

**PROGRAMUL NAȚIONAL
DE DEZVOLTARE A TURISMULUI „TURISM 2026”
(2022-2026)**

I. INTRODUCERE

Programul național de dezvoltare a turismului „Turism 2026” pentru anii 2022-2026 (în continuare – Programul „Turism 2026”) este un document de planificare strategică elaborat în vederea stabilirii unui cadru de politici pasibil să ofere o abordare holistică și vizionară asupra dezvoltării industriei turismului pe termen mediu, cu accent preponderent pe valorificarea inteligentă și durabilă a potențialului turistic al Republicii Moldova, creând un mediu favorabil și cuprinzător pentru dezvoltarea unui produs turistic competitiv și sustenabil.

Prezentul Program este rezultatul conjugării eforturilor tuturor participanților la procesul turistic, care au coalizat în vederea definitivării unei viziuni strategice comune asupra obiectivelor și direcțiilor de dezvoltare a turismului din Republica Moldova, astfel încât să devină un sector competitiv și dezvoltat armonios, dar și rezilient în fața riscurilor și provocărilor cauzate de diverși factori externi.

Programul „Turism 2026” pivotează intervenția Guvernului în sectorul turistic după o pauză de mai bine de 5 ani în planificarea strategică în sectorul dat, redefinind politicile publice de susținere a dezvoltării dinamice a industriei turismului și de creștere a atractivității Republicii Moldova ca destinație turistică, formulate și prezentate prin prisma tendințelor de dezvoltare a acestui sector la nivel global.

II. ANALIZA SITUAȚIEI

Contextul

Analiza sectorului turistic, necesară pentru definirea obiectivelor de dezvoltare a turismului în Republica Moldova pentru următorii 5 ani urmează a fie efectuată dintr-o perspectivă multidimensională, formată din următoarele componente.

2.1. Competitivitatea industriei turismului

Perspective globale.

În ultimele șase decenii, turismul a fost unicul sector de activitate economică care a avut o creștere aproape neîntreruptă, în pofida unor șocuri ocazionale, extinzându-se, diversificându-se și devenind unul dintre cele mai mari sectoare, cu cea mai rapidă creștere la nivel mondial.

În această perioadă, au apărut multe destinații noi, creând concurență destinațiilor tradiționale preferate din Europa și America de Nord. Sosirile turiștilor internaționali au crescut la nivel mondial de la 25 milioane în 1950 la 278 milioane în 1980, 674 milioane în 2000 și 1,46 miliarde în 2019.

Anul 2019 a fost un alt an de creștere puternică, deși sosirile internaționale au crescut sub ratele excepționale observate în 2017 (+7%) și 2018 (+5%). În 2019 sosirile turiștilor internaționali au crescut cu 4%, comparativ cu 2018, ajungând la cifra de 1,46 miliarde.

Pandemia de COVID-19 a dus la prăbușirea turismului internațional în 2020.

Până la finele trimestrului al doilea al anului 2020, 100% din destinațiile globale au introdus restricții de călătorie, astfel, drept urmare, sosirile internaționale au scăzut cu 73%, ceea ce s-a transformat în sosiri internaționale mai puține cu 1,1 miliarde și o pierdere estimată de 1,3 miliarde de dolari din veniturile din export.

Din cauza naturii intensive, ocuparea forței de muncă în turism a fost afectată în mod deosebit, punând în pericol între 100 și 120 de milioane de locuri de muncă din turism direct, cu o pierdere estimată la peste 2,5 miliarde de dolari din produsul intern brut global.

În ianuarie-septembrie 2021, sosirile turiștilor internaționali au fost cu 20% mai mici decât în aceeași perioadă din 2020 și încă cu 76% în scădere în comparație cu aceeași perioadă a anului pre-pandemic 2019.

După o primă jumătate a anului 2021, turismul internațional s-a redresat moderat în timpul sezonului estival, cu rezultate mai bune pentru al treilea trimestru al anului, în special în Europa.

Sosirile de turiști internaționali au crescut cu 58% în iulie-septembrie 2021 față de aceeași perioadă a anului 2020. Cu toate acestea, au rămas cu 64% sub nivelurile din 2019.

Creșterea cererii în timpul celui de-al treilea trimestru al anului 2021 a fost determinată de creșterea încrederii călătorilor pe fondul progresului rapid al vaccinărilor și al relaxării restricțiilor de intrare în multe destinații.

Pe regiuni, Europa a înregistrat cea mai bună performanță relativă în trimestrul trei al anului 2021, cu sosirile internaționale în scădere cu 53% față de același trimestru din 2019.

În ciuda acestor îmbunătățiri, ritmul de recuperare rămâne lent și inegal în regiunile lumii din cauza diferitelor grade de restricții de mobilitate și încredere a călătorilor. Ratele inegale de vaccinare în întreaga lume și noile tulpini de COVID-19 ar putea afecta recuperarea deja lentă și fragilă.

Potrivit datelor prezentate de UNWTO, sosirile de turiști internaționali urmau să rămână în 2021 cu 70% până la 75% sub nivelurile din 2019, înregistrând o scădere similară ca în 2020, în timp ce veniturile din export din turismul internațional să ajungă la 700-800 de miliarde de dolari în 2021, o mică îmbunătățire față de 2020, dar mai puțin de jumătate din 1,7 trilioane de dolari înregistrate în 2019.

Comparații regionale.

În regiunea Europei Centrale și de Est, care cuprinde Republica Moldova, sosirile turiștilor internaționali au fost cu 69% mai mici în anul 2020, comparativ cu 2019.

În ianuarie-septembrie 2021, sosirile turiștilor internaționali au fost cu 77% în scădere în comparație cu aceeași perioadă a anului pre-pandemic 2019.

Sosirile vizitatorilor.

Numărul sosirilor în Republica Moldova a cetățenilor altor state s-a dublat în decurs de nouă ani (2011-2019) (Tabelul nr. 1).

Tabelul nr. 1. Date statistice privind traversarea frontierei de stat de către cetățeni străini în perioada anilor 2011-2019, intrări

Anul	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total, mln persoane	2,2	2,3	2,4	2,2	2,9	3,4	3,9	4,3	4,6	1,4
Față de anul precedent, %		+3	+4	- 6	+14,8	+18,8	+14,7	+11,7	+6,2	- 69,6

Ca urmare a pandemiei COVID-19, numărul sosirilor în Republica Moldova în 2020 a cetățenilor altor state s-a redus cu 69,6% față de anul 2019, de la cifra record de 4,6 milioane persoane din 2019 la minimul istoric din 2011 încoace, 1,4 milioane în 2020.

Cifrele pentru primele 9 luni ale anului 2021 arată o ușoară redresare, cu 1,5 milioane de sosiri, cifră care deja depășește rezultatul înregistrat pentru întreg anul 2020.

Veniturile din turism.

În Republica Moldova veniturile din activitatea agențiilor de voiaj au constituit în anul 2020

suma de 783 mil lei, cu 1,7 mld lei mai puțin față de anul 2019, ceea ce reprezintă o reducere de 3,2 ori (sau 69% față de anul 2019 – echivalentul reducerii sosirilor în Republica Moldova a turiștilor internaționali).

Indicatori de competitivitate - analiza evoluției Indicelui Competitivității Turismului al Forumului Economic Mondial (T&T FEM).

Indicele Competitivității Turismului măsoară patru factori generali de competitivitate - mediul favorabil, politicile în turism și condițiile favorabile, infrastructura și resursele naturale și culturale, care la rândul lor, conțin 14 piloni.

Potrivit celui mai recent Clasament de Competitivitate al Turismului, elaborat bienal de către Forumul Economic Mondial (2019), Republica Moldova este clasată pe poziția 103 din 140 de state evaluate în anul 2019.

Conform Clasamentului, Republica Moldova este poziționată în grupul țărilor din Balcani și Europa de Est, fiind inclusă alături de România și Bulgaria (Tabelul nr. 2) și alte 9 state europene.

Tabelul nr. 2. Poziția Republicii Moldova în Clasamentul Indicelui de Competitivitate al Turismului, comparativ cu țările din Balcani și Europa de Est

Locul în clasament (din 140 poziții)	Țara	Scorul de performanță (de la 1 la 7, unde 7e maxim)	Tendința: + creștere, - descreștere
36	Slovenia	4.3	+
42	Polonia	4.2	+
45	Bulgaria	4.2	+
48	Ungaria	4.2	-
56	Romania	4.0	+
60	Slovacia	4.0	+
67	Munte negru	3.9	+
83	Serbia	3.6	+
86	Albania	3.6	+
101	Macedonia de Nord	3.4	-
103	Moldova	3.3	+
105	Bosnia și Herzegovina	3.3	+

Totuși, după ce poziția de competitivitate a sectorului s-a deteriorat constant în clasamentele realizate de Forumul Economic Mondial în perioada anilor 2011-2017, ultimul raport din anul 2019 denotă o inversare de trend și o recuperare din pozițiile pierdute în clasamentele anterioare (Tabelul nr. 3).

Tabelul nr. 3. Evoluția indicelui de competitivitate al industriei turismului (2011- 2019)

Indicatori Cheie	2019	2017	2015	2013	2011	19 vs 17
Moldova - poziția în clasament	103	117	111	102	99	14
Mediul de Afaceri	107	123	115	81	81	16

Res. Umane & Piața Muncii	80	90	68	102	97	10
ICT readiness	74	74	63	66	65	0
Siguranță și Securitate	67	69	64	61	65	2
Sănătate și Igienă	37	34	22	41	49	-3
Prioritizarea Industriei Turismului	117	120	114	112	115	3
Deschiderea Internațională	78	119	123	112	75	41
Sustenabilitatea Mediului Ambiant	63	79	60	93	78	16
Competitivitatea Prețurilor	16	32	64	41	54	16
Infrastructura de Transport Aerian	104	110	119	125	128	6
Infrastructura de Deservire Turistică	104	105	95	91	93	1
Infrastructura Terestră și Portuară	106	103	109	123	124	-3
Resursele Naturale	139	136	139	135	132	-3
Resursele Culturale & Călătorii de Afaceri	117	129	135	125	121	12

Chiar și așa, deși Republica Moldova nu intră nici în Top 100 al celor mai competitive state în materie de turism, lucrurile privite în dinamică comparativ cu raportul precedent arată că Republica Moldova înregistrează cel mai bun progres, nici o altă țară reușind o avansare mai mare în Clasament decât cea înregistrată de Republica Moldova – 14 poziții (de pe locul 117 pe locul 103). În acest context, merită a fi analizate ultimele evoluții pozitive, dar și care sunt rezervele de creștere ale sectorului pentru a evolua în rating și în primul rând de a spori atractivitatea țării pentru turiștii străini.

Prin urmare, principalele tendințe, rezultate pentru Republica Moldova în ultimul raport de competitivitate sunt:

1) infrastructura terestră și portuară, resursele naturale, sănătate și igienă sunt dimensiunile de competitivitate, unde Republica Moldova a pierdut poziții în clasament comparativ cu ultima evaluare (câte -3 poziții pentru fiecare indicator);

2) resursele naturale (139), resursele culturale (117) și acordarea priorității turismului (117), drept cele mai vulnerabile puncte de competitivitate.

2.2. Durabilitatea și principii de dezvoltare sustenabilă

Turismul este un sector generator de valoare din punct de vedere economic, care are o prioritate și în sensul mediului ambiant și al contextului social. Potrivit unui raport elaborat de Organizația Mondială a Turismului (UNWTO) și PNUD¹, primii doi ani ai punerii în aplicare a Agendei 2030 au arătat, că țările avansează în alinierea strategiilor naționale, adaptarea cadrului instituțional și ajustarea politicilor în vederea realizării Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă (ODD).

Analiza respectivă a relevat impactul turismului asupra oamenilor, planetei, prosperității, păcii și parteneriatelor, fiind remarcate următoarele rezultate:

- sectorul turismului contribuie în cea mai mare parte la probleme legate de „prosperitate”;
- pentru planetă turismul este o oportunitate, dar și o provocare, datorită consumului și schimbărilor climatice, precum și pierderii biodiversității;
- cea mai evidențiată oportunitate în ceea ce privește „oamenii” a fost ocuparea forței de muncă, urmată de reducerea sărăciei;
- în ceea ce privește „pacea”, este remarcată oportunitatea turismului de a consolida pacea;
- turismul prezintă numeroase oportunități de „parteneriate”.

O cercetare publicată în 2021 de Booking.com, ce conține informații adunate de la mai mult

¹ UNWTO, Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Ianuarie 2018

de 29.000 de călători din 30 de țări, sugerează, că pandemia a fost punctul critic pentru a întreprinde călătorii sustenabile. Angajamentele de zi cu zi ale călătorilor în materie de durabilitate sunt în concordanță cu intențiile lor pentru călătoriile viitoare. Astfel, 84% din respondenți doresc să reducă deșeurile generale, 83% - să reducă consumul de energie și 79% - să folosească moduri de transport mai ecologice, cum ar fi mersul pe jos, cu bicicleta sau transportul public în defavoarea unui taxi ori unei mașini închiriate.

Respectul pentru comunitatea locală este, de asemenea, pe primul loc pe listă, deoarece aproape 73% din respondenți își doresc experiențe autentice, care să fie reprezentative pentru cultura locală atunci când călătoresc, 84% - percep creșterea înțelegerii culturale și conservarea patrimoniului cultural este crucială și 76% - își doresc să contribuie la un impactul economic al industriei răspândit în mod egal la toate nivelurile societății. Mai mult, 69% vor evita destinațiile și atracțiile populare pentru a evita supraaglomerările și pentru a contribui la dispersarea beneficiilor pozitive ale călătoriilor către destinații și comunități mai puțin vizitate².

Competitivitatea Republicii Moldova la compartimentul "mediul ambiant".

Chiar dacă în cadrul pilonului de competitivitate „Sustenabilitatea de mediu” din Raportul T&T al FEM, Republica Moldova se află pe poziția 63 din cele 140 de state analizate, o parte din sub-indicatori arată mai multe vulnerabilități de mediu și anume:

- locul 112 cu un scor de 3,2 din 7 - pentru Rigorile reglementărilor de mediu;
- locul 112 cu un scor de 3,1 din 7 - pentru Aplicarea reglementărilor de mediu;
- locul 110 cu un scor de 3,6 din 7 - pentru Eficacitatea eforturilor Guvernului pentru a se asigura că sectorul T&T este dezvoltat într-un mod durabil.

Un alt criteriu de clasificare referitor la durabilitate din punct de vedere turistic se referă la valorificarea patrimoniului natural și cultural al țării, acolo unde sub aspect de competitivitate Republica Moldova se clasează în Raportul Forumului Economic Mondial abia pe poziția 139 la capitolul Resurse naturale (acest pilon măsoară capitalul natural disponibil, precum și dezvoltarea de activități de turism în aer liber. Capitalul natural este definit în termeni de peisaj, parcuri naturale și bogăția faunei) și locul 117 în ceea ce privește Resurse culturale și călătorii de afaceri (acest pilon măsoară disponibilitatea resurselor culturale destinate într-un sens larg, inclusiv situri arheologice, facilități de divertisment și conferințe. În mare măsură, acest pilon surprinde modul în care sunt promovate resursele culturale, mai degrabă decât moștenirea culturală existentă actuală a unei țări).

Patrimoniul natural.

La nivel mondial, cca 12 milioane de călătorii pe an, între 20 și 40% din toți turiștii, au interes pentru viața sălbatică. În următorul deceniu, creșterea în acest segment e estimată la 8-10% pe an³.

Totodată, Republica Moldova are potențial pentru observarea păsărilor, unor animale rare - o cerință a pieței, dar care solicită disponibilitatea unor ghiduri de bună calitate, care pot identifica prin vedere, sunet, semne animalele și care să conțină informații despre morfologie, habitate, stil de viață, etc.

În 2019, în Rezervația natural-culturală „Orheiul Vechi” a fost elaborat și interpretat un traseu de observare a păsărilor, realizat conform standardelor internaționale prin materiale de suport informativ imprimate și digitale, diseminate prin info-tururi, programe de instruire a localnicilor și a agro-pensiunilor din rezervație.

Cu toate acestea, Republica Moldova nu are actualmente o ofertă de produse, itinerarii și experiențe turistice în aceste arii naturale, precum ar fi experiențe în natura sălbatică, itinerarii de drumetii, observare de animale, activități interactive în natură pentru turiști, turism de recreere, de experiență sau transformațional, de aventură sau evenimente cultural-turistice în natură.

Patrimoniul cultural.

Patrimoniul cultural al Republicii Moldova reprezintă o totalitate de valori și bunuri culturale

² Raportul Booking.com privind călătoriile durabile, 2021

³ OMT / Centrul pentru călătorii responsabile

(materiale și imateriale, mobile și imobile) de importanță locală, națională și mondială, constituit pe parcursul istoriei.

Dincolo de valențele sale identitare, etice, estetice și cognitive, în condițiile gestionării adecvate, patrimoniul cultural poate deveni, așa cum arată experiența altor țări, un factor de dezvoltare durabilă și coeziune socială.

Monumentele, muzeele, rezervațiile culturale, instituțiile cultural-artistice, precum sălile de concert, teatrele sunt generatori de experiențe turistice inovative, interactive, atractive, pentru care turiștii să plătească mai mult, dar și să organizeze evenimente și experiențe colective pentru a atrage vizitatorii locali și străini.

2.3. Informații și date statistice despre dezvoltarea industriei turismului

Măsurările statistice și rapoartele de monitorizare cantitative ale sectorului sunt realizate de Biroul Național de Statistică, care colectează și distribuie datele furnizate de Inspectoratul General al Poliției de Frontieră, Biroul migrație și azil, structurile de cazare, agențiile de turism și tur-operatorii din Republica Moldova.

În pofida existenței indicatorilor de bază și a prezentării acestora cu regularitate de către Biroul Național de Statistică, acoperirea statistică nu este suficient de cuprinzătoare. În primul rând, o mare parte a sectorului de cazare (în special, apartamentele închiriate, care sunt utilizate pe scară largă) nu oferă nici o informație, iar informațiile privind majoritatea vizitatorilor străini - cei care trec frontiera de stat cu transportul rutier - sunt limitate la cetățenie și date de sosire/plecare.

Astfel, lipsesc date care se referă la:

- scopul principal al vizitei (afaceri, agrement, vizitarea prietenilor sau rudelor);
- locul de reședință actual al vizitatorilor (în afară de cetățenie). Numărul mare de cetățeni moldoveni care dețin cetățenie dublă (în special română, dar și rusă și bulgară) poate contribui la date statistice eronate, în special în ceea ce privește numărul de cetățeni moldoveni care trec frontiera de stat și prezintă un pașaport străin;

- cheltuielile, structura acestora și tipul de cazare utilizat;
- locurile vizitate în Republica Moldova, evenimentele la care au participat.

Fiabilitatea unor date statistice curent colectate de Biroul Național de Statistică este, de asemenea, sub semnul întrebării, și nu din vina autorității statistice naționale, ci deoarece depinde de furnizorii, care livrează date despre rata de ocupare, ce nu pot fi verificate de Biroul Național de Statistică, ci doar de autoritățile abilitate cu funcții de control oficial. Unii furnizori (de exemplu, cei din sectorul hotelier, în care ratele de ocupare raportate sunt suspect de mici), pot avea tentația de a raporta cifre mai mici din motive fiscale sau altele. Mai mult, acestea nu captează spațiile de cazare din domeniul locuințelor private, activ puse în locațiune în ultima perioadă.

Din aceste considerente, există o necesitate stringentă de a completa spectrul de date cu unele calitative, obținute prin sondaje relevante.

Actualmente, nu există o cercetare sistematică a vizitatorilor, efectuată regulat pe tot parcursul anului, care este critic necesară atât autorităților publice, dar și sectorului privat pentru a înțelege piața și a urmări schimbările cererii și comportamentului.

Nu există informații suficiente despre durata medie a șederii în funcție de scop și cheltuielile medii, care trebuie estimate prin extrapolarea din veniturile brute anuale și numărul total de turiști.

Contul Satelit în Turism.

Contul Satelit în Turism (CST) reprezintă un sistem statistic ce conține un ansamblu de instrumente și tehnici, care determină conexiunea turismului cu alte ramuri ale economiei și cuantifică ponderea turismului în produsul intern brut al țării⁴.

Chiar dacă CST poate genera informații extrem de valoroase și măsura cu o relevanță sporită mărimea și impactul industriei de turism, acest instrument este unul extrem de costisitor, iar din

⁴ Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 (UN, UNWTO, OECD, Eurostat)

discuțiile cu mai mulți utilizatori se ajunge la concluzia, că la moment, ținând cont de nivelul de dezvoltare al sectorului turistic din Republica Moldova, investițiile care se impun pentru CST ar putea depăși beneficiile scontate.

În acest context, specialiștii locali în statistică în cadrul Biroului Național de Statistică, argumentând cu opinia, că introducerea CST este o lucrare complexă, care necesită resurse umane suplimentare, expertizare, metodologii, finanțare, etc., au expus recomandarea implementării acestuia într-un termen mediu sau lung.

În același timp, experții Eurostat recomandă, că în perspectivă este oportun de a estima turiștii/cheltuielile turiștilor în gospodăriile casnice, care nu sunt acoperiți de sondaje.

2.4. Creșterea economică și dezvoltarea industriei turismului

Date macroeconomice despre Republica Moldova.

Comparativ cu anul 2014, în 2019 turismul intern a înregistrat o ușoară creștere a numărului de turiști, de la 43 la 46 mii persoane, în timp ce încasările agențiilor de turism au crescut de la 110 la 135 milioane lei.

Chiar dacă numărul de turiști străini care au vizitat Moldova prin intermediul agențiilor de turism a crescut de la 14 mii persoane în 2014 la 20 de mii în 2019, ponderea acestora a înregistrat o ușoară scădere în această perioadă, de la 6% la 5,3%. Turismul receptor a excelat cel mai mult la capitolul venituri de la 1,9% în 2014 sau 26 mil. lei la o pondere de 3,3% în anul 2019 sau echivalentul a 82 milioane lei (Figura nr. 1.).

