 - O Europă mai verde, rezilientă, cu emisii reduse de dioxid de carbon, care se îndreaptă către o economie cu zero emisii de dioxid de carbon, prin promovarea unei tranziții către o energie curată și echitabilă, a investițiilor verzi și albastre, a economiei circulare, a atenuării schimbărilor climatice și a adaptării la acestea, a prevenirii și gestionării riscurilor, precum și a unei mobilități urbane durabile, Obiectivul Specific 7 – consolidarea protecției și conservării naturii, a biodiversității și a infrastructurii verzi, inclusiv în zonele urbane și reducerea tuturor formelor de poluare.*

Aria eligibilă a programului în România este reprezentată de județele din Regiunea de Dezvoltare Sud-Est.

Aceste programe de finanțare încurajează crearea de parteneriate puternic integrate într-o zonă de cooperare transnațională, capabile să aibă un impact dincolo de frontierele naționale. Noua generație a programelor de cooperare interregională și transfrontalieră „Interreg” va ajuta statele membre să depășească obstacolele transfrontaliere și să dezvolte servicii comune.

Pornind de la succesul acțiunii pilot din 2014-2020, Comisia propune crearea Investițiilor interregionale pentru inovare. Regiunile cu active corespunzătoare de „specializare inteligentă” vor fi sprijinite mai mult pentru alcătuirea clusterelor paneuropene în sectoare prioritare precum datele masive (big data), economia circulară, sistemele avansate de fabricație sau securitatea cibernetică.

### XIII. Implicații asupra cadrului juridic

Măsurile necesare la nivel legislativ vizează următoarele priorități:

- **Standarde adecvate.** Pentru a consolida mediul de afaceri și climatul din acest sector, autoritatea publică centrală responsabilă cu dezvoltarea turismului (Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului) trebuie ca, printr-o colaborare cu agențiile și ministerele de resort respective, să inițieze simplificări în obținerea avizelor pentru unitățile de alimentație publică, IMM-uri rurale etc. În cadrul consultărilor, o serie de actori din domeniul turismului au ridicat problema faptului că restaurantele mari, cu marcă recunoscută și restaurantele mici, rurale trebuie să îndeplinească aceleași standarde. Siguranța alimentară trebuie să rămână o prioritate, însă furnizorilor mai mici ar trebui să le solicite să îndeplinească standarde elementare, în timp ce unitățile mai mari ar trebui să îndeplinească toată gama de cerințe;
- **Certificarea inteligentă și abordarea de tip ghișeu unic.** MEAT va iniția un program de certificare inteligentă și va aborda autoritățile și ministerele de resort respective, pentru a evalua reglementările și pentru a simplifica procesul cât mai mult posibil. În prezent, multe țări urmează abordarea de tip „ghișeu unic”, unde solicitanții se înscriu pentru toate procedurile administrative într-un singur loc și primesc apoi toate serviciile solicitate de la autoritățile publice;
- **Omiterea din statistici a *sharing economy* și a pensiunilor mici.** În prezent, utilizatorii platformelor de *sharing economy* sau vizitatorii pensiunilor mici (cu până la 10 paturi) nu sunt incluși în statistici, ceea ce cauzează adesea discrepanțe în bazele de date. Cei care își închiriază proprietățile prin platforme de *sharing economy* (economie colaborativă - Airbnb, booking.com și altele) ar trebui supuși cel puțin unor reglementări de natură să poată oferi date statistice și informații despre modul în care destinațiile ar trebui să-și gestioneze operațiunile. Câteva exemple din Europa: furnizorii trebuie să obțină o licență de turism, în anumite cazuri închirierea este limitată la un anumit număr de zile etc.



## PLANUL DE ACȚIUNE

Planul de acțiune, parte integrantă din Strategia Națională a României pentru dezvoltarea turismului, enumeră pașii care trebuie făcuți pentru a atinge setul de obiective. Coloanele reprezintă următoarele:

- „Obiectivele” sunt măsurile prin care sunt abordate cauzele primare.
- „Acțiunile principale” sunt activitățile care vor conduce la atingerea obiectivelor.
- „Coordonatorii” sunt autoritățile care gestionează intervențiile (Ministerele) și vor avea sarcina de a proiecta programele și de a pune la dispoziție finanțările pentru obținerea rezultatelor finale stabilite.
- „Contributorii” sunt beneficiarii fondurilor la nivel inferior (autorități naționale, locale, OMD-uri, reprezentanți ai sectorului privat etc.) care vor contribui la intervenție prin implementarea de măsuri la nivel local. Contributorii pot cofinanța implementarea anumitor acțiuni în funcție de regulile programului de finanțare.
- „Rezultatele planificate” sunt rezultatele măsurabile care trebuie obținute direct prin implementarea intervenției.

Programele și proiectele dedicate ce vor fi elaborate după aprobarea strategiei vor descrie detaliat toate acțiunile și activitățile. Printre altele, acestea vor cuprinde criterii de eligibilitate, intervale de timp specifice, rezultate de tip *output* și *outcome* dorite, limitări și cheltuieli eligibile etc.

Prioritizarea investițiilor în procesul de elaborare a programelor este extrem de importantă pentru a asigura succesul implementării strategiei. Prioritizarea trebuie să se bazeze pe documentele cadru juridice și strategice aplicabile în sectorul turismului. Aceste documente trebuie să devină instrumentul care să permită MEAT să acționeze în cadrul cooperării interministeriale, cu scopul de a realiza implementarea inteligentă a strategiei. Toate acțiunile descrise mai jos vor trebui să țină seama de PATN (Planul de amenajare a teritoriului național, aprobat prin Legea nr. 190/2009, cu modificările și completările ulterioare) – Secțiunea VIII zone cu resurse turistice, precum și de hotărârile de guvern cu privire la stațiunile turistice (HG nr. 852/2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice, cu modificările și completările ulterioare), stațiunile balneare și balneoclimatice (HG nr. 1016/2011 privind acordarea statutului de stațiune balneară și balneoclimatică pentru unele localități și areale care dispun de factori naturali de cură, cu modificările și completările ulterioare), de cadrul legislativ cu privire la ariile naturale protejate (rezervații naturale, parcuri naționale, parcuri naturale, rezervații ale biosferei, situri Natura 2000), de cadrul legislativ privind siturile UNESCO și monumentele istorice, programul național de dezvoltare a turismului montan „Schi în România” (aprobat prin Legea nr. 526/2003, cu modificările și completările ulterioare), de Convenția Carpatică și de prevederile legislative privind Zonele Montane Defavorizate.

Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului va juca un rol de coordonare în elaborarea și implementarea activităților din planul de acțiune de mai jos. În timp ce și alte ministere de resort pot fi autorități de management pentru anumite activități, MEAT va participa la toate procesele de planificare, întocmire și implementare pentru aceste activități, acestea fiind menite a sprijini dezvoltarea turismului în țară. O poziție instituțională puternică din partea MEAT este esențială pentru implementarea cu succes a acestui plan de acțiune.

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
<b>1.1: Îmbunătățirea accesibilității către zonele turistice și a calității infrastructurii turistice</b>	<b>Transport și accesibilitate către zone turistice</b>						
	1. Îmbunătățirea drumurilor de acces către stațiuni și în interiorul acestora, către obiective și atracții turistice, așa cum sunt definite în secțiunea VIII a PATN. Asigurarea continuității implementării Master Planului General de Transport al României aprobat prin HG nr. 666/2016 cu completările și modificările ulterioare, pentru a promova îmbunătățirea accesibilității	2024	2035	MTI, MDLPA, MADR	APL	Programul Transport, Programele de cooperare teritorială, PNRR, Programe Regionale, Connecting Europe Facility, Programul Investițional pentru dezvoltarea infrastructurii de transport pentru perioada 2021 - 2030 al MTI, Bugetul local	Drumuri reabilite și modernizate către atracțiile turistice, semnalizate
	2. Reabilitarea și dezvoltarea unor rute feroviare cu rol turistic pentru a îmbunătăți accesibilitatea și pentru a diversifica ofertele turistice	2024	2035	MTI	Operatori feroviari de stat și privați, APL, INP	Programul Transport, Programe Regionale, Bugetul de stat, Programul Investițional pentru dezvoltarea infrastructurii de transport pentru	Căi feroviare reabilite Stații de cale ferată reabilite

<sup>27</sup> Vezi definiția de la pg.74

<sup>28</sup> Vezi definiția de la pg.74

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
						perioada 2021 – 2030, Buget local	
	3. Îmbunătățirea transportului public verde pentru uz turistic	2024	2035	MDLPA	MTI, APL, Operatori de stat și privați	Programul Transport, Programe regionale, PNRR, Programul Investițional pentru dezvoltarea infrastructurii de transport pentru perioada 2021 – 2030, Buget local	Conexiuni cu autobuze ecologice către destinațiile turistice și hub-urile de transport
	4. Îmbunătățirea infrastructurii portuare pentru a crește fluxurile de turiști de-a lungul Dunării și Mării Negre (porturile/locurile operate situate pe căile și canalele navigabile interioare și porturile de la Marea Neagră)	2024	2035	APL, MTI	Operatori portuari, administrațiile portuare, INP	Programul de Investiții al MEAT Programul Regional SE, Programul Transport, PNRR, Buget local	Terminale de pasageri construite/reabilitate situate pe căile și canalele navigabile interioare și pe litoralul Mării Negre
	5. Crearea de infrastructură dedicată pentru piste de biciclete și trasee verzi	2024	2035	MDLPA, MEAT, MMAP, ADR	APL, administratori de zone naturale	PNRR, Programul de Investiții MEAT, Fondul de mediu, Programe Regionale, Buget local	Noi piste de biciclete și trasee verzi
	6. Crearea sau sprijinirea creării unor sisteme inteligente	2024	2035	MADR, ADR, MDLPA,	APL, sectorul privat	Fondul de mediu, Buget local,	Închirieri de biciclete puse la dispoziție,

