



Conferința „**ROMÂNIA 2025-2040: POLITICI PENTRU DEZVOLTAREA SUSTENABILĂ A TURISMULUI ÎN ROMÂNIA. IMPORTANȚA DEOSEBITĂ A TURISMULUI BALNEAR ȘI DE WELLNESS**”

București, 27.11.2025, Club BNR

„Evoluții recente, probleme cu care se confruntă și perspective de dezvoltare ale turismului din România”

Dr.ec. Ion Dănuț JUGĂNARU, Președinte ASPES Filiala Dobrogea

1. Principalele evoluții ale turismului în România în anul 2024
2. Evoluții ale turismului în România în anul 2025
3. Probleme/deficiențe identificate, ce ar trebui soluționate prin politici publice adecvate

1. Principalele evoluții ale turismului în România în anul 2024

Prin Comunicatul de presă nr. 283/2024, INS a publicat situația Structurilor de primire turistică având funcțiuni de cazare și pe categorii de clasificare existente în România la data de 31 iulie 2024 (INS, Comunicat de presă nr. 283/2024). Conform datelor INS, județul Constanța deține cel mai mare număr de structuri de primire turistică având funcțiuni de cazare (13.538), cel mai mare număr de camere (53.615) și de locuri-pat (118.193) dintre toate județele țării. După județul Constanța s-a aflat județul Brașov, cu 1.332 de structuri de primire turistică, 16.108 camere existente și 35.516 locuri-pat și municipiul București, cu 339 unități de cazare clasificate, 13.486 camere, respectiv 26.911 locuri-pat.

Numărul de sosiri și de înnopțări ale turiștilor, în România, în anul 2024

Conform datelor INS, **numărul sosirilor** înregistrate în structurile de primire turistică în România (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în anul 2024, au însumat 14.263,7 mii persoane, **în creștere cu 4,5%** față de anul 2023. Din numărul total de sosiri, în anul 2024, sosirile turiștilor români în structurile de

primire turistică cu funcțiuni de cazare au reprezentat 83,3%, în timp ce **sosirile turiștilor străini** au reprezentat **doar 16,7%**.

Numărul de înnoptări înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în anul 2024 au însumat 30.191,2 mii, **în creștere cu 3,5%** față de cele din anul 2023. Din numărul total de înnoptări, în anul 2024, înnoptările turiștilor români în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare au reprezentat 83,7%, în timp ce **înnoptările turiștilor străini au reprezentat doar 16,3%**. **Durata medie a șederii** în anul 2024, a fost de **2,1 zile**, atât la turiștii români, cât și la turiștii străini.

Pe județe, în anul 2024, numărul de sosiri ale turiștilor în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare (inclusiv apartamente și camere de închiriat), a înregistrat valori mai mari în: Municipiul București (1.998,7 mii persoane), Constanța (1.754,3 mii persoane) și Brașov (1.508,2 mii persoane), iar numărul de înnoptări ale turiștilor în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare (inclusiv apartamente și camere de închiriat), au înregistrat valori mai mari în: Constanța (5.564,3 mii persoane), Municipiul București (3.955,2 mii persoane) și Brașov (2.823,9 mii persoane).

Cheltuielile turiștilor nerezidenți în România, în anul 2024

Numărul total al turiștilor nerezidenți cazați în structurile de cazare turistică colective, în anul 2024, a fost de 2.178,6 mii, cheltuielile acestora însumând 6.588,3 milioane lei (în medie 3.024,1 lei / persoană).

Călătoriile pentru afaceri au reprezentat 49,2% din totalul călătoriilor turiștilor nerezidenți sosiți în România în anul 2024, cheltuielile acestora reprezentând 55,7% din totalul cheltuielilor.

Călătoriile în scop particular au reprezentat 50,8% din totalul călătoriilor turiștilor nerezidenți sosiți în România în anul 2024, cheltuielile acestora reprezentând 44,3% din totalul cheltuielilor. Aproape jumătate dintre turiștii străini sosiți în România în anul 2024 au avut deci ca motivație principală afacerile și motivele profesionale, iar cheltuielile acestor turiști au reprezentat 55,7% din totalul cheltuielilor turiștilor străini sosiți în țara noastră.

Din totalul nerezidenților sosiți în România în anul 2024, cca 40,4% și-au organizat sejurul pe cont propriu, 36,1% au apelat la o agenție de turism, 16,0% au optat pentru alte modalități de organizare a călătoriei (de exemplu, prin sindicat), în timp

ce 7,5% și-au organizat călătoria atât pe cont propriu, cât și printr-o agenție de turism.

Tabelul nr. 1. Număr sosiri și înnoptări în structuri de primire turistică având funcțiuni de cazare din România, pe principalele categorii de destinații turistice și durata medie a sejurului, în anul 2024

Zone turistice	Total SOSIRI	Total ÎNNOPTĂRI	Durata medie sejur (zile)
TOATE ZONELE			
Sosiri - total	14263724	30191205	2,12
- turiști români	11878860	25255166	2,13
- turiști străini	2384864	4936039	2,07
STAȚIUNI BALNEARE			
Sosiri – total	1235488	4222325	3,42
- turiști români	1190704	4099937	3,44
- turiști străini	44784	122388	2,73
STAȚIUNI DIN ZONA LITORALĂ, EXCLUSIV ORAȘUL CONSTANȚA			
Sosiri – total	1563959	5153991	3,30
- turiști români	1537803	5065190	3,29
- turiști străini	26156	88801	3,40
STAȚIUNI DIN ZONA MONTANĂ			
Sosiri – total	2616695	5111545	1,95
- turiști români	2441491	4778123	1,96
- turiști străini	175204	333422	1,90
ZONA DELTA DUNĂRII, INCLUSIV ORAȘUL TULCEA			
Sosiri – total	164793	357067	2,17
- turiști români	156321	338614	2,17
- turiști străini	8472	18453	2,18
BUCUREȘTI ȘI ORAȘELE REȘEDINȚĂ DE JUDEȚ, EXCLUSIV TULCEA			
Sosiri – total	6335133	11101263	1,75
- turiști români	4473646	7191607	1,61
- turiști străini	1861487	3909656	2,10
ALTE LOCALITĂȚI ȘI TRASEE TURISTICE			

Sosiri – total	2347656	4245014	1,81
- turiști români	2078895	3781695	1,82
- turiști străini	268761	463319	1,72

Sursa: Calcul al autorului prelucrând datele INS, Seria turism, 2024

Analizând datele cuprinse în tabelul nr.1., observăm că, în comparație cu celelalte principale zone turistice ale României, exceptând stațiunile balneare, zona de litoral (exclusiv orașul Constanța) a înregistrat o durată medie a sejurului turiștilor mai mare, respectiv de 3,3 zile, în timp ce media națională a fost de numai 2,12 zile, dar tendința este de scădere continuă a acestui indicator, în ultimii ani.

2..Evoluții ale turismului în România în anul 2025

2.1. Evoluția capacității de cazare turistică

Conform datelor INS, capacitatea de cazare turistică a României **la 31 iulie 2025** era de 464.354 locuri-pat, în 14.325 structuri de primire turistică, în **creștere cu 5,8%** față de anul 2024, în privința numărului de unități și **cu 3,2%** în privința numărului de locuri-pat.

Cele mai multe locuri de cazare sunt în hoteluri (211.369), urmate de locurile în apartamente și camere de închiriat (86.557). Cea mai mare creștere a numărului de locuri de cazare s-a înregistrat, în ultimul an, la **apartamente și camere de închiriat (+12,6%)**, urmate de căsuțele turistice (+7,7%) și de hoteluri (+2,4%0. În schimb, a scăzut numărul de locuri în campinguri (-12,3%), hosteluri (-2,7%), moteluri (-1,8%) și cabane turistice (-0,8%).

În privința hotelurilor, cele mai multe erau încadrate la categoria 3 stele (54,5% din total hoteluri), la 4 stele (28,1%) și două stele (12,96%). Au fost clasificate **doar 51 de hoteluri de 5 stele în toată țara**, cu două mai multe decât în anul 2024.

Apartamentele și camerele de închiriat au reprezentat 34,7% din totalul structurilor de cazare turistică, cele mai multe fiind clasificate la categoria 3 stele (70,7% din numărul total de apartamente și camere de închiriat).

Județul Constanța a concentrat cel mai mare număr de structuri de primire turistică, dar și cel mai mare număr de locuri. Pe primele 3 locuri după numărul total de structuri de primire turistică având funcțiunii de cazare existente în țară s-au situat: Constanța (1.752 structuri de cazare), urmat de Brașov (1.395) și Suceava (866).

De asemenea, județul Constanța a deținut și cea mai mare pondere (26,5%) în privința numărului total de camere existente în structurile de primire turistică

(exclusiv camerele din căsuțe), urmat de județul Brașov (7,7%) și Municipiul București (6,6%).

Tot pe primul loc se află județul Constanța și în privința numărului de locuri-pat de cazare existente (26,3% din totalul la nivel național), urmat de județul Brașov (7,58%) și Municipiul București (6,0%).

2.2. Evoluția numărului de sosiri și de înnoptări ale turiștilor în anul 2025

Conform datelor Institutului Național de Statistică (INS, Turismul în luna septembrie 2025), pe primele 9 luni ale anului 2025 (ianuarie-septembrie), **numărul de sosiri** în structurile de primire turistică din România (inclusiv apartamente și camere de închiriat) au însumat 10.952.100, **în scădere cu 1,8%** față de perioada similară din anul 2024. Ponderea sosirilor turiștilor români a fost de 82,2 % din total, în timp ce **ponderea sosirilor turiștilor străini** a fost de **doar 17,8%**, în ușoară creștere față de anul 2024.

Pe județe, cele mai mari valori ale indicatorului număr de sosiri ale turiștilor în structurile de primire turistică în perioada ianuarie-septembrie 2025 au fost înregistrate în județul Constanța (1.745 mii), urmat de municipiul București (1.488,7 mii) și de județul Brașov (1.045,5 mii).

Numărul de înnoptări înregistrate în structurile de primire turistică având funcțiuni de cazare (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în primele 9 luni ale anului 2025 au însumat 23.875.300, **în scădere cu 0,9%** față de cele din perioada similară din anul precedent. Ponderea numărului de înnoptări ale turiștilor români a fost de 83,3%, în timp ce ale turiștilor străini a fost de **numai 16,7%**.

Pe județe, cele mai mari valori ale indicatorului număr de înnoptări ale turiștilor în structurile de primire turistică în perioada ianuarie-septembrie 2025 au fost înregistrate în județul Constanța (5.386,5 mii), urmat de municipiul București (2.984,1 mii) și de județul Brașov (1.983,7 mii).

Evoluțiile au fost diferite, pe zonele turistice ale țării. Astfel, de ex., în județul Constanța, în primele 9 luni din 2025, **numărul sosirilor de turiști a crescut cu 3,25%**, iar **cel al înnoptărilor a rămas aproape identic** (creștere de 0,04%) față de perioada similară din 2024.

Durata medie a șederii a fost, în primele 9 luni ale anului 2025, de **2,2 zile la turiștii români și de 2,0 zile la turiștii străini**. (INS, Turismul în luna septembrie 2025, Comunicat de presă nr. 282/5 noiembrie 2025)

2.3. Evoluția turismului în România, în context european

Pe baza datelor publicate de European Travel Commission și a celor publicate de INS din România, câteva observații privind turismul din România:

- **Volumul absolut al înnoptărilor** petrecute în România este relativ **mic**, în comparație cu marile destinații UE (care au înregistrat sute de milioane de înnoptări). Prin urmare, România are potențial mare de creștere.
- **Ponderea** foarte mare a **turiștilor interni** ($\approx 79\%$ în perioada pre-pandemie) sugerează că turismul intern este dominant - ceea ce înseamnă că vulnerabilitățile legate de turiștii internaționali (zboruri, frontiere, crize globale) pot fi mai puțin acute decât în destinații foarte dependente de străini, dar, de asemenea, și potențialul de creștere prin atragerea turiștilor străini este mare.
- **Durata medie a sejurului** în România este **scurtă** ($\sim 2,3$ zile) în hoteluri și structuri similare, ceea ce indică fie o ofertă mai mult orientată spre sejururi scurte, fie o structură a turismului care nu maximizează încă perioada de ședere și o slabă atractivitate pentru turiști a multora dintre destinațiile din țara noastră.
- **Sezonalitatea** are impact major: devieri sezoniere semnificative în România (vară – valori peste trend, restul anului – sub trend) pentru turismul intern.

Tendințe recente de evoluție a turismului în Europa și în România

România nu este încă o destinație principală în preferințele turiștilor de lung-curier, dar încă beneficiază de un capital autentic de patrimoniu și natură și poate profita de noile tendințe de călătorii sustenabile, multi-destinație și autentice.

Principalele provocări: infrastructura internă, vizibilitatea internațională și conectivitate.

România și țările din Europa de Est pot deveni un pol de creștere al turismului sustenabil european. Accentul trebuie pus pe calitate, sustenabilitate și cooperare regională. Creșterea economică generată de turism poate contribui direct la dezvoltarea locală, reducerea disparităților și consolidarea imaginii externe a regiunii. (UN Tourism (World Tourism Barometer – septembrie 2025).

Contextul României în peisajul turistic european (2025–2026)

Poziționare generală

- România nu se află printre primele cinci destinații europene pentru turiștii de lung-curier (Franța, Italia, UK, Germania, Spania domină topul).
- Totuși, România beneficiază de **două avantaje structurale**:
 - **Autenticitate culturală și naturală** – din ce în ce mai căutate de turiștii din Asia și America.
 - **Resurse balneare și balneoclimaterice deosebit de valoroase**
- Contextul post-pandemic și accentul tot mai puternic pe **experiențe de nișă, natură și sustenabilitate** plasează România într-o zonă de **oportunitate emergentă**.

Infrastructură și conectivitate

- Creșterea numărului de **zboruri directe** (de ex. București–Seul, București–Doha–Australia, conexiuni rapide prin Istanbul și Viena) facilitează accesul pentru piețele asiatice și nord-americane.
- Dar, România suferă la capitolul **transport intern feroviar / rutier și vizibilitate digitală internațională**.
- Aceste **limitări** pot fi compensate prin **parteneriate regionale (ex: circuite “Balcani – Estul Europei”)** sau prin promovarea itinerariilor multi-destinație (România–Bulgaria–Grecia / România–Ungaria–Austria).

3. Probleme/deficiențe identificate, ce ar trebui soluționate prin politici publice adecvate

3.1. Turismul are nevoie să fie recunoscut și tratat efectiv ca sector de importanță prioritară pentru economia României, având în vedere resursele deosebite pe care le deținem și potențialul mare de creștere.

Am putut observa, de-a lungul ultimilor ani, că s-au schimbat mai multe guverne în România, dar sectorul turismului a tot fost considerat mereu “a cincea roată de la căruță”, un domeniu de activitate care se regăsește doar la coada titulaturii unui minister ce include multe și foarte diferite categorii de sectoare de activitate. La un moment dat, atât de puțină importanță a fost acordată turismului de către guvernării de atunci încât au uitat chiar să mai treacă măcar cuvântul turism în titulatura ministerului în cadrul căruia funcționa...

Degeaba scrie într-o lege și în diverse strategii că turismul ar fi considerat un sector de importanță prioritară în economia țării, căci faptele devedesc contrariul.

Se pare că nu putem ieși din acest cerc vicios: turismul are o contribuție prea mică la crearea PIB, deci nu i se acordă atenție, iar astfel nu poate crește această pondere în lipsa sprijinului necesar din partea guvernului.

Ar fi util să ne întrebăm dacă nu cumva or fi greșit și persistă în greșeală de atâția ani guvernele din Bulgaria, care s-au tot schimbat, mai des decât în țara noastră, dar întotdeauna au păstrat, în componența lor, un minister distinct al turismului. Rezultatele s-au văzut, sectorul turismului în Bulgaria chiar are o pondere importantă în economia țării vecine.

Considerăm că, în prezent, în loc să rămână turismului înglobat într-un minister în cadrul căruia nu-și mai amintește de el decât foarte rar ministrul respectiv, ar fi de preferat să se re-înființeze Autoritatea Națională pentru Turism, în directă subordonare a Prim-ministrului! Iar Președintele acestei Autorități să fie o persoană cu pregătire și experiență în turism. Sau, să avem un Minister distinct, dacă nu doar al Turismului, măcar un Minister al Comerțului și Turismului, pentru a putea realiza o mai bună promovare a tuturor produselor și serviciilor oferite de România în străinătate.

Din păcate, în ultimii (mulți) ani, România n-a avut niciun ministru cu pregătire și experiență în turism, a fost nevoie să învețe, “să se califice la locul de muncă”, pentru a înțelege cum funcționează industria turismului. Iar până au început să înțeleagă, cât de cât, s-a schimbat guvernul și un alt ministru a fost numit în locul său. Cei mai mulți dintre acești miniștri nu au înțeles ce înseamnă **efectul multiplicator al turismului în economie** (efectul direct, indirect și indus) și nici **cum contribuie turismul la exportul de servicii**.

3.2. Necesitatea de a avea date statistice cât mai exacte, mai aproape de cele reale, în privința capacității de cazare și a fluxurilor turistice, pentru adoptarea de politici publice corecte, realiste.

Avem mare nevoie de date statistice cât mai exacte privind circulația turistică, pentru a putea adopta strategii și măsuri adecvate. Institutul Național de Statistică publică doar informații parțiale și estimări privind numărul de sosiri și de înnoptări ale turiștilor. În unele rapoarte publicate, sunt avute în vedere doar unitățile cu minimum 10 locuri de cazare, în altele pe cele de minimum 5 locuri, astfel încât între datele INS și cele ale MEDAT, care realizează clasificarea turistică a unităților sunt diferențe foarte mari, de zeci de mii de locuri de cazare, în privința capacității de cazare turistică. Este necesară urgentarea implementării unei reglementări care să-i oblige pe toți deținătorii de structuri de primire turistică cu funcțiuni de

cazare să raporteze online, într-un sistem informatic național, toate cazările turistice efectuate.

De mulți ani se analizează și se promite, de către autorități, crearea și punerea în funcțiune a unui sistem informatic unitar, la nivel național, la care să se conecteze toți operatorii turistici din industria ospitalității, cu obligația legală ca fiecare dintre aceștia să introducă online în sistem fiecare cazare turistică efectuată. În prezent, dacă un turist străin vine în România și participă la o călătorie în circuit, cu 5 înnoptări succesive, în 5 localități diferite, în evidențele statistice va rămâne înregistrat că au fost 5 turiști din țara respectivă care au avut câte o singură înnoptare, în lipsa sistemului informatic care să identifice că era vorba de același turist cazat. Așadar, aceste informații ne dau o imagine foarte deformată a realității și nu mai putem continua în acest mod.

3.3.Necesitatea înființării urgente a Organizației de Management al Destinației (OMD) la nivel Național, stimularea înființării mai multor OMD-uri locale, județene și regionale, prin modificarea legislației.

Actuala reglementare privind înființarea Organizațiilor de Management al Destinației are nevoie de modificări care se conducă la stimularea înființării acestora măcar la nivelul acelor localități pe teritoriul cărora există stațiuni turistice de nivel național, în județele cu activitate turistică mai dezvoltată și în principalele regiuni turistice ale țării. Conform datelor de pe site-ul MEDAT, la data de 28.08.2025 existau, în România, un număr de 31 de OMD-uri avizate, din care 24 locale, 6 județene și numai una la nivel regional.

Foarte importantă este înființarea OMD-ului național, care ar prelua, în principal, atribuțiile autorității naționale centrale pentru turism (ministerul) privind promovarea turistică a României și va putea să aibă bugete multi-anuale, care să facă posibilă, de ex., participarea cu stand a României la târguri internaționale de turism și să realizeze materialele pentru promovarea destinației România. Nu mai putem continua cu un minister care alocă bugete pentru promovare turistică de numai 1-2 mil. Euro/an, de multe ori cu sume rămase parțial necheltuite la sfârșit de an și doar cu participări sporadice la unele târguri internaționale. Pentru ca turiștii străini să vină în țara noastră este necesar ca, în primul rând, aceștia să afle despre destinația turistică România, iar abia apoi despre o anumită stațiune turistică și un anumit loc de cazare de la noi. Promovarea destinației turistice România nu se poate face doar de către operatorii de turism, în nicio altă țară nu

se întâmplă acest lucru, este nevoie și de implicare și susținere guvernamentală, în acest demers!

Nu reușim crearea OMD-ului național în condițiile actualei reglementări privind înființarea OMD-urilor în România. OMD înseamnă un parteneriat public-privat, la care să contribuie ambele categorii de parteneri.

Propunere de reglementare a finanțării OMD-urilor în România:

În multe situații, primarii localităților turistice nu sunt de acord ca din sumele colectate din taxa de promovare turistică, denumită taxă hotelieră/city tax (colectată de la turiști) să vireze un anumit procent OMD-ului local (dacă acesta există), iar OMD-ul local să cedeze 20% din sumele respective către OMD-ul județean. Este nevoie de o modificare a legislației în domeniu. De exemplu, în toate stațiunile turistice de interes național și local, să se instituie obligația încasării de la turiști a unei taxe de promovare turistică, cu un quantum între anumite limite minime și maxime, aprobate de consiliile locale, iar Consiliul local să pună la dispoziția OMD-ului local sumele colectate, în întregime sau în procent de minimum 75%, de ex.