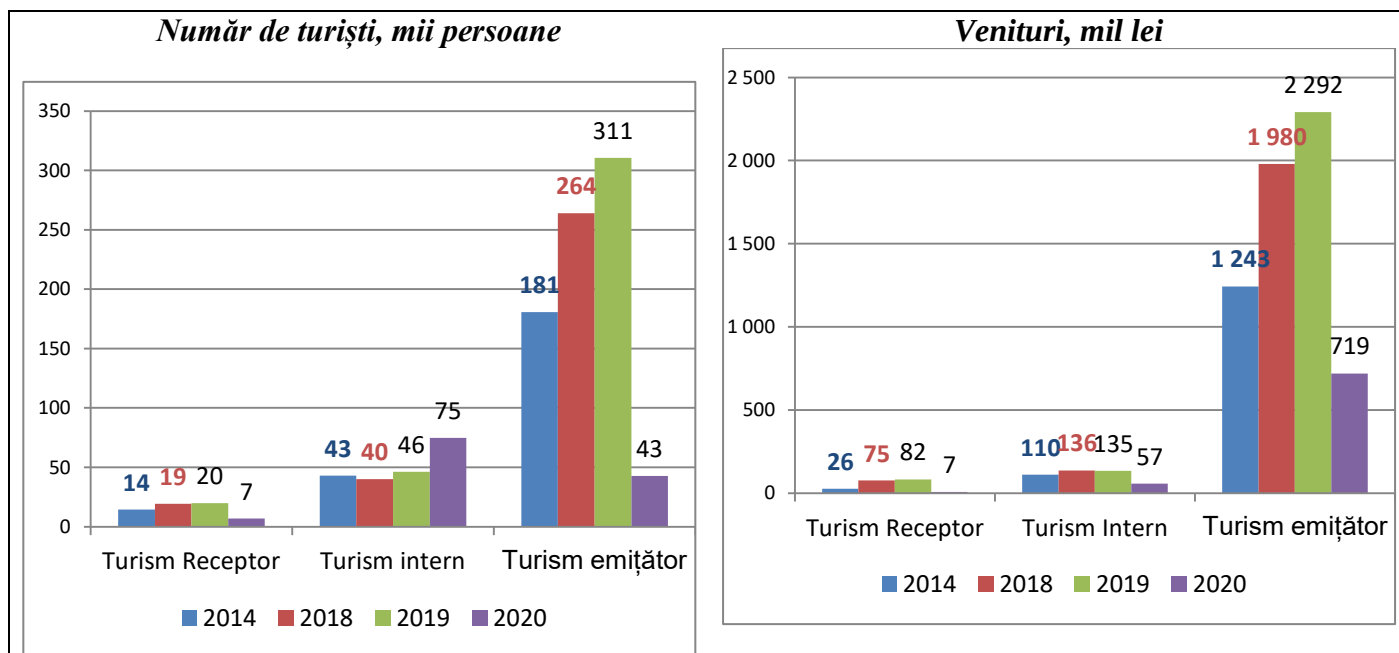


Figura nr. 1. Evoluția numărului de turiști, mii persoane
Evoluția veniturilor, mil lei

Astfel, în 2020 turismul emițător a generat venituri cu 68,6% mai mici comparativ cu 2019, iar numărul de turiști a scăzut cu 86,2%.

Numărul de turiști străini care au vizitat Moldova în 2020, prin intermediul agențiilor de turism, s-a redus cu 12,9 mii persoane (-65% față de 2019), în timp ce încasările au înregistrat o reducere și mai severă, de cca 91%, de la 82,4 la 7,3 milioane lei.

Chiar dacă în anul pandemic 2020 numărul de turiști locali a crescut cu 62% (de la 46 la 75 mii

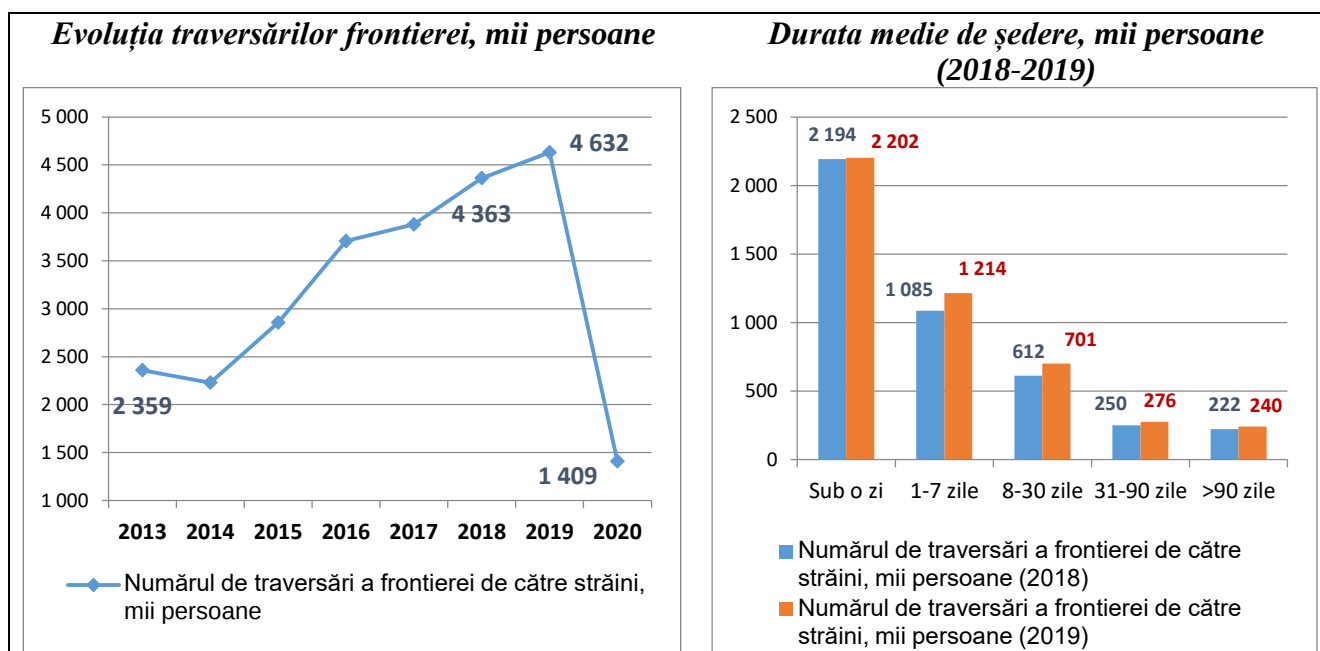
persoane), veniturile generate au scăzut puternic, cu 58%. Explicațiile sunt legate de duratele de ședere și cheltuielile mult mai mici, ori pandemia a făcut, ca turiștii locali să fie mai precauți și atenți pe timp de pandemie.

Traversările frontierei Republicii Moldova de către cetățeni străini.

În perioada anilor 2014-2019 numărul traversărilor frontierei de către nerezidenți a crescut anual de la 2,2 milioane traversări în 2014 la un flux de 4,6 milioane traversări în 2019 (cu 15,7%), aceasta fiind o creștere semnificativă pentru Republica Moldova. O atare evoluție se datorează în primul rând regimului liberalizat de vize cu UE și Acordului de asociere, dar și deschiderii internaționale mai bune a țării materializată inclusiv prin diversificarea curselor aeriene, un exemplu în sensul dat servind operarea curselor low-cost (Figura nr. 2).

Pentru evaluarea numărului potențial de turiști au fost excluși și cei care s-au reținut în țară pe o perioadă de peste 30 de zile, în scopul de a extrage un număr mai apropiat și relevant accepțiunii pentru un turist, din perspectiva industriei turismului.

Ca rezultat, la nivelul anului 2019 obținem un număr de 1,9 milioane traversări a frontierei care s-au aflat în țară pe o perioadă între 1 și 30 de zile și pentru o parte din care putem spune cu certitudine, că reprezintă turiști sau potențiali clienți ai industriei turismului din Republica Moldova.



Sursa: Inspectoratul General al Poliției de Frontieră al Republicii Moldova

Figura nr. 2. Traversările frontierei Republicii Moldova de către nerezidenți

Rezultatele anului pandemic 2020 arată un număr de 0,57 milioane traversări a frontierei care s-au aflat în țară pe o perioadă între 1 și 30 de zile și pentru o parte din care putem spune cu certitudine, că reprezintă turiști sau potențiali clienți ai industriei turismului din Republica Moldova. Această cifră este cu 1,3 milioane, sau 70% mai mică comparativ cu cea din 2019.

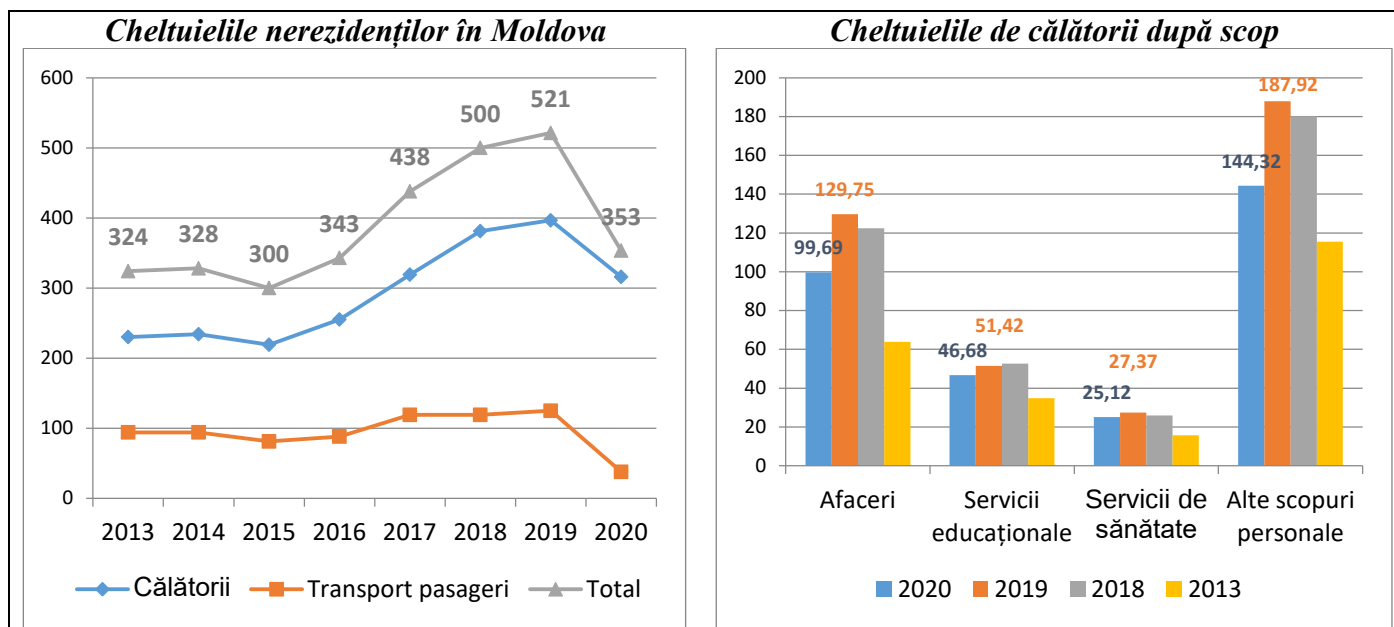
Cheltuielile străinilor în Republica Moldova.

Un indicator macro relevant despre creșterea potențialului turistic al țării se referă la cheltuielile nerezidenților în Republica Moldova, care în perioada 2014-2019 au consemnat o creștere medie anuală de 9,7% de la 324 milioane USD în 2014 la un cuantum de 521 milioane USD în 2019.

Începând cu anul 2016 remarcăm și o inversare de trend în care, în premieră, cheltuielile nerezidenților în Republica Moldova au depășit valoric cheltuielile cetățenilor moldoveni efectuate peste hotarele țării, iar în următorii 2 ani excedentul balanței turistice a țării s-a majorat, constituind în

anul 2019 valoarea de 41,2 mil. USD.

Astfel, cheltuielile străinilor în Republica Moldova s-au redus de la 521 milioane USD în 2019 la 353 milioane în 2020 (cu 32%), anul începutului pandemiei (Figura nr.3).



Sursa: BNM, Balanța de Plăți Externe

Figura nr. 3. Structura cheltuielilor nerezidenților după scop

Frecventarea facilităților de cazare – străini și rezidenți.

În anul 2019 în structurile de cazare din Republica Moldova s-a cazat un număr de 174 mii turiști străini, care este de aproape 9 ori mai mare decât numărul de turiști care au venit în țară prin intermediul agențiilor de turism, dar în același timp de 11 ori mai puțin raportat la estimarea numărului de potențiali turiști străini în baza numărului de traversări ale frontierei.

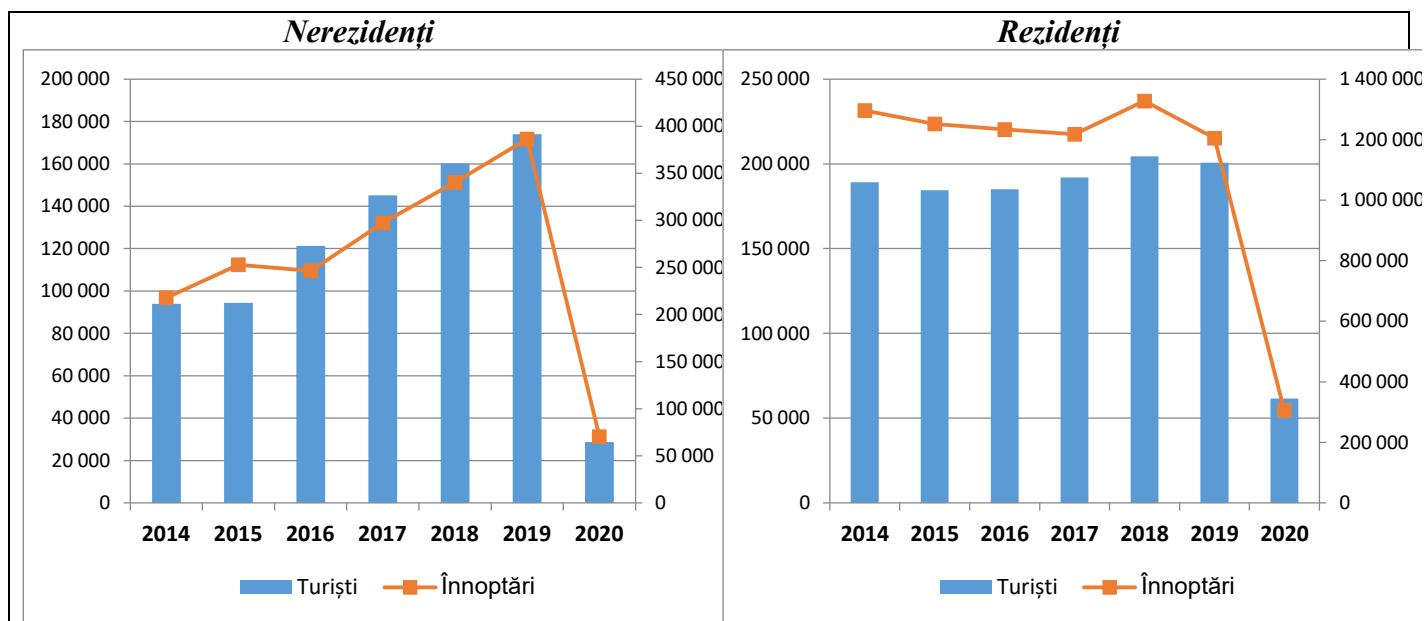
Cît privește datele captate de statisticile oficiale, acestea denotă un trend clar de creștere a numărului de turiști străini. Astfel, în perioada anilor 2014-2019 numărul acestora a crescut cu o medie anuală de 13,1% de la 94 mii în anul 2014 la 174 mii în anul 2019 (Figura nr. 4).

Pe tipuri de structuri de cazare, cea mai mare parte a nerezidenților au fost găzduiți de hoteluri și moteluri cu 154,4 mii turiști, urmat de vilele turistice, sate de vacanțe și alte structuri de odihnă cu 12,7 mii și pensiunile turistice și agroturistice cu un număr total de 6,1 mii.

Amplasarea structurilor de cazare unde au fost cazați nerezidenții, scoate în evidență, că în peste 90 la sută din cazuri (90,5%) sau 157,5 mii străini în cifre absolute aceștia au înnoptat în capitală. O asemenea stare a lucrurilor se explică în primul rînd prin lipsa infrastructurii adecvate de cazare în restul țării, existența unui singur aeroport care se află în capitală, concentrarea activităților economice în Chișinău, etc., iar pentru anii următori această situație în care Chișinăul este pe post de dispecer în asimilarea turiștilor străini are tendința de a se menține.

Numărul de înnoptări al nerezidenților în perioada 2014-2019 a crescut cu o rată medie anuală de 12,1%. În anul 2019 durata medie de ședere a nerezidenților în structurile de cazare din Moldova a constituit 2,22 nopți, din care pentru hoteluri și moteluri – 2,03 nopți.

Din discuțiile cu reprezentanții hotelierilor, durata medie de ședere a celor ce vin în scop de afaceri este de 1,8-2 nopți în timp ce pe segmentul de odihnă și recreere durata este de circa 2,5 - 3 nopți.



Sursa: Datele Biroului Național de Statistică

Figura nr. 4. Numărul de turiști și numărul de înnoptări în structurile de cazare

Pe țări de origine a turiștilor străini cazați în unitățile de cazare din Republica Moldova, primele 4 poziții în clasament le ocupă România, Ucraina, Federația Rusă și SUA, cu o pondere cumulativă de 53,6%. În această perioadă cel mai mult și-au amplificat prezența în țara noastră turiștii din România, numărul acestora dublându-se de la 22,6 la 47,0 mii persoane. Din top state cele mai mari creșteri relative a sosirilor în Republica Moldova le-au înregistrat turiștii din Israel și Polonia, numărul cărora a crescut în 2019 față de anul 2014 de 2,95, respectiv 2,63 ori.

În structurile de cazare din Republica Moldova în anul 2020 s-a cazat un număr de 28,7 mii turiști străini, care este de 6 ori mai mic comparativ cu anul 2019. Totodată înnoptările s-au redus de 5,5 ori, consemnând o durată medie de ședere ușor mai mare față de 2019 (2,45 nopți vs. 2,22 în anul 2019).

Turismul intern.

Conform Studiul național privind percepția moldovenilor față de turismul local din anul 2020 și 2021 elaborat de Agenția de Investiții⁵, în general moldovenilor le place să viziteze locurile turistice din R. Moldova (69%) și această pondere nu s-a modificat considerabil din anul 2020 până în anul 2021. Doi din trei moldoveni preferă mai mult odihna activă, iar 1/3 mai mult odihna pasivă. Circa jumătate dintre respondenți organizează vacanțele individual (48%) și nu interacționează cu agențiile de turism. În rândul internăuților și a diasporei acest număr este mai mare. Unul din trei moldoveni aparține unei tipologii de turiști mai conservatoare, care evită riscul de a încerca ceva nou și oferă preferință confortului, lucrurilor cunoscute și asigurării unei vacanțe, care decurge conform așteptărilor. O pătrime dintre respondenți face parte din segmentul numit Allocentric, care caută să exploreze locuri și experiențe noi. Acest segment preferă mai mult vacanțele active și primește plăcere să cunoască oameni noi / localnici. Jumătate dintre respondenți (50%) sunt dispuși să achite mai mult

⁵ Studiul național privind percepția moldovenilor față de turismul local 2020, 2021

de 1000 MDL pentru o zi de odihnă în R. Moldova (1000 MDL – preț potrivit, 1500 MDL – preț care devine scump, dar nu ar refuza să achite).

Din anul 2020 până în anul 2021 a scăzut ponderea celor care în ultimii doi ani au avut vreo ședere la vreun local unde au rămas pe noapte, de la 39% în 2020 la 20% în 2021. Locuitorii Chișinăului, cei care au mașină și cei care nu au copii într-o măsură mai mare au fost undeva peste noapte în Moldova în ultimii doi ani. 69% dintre toți respondenții ar fi interesați să utilizeze o broșură sau aplicație, care ar conține o listă de tururi, unde fiecare tur ar dura de la 1 la 3 zile, unde, totodată, fiecare tur ar conține recomandări de activități, locuri și prețuri.

Principalele așteptări de la o vacanță (indiferent dacă peste hotare sau în țară) sunt:

- turismul istoric (vizitarea locurilor vechi, muzeelor, cetăților etc);
- turismul cultural (cu scopul de a descoperi cultura, tradițiile, locurile, arta, bucatele etc.);
- turismul montan sau în natură (vacanțe la natură, trasee de drumeție pe jos);
- turismul familial (cu scopul de a vizita rudele sau familia);
- și relaxare, sănătate și recuperare.

Prețurile exagerate, necunoașterea locurilor turistice din Moldova sunt cele mai des întâlnite bariere de către turiștii locali.

În perioada 2014-2019, numărul cetățenilor moldoveni cazați în facilitățile de cazare a avut o evoluție neuniformă cu o creștere medie anuală de doar 1,2%, cea mai mare creștere survenind în anul 2018 (+6.4% față de anul 2017). În 2019, pentru prima dată în ultimi 4 ani, numărul acestora s-a redus ușor (-1,8%) comparativ cu anul precedent. Dacă în 2014 co-raportul dintre rezidenți și nerezidenți a constituit 67/33%, în anii care au urmat această balanță s-a mai echilibrat puțin, cu un raport de 54/46% în anul 2019.

Pe tipuri de structuri de cazare, în anul 2019 cei mai mulți rezidenți au fost cazați în hoteluri și moteluri cu 59,5 mii persoane, urmate de tabere de vacanță (50,7 mii) și structuri de întremare (31,4 mii), ultimele 2 categorii fiind susținute de politicile sociale ale statului.

Durata medie de ședere a rezidenților în hoteluri și moteluri s-a redus de la 1,96 nopți în 2018 la 1,73 nopți în 2019, pensiunile turistice și agroturistice cu 1,77 nopți sunt percepute cel mai frecvent ca sejururi de weekend, în timp ce, după cum este și firesc, taberele de vacanță cu o durată de 8,0 nopți și structurile de întremare (sanatoriile) cu 14,65 nopți se remarcă cu cele mai lungi durate medii de ședere (Figura nr. 5).

