



DIRECȚIA GENERALĂ EVALUARE IMPACT, CONTROLUL POLUĂRII ȘI SCHIMBĂRI CLIMATICE

DECIZIA ETAPEI DE ÎNCADRARE

pentru Strategia Națională pentru Dezvoltarea Turismului 2023 - 2035

Nr. /2023

Ca urmare a notificării transmise de Ministerul Antreprenoriatului și Turismului cu privire la elaborarea „Strategia Națională pentru Dezvoltarea Turismului 2023 - 2035”, înregistrată la Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor cu nr. 2/R/19654/29.11.2022, a analizării documentației depuse, a punerii la dispoziția publicului spre consultare a strategiei la adresele de internet: <https://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2022/11/SNRDT-actualizat-var-pt-HG-2023-2035.pdf> și <http://www.mmediu.ro/categorie/strategia-romaniei-pentru-dezvoltarea-turismului-2023-2029/434> și a consultărilor din cadrul Comitetului Special Constituit din data de 03.03.2023, în baza art. 9 din Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 195/2005 privind protecția mediului, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 265/2006, cu modificările și completările ulterioare, art. 4 din Hotărârea Guvernului nr. 43/2020 privind organizarea și funcționarea Ministerului Mediului, Apelor și Pădurilor, cu modificările și completările ulterioare, și H.G. nr. 1076/2004 privind stabilirea procedurii de realizare a evaluării de mediu pentru planuri și programe,

Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor decide:

„Strategia Națională pentru Dezvoltarea Turismului 2023 - 2035 nu necesită evaluare de mediu, ca urmare, nu se impune elaborarea raportului de mediu și a studiului de evaluare adecvată și urmează a fi supusă procedurii de adoptare fără aviz de mediu.

Motivele care au stat la baza prezentei decizii sunt următoarele:

a) Caracteristicile strategiei:

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.

Obiectivul general al acestei strategii este ca până în 2035, România să devină 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.

Obiective specifice

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

Transport și accesibilitate către zone turistice

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 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 (porturi mici, Constanța, Tulcea, Brăila, Galați);
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 și pe litoral), cu respectarea specificului local, a valorilor ambientale și naturale;
8. 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);
9. 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);
10. Protejarea, dezvoltarea și promovarea patrimoniului natural prin adaptarea și/sau reabilitarea infrastructurii de ecoturism;
11. 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;
12. 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)

13. Dezvoltarea infrastructurii de agrement turistic din stațiunile turistice și din stațiunile balneare și balneoclimatice
14. 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 Cluj, întrucât sunt deja destinații de evenimente bine dezvoltate, în conformitate cu statisticile ICCA);
15. Renovarea infrastructurii și unităților de tratament balnear și modernizarea dotărilor acestora.

Obiectivul 1.2: Sprijinirea sectorului privat pentru dezvoltare inovativă

Oportunități și stimulente pentru afaceri, digitalizare

16. Sprijinirea digitalizării și comercializării la nivelul IMM-urilor din turism (pagini de internet pentru hoteluri, oferte digitale, cataloage etc.);
17. Susținerea start-up-urilor din domeniul turismului și a IMM-urilor inovatoare, prin înființarea de incubatoare naționale, regionale în turism, precum, spre exemplu, Welcome City Lab din Franța;
18. Găzduirea unor forumuri și expoziții anuale de digitalizare, inovare și investiții, promovarea networking-ului în turism și a oportunităților de colaborare;
19. Sprijinirea dezvoltării unei platforme dedicate pentru a facilita rambursarea tratamentelor medicale și balneare pentru turiștii din UE conform Directivei 2011/24/UE privind Asistența Medicală Transfrontalieră.

