

# TURISM

Pentru susținerea promovării ofertei turistice românești și pentru **creșterea circulației turistice pe teritoriul României**, a fost lansat oficial **proiectul de Strategie de dezvoltare a turismului 2007 – 2013**, cu participarea asociațiilor profesionale și patronale din turism, a autorităților locale și regionale din România, a ONG-urilor din turism și a consultanților internaționali și s-a demarat procesul de branding național printr-un proiect susținut de Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID). Proiectul include și reprezentanți ai asociațiilor profesionale și patronale din turism și se corelează cu proiectul de creare a **brandului național** inițiat de Agenția Națională pentru Strategii Guvernamentale. Strategia turismului a fost finalizată și se află pe circuitul de avizare și aprobare.

Prin aderarea României, în septembrie 2005, la "Carta pentru Geoturism" a societății National Geographic, România a fost declarată a treia destinație geoturistică din lume.

S-a elaborat un pachet de proiecte de acte normative armonizate cu legislația din țările Uniunii Europene (UE), prin care se va asigura atât **creșterea calității serviciilor, cât și diversificarea ofertei**.

Totodată, s-a acționat pentru **simplificarea legislației de specialitate** în domeniu, iar în colaborare cu specialiști ai Sectorului Turism, Hoteluri, Restaurante și cu sprijinul experților din cadrul Ministerului Muncii, Solidarității Sociale și Familiei și ai Institutului Național de Statistică (INS), s-a realizat o etapă importantă de **actualizare a nomenclatorului de Clasificare a Ocupațiilor din România pentru Sectorul Turism, Hoteluri, Restaurante**.

A fost elaborat, mediatizat, aprobat și derulat **Programul de dezvoltare a învățământului turistic – 2006**. Prin aceste program, s-au susținut logistic și financiar proiecte de învățământ turistic, cu tematica de specialitate. Centrul Național de Învățământ Turistic a derulat 44 de programe de formare profesională cu persoane juridice.

Au fost continuate: „**Programul Steagul Albastru**” și Programul de creștere a calității serviciilor turistice hoteliere „**Sigla Q**” (sau „**Marca Q**”), în vederea îndeplinirii criteriilor și a atingerii standardelor europene pentru plaje, porturi de agrement, unități hoteliere. Pentru sezonul 2006, 8 plaje și portul de agrement, angajate în program, au primit distincția “Blue Flag”.

Guvernul României a stabilit printr-un Memorandum 5 subprograme de investiții în turism, care urmează să se deruleze în perioada 2006 – 2008 (pentru anul 2006 s-a aprobat suma de 325 milioane EUR):

- superschi în Carpați;
- dezvoltarea stațiunilor turistice balneoclimaterice;
- dezvoltarea infrastructurii turistice în zona montană înaltă;

- dezvoltarea echilibrată și integrată a zonei turistice din Delta Dunării și a stațiunilor de pe litoralul Mării Negre;
- Sibiu – Capitala Culturală Europeană 2007;
- Dezvoltarea turismului cultural.

Proiectele pentru care se solicită finanțare au printre obiective și amenajarea unei rețele de centre de informare turistică. Totodată, MTCT-ANT cooperează cu Primăria Municipiului București pentru realizarea unei rețele de centre de informare turistică în capitală.