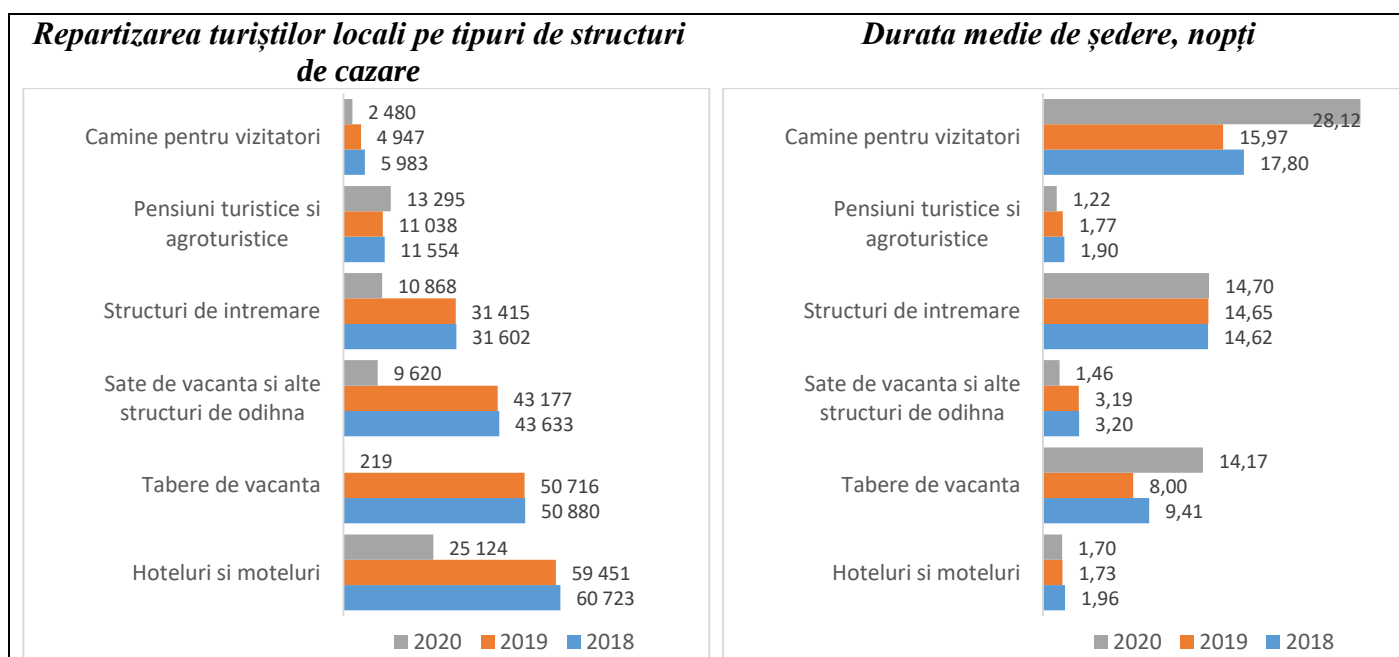


Figura nr. 5. Repartizarea turiștilor locali pe tipuri de structuri de cazare și durata medie de ședere

În structurile de cazare din Republica Moldova în anul 2020 s-a cazat un număr de 61,6 mii turiști străini, care este de 3,3 ori mai mic comparativ cu anul 2019 sau cu 69,3%.

Pensiunile turistice și agroturistice sunt singurele structuri de cazare care au înregistrat un număr de turiști interni mai mare pe timp de pandemie (13,3 mii persoane în 2020 vs. 11,0 mii în 2019). În lipsă de alternative internaționale localnicii au explorat și cunoscut mai bine obiectivele turistice locale, ca sejururi de weekend cu o durată medie de 1,22 nopți, mai mică comparativ cu cea din anul 2019, care a fost de 1,77 nopți.

2.5. Industria turismului din perspectiva antreprenorială

Întreprinderi din turism.

Eurostat împarte industria de turism în 2 categorii mari: Predominant Turism (Mostly Tourism) și Parțial Turism (Partially Tourism)⁶.

Fiecare categorie include mai multe activități economice care se regăsesc în Clasificatorul Activităților Economice din Moldova, iar reieșind din această delimitare, în anul 2020 în industria de turism existau 2 959 de întreprinderi, din care 71,3% erau active (cifra de afacere mai mare ca 0). Dintre acestea, 697 de entități pot fi atribuite activităților predominant turistice, iar alte 2.262 – celor parțial turistice.

Numărul întreprinderilor din activități predominant turistice a înregistrat în perioada 2014-2020 o creștere medie anuală de 2,9%, iar în structura acestora cea mai mare parte revine agențiilor de turism și tur-operatorilor cu 482 de unități, din care rata celor active constituie 69,3%. Această categorie mai include 205 de companii cu activitate de bază în facilități de cazare (din care 128 active) și 2 întreprinderi active (din totalul de 10; în anul pre-pandemic 2019 din cele 18 companii doar 8 au fost active) cu profil de transporturi aeriene de pasageri.

Întreprinderile ancorate parțial în activitățile de turism au consemnat o creștere anuală de 1,1% în 5 ani de zile, iar cele mai multe sunt orientate în activitatea de alimentație publică.

Locuri de muncă în turism.

În sens larg, industria de turism din Republica Moldova a generat în anul 2019 cca 24,7 mii locuri de muncă, din care circa 4,2 mii au fost angajați la întreprinderile cu profil predominant turistic, iar 20,5 mii – în activități asociate parțial cu turismul.

Din activitățile predominant turistice cele mai multe locuri de muncă au fost oferite de companiile ce prestează facilități de cazare (1 994), în timp ce restaurantele și barurile au fost responsabile în activitățile parțial turistice de angajarea a 12,5 mii persoane.

Totodată, cu referire la ocuparea femeilor în sectorul serviciilor cu caracter turistic din Republica Moldova, ponderea este de 70,8% pentru hoteluri și restaurante și de 63,9% - activități culturale și de agrement,⁷ în timp ce la nivel global în turism, din totalul funcțiilor ocupate, 54% revin femeilor, dar care încasează venituri cu 14,7% mai puțin decât bărbații. De asemenea, în timp ce femeile reprezintă 54% din forța de muncă a industriei turismului la nivel global, în industria ospitalității acestea dețin mai puțin de 40% din funcțiile de conducere și mai puțin de 20% din pozițiile de management de top⁸.

În perioada 2014-2019, în activitățile predominant turistice numărul angajaților a crescut anual cu o rată de 3,1%, în timp ce în cele parțial turistice media anuală de creștere a constituit 2,1%.

⁶ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/4/4c/Key_economic_indicators_for_the_tourism_industries_%2C_EU-28%2C_2016.png

⁷ Sursa – www. Statistica.gov.md (<https://statistica.gov.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=7319>)

⁸ Raportul global privind femeile în turism, noiembrie 2019 (<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420407>)

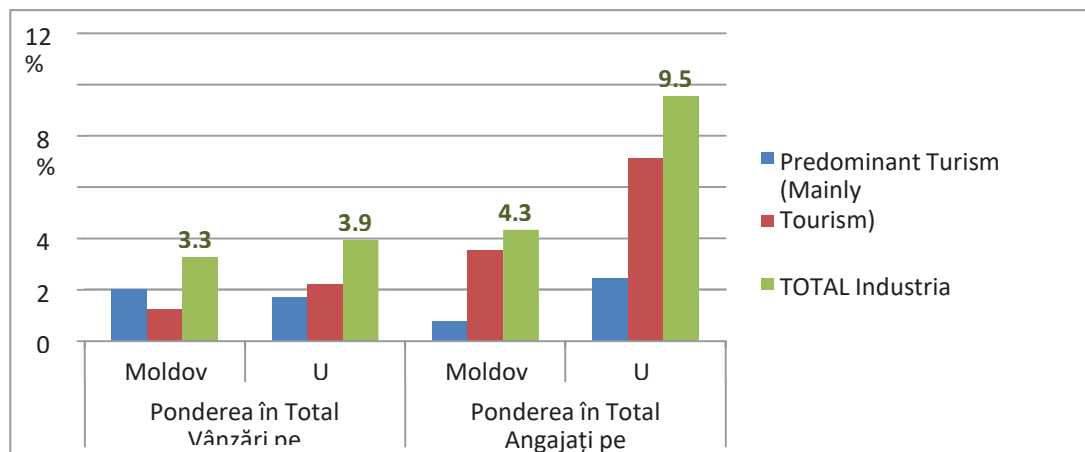
În 2020, primul an pandemic, numărul de angajați s-a redus cu 22%, de la 24,4 mii locuri de muncă în 2019 la 19,4 mii în 2020. Cei mai afectați au fost angajații din facilitățile de cazare și agențiile turistice și tur-operatorii. Numărul acestora s-a redus cu 30%, respectiv 27% comparativ cu anul 2019.

Veniturile din turism.

Dacă activitățile parțial turistice sunt reprezentate numeric de mai multe întreprinderi (76,4%) și generează mai multe locuri de muncă (83,0%), cea mai mare parte a cifrei de afaceri a industriei turistice este concentrată în activitățile predominant turistice (60,4%). Astfel, în anul 2019 vânzările agregate a industriei de turism au ajuns la 13,3 miliarde lei, cu o creștere medie anuală în perioada 2014-2019 de 12,7%, activitățile predominant turistice având o creștere superioară de 13,5% comparativ cu cele parțial turistice unde sporul mediu anual a constituit 11,4%.

În cadrul activităților predominant turistice cifra de afaceri din anul 2019 a fost formată din transporturile avia de pasageri în proporție de 54,9%, urmate de agențiile de turism și tur-operatori (37,4%) și de serviciile de facilități de cazare cu doar 7,7%, ceea ce confirmă o dată în plus dezvoltarea mai slabă, dar și segmentul informal extins din aceste activități. De exemplu, la nivelul statelor UE-28, cota afacerilor din facilitățile de cazare este de 38,4% din cifra de afaceri a tot ceea ce reprezintă predominant turism.

Analizând comparativ cota industriei de turism în economie între Republica Moldova și UE pentru anul 2018 (ultimele date disponibile pentru UE), poate fi remarcat faptul că atât după cota în total vânzări pe economie (3,3% față de 3,9%), dar mai ales după ponderea angajărilor (4,3% față de 9,5%), contribuția acestui sector în economia națională este mai redusă raportat la medie pe UE (Figura nr.6). Aceste cifre se explică prin prisma a doi factori: pe de o parte sectorul este mai subdezvoltat și există spațiu de creștere, iar pe de altă parte componenta sectorului informal este mult mai ridicată.



Sursa: Biroul Național de Statistică, Eurostat, calculele autorilor

Figura nr. 6. Cota turismului în economie: Republica Moldova vs Uniunea Europeană

În 2020, primul an pandemic, cifra de afaceri a industriei turistice a scăzut dramatic, cu 55,5%, de la 13,3 miliarde lei în 2019 la 5,9 miliarde. Cele mai afectate au fost activitățile predominant turistice, cu vânzări mai mici cu 66,5% în 2020. Sectoarele care cuprind activitățile predominant turistice au obținut cifre de afaceri mai mici cuprinse între 58-73%, comparativ cu cele din 2019.

Activitățile parțial turistice au înregistrat o cifră de afaceri cu 38,8% sub cele înregistrate în 2019.

2.6. Oferta turistică locală

Infrastructura turistică – evaluare calitativă.

Conform Indicelui Competitivității Turismului 2019, Republica Moldova ocupă locul 104 din 140 de țări în ceea ce privește competitivitatea infrastructurii de servicii turistice. Acest lucru este cauzat în parte de disponibilitatea camerelor în relativ puținele „stațiuni și facilități de divertisment”. Cît despre prezența companiilor de închiriere auto, Republica Moldova se plasează mai bine – locul 86, iar în ceea ce privește disponibilitatea bancomatelor – pe locul 82. Cu toate acestea, dificultățile legate de închirierea autovehiculelor și de serviciile bancare au fost menționate de vizitatorii care au completat sondajul la plecarea din țară în 2018.

Un alt indicator al competitivității, relevant pentru experiența turistică, este sănătatea și igiena. Acest indicator a devenit unul critic și primordial în contextul crizei pandemice cauzate de răspîndirea virusului COVID-19. În Republica Moldova densitatea medicilor este destul de înaltă (locul 30 din 140 de destinații la nivel mondial) și se dispune de un număr mare de paturi de spital.

Însă s-a înregistrat un nivel comparativ mai scăzut în ceea ce privește serviciile de salubritate și apă potabilă. Recomandările din partea ghizilor și a agențiilor de turism intervievate pentru evaluare au fost mixte, deși majoritatea au sugerat evitarea consumului de apă de la robinet în Republica Moldova, alții au sugerat că, în hotelurile moderne din Chișinău, apa de la robinet este sigură și poate fi consumată.

Multe companii turistice nu utilizează pe deplin aplicații online și mobile în marketing și vânzări (a se vedea mai jos: Marketing), fapt reprezentat și în studiul privind competitivitatea (Republica Moldova ocupă locul 82 și 99 în ceea ce privește relația business-consumator și tranzacții TIC B2B). Insuficiența paginilor web ale companiilor turistice și cu atracții turistice a fost menționată de respondenți în sondajul din 2018.

Infrastructura terestră și portuară necesită a fi îmbunătățită, calitatea drumurilor moldovenești este clasificată încă pe locul 130 din 140 de destinații acoperite în studiul OMT privind indicele competitivității. 15% dintre respondenții care au participat la sondajul din 2018 au menționat drept una dintre probleme starea proastă a drumurilor, înregistrîndu-se cel mai mare procent pentru aspectele problematice abordate.

O preocupare, în special pentru călătorii independenți, este disponibilitatea și ușurința de utilizare a transportului public. 7% dintre respondenții din cadrul sondajului din 2018 au menționat dificultatea de a utiliza transportul public pentru a călători prin Republica Moldova, în special, că nu au putut găsi un orar al rutelor. Șoferii din transportul public, inclusiv majoritatea șoferilor de taxi, nu vorbesc o limbă străină. În ce privește taxiurile, fumatul a fost raportat ca o problemă, deoarece aparent reglementările nu se aplică. Multe vehicule sunt prost întreținute, iar oaspeții nu au de unde ști dacă șoferul deține o licență validă sau nu (deoarece nu există un registru centralizat în acest sens).

2.7. Unități de cazare

Hoteluri.

În Republica Moldova disponibilitatea unităților de cazare este limitată, în special pentru facilitățile de cazare din segmentul superior - hotelurile. Numărul de camere de cinci stele a crescut cu 157% (de la o bază redusă), iar numărul de camere în hoteluri de patru stele a scăzut cu 0,4%, acumulîndu-se în total 1,064 camere în hoteluri de patru și cinci stele. În plus, există 4 apartamente-hotel, dintre care doar unul este clasificat la patru stele (Tabelul nr. 3).

Tabelul nr. 3. Capacitatea structurilor de primire turistică colective cu funcțiuni de cazare, pe categorii de confort și forme de proprietate, situația la 31 decembrie 2020

	Nr. de structuri			Numărul de camere, paturi:			Numărul de locuri-pat:		
	2020	2014	%,	2020	2014	%,	2020	2014	%,

			creștere			creștere			creștere
HOTELURI ȘI MOTELURI	112	100	12.0%	2,832	3,205	-11.6%	5,351	6,152	-13.0%
Hoteluri	104	92	13.0%	2,720	2,479	9.7%	5,127	4,458	15.0%
5 stele	5	4	25.0%	265	103	157.3%	442	201	119.9%
4 stele	20	16	25.0%	799	802	-0.4%	1,450	1,251	15.9%
3 stele	24	22	9.1%	712	690	3.2%	1,371	1,261	8.7%
2 stele	19	10	90.0%	454	404	12.4%	837	766	9.3%
1 stea	5	4	25.0%	184	93	97.8%	431	201	114.4%
Neclasificate	31	36	-13.9%	306	387	-20.9%	596	778	-23.4%
Hoteluri de tip apartament	4	4	0.0%	75	58	29.3%	141	90	56.7%
3 stele	0	1	-100.0%	-	2	-100.0%		4	-100.0%
4 stele	1	-	-	35	0	-	70	-	-
Neclasificate	3	2	50.0%	40	56	-28.6%	71	-	-

Unitățile de cazare din segmentul superior sunt distribuite în mod inegal în marea majoritate în Chișinău. Există doar 3 hoteluri de marcă internațională: Radisson Blu, Best Western și Marriott Courtyard, toate acestea în Chișinău. În afara Chișinăului există puține opțiuni de cazare de bună calitate, mai ales pentru grupuri mai mari de turiști.

Și calitatea hotelurilor de 2 și 3 stele este considerată a fi una scăzută. În majoritatea opiniilor de pe Trip Advisor se vorbește despre unități de cazare învechite, probleme legate de curățenie, servicii și mâncare de calitate proastă.

Există un număr mic de moteluri și hosteluri cu un total combinat de 207 de camere, cu 4 mai puține decât în 2014 (Tabelul nr. 4).

Tabelul nr. 4. Capacitatea existentă a motelurilor și căminelor de tip hostel, situația la 31 decembrie 2020

	Nr. de structuri			Numărul de camere, paturi:			Numărul de locuri-pat:		
	2020	2014	%, creștere	2020	2014	%, creștere	2020	2014	%, creștere
Moteluri	4	4	0.0%	37	26	42.3%	83	62	33.9%
3 stele	1	-	-	18	-	-	36	-	-
Neclasificate	3	4	-25.0%	19	-	-	47	-	-
CĂMINE PENTRU VIZITATORI	3	5	-40.0%	170	185	-8.1%	545	552	-1.3%
Neclasificate	3	5	-40.0%	170	185	-8.1%	545	552	-1.3%

Conform indicelui OMT al competitivității globale, Republica Moldova s-a clasat pe locul 124 din 140 în ceea ce privește numărul de camere de hotel per populație.

Pensiuni turistice și agroturistice.

Numărul pensiunilor turistice și agroturistice a crescut de la 24 în 2014, totuși o bază mică de comparație, la 38 la număr la finele anului 2020. În același timp numărul de camere și paturi disponibile au crescut marginal, mai mult din contul pensiunilor agroturistice.

În categoria de trei stele, numărul mediu de paturi per cameră a rămas la 2 paturi per cameră, ceea ce poate reflecta o eligibilitate limitată pentru familii.

Pensiunile turistice de patru stele tind să fie mai mari pentru acest tip de cazare, cu o medie de

22 de camere (46 de paturi) per unitate, astfel acestea devenind mai puțin atractive pentru călătorii independenți, îmbunătățindu-și totodată capacitatea de primire pentru tururi destinate grupurilor (Tabelul nr. 5).

Tabelul nr. 5. Capacitatea existentă a structurilor de primire turistică de tip pensiune, situația la 31 decembrie 2020

	Nr. de structuri			Numărul de camere, paturi:			Numărul de locuri-pat:		
	2020	2014	%, creștere	2020	2014	%, creștere	2020	2014	%, creștere
PENSIUNI TURISTICE ȘI AGROTURISTICE	38	24	58.3%	492	457	7.7%	1,061	990	7.2%
Pensiuni turistice	30	19	57.9%	426	416	2.4%	917	900	1.9%
5 stele	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4 stele	6	6	0.0%	133	133	0.0%	277	275	0.7%
3 stele	9	7	28.6%	76	56	35.7%	154	112	37.5%
2 stele	4	2	100.0%	46	15	206.7%	94	2	4600.0%
1 stea	1	1	0.0%	11	11	0.0%	22	2	1000.0%
Neclasificate	10	3	233.3%	160	201	-20.4%	370	509	-27.3%
Pensiuni agroturistice	8	5	60.0%	66	41	61.0%	144	90	60.0%
3 stele	5	5	0.0%	51	41	24.4%	114	90	26.7%
2 stele	3	0	-	15	-	-	30	-	-

Rata de ocupare a structurilor de cazare.

În Republica Moldova rata de ocupare a structurilor de cazare este foarte scăzută. O analiză în acest sens se poate efectua în baza principalilor indicatori aferenți hotelurilor (Tabelul nr. 6).

Cu toate acestea, hotelurile nu prezintă oferte flexibile, cum ar fi condiții generoase la rezervare prealabilă (reduceri sau un număr mai mic de „zile pentru anularea rezervării”) sau pachete de mai multe zile tur-operatorilor locali. În urma unei analize online a ofertelor hoteliere nu s-a înregistrat nici un pachet cu reduceri pentru a încuraja sejururi mai lungi.

Tabelul nr. 6. Statistica hotelurilor din Republica Moldova și evoluția indicatorilor relevanți (2013-2019).

Hoteluri	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Numărul de unități	94	100	96	96	106	107	110
Numărul de camere	2.405	2.563	2.542	2.628	2.766	2.835	2822
Numărul de locuri-pat	4.241	4.610	4.623	4.961	5.148	5.373	5345
Rata de ocupare/locuri-pat, %	21,2	21,7	21,4	22,5	25,1	25,12	24,1
Durata medie de ședere, zile	2,69	2,68	2,96	2,35	2,32	2,44	2,35
Capacitatea disponibilă (locuri pat per 1000 locuitori)	1,43	1,51	1,49	1,58	1,85	1,94	1,7

Sursa: Organizația Mondială a Turismului (2020), Compendiu de date statistice privind

În perioada 2020 multe unități de cazare și-au suspendat activitatea pentru o perioadă de luni de zile, ori pentru perioade mai scurte, din cauza restricțiilor impuse. Conform discuțiilor cu hotelierii, în 2020 gradul de ocupare a fluctuat între 10%-30% în 2020, iar în 2021, până în momentul actual, piața hotelieră a înregistrat între 12% și 30%.

2.8. Marketingul și branding-ul industriei turismului

Piețe-sursă.

Alegerea piețelor-țintă în industria turismului depinde de o serie de factori, precum transportul aerian, reglementările de călătorie, proximitatea, afinitățile culturale, atractivitatea produsului turistic, și prezența unei diaspore active și proficiente. Astfel, conform rezultatelor focus-grup-ului cu tur-operatori și agenții de turism se atestă o cerere în creștere din Europa de Vest (România, Italia, Regatul Unit, Austria). Țările scandinave sunt, de asemenea, menționate ca regiune sursă potențială pentru vizite în Republica Moldova, dat fiind interesul crescut din partea mass-media de călătorie și a tur-operatorilor din Suedia, Finlanda, Danemarca. În schimb, cererea din partea țărilor CSI este în scădere.

Piața turistică emițătoare din China și Japonia este caracterizată prin grupuri de dimensiuni mari și experiențe de călătorie standardizate. Însă, în contextul pandemiei provocată de COVID-19, atragerea turiștilor din China și Japonia ridică unele rezerve.

Piața internă.

Turismul intern este foarte important pentru stimularea durabilității financiare și pentru susținerea investițiilor IMM-urilor în rîndul furnizorilor de servicii de cazare și activități. Aproape 50% dintre moldovenii, care locuiesc acum în Chișinău mai au legături strînse cu comunitățile rurale, iar urbanizarea sporită determină cererea pentru turism rural și natural. Diaspora, de asemenea este o sursă de creștere pentru turism, atît ca turism intern, dar și pentru turismul receptor.

La nivelul autorității centrale, în afară de o expoziție anuală de turism, care are loc la Chișinău și publicarea unei liste de evenimente regionale, nu se constată alte activități de a stimula piața internă în ultimii 6 ani.

Este necesar un plan de acțiuni, care să îmbine îmbunătățirea și diversificarea produselor cu campanii active de marketing și conștientizare, pentru a oferi cetățenilor moldoveni stimulente mai bune pentru a face vizite scurte și vacanțe în propria țară. Drept exemplu, ar servi un program cu „Ambasadori ai Turismului” din Republica Moldova, precum artiști celebri, sportivi, politicieni etc., precum și acțiuni ca „Astăzi descoperim localitatea X”, prin care întreaga țară se concentrează într-un week-end asupra vizitării turistice a unui raion, conform unei agende succesive. Rețelele sociale și media locale joacă un rol important în acest scop.

Imaginea de țară și brand-ul turistic național.