Obiectivul 1.3: Creșterea calității experiențelor și serviciilor în destinații

Sprijinirea sectorului public și privat

20. Sprijinirea modernizării unităților turistice în vederea obținerii unui nivel de clasificare mai înalt (instrumente fiscale, granturi etc.), respectând în același timp reglementările tehnice urbanistice și arhitecturale pentru mediul construit;
21. 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.);

Managementul destinațiilor și zonelor turistice

22. Susținerea organizațiilor de management al destinației prin cursuri de formare în domeniul elaborării de strategii și planuri operaționale pentru managementul destinațiilor;
23. Crearea și/sau sprijinirea dezvoltării organizațiilor de management al destinației pentru a promova inițiativele regionale de turism;
24. 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

25. 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.);
26. 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.;
27. 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

28. 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). Asigurarea existenței a cel puțin unui centru de informare turistică la fiecare destinație, inclusiv în centrul Bucureștiului și în toate aeroporturile;
29. 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;
30. Revizuirea standardelor în semnalistica dedicată turismului (grafică, bilingvă sau în mai multe limbi, informații standard etc.) și asigurarea respectării acestor standarde la toate nivelurile;
31. 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.);
32. 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;
33. 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.
34. Realizarea unui Observator Turistic, care să ofere date pe mai multe niveluri: național, regional, județean, local

Resurse umane, servicii și experiențe

35. 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.);
36. Înființarea unor centre educaționale regionale în domeniul ospitalității și organizarea unor programe practice de formare, bazate pe o identificare clară a nevoilor

împreună cu actorii implicați (de ex. profesioniști în domeniul balnear, hotelier, sporturilor de iarnă etc.);

37. Modernizarea unităților de învățământ profesional și tehnic pentru a corespunde mai bine nevoilor pieței;
38. Crearea unui mecanism de consiliere pentru a crește gradul de conștientizare în licee cu privire la locurile de muncă disponibile în industria turismului;
39. Elaborarea unor programe de ocupare a forței de muncă pentru tineri pe perioada verii, stabilite de comun acord cu sectorul privat. Crearea unor oportunități de obținere a unor credite suplimentare (educaționale) pentru elevii și studenții care participă la un astfel de program;
40. Elaborarea unor cursuri de dezvoltare profesională pentru personalul din organizațiile de management al destinației. Facilitarea dezvoltării unui profil ocupațional special pentru managerii de organizații de management al destinației;
41. 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);
42. 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;
43. 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;
44. 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;
45. Formarea antreprenorilor și a angajaților din întreprinderile sociale pentru utilizarea instrumentelor de marketing digital (de exemplu, înregistrarea și promovarea de produse și servicii pe portalurile naționale de turism sau pe platformele de tip sharing economy);
46. 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.

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

47. Îmbunătățirea capacității MAT 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;

48. Lansarea Planului sectorial de cercetare-dezvoltare propriu al MAT, pentru a susține realizarea obiectivelor de dezvoltare specifice sectorului;
49. Dezvoltarea unui sistem digital de colectare și analiză centralizată a datelor obținute de la structurile de cazare, inclusiv a datelor din domeniul sharing company, pentru a avea date relevante cu privire la sosirile și încasările turistice la destinații (exemplu: eVisitor - Sistemul informatic național utilizat în Croația pentru domeniul turismului);
50. Utilizarea mai bună a Contului Satelit al Turismului (CST) pentru a furniza informații pentru operațiuni în timp util, prin elaborarea de reglementări cu privire la colectarea datelor și stabilirea de programe de colectare, în strânsă coordonare cu INCDT;
51. 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;
52. Coordonarea cu Ministerul Educației în vederea monitorizării și evaluării calității învățământului profesional și tehnic și a forței de muncă, pentru a ajusta programele și a răspunde mai bine nevoilor sectorului.

Marketing și promovare

53. 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 MAT 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);
54. 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;
55. Elaborarea de strategii de marketing, realizare branding pentru destinațiile turistice regionale, județene sau locale;
56. 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.);
57. 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;

58. 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.