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	pentru închirierea de biciclete			MMAP		Programe Regionale, PNS	sprijinite prin program
<b>Infrastructura turistică locală</b>							
	7. Îmbunătățirea calității spațiilor publice (spații verzi, parcuri, zone de recreere) în stațiunile turistice și în principalele centre urbane (inclusiv în stațiunile montane, balneare și pe litoral), cu respectarea specificului local, a valorilor ambientale și naturale, inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	2024	2035	MDLPA, ADR, MMAP	APL	Programe Regionale, Buget local, PNRR	Spații publice reabilitate
	8. Dimensionarea corespunzătoare a infrastructurii de colectare a deșeurilor în cadrul destinațiilor în concordanță cu fluxurile de turiști	2024	2035	MMAP, MIPE, ADR	APL	PDD, PNRR, Buget local	Creșterea capacității de colectare a deșeurilor la nivelul destinațiilor turistice
	9. Adaptarea și promovarea deschiderii obiectivelor de patrimoniu cultural uzului public și turistic (parcaje, echipamente, peisagistică, bănci, coșuri de gunoi, semnalistică și semnalizare, panouri informative etc., conform legislației în vigoare, pe baza	2024	2035	MC, ADR, INP	MDLPA, sectorul privat, ONG-uri, APL	Programul Național de Restaurare, PNRR, Programe Regionale, Buget local	Obiective de patrimoniu cultural reabilitate și promovate pentru uz turistic

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	studiilor de fundamentare specifice, păstrând specificul local și valorile culturale ale spațiilor și clădirilor), inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități						
	10. Restaurarea și promovarea patrimoniului cultural în zonele urbane pentru uz public și turistic (piețe, centre și cartiere istorice cu fațade și monumente, păstrând specificul local și valorile culturale ale spațiilor și clădirilor)	2024	2035	MC, INP, ADR	MDLPA, MEAT, APL	Programul Național de Restaurare, PNRR, Programe Regionale, Buget local, Buget de stat	Centre urbane destinații turistice reabilitate
	11. Protejarea, dezvoltarea și promovarea patrimoniului natural prin adaptarea și/sau reabilitarea infrastructurii de ecoturism	2024	2035	MMAP, MEAT, ADR, MADR	MDLPA, APL, proprietari privați, ONG-uri, adm. ariilor protejate	PNRR, Programe Regionale, Fondul de mediu, PNS, Programul de investiții MEAT	Obiective de patrimoniu natural reabilitate și protejate Produse de ecoturism dezvoltate
	12. Îmbunătățirea calității peisajelor (prin valorificarea peisajului ca o resursă socio-culturală, ecologică și a mediului, ce contribuie la definire specificului local și ca o componentă de bază a patrimoniului natural și cultural, ce contribuie la bunăstarea	2024	2035	MADR, MMAP, MCult	MC, APL, INP	Programe Regionale, PNRR, PNS, Buget de stat, Buget local	Spații publice reabilitate în zonele rurale Peisaje culturale din zonele rurale protejate

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	umană), a spațiilor publice și dezvoltarea de utilități turistice în zonele rurale de importanță turistică						
	13. Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii turistice din zona montană (infrastructurii pentru sporturi de iarnă, infrastructură turistică în zona montană înaltă – cabane, refugii, trasee turistice, drumurile transcarpatice Transfăgărășan, Transalpina, Transrarău), inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	2024	2035	MEAT, MDLPA, ADR	APL, ONG-uri, Administrații, de arii protejate	Programul de Investiții MEAT, Programe Regionale, Buget local	Structuri turistice/drumuri transcarpatice realizate/modernizate
	14. Dezvoltarea infrastructurii de agrement turistic (inclusiv a plajelor) din stațiunile turistice și din stațiunile balneare și balneoclimatice și adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	2024	2035	MEAT, ADR	APL, firme private	Programul de Investiții MEAT, Programe Regionale, Buget de stat	Structuri de agrement realizate/modernizate
	15. Dezvoltarea infrastructurii MICE și infrastructurii de evenimente - Centre de Întâlniri, săli de evenimente, săli multifuncționale (de exemplu, în Constanța pentru a atenua sezonabilitatea și în București și	2024	2035	MEAT, CNI, MDLPA, ADR	APL și firme private	Programe Regionale, Scheme de ajutor de stat, Buget de stat	Centre de întâlniri și săli multifuncționale de evenimente realizate

<b>Obiectiv</b>	<b>Acțiuni principale</b>	<b>Început</b>	<b>Sfârșit</b>	<b>Coordonator</b> 27	<b>Contributori</b> 28	<b>Surse de finanțare</b>	<b>Rezultat planificat (output)</b>
	Cluj, întrucât sunt deja destinații de evenimente bine dezvoltate în conformitate cu statisticile ICCA)						
	16. Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii și unităților de tratament balnear, modernizarea echipamentelor acestora, inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	2024	2035	MEAT, ADR	MS, APL, MDLPA sectorul privat	Programul de investiții MEAT, Scheme de ajutor de stat, Programe Regionale, Buget local	Infrastructuri de tratament balnear renovate
	17. Creșterea eficienței energetice a structurilor de primire turistică, instalarea de surse de energie regenerabilă și reducerea consumului de resurse	2024	2035	MMAP, MEnerg, MEAT, ADR	Firme private din sectorul turismului	Programele de finanțare ale Ministerului Energiei, Fondul de mediu, Programul Dezvoltare Durabilă, Programe Regionale, PNRR, Granturile SEE și Norvegiene, InvestEU, Buget de stat, Buget local și alte surse legal constituite	Structuri de primire turistică dotate cu surse de energie regenerabilă și alte dotări pentru reducerea consumului



Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
<b>1.2: Sprijinirea sectorului privat pentru dezvoltare inovativă</b>	<b>Oportunități și stimulente pentru afaceri, digitalizare</b>						
	18. Sprijinirea digitalizării și comercializării la nivelul IMM-urilor din turism (pagini de internet pentru hoteluri, oferte digitale, cataloage etc.), inclusiv accesibilizarea acestora pentru persoanele cu dizabilități	2024	2035	MCID, MEAT, ADR	MDLPA, Firme private în sectorul turismului	Scheme de ajutor de stat, Programe Regionale, Programul Digitalizare și Instrumente Financiare	Produse digitale dezvoltate pentru sprijinirea IMM-urilor
	19. Susținerea <i>start-up</i> -urilor din domeniul industriilor culturale și creative, a turismului și a IMM-urilor inovatoare prin înființarea de incubatoare naționale, regionale în turism	2024	2035	MCID, MC, MEAT	MDLPA, Firme private	Scheme de ajutor de stat, Fondul Cultural Național, Programele de cooperare Teritorială	Incubatoare create și <i>start-up</i> -uri sprijinite
	20. Susținerea <i>start-up</i> -urilor și IMM-urilor din domeniul turismului care creează modele de afaceri sustenabile din punct de vedere al protecției mediului	2024	2035	MMAP, MEAT, MEnerg	Firme private	Scheme de ajutor de stat, Programele de finanțare ale Ministerului Energiei, Fondul de mediu	Start-upuri sprijinite
	21. Găzduirea de forumuri și expoziții anuale de digitalizare, inovare și investiții, promovarea <i>networking</i> -ului în turism și a oportunităților de colaborare	2024	2035	MEAT, MCID	MDLPA	Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare, Programe Regionale, Programele de	Evenimente de investiții în turismul național găzduite și rețele și colaborări stabilite

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
						cooperare Teritorială	
<b>1.3: Creșterea calității experiențelor și serviciilor în destinații</b>	<b>Sprijinirea sectorului public și privat</b>						
	22. Sprijinirea modernizării structurilor de primire turistică în vederea obținerii unui nivel de clasificare mai înalt, respectând în același timp reglementările tehnice urbanistice și arhitecturale pentru mediul construit, inclusiv promovarea conceptului de design universal și adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	2024	2035	MEAT, FNGCIMM	MDLPA, Operatori economici	Scheme de ajutor de stat/minimis	Unități turistice care îndeplinesc standarde superioare
	23. Promovarea implementării unor măsuri de eficiență energetică, cu reglementări tehnice specifice, la nivelul obiectivelor de turism publice și private (muzee, patrimoniu cultural și natural, zone de <i>loisir</i> , stațiuni de schi și stațiuni balneare etc.)	2024	2035	MEnerg, MMAF, ADR, MDLPA	Proprietari și manageri de active turistice publice și private, MC	Programul de Investiții al MEAT, Programul Dezvoltare Durabilă, Programe Regionale, Programele de finanțare ale Ministerului Energiei, PNRR, Granturile SEE și Norvegiene, InvestEU, Fondul de mediu, Buget local	Active turistice publice și private care au beneficiat de măsuri de eficiență energetică îmbunătățită

<b>Obiectiv</b>	<b>Ațiuni principale</b>	<b>Început</b>	<b>Sfârșit</b>	<b>Coordonator</b> 27	<b>Contributori</b> 28	<b>Surse de finanțare</b>	<b>Rezultat planificat (output)</b>
	24. Promovarea unor sisteme voluntare de certificare pentru dezvoltarea durabilă a turismului	2024	2035	MEAT, MMAP	APL, Operatori economici	Buget de stat	Destinații, structuri de primire ce implementează diverse etichete
	25. Promovarea bunelor practici pentru adaptarea structurilor turistice și facilităților pentru nevoile persoanelor cu dizabilități	2024	2035	MEAT	Asociații din turism, ANPDPD, ANPDPCA, ANPIS	Bugetul de stat	Ghiduri de bune practici
<b>Managementul destinațiilor și zonelor turistice</b>							
	26. Susținerea organizațiilor de management al destinației prin cursuri de formare	2024	2026	MEAT	MMSS, ONG-uri, MC OMD-uri, furnizori de formare, instituții de învățământ superior	Scheme de ajutor, Buget de stat, PNRR, Buget OMD	OMD-uri sprijinite la formare Personal al OMD-urilor care beneficiază de formare
	27. Crearea și/sau sprijinirea dezvoltării organizațiilor de management al destinației pentru a promova inițiativele naționale, regionale și locale de turism	2024	2026	MEAT	OMD-uri	Scheme de ajutor, Buget de stat, Buget OMD	OMD-uri create sau sprijinite
	28. Elaborarea și adoptarea unor planuri de management al vizitatorilor în zonele de patrimoniu cultural, în ariile	2024	2035	MMAP, INP	OMD-uri, ONG-uri, adm. de patrimoniu,	Bugete locale, Fondul de mediu, Fondul Cultural Național, PNRR,	Planuri de management a vizitatorilor adoptate