S-a diversificat și extins activitatea **Consiliului Consultativ pentru Dezvoltarea și Promovarea Turismului**, din care fac parte peste 20 de asociații profesionale și patronale din turismul românesc, în cadrul căruia se dezbate principalele politici din domeniul turismului și s-au inițiat acorduri de cooperare cu Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural (ANTREC) și Patronatul Asociației Naționale a Agențiilor de Turism (PANAT), pentru activitățile de autorizare, control și promovare la nivel regional. Este un pas însemnat în domeniul cooperării cu actorii implicați în turism, întrucât, pentru a se crea încredere între parteneri (fie în sectorul public, fie în sectorul privat, fie intersectorial), este nevoie de comunicare, iar comunicarea a evoluat de la informare, la consultare, interacțiune, feed-back. Pentru **promovarea turismului românesc** s-au realizat o serie de **materiale de promovare**: Ghidul Hotelurilor – 2006, broșura “Traveller Magazin”, pliantul „Infolitoral”, a fost continuată difuzarea de broșuri și reviste pe teme precum: București, Castele și palate, Maramureș, Bucovina, Stațiuni balneoclimaterice, Drumurile vinului, Delta Dunării, Sibiu – capitală europeană a culturii, etc., în principalele limbi de circulație internațională. Au fost realizate **campanii de promovare, atât pe piața internă, cât și pe plan extern**, care au inclus spoturi TV, reclame outdoor (panotaj, inclusiv în principalele mijloace de transport în comun din Anglia, Spania, Israel, Suedia, Italia, Franța, precum și în stații), Internet (banner, link), reclame în presa scrisă. Au fost organizate acțiuni de road-show. Spoturile de promovare turistică a României s-au difuzat pe **principalele canale pan-europene de televiziune** – CNN, Discovery, BBC, EuroNews, etc. S-a participat la cele mai importante **târguri și burse de turism internaționale** (Germania, Anglia, Țările Benelux, Austria, Elveția, Spania, Franța, Italia, Federația Rusă, China, Ungaria, Țările Scandinave, SUA, Israel, etc.) – **peste 50 de manifestări expoziționale de turism**. În ceea ce privește promovarea pe piețele externe, s-au organizat evenimente speciale în străinătate, precum: seri românești, zile ale României, mini-festivaluri de tradiții și artizanat.

Pe plan intern, au fost organizate la București **Târgul Național de Turism (aprilie 2006) și Târgul Internațional de Turism (octombrie 2006)**, ediția a

**XVI-a.** ANT a sprijinit organizarea primei ediții a Târgului de Turism Rural din România – Rustica România (septembrie 2006).

Au fost introduse **tehnici moderne de promovare (pool system, gesture tech, dyna scan)**, care vor fi utilizate pe larg în cadrul manifestărilor viitoare.

În vederea atragerii partenerilor strategici, cu precădere a celor din sectorul privat, **s-a inițiat târgul internațional de proiecte pentru dezvoltarea turismului la nivel local și regional**, cu propunere de derulare pentru anul 2006 și au fost invitați în vizite de documentare în România jurnaliști, tour operatori și alți creatori de opinie din Austria, Belgia, China, Germania, Italia, Anglia, SUA, etc.

În ceea ce privește **promovarea imaginii României ca destinație turistică prin intermediul Internetului, au fost realizate următoarele acțiuni:**

- A fost re-proiectat și relansat site-ul instituției, [www.mturism.ro](http://www.mturism.ro), acest site beneficiind și de optimizare în cadrul motoarelor de căutare (SEO), fapt ce a determinat vizitarea acestuia de un număr sporit de utilizatori.

- S-a lucrat în vederea restructurării, atât din punct de vedere al conținutului, cât și al imaginii, a site-ului oficial de promovare a României ca destinație turistică, [www.romaniatravel.com](http://www.romaniatravel.com), site care urmează să fie relansat până la sfârșitul anului. Noul site va fi dedicat exclusiv promovării României turistice pe piețele internaționale, urmând a avea variante lingvistice în limbile engleză, franceză, germană și spaniolă;

- În plus față de acest site, ANT a mai dezvoltat, sub directa coordonare a birourilor sale de promovare și informare turistică din străinătate<sup>1</sup>, site-uri de promovare adaptate la specificul piețelor turistice pe care aceste birouri activează. În cursul anului 2006, au fost refăcute și relansate [www.guideroumanie.com](http://www.guideroumanie.com) – site-ul pentru piața Franța, [www.romania.it](http://www.romania.it) – site-ul pentru piața Italia, [www.rumaniatour.com](http://www.rumaniatour.com) – site-ul pentru piața Spania, [www.roumanie-tourisme.be](http://www.roumanie-tourisme.be) – site-ul pentru piața Benelux, cu variante lingvistice în franceză și flamandă;

- Sunt în construcție site-uri de promovare pentru următoarele piețe: Austria ([www.rumaenien-info.at](http://www.rumaenien-info.at)), China și Ungaria și în proces de restructurare, [www.romaniatourism.com](http://www.romaniatourism.com) – site-ul comun pentru piețele SUA și Marea Britanie;