Un „brand” de țară reprezintă aspirațiile, promisiunea și diferențierea pe care o destinație le comunică publicului-țintă. În 2014, Republica Moldova a dezvoltat un brand național turistic reprezentativ și distinctiv – „Pomul Vieții. Descoperă căile vieții” (Tree of Life: Discover the routes of life). Acest simbol, poziționarea, mesajul transmis de noua identitate vizuală turistică de țară a fost dezvoltată în baza unei analize de marketing, a tendințelor internaționale și a competiției, fiind implicat mediul de afaceri, comunitatea civică și expertiza internațională.

În unele utilizări, sloganul de țară este înlocuit cu chemarea „Be Our Guest” (Fii Oaspetele Nostru), care a fost dezvoltat ca o campanie de promovare și de activare, și a devenit larg utilizat atât de industrie cât și de societate, consacrându-se ca un atribut al brandului național. Deși „Be Our Guest” reprezintă unul dintre „adevărurile de sprijin”, reprezentînd căldura și întîmpinarea autentică a vizitatorilor, acesta nu este suficient de complet și distinctiv pentru a întruchipa în sine oferta națională unică a turismului în Republica Moldova, fiind indicată o reevaluare a sloganului de țară. Sloganul „Moldova: a place to find yourself” a fost elaborat în contextul perioadei pandemice, fără o susținere

din partea industriei ce a condus la o utilizare precară a acestuia.

Potrivit unui sondaj al OMT, realizat în 2018, călătorii sunt hotărâți să aleagă călătorii durabile cu 55% mai mulți față de acum un an.

Servicii pentru vizitatori: distribuirea informațiilor și semnalizare.

Este dificil pentru vizitatorii internaționali, dar și locali, să se auto-ghideze și să găsească locații interesante sau informații despre opțiunile de călătorie, regiuni sau activități, din următoarele motive:

- semnalizarea informațională, la obiectivele turistice și pentru transportul public nu este ușor disponibilă;
- multe monumente au semnalizări direcționale confuze sau acestea nu există deloc;
- atracțiile turistice și structurile de cazare nu promovează suficient alte atracții sau activități;
- serviciile de partajare a informațiilor, promovare și rezervare online și mobile nu sunt utilizate pe scară largă, având o capacitate de utilizare limitată, etc.

Sporirea vizibilității destinațiilor turistice este necesar de abordat sub mai multe aspecte, dintre care ar fi de menționat:

- este necesară o mai bună informare și semnalizare către destinațiile turistice;
- informația trebuie prezentată în mai multe limbi, de exemplu, engleza, rusa, poloneza, italiana;
- unitățile de cazare din mediul rural trebuie să ofere informații cu privire la obiectivele turistice din zonă, la posibilități de agrement și alte atracții turistice.

2.9. Accesibilitate și infrastructură de transport

Acces aerian.

În contextul declanșării războiului în Ucraina, spațiul aerian național a fost închis la sfârșitul lunii februarie 2022. Din 24 martie, Air Moldova a reluat operarea zborurilor către Tel Aviv, Istanbul, Dublin, Londra, Frankfurt și înapoi, compania moldovenească HiSky a reluat zborurile către Moldova, începând cu data de 26 martie, iar compania aeriană română TAROM și-a anunțat reluarea zborurilor din 27 martie.

Până la criza sanitară și începutul războiului, în octombrie 2019, existau conexiuni săptămânale regulate cu 17 țări, evidențiindu-se trei țări: Rusia, Turcia și Italia. Importanța acestor conexiuni se explică în mare măsură prin conexiunile diasporei cu Rusia și Italia și prin faptul că Istanbul a devenit un important centru regional pentru conexiuni ulterioare.

În 2019, Aeroportul Internațional Chișinău a gestionat aproape 3 milioane de pasageri. Fluxul de pasageri a crescut cu aproape 167 de mii de pasageri față de 2018.

Conform opiniei turoperatorilor, zborurile sunt relativ scumpe comparativ cu alte destinații regionale. Se pare că acest lucru se datorează taxelor de zbor și taxelor aeroportuare mari.

Conform Indicelui Competitivității Turismului 2019, Republica Moldova se află pe locul 63 din 140 de destinații pentru numărul de decolări de aeronave.

Acces feroviar.

Republica Moldova dispune de 1.124 km de infrastructură feroviară care asigură conexiuni cu toate țările vecine, inclusiv servicii internaționale către: București (13,5 ore), Odessa (3,5 ore), Kiev (29 de ore), Minsk, St Petersburg (37 ore), Moscova (33 ore).

O mare parte din infrastructura feroviară este învechită. Rețeaua de cale ferată din Republica Moldova nu este electrificată. Viteza comercială medie este de 35-40 km/h (22-25 mph), inclusiv opririle. Pasagerii trebuie să schimbe vagonul la granița cu România din cauza ecartamentului feroviar.

Prețurile nu sunt mari comparativ cu tarifele europene: de ex., Chișinău- București, 4 paturi - 587 lei (30 EUR); tariful pentru clasa I către Odessa este de 195 lei (10 EUR).

Utilizarea transportului feroviar de către vizitatorii internaționali pentru a veni sau a călători prin Republica Moldova este foarte scăzută.

Conform sondajelor, călătoria cu trenul este cel mai puțin utilizat mijloc de transport. Însă, din cauza schimbărilor climatice globale și a tendinței în creștere a călătorilor care doresc să reducă emisiile de carbon și să evite zborurile cu avionul (tendință cunoscută sub numele de „rușinea de a zbura”), călătoria cu trenul în Republica Moldova reprezintă acum o oportunitate ce ar trebui dezvoltată.

Acest trend pentru călătorii verzi a determinat companiile precum Lufthansa să-și dubleze parteneriatul intern cu operatorul feroviar Deutsche Bahn. În 2020, acestea și-au extins serviciul de tren „Sprinter”, prin oferirea opțiunii de călătorie cu trenul direct și rapid, pentru a se conecta cu zborurile de la hub-ul companiei aeriene din Frankfurt, la 22 de rute. Franța a modificat legea privind clima care impune companiile aeriene să substituie rutele interne de zbor cu o opțiune feroviară directă ce durează două ore și jumătate sau mai puțin.

Transportul rutier.

După cum s-a menționat, drumurile moldovenești sunt într-o stare proastă, deși îmbunătățirile recente pe principalele trasee au redus timpul de călătorie și au contribuit la îmbunătățirea confortului pasagerilor. Furnizorii de excursii trebuie să găsească locații corespunzătoare pentru o pauză în călătoriile clienților între principalele regiuni turistice. În mod ideal, orice călătorie de peste 3 ore într-o direcție, ar trebui să includă o ședere peste noapte înainte de întoarcere, dacă există locuri de cazare adecvate, atracții și activități de sprijin ce ar justifica călătoria.

Vize și trecerea punctelor de frontieră.

Republica Moldova are regim liberalizat de vize cu statele membre ale UE, precum și cu alte state.

Se recomandă relaxarea condițiilor de obținere a vizelor turistice prin emiterea acestor tipuri de vize la punctele de trecere a frontierei de stat de către Inspectoratul General al Poliției de Frontieră al Ministerului Afacerilor Interne.

Tur-operatorii raportează așteptări îndelungate la punctele de trecere amplasate la frontiera moldo-română, precum și moldo-ucraineană în lunile de vîrf (vara). Trecerea punctelor de control cu regiunea transnistreană durează în mod normal aproximativ 30 minute - 1 oră.

2.10. Resurse umane și instruire

Analiza nivelului de calificare și aptitudini al personalului din turism, nivelul de productivitate, resursele de instruire.

Industria turismului, fiind o industrie de servicii este dependentă de capitalul uman și calitatea acestuia. Educarea personalului și dezvoltarea profesională reprezintă factorul cel mai important care reflectă în mod direct și indirect competitivitatea produselor și serviciilor turistice. Pentru a îmbunătăți calitatea capitalului uman din sectorul turismului și cel hotelier este o nevoie stringentă de politici naționale eficiente în domeniul educației și dezvoltării profesionale.

Potrivit furnizorilor de servicii din industrie, lipsa resurselor umane competente, calificate și cu experiență are un impact negativ asupra calității produselor și serviciilor. Abilități de comunicare și vocabular sărace, lipsa cunoștințelor și experienței profesionale, precum și percepția publică negativă a locurilor de muncă din sectorul serviciilor complică procesul de recrutare la toate nivelurile, de la posturile de începător pînă la cele manageriale. Calitatea educației este principala provocare cu care se confruntă industria și pe care încearcă să o depășească.

Conform informațiilor, capacitatea fizică a furnizorilor de educație este satisfăcătoare, totodată se poate observa, că numărul absolvenților a scăzut în ultimii ani. O tendință similară este pentru programele de masterat. Numărul studenților înrolați în programe universitare de turism este în declin.

Totodată, calitatea educației este afectată de mai mulți factori: tipuri de programe, cadrul calificărilor, curriculum, programe, literatura, componenta de practică, lectorii, percepția și

conștientizarea publicului, insuficiența de instrumente digitale. În plan comparat, instruirile din domeniul turismului evoluează spre forme modulare de instruire profesională, de scurtă durată, axată pe formare de competențe în schimbul cunoștințelor teoretice, prin formări și certificări intermitente, voluntare, oferite de organizații specializate de instruire în turism.

Analiza diferențelor de calificare în turism.

Principalele lacune de competență în sfera turismului sunt ospitalitatea și alinierea la standardele internaționale din subdomeniile specifice - afaceri hoteliere, ghid turistic, operatori turistici. O altă problemă importantă este cunoașterea insuficientă a limbilor străine. După cum au menționat mai mulți respondenți, este extrem de important, ca toate instituțiile de învățământ în care se predă turismul, să o facă într-o limbă străină - engleza, de exemplu și să învețe o a doua limbă străină la un astfel de nivel, încât toți absolvenții să poată vorbi fluent.

IT-ul intră într-o măsură tot mai mare în industria turismului - rezervări online, vânzări online, astfel, este important ca studenții din turism, să poată utiliza IT-ul. În special, este important pentru studenții din turism, care sunt instruiți să lucreze în agenții de turism pentru a obține abilități practice de utilizare a software-ului – „Amadeus”, „Galileo”. În cazul elevilor facultăților de afaceri hoteliere, este important să aibă abilități practice de lucru cu sisteme de gestiune hotelieră „Fidelio” și „PMS”. Pentru ghizi este important să folosească gadgeturi pentru a face excursiile mai distractive, să se axeze pe crearea unor experiențe pentru turiști cu oferirea unor informații interesante și atractive, decât a livra informații enciclopedice consistente sub formă scolastică.

Respondenții în cadrul studiului au accentuat nivelul scăzut de aplicare practică a cunoștințelor de către absolvenții instituțiilor de învățământ. Este necesară o abordare diferențiată în cadrul desfășurării practicii, și anume:

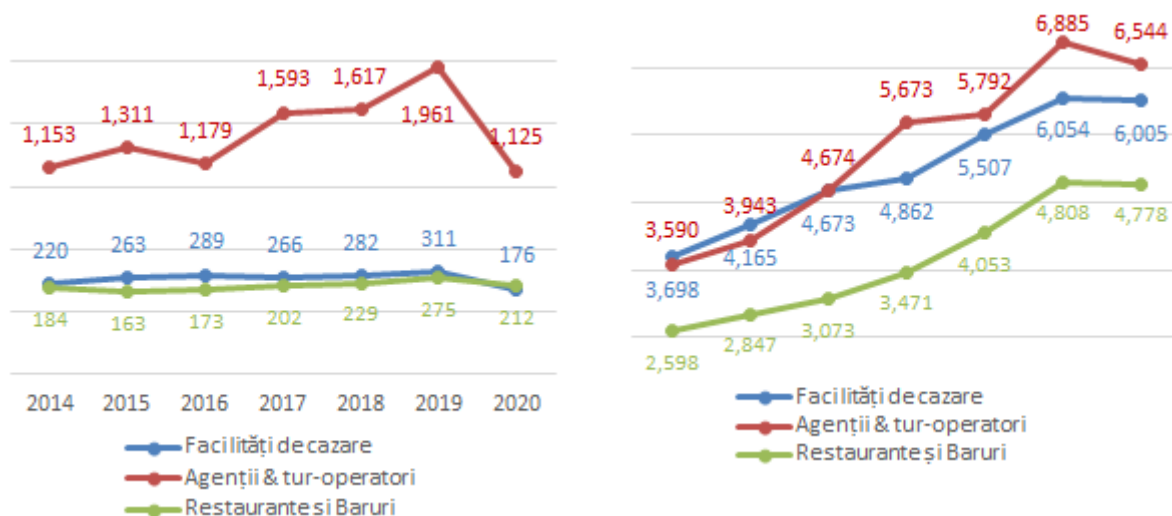
- pentru hoteluri este necesar să se petreacă 80% din timp într-un hotel universitar condus de studenți și 20% - scrierea unor elemente de bază teoretice;
- pentru ghizi este necesar să poată să prezinte o excursie, să folosească microfonul, să ajute un șofer fără experiență, să găsească calea corectă, etc.;
- pentru un viitor angajat al unei agenții de turism, este important să învețe cum să deservască un client obișnuit, cum să evalueze necesitățile sale, cum să facă o rezervare pentru un zbor, cum să facă o rezervare de cazare, cum să calculeze prețul, modul de pregătire a unui contract.

Salarii și productivitate în turism.

Analizând dinamica nivelului de productivitate în activitățile turistice se poate observa, că acest indicator este cel mai mare în cazul agențiilor și tur-operatorilor, cu o valoare de 1,96 milioane lei per angajat atinsă în anul 2019 și cu o rată medie anuală de creștere de 11,2% în intervalul 2014-2019. Valoarea înaltă se explică în mare parte prin vânzările generate de turismul emițător, acolo unde cea mai mare parte a încasărilor ajung peste hotare pentru acoperirea pachetelor turistice intermediare (Figura nr. 7).

Productivitatea, vânzări per angajat, mii lei

Salariul mediu lunar brut, lei



Sursa: calcule în baza datelor Biroului Național de Statistică

Figura nr. 7. Productivitatea și salariul mediu din turism

Pe de altă parte, în cazul structurilor de cazare, livrările per angajat constituie în anul 2019 suma de 311 mii lei cu o creștere medie anuală de 7,2% în intervalul 2014-2019. Valoarea mai mică se explică prin ponderea înaltă a serviciilor în vânzări, dar și de cota mai ridicată a sectorului informal.

În segmentul de restaurante și cafenele valoarea vânzărilor per angajat este și mai redusă – 275 mii lei, iar creșterea medie în perioada 2014-2019 a fost de 8,4%.

Salariile în turism.

Statistica salarizării arată că în perioada 2014-2019 cel mai mult au crescut salariile angajaților agențiilor de turism & tur-operatorilor cu o medie anuală de 13,9% până la valoarea salariului lunar brut de 6.885 lei în anul 2019.

Salariile personalului din unitățile de cazare a consemnat un spor mediu anual de 10,4% până la un nivel de 6.054 lei.

Nivelul de salarizare din restaurante și cafenele este și mai redus – 4.808 lei în anul 2019. Raportat la salariul mediu pe economie de 7.234 lei din anul 2019, sub-sectoarele analizate sunt sub nivelul acestuia. În contextul salarizării, prezintă interes și modificările pentru anul 2019 având în vedere reducerile de la impozitele salariale operate, dar și că sectorul HoReCa a beneficiat de o reducere a cotei TVA de la 20 la 10% începând cu 1 octombrie 2018, măsură anulată ulterior începând cu 1 ianuarie 2020. Totodată, începând cu 1 mai 2020, cota TVA pentru sectorul HoReCa s-a redus de la 20% la 15%.

În 2019 salariul mediu pe economie a crescut față de 2018 cu 15,4% și a constituit 7.234 Lei. Totodată, dacă salariul mediu din facilitățile de cazare s-au majorat cu circa 10%, sub media pe economie, salariile din restaurante și cafenele și agențiile de turism au avut un spor mediu de 19%, impactul facilităților asupra acestor sectoare fiind mai pregnant.

Creșterea în ritmuri mai rapide a salariilor față de productivitate pune o presiune adițională pe modelul actual de business al companiilor. Pe de altă parte, sectorul poate avea o evoluție sustenabilă doar în condițiile creșterii în continuare a salariilor, iar aceasta presupune investiții, prioritar în educarea și îmbunătățirea calificărilor personalului, pentru a putea susține masa salarială majorată prin capitalizarea de mai multă valoare adăugată și extinderea afacerilor. Un argument în plus a acestei constatări este și fluctuația relativ ridicată a cadrelor din sectorul HoReCa.

După cum arată statistica mobilității forței de muncă, în anul 2019 în HoReCa au fost create 2312 locuri de muncă în condițiile în care numărul locurilor de muncă lichidate a constituit 1941. Prin urmare, la finalul anului numărul de locuri de muncă a fost de 18131, superior celui de la începutul

anului (17759), iar 732 de locuri de muncă din sector erau vacante.

În anul 2020 valoarea vânzărilor per angajat s-a redus cu circa 43% în cazul agențiilor și tur-operatorilor și facilităților de cazare. Livrările per angajat în cazul restaurantelor și barurilor s-au redus cu circa 23% față de anul precedent.

Pe de altă parte, salariile s-au redus marginal, rămânând practic la nivelul celor din 2019. Acest lucru a fost posibil atât datorită facilităților obținute de sector, cât și lichidării a 3555 de locuri de muncă cauzate de pandemie, în condițiile în care doar 811 de locuri de muncă au fost create.

2.10. Impactul economic al crizei pandemice provocată de virusul COVID-19.

Impactul pandemiei asupra turismului în Europa.

Datele de la începutul anului⁹ indică o scădere cu 62% a sosirilor de turiști în Europa în 2021 față de 2019. Perspectivele, totuși, rămân pozitive, cererea de călătorii fiind proiectată pentru 2022 să fie cu doar 20% sub nivelul pre-pandemiei datorită cererii de călătorii interne și intra-europene. Călătoriile interne vor depăși indicatorii pre-pandemie în 2022, în timp ce călătoriile internaționale se vor recupera estimativ în 2024. Important de menționat, că în același timp Comisia Europeană de Călătorii în Raportul de Evaluare a inițiativei pentru călătorii intra-europene și interne din iunie 2022¹⁰, a identificat că războiul din Ucraina nu a afectat planurile de vacanță a 44% dintre europeni, în timp ce a determinat 31% din aceștia să facă unele modificări la planurile lor inițiale de călătorii, iar 4% și-au anulat călătoria complet. Acest lucru înseamnă, că deși potențialii călători din Europa încă au percepții pozitive privind călătoriile în Europa, incertitudinea în jurul războiului îi determină pe aceștia să evite destinațiile est-europene, în special cele la granița directă cu Ucraina.¹¹

Ultimele date arată, că destinațiile continuă să se redreseze în ritmuri diferite, 65% înregistrând scăderi ale sosirilor de turiști sub media ponderată, care se situează la -62%. Spre exemplu, Croația (-37%), Franța (-39%) și Monaco (-40%) au înregistrat cele mai slabe scăderi pe baza datelor din decembrie, datorită cererii de pe piețele sursă mari învecinate.

Sosirile au crescut în Croația în 2021 mai mult decât în celelalte țări, deși sunt încă cu 37,3% sub indicatorii din 2019, totuși este o scădere mai mică decât media ponderată de 60% pentru Europa în ansamblu. Unul dintre motivele performanței sale relativ mai bune este accesibilitatea cu mașina de pe principalele piețe europene. Oficiul Național pentru Turism din Croația sugerează, că aproximativ 43% dintre turiștii săi ajung cu mașina și această pondere este semnificativ mai mare pentru sosirile din Germania (inclusiv cei originari din Croația) în jur de 60%. Același lucru este valabil și pentru Slovenia și Monaco pentru călătoriile francezi.

După un sezon estival cu măsuri relaxate, care a fost lovit ulterior de varianta Omicron, Spania (-64%) speră, că vizitatorii internaționali vor recupera peste două treimi din recordurile din 2019 în 2022¹². Scăderi considerabile au fost înregistrate în Finlanda (-80%) și destinații centrale/estice: Cehia (-81%), Letonia (-78%), Estonia (-77%), Slovacia (-76%) și Lituania (-74%).

Influența călătoriilor intercontinentale asupra revenirii turismului.

La nivel regional, America este în fruntea redresării turismului, cu o creștere de 36,8% a contribuției totale a călătoriilor și turismului la PIB, urmată îndeaproape de Asia și Pacific, cu o creștere estimată de 36,3%. Urmează Africa (27,7%), Orientul Mijlociu (27,1%) și Europa (23,9%). În cadrul continentului american, Caraibe este liderul, cu o creștere estimată a contribuției călătoriilor și turismului la PIB-ul de 47,3%, urmată de America de Nord (37,9%) și America Latină (26%).

Începând cu 2022 călătoriile intercontinentale între SUA și Europa vor fi unul dintre factorii

⁹ Turismul European: Tendențe și Perspective - Un raport realizat de Tourism Economics pentru Comisia Europeană de Călătorii, 2021

¹⁰ Raportul de Evaluare a inițiativei pentru călătorii intra-europene și interne din iunie 2022, Comisia Europeană de Călătorii - https://etc-corporate.org/uploads/2022/06/2022_ETC_MSIET_Results_Wave_12.pdf

¹¹ Atitudinile și Așteptările călătorilor – vara 2022, Comisia Europeană de Călătorii - <https://etc-corporate.org/uploads/2022/06/ETC-Consumer-Travel-Attitudes-and-Expectations-Summer-2022.pdf>

¹² <https://www.schengenvisa.info.com/news/spain-expects-tourism-sector-to-recover-in-spring/>.

cheie ai redresării treptate a sectorului global, în termen lung. În primul rând revenirea cererii călătoriilor din SUA către Europa, va conduce la redresarea transatlantică în general, datorită ponderii volumelor de călătorii și deoarece călătoriile implică de obicei sejururi mai lungi și cheltuieli mai mari. În 2019, sosirile de pe continentul american către destinațiile europene au fost reprezentate mai mult de 80% de sosirile din America de Nord (Canada, Mexic și Statele Unite).

Călătoriile pe distanțe lungi în ansamblu se prognozează, că vor depăși nivelurile din 2019 în 2025. În aceeași ordine de idei, se proiectează, că ponderea tuturor vizitatorilor internaționali să depășească indicatorul pre-pandemie, începând cu 2027, iar numărul total de vizitatori pe distanțe lungi va depăși nivelurile din 2019 cu 32% în 2028 (creștere mai puternică decât cea pentru călătoriile pe distanțe scurte și medii de-a lungul perioadei).¹³

Impactul pandemiei asupra turismului din Republica Moldova.

Conform datelor din proiectul Raportului privind impactul social-economic al pandemiei de COVID-19, elaborat de Pricewaterhouse Coopers Management Consultant SRL, la solicitarea Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare și al Cancelariei de Stat, turismul în Republica Moldova este unul dintre sectoarele cele mai afectate de pandemie, argumentând cu următoarele date.