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	naturale protejate, precum și pentru siturile de importanță turistică				MC, APL, MEAT	Buget OMD	
<b>Dezvoltarea de produse și diversificarea ofertei</b>							
	29. Sprijinirea și stimularea creării de produse autentice, promovarea gastronomiei locale și a producției meșteșugărești prin organizarea de evenimente și activități speciale de promovare (expoziții, festivaluri, ateliere cu demonstrații și cursuri pentru turiști etc.), inclusiv prin obținerea atestărilor de Marcă tradițională, Produs Tradițional atestat	2024	2035	MEAT, MC, MADR	Sectorul privat, OMD-uri	Fondul Cultural Național, PNRR, Planul Național Strategic, Buget OMD, Buget de stat	Activități sprijinite Produse meșteșugărești și gastronomice cu atestare specifică
	30. Crearea unor agende culturale anuale pentru principalele destinații (evenimente de divertisment și evenimente care să reprezinte motive de vizitare, precum festivaluri, evenimente de nișă etc.), promovarea internațională a acestora și oferirea de informații în mai multe limbi, de opțiuni de <i>ticketing</i> , pachete de călătorie etc.	2024	2030	MC, MEAT, OMD	APL, operatori economici	Fondul Cultural Național, Programe de Cooperare Teritorială, Buget OMD, Buget de stat	Calendarul anual de evenimente este disponibil pentru public
	31. Încurajarea dezvoltării de pachete transnaționale de turism	2024	2026	MS, MEAT, OMD	APL, operatori	Programe de Cooperare	Pachete de turism pe sănătate create prin

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	pentru sănătate și a consultanței de marketing în turism cu privire la dezvoltarea și livrarea produselor pe piețele europene prioritare.				economici	Teritorială, Buget OMD, Buget de stat	consultanța pusă la dispoziție
<b>Acces la informație turistică</b>							
	32. Modernizarea, acolo unde este posibil, sau înființarea unor centre de informare turistică prin utilizarea tehnologiei digitale, a produselor și serviciilor turistice moderne ( <i>hotspot-uri, hub-uri</i> de comunicare, centre comunitare digitale), inclusiv adaptarea acestora nevoilor persoanelor cu dizabilități	2024	2035	MEAT, ADR, OMD	APL, MC	Buget locale, Programe regionale, Buget OMD	CIT care oferă servicii mai bune prin digitalizare
	33. Modificarea politicilor pentru a permite sustenabilitatea centrelor de informare turistică și abilitarea acestora pentru a vinde servicii de turism (rezervări, bilete etc.) și a genera venituri	2024	2030	MEAT	APL, OMD, CIT	Bugetul de stat	CIT-uri operaționale și sustenabile financiar
	34. Revizuirea standardelor în semnalistică dedicată turismului (grafică, bilingvă sau în mai multe limbi, informații standard etc.) și asigurarea respectării acestor standarde la toate nivelurile	2024	2026	MEAT, MDLPA	APL, MC	Bugetul de stat, Bugete locale	Destinații turistice cu semnalistică îmbunătățită

Obiectiv	Ațiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	35. Creșterea mobilității turistice în centrele urbane prin crearea de sisteme de informații de mobilitate urbană multi-modală pentru turiști (panouri de informare, bilete electronice, chioșcuri de <i>ticketing</i> inteligente etc.)	2024	2035	MDLPA, ADR	APL	Programe Regionale, PNRR	Centre urbane cu sisteme de mobilitate urbană multi-modală
	36. Digitalizarea obiectivelor la nivelul siturilor turistice culturale, naturale, protejate și a altor destinații turistice și a rutelor pe hărțile publice pentru a permite accesul și planificarea facilă a călătoriilor	2024	2035	MEAT, MC, MIPE	MMAP, MDLPA, ONG-uri, OMD-uri	PNRR, Programe Regionale, Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare, Buget de stat	Destinații cu obiective turistice și rute disponibile pe hărțile publice digitale
	37. Crearea unei baze de date deschise naționale pentru turism, conform politicilor UE de OpenData (modelul francez) și punerea acesteia la dispoziția părților interesate din sectorul public și privat, prin realizarea unor aplicații care să crească accesul la informații și la resurse	2024	2030	MEAT, MCID	MC, MDLPA, ONG-uri, APL, operatori economici, INCDT	Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare, Programe de cooperare teritorială, Buget de stat	Baza de date <i>open source</i> națională în turism și aplicațiile dezvoltate
	38. Realizarea unui Observator Turistic, care să ofere date pe mai multe niveluri: național, regional, județean, local	2025	2030	MEAT, INS	MDLPA, MC, MMAP, MADR, INCDT, OMD	Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare, Bugetul	Observator Turistic funcțional

Obiectiv	Ațiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
						de stat, Programe de cooperare teritorială	
<b>Resurse umane, servicii și experiențe</b>							
	39. Elaborarea unor programe de formare a abilităților <i>soft</i> (limbi străine, interpretarea și comunicarea patrimoniului, comunicare, <i>leadership</i> , servicii pentru clienți etc.) pentru personalul care lucrează în destinații turistice (de exemplu organizații de management al destinației, APL, sectorul privat etc.)	2024	2035	CNIT	OMD, furnizori de formare, sectorul privat	Programul Educație și Ocupare, Programul Erasmus, PNRR, Buget OMD	Angajați din sectorul turismului care beneficiază de formare
	40. Înființarea unor centre de învățământ liceal sau postliceal tehnologic în sistem dual, cu programe de formare bazate pe nevoile reale ale sectorului	2024	2035	ME, Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic	APL OMD, operatorii economici	Programul de Educație și Ocupare, Buget de stat, Buget local, Surse private	Centre de învățământ liceal și postliceal în domeniul ospitalității (HORECA), realizate la nivel regional sau național
	41. Modernizarea/adaptarea infrastructurii (inclusiv achiziționarea de echipamente digitale) unităților de învățământ tehnologic și tehnologic dual, respectiv învățământul liceal și	2024	2035	ME	ONG-uri, OMD-uri, sectorul privat, unități de învățământ preuniversitar,	Programul de Educație și Ocupare, PNRR	Instituții de formare și educație profesională modernizate

<b>Obiectiv</b>	<b>Ațiuni principale</b>	<b>Început</b>	<b>Sfârșit</b>	<b>Coordonator</b> 27	<b>Contributori</b> 28	<b>Surse de finanțare</b>	<b>Rezultat planificat (output)</b>
	postliceal tehnologic inclusiv dual, precum și a universităților cu profil tehnic, pentru a răspunde cât mai bine provocărilor de pe piața muncii.				instituții de învățământ superior, furnizori de formare		
	42. Crearea unui mecanism de consiliere pentru elevii de gimnaziu spre o carieră în turism	2024	2035	ME	ONG-uri, OMD-uri, unități de învățământ preuniversitar	Bugetul de stat, Programul Educație și Ocupare	Elevi care au beneficii în urma campaniilor de creștere a notorietății carierelor disponibile în turism
	43. Elaborarea unor programe de ocupare a forței de muncă pentru tineri pe perioada verii, în strânsă coordonare cu sectorul privat.	2024	2035	MMSS,	OMD-uri, sectorul privat, unități de învățământ preuniversitar, instituții de învățământ superior, MEAT	Bugetul de stat	Elevi și studenți înscriși în programele de angajare pe timpul verii
	44. Furnizarea de oportunități de formare pentru IMM-uri și pentru agențiile de turism, în domeniul creării și promovării de produse turistice și digitalizare (formare practică, cu accent pe crearea de produse turistice și pe elaborarea (formare practică, cu accent pe crearea de produse turistice și pe	2024	2035	MEAT	OMD-uri, sectorul privat, MC/INP, instit de învăț., furnizori de formare	Bugetul de stat, Programul Educație și Ocupare, Scheme de ajutor de stat/minimis	Personal al IMM-urilor și agențiilor de turism care beneficiază de formare în domeniul digitalizării



<b>Obiectiv</b>	<b>Acțiuni principale</b>	<b>Început</b>	<b>Sfârșit</b>	<b>Coordonator</b> 27	<b>Contributori</b> 28	<b>Surse de finanțare</b>	<b>Rezultat planificat (output)</b>
	elaborarea și gestionarea de instrumente specifice marketingului în turism)						
	45. Furnizarea de oportunități de formare în domeniul serviciilor pentru clienți, al limbilor străine, a interpretariatului, ghizilor turistici etc., pentru personalul muzeelor și personalul din destinații	2024	2035	MEAT, OMD-uri	MC prin INCFC, INP, muzee, APL, operatori de destinații, sectorul privat	Bugetul de stat, Programul Educație și Ocupare, Programul Erasmus, Buget OMD, Buget local	Personal din muzee și din destinațiile turistice sprijinit prin formare
	46. Elaborarea și promovarea unor programe de formare pentru integrarea și reinsertia pe piața muncii a grupurilor vulnerabile și promovarea participării active a femeilor pe piața muncii	2024	2035	Formatori, MEAT	MMSS, Sectorul privat, OMD-uri, MFTES	Bugetul de stat, Programul Educație și Ocupare, Programul Erasmus, Scheme de ajutor de stat/minimis	Persoane care caută un loc de muncă, care au beneficiat de formare
	47. Sprijinirea dezvoltării economiei sociale și a întreprinderilor sociale (pentru grupurile vulnerabile) în domeniul turismului în vederea creării de noi produse sustenabile, în special în zonele rurale	2024	2035	MMSS	Sectorul privat, OMD-uri	Programul Educație și Ocupare	Întreprinderi sociale înființate în domeniul turismului sprijinite
	48. Elaborarea unor sesiuni de formare comune pentru autoritățile publice relevante, în vederea elaborării unor planuri de gestionare și a unor instrumente de	2024	2035	MEAT, MDLPA	APL, OMD, MC, furnizori de formare	Programul Educație și Ocupare, Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și	Personal din APL și OMD format