- ANT a contribuit la realizarea site-ului dedicat celei de-a XI-a ediții a Summit-ului Francofoniei, eveniment desfășurat în această toamnă la București: [www.sommet-francophonie.org](http://www.sommet-francophonie.org). Contribuția a constat în furnizarea conținutului dedicat prezentării României turistice, atât ca text cât și ca imagini;

---

<sup>1</sup> România are birouri de promovare și informare turistică în 15 țări, urmând a deschide în 2007 un birou în Polonia (Varșovia)

- În prezent, se lucrează la site-ul [www.danube-info.org](http://www.danube-info.org), se încearcă o grupare a tuturor traseelor cicliste și a site-urilor despre cicloturism într-o manieră unitară și se analizează posibilitatea dezvoltării infrastructurii pentru bicicliști.

În domeniul **statisticii**, ANT a continuat cooperarea tradițională atât cu instituțiile interne – Institutul Național de Statistică (INS) – căruia îi transmite situația unităților nou clasificate, cât și cu cele internaționale: Organizația Mondială a Turismului și Comisia Europeană pentru Turism – cărora le furnizează rapoartele anuale privind situația turismului în România, pe baza indicatorilor statistici comunicați de INS. Din decembrie 2006, ANT va transmite periodic Comitetului pentru Turism din cadrul Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE) date statistice complete din domeniul industriei călătoriilor și turismului, pentru elaborarea periodică a lucrării „Perspective ale turismului OCDE”.

În domeniul **autorizării și controlului**, au derulat acțiuni de verificare și control la unitățile comerciale din domeniul turismului. În câteva cazuri, s-a recurs la sancțiuni contravenționale, avertismente, amenzi, declasificări ale unităților, retrageri ale certificatelor de clasificare sau ale licențelor de turism, suspendări ale licențelor de turism.

În domeniul **relațiilor internaționale**, ANT ia parte la activitățile: Organizației Mondiale a Turismului (OMT), Comisiei Europene pentru Turism (CET), Asociației Internaționale de Promovare a Turismului Dunărean (die Donau), Inițiativei Central-Europene (ICE), Organizației de Cooperare Economică la Marea Neagră (OCEMN), Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE)<sup>2</sup>, etc. România a devenit observator în cadrul Comitetului pentru Turism al OCDE în cursul lunii septembrie 2006, după prezentarea la Roma, în iunie 2006, a Politicii Naționale în domeniul turismului. Trebuie subliniat faptul că aderarea la OCDE este unul dintre obiectivele de politică externă importante – obiectiv inclus în Programul de Guvernare 2005 – 2008, în prezent aflându-se în plină desfășurare procesul de evaluare a statelor candidate eligibile pentru aderarea la Organizație (26 de state). Se apreciază că grupul actual de 26 de țări va fi restrâns la câteva state eligibile pentru

---

<sup>2</sup> România a depus în 2004 cererea de a deveni țară membră a OCDE. Condițiile pe care trebuie să le îndeplinească o țară candidată la aderare sunt condiții fundamentale (economie de piață, respectarea principiilor democratice) și alte condiții (performanțele economice, buna guvernare și respectarea legii, respectarea drepturilor omului, participarea activă în alte organizații internaționale și regionale). Decizia ca o țară să devină membră a OCDE aparține Consiliului OCDE, la finalul procesului de accesie, ținându-se cont și de participarea țării candidate în diversele comitete, comisii, grupuri de lucru ale OCDE, în calitate de observator sau de membru. Din cele aproximativ 200 comitete, comisii, grupuri de lucru ale OCDE, România este observator în 7 comitete și comisii (inclusiv în Comitetul pentru Turism, din septembrie 2006) și membru în 13 comitete și comisii.

aderarea pe termen scurt, decizia politică finală urmând a fi luată în cadrul Consiliului Ministerial al OCDE din 2007, unul din criterii fiind și participarea activă a statelor în calitate de observator sau membru al diferitelor comitete și comisii ale OCDE, un motiv în plus pentru continuarea participării intense a ANT în cadrul Comitetului pentru Turism.