În primul trimestru al anului 2020, veniturile agențiilor de turism au scăzut cu 21,2% față de aceeași perioadă a anului 2019. Această scădere a activității turistice s-a datorat reducerii cu aproape jumătate (- 45,4%) a numărului de turiști care au vizitat Republica Moldova și cu aproape o treime a turiștilor moldoveni, care călătoresc în străinătate (-29,4%), în timp ce turismul intern a scăzut cu aproximativ - 22,4% comparativ cu primul trimestru al anului 2019. Scăderea este semnificativ mai severă în al doilea trimestru al anului 2020: o scădere de aproape 100% a turiștilor moldoveni, care călătoresc în străinătate și a turismului intern de - 66%.

În ceea ce privește cazarea, în primul semestru al anului 2020, numărul de turiști a înregistrat o scădere de - 74%, în timp ce numărul total de nopți de cazare a scăzut total cu 70%, comparativ cu perioada similară din 2019.

Numărul mediu de angajați din sectorul ospitalității a scăzut în al doilea trimestru al anului 2020 (comparativ cu perioada similară din 2019) cu peste 60%. Venitul mediu lunar pentru angajații din acest sector a scăzut cu 4% față de primul trimestru al anului 2020.

2.11. Finanțarea sectorului turistic.

Până în anul 2021 inclusiv, resursele financiare alocate din bugetul de stat pentru dezvoltarea industriei turismului au fost direcționate prin intermediul:

- a) Agenției de Investiții, responsabilă de promovarea turismului;
- b) Fondului național de dezvoltare a agriculturii și mediului rural;
- c) Fondului național pentru dezvoltare regională;
- d) proiectelor implementate de Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii;
- e) unor proiecte finanțate din Fondul ecologic, unor activități finanțate din Fondul rutier sau din bugetele unităților administrativ-teritoriale, cu impact implicit asupra dezvoltării turismului, fiind dedicate în special infrastructurii social-economice și rețelelor de drumuri, indispensabile pentru turism;
- f) proiecte finanțate de donatori USAID, UE, etc.

Cu referire la distribuția și dinamica finanțării sectorului turistic din bugetul de stat și fonduri naționale, mijloacele financiare respective au fost repartizate, după cum urmează:

Tabelul 7. Dinamica mijloacelor financiare alocate pentru turism din bugetul de stat și fonduri naționale, mii lei

¹³ Turismul European: Tendințe și Perspective - Un raport realizat de Tourism Economics pentru Comisia Europeană de Călătorii, 2021

Agenția Turismului / Agenția de investiții/MIEPO- Bugetul de stat						
Scopul alocării	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Promovarea Turismului	1.008 + 200 mii (MIEPO)	1.647 +1.245 (MIEPO)	4.036 +1.547 (MIEPO)	4.200	4.600	4.000
Cheltuieli operaționale (inclusiv salarii)	2.213	2.103	3.926	4.642	5.244	5.012
Personal	17	17 + 0,3 (MIEPO)	8 (2 pers. pe sector)	15 (3 pers. pe sector)	17 (3,5 pers. pe sector)	13 (1,5 pers. pe sector)
TOTAL	3.221	3.750	7.962	4.200	9.844	9.012
Fondul național pentru dezvoltare regională						
Scopul alocării	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Drumuri către obiective turistice	0	0	0	6.564	5.244	20.966
Renovarea / construirea obiectivelor turistice	10.844	12.164	42.667	17.619	22.250	3.434
Drumuri pentru creșterea atractivității zonei turistice	5.000	0	0	0	0	0
TOTAL	15.844	12.164	42.667	24.183	27.494	24.400

Fondul național de dezvoltare a agriculturii și mediului rural						
Scopul alocării	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Subvenții pensiuni	0	1.048	1.517	2.206,8	5.793,5	1.504,1

agroturistice rurale						
Numărul de beneficiari	0	2	3	3	9	2
TOTAL	0	1.048	1.517	2.206,8	5.793,5	1.504,1

Sursa: Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului, Agenția de Investiții

În cadrul Programelor de suport în afaceri, implementate în perioada 2019-2021, Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii a oferit asistență financiară nerambursabilă pentru 89 companii din domeniul turismului în valoare totală de 11,83 mil. lei.

Astfel, investițiile în economia națională generate de companiile respective se prognozează să atingă valoarea de 23,13 mil. lei. De asemenea, se estimează că vor fi create cca 570 locuri de muncă.

Tabelul 8. Finanțarea IMM din domeniul turismului prin intermediul programelor implementate de Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii (perioada 2019-2021)

Denumirea Programului din cadrul căruia erau finanțate IMM din domeniul turismului	Nr. proiectelor investiționale aprobate spre finanțare	Valoarea Proiectului, mil. lei (grant)	Volumul investițiilor în economie, mil. lei (prognost)	Locuri de muncă create (estimat)
Programul de atragere a remitențelor în economie „PARE 1+1”	13	3,1	8,9	63
Programul „Femei în Afaceri”	11	2,5	2,34	49
Programul „Start pentru Tineri”	13	2,15	4,32	54
Instrumentul de suport privind digitalizarea IMM	29	2,49	3,81	236
Programul de ecologizare a IMM	9	1,45	2,60	56
Programul COSME, Proiect co-finanțat CEnTOUR	14	1,16	1,16	112

Definirea problemelor

Atât Strategia de dezvoltare durabilă a turismului în Republica Moldova în anii 2003–2015,

aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 1065/2003, cât și Strategia de dezvoltare a turismului “Turism 2020”, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 338/2014, au fost elaborate pentru a crea un cadru de politici pertinent și o viziune pe termen lung de dezvoltare a turismului în Republica Moldova, stabilind direcții prioritare de dezvoltare a sectorului, dar și obiectivele necesare a fi atinse prin implementarea strategiilor respective.

De facto însă, ambele documente de politici nu și-au atins finalitatea. Strategia de dezvoltare durabilă a turismului în Republica Moldova în anii 2003–2015 a fost abrogată prin Hotărârea Guvernului nr. 796/2012, motivul fiind necesitatea “eficientizării sistemului de planificare strategică, perfecționării cadrului legislativ-normativ cu privire la documentele de politici”. Implementarea Strategiei de dezvoltare a turismului “Turism 2020” a fost realizată doar în cadrul primei etape, stabilită pentru anii 2014-2016 (din 3 etape de implementare preconizate), inclusiv din cauza reorganizărilor instituționale operate în sistemul administrației publice inițiate în 2017, care au avut impact și asupra sectorului turistic, astfel domeniul de activitate, cât și competențele din sectorul turistic au fost delegate către varii autorități publice, ceea ce a afectat coerența și perpetuarea acțiunilor planificate.

Astfel, neimplementarea acțiunilor prevăzute de strategiile menționate mai sus a dus la apariția unor curențe sistemice în sectorul turistic din Republica Moldova, cauzând:

- dispersarea competențelor aferente sectorului turismului între mai multe autorități publice;
- lipsa de coordonare strategică intersectorială, care la rândul său a condus la anumite intervenții neordonate sau chiar la dublarea anumitor inițiative de suport sau de finanțare a sectorului;
- lipsa unei structuri responsabile de implementarea politicilor în sectorul turistic în Republica Moldova, împuternicită cu atribuții de suport pentru dezvoltarea produsului turistic și realizarea activităților de promovare și marketing, dar și de creștere a veniturilor din turism;
- suportul financiar difuz a activităților din sectorul turistic, astfel încât alocarea mijloacelor financiare necesare pentru susținerea activităților respective se realizează prin intermediul diferitor autorități și instituții publice, într-o manieră neordonată și nearticulată.

Totodată, sectorul turistic din Republica Moldova se confruntă cu o serie de alte probleme, care constituie un impediment substanțial în dezvoltarea sustenabilă a turismului, cele mai pronunțate fiind următoarele.

Problema nr. 1. Suportul insuficient inclusiv din partea statului pentru industria turismului, care se manifestă prin neincluderea turismului în lista domeniilor prioritare de dezvoltare la nivel de politici publice naționale, precum Strategia Națională de Dezvoltare, Strategia Națională pentru Atragerea Investițiilor și Promovarea Exporturilor, etc. Drept consecință a acestei indolențe față de sectorul dat:

- Republica Moldova nu este recunoscută ca o destinație turistică de vacanță în piețele-țintă;
- brandul turistic al țării nu dispune de un fond financiar consistent pentru promovare;
- cadrul regulator aferent sectorului turistic este insuficient de permisiv și stimulator pentru desfășurarea afacerilor și activităților turistice;
- contribuția sectorului la dezvoltarea economică a țării este scăzută în plan regional.

Problema nr. 2. Valoarea adăugată joasă a produsului turistic, care este determinată de insuficiența măsurilor întreprinse pentru consolidarea produsului turistic conform ofertei unice de țară, pentru valorificarea patrimoniului cultural și a celui național natural al Republicii Moldova, promovarea, inclusiv virtuală sau online a ofertei turistice, precum și a măsurilor necesare dezvoltării unei forțe de muncă competitive și relevante sectorului turistic. Toate aceste curențe se manifestă prin:

- existența unei oferte turistice modeste și nediversificate;
- lipsa unui plan de dezvoltare a infrastructurii destinațiilor turistice – situație caracterizată de un nivel jos al investițiilor publice și private în domeniu;

- dezvoltarea infrastructurii de cazare cu ritmuri anemice, nefiind suficientă pentru deservirea calitativă a fluxului de turiști străini și locali în vârfurile de sezon;
- prezența slabă a tehnologiilor inovative și creative în crearea și consumarea produsului turistic;
- deficit considerabil de forță de muncă necesară sectorului, dar și competențe slabe a brațelor de muncă existente la moment în sectorul turistic.

Problema nr. 3. Impactul nesemnificativ al turismului asupra comunităților locale, care presupune o valorificare slabă a potențialului turistic al Republicii Moldova, în special a celui oferit de spațiul rural, nivel scăzut de dezvoltare a infrastructurii turistice în zonele rurale, promovarea slabă a produselor turistice locale și se manifestă prin:

- concentrarea puternică a ofertei turistice și respectiv a beneficiilor acesteia în capitală, și doar cu unele excepții – în anumite comunități locale;
- lipsa zonelor de dezvoltare turistică, care să stimuleze investițiile locale publice și private;
- formare și consolidare slabă a destinațiilor turistice;
- stimularea insuficientă a antreprenorilor de a iniția afaceri legate de turism în mediul rural;
- rată minimă de ocupare a populației rurale în sectorul turismului, precum și salarii oferite sunt sub nivelul celor medii pe economie.

Analiza SWOT

Analiza punctelor forte, punctelor slabe, a oportunităților și riscurilor evidențiate în industria turismului (analiza SWOT) este elaborată în rezultatul analizei situației actuale din sectorul turistic și a identificării problemelor din turism, pentru a căror soluționare este necesară implicarea Guvernului, inclusiv prin intermediul aprobării Programului dat și este prezentată în tabelul de mai jos (Tabelul 9).

Tabelul 9. Analiza SWOT a sectorului turistic din Republica Moldova

PUNCTE FORTE	PUNCTE SLABE
• Acordul de asociere RM – UE	• Turismul nu se regăsește printre sectoarele economice prioritare ale Guvernului (WEF 117/140)
• Acces facil la desfășurarea activității prin eliminarea licenței și a condițiilor de reglementare: clasament stele obligatoriu	• Atribuțiile legate de turism divizate în cadrul Guvernului, nu există un mecanism/procedură stabilit(ă) pentru coordonarea strategiei și a operațiunilor
• Cartea Albă pentru reforma cadrului de reglementare în industria turismului - o viziune comună agreată de părțile interesate private și publice	• Lipsa unei Organizații Naționale de Turism responsabile de implementarea politicilor, activităților de marketing și promovare, susținerea sectorului privat de turism
• Regim liberalizat de vize pentru vizitatorii din UE, SUA și alte piețe-cheie WEF 23/140)	• Eficiența foarte limitată a marketingului și brandului în atragerea de turiști (WEF 114/140)
• Conexiuni aeriene directe cu unele piețe regionale și europene importante	• Utilizarea insuficientă a tehnologiilor digitale pentru cercetarea ofertelor culturale și de divertisment (WEF 113/140)
• Acoperire cu rețele mobile de nivel mondial (WEF 1/140) și prețuri mici pentru conexiunea la Internet	• Insuficiența hotelurilor de 5 și 4* (doar 3 mărci internaționale)
• Turism experimental autentic într-o destinație turistică nealterată (investigații reduse,	• Insuficiența pensiunilor/caselor rurale din mediul rural

produse cu valoare ridicată)	
Turismul vitivinicol înfloritor, densitatea experiențelor vitivinicole și tradițiile milenare	Lipsa de campinguri și pensiuni pentru tineri;
Brand de țară cu impact în domeniul turismului “Pomul Vieții”	Doar un singur produs competitiv principal - turismul vitivinicol
Prețuri atractive la servicii și produse	Rata scăzută de creștere descurajează investițiile: doar trei hoteluri de marcă internațională sunt prezente în Republica Moldova (Radisson, Marriott, Accor)
Costuri moderate ale taxelor de bilet și taxelor aeroportului (WEF 31/140)	Drumuri de calitate proastă (WEF 130/140);
Investiții noi în infrastructura turistică a hotelurilor și vinărilor (Marriott Courtyard, Castel Mimi, Asconi, etc.)	Număr redus de companii aeriene care operează zboruri spre/din Republica Moldova (106/140)
OPORTUNITĂȚI	RISURI
Lipsa de imagine negativă pe piețele- țintă sursă	Criza pandemică a dezechilibrat industria turismului globală și locală, fiind îngrădită circulația
Noile tendințe de cerere pentru experiențe și forme noi de turism (experiențe, aventură ușoară, nomazi digitali, turism wellness)	Politici de izolare și restricții la călătorii interne și receptoare pe termen mediu, în rezultatul crizei pandemice
Evoluții tehnologice și tehnologii IT care oferă acces mai ușor și rapid la sursele de turiști (piețe și segmente)	Investiții insuficiente în produs și diversificare insuficientă, ceea ce duce la stagnarea pieței
Pe termen mediu și lung, introducerea unui sistem de conturi satelit pentru turism va permite efectuarea unei analize detaliate a performanței	Depopularea și migrația forței de muncă calificate din Republica Moldova
Politicile ”cer deschis” (Open skies) pot fi valorificate mai eficient	Conflictul transnistrean, conflicte interetnice
Creșterea numărului de acorduri bilaterale pentru serviciile aeriene	Amenințări militare în zonele de proximitate (Ucraina) și regiune
Dezvoltarea Parcului Virtual IT pentru atragerea specialiștilor nomazi și utilizarea competențelor IT în promovarea și dezvoltarea turismului	Economia de partajare (sharing economy), concurența neloială de către Airbnb și resurse similare asupra hotelurilor
Diversificarea produsului hotelier - un hotel nou Ibis Styles Chișinău Airport ce aparține lanțului hotelier Accor Hotel se va deschide în 2024	Reintroducerea clasificării obligatorii și a barierelor birocratice
Diversificarea ofertelor companiilor de turism care adoptă soluții fintech ca o modalitate de a-și îmbunătăți propriile produse de călătorie și pentru a oferi flexibilitate călătorilor	Reducerea numărului de rute aeriene directe de pe principalele piețe de creștere
Evoluții în comportamentul turiștilor (călătorii de lungă durată, “philantourism”, “workation”)	Starea incertă a companiei aeriene naționale

Cadrul strategic și instituțional

Prezentul Program își propune să implementeze o serie de activități, care în complex urmează să contribuie la realizarea unor obiective strategice de dezvoltare pentru Republica Moldova, precum cele stabilite în Strategia Națională de Dezvoltare „Moldova 2030” (racordată la rândul său la obiectivele de dezvoltare durabilă – parte a Agendei 2030 a ONU), astfel rezonând cu Obiectivul Specific 1 al SND ”Moldova 2030” „Creșterea veniturilor din surse durabile și reducerea inegalităților economice”, dar și la atingerea Obiectivului 19.8. “Stabilirea viziunii statului asupra dezvoltării turismului în Republica Moldova”, prevăzut de Planul de acțiuni al Guvernului pentru anii 2021-2022, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 235/2021, la Capitolul XIX “Cultura: Patrimoniul, Arte, Industrii creative și Turism”.

De asemenea, prin Acordul de Asociere Republica Moldova – Uniunea Europeană, un alt document strategic pentru dezvoltarea sectorului turistic din Republica Moldova (art. 103, 104), s-a decis necesitatea consolidării dezvoltării unui sector al turismului competitiv și durabil, ca factor generator de creștere și emancipare economică, de ocupare a forței de muncă și de schimburi externe, bazată pe a) respectarea integrității și a intereselor comunităților locale, în special în zonele rurale, b) importanța patrimoniului cultural, precum și c) interacțiunea pozitivă între turism și protecția mediului.

Cadrul de reglementare

Implementarea Programului urmează a fi realizată prin prisma cadrului normativ existent la moment, dar care necesită a fi revizuit și actualizat, astfel încât să reflecte fără echivoc toate schimbările necesare a fi operate în sectorul turistic, fie acestea de ordin regulator, instituțional sau sistemic relevante în cadrul unei analize comprehensive a industriei turismului realizată în contextul Studiului „Cartea Albă privind reforma cadrului normativ – regulator din industria turismului”, elaborat în 2018 sub egida Ministerului Economiei și Infrastructurii și a Studiului de segmentare a pieței pentru oferta turistică a țării, realizat în 2021 de Proiectul de Ameliorare a Competitivității II (PAC II), finanțat de Banca Mondială.

Conform constatărilor efectuate în Cartea Albă, actualmente, un impediment de ordin regulator major îl constituie modul în care este reglementat în prezent turismul prin prisma Legii nr. 352/2006 cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova, fiind considerată prea generalistă, care nu prevede mecanisme clare și coerente cu starea actuală de dezvoltare a industriei turismului intern și receptor. Pentru o industrie a turismului aflată în fază incipientă de dezvoltare, cu un specific al produsului axat pe experiențe turistice în regiuni, legislația națională trebuie să fie prietenoasă inițiativelor antreprenoriale de nivel micro, mic și mijlociu, majoritatea fiind din regiunile rurale, unde cultura și cunoștințele antreprenoriale sunt minime, ceea ce face imperioasă adaptarea unor norme regulatorii accesibile, lizibile, bazate pe abordarea de ghișeu unic pentru diverse acte permissive necesare (siguranța alimentelor, construcții, securitatea anti-incendiară, fiscal, etc.).

Adițional legii sus-menționate, actualul cadru de reglementare a turismului în Republica Moldova este format, în mod special, din următoarele acte normative:

- Legea nr. 352/2006 cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova;
- Legea nr. 131/2012 privind controlul de stat asupra activității de întreprinzător;
- Legea nr. 7/2016 privind supravegherea pieței în ceea ce privește comercializarea produselor nealimentare;
- Legea nr. 160/2011 privind reglementarea prin autorizare a activității de întreprinzător;
- Legea nr. 200/2010 privind regimul străinilor în Republica Moldova;
- Legea 257/2013 privind resortisanții statelor terțe care au obligația deținerii unei vize și resortisanții statelor terțe care sunt exonerați de obligativitatea deținerii unei vize la traversarea

- frontierei de stat a Republicii Moldova;
- Legea nr. 1538/1998 privind fondul ariilor naturale protejate de stat;
 - Legea culturii nr. 413/1999;
 - Legea nr. 1530/1993 privind ocrotirea monumentelor;
 - Legea nr. 135/2003 privind meșteșugurile artistice populare;
 - Legea nr. 218/2010 privind protejarea patrimoniului arheologic;
 - Legea nr. 280/2011 privind protejarea patrimoniului cultural național mobil;
 - Legea nr. 251/2008 privind constituirea Rezervației cultural-naturale „Orheiul Vechi”;
 - Hotărârea Guvernului nr. 559/2015 cu privire la aprobarea Conceptului Sistemului informațional automatizat „Registrul turismului”;
 - Hotărârea Guvernului nr. 643/2003 cu privire la aprobarea Normelor metodologice și criteriilor de clasificare a structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare și de servire a mesei;
 - Hotărârea Guvernului nr. 215/2002, cu privire la evidența circulației turiștilor în punctele de trecere a frontierei de stat;
 - Hotărârea Guvernului nr. 784/2000 pentru aprobarea Regulamentului-cadru cu privire la ariile cu management multifuncțional, Regulamentului – cadru cu privire la rezervațiile naturale, Regulamentului-cadru cu privire la rezervațiile peisagistice și Regulamentului-cadru cu privire la monumentele de arhitectură peisajeră;
 - Hotărârea Guvernului nr. 737/2002 privind reglementarea funcționării zonelor de recreere aferente bazinelor acvatice;
 - Hotărârea Guvernului nr. 923/2014 pentru aprobarea Regulamentului de funcționare a Parcului Național „Orhei”;
 - Hotărârea Guvernului nr. 228/2009 cu privire la constituirea Rezervației cultural-naturale „Orheiul Vechi”;
 - Hotărârea Guvernului nr. 836/2012, pentru aprobarea Regulamentului privind compensarea și asistența pasagerilor în eventualitatea refuzului la îmbarcare și anulării sau întârzierii zborurilor;
 - Hotărârea Guvernului nr. 455/2017 cu privire la modul de repartizare a mijloacelor Fondului Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural;
 - Hotărârea Guvernului nr. 476/2019 pentru aprobarea Regulamentului privind acordarea subvențiilor pentru îmbunătățirea nivelului de trai și de muncă în mediul rural din Fondul național de dezvoltare a agriculturii și mediului rural;
 - Hotărârea Guvernului nr. 765/2014 cu privire la aprobarea listei documentelor de călătorie acceptate pentru traversarea de către străini a frontierei de stat a Republicii Moldova;
 - Hotărârea Guvernului nr. 50/2013 pentru aprobarea Regulamentului cu privire la eliberarea vizelor;
 - Hotărârea Guvernului nr. 297/2017 pentru implementarea Legii nr. 215/2011 cu privire la frontiera de stat a Republicii Moldova.

Cadrul instituțional

Fiind un sector a cărui funcționare și dezvoltare depinde la moment de deciziile luate în cadrul mai multor autorități publice, turismul nu dispune încă de un mecanism formal de coordonare strategică între aceste autorități, fapt ce cauzează riscul unor intervenții incoerente sau al dublării inițiativelor de suport al sectorului.

Pe parcursul ultimilor ani, sistemul administrației publice centrale a fost supus unui șir de reforme și restructurări, toate cu impact semnificativ și asupra sectorului turistic. Ca urmare, domeniul de activitate, cât și competențele din sectorul turistic au fost delegate către varii autorități publice, ceea ce a afectat coerența și perpetuarea activităților necesare a fi realizate întru dezvoltarea sustenabilă a turismului în Republica Moldova.

O primă reformă instituțională s-a produs în 2017, odată cu aprobarea noii Legi cu privire

la Guvern nr. 136/2017, prin care a fost reconfigurat sistemul administrației publice, inclusiv realocate domeniile de activitate a autorităților publice, inclusiv domeniul turismului.