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	promovare pentru patrimoniul natural și cultural					Instrumente Financiare	
	49. Monitorizarea și evaluarea calității învățământului profesional și tehnic și a forței de muncă pentru a ajusta programele de formare și a răspunde mai bine nevoilor sectorului	2024	2035	MMSS, MEAT	Agenția Română pentru Asigurarea Calității și Inspecție în Învățământul Preuniversitar ; ANOFM, operatori economici, unități de învățământ preuniversitar	Bugetul de stat, Programul Educație și Ocupare	Studii de evaluare a calității învățământului profesional și tehnic din domeniul turismului
<b>2.1. Întărirea capacității de dezvoltare de politici publice, creșterea gradului de digitalizare și o mai bună adecvare a instrumentelor de marketing la specificul</b>	<b>Întărirea capacității de dezvoltare a politicilor publice, de colectare a datelor, de monitorizare și evaluare</b>						
	50. Îmbunătățirea capacității MEAT de a elabora politici, precum și de a gestiona și implementa proiecte în mod eficient (inclusiv diverse activități și strategii), prin coordonarea activităților proprii cu cele ale ministerelor de resort, ale agențiilor, autorităților locale și actorilor implicați din sectorul privat	2024	2035	MEAT	ANFP	Bugetul de stat	Personal de la MEAT format în domeniul elaborării de politici, al practicilor de management, elaborării de activități și programe (inclusiv strategii), implementării de activități și strategii

Obiectiv	Ațiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
<b>piețelor cu potențial mare</b>	51. Lansarea Planului sectorial de cercetare-dezvoltare propriu al MEAT, pentru a susține realizarea obiectivelor de dezvoltare specifice sectorului	2024	2030	MEAT	MCID	Bugetul de stat	Obiective de dezvoltare sectorială îndeplinite
	52. Dezvoltarea unor module în cadrul sistemului integrat SITUR.GOV.RO în vederea colectării și analizării datelor obținute de la structurile de primire turistică; dezvoltarea unor module în vederea obținerii documentelor și informațiilor necesare desfășurării activității specifice, direct de la instituțiile emitente; dezvoltarea unor module în vederea integrării cu alte sisteme europene și a respectării modificărilor legislației europene.	2024	2026	MEAT		Buget propriu, Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare	Sistem digital dezvoltat pentru o colectare și o monitorizare mai bună a datelor
	53. Utilizarea mai bună a Contului Satelit în Turism pentru a furniza informații prin intermediul unor analize detaliate a datelor și realizarea de extensii ale sistemului CST în coordonare cu INCDT	2024	2026	INS MEAT	INCDT	Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare, Programul Național de Cercetare-Dezvoltare Inovare, Buget de stat	Datele de la CST sunt disponibile în decurs de 2 ani de la perioada de raportare
	54. Realizarea unor anchete anuale	2024	2035	MEAT, OMD	INCDT,	Buget de stat, Buget	Anchete privind

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	privind nivelul de satisfacție a clienților principalelor destinații (analizând deopotrivă turiștii interni și internaționali), cu scopul de a furniza informații pentru marketingul turistic și pentru adaptarea strategiilor				Asociațiile de turism	OMD	gradul de satisfacție al clienților realizate
	55. Sprijinirea activităților de cercetare - inovare în institutul național de profil și în centre publice de cercetare, în instituțiile de învățământ superior și în centre de competență, pentru crearea și promovarea instrumentelor necesare pentru studiile de piață, utilizând tehnologii inovatoare precum inteligența artificială (AI) și Big Data (instrumente de colectare, monitorizare, evaluare și prognoză pentru MEAT și pentru actorii publici la nivel local, care să poată analiza fluxurile de turiști și comportamentul acestora și să-și poată adapta acțiunile în mod corespunzător)	2024	2030	MCID, MEAT	OMD-uri, INCDT	Planul Sectorial, Programul Național de Cercetare-Dezvoltare Inovare, Bugetul de stat, Buget OMD, PCDF	Instrumente bazate pe inteligența artificială dezvoltate

Obiectiv	Acțiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	<b>Marketing și promovare</b>						
	56. Elaborarea unei strategii de marketing pentru a furniza informații în vederea segmentării pieței și pentru a stabili care sunt piețele prioritare de abordat, cu scopul de a atrage turiști care cheltuie bugete peste medie provenind de pe aceste piețe	2024	2026	MEAT, OMD național	OMD-uri, asociațiile de turism	Bugetul de stat	Strategie națională de marketing elaborată
	57. Elaborarea de strategii de marketing, realizare branding pentru destinațiile turistice regionale, județene sau locale	2024	2035	OMD	MEAT	Buget OMD	Destinații turistice care vor beneficia de strategii de marketing și brand turistic
	58. Sprijinirea procesului de adoptare și modernizare a instrumentelor de marketing digital (conținut și instrumente) pentru uzul turiștilor (aplicații la nivel național și la nivel de orașe, calendare de evenimente etc.)	2024	2035	MDLPA, MCID, MEAT	MC, OMD-uri	Bugetul de stat, Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare, Programe de cooperare teritorială, Buget OMD	Instrumente digitale (aplicații pentru orașe, calendare de evenimente) pentru uz turistic sprijinite

Obiectiv	Ațiuni principale	Început	Sfârșit	Coordonator 27	Contributori 28	Surse de finanțare	Rezultat planificat (output)
	59. Promovarea rutelor culturale certificate de Consiliul Europei, a Mărcii Patrimoniului European, a Destinațiilor Europene de Excelență și a altor inițiative în cadrul unui instrument digital unic (platformă) pentru o promovare mai bună	2024	2035	MEAT, MC/INP	MDLPA, OMD	Bugetul de stat, Programe regionale, Programe de Cooperare Teritorială, Buget OMD	Platformă de promovare online constituită pentru promovarea rutelor culturale certificate de Consiliul Europei, Marca Patrimoniului European, Destinații Europene de Excelență și altele
<b>Cooperarea între instituțiile publice, între entitățile publice și cele private, în măsura în care reprezintă factori interesați în sectorul turistic</b>							
	60. Stimularea de parteneriate public - private pentru administrarea unor active cu relevanță în turism.	2024	2035	MEAT	Sectorul privat	Buget de stat	Active administrate în parteneriat
	61. Întărirea unei platforme de dialog public-privat (organismul consultativ existent al Ministerului) în cadrul căreia sectorul privat să aibă un cuvânt de spus cu privire la procesul de dezvoltare	2024	2035	MEAT	Sectorul privat, APL, OMD	Buget de stat	Noi inițiative elaborate și adoptate prin participarea sectorului privat
	62. Promovarea la nivel național a bunelor practice în domeniul turismului identificate în cadrul de cooperare aferent Strategiei Uniunii Europene pentru Regiunea	2024	2035	MDLPA	MEAT	Buget de stat, Programe de cooperare teritorială	Proiecte ce promovează aria SUERD

<b>Obiectiv</b>	<b>Acțiuni principale</b>	<b>Început</b>	<b>Sfârșit</b>	<b>Coordonator</b> 27	<b>Contributori</b> 28	<b>Surse de finanțare</b>	<b>Rezultat planificat</b> <i>(output)</i>
	Dunării, pentru a crește calitatea produselor și serviciilor turistice						
	<b>Revizuire a legislației pentru sprijinirea dezvoltării turistice</b>						
	63. Actualizarea legislației, eliminarea redundanțelor, remedierea lacunelor, abrogarea legislației învechite	2024	2035	MEAT	OMD-uri, Asociațiile din turism, Alte ministere	Buget de stat	Acte normative modificate
	64. Analizarea și, acolo unde este posibil, diversificarea sistemului de clasificare și standardizare prin stabilirea unor standarde simplificate de bază pentru structurile de mici dimensiuni	2024	2030	MEAT	MADR, Asociațiile din turism, OMD-uri	Buget de stat	Legislația trebuie analizată, evaluată și revizuită în sensul respectării standardelor cerute
	65. Coordonarea dezvoltării inițiativei de tip „ghișeu unic” pentru un proces inteligent de certificare și autorizare	2024	2030	MEAT	Asociațiile din turism, OMD-uri	Bugetul de stat, Programul Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare	Evaluarea, implementarea unor revizuri legislative și liberalizarea sectorului, acolo unde este posibil.

