

GUVERNUL REPUBLICII MOLDOVA

HOTĂRÂRE nr. _____

din _____ 2026

Chișinău

**cu privire la aprobarea Programului Național
de Dezvoltare a Turismului „Turism 2029” pentru anii 2026-2029**

În temeiul art. 5 lit. a) și art. 6 lit. h) din Legea nr. 136/2017 cu privire la Guvern (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2017, nr. 252, art. 412), cu modificările ulterioare, Guvernul HOTĂRĂȘTE:

1. Se aprobă Programul Național de Dezvoltare a Turismului „Turism 2029” pentru anii 2026-2029, conform anexei.

2. Ministerele și instituțiile publice responsabile:

1) vor întreprinde măsurile necesare pentru implementarea Programului Național de Dezvoltare a Turismului „Turism 2029” pentru anii 2026-2029;

2) vor prezenta Ministerului Culturii anual, până la data de 1 martie, precum și la solicitare, informații privind stadiul realizării acțiunilor incluse în Programul menționat.

3. Ministerul Culturii va prezenta Guvernului anual, până la 31 martie, raportul de progres privind implementarea Programului menționat .

4. Finanțarea acțiunilor prevăzute în prezenta hotărâre se va efectua din contul și în limitele alocațiilor aprobate în aceste scopuri în bugetele autorităților/instituțiilor implicate, precum și din alte surse, conform legislației.

5. Controlul asupra executării prezentei hotărâri se pune în sarcina Ministerului Culturii.

6. Prezenta hotărâre intră în vigoare la data publicării în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

PRIM-MINISTRU

Alexandru MUNTEANU

Contrasemnează:

Ministrul Culturii

Cristian JARDAN

**PROGRAM NAȚIONAL
DE DEZVOLTARE A TURISMULUI „TURISM 2029”
PENTRU ANII 2026-2029**

**Capitolul I
INTRODUCERE**

Programul Național de Dezvoltare a Turismului „Turism 2029” pentru anii 2026-2029 (*în continuare* – Programul „Turism 2029”) este un document de politici elaborat în vederea stabilirii unei abordări holistice și vizionare asupra dezvoltării industriei turismului pe termen mediu, cu accent preponderent pe valorificarea inteligentă și durabilă a potențialului turistic al Republicii Moldova, în scopul creării unui cadru favorabil și comprehensiv pentru dezvoltarea unui produs turistic competitiv și sustenabil.

Pe parcursul ultimilor ani, domeniul turismului s-a dezvoltat într-un vacuum de planificare strategică la nivelul autorităților publice centrale, în pofida faptului că comunitatea donatorilor a oferit suportul necesar în elaborarea mai multor proiecte de strategii. Atât Strategia de dezvoltare durabilă a turismului în Republica Moldova în anii 2003–2015, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 1065/2003¹, cât și Strategia de dezvoltare a turismului „Turism 2020”, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 338/2014², au fost elaborate pentru a crea un cadru de politici și o viziune 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. 796/2012³, 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 cele 3 etape de implementare preconizate), inclusiv datorită reorganizărilor instituționale operate în cadrul sistemului administrației publice centrale realizate în 2017, cu impact și asupra sectorului turistic. Astfel, atât domeniul de activitate, cât și competențele din sectorul turistic au fost delegate și dispersate către varii autorități publice, afectând coerența și continuitatea acțiunilor planificate.

Programul „Turism 2029” reprezintă un document de politici pe termen mediu și un instrument operațional de transpunere și detaliere a direcțiilor prioritare de intervenție și a Țintelor stabilite în Strategia națională de dezvoltare „Moldova Europeană 2030” (*în continuare* - SND), aprobată prin Legea nr. 315/2022⁴. Implementarea Programului „Turism 2029” va contribui la atingerea obiectivelor SND, în special la atingerea *Obiectivului general 4. Ridicarea nivelului de cultură și de dezvoltare personală*, precum și la realizarea direcției de intervenție 5.8. Cultură și politici culturale prin: *dezvoltarea și diversificarea produsului turistic național (agroturismul, ecoturismul, turismul rural, vitivinicol, gastronomic și cultural), consolidarea rolului comunităților locale și implicarea diasporei* (O1.2, O4.1–O4.3, O7.1, O7.3, O9.1); *consolidarea investițiilor în*

¹ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=77959&lang=ro

² https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=56010&lang=ro

³ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=11041&lang=ro

⁴ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=134582&lang=ro

dezvoltarea infrastructurii turistice (O1.2, O4.1–O4.3, O7.1, O7.3, O9.1); digitalizarea ofertei și a produselor turistice (O1.2, O4.1–O4.3, O7.1, O7.3, O9.1); dezvoltarea calitativă a forței de muncă și a programelor educaționale (O1.2, O4.1–O4.3, O7.1, O7.3, O9.1); formarea și consolidarea destinațiilor turistice, inclusiv prin acțiuni de promovare, conservare și restaurare a monumentelor istorice (O1.2, O4.1–O4.3, O7.1, O7.3, O9.1); consolidarea brandului turistic de țară și continuarea activităților de promovare a acestuia în piețele țintă sursă (O1.2, O4.1–O4.3, O7.1, O7.3, O9.1); integrarea sectoarelor cultural și creativ în politicile de dezvoltare rurală și urbană și în rutele turistice naționale (O1.1–O1.3, O4.1–O4.3, O7.1, O8.3, O9.1); utilizarea rezultatelor cercetărilor științifice în politicile de dezvoltare rurală și urbană, precum și în rutele turistice naționale/internaționale (O7.1–O7.3).

Direcțiile de politici și intervențiile prioritare din SND „Moldova Europeană 2030” vor contribui la realizarea obiectivelor trasate și a angajamentelor ce derivă din Acordul de Asociere între Republica Moldova, pe de o parte, și Uniunea Europeană și Comunitatea Europeană a Energiei Atomice și statele membre ale acestora, pe de altă parte (*în continuare* – AA RM-UE), ratificat prin Legea nr. 112/2014⁵. În acest sens, cooperarea părților în domeniul turismului, în vederea consolidării 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 reprezintă una din prioritățile majore asumate prin AA RM-UE (Titlul IV, Capitolul 19. Turismul, art. 103). Direcțiile de cooperare în domeniul turismului implică valorificarea patrimoniului cultural, protecția mediului, schimbul de informații, inclusiv în