Astfel, responsabilitatea pentru administrarea sectorului turistic a fost dispersată, fiind distribuită între mai multe autorități publice, precum:

- Ministerul Economiei și Infrastructurii, în partea ce ține de elaborarea politicilor în domeniul turismului, atribuție însă dificil de realizat, dat fiind lipsa acută de personal, Ministerul având angajată doar o singură persoană pe acest domeniu, dar care avea un portofoliu foarte mare de responsabilități;
- Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii din subordinea Ministerului Economiei și Infrastructurii – privind susținerea financiară a dezvoltării produselor turistice, realizată prin intermediul programelor de stat implementate de Organizație;
- Agenția de Investiții din Republica Moldova, odată cu crearea acesteia în 2018 în subordinea Guvernului, care a preluat și competențele Agenției Turismului (reorganizată prin fuziune/absorbție de către Agenția de Investiții), fiindu-i transferate funcțiile de marketing a destinației, precum și promovarea brandului de țară, atragerea investițiilor și promovarea exporturilor;
- Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului, care a oferit subvenții pentru susținerea turismului rural și agroturismului prin intermediul Agenției de Intervenție și Plăți pentru Agricultură, precum și suport în dezvoltarea și promovarea turismului vitivinicol, prin intermediul Oficiului Național al Viei și Vinului;
- agențiile de dezvoltare regională, ce au susținut activități în domeniul turismului, fiind alocate mijloacele financiare necesare din contul Fondului național pentru dezvoltare regională, prevăzut pentru programele și proiectele incluse în Documentul unic de program;
- Agenția "Moldsilva", care în contextul atribuțiilor sale de gestionare a fondului forestier și a parcurilor naționale, și-a adus contribuția la dezvoltarea ofertelor de turism în ariile protejate;
- Ministerul Culturii în partea ce ține de formarea competențelor, patrimoniul cultural, inclusiv susținerea organizării unor evenimente culturale de nivel local și internațional;
- autoritățile administrației publice locale de nivelul I și II, care, în limita competențelor legale, au alocat anumite resurse financiare pentru dezvoltarea turismului în localitățile respective.

Ulterior, urmare a unei alte restructurări ai administrației publice centrale de specialitate, operată prin Hotărârea Guvernului nr. 117/2021, sistemul administrației publice centrale a fost din nou reconfigurat, portofoliul competențelor și domeniilor de activitate ale multor ministere fiind modificat substanțial.

În context, Ministerul Culturii nou-creat ca urmare a reorganizării prin dezmembrare (separare) a Ministerului Educației, Culturii și Cercetării a preluat domeniul cultură și patrimoniu național de la Ministerul Educației și Cercetării și domeniul turism – de la Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale, reorganizat la fel în baza hotărârii sus-menționate.

Astfel, responsabilitatea de elaborare a politicilor în turism a fost atribuită Ministerului Culturii, în timp ce atragerea investițiilor, promovarea exporturilor, promovarea brandului de țară și dezvoltarea și promovarea turismului a rămas de competența Agenției de Investiții, fiind unica instituție mandată să promoveze imaginea Republicii Moldova pe dimensiunea economică și investițională, administrând Brandul de țară, fapt care i-a permis să integreze promovarea ofertei turistice de țară în toate programele și activitățile de promovare.

Cu referire la administrarea fondurilor disponibile pentru susținerea financiară a dezvoltării sectorului turistic, această competență rămâne în continuare în responsabilitatea mai multor autorități publice, precum Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale – în partea ce ține de dezvoltarea regională și locală, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare – cu referire la agroturism și turismul vitivinicol, Ministerul Economiei, prin intermediul Organizației pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii – în susținerea dezvoltării produselor

turistice.

De asemenea, în iulie 2022, Organizația pentru Dezvoltarea Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM) a fost reorganizată, fiind redenumită Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenorialului (ODA).

Prin urmare, cadrul instituțional în sectorul turistic continuă să funcționeze într-un mod dispersat și difuz, cea mai mare carență fiind lipsa unei instituții autonome de management și marketing în turism, responsabilă de implementarea politicilor în sector, cunoscută de obicei ca organizație națională în domeniul turismului.

Crearea și funcționarea unei astfel de instituții este conformă celor mai bune practici europene de management în turism, eficient implementate în Portugalia, Slovenia, Elveția, Țările de Jos, care au instituit asemenea organizații, responsabile de promovarea turismului, în baza parteneriatelor publice-private, coordonarea marketingului național, brandingul, dezvoltarea produselor turistice, coordonarea programelor de activitate între sectorul public și cel privat și echilibrând obiectivele guvernamentale și private de dezvoltare a industriei.

III. OBIECTIVELE PROGRAMULUI

Scopul Programului „Turism 2026” rezidă în dezvoltarea Republicii Moldova ca destinație turistică competitivă și durabilă, pasibilă să ofere beneficii economice, sociale și de mediu comunităților locale și generațiilor viitoare.

Reiterând importanța și relevanța reformelor și transformărilor necesare turismului din Republica Moldova pentru a deveni un sector atractiv, performant și orientat spre tendințele moderne de dezvoltare, Programul „Turism 2026” stabilește o serie de obiective generale și specifice, precum și direcții de acțiune, care urmează a fi realizate în următorii 5 ani.

Obiectivul general 1.

CREȘTEREA CONTRIBUȚIEI TURISMULUI ÎN ECONOMIA NAȚIONALĂ

Obiectivul specific 1.1. Prioritizarea turismului în politicile publice și eficientizarea guvernantei sectorului.

Direcții de acțiune:

1) Integrarea turismului în documentele de politici sectoriale, astfel fiind creată o viziune clară de dezvoltare a sectorului turistic, fiind stabilite obiective strategice, dar și indicatori pertinenti evaluării performanțelor industriei turismului, realizate cu implicarea nemijlocită a tuturor părților interesate din sector – factori de decizie, sectorul privat, parteneri de dezvoltare.

2) Eficientizarea administrării industriei turismului, realizată prin:

a) consolidarea capacităților specialiștilor în domeniul turismului din cadrul Ministerului Culturii pentru o administrare mai eficientă a sectorului;

b) crearea în subordinea Ministerului Culturii a unei instituții publice de management și marketing a destinației, împuternicită cu funcții de implementare a politicilor în turism, axate pe dezvoltarea produsului turistic, a destinațiilor turistice, atragerea și organizarea evenimentelor turistice, dezvoltarea și consolidarea capitalului uman în domeniul turismului, marketing și promovare, etc;

c) desfășurarea activității Oficiului Național al Turismului și Industriilor Creative.

Obiectivul specific 1.2. Consolidarea brandului turistic de țară și continuarea promovării acestuia pe piețele-țintă.

Direcții de acțiune:

1) Dezvoltarea și promovarea valorii brandului turistic „Pomul Vieții”, implementată prin:

a) actualizarea și ajustarea la specificul industriei turismului a brandbook-ului pentru brandul național „Pomul Vieții”, conform poziționării ofertei unice turistice din țară. Astfel, dat fiind faptul că urmare a revizuirii identității de brand „Pomul Vieții” în anul 2018 și cu extinderea acestuia pe un segment mai larg, cuprinzând toate sectoarele economiei, atragerea investițiilor etc., conexiunea lui cu oferta unică și poziționarea de țară a turismului Republicii Moldova a fost redusă. De aceea, legătura semantică, cu accent pe valori, raționamente de credibilitate și ofertă de produs asociate brandului turistic național urmează a fi fortificate cu noul simbol vizual „Pomul Vieții”, asociind elemente proprii industriei turismului, cum ar fi sloganul de țară „Descoperă căile vieții”, „Cea mai neexplorată destinație în centrul Europei”, „Experiențe autentice”, etc.;

b) Actualizarea și ajustarea la specificul industriei turismului a brandbook-ului brandului național turistic „Pomul Vieții”;

c) elaborarea unui regulament de utilizare a brand-ului național turistic și monitorizarea utilizării corespunzătoare a brandului cu anihilarea utilizărilor defectuoase;

d) dezvoltarea și tipărirea materialelor promoționale cu aplicarea brand-ului turistic actualizat.

În coerență cu cele mai bune practici, brandul de țară turistic „Pomul Vieții” urmează a fi utilizat în continuare gratuit, cu ghidarea acestui proces de către ONTIC prin crearea unui portofoliu de iterații vizuale gata pentru utilizare, cu publicarea regulilor clare de utilizare corectă, etc.

2) Fortificarea capacităților Oficiului Național al Turismului și Industriilor Creative în marketing și promovare a destinației turistice și atracțiilor turistice și consolidarea colaborării publice-private în domeniul dat, prin intermediul:

a) elaborării instruirilor și cursurilor online în domeniul dezvoltării produselor turistice, marketingului și promovării, disponibile tuturor actorilor industriei turismului;

b) elaborării și implementării campaniilor de promovare a produselor, destinațiilor și ofertelor turistice, destinate pieței domestice și diasporei.

Obiectivul specific 1.3. Crearea unui mediu de afaceri permisiv prin implementarea politicilor și reglementărilor inteligente.

Direcții de acțiune:

1) Dezvoltarea unui cadru normativ inovativ și stimulator pentru industria turismului, care presupune:

a) elaborarea unei noi legi privind dezvoltarea turismului și activitatea turistică în Republica Moldova, prevederile căreia vor fi racordate la Convenția-cadru privind etica în turism a Organizației Mondiale a Turismului și vor crea un cadrul juridic favorabil dezvoltării durabile a turismului receptor și intern în Republica Moldova, astfel impulsionând creșterea numărului de afaceri în turism, a investițiilor locale și străine în sectorul dat, dezvoltarea destinațiilor și a capacităților locale de administrare a destinațiilor; creând locuri de muncă și promovând talentul local, precum și dezvoltând produse turistice cu valoare adăugată înaltă, competitive și atractive;

b) elaborarea programelor de finanțare și susținere a proiectelor în domeniul turismului din bugetul de stat, reieșind din obiectivele de dezvoltare a industriei turismului stabilite în prezentul Program;

c) elaborarea unui mecanism de garanție în cazul insolvenței tur-operatorilor. Astfel, pentru a asigura protecția drepturilor consumatorilor și a calității înalte a serviciilor turistice prestate de tur-operatori, va fi elaborat un sistem echilibrat de reglementări privind tipurile și cuantumul garanțiilor financiare necesare pentru cazurile de insolvență a tur-operatorilor, precum

și procedura de valorificare a acestor garanții de către turiști, care vor fi armonizate cu prevederile Directivei UE nr. 2302 din 25 noiembrie 2015 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate.

2) *Reformarea cadrului regulator în domeniul turismului conform bunelor practici internaționale* realizată prin:

a) modificarea cerințelor privind clasificarea unităților de cazare turistică, fiind aliniate la standardele internaționale, dar ținându-se cont de specificul local pentru unitățile de cazare rurale. Astfel, reieșind din bunele practici și noilor abordări din industria turismului, se vor promova standardele de calitate pentru clasificarea voluntară a structurilor de primire turistică prin armonizarea criteriilor prevăzute de standardele corespunzătoare elaborate de Organizația Mondială a Turismului, standardele Hotel Stars, cele aplicate în state-membre UE și criteriile elaborate de alte organisme internaționale acreditate, cu păstrarea specificului și contextului local;

b) ajustarea cerințelor de prestare a serviciilor de cazare și alimentație în cadrul caselor rurale și a pensiunilor turistice/agroturistice, simplificarea și adaptarea la specificul facilităților mici din regiuni. În context, pentru unitățile de cazare și alimentație din mediul rural și agroturistic, inclusiv casele rurale, agro-pensiunile, pensiunile rurale, se vor dezvolta și aproba reglementări specifice, adaptate specificului local al vieții în mediul rural, al tradițiilor culinare, activităților agricole și experiențelor turistice autentice.

Obiectivul specific nr. 1.4. Sporirea cooperării internaționale în domeniul turismului.

Direcții de acțiune:

1) *Valorificarea calității de membru al Organizației Mondiale a Turismului* prin:

a) aderarea și ratificarea documentelor internaționale dezvoltate de Organizația Mondială a Turismului;

b) identificarea și implementarea în Republica Moldova a unor proiecte în domeniul turismului, cu susținerea Organizației Mondiale a Turismului. Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative va elabora propuneri și inițiative de proiecte în domeniul turismului, care au potențial de a fi susținute de Organizația Mondială a Turismului, coordonându-le cu Ministerul Culturii, alte autorități publice centrale și locale, cu mediul de afaceri și va întreprinde acțiuni pentru a fi implementate în Republica Moldova.

2) *Dezvoltarea cooperării internaționale în domeniul turismului*, fiind întreprinse acțiuni privind:

a) extinderea cooperării regionale în domeniul turismului cu Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică, Organizația pentru Cooperare Economică la Marea Neagră, Comisia Europeană pentru Turism, Inițiativa Central Europeană, GUAM și Parteneriatul Estic;

b) aderarea la Acordul parțial extins al rutelor culturale europene (Consiliul Europei);

c) afilierea și promovarea rutelor culturale naționale în cadrul rutelor culturale europene;

d) dezvoltarea și extinderea cooperării bilaterale în domeniul turismului, promovarea cooperării în cadrul UNESCO prin promovarea turismului cultural responsabil și valorificarea elementelor incluse în lista patrimoniului mondial UNESCO;

e) extinderea listei statelor terțe, cetățenii cărora beneficiază de regim facilitat de călătorii în Republica Moldova.

3) *Dezvoltarea și implementarea Conceptului "Connect Moldova", fiind întreprinse acțiuni privind:*

a) diversificarea conexiunilor aeriene și atragerea companiilor low-cost. Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative în colaborare cu autoritatea pentru aviația civilă din Republica Moldova vor elabora, pe platforma Ministerului Infrastructurii și Dezvoltării Regionale, propuneri privind dezvoltarea conexiunilor aeriene, a conexiunilor cu hub-urile importante de tranzit, atragerea companiilor low-cost, dar și identificarea strategiilor de cost, a măsurilor de reducere a

prețurilor la biletele avia spre Republica Moldova. Un set de acțiuni urmează a fi implementate de autoritățile publice, conform competențelor, în coordonare cu Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale;

b) intensificarea colaborării interstatale, nemijlocit cu cele, care au fost încheiate acorduri de cooperare în domeniul turismului. Ministerul Culturii și Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative, în comun cu statele corespunzătoare, urmează să identifice direcțiile de colaborare, problemele existente și să întreprindă acțiuni pentru implementarea prevederilor acordurilor semnate;

c) identificarea, inclusiv prin intermediul sondajelor, a necesităților (piețelor-țintă) și întreprinderea acțiunilor relevante încheierii de noi acorduri de colaborare în domeniul turismului;

d) dezvoltarea produselor turistice transnaționale și paneuropene, realizată prin:

- susținerea și intensificarea eforturilor de dezvoltare a unor noi produse turistice europene transnaționale, ținând, totodată, cont de factorii naturali, culturali și istorici;

- încurajarea cooperării regionale/internaționale pentru crearea de itinerarii tematice transnaționale, pentru a pune accentul pe elementul de experiență, pentru a crește mobilitatea persoanelor aflate în vacanță, a spori nivelul mediu de cheltuieli și a extinde platforma promoțională;

- stabilirea și consolidarea cooperării între destinațiile naționale și cele europene prin clustere și rețele turistice la nivel local, regional, național și transnațional;

- încurajarea sectorului turismului să creeze produse mai diversificate și mai bine orientate către nevoi specifice pentru teme proprii, precum patrimoniul rural, cultural și industrial, istorie, religie, sănătate, activități de spa și wellness, sport, vinuri și mâncare, muzică și artă ca forme ale turismului alternativ;

- promovarea diversității și multiculturalismul, care oferă un mare potențial de dezvoltare a turismului tematic și permit promovarea coordonată a turismului alternativ și durabil și a schimburilor culturale; încurajează inițiativele de conectare a atracțiilor turistice pentru a introduce produse și circuite turistice tematice la scară europeană;

- promovarea turismului cultural, a evenimentelor culturale la nivel european pentru a asigura creșterea atractivității destinațiilor turistice naționale, precum și valorificarea potențialul turismului sportiv, care ar putea deveni, în viitor, un sector important pentru dezvoltarea turismului la nivel european.

Obiectivul General 2.

CREȘTEREA COMPETITIVITĂȚII SECTORULUI TURISTIC

PRIN DIVERSIFICAREA PRODUSULUI TURISTIC, INOVARE, INVESTIȚII ȘI FORȚĂ DE MUNCĂ CALIFICATĂ

Obiectivul specific nr. 2.1. Consolidarea și diversificarea produsului turistic.

Direcții de acțiune:

1) *Consolidarea produsului turistic conform ofertei unice de țară bazat pe turismul de experiență, turism transformațional și turism sustenabil și prevede:*

a) elaborarea unui set de norme metodologice și a unui ghid de elaborare a produselor turistice conform modelelor de turism de experiență, turism transformațional, turism de aventură ușoară și turism sustenabil;

b) organizarea acțiunilor de informare (seminare, ateliere de lucru) în scopul implementării prevederilor ghidului de dezvoltare a produselor turistice de către tur-operatori și agenții de turism, pensiuni și unități de cazare; asociații; unități vinicole; ghizi de turism.

2) *Dezvoltarea produselor de oenoturism și ameliorarea experiențelor de turism vitivinicol*, care cuprinde:

a) elaborarea Programului național de dezvoltare a turismului vitivinicol, dat fiind caracterul desuet al Programului Național în domeniul turismului "Drumul vinului în Moldova", aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 554/2004. Totodată, vinăriile vor beneficia de asistența necesară dezvoltării turismului, oferită de Oficiul Național al Viei și Vinului prin consultanța și expertiza corespunzătoare;

b) implementarea activităților de promovare a rutei turistice naționale „Drumul Vinului Moldovei”, în format scris și digital interactiv, video și design, cartografiere, video-spot, campanie de promovare și ilustrare video, design;

c) organizarea, de către Oficiul Național al Viei și Vinului, în colaborare cu Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative, a vizitelor de studiu și informare în destinații oenoturistice (experiențe, servicii, valorificare și gestionare, în țările cu o ofertă dezvoltată, cel puțin o vizită pe an) cu scopul de a spori aptitudinile și competențele în domeniul turismului vitivinicol;

d) organizarea, de către Oficiul Național al Viei și Vinului, în colaborare cu Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative, a tururilor informaționale pentru presa străină, tur-operatori străini și formatori de opinie axate pe ruta „Drumul Vinului Moldovei” în vederea promovării ofertei de oenoturism a țării;

e) prezentarea ofertei de turism vitivinicol de țară, a produsului oenoturistic și vinurilor moldovenești la conferințe și expoziții internaționale și regionale specializate, recunoscute în mediul profesionist;

f) organizarea în Republica Moldova a unui eveniment recunoscut în mediul profesionist de talie internațională, pe tematica turismului vitivinicol în vederea sporirii notorietății țării, ca destinație oenoturistică. Respectiv, Oficiul Național al Viei și Vinului, în colaborare cu Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative și cu suportul Guvernului vor întreprinde eforturi de a obține calitatea de țară gazdă pentru organizarea unor evenimente de o mare importanță pentru turismul vitivinicol, precum Conferința International Wine Tourism Conference (IWINETC), Conferințele OMT, Wine&Food Forum, etc.;

g) organizarea de instruiți pentru formarea continuă, creștere a capacităților și aptitudinilor personalului implicat în turismul vitivinicol. Oficiul Național al Viei și Vinului, în colaborare cu Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative și asociațiile de turism vor analiza necesitățile și lacunele de aptitudini, competențe și cunoștințe în sectorul turismului vitivinicol. În rezultat, se va elabora un plan de instruire și formare continuă, în baza căruia se vor planifica se vor organiza instruiți pentru aproximativ 200 participanți, din partea cel puțin a 50 companii și organizații.

3) *Dezvoltarea zonelor de recreere aferente bazinelor acvatice*, realizată prin:

a) elaborarea unui Plan-concept privind valorificarea turistică a zonelor de recreere aferente bazinelor acvatice.

4) *Valorificarea patrimoniului cultural și includerea acestuia în circuitul economic al industriei turismului*, fiind implementată prin:

a) elaborarea unei foi de parcurs privind valorificarea conacelor și monumentelor Republicii Moldova prin includerea acestora în circuitul turistic și implementarea recomandărilor acesteia, în baza căreia va fi efectuată o analiză sistemică privind modelele regulatorii, de administrare, conceptualizare și gestionare sustenabilă a conacelor și monumentelor de interes pentru circuitul turistic național și receptor, cu identificarea soluțiilor legale de atragere a investițiilor private și/sau a finanțării din partea statului;

b) elaborarea și promovarea rutelor turistice, inclusiv transfrontaliere în vederea valorificării patrimoniului etno-cultural, în special a celor cu colorit etnografic găgăuzesc (de ex.,

”Drumul vinului din Găgăuzia”, ”Tur de weekend”, etc.), a rutelor turistice care valorifică patrimoniul turistic al mun. Chișinău, precum și a rutelor turistice comune pentru partea dreaptă și stângă a Nistrului.

5) *Dezvoltarea și valorificarea ofertei de turism MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions)*, care include:

a) elaborarea unui Program de instruire destinat angajaților ONTIC în vederea promovării ofertei MICE;

b) promovarea ofertei MICE și dezvoltarea produselor MICE, inclusiv marketing, comunicare, traininguri, atragere de investiții, etc;

b) elaborarea unui portofoliu de țară MICE, cu includerea capacităților de primire disponibile, furnizori de servicii, etc;

c) elaborarea unui Studiu privind potențialul de atragere în Republica Moldova a evenimentelor internaționale MICE;

d) promovarea turismului de afaceri la diferite expoziții și târguri internaționale specializate.

6) *Extinderea și ameliorarea ofertei de turism de aventură ușoară în regiunile turistice și a evenimentelor sportive cu potențial turistic*, care conține:

a) elaborarea unui plan de acțiuni pentru dezvoltarea rutelor turistice în regiunile turistice cu trafic înalt de turiști (itinerarii de drumeție - hiking; de ciclism – biking; de observare a păsărilor, naturii, faunei; de observare a cerului și corpurilor cerești, etc.);

b) dezvoltarea și promovarea a cel puțin 10 rute – de drumeție, de ciclism, de observare a păsărilor, naturii, faunei, de observare a cerului și corpurilor cerești, etc., precum și amenajarea rutelor cu semne de orientare a turiștilor, elaborarea materialelor informative de interpretare, descriere și de promovare a rutelor;

c) realizarea activităților de comunicare și promovare a rutelor turistice de aventură ușoară și a evenimentelor sportive cu potențial de turism receptor.