**Indicatori pentru obiectivele operaționale (nivel intermediar)<sup>29</sup> și pentru activitățile propuse<sup>30</sup>**

<b>Măsurile</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip <i>output</i></b>	<b>Indicator de tip <i>outcome</i> (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
<b>Obiectivul 1.1: Îmbunătățirea accesibilității către zonele turistice și a calității infrastructurii turistice</b>				
1. Îmbunătățirea drumurilor de acces către stațiuni, obiective și atracții turistice, așa cum sunt definite în secțiunea VIII a PATN. Asigurarea continuității implementării Master Planului de Transport <sup>31</sup> pentru a promova îmbunătățirea accesibilității	Km	Lungimea drumurilor reabilite sau modernizate	Utilizatori ai drumurilor nou construite, reabilite sau modernizate Economii de timp datorate infrastructurii rutiere îmbunătățite Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin	MTI, Consilii județene, Consilii locale, MDLPA (prin observatorul teritorial)
2. Reabilitarea și dezvoltarea unor rute feroviare cu rol turistic pentru a îmbunătăți accesibilitatea și pentru a diversifica ofertele turistice	Km de cale ferată, număr stații relevante pentru obiectivele turistice și patrimoniul feroviar	Lungimea căilor ferate reabilite sau modernizate Stațiile de cale ferată și facilități conexe - noi sau modernizate	Număr anual de pasageri pe căile ferate care au beneficiat de sprijin Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin	Consilii județene, Consilii locale, operatori feroviari, INP, MTI, INS
3. Îmbunătățirea transportului public verde pentru uz turistic	Număr	Număr de autobuze ecologice puse în funcțiune care asigură legătura cu destinațiile turistice și hub-uri de transport	Pasageri anuali pe transportul public Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin	Consilii județene, Consilii locale, INS
4. Îmbunătățirea infrastructurii portuare pentru a crește fluxurile de turiști de-a lungul	Număr	Număr de porturi/locuri de operare Număr de porturi	Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin	MTI, APL

<sup>29</sup> Toate rezultatele de tip *outcome* și *output* au fost luate în considerare în strânsă coordonare cu acelea disponibile și indicate de sursele de finanțare UE și ghidurile aferente.

<sup>30</sup> autoritatea publică centrală responsabilă cu dezvoltarea turismului (Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului) va fi responsabilă cu colectarea tuturor datelor. Liniile directoare privind raportarea, monitorizarea și evaluarea sunt prezentate în capitolul X. Țintele de referință și țintele anuale pentru indicatorii de obiective operaționale (nivel intermediar) vor fi stabilite ulterior, anual, înaintea fiecărui exercițiu financiar.

<sup>31</sup> Referire la Master Planul General de Transport al României, aprobat prin Hotărârea Guvernului Nr. 666/2016, cu modificările ulterioare



<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
Dunării și Mării Negre (porturile/locurile operate situate pe căile și canalele navigabile interioare și porturile de la Marea Neagră)		turistice certificate Blue Flag		
5. Crearea de infrastructură dedicată pentru piste de biciclete și trasee verzi	Km Nr.	Lungimea pistelor de biciclete și a traseelor verzi nou-create Număr de trasee cicloturistice omologate la nivel național	Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin Populație cu acces la infrastructură verde nouă sau modernizată în zonele urbane	MDLPA, APL, MEAT, MADR, MMAP
6. Crearea sau sprijinirea creării unor sisteme inteligente pentru închirierea de biciclete	Număr	Număr de biciclete de închiriat disponibile, sprijinite prin program		
7. Îmbunătățirea calității spațiilor publice (spații verzi, parcuri, zone de recreere) în stațiunile turistice și în principalele centre urbane (inclusiv în stațiunile montane, balneare și pe litoral), cu respectarea specificului local, a valorilor ambientale și naturale, inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	Suprafață (mp)	Suprafața de infrastructură verde sprijinită în zonele urbane	Populație cu acces la infrastructură verde nouă sau modernizată în zonele urbane Teren reabilitat utilizat pentru zone verzi, locuințe sociale, activități economice sau comunitare	APL, ADR, MDLPA
8. Dimensionarea corespunzătoare a infrastructurii de colectare a deșeurilor în cadrul destinațiilor în concordanță cu fluxurile de turiști	Număr	Număr de infrastructuri pentru colectarea deșeurilor amenajate în stațiunile turistice	Capacitate crescută de colectare a deșeurilor	MMAP, INS, AFM

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
9. Adaptarea și promovarea deschiderii obiectivelor de patrimoniu cultural uzului public și turistic (parcaje, echipamente, peisagistică, bănci, coșuri de gunoi, semnalistică și semnalizare, panouri informative etc., conform legislației în vigoare, pe baza studiilor de fundamentare specifice, păstrând specificul local și valorile culturale ale spațiilor și clădirilor), inclusiv adaptarea acestor obiective la nevoile persoanelor cu dizabilități	Număr	Număr de obiective de patrimoniu cultural promovate pentru uz turistic	Utilizatori care beneficiază de infrastructură culturală sprijinită Turiști/vizite către siturile/obiectivelor care au beneficiat de sprijin	MDLPA, ADR, APL, Sectorul privat, MC, ONG-uri, MIPE
10. Restaurarea și promovarea patrimoniului cultural în zonele urbane pentru uz public și turistic (piețe, centre și cartiere istorice cu fațade și monumente, păstrând specificul local și valorile culturale ale spațiilor și clădirilor)	Număr	Număr de centre urbane destinații turistice reabilite	Utilizatori care beneficiază de infrastructura culturală sprijinită Turiști/vizite către siturile/obiectivelor care au beneficiat de sprijin	APL, MDLPA, MC, ADR
11. Protejarea, dezvoltarea și promovarea patrimoniului natural prin adaptarea și/sau reabilitarea infrastructurii de ecoturism	Număr	Număr de obiective de patrimoniu natural protejate, reabilite și promovate Număr de produse de ecoturism create Număr de structuri de cazare certificate EcoRomânia Număr de destinații ecoturistice certificate Număr de turiști cazați în	Turiști/vizite către siturile/obiectivelor care au beneficiat de sprijin	MEAT, ADR, MDLPA, MMAP, APL, Admin ANP, ONG-uri

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
		destinațiile ecoturistice		
12. Îmbunătățirea calității peisajelor (prin valorificarea peisajului ca o resursă socio-culturală, ecologică și a mediului, ce contribuie la definirea specificului local și ca o componentă de bază a patrimoniului natural și cultural, ce contribuie la bunăstarea umană), a spațiilor publice și dezvoltarea de utilități turistice în zonele rurale de importanță turistică	Suprafață (mp)	Suprafață (mp) de spații publice reabilite în zonele rurale	Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin	MADR, APL, Grupuri locale de acțiune, MMAP
13. Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii turistice din zona montană (infrastructurii pentru sporturi de iarnă, infrastructură turistică în zona montană înaltă – cabane, refugii, trasee turistice, drumurile transcarpatice Transfăgărășan, Transalpina, Transrarău), inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	Număr	Număr obiective realizate/modernizate	Vizitatori care beneficiază de infrastructura dezvoltată/modernizată Obiective care au beneficiat de investiții	MEAT, MTI, MDLPA, ADR
14. Dezvoltarea infrastructurii de agrement turistic (inclusiv plajelor) din stațiunile turistice și din stațiunile balneare și balneoclimatice și adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	Număr	Număr structuri de agrement realizate/modernizate Număr de plaje certificate Blue Flag	Turiști care beneficiază de infrastructura dezvoltată/modernizată Structuri care au beneficiat de investiții	MEAT, MDLPA, ADR

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
15. Dezvoltarea infrastructurii MICE și a infrastructurii de evenimente - Centre de Întâlniri, săli de evenimente, săli multifuncționale (de exemplu, în Constanța pentru a atenua sezonabilitatea și în București și Cluj, întrucât sunt deja destinații de evenimente bine dezvoltate în conformitate cu statisticile ICCA)	Număr	Număr de centre de întâlniri și săli multifuncționale de evenimente realizate	Persoane care folosesc care folosesc centrele de întâlniri și săli multifuncționale de evenimente realizate	MDLPA, MEAT, CNI, APL, Companii private
16. Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii și unităților de tratament balnear, modernizarea echipamentelor acestora, inclusiv adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	Număr	Număr de infrastructuri de tratament balnear renovate	Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin	MEAT, ADR, MS, APL, sectorul privat
17. Creșterea eficienței energetice a structurilor de primire turistică, prin folosirea de surse de energie regenerabilă și reducerea consumului de resurse	Număr	Număr de structuri de primire turistică, cu surse de energie regenerabilă	Creșterea eficienței energetice a sectorului	ME, MMAP, MEAT

### **Obiectivul 1.2: Sprijinirea sectorului privat pentru dezvoltare inovativă**

18. Sprijinirea digitalizării și comercializării la nivelul IMM-urilor din turism (pagini de internet pentru hoteluri, oferte digitale, cataloage etc.), inclusiv acceibilizarea acestora pentru persoanele cu dizabilități	Număr	Număr de companii care beneficiază de sprijin Număr de produse digitale susținute	IMM-uri care aduc în piață inovații în marketing sau organizaționale Utilizatori de noi produse digitale, servicii și aplicații dezvoltate de întreprinderi Întreprinderi care ating un grad de dezvoltare digitală ridicată	MCID, MIPE, Companii private
---	-------	--	--	------------------------------

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
19. Susținerea <i>start-up</i> -urilor din domeniul industriilor culturale și creative, a turismului și a IMM-urilor inovatoare prin înființarea de incubatoare naționale, regionale în turism	Număr	Număr de incubatoare create Număr de <i>start-up</i> -uri sprijinite	IMM-uri care folosesc serviciile de incubator la un an după crearea incubatorului Întreprinderi sprijinite cu grad mare de creștere; Locuri de muncă create la nivelul entităților care au beneficiat de sprijin.	MDLPA, MCID, MIPE
20. Susținerea <i>start-up</i> urilor și IMM-urilor din domeniul turismului care creează modele de afaceri sustenabile din punct de vedere al protejării mediului	Număr	Număr de <i>start-up</i> -uri sprijinite	IMM-urilor din domeniul turismului care creează modele de afaceri sustenabile Locuri de muncă create la nivelul entităților care au beneficiat de sprijin.	MMAP, MEAT, MEnerg
21. Găzduirea de forumuri și expoziții anuale de digitalizare, inovare și investiții, promovarea <i>networking</i> -ului în turism și a oportunităților de colaborare	Număr	Număr de evenimente de investiții în turismul național găzduit Număr de rețele și colaborări stabilite	Actori implicați / instituții cu capacitate de cooperare îmbunătățită dincolo de granițele naționale	MCID, MEAT
<b>Obiectivul 1.3. Creșterea calității experiențelor și serviciilor în destinații</b>				
22. Sprijinirea modernizării structurilor de primire turistică în vederea obținerii unui nivel de clasificare mai înalt, respectând în același timp reglementările tehnice urbanistice și arhitecturale pentru mediul construit, inclusiv promovarea conceptului de design universal și adaptarea acestor infrastructuri la nevoile persoanelor cu dizabilități	Număr	Număr de unități turistice care beneficiază de sprijin; Număr de structuri adaptate persoanelor cu dizabilități	Turiști cazați în structurile care au beneficiat de sprijin	MEAT, FNGCIMM, MDLPA
23. Promovarea	Număr	Număr de active	Consum final de energie	MDLPA,