Iar în cazul în care nu s-a înființat încă un OMD local, suma respectivă să fie virată, obligatoriu, la OMD-ul județean, dacă există, respectiv la OMD-ul regional sau, dacă nici acesta nu există, direct la OMD-ul național.

Fiecare OMD local să contribuie la bugetul OMD-ului județean cu 20% din încasările din taxa hotelieră/city tax primită de la Consiliul Local. OMD-ul județean, în mod similar, să contribuie cu 20% din finanțările primite de la OMD-urile locale la finanțarea OMD-ului regional. Toate OMD-urile regionale să contribuie la bugetul OMD-ului național cu 20% din finanțările primite de la OMD-urile județene membre. Dacă un OMD local nu este membru al unui OMD județean sau regional, să fie obligate să vireze contribuția respectivă direct la bugetul OMD-ului național. Similar, dacă OMD-ul județean nu este membru al unui OMD regional, să contribuie cu 20% la finanțarea OMD-ului Național.

Astfel s-ar putea asigura o sursă certă de finanțare a bugetului OMD-ului național, urmând ca partenerul public al organizației (ministerul de profil) să contribuie la finanțarea acesteia cel puțin cu o sumă echivalentă celei primite de la OMD-urile locale, județene sau regionale.

Până la înființarea OMD-ului Național, este necesară însă finanțarea corespunzătoare a promovării destinației turistice România de către MEDAT, prin buget multi-anual, începând cu anul 2026.

3.4. Reducerea deficitului balanței comerciale a României la contul turism-călătorii

În ultimii ani am asistat la o creștere continuă a cheltuielilor turiștilor români în străinătate, în timp ce volumul cheltuielilor turiștilor străini în România a rămas la valori modeste. Din această “afacere” numită turismul internațional al României, an de an, țara noastră pierde câteva miliarde de euro, deoarece sunt mult mai numeroși turiștii români care călătoresc în străinătate, comparativ cu numărul celor străini care vin în România, iar cheltuielile efectuate de turiștii români în străinătate sunt cu mult mai mari decât încasările de la turiștii străini veniți în România.. Astfel, conform datelor publicate de Banca Națională a României, dacă la sfârșitul anului 2022, țara noastră a înregistrat un sold negativ al balanței de plăți externe din serviciile de turism-călătorii de 2.908 mil. euro, deficitul s-a adâncit până la 3.865 mil. euro (BNR, 2024), iar în anul 2024 a ajuns la 4.298 mil. euro (date nerevizuite)

Contul curent al balanței de plăți (mil. euro)						
	Ianuarie – decembrie 2023			Ianuarie – decembrie 2024p		
	CREDIT	DEBIT	SOLD	CREDIT	DEBIT	SOLD
• turism – călătorii	4 973	8 667	-3 694	5 319	9 617	-4 298

Sursa: BNR, Balanța de plăți și datoria externă – septembrie 2025

În primele 9 luni din 2025, cheltuielile turiștilor străini în România au fost de 3.777 mil. Euro, cu doar 23 mil. mai mult (+0,01%) decât în perioada similară a anului 2024, în timp ce cheltuielile turiștilor români în străinătate au fost de 6.594 mil. Euro, cu 664 mil. Euro mai puțin decât în anul precedent (-9,1%), astfel încât soldul balanței de plăți a înregistrat un sold negativ de 2.817 mil.euro, cu 687 mil.euro mai mic decât în perioada similară din 2024 (-8%). Considerăm că această evoluție este cauzată de măsurile de austeritate luate de guvern, respectiv majorarea unor taxe și impozite și de inflația ridicată, care a diminuat semnificativ puterea de cumpărare a românilor, care au început să fie mai temperați în privința cheltuielilor lor pentru turism.

Interesant este de observat că, pe primele 6 luni ale anului, soldul negativ al balanței era de – 2.622 mil. Euro, în 2025, față de -2.255 mil. euro în 2024. Aceasta se explică, pe de o parte, printr-o ușoară tendință de temperare a cheltuielilor turiștilor români pentru servicii turistice, inclusiv pentru turismul extern, în cel de al treilea trimestru al anului 2025, din cauza scăderii puterii de cumpărare a românilor în ultimele luni, în țara noastră, dar și, pe de altă parte a faptului că nu reușim să atragem mai mulți turiști străini în România, care să cheltuiască mai mult și să contribuie, astfel, la diminuarea soldului negativ al balanței.

Pentru a reduce semnificativ soldul negativ al balanței de plăți sunt necesare măsuri de atragere a unui număr mai mare de turiști străini în România, care să înregistreze durate mai mari ale sejururilor lor și să cheltuiască mai mult în țara noastră. Iar aceasta se poate realiza printr-o mai bună promovare turistică a României, ca destinație turistică, dar și prin politici publice de încurajare și sprijinire a tur-operatorilor care aduc în țara noastră turiști străini.

Pentru stimularea creșterii numărului de înnoptări ale turiștilor străini în România avem o reglementare - schema de ajutor de minimis privind susținerea operatorilor din turism pentru dezvoltarea activității de incoming, dar aceasta nu se aplică, s-a blocat la minister, nu funcționează și ar trebui urgent să fie deblocată și chiar îmbunătățită, respective să se acorde facilități inclusiv pentru sejururile cu 3 înnoptări.

3.5. Măsuri de reducere semnificativă a evaziunii fiscale în turism prin adoptarea de noi reglementări

În stațiunile și localitățile turistice există încă un număr foarte mare de locuri de cazare turistică în structuri neclasificate și neautorizate, care nu plătesc nici TVA și nici alte impozite și taxe și practică și munca fără forme legale ("la negru"), neexistând angajatori constituiți ca persoane juridice.

Acestea fac o concurență neloială structurilor calificate și autorizate, care își plătesc la timp toate obligațiile fiscale. Sunt așa-numitele locuințe personale ale unor familii care închiriază camerele și apartamentele proprii și nu au făcut demersuri ca acestea să fie clasificate. Clădirile respective arată ca niște pensiuni, vile turistice sau chiar mini-hoteli. Astfel de clădiri nu pot fi controlate decât de primarul localității sau de persoanele desemnate de primar, dar nu și de ministerul de resort, de OPC sau alte autorități ale statului. Unele dintre aceste clădiri au chiar și peste zece camere.

Există soluții de adoptare a unor reglementări care să-i determine pe proprietari să autorizeze aceste structuri de cazare, este nevoie doar de voință politică. De exemplu, prin suprataxarea celor care au consumuri de apă curentă de câteva ori mai mari decât media pe localitate și produc gunoi menajer în cantități excesive, pentru că atât consumul suplimentar de apă, cât și gunoiul menajer colectat de firmele de salubritate provine, de fapt, de la persoanele cazate în acele clădiri. Dacă o astfel de familie are, de exemplu, doar 3 membri, de ce ar avea nevoie în casa respectivă de 17 băi? Este evident că sunt pentru închirierea camerelor către turiști. Atunci când tariful va fi mai mare pentru proprietarii acestor clădiri, ca persoane fizice, decât tariful pe care l-ar plăti ca persoane juridice, cei mai mulți aflați în astfel de situații vor alege să intre în legalitate, să se constituie ca persoane juridice, să obțină clasificarea acestor spații de cazare și să plătească impozite și taxe.

3.6. Stimularea certificării mai multor hoteluri cu eticheta ecologică și a mai multor plaje clasificate Blue Flag

În lipsa unui Program Național de încurajare și stimulare a structurilor de primire turistică având funcțiuni de cazare din întreaga țară care investesc și reușesc să obțină ***Eticheta ecologică pentru turism***, considerăm oportună o reglementare care să permită acordarea unor facilități fiscale pe plan local, pentru astfel de unități. Eticheta ecologică este o inițiativă a Uniunii Europene, o etichetă voluntară oficială a UE pentru excelență privind mediul înconjurător, menită să îndrume consumatorii către produse și servicii durabile, între care și serviciile de cazare turistică.

Având în vedere că, în prezent, în România, doar 3 unități de cazare turistică dețin această etichetă ecologică, din care una pe litoral, propunem inițierea și implementarea unui Program de minimis pentru stimularea structurilor de primire cu funcțiuni de cazare turistică de a efectua investițiilor necesare pentru a obține acest statut. Un număr tot mai mare de turiști, în special din țările vestice, apreciază în mod deosebit inițiative de acest fel, prietenoase cu mediul și aleg să se cazeze acolo unde găsesc astfel de unități. Un astfel de program ar presupune, de exemplu, acordarea de reduceri ale impozitului pe clădiri pentru unitățile de cazare care obțin această certificare, urmare investițiilor efectuate, astfel: diminuare cu 75% în primul an după obținerea certificării, de 50% în al doilea an și de 25% în al treilea an, iar pentru investițiile noi s-ar putea acorda reducere de 95-100% în primul an, apoi reduceri graduale de 75%, 50 % și 25% în anii următori, cu condiția ca unitățile respective să funcționeze ulterior cel puțin pe încă o

perioadă egală de ani față de cea în care au primit aceste facilități, în caz contrar fiind obligate să restituie facilitățile primite. Iar valoarea stimulentele fiscale acordate să nu depășească, de exemplu 80% din valoarea investițiilor suplimentare realizate de către întreprinzători pentru obținerea etichetei ecologice.

Turiștii care apreciază unitățile de cazare prietenoase cu mediul fac parte din categoria celor care au putere de cumpărare peste medie și care sunt dispuși să cheltuiască mai mult în destinație, crescând, astfel, veniturile unităților prestatoare de servicii turistice și, implicit, volumul impozitelor plătite de acestea, motiv pentru care considerăm că ar trebui stimulați întreprinzătorii care realizează astfel de investiții, ce reprezintă un simbol al protecției mediului înconjurător la cele mai înalte standarde europene. În prezent, în România, doar 3 hoteluri au fost certificate cu Eticheta ecologică (Saturn, din Saturn, Central Plaza din Piatra Neamț și Bellaria din Iași). Un program prin care ar fi stimulată creșterea acestui număr ar fi un bun semnal în promovarea turistică a României.

Un studiu realizat de un colectiv de cercetători, cadre didactice ale Facultății de Științe Economice din Universitatea “Ovidius” din Constanța, a scos în evidență, între altele, că peste 55,2% dintre turiștii intervievați au declarat că ar prefera să aleagă o **plajă clasificată** cu “**Steagul albastru**”, pentru a beneficia de condiții mai bune decât pe celelalte plaje, chiar dacă ar trebui să plătească un tarif mai mare de închiriere a șezlongului.

În sezonul estival 2025, România a avut doar 6 plaje certificate Blue Flag, comparativ cu Bulgaria (25), Turcia (577), Grecia (623), Spania, (642), Portugalia (404) Franța (388) etc.

Tarifele de închiriere a plajelor plătite de operatorii de plaje Administrației Naționale Apele Române (ANAR) au crescut vertiginos, în ultimii ani, sunt exagerat de mari. De-a lungul timpului, sumele la care s-a ajuns închirierea plajelor la licitațiile organizate de ANAR au atins valori foarte mari. Din sumele încasate de ANAR ar putea fi acordate unele facilități (reduceri de tarife pentru închirierea plajei) operatorilor de plajă care obțin clasificarea Blue Flag, pentru a crește astfel numărul investitorilor din rândul operatorilor în amenajări de plaje care îndeplinesc aceste criterii, putând fi atrași astfel mai mulți turiști care apreciază această categorie de plaje, în special din rândul turiștilor vest-europeni, dispuși să cheltuiască mai mult pentru asemenea servicii. Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor, împreună cu MEDAT, pot iniția o hotărâre de guvern prin care să se

aprobe o astfel de schemă de minimis, menită să încurajeze inițiativele de practicare a turismului în structuri de primire mai prietenoase cu mediul, iar promovarea acestor noi plaje certificate Blue Flag poate atrage fluxuri de turiști importante, suplimentare, în special din țări vestice.

3.7. Un pericol care încă nu a trecut pentru turismul românesc- **aplicarea cotei standard de TVA la serviciile turistice.**

În ultimul an, serviciile turistice din țara noastră au trecut de la taxarea cu cota redusă de TVA de 9%, la cea de 11%, dar încă sunt discuții, la nivel de Guvern, privind aplicarea, începând cu anul 2026, a cotei standard, recent mărită, de 21%.

Aceasta ar fi cea mai grea lovitură pentru industria ospitalității din România, cu consecințe ce ar putea fi deosebit de grave. În toate țările turistice, guvernele au aplicat cote reduse de TVA pentru serviciile turistice. România are prețuri, respectiv tarife relativ ridicate din cauza costului mare al energiei și al alimentelor, comparativ cu alte țări europene. O eventuală taxă mărită a cotei de TVA ar face total necompetitivă oferta turistică din țara noastră față de cele ale principalelor țări de destinație turistică din zonă, cu care suntem în competiție.

Consider că este nevoie de o unire a eforturilor tuturor organizațiilor din turism, patronale, profesionale sau din alte categorii, pentru exercitarea unor acțiuni de lobby concertate pe lângă decidenții politici, astfel încât să se renunțe la aplicarea măsurii de creștere a cotei de TVA la serviciile turistice.