7) *Dezvoltarea turismului în ariile naturale protejate în scopul valorificării patrimoniului național natural și creșterea veniturilor administrațiilor respective din serviciile de turism*, care prevede:

a) elaborarea metodologiei privind planurile de management turistic în ariile naturale protejate, în baza unui document- cadru pentru reglementarea normelor de dezvoltare și management a produselor și activităților turistice în ariile naturale protejate, elaborat de Ministerul Mediului, Agenția ”Moldsilva” și Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative;

b) dezvoltarea planurilor de management turistic în arii naturale protejate, precum Rezervația Științifică (RȘ) ”Plaiul Fagului”, RȘ „Prutul de Jos”, RȘ „Pădurea Domnească”, Zona Umedă Ramsar „Nistrul de Jos”, etc. Astfel, administrațiile din rezervațiile științifice, parcurile naționale, ariile protejate vor evalua potențialul turistic a acestor arii, vor identifica domeniile de dezvoltare a activităților turistice, a mixului de produs și a etapelor de dezvoltare a infrastructurii de primire turistică, a modelului economic, a gestionării vizitatorilor, managementul riscurilor, sustenabilitatea activităților turistice, etc;

c) instruirea și consolidarea capacităților de management turistic în ariile protejate pentru personalul ariilor naturale protejate, a administrațiilor locale și organizațiilor implicate în administrarea ariilor naturale protejate, organizate de Agenția ”Moldsilva” în colaborare cu Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative.

8) *Dezvoltarea, consolidarea și valorificarea potențialului turistic în municipiul Chișinău*, prin intermediul:

a) diversificării ofertei turistice și crearea de oportunități pentru dezvoltarea noilor tipuri de turism;

b) promovării destinației pentru a crește vizibilitatea destinației pe piețele țintă;

c) creării unui mediu favorabil investitorilor și mediului de afaceri pentru a permite dezvoltarea durabilă a afacerilor, investiții și creștere economică.

9) *Dezvoltarea, consolidarea și valorificarea potențialului turistic în Rezervația cultural naturală Orheiul Vechi*, realizată prin:

a) actualizarea și aprobarea Planului urbanistic și de amenajare a teritoriului în Rezervația cultural-naturală „Orheiul Vechi”;

b) elaborarea și aprobarea de către Administrația Rezervației cultural-naturale „Orheiul Vechi”, cu suportul Ministerului Culturii, al Oficiului Național al Turismului și Industriilor Creative din Moldova și a partenerilor de dezvoltare a Programului privind valorificarea turistică a Rezervației cultural-naturale „Orheiul Vechi”;

c) crearea și amenajarea unui sistem de colectare și management a deșeurilor în s. Trebujeni. R. Orhei;

d) crearea și amenajarea infrastructurii de ospitalitate turistică în Rezervația cultural-naturală „Orheiul Vechi”, care va include parcare amenajată în s. Butuceni, punct de informare turistică în s. Butuceni și s. Trebujeni, târg de artizanat și produse locale, iluminarea stradală în s. Butuceni și s. Trebujeni, iluminarea estetică a defileului, gestionarea sustenabilă a accesului în zonele protejate, etc.;

e) elaborarea infrastructurii de informare, comunicare și orientare a turiștilor în Rezervația cultural-naturală „Orheiul Vechi”, care va include indicatoare și panouri informative pentru turiști, portal digital informativ, puncte de informare și orientare turistică, sistem de realitate virtuală pentru monumentele și siturile de arheologie din rezervații, serviciu de ghizi și călăuze locale fortificat și perfecționat, materiale informative (buclete, broșuri, pliante, hărți) elaborate și imprimate în limbi de circulație internațională;

f) organizarea evenimentelor cultural-turistice în Rezervația cultural - naturală „Orheiul Vechi” (Festivalul de muzică clasică „DescOperă”, evenimente sportive și experiențe în aer liber, evenimente gastronomice, evenimente cultural-istorice, etc.);

g) elaborarea rute turistice și amenajarea acestora cu indicatoare în Rezervația cultural-naturală „Orheiul Vechi”;

h) certificarea internațională a unor componente (pensiuni, obiective turistice) din Rezervația cultural-naturală „Orheiul Vechi” conform principiilor dezvoltării durabile promovate de Consiliul Global pentru Turism Sustenabil.

10) *Dezvoltarea destinației turistice, consolidarea și valorificarea potențialului turistic în regiunea vitivinicolă Ștefan Vodă*, implementată prin:

a) elaborarea unui Plan de dezvoltare, consolidare și valorificare a potențialului turistic în Regiunea vitivinicolă „Ștefan Vodă” ca model de referință de turism oeno-gastronomic și aventură ușoară în Republica Moldova;

b) alocarea fondurilor de dezvoltare a drumului de interes strategic – Căinari – Sălcuța;

c) elaborarea, dezvoltarea, amenajarea și interpretarea unor rute turistice în Regiunea vitivinicolă „Ștefan Vodă”, precum drumeție, ciclism, trasee de eco-turism, itinerarii oeno-turistice, de turism sustenabil, de aventură ușoară, etc.;

d) promovarea de evenimente cultural-turistice în Regiunea vitivinicolă „Ștefan Vodă”.

Obiectivul specific nr. 2.2. Utilizarea tehnologiilor inovative și creative.

Direcții de acțiune:

1) *Sporirea prezenței și vizibilității online a ofertei turistice a Republicii Moldova și îmbunătățirea accesului turiștilor la informație*, fiind realizată prin:

a) dezvoltarea, extinderea, completarea, promovarea și actualizarea permanentă a portalului turistic de țară sub egida brandului turistic național, având la bază un parteneriat public-privat;

b) organizarea campaniilor de comunicare pe rețelele de socializare cu direcționarea

traficului spre paginile reprezentative ale Moldovei turistice, dezvoltarea, administrarea, ameliorarea, extinderea și completarea prezenței Moldovei turistice sub egida brandului de țară și promovare generică, prin conturi, pagini și canale pe principalele pagini de medie socială;

c) elaborarea unor instrumente și metodologii de evaluare a numărului de vizitatori în destinațiile turistice, prin utilizarea sistemelor informaționale și inovaționale;

d) dezvoltarea unui concept de muzeu virtual și implementarea, a experiențelor imersive și de realitate augmentată privind patrimoniul cultural-istoric, vitivinicol, etnografic, natural, etc.;

e) digitalizarea rutelor turistice și promovarea acestora în mediul online, inclusiv elaborarea unor hărți turistice interactive on-line, plasarea pe platformele on-line a itinerariilor turistice sub egida brandului turistic "Pomul Vieții" cu elaborarea unor soluții mobile de acces;

f) elaborarea un plan de acțiuni de stimulare a digitalizării afacerilor din turism, inclusiv cu operarea modificărilor cadrului normativ pentru a elimina barierele de ordin regulator în tranzacțiile electronice, reducerea costului tranzacțiilor electronice, integrarea în sistemele de plata internaționale, soluții de garantare a plăților străine, etc.

Obiectivul specific 2.3. *Atragerea investițiilor în infrastructura de turism și în facilități de cazare.*

Direcții de acțiune:

1) *Dezvoltarea unei strategii de promovare a investițiilor în turism (brownfield and greenfield), pentru implementarea căreia sunt necesare:*

a) elaborarea unui studiu de cercetare a pieței pentru analiza tendințelor investiționale din industria turismului și identificarea piețelor-sursă internaționale din care pot fi atrase investiții pentru dezvoltarea strategică a sectorului;

b) elaborarea pofilelor investiționale pentru industria turismului și stabilirea criteriilor de selectare a investitorilor;

c) atragerea investitorilor (dezvoltatori, tur-operatori) externi;

d) dezvoltarea planului de marketing a ofertei de investiții;

e) elaborarea unui caiet de sarcini și întreprinderea acțiunilor privind crearea de parteneriate public-private cu investitori străini pentru dezvoltarea infrastructurii turistice.

2) *Identificarea oportunităților de atragere a investițiilor și de creare a parteneriatelor public-private, prin:*

a) implementarea unor proiecte pentru dezvoltarea infrastructurii turistice;

b) promovarea oportunităților de creare a parteneriatelor public-private în cele mai vizitate destinații turistice, adresate investitorilor străini;

c) elaborarea unui studiu privind atragerea investițiilor în crearea facilităților de cazare de 2, 3, 4, 5* în afara Chișinăului;

d) suport în inițierea și lansarea afacerilor pentru investițiile planificate, care pot include dezvoltarea infrastructurii de primire turistică, infrastructura de patrimoniu cultural (conace, monumente, etc.), de recreere, de activități de aventură ușoară, dezvoltarea parcurilor de distracții, campingurilor, parcurilor de trailere, etc.

3) *Elaborarea unor pachete de stimulente pentru investitorii străini și locali care se stabilesc în zonele rurale, promovează conservarea mediului sau formează personal local, care să includă:*

a) subvenții de formare pentru personalul local angajat;

b) deprecierea accelerată a activelor ecologice și prietenoase mediului;

c) asistență pentru închirierea pe termen lung a activelor imobile în scop de afaceri (terenuri și clădiri);

d) oferirea de garanții de împrumut pentru întreprinderile mici și mijlocii;

e) oferirea de granturi pentru investitori în domenii – cheie.

4) *Promovarea avantajelor specifice ale țării în scopul atragerii investițiilor în dezvoltarea strategică a sectorului și elaborarea de rapoarte referitoare la promovarea întregii industrii a turismului și promovarea sub-sectoarelor acesteia;*

5) *Promovarea contribuțiilor directe ale atragerii investițiilor în dezvoltarea strategică a sectorului, monitorizând efectele negative potențiale prin adoptarea unei abordări sistematice de măsurare a contribuțiilor ISD și a politicilor de proiectare pentru a le maximiza.*

6) *Promovarea beneficiilor indirecte pe termen lung ale atragerii investițiilor în dezvoltarea strategică a sectorului și identificarea mecanismelor de "spillover" (extindere spre alte sectoare).*

Obiectivul specific 2.4. Dezvoltarea calitativă a forței de muncă și a competențelor acesteia.

Direcții de acțiune:

1) *Adaptarea programelor de educație inițială și continuă la necesitățile industriei turismului și la noile tendințe de dezvoltare ale pieței turistice, implementată prin:*

a) realizarea unui studiu cu privire la analiza ocupațională în industria turismului, inclusiv a profilelor ocupaționale, identificarea lacunelor și necesităților forței de muncă în industria turismului sub aspectul cererii, ofertei, necesităților și tendințelor de dezvoltare, cu prezentarea recomandărilor privind adaptarea programelor de instruire inițială și continuă la necesitățile industriei turismului;

b) implementarea recomandărilor privind adaptarea programelor de instruire inițială și continuă la necesitățile industriei turismului prin elaborarea unui plan de acțiuni privind dezvoltarea forței de muncă în domeniul turismului, adaptarea programelor de educație inițiale și continue la necesitățile industriei turismului și la noile tendințe de dezvoltare ale pieței turistice, precum și stimularea dialogului public-privat în sistemul de educație profesională, precum și prin stimularea și sporirea numărului de ore pentru stagii practice și de voluntariat în curriculum-urile de studiu; îmbunătățirea relațiilor de colaborare între instituțiile de învățământ și agenții economici din industria turismului privind practica de studii, etc.;

c) actualizarea Regulamentului Comitetului sectorial pentru Formare Profesională în Comerț, Hoteluri și Restaurante din Moldova;

d) elaborarea și aprobarea standardelor ocupaționale în industria turismului;

e) organizarea conferinței naționale a instituțiilor de învățământ și cadrelor pentru instruire în domeniul turismului;

f) dezvoltarea parteneriatelor între instituțiile de învățământ naționale și instituțiile de învățământ străine privind programele de educație în domeniul turismului, formarea profesională a cadrelor didactice, colaborarea studentască, vizite de studiu, etc.;

g) organizarea unor campanii de comunicare printre elevi din clasele liceale, studenți și tineri specialiști pentru creșterea notorietății și atractivității profesiilor din domeniul turismului;

h) organizarea sondajelor anuale ale studenților din domeniul turismului și al proprietarilor de afaceri în turism privind percepția calității studiilor.

2) *Dezvoltarea unui Program de instruire pentru crearea ofertelor și produselor turistice autohtone, implementat de Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative, care va fi realizată prin:*

a) elaborarea și implementarea unui Program de formare profesională a întreprinderilor mici și mijlocii în cadrul ofertei turistice naționale;

b) elaborarea unui ghid/îndrumar pentru proiectele tehnice de arhitectură, design interior, amenajare teritoriu adiacent, materiale și tehnici de construcție pentru case rurale și agro-pensiuni, conform stilului autentic și profilului turistic al unităților de primire turistică;

c) acordarea suportului informațional de consultare, mentorat și instruire pentru

întreprinderile mici și mijlocii din sectorul turismului;

d) organizarea de instruire pentru actorii implicați în crearea, dezvoltarea și gestionarea destinațiilor turistice;

e) promovarea și diseminarea bunelor practici în domeniul turismului;

f) dezvoltarea unei Platforme online de instruire la distanță (e-Learning) și a altor programe de formare continuă.

Obiectivul general 3.

STIMULAREA DEZVOLTĂRII SUSTENABILE A TURISMULUI ȘI CREAREA OPORTUNITĂȚILOR DE EXTINDERE A BENEFICIILOR DEZVOLTĂRII TURISMULUI CĂTRE COMUNITĂȚILE REGIONALE ȘI LOCALE

Obiectivul specific 3.1. *Stimularea dezvoltării turismului în regiuni.*

Direcții de acțiune:

1) *Elaborarea unui Program național de stimulare a dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii din domeniul turismului pentru dezvoltarea produsului turistic în structurile de cazare și servire a mesei "Start-up Turism Rural", realizată de ODA prin:*

a) elaborarea unui studiu privind identificarea potențialului de dezvoltare a turismului și prioritizarea investițiilor în HUB-uri turistice, în calitate de o destinație turistică sau mai multe destinații turistice, cu o concentrație mare de facilități turistice, puncte de deservire a turiștilor, infrastructură de ospitalitate, notorietate și atractivitate, care pot rapid să se consolideze ca destinații turistice sustenabile;

b) organizarea campaniilor de informare și promovare a oportunităților Programului pentru sporirea interesului și încrederii în proiectele de afaceri în domeniul turismului rural și agro-turism;

c) acordarea asistenței prin mentorat și instruire pentru elaborarea de noi produse turistice, cu suportul Oficiului Național al Turismului și Industriilor Creative (ONTIC), în colaborare cu Ministerul Culturii;

d) acordarea de granturi, în bază de concurs, pentru dezvoltarea produsului turistic de către structurile de cazare și servire a mesei din spațiul rural, cu atragerea și integrarea în oferte a serviciilor de agrement oferite de diferite categorii de prestatori: centre de artizanat, ferme agricole, complexe sportive, centre de agrement pentru copii și adulți, etc;

e) promovarea unei abordări integrate de dezvoltare și susținerea a parteneriatelor pentru turism rural (dezvoltarea cooperării între agenții economici din industria turistică, crearea de parteneriate și produse turistice);

f) integrarea în rețeaua ofertei naționale de produs turistic a întreprinderilor create/dezvoltate prin organizare de info-tururi, campanii de promovare, creare pagini web, etc.

Obiectivul specific 3.2. *Dezvoltarea și consolidarea destinațiilor turistice.*

Direcții de acțiune:

1) *Stimularea dezvoltării turismului în zonele de agrement de importanță regională din Republica Moldova, realizată prin:*

a) analiza potențialului destinațiilor turistice din regiunile: (1) Orheiul Vechi; (2) Căușeni – Ștefan Vodă; (3) Anenii Noi – Criuleni – Dubăsari; (4) UTA Găgăuzia; (5) Cahul – Giurgiulești; (6) Soroca – Rezina; (7) Hîncești – Leușeni, (8) Călărași – Ungheni, (9) Glodeni – Costești, (10) Edineț – Râșcani, ș.a.;

b) elaborarea studiilor de fezabilitate pentru amenajarea turistică și atragerea investițiilor în

zone de agrement;

c) elaborarea proiectelor tehnice și documentelor conexe pentru amenajarea turistică a zonelor de agrement selectate;

d) amenajarea și dezvoltarea facilităților turistice din rețeaua de zone regionale de agrement selectate;

e) acordarea de asistență în elaborarea rutelor turistice tematice în zonele amenajate;

f) promovarea obiectivelor și rutelor turistice pentru conectarea într-o rețea națională a zonelor de agrement amenajate;

g) dezvoltarea unui mecanism de suport financiar a zonelor de dezvoltare turistică identificate în studiul de analiză și fezabilitate.

2) *Acordarea de suport în crearea și dezvoltarea organizațiilor de management și marketing a destinațiilor*, realizată prin:

a) elaborarea cadrului normativ privind managementul destinațiilor turistice;

b) elaborarea unui program pilot de creare și funcționare a OMMD-urilor (organizațiilor de management și marketing a destinațiilor);

c) asistență pentru inițierea și crearea de parteneriate public-private în scopul creării organizațiilor de management și marketing a destinațiilor;

c) asistență în dezvoltarea de programe de management și marketing sustenabil a destinațiilor pentru organizațiile de management și marketing a destinațiilor.

3) *Dezvoltarea produsului turistic local (atracțiile-cheie) pe platformele organizațiilor de management și marketing a destinațiilor*, care urmează a fi implementată prin:

a) asistență pentru dezvoltarea produselor turistice în baza resurselor culturale și naturale, inclusiv realizarea de investiții în resursele existente care necesită modernizare;

b) adoptarea / transpunerea standardelor internaționale/europene în turism;

c) asistență pentru implementarea sistemelor (standardelor) de management și asigurare a calității serviciilor în cadrul destinațiilor turistice.

4) *Stimularea elaborării pachetelor de produse turistice în destinațiile turistice*, asigurată prin producerea de materiale de marketing despre destinațiile turistice-cheie, precum și structurarea în comun a pachetelor cu atracțiile orașelor, zonelor și regiunilor.

5) *Promovarea destinațiilor turistice*, realizată prin planificarea și realizarea acțiunilor de promovare a destinațiilor turistice – stimularea participării la expoziții comerciale, festivaluri, evenimente culturale, ateliere de lucru, vizite de afaceri pentru atragerea agențiilor turistice și tur-operatorilor, organizarea excursiilor de familiarizare cu destinațiile turistice pentru tur-operatori și jurnaliști specializați în destinațiile turistice, etc.

6) *Acordarea de asistență metodologică privind atragerea investițiilor pentru dezvoltarea destinațiilor turistice și promovarea potențialului turistic al UTA Găgăuzia drept o regiune cu colorit etnografic găgăuzesc*, care presupune acordarea din partea Agenției de Investiții a asistenței de specialitate pentru crearea de către UTA Găgăuzia a Complexului turistic de hipism "At-Prolin", a Centrului turistic cu profil cultural-sportiv "Avdarma", a Complexului ecoturistic "Geoparc", a altor componente de infrastructură turistică.

7) *Dezvoltarea destinațiilor turistice amplasate pe ambele maluri ale Nistrului și promovarea potențialului turistic comun* ce cuprinde platforme de cooperare între actorii din turism de pe ambele maluri ale Nistrului.

8) *Valorificarea potențialului turistic în municipiul Chișinău*, inclusiv prin acordarea suportului în promovarea destinației pentru a crește vizibilitatea municipiului pe piețele țintă și crearea unui mediu favorabil investitorilor și mediului de afaceri pentru a permite dezvoltarea durabilă a afacerilor, investiții și creștere economică în capitală.

Obiectivul specific 3.3. Identificarea oportunităților de dezvoltare a zonelor turistice

naționale pentru o dezvoltare planificată și durabilă a turismului.

Direcții de acțiune:

1) *Elaborarea cadrului normativ referitor la zonele turistice naționale, realizată prin elaborarea și promovarea proiectului de lege privind crearea și dezvoltarea zonelor turistice naționale și regulamentului privind crearea și delimitarea zonelor turistice naționale.*

2) *Identificarea zonelor cu potențial semnificativ pentru creșterea turismului și includerea acestora în Planul Național de Amenajare a Teritoriului, pentru implementarea căreia este necesară:*

a) realizarea unei cercetări în teren, în care se vor identifica și evalua destinațiile turistice cu potențial rapid de dezvoltare;

b) cartografierea zonelor turistice naționale identificate și reflectarea acestora în Planul Național de Amenajare a Teritoriului.

3) *Elaborarea studiilor de fezabilitate și a planurilor de dezvoltare durabilă a turismului în zone turistice naționale, în cadrul căreia se va realiza planificarea dezvoltării durabile a turismului în zonele respective, planificarea numărului capacităților de cazare și de deservire turistică, planificarea amenajărilor facilităților turistice, conform principiilor de dezvoltare durabilă pentru prosperitate economică, în respectul comunităților locale și cu protejarea mediului ambiant.*

4) *Implementarea planurilor de dezvoltare durabilă a turismului în zone turistice naționale, realizată prin:*

a) atragerea proiectelor investiționale cu suportul financiar din bugetul de stat pentru infrastructura rutieră, de acces, facilități turistice în zone turistice naționale, conform *programelor* de dezvoltare a turismului;

b) construcția și/sau reparația drumurilor în zonele de dezvoltare turistică, a căilor de acces și a infrastructurii turistice (parcări, puncte de acces, rampe, belvedere, etc.), precum și instalarea indicatoarelor de informare turistică.

5) *Crearea unui pachet de stimulente pentru creșterea ocupării în turism, care include:*

a) elaborarea propunerilor de simplificare a derulării afacerilor legate de turism în mediul rural prin introducerea unui regim simplificat sau adaptarea la unul existent;

b) dezvoltarea unui regim atractiv pentru angajații din pensiuni și agro-pensiuni din mediul rural, similar regimului aplicat zilierilor;

c) organizarea unei campanii pentru promovarea beneficiilor activităților legate de turism pentru a extinde rețeaua de vinării, producători agricoli deschiși pentru turiști.

6) *Promovarea inițiativei antreprenoriale și a profesiilor legate de turism, care se va asigura prin organizarea seminarelor pentru transfer de cunoștințe / bune practici de la ghizii acreditați către persoanele implicate / dornice să se implice în comunicarea cu turiștii la nivel local, precum și elaborarea unor comunicate anuale privind dezvoltarea turismului în Republica Moldova.*

7) *Îmbunătățirea analizelor cantitative și calitative a datelor statistice despre sector, asigurată prin:*

a) examinarea informațiilor privind vizitarea Republicii Moldova de către cetățenii străini elaborate de Biroul Național de Statistică în baza datelor Inspectoratului General al Poliției de Frontieră;

b) realizarea unor sondaje la ieșirea din țară a turiștilor străini, care au vizitat Republica Moldova;

c) revizuirea/actualizarea rapoartelor statistice 1-TUR, 1-A-SC și 1-B-SC în corespundere cu necesitățile industriei turismului.