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip <i>output</i></b>	<b>Indicator de tip <i>outcome</i> (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
implementării unor măsuri de eficiență energetică, cu reglementări tehnice specifice, la nivelul obiectivelor de turism publice și private (muzee, patrimoniu cultural și natural, zone de <i>loisir</i> , stațiuni de schi și stațiuni balneare etc.)		turistice publice și private care au beneficiat de măsuri de îmbunătățire a eficienței energetice	pe an (din care: rezidențial, privat nerezidențial, public nerezidențial) Clădiri cu clasificare energetică îmbunătățită (din care: rezidențial, privat nerezidențial, public nerezidențial)”	MMAP, MC, ME, ADR, INP (pentru elaborarea de reglementări tehnice în domeniul protejării patrimoniului cultural)
24. Promovarea unor sisteme voluntare de certificare pentru dezvoltarea durabilă a turismului	Număr	Număr de etichete ecologice acordate serviciilor din turism Număr de structuri de cazare certificate cu eticheta ecologică europeană	Procese optimizate Infrastructură verde	MMAP, MEAT
25. Promovarea bunelor practici pentru adaptarea structurilor turistice și facilităților pentru nevoile persoanelor cu dizabilități	Număr	Bune practici promovate	Creșterea calității serviciilor de primire turistică	MEAT, Asociații de profil
26. Susținerea organizațiilor de management al destinației prin cursuri de formare	Număr	Număr de organizații de management al destinației sprijinite  Număr de angajați de la OMD care beneficiază de formare	Strategii /planuri de acțiune comune adoptate de organizații la / după încheierea proiectului Actori implicați / instituții cu capacitate de cooperare îmbunătățită dincolo de granițele naționale Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin; Participanți cu o situație îmbunătățită pe piața muncii la șase luni după plecare Personal din IMM-uri	MEAT INS

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
			care finalizează cursuri de formare profesională continuă (pe tipuri de aptitudini: tehnice, management, antreprenoriat, aptitudini ecologice, altele)	
27. Crearea și/sau sprijinirea dezvoltării organizațiilor de management al destinației pentru a promova inițiativele naționale, regionale și locale din turism	Număr	Număr de organizații de management al destinației create sau sprijinite	Turiști/vizite către destinațiile care au beneficiat de sprijin	MEAT INS, OMD
28. Elaborarea și adoptarea unor planuri de management al vizitatorilor în zonele de patrimoniu cultural, în ariile naturale protejate, precum și pentru siturile de importanță turistică	Număr	Număr de planuri de management a vizitatorilor adoptate	Actori implicați în pregătirea și implementarea planurilor de management al vizitatorilor Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin	MEAT, MMAP, MC ANANP, administratori AP/de patrimoniu, INP
29. Sprijinirea și stimularea creării de produse autentice, promovarea gastronomiei locale și a producției meșteșugărești prin organizarea de evenimente și activități speciale de promovare (expoziții, festivaluri, ateliere cu demonstrații și cursuri pentru turiști etc.) inclusiv prin obținerea atestărilor de Marcă tradițională, Produs Tradițional atestat	Număr	Număr de activități sprijinite Număr produse meșteșugărești și gastronomice cu atestare specifică	Turiști/vizite către siturile/obiectivele/ evenimentele care au beneficiat de sprijin	MEAT, MADR OMD, MC
30. Crearea unor agende culturale anuale pentru principalele destinații	DA / NU	Calendar de evenimente anual creat și publicat	Turiști/vizite către siturile/obiectivele/ evenimentele care au	MEAT, MCID, MTI, MC - date deschise

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
(evenimente de divertisment și evenimente care să reprezinte motive de vizitare, precum festivaluri, evenimente de nișă etc.), promovarea internațională a acestora și oferirea de informații în mai multe limbi, de opțiuni de <i>ticketing</i> , pachete de călătorie etc.			beneficiat de sprijin	publicate pe portalul național de date deschise <a href="http://opendata.gov.ro">opendata.gov.ro</a> doar pentru instituțiile publice de cultură din subordine
31. Încurajarea dezvoltării de pachete transnaționale de turism pentru sănătate și a consultanței de marketing în turism cu privire la dezvoltarea și livrarea produselor pe piețele europene prioritare	Număr	Număr de pachete de turism pe sănătate create prin consultanța pusă la dispoziție	Turiști/vizite către siturile/obiectivele care au beneficiat de sprijin	MS, MEAT
32. Modernizarea, acolo unde este posibil, sau înființarea unor centre de informare turistică prin utilizarea tehnologiei digitale, a produselor și serviciilor turistice moderne ( <i>hotspot-uri</i> , <i>hub-uri</i> de comunicare, centre comunitare digitale), inclusiv adaptarea acestora la nevoile persoanelor cu dizabilități.	Număr, procent	Număr de CIT-uri care beneficiază de proiecte de digitalizare Creștere (%) a numărului de CIT-uri	Utilizatorii noilor servicii publice digitale și aplicații Utilizatori care beneficiază de infrastructura culturală sprijinită	MEAT
33. Modificarea politicilor pentru a permite sustenabilitatea centrelor de informare turistică și abilitarea acestora pentru a vinde servicii de turism (rezervări, bilete etc.) și a genera venituri	Număr	Număr CIT-uri operaționale și sustenabile financiar	Număr de turiști/vizitatori care au beneficiat de serviciile CIT-urilor	MEAT



<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip <i>output</i></b>	<b>Indicator de tip <i>outcome</i> (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
34. Revizuirea standardelor în semnalistica dedicată turismului (grafică, bilingvă sau în mai multe limbi, informații standard etc.) și asigurarea respectării acestor standarde la toate nivelurile	Număr	Număr de destinații turistice cu semnalistică îmbunătățită	Turiști/vizite către destinațiile/obiectivele care au beneficiat de sprijin	MEAT, MDLPA, MC, MTI
35. Creșterea mobilității turistice în centrele urbane prin crearea de sisteme de informații de mobilitate urbană multi-modală pentru turiști (panouri de informare, bilete electronice, chioșcuri de <i>ticketing</i> inteligente etc.)	Număr	Număr de centre urbane cu sisteme de mobilitate urbană multi-modală	Pasageri anuali pe transportul public	MDLPA, APL
36. Digitalizarea obiectivelor la nivelul tuturor siturilor turistice culturale, naturale, protejate și a altor destinații turistice și a rutelor pe hărțile publice pentru a permite accesul și planificarea facilă a călătoriilor	Număr	Destinații cu obiective turistice și rute disponibile pe hărțile publice digitale	Utilizatori ai noilor servicii publice digitale și aplicații Întreprinderi care folosesc serviciile publice digitale	MCID, MIPE, INP
37. Crearea unei baze de date deschise naționale pentru turism, conform politicilor UE de OpenData (modelul francez) și punerea acesteia la dispoziția părților interesate din sectorul public și privat, prin realizarea unor aplicații care să crească accesul la informații și la resurse	DA/NU; Număr	Bază de date constituită și pusă la dispoziția publicului	Utilizatorii noilor servicii publice digitale și aplicații Întreprinderi care folosesc serviciile publice digitale	MCID, MEAT, INCDT

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip <i>output</i></b>	<b>Indicator de tip <i>outcome</i> (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
38. Realizarea unui Observator Turistic, care să ofere date pe mai multe niveluri: național, regional, județean, local	DA/NU	Observator realizat; Indicatori analizați.	Utilizatori anuali ai Observatorului	MEAT, INCDT, INS
39. Elaborarea unor programe de formare a abilităților <i>soft</i> (limbi străine, interpretarea și comunicarea patrimoniului, comunicare, <i>leadership</i> , servicii pentru clienți etc.) pentru personalul care lucrează în destinații turistice (de exemplu organizații de management al destinației, APL, sectorul privat etc.)	Număr	Număr de angajați care beneficiază de formare	Personal format pe aptitudini nespecifice în dezvoltarea turismului și care folosesc aceste aptitudini la locul de muncă	MEAT, Furnizori de formare
40. Înființarea unor centre de învățământ liceal sau postliceal tehnologic în sistem dual, cu programe de formare bazate pe nevoile reale ale sectorului	Număr	Număr de centre de educație în domeniul hotelier, restaurante și cafenele, constituite la nivel regional sau național	Număr anual de elevi școlarizați	MEAT, ME, Inspectorate școlare
41. Modernizarea/ adaptarea infrastructurii (inclusiv achiziționarea de echipamente digitale) unităților de învățământ tehnologic și tehnologic dual, respectiv învățământul liceal și postliceal tehnologic inclusiv dual, precum și a universităților cu profil tehnic, pentru a răspunde cât mai bine provocărilor de pe piața muncii.	Număr	Număr de instituții de învățământ modernizate	Număr anual de elevi școlarizați în infrastructura sprijinită	ME
42. Crearea unui	Număr	Număr de elevi și	Înscrierea unui număr	ME