Modificarea legislației pentru sprijinirea dezvoltării turistice

59. Actualizarea fără posibilitatea prelungirii a unor documentații anterioare și punerea în aplicare a Planurilor Urbanistice Generale pentru a proteja patrimoniul imobil, fondul construit neprotejat, peisajele culturale și alte atracții turistice;

60. Revizuirea legislației pentru a permite reabilitarea fațadelor private utilizând fonduri publice, acestea având o valoare publică, în special în cazul clădirilor cu statut de patrimoniu cultural;

61. Analizarea și, acolo unde este posibil, diversificarea sistemului de clasificare și standardizare prin stabilirea unor standarde simplificate de bază pentru IMM-urile care furnizează servicii (mici restaurante, pensiuni) și eventual, păstrarea unui regim mai sever doar pentru unitățile mai mari (parte a unor rețele-brand);

62. Coordonarea dezvoltării inițiativei de tip „ghișeu unic” pentru un proces inteligent de certificare și autorizare.

b) Aspecte de mediu relevante:

- Strategia analizată **nu conține** un ansamblu semnificativ de criterii și de modalități pentru autorizarea și pentru punerea în aplicare a unuia sau mai multor proiecte care ar putea avea efecte semnificative asupra mediului și nu asigură resursele necesare pentru implementarea proiectelor;
- Strategia analizată nu va avea impact negativ semnificativ asupra integrității ariilor naturale protejate și nu necesită parcurgerea procedurii de evaluare adecvată.

Punerea în aplicare a măsurilor și acțiunilor descrise în cadrul acestei strategii pentru atingerea obiectivelor propuse, în special în ceea ce privește realizarea de lucrări/intervenții asupra cadrului natural se va face cu respectarea prevederilor Legii nr. 292/2018 *privind evaluarea impactului anumitor proiecte publice și private asupra mediului*.

c) Informarea și consultarea publicului

Accesul liber al publicului la informație s-a realizat prin:

- Anunțuri publicate de titular în ziarul ziarul ”Jurnalul”, în data de 21.11.2022 și 25.11.2022 privind elaborarea primei versiuni a **Strategiei Naționale pentru Dezvoltarea Turismului 2023 - 2035**.

- Documentația depusă a fost accesibilă spre consultare de către public pe toată durata derulării procedurii de reglementare la sediul Ministerului Mediului, Apelor și Pădurilor și la sediul Ministerului Antreprenoriatului și Turismului.
- **Strategia Națională pentru Dezvoltarea Turismului 2023 - 2035** a fost publicată pentru consultare publică pe site-ul Ministerului Mediului, Apelor și Pădurilor, la secțiunea special destinată acestei proceduri, link: <http://www.mmediu.ro/categorie/strategia-romaniei-pentru-dezvoltarea-turismului-2023-2029/434>
- De asemenea, strategia a fost publicată și pe site-ul Ministerului Antreprenoriatului și Turismului, link: <https://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2022/11/SNRDT-actualizat-var-pt-HG-2023-2035.pdf>

Titularul este obligat să informeze autoritatea de mediu în cazul în care propune modificări care ar putea avea efecte semnificative asupra mediului, conform art. 5, alin. (3) lit b) din HG nr. 1076/2004 privind stabilirea procedurii de realizare a evaluării de mediu pentru planuri și programe.

Prezenta decizie poate fi contestată în conformitate cu prevederile Legii contenciosului administrativ nr. 554/2004, cu modificările și completările ulterioare.

SECRETAR DE STAT

Róbert-Eugen SZÉP

Avizat,
**Direcția Generală Evaluare Impact,
Controlul Poluării și Schimbări Climatice**
Director General, Elena Oana ANTONESCU STAN

Direcția Generală Biodiversitate
Director General, Daniela DRĂCEA

Director General Adjunct,
Dorina MOCANU

Șef Serviciu Evaluare Impact,
Anca APREUTESEI

Elaborat:
Camelia HINTEA, consilier superior SEI