8) *Susținerea agenților economici din industria turistică care contribuie la dezvoltarea turismului intern și receptor în regiuni, realizată prin:*

a) elaborarea și aprobarea Regulamentului și organizarea anuală a evenimentului

„Moldova Tourism Awards” (Premiile de excelență în turism), cu implicarea actorilor din industria turismului;

b) organizarea anuală a Forumului de Turism Receptor și Intern, drept un eveniment profesional, axat pe seminare și ateliere specializate de diseminare a tendințelor în dezvoltarea turismului receptor și intern, discutarea aspectelor practice de organizare a parteneriatelor de afaceri din industrie, sporirea vânzărilor, a productivității, inovației și excelenței în domeniu;

c) asistență agenților economici din industria turismului care contribuie la dezvoltarea turismului intern și receptor pentru participarea în standul Republicii Moldova la expoziții locale și internaționale.

Obiectivul specific 3.4. *Dezvoltarea unui turism sustenabil și responsabil în conformitate cu obiectivele Organizației Națiunilor Unite (ONU) și Organizației Mondiale a Turismului (OMT).*

Direcții de acțiune:

1) *Elaborarea și diseminarea prevederilor naționale pentru dezvoltarea unui turism sustenabil în conformitate cu obiectivele ONU și OMT.* Acțiunea se va realiza prin următoarele activități:

a) alinierea Republicii Moldova la principiile turismului sustenabil al OMT prin aderare la programe OMT pentru turism sustenabil. Ministerul Culturii și Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative vor identifica programele OMT privind turismul sustenabil la care Republica Moldova se poate alinia pentru a primi expertiză și consultare în agenda de turism sustenabil;

b) elaborarea unui Ghid al turismului sustenabil din Republica Moldova conform principiilor OMT și a unei foi de parcurs pentru implementarea acestuia, aplicarea căruia va fi voluntară;

c) elaborarea unui Plan de instruire, mentorat și asistență tehnică privind turismul sustenabil, implementarea principiilor și racordarea la standardele internaționale și naționale.

2) *Promovarea și implementarea principiilor de dezvoltare sustenabilă a turismului în sectorul privat,* prin:

a) organizarea unei campanii de promovare a ralierei Republicii Moldova la principiile turismului sustenabil. Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative, cu asistența tehnică a partenerilor, va dezvolta și implementa *campanii de promovare în baza principiilor de turism sustenabil naționale* și pe piețele-țintă pentru promovarea conceptului de turism sustenabil și a avantajelor acestuia, inclusiv prin ralierea unui branding dezvoltat în baza brândului național turistic;

b) acreditarea instituțiilor/organizațiilor pentru certificarea voluntară a agenților economici privind adoptarea turismului sustenabil. Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative, cu asistența OMT și a MOLDAC, va identifica companii credibile pentru certificarea voluntară a întreprinderilor raliat la Ghidul de turism sustenabil și responsabil, va dezvolta un set de însemne vizuale pentru identificarea acestora și va realiza programe de certificare, acreditare și monitorizare;

c) organizarea unor campanii de promovare și comunicare privind agenții economici certificați „turism sustenabil”. Pentru stimularea întreprinderilor raliat la Ghidul de turism sustenabil și crearea unei cereri pentru serviciile turistice ale acestora, ONTIC va dezvolta campanii de promovare a acestor unități de primire și deservire turistică;

d) asistență în certificarea internațională voluntară a unor destinații turistice din Republica Moldova. Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative, cu asistența tehnică a partenerilor de dezvoltare și a OMT, va iniția colaborare cu Consiliul Global pentru Turism Sustenabil (GSTC) în scopul instruirii și implementării standardelor GSTC în minimum o destinație de turism din Republica Moldova, precum și certificarea internațională a cel puțin unei destinații turistice din Republica Moldova ca destinație turistică sustenabilă și responsabilă.

3) *Păstrarea autenticității locale, dezvoltarea turismului de comunitate (community-based tourism) și creșterea coeziunii naționale*, care va fi asigurată prin:

a) elaborarea și promovarea unui ghid de autenticitate pentru industria turismului, care se va referi la păstrarea și valorificarea elementelor autentice și a patrimoniului național, cu recomandări practice și explicații pentru unitățile de primire turistică, inclusiv privind arhitectura autentică, covoare, țesături, elemente de decorație a caselor, tradiții, gastronomie, explicarea principalelor erori și kitsch-uri, etc.;

b) elaborarea și semnarea de către actorii industriei a unui „Manifest de preservare a autenticității în turism”. Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative în colaborare cu asociațiile din industrie vor iniția un apel de asociere a unităților de primire turistică prin elaborarea și semnarea de actorii industriei a unui „Manifest de preservare a autenticității în turism”. În rezultat, pot fi dezvoltate simboluri de marcă a entităților turistice, care sunt recunoscute autentice de un organism tripartit (autorități, asociații și experți), fiind promovate pentru o experiență turistică autentică călătorilor;

c) identificarea și asistența a cel puțin 2 destinații dezvoltate în baza conceptului turismului de comunitate (community-tourism). Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative, în colaborare cu asociațiile din industrie și autoritățile publice locale, vor dezvolta conceptul de dezvoltare a unui turism de comunitate, pe care îl vor disemina printre APL-uri și GAL-uri, pentru a fi elaborate proiecte de turism conform conceptului recomandat. Cel puțin două destinații sau localități urmează a fi identificate și susținute în dezvoltarea unui proiect de „community-based tourism”, beneficiind de promovare, integrare în oferta turistică a țării, plasarea pe platformele digitale, web și informaționale gestionate de Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative.

4) *Consolidarea și dezvoltarea evenimentelor cultural-turistice, care renasc tradiții și valorifică patrimoniul și cultura în regiunile țării*, care conține:

a) elaborarea și promovarea Agendei cultural-turistice „Pomul Vieți”, cu planificarea prealabilă a datei, locației și programului acestor evenimente, previzibile pentru a fi promovate de operatorii de turism și pentru a întreprinde rezervări de turiști străini, să dispună de campanii de promovare, comunicare dinamice cu o audiență suficientă pentru dezvoltarea sustenabilă și economic-avantajoasă a evenimentelor;

b) seminare și mentorat pentru organizatorii de evenimente în teritoriu, cu scopul de a diversifica oferta turistică de evenimente, de a dezvolta evenimente atractive, eficiente din punct de vedere economic, bazate pe colaborări public-private și integrate în oferta turistică a țării;

c) elaborarea și implementarea unor campanii de stimulare a promovării destinațiilor pe plan local și implicarea cetățenilor în promovarea baștinei ca destinație turistică. Turismul, oferta, atracțiile și patrimoniul turistic vor fi promovate prin campanii naționale de promovare cu scopul de punere în valoare a mândriei naționale, de apreciere a diversității multietnice, a diversității culturale și a coeziunii naționale, care vor spori spiritul de comunitate integră. În acest sens, Oficiul Național al Turismului și Industriilor Creative, Biroul Relații Interetnice, Ministerul Culturii vor iniția dezvoltarea de produse turistice, care pun în valoare și promovează diversitatea multietnică și culturală, viața și tradițiile grupurilor etnice și minorităților naționale, care pot fi integrate în circuite, rute sau elemente ale produsului turistic național.

IV. ESTIMAREA IMPACTULUI ȘI A COSTURILOR DE IMPLEMENTARE

Impactul implementării Programului

Impactul implementării Programului va fi evaluat în baza unui set de indicatori turistici, selectați prin prisma documentului OECD privind indicatorii de măsurare a competitivității în turism. Astfel, performanța implementării Programului va fi evaluată prin compararea valorilor

curente ale indicatorilor respectivi cu valoarea lor inițială, precum și a țintelor intermediare și finale elaborate în acest sens. (**Tabelul 10.**)

Tabelul 10. Prognoza evoluției indicatorilor turistici până în anul 2026.

Indicatorul	Valoarea inițială (2021)	Ținta intermediară (2024)	Ținta finală (2026)	Sursa datelor analizate
1. Traversările frontierei decătore străini, mii	2 368,5	4 316,6	5 708,7	Biroul Național de Statistică Inspectoratul General al Poliției de Frontieră
2. Cheltuielile nerezidenților în Moldova, mil USD	482,8	584,2	706,9	Banca Națională a Moldovei
3. Turiști rezidenți cazați în structurile de cazare, mii persoane	109,3	199,2	203,2	Biroul Național de Statistică
4. Înnoptări ale rezidenților, mii	604,2	1 220,5	1 245,0	Biroul Național de Statistică
5. Durata medie de ședere a rezidenților în structurile decazare, nopți	5,5	6,1	6,1	Biroul Național de Statistică
6. Turiști străini cazați în structurile de cazare, mii persoane	68,9	185,9	237,4	Biroul Național de Statistică
7. Înnoptări ale străinilor, mii	158,6	464,8	593,5	Biroul Național de Statistică
8. Durata medie de ședere aturiștilor străini în structurile de cazare, nopți	2,3	2,5	2,5	Biroul Național de Statistică
9. Numărul de angajați - predominant turism	3 187	3 500	3 800	Biroul Național de Statistică
10. Productivitatea (vânzări per angajat) în facilități de cazare, mii lei	232	330	360	Biroul Național de Statistică
11. Remunerarea personalului în facilitățile decazare, mii lei per angajat anual	47,1	66,2	83,0	Biroul Național de Statistică
12. Investiții în facilitățile de cazare, mil lei	35,9	70	100	Biroul Național de Statistică
13. Încasări medii per turist străin, USD	40,0	150	200	Biroul Național de Statistică

14. Încasări medii per turist intern, USD	94,8	120	180	Biroul Național de Statistică
--	-------------	------------	------------	--------------------------------------

Ipotezele care au stat la baza estimării impactului Programului pentru anii 2022-2026 rezidă în următoarele:

1) criza legată de pandemia Covid-19 a dus la scăderea numărului de traversări a frontierei de către străini cu 70% în 2020, totuși în anul 2021 traversările au crescut cu +68%. O nouă provocare este războiul din Ucraina, cel mai probabil efectele acestuia vor menține nivelul traversărilor în anul 2022 similar celor din 2021, iar după normalizarea situației estimăm o creștere anuală de 35% și în anul 2023 și 2024. Din anul 2025 creșterea medie anuală a cifrei traversărilor va reveni la nivelul de până la pandemie de +15% an față de an. Astfel, recuperarea va dura până în anul 2025, când numărul de traversări ar putea reveni aproape de nivelul anului 2019 (pre-pandemic);

2) în același timp cheltuielile nerezidenților în Republica Moldova au revenit până la 483 milioane dolari SUA în anul 2021, iar după o stagnare în anul 2022, deja în anul 2023, estimăm, că vor reveni la peste 530 milioane dolari SUA, un pic peste nivelul anului 2019 de până la pandemie. Începând cu anul 2023 cheltuielile nerezidenților vor continua să crească în mediu cu 10% an față de an până în 2026, atingând valoarea de 706 milioane de dolari SUA;

3) înnoptările rezidenților vor reveni în 2024 la nivelul pre-pandemic din 2019 și vor crește din anul 2025 cu o medie anuală de 1% până la valoarea de 1 245 mii nopți petrecute în unitățile de cazare în anul 2026. Dinamica dată rezultă din menținerea la același nivel a duratei medii de ședere la 6,1 nopți per turist, precum și din creșterea numărului de turiști locali cazați cu 35% la sută anual în anii 2023-2024 ani de prognoză și cu 1 la sută anual în următorii 2 ani (2025-2026);

4) înnoptările străinilor vor crește până la 464,8 mii nopți petrecute de străini în unitățile de cazare în anul 2024 nivel peste cel de până la pandemie abia. Această evoluție are la bază ipoteza unei creșteri a numărului de străini în structurile de cazare naționale de 2,7 ori în anul 2024 față de anul de bază 2021 și creșterea duratei medii de ședere a turiștilor străini în structurile de cazare până la 2,5 nopți în perioada de prognoză;

5) creșterile anuale ale vânzărilor per angajat în unitățile de cazare vor fi diferite de la un an la altul, fiind corelate cu evoluția înnoptărilor și rata inflației. În medie, creșterea anuală în intervalul 2021-2024 va fi de 13% (232 mii lei în anul 2021, 330 mii lei în anul 2024), după care va crește cu circa 5% anual în perioada 2020-2026; fondul de remunerare per angajat în structurile de cazare va avea de asemenea o evoluție diferențiată de la un an la altul și va crește în intervalul 2021-2026 cu o medie anuală de 12%. Creșterea mai pronunțată se va datora investițiilor mai mari efectuate în personal și respectiv calificarea generală superioară a acestora comparativ cu situația actuală;

6) prognoza pentru încasările agențiilor de turism din turismul receptor este legată de scăderea dramatică ca rezultat al pandemiei de COVID-19 și indică o creștere accelerată anuală de cca 3 ori a încasărilor per turist în anii 2023-2024 și de 17-20% pentru următorii 2 ani. Rata de creștere a încasărilor per turist din turismul intern este proiectată la circa 12% anual pe perioada de implementare a programului;

7) personalul din activitățile predominant turistice va crește cu circa 300 de angajați în 2024, comparativ cu 2021, iar în ultimii 2 ani de prognoză va crește cu 300 de persoane față de anul 2024. Drept temei pentru o asemenea dinamică va servi extinderea sectorului, dar și reducerea economiei informale din sector datorită regulilor de joc clare și predictibile;

8) datele din ultimii ani privind investițiile în facilitățile de cazare arată fluctuații semnificative de la un an la altul, însă investițiile date din partea businessului sunt vitale pentru dezvoltarea sustenabilă a turismului. De altfel, în ultimii ani hotelurile de 5 stele au asimilat cea

mai mare parte a creșterii de turiști străini, iar acest fapt este explicabil inclusiv prin prisma investițiilor efectuate în câteva din structurile date în anii 2015 și 2016 care au generat efecte. Ipoteza proiecțiilor investițiilor date pornește de la premisa, că prioritizarea și politicile pro-active din turism vor stimula investițiile în facilități de cazare, iar majorarea va fi graduală pe măsura implementării a tot mai multe măsuri din Program.

Costuri de implementare

Conform calculelor estimative, pentru perioada 2022-2024, din suma totală de 209,995 mln lei, necesarul de mijloace financiare suplimentare o constituie suma de 161,696,150 mln lei.

Cota majoră de mijloace financiare suplimentară este destinată realizării a 4 acțiuni strategice pentru dezvoltarea turismului intern și receptor și constituie suma de 116 mln lei, după cum urmează:

- a) Elaborarea programelor de suport pentru finanțarea proiectelor în domeniul turismului din bugetul de stat, reieșind din obiectivele de dezvoltare a industriei turismului stabilite în Program implementate în anii 2022-2024, cu o sumă de 15 mln lei;
- b) implementarea Programului ”Start up Turism Rural”, anii 2022-2024, 9 mln lei;
- c) Identificarea oportunităților de atragere a investițiilor și de creare a parteneriatelor public-private prin implementarea unor proiecte pentru dezvoltarea infrastructurii turistice, 2024, în valoare de 90 mln lei;
- d) Stimularea dezvoltării turismului în zonele de dezvoltare turistică de importanță regională din Republica Moldova, în anul 2023 – 2 mln lei.

Mijloace financiare suplimentare este necesar de alocat și Oficiului Național al Turismului și Industriilor Creative, în sarcina căreia este atribuită pentru 2022-2024 realizarea a 48 de acțiuni, din totalul de 98 din Planul de acțiuni. Conform unor estimări prealabile, pentru anii 2022 – 2024, este necesară alocarea de resurse financiare aferente desfășurării activității Oficiului Național al Turismului și Industriilor Creative de 13,500 mln lei.

Totodată, aceste cote de repartizare a cheltuielilor vor fi revizuite și redistribuite în dependență de identificarea diferitor surse de finanțare, inclusiv prin semnarea unor acorduri de asistență externă sau prin implementarea proiectelor investiționale cu atragerea mijloacelor financiare ale mediului de afaceri.

Dezagregate pe obiective, cheltuielile pentru implementarea Programului în anii 2022-2024 se prezintă în felul următor:

- 1) pentru realizarea Obiectivului general nr. 1, Creșterea contribuției turismului în economia națională, sunt necesare în total 45,875 mln lei;
- 2) pentru realizarea Obiectivului general nr. 2, Creșterea competitivității sectorului turistic prin diversificarea produsului turistic, inovare, investiții și forță de muncă calificată sunt necesare în total 127,130 mln lei;
- 3) pentru realizarea Obiectivului general nr. 3, Stimularea dezvoltării sustenabile a turismului și crearea oportunităților de extindere a beneficiilor dezvoltării turismului către comunitățile regionale și locale sunt necesare în total 36,990 mln lei.

Dezagregată pe ani, suma de 209,995 mln lei planificată pentru implementarea Programului în anii 2022-2024 se prezintă în felul următor:

- 1) în anul 2022: 16,618,333 lei, din care: 12,629,933 lei – din bugetul de stat; 3,988,400 lei – din alte surse;
- 2) în anul 2023: 46,743,333 lei, din care: 28,513,433 lei – din bugetul de stat; 18,229,900 lei – din alte surse;
- 3) în anul 2024: 146,633,334 lei, din care: 96,778,000 lei – din bugetul de stat; 49,855,334 lei – din alte surse.

V. RISCURI DE IMPLEMENTARE

Implementarea prezentului Program poate fi afectată de o serie de riscuri de natură politică, economică, operațională și de mediu, cele mai pronunțate referindu-se la:

- 1) situația internațională nefavorabilă dezvoltării turismului;
- 2) Situația regională generatoare de riscuri pentru securitatea turiștilor;
- 2) situația politică internă instabilă;
- 3) modificarea viziunii statului asupra dezvoltării turismului în Republica Moldova;
- 4) lipsa capacităților instituționale de implementare a prevederilor Programului;
- 5) lipsa de coeziune și unitate dintre autorități, sectorul privat și donatori;
- 6) insuficiența mijloacelor financiare pentru implementarea prezentului Program.

Prin urmare, contextul pe care îl oferă la moment situația internațională, dar și internă este una nefavorabil dezvoltării turismului, pandemia provocată de virusul COVID-19, precum și războiul din Ucraina afectând enorm industria turismului la nivel global. Astfel, revenirea la normalitate a activității turistice depinde mult de evoluția acestor factori pe plan internațional, prezentul Program fiind orientat spre un scenariu optimist, conform căruia revenirea la situația de până la pandemie să se producă în trei - patru ani.

Situația politică internă și modificarea viziunii statului asupra dezvoltării turismului în Republica Moldova este următorul factor, ca importanță, de care depinde succesul realizării Programului dat. Astfel, de atitudine și voința forțelor politice față de dezvoltarea și prioritizarea turismului depinde susținerea și finanțarea acțiunilor prevăzute în Program și, respectiv în Planul de acțiuni de implementare a acestuia.

Unul dintre riscurile majore pentru realizarea Programului ține de insuficiența capacităților instituționale de implementare a prevederilor acestuia. Prin urmare, pentru a fortifica capacitățile de implementare a Programului, este necesară suplinirea cu state de personal a direcției responsabile de elaborarea politicilor în turism din cadrul din cadrul Ministerului Culturii, precum și crearea unei organizații naționale de turism, precum și racordarea programelor și resurselor instituționale ale Organizației pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului, Oficiului Național al Viei și Vinului la implementarea activităților planificate.

Un alt risc poate fi determinat de o eventuală lipsă de coeziune și unitate dintre autoritățile publice, sectorul privat și donatori, prevenirea acestuia fiind posibilă prin conjugarea eforturilor tuturor participanților la procesul turistic și respectarea viziunii de dezvoltare a turismului în Republica Moldova, stabilită de prezentul Program.

VI. AUTORITĂȚI/INSTITUȚII RESPONSABILE

Obiectivele de dezvoltare a turismului în Republica Moldova stabilite de prezentul Program vor fi realizate prin:

- consolidarea eforturilor tuturor participanților la procesul turistic din Republica Moldova – autorități publice centrale și locale, mediu de afaceri, asociații de profil, mediu academic, parteneri de dezvoltare, etc;
- asumarea responsabilităților acordate fiecărei părți implicate în implementarea Programului dat.

Astfel, coordonarea generală a implementării prezentului Program îi revine Ministerului Culturii, în calitate de autoritate responsabilă de elaborarea politicilor în domeniul turismului, iar celorlalte autorități publice, precum Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale, Ministerul Educației și Cercetării, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerul Mediului, Ministerul Afacerilor Interne, în colaborare cu Ministerul Finanțelor, Oficiul Național al Viei și Vinului, Agenția de Investiții, Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului,

Biroul Național de Statistică, etc., le revine asigurarea implementării acțiunilor, de care sunt responsabile în conformitate cu Planul de acțiuni pentru implementarea Programului.

Totodată, implementarea politicilor în sectorul turistic, în special, în partea ce ține de crearea produsului turistic, promovarea acestuia, marketing, cercetare, investiții, etc., ține de competența Oficiului Național al Turismului și Industriilor Creative, care urmează a fi creată în subordinea Ministerului Culturii, cu statut de instituție publică.

De asemenea, în procesul de implementare a prezentului Program autoritățile responsabile vor colabora cu alte autorități ale administrației publice centrale și locale, cu asociații de profil, organizații neguvernamentale, precum și cu partenerii de dezvoltare, care vor contribui corespunzător la realizarea acțiunilor prevăzute de Program.

VII. PROCEDURI DE MONITORIZARE ȘI RAPORTARE

Implementarea Programului va fi realizată în conformitate cu Planul de acțiuni pentru implementarea acestuia, elaborat în două etape:

- 1) etapa I – anii 2022-2024;
- 2) etapa a II-a – anii 2025-2026.

Monitorizarea implementării prezentului Program este un proces continuu, care va fi realizat de către Ministerul Culturii, în comun cu autoritățile responsabile de realizarea acțiunilor prevăzute în Planul de acțiuni, fiind efectuată monitorizarea anuală, evaluarea intermediară și evaluarea finală a implementării Programului, ceea ce va asigura transparența și consecvența procesului respectiv.

Astfel, Ministerul Culturii, colectând informația necesară și relevantă evaluării progreselor realizate și a gradului de atingere a rezultatelor scontate, va elabora anual raportul de monitorizare, care va fi prezentat Guvernului până pe 31 martie. Raportul de monitorizare va fi elaborat în baza indicatorilor de progres și a rapoartelor parvenite de la autoritățile publice, precum și alte instituții și organizații, implicate în implementarea Programului.

Evaluarea implementării prezentului Program va fi realizată:

- intermediar – la mijlocul perioadei de implementare a Programului dat, rezultatele căreia pot determina modificarea sau revizuirea indicatorilor, termenilor de realizare a acțiunilor planificate, etc., chiar și operarea anumitor modificări a obiectivelor de dezvoltare, reieșind din evoluția situației din sectorul turistic, inclusiv la nivel global;

- ex-post – realizată în 2026, la finele perioadei de implementare a Programului, pentru a releva gradul de realizare a obiectivelor Programului, a impactului asupra domeniului turismului ca urmare a implementării acțiunilor planificate, a schimbărilor care s-au produs în sector, precum și lecțiile învățate ca urmare a procesului dat.