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
mecanism de consiliere pentru elevii de gimnaziu spre o carieră în turism		studenți care au beneficii în urma campaniilor de creștere a notorietății carierelor disponibile în turism	mai mare de elevi și studenți în programele pentru turism	
43. Elaborarea unor programe de ocupare a forței de muncă pentru tineri pe perioada verii, în strânsă coordonare cu sectorul privat.	Număr	Număr de elevi și studenți înscriși în programele de angajare pe timpul verii	Șomaj scăzut (%) în rândul tinerilor	MMSS, MEAT
44. Furnizarea de oportunități de formare pentru IMM-uri și pentru agențiile de turism, în domeniul creării și promovării de produse turistice și digitalizare (formare practică, cu accent pe crearea de produse turistice și pe elaborarea și gestionarea de instrumente specifice marketingului în turism)	Număr	Număr de angajați care beneficiază de formare	Participanți cu o situație îmbunătățită pe piața muncii la șase luni după plecare Personal din IMM-uri care finalizează cursuri de formare profesională continuă (pe tipuri de aptitudini: tehnice, management, antreprenoriat, aptitudini ecologice, altele)	MEAT, Furnizori de formare
45. Furnizarea de oportunități de formare în domeniul serviciilor pentru clienți, al limbilor străine, a interpretariatului, ghizilor turistici etc., pentru personalul muzeelor și personalul din destinații	Număr	Număr de angajați sprijiniți prin formare Număr de oportunități de formare	Participanți cu o situație îmbunătățită pe piața muncii la șase luni după plecare Personal din IMM-uri care finalizează cursuri de formare profesională continuă (pe tipuri de aptitudini: tehnice, management, antreprenoriat, aptitudini ecologice, altele)	MEAT, INP, INCFC
46. Elaborarea și promovarea unor programe de formare pentru integrarea și	Număr	Număr de persoane formate	Specializarea forței de muncă	MMSS, Furnizori de formare

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
reinsertia pe piața muncii a grupurilor vulnerabile și promovarea participării active a femeilor pe piața muncii				
47. Sprijinirea dezvoltării economiei sociale și a întreprinderilor sociale (pentru grupurile vulnerabile) în domeniul turismului în vederea creării de noi produse sustenabile, în special în zonele rurale	Număr	Număr de întreprinderi sociale care activează în domeniul turismului sprijinite	Specializarea forței de muncă	MIPE
48. Elaborarea unor sesiuni de formare comune pentru autoritățile publice relevante, în vederea elaborării unor planuri de gestionare și a unor instrumente de promovare pentru patrimoniul natural și cultural	Număr	Număr de persoane formate la nivel de APL și OMD	Activități-pilot comune adoptate sau extinse de organizații la/după încheierea proiectului Actori implicați / instituții cu capacitate de cooperare îmbunătățită dincolo de granițele naționale	ANFP, MEAT
49. Monitorizarea și evaluarea calității învățământului profesional și tehnic și a forței de muncă pentru a ajusta programele de formare și a răspunde mai bine nevoilor sectorului	Număr	Studii de evaluare a calității învățământului profesional și tehnic din domeniul turismului	Participanți cu o situație îmbunătățită pe piața muncii la șase luni după plecare	MEAT, platformă de monitorizare, anticipare și corelare a ofertei educaționale (ReConect), Agenția Națională de Ocupare a Forței de Muncă
<b>Obiectivul 2.1. Întărirea capacității de dezvoltare de politici publice, creșterea gradului de digitalizare și o mai bună adecvare a instrumentelor de marketing la specificul piețelor cu potențial mare</b>				
50. Îmbunătățirea capacității MEAT de a elabora politici, precum și	Număr	Număr de angajați ai MEAT instruiți	Număr de noi structuri, sisteme, instrumente, proceduri și metode	MEAT, ANFP

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
de a gestiona și implementa proiecte în mod eficient (inclusiv diverse activități și strategii), prin coordonarea activităților proprii cu cele ale ministerelor de resort, ale agențiilor, autorităților locale și actorilor implicați din sectorul privat			dezvoltate și implementate	
51. Lansarea Planului sectorial de cercetare-dezvoltare propriu al MEAT, pentru a susține realizarea obiectivelor de dezvoltare specifice sectorului	DA/NU Număr	Număr de proiecte de cercetare-dezvoltare finalizate Număr de sisteme, instrumente, proceduri și metode dezvoltate și implementate	Număr de obiective de dezvoltare sectorială îndeplinite	MEAT
52. Dezvoltarea unor module în cadrul sistemului integrat SITUR.GOV.RO în vederea colectării și analizării datelor obținute de la structurile de primire turistică; dezvoltarea unor module în vederea obținerii documentelor și informațiilor necesare desfășurării activității specifice, direct de la instituțiile emitente; dezvoltarea unor module în vederea integrării cu alte sisteme europene și a respectării modificărilor legislației europene.	DA/NU; Număr	Sistem digital dezvoltat	Utilizatorii noilor servicii publice digitale și aplicații Întreprinderi care folosesc serviciile publice digitale	MEAT

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
53. Utilizarea mai bună a Contului Satelit în Turism pentru a furniza informații prin intermediul unor analize detaliate a datelor și realizarea de extensii ale sistemului CST în coordonare cu INCDT	DA/NU; Număr	Datele oferite de CST sunt disponibile în decurs de 2 ani de la perioada de raportare	Decizii MEAT luate pe baza datelor CST	INS, MEAT, INCDT
54. Realizarea unor anchete anuale privind nivelul de satisfacție a clienților principalelor destinații (analizând deopotrivă turiștii interni și internaționali), cu scopul de a furniza informații pentru marketingul turistic și pentru adaptarea strategiilor	Număr	Număr de studii de satisfacție a clienților realizate	Decizii ale MEAT luate pe baza datelor și analizelor rezultate din studiile de satisfacție a clienților	MEAT, INCDT, Operatori din turism, OMD
55. Sprijinirea activităților de cercetare-inovare în institutul național de profil și în centre publice de cercetare, în instituțiile de învățământ superior și în centre de competență, pentru crearea și promovarea instrumentelor necesare pentru studiile de piață, utilizând tehnologii inovatoare precum inteligența artificială (AI) și Big Data (instrumente de colectare, monitorizare, evaluare și prognoză pentru MEAT și pentru actorii publici la nivel local, care să poată analiza fluxurile de turiști și comportamentul acestora și să-și poată	Număr	Număr de instrumente bazate pe inteligența artificială dezvoltate	Produse utilizate pentru cercetare, marketing și promovare în legătură cu turismul	MEAT, MCID, OMD

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
adapta acțiunile în mod corespunzător)				
56. Elaborarea unei strategii de marketing pentru a furniza informații în vederea segmentării pieței și a stabili care sunt piețele prioritare de abordat, cu scopul de a atrage turiști care cheltuie bugete peste medie provenind de pe aceste piețe	DA/NU; Număr	Strategie națională de marketing dezvoltată	Strategie de marketing implementată	MEAT, OMD
57. Elaborarea de strategii de marketing, realizare branding pentru destinațiile turistice regionale, județene sau locale	Număr	Număr strategii Număr destinații brand-uite	Turiștii/vizitatorii din cadrul destinațiilor	MEAT, OMD
58. Sprijinirea procesului de adoptare și modernizare a instrumentelor de marketing digital (conținut și instrumente) pentru uzul turiștilor (aplicații la nivel național și la nivel de orașe, calendare de evenimente etc.)	Număr	Număr de instrumente digitale pentru uzul turiștilor sprijinite	Utilizatorii noilor servicii publice digitale și aplicații Întreprinderi care folosesc serviciile publice digitale	MEAT, MCID
59. Promovarea rutelor culturale certificate de Consiliul Europei, a Mărcii Patrimoniului European, a Destinațiilor Europene de Excelență și a altor inițiative în cadrul unui instrument digital unic (platformă) pentru o	DA/NU; Număr	Platforma de promovare online realizată	Utilizatorii noilor servicii publice digitale și aplicații Întreprinderi care folosesc serviciile publice digitale	MEAT, MC/INP

<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip output</b>	<b>Indicator de tip outcome (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
promovare mai bună				
60. Stimularea de parteneriate public - private pentru administrarea unor active cu relevanță în turism	Număr	Active administrate în parteneriat public - privat	Creșterea calității serviciilor în structuri administrate în parteneriat	MEAT
61. Întărirea unei platforme de dialog public-privat (organismul consultativ existent al Ministerului) în cadrul căreia sectorul privat să aibă un cuvânt de spus cu privire la procesul de dezvoltare.	Număr	Număr de inițiative noi dezvoltate prin participarea sectorului privat	Participare mărită a sectorului privat în procesul decizional	MEAT
62. Promovarea la nivel național a bunelor practice în domeniul turismului identificate în cadrul de cooperare aferent Strategiei Uniunii Europene pentru Regiunea Dunării, pentru a crește calitatea produselor și serviciilor turistice	Număr	Număr de inițiative noi pentru promovarea ariei SUERD	Consolidarea relațiilor cu țările partenere SUERD și creșterea capacității instituționale prin preluarea de bune practici	MDLPA, MEAT
63. Actualizarea legislației, eliminarea redundanțelor, remedierea lacunelor, abrogarea legislației învechite	Număr	Legislație revizuită	Armonizarea și îmbunătățirea cadrului legislativ	MEAT
64. Analizarea și, acolo unde este posibil, diversificarea sistemului de clasificare și standardizare prin stabilirea unor standarde simplificate de bază pentru structurile de mici dimensiuni	DA/NU; Număr	Legislație revizuită	Întreprinderi care beneficiază de revizuirile legislative	MEAT
65. Coordonarea	DA/NU;	Legislație revizuită	Întreprinderi care	MEAT



<b>Măsuri</b>	<b>Unitate de măsură</b>	<b>Indicator de tip <i>output</i></b>	<b>Indicator de tip <i>outcome</i> (rezultat)</b>	<b>Sursa datelor</b>
dezvoltării inițiativei de tip „ghișeu unic” pentru un proces inteligent de certificare și autorizare	Număr		beneficiază de revizuirile legislative	

### Acte normative aplicabile în domeniul turismului

- Legea nr. 197/2018 - Legea muntelui;
- Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal;
- Legea nr. 72/2014 pentru ratificarea Protocolului privind turismul durabil, adoptat la Bratislava la 27 mai 2011 și semnat de România la Bratislava la 27 mai 2011, la Convenția-cadru privind protecția și dezvoltarea durabilă a Carpaților, adoptată la Kiev la 22 mai 2003;
- Legea nr. 46/2008 privind Codul Silvic;
- Legea nr. 448/2006 privind protecția și promovarea drepturilor persoanelor cu handicap;
- Legea nr. 389/2006 pentru ratificarea Convenției-cadru privind protecția și dezvoltarea durabilă a Carpaților;
- Legea nr. 346/2004 privind stimularea înființării și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii;
- Legea nr. 526/2003 pentru aprobarea Programului național de dezvoltare a turismului «Schi în România», cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 597/2001 privind unele măsuri de protecție și autorizare a construcțiilor în zona de coasta a Mării Negre, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 107/1996, legea apelor cu modificările și completările ulterioare
- Ordonanța Guvernului nr. 2/2018 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate, precum și pentru modificarea unor acte normative;
- Ordonanța Guvernului nr. 109/2000 privind stațiunile balneare, climatice și balneoclimatice și asistența medicală balneară și de recuperare, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța Guvernului nr. 63/1997 privind stabilirea unor facilități pentru dezvoltarea turismului rural, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 159/2020 privind finanțarea întreprinderilor mici și mijlocii și domeniului HORECA pentru instalarea sistemelor de panouri fotovoltaice pentru producerea de energie electrică;
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 10/2019 pentru stabilirea unor măsuri privind finanțarea investițiilor în turism și modificarea unor acte normative;
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 8/2009 privind acordarea voucherelor de vacanță, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 142/2008 privind aprobarea Planului de amenajare a teritoriului național Secțiunea a VIII-a - zone cu resurse turistice, cu modificările ulterioare prin Legea nr. 190/2009 ;
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 57/2007 privind regimul ariilor naturale protejate, conservarea habitatelor naturale, a florei și faunei sălbatice, aprobată cu

modificări și completări prin Legea nr. 49/2011, cu modificările și completările ulterioare;

- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 19/2006 privind utilizarea plajei Mării Negre și controlul activităților desfășurate pe plajă, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr.195/2005 privind protecția mediului, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 256/2006, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 62/2004 privind regimul de organizare și funcționare a parcurilor turistice, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 202/2002 privind gospodărirea integrată a zonei costiere, cu modificările și completările ulterioare aprobate prin Legea nr.280/2003, cu modificările ulterioare;
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr.97/2023 pentru aprobarea Planului de amenajare a spațiului maritim.
- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 152/2002 privind organizarea și funcționarea societăților comerciale de turism balnear și de recuperare, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța Guvernului nr. 22/1999 privind administrarea porturilor și a căilor navigabile, utilizarea infrastructurilor de transport naval aparținând domeniului public, precum și desfășurarea activităților de transport naval în porturi și pe căile navigabile interioare, aprobată prin Legea nr. 235/2017, cu modificările și completările ulterioare
- HG nr. 1252/2022 pentru aprobarea Normelor metodologice privind crearea, amenajarea și omologarea traseelor pentru turism pedestru;
- HG nr. 441/2022 pentru aprobarea normelor metodologice privind crearea, amenajarea și omologarea traseelor de cicloturism;
- HG nr. 208/2022 privind înființarea, organizarea și funcționarea Comitetului interministerial pentru Programul România atractivă în vederea stabilirii obiectivelor incluse în cele 12 rute turistice/culturale din Planul național de redresare și reziliență al României
- HG nr. 571/2019 privind aprobarea Strategiei pentru dezvoltarea turismului balnear;
- HG nr. 358/2019 privind aprobarea Strategiei naționale de dezvoltare a ecoturismului - context, viziune și obiective - 2019-2029;
- HG nr. 558/2017 privind aprobarea Programului pentru dezvoltarea investițiilor în turism – Masterplanul investițiilor în turism – și a criteriilor de eligibilitate a proiectelor de investiții în turism, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 99/2017 privind constituirea Comitetului interministerial pentru turism;
- HG nr. 20/2012 privind aprobarea Programului multianual de marketing și promovare turistică și a Programului multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 1016/2011 privind acordarea statutului de stațiune balneară și balneoclimatică pentru unele localități și areale care dispun de factori naturali de cură, cu modificările și completările ulterioare;

- HG nr. 661/2011 privind stabilirea unor măsuri pentru asigurarea aplicării la nivel național a prevederilor Regulamentului (CE) nr. 66/2010 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 noiembrie 2009 privind eticheta U.E. ecologică;
- HG nr. 1267/2010 privind eliberarea certificatelor de clasificare, a licențelor și brevetelor de turism, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 215/2009 pentru aprobarea Normelor metodologice privind acordarea tichetelor de vacanță, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 852/2008 pentru aprobarea normelor și criteriilor de atestare a stațiunilor turistice, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 1136/2007 pentru aprobarea Normelor metodologice privind organizarea serviciilor publice de salvare acvatică - salvamar și a posturilor de prim ajutor pe plajă;
- HG nr. 1776/2004 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 62/2004 privind regimul de organizare și funcționare a parcurilor turistice;
- HG nr. 1015/2004 privind aprobarea Regulamentului de organizare și funcționare a Comitetului național al zonei costiere, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 317/2004 privind utilizarea zonelor umede costiere ca zone de ancorare;
- HG nr. 452/2003 privind desfășurarea activității de agrement nautic, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 77/2003 privind instituirea unor măsuri pentru prevenirea accidentelor montane și organizarea activității de salvare în munți;
- HG nr. 335/2002 privind unele măsuri de implementare în România a programului “Steagul Albastru – Blue Flag”;
- HG nr. 511/2001 privind unele măsuri de organizare a activității de agrement în stațiunile turistice, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 305/2001 privind atestarea și utilizarea ghizilor de turism, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 263/2001 (republicată) privind amenajarea, omologarea, întreținerea și exploatarea pârtiilor și traseelor de schi pentru agrement, cu modificările și completările ulterioare;
- HG nr. 33/2000 privind aprobarea Metodologiei de înscriere, atestare și a criteriilor de evidențiere a patrimoniului turistic;
- HG nr. 31/1996 pentru aprobarea Metodologiei de avizare a documentațiilor de urbanism privind zone și stațiuni turistice și a documentațiilor tehnice privind construcții din domeniul turismului;
- Ordinul nr. 743/2023 privind aprobarea criteriilor de înscriere și a Regulamentului pentru participarea întreprinderilor cu activitate de turism, a asociațiilor profesionale, patronale și a organizațiilor neguvernamentale cu activitate în domeniul turismului și a altor entități a căror activitate are impact în domeniul turismului la manifestările expoziționale, în pavilioanele naționale, standurile specializate ori miniexpozițiile la care participă Ministerul Antreprenoriatului și Turismului în străinătate;
- Ordinul nr. 681 nr. privind organizarea Consiliului Consultativ al Turismului;

- Ordinul nr. 330/2023 privind aprobarea Schemei de ajutor de minimis pentru participarea întreprinderilor cu activitate de turism la manifestările expoziționale, în pavilioanele naționale, standurile specializate ori miniexpozițiile la care participă în străinătate Ministerul Antreprenoriatului și Turismului;
- Ordinul nr. 181/2023 pentru aprobarea Schemei de ajutor de minimis pentru operatorii economici în vederea modernizării și dezvoltării stațiunilor balneare și balneoclimatice;
- Ordinul nr. 180/2023 pentru aprobarea Normelor metodologice privind condițiile și criteriile pentru selecționarea, școlarizarea, atestarea și utilizarea ghizilor de turism;
- Ordinului nr. 1759/2022 pentru aprobarea Schemei de ajutor de minimis privind susținerea operatorilor din turism pentru dezvoltarea activității de incoming;
- Ordinul nr. 1314/2022 privind aprobarea procedurii de implementare a Programului național multianual pentru dezvoltarea culturii antreprenoriale în rândul femeilor manager din sectorul IMM;
- Ordinul 1293/2022 pentru aprobarea Procedurii de avizare a organizațiilor de management al destinației;
- Ordinului nr. 1111/2022 privind aprobarea Procedurii de implementare a Programului pentru stimularea înființării întreprinderilor mici și mijlocii „Start-up Nation — ROMÂNIA”;
- Ordinul nr. 2409/3501/2020 pentru aprobarea Normelor metodologice privind organizarea, funcționarea, rolul, atribuțiile, acreditarea și reacreditarea centrelor naționale și locale de informare și promovare turistică;
- Ordinul nr. 156/2019 pentru aprobarea Procedurilor de garantare a sumelor plătite de călători în legătură cu pachetele de servicii de călătorie/serviciile de călătorie asociate în cazul insolvenței agenției de turism organizatoare și procedurile de despăgubire a călătorilor, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordinul nr. 1183/2018 pentru aprobarea modelului, conținutului, modalității de depunere și gestionare a „Declarației privind activitatea desfășurată de către agențiile de turism organizatoare”, cu modificările ulterioare;
- Ordinul nr. 65/2013 pentru aprobarea Normelor metodologice privind eliberarea certificatelor de clasificare a structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare și alimentație publică, a licențelor și brevetelor de turism, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordinul nr. 1.204/2010 pentru aprobarea Normelor metodologice privind autorizarea plajelor în scop turistic, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordinul nr. 990/2009 pentru modificarea unor acte normative din domeniul turismului în vederea implementării Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 49/2009 privind libertatea de stabilire a prestatorilor de servicii și libertatea de a furniza servicii în România;
- Ordinul nr. 292/2003 pentru aprobarea Normelor metodologice privind desfășurarea activității de agrement nautic, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordinul nr. 491/2001 pentru aprobarea Normelor privind omologarea, amenajarea, întreținerea și exploatarea pârtiilor și traseelor de schi pentru agrement, cu modificările și completările ulterioare.