



TURISMUL ROMÂNESC ÎN TRANSFORMARE: DIGITALIZARE, REGLEMENTARE ȘI CONCURENȚĂ ECHITABILĂ

Simona Constantinescu, Președinte
Federația Industriei Hoteliere din România

CONTEXT: SCHIMBĂRILE DIN PIATA DE TURISM (TENDINTE)

Turismul global trece printr-o resetare profundă:

- ✓ **digitalizare** accelerată,
- ✓ **schimbare de comportament**,
- ✓ **tensiuni geopolitice** și **presiune economică**

Operatorii din ospitalitate se află între două forțe:

- ✓ nevoia de **eficiență** și **adaptare** tehnologică
- ✓ dorința consumatorului de **autenticitate**, **emoție** și **sens**

Tendințe observate în **piață din România, 2023–2025**

- ✓ **Vizite mai rare și mai scurte**, dar cu cerere pentru servicii premium
- ✓ Așteptări crescute privind **curătenia, autenticitatea și personalizarea**.
- ✓ Creștere a preferinței pentru **experiențe „cu sens”**: turism gastronomic, turism rural, natură, tradiții locale.
- ✓ Scăderea rolului alcoolului în socializare; creștere pentru **experiențe culinare și culturale**.
- ✓ Interacțiunile turistului sunt **mobile-first** – rezervări, check-in, recenzii, plăți.

Tendinta: În România, turiștii caută experiențe „mai puțin, dar mai bun”, iar decizia de achiziție este puternic influențată de digital și de „word-of-mouth”

EVOLUȚIA TEHNOLOGIEI ÎN TURISM

Ce se întâmplă în piață:

- ✓ Implementarea tehnologiei - **CRM-uri cu AI și sisteme de channel management** în hotelurile urbane și lanțuri internaționale.
- ✓ **Check-in digital**, acces pe bază de cod, self-checkout – tot mai des întâlnite în hotelurile noi sau renovate – încă nereglementat în România
- ✓ Folosirea AI pentru:
 - segmentare de piață,
 - campanii personalizate,
 - răspunsuri automate la recenzii și mesaje.
- ✓ Platformele internaționale (Booking, Expedia, Airbnb) folosesc deja modele AI care influențează masiv vizibilitatea unităților în online (confirmat de HOTREC).

Riscuri specifice pieței românești

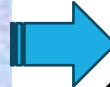
- ✓ **Scăderea traficului direct** către hoteluri datorită algoritmilor Google AI Search și Booking.com – comisioane mari
- ✓ Costuri mai mari pentru marketing digital
- ✓ Presiunea OTA-urilor asupra prețurilor

SHORT-TERM RENTAL (STR): NECESITATEA ACTUALIZĂRII LEGISLAȚIEI

Contextul României

- ✓ Date DAC7: în București, **50% din innoptările pe Booking.com în 2025** sunt în apartamente de închiriat – multe neclasificate și parțial nefiscalizate.
- ✓ „Peste 12.000 de apartamente de închiriat în scop turistic active, dintre care doar o minoritate autorizate.”
- ✓ STR-ul concurează direct cu hotelurile, dar fără standarde minime sau fiscalizare adecvată.

România trebuie să adopte urgent un **sistem nou de licențiere și raportare digitală a circulației turistice**, conectat cu ANAF, MEDAT, MAI și coroborat cu raportările platformelor (Booking, Airbnb).



Impact

- ✓ Distorsiuni majore de piață: hotelurile sunt obligate să respecte norme stricte, STR – nu.
- ✓ Efect asupra veniturilor bugetare: TVA necolectat, impozite parțiale, raportări incomplete.
- ✓ Efect asupra pretului locuințelor și creșterea chiriilor
- ✓ Migrația turistilor “price-sensitive” către Short-term-rental care nu plătește TVA și alte taxe
- ✓ Descurajare investitori în hoteluri, care prestează activități fiscalizate, angajează personal, dețin avizele necesare activității și promovează destinația în care se afla prin bugete proprii
- ✓ Reducerea disponibilității pentru rezidenți

REGLEMENTĂRILE EUROPENE ȘI IMPACTUL LOR ÎN ROMÂNIA

1. DMA – Digital Markets Act

- ✓ Afectează vizibilitatea hotelurilor în Google și Booking.com.
- ✓ Direct impact pe România:
 - peste **65% din rezervări** trec prin OTA-uri în orașele mari (date transmise în HOTREC și confirmate de operatori).
 - hotelurile independente sunt cele mai vulnerabile.

2. STR Regulation + ViDA (VAT in the digital era) + Regulamentul UE 2024/1028

- ✓ STR-urile trebuie să aibă **înregistrare obligatorie**, raportare, colectare de TVA de către platforme
- ✓ România nu a implementat încă pe deplin mecanismele de licențiere.

3. Green Claims - strategie UE 2026

- ✓ Obligații noi privind sustenabilitatea și raportarea indicatorilor.
- ✓ În România, lipsa standardelor comune complică conformarea hotelurilor mici.

România trebuie să sincronizeze legislația națională cu cea europeană pentru a evita pierderile fiscale, dezechilibrele concurențiale și scăderea competitivității.

ROLUL REGLEMENTATORULUI ÎN ROMÂNIA

Ce trebuie să facă statul pentru o piață echitabilă?

- ✓ **Licențiere STR obligatorii**, reguli de raportare, siguranța, asigurare, calitate. **Combaterrea concurenței neloiale** din STR și Sali evenimente – segmente major nefiscalizate.
- ✓ **Implementarea integrală a VAT in the Digital era** – platformele colectează și virează TVA.
- ✓ **Verificări digitale încrucișate** (DAC7, Regulamentul UE 2024/1028, raportare digitală a circulației turistice), conectată digital la ANAF, MAI și MEDAT
- ✓ Adoptarea unui cadru național pentru:
 - ✓ raportarea unitară a indicatorilor turistici,
 - ✓ promovarea brandului turistic național – OMD national,
 - ✓ standarde pentru sustenabilitate
- ✓ **Politici publice orientate spre reducerea deficitului comercial din turism** –outgoing necompensat prin incoming – prima de incoming adoptată prin scheme functionale
- ✓ Promovarea României ca destinație de călătorie în străinătate, pe baza de date reale colectate digital

Statul trebuie să asigure echitate fiscală, transparență, digitalizare raportării și concurență corectă într-o piață profund dezechilibrată.

CONCLUZII

Industria turismului românesc se află într-un moment critic:

- ✓ competiție globală crescută,
- ✓ presiune din partea platformelor digitale,
- ✓ creșterea pieței STR (apartamente),
- ✓ schimbări majore în comportamentul turistului,
- ✓ impredictibilitate fiscală și creșterea cheltuielilor
- ✓ lipsa personal & aptitudini



Priorități strategice:

- ✓ armonizarea legislației românești cu reglementările europene și tendințe,
- ✓ fiscalizarea segmentelor informale,
- ✓ protejarea investițiilor hoteliere și a locurilor de muncă,
- ✓ învățământ dual/vocațional/profesional
- ✓ digitalizare inteligentă în industria ospitalității,
- ✓ politici publice bazate pe date reale

„Viitorul turismului românesc depinde de capacitatea noastră de a crea o piață echitabilă, modernă și competitivă – în care tehnologia, reglementarea și identitatea locală lucrează împreună pentru a genera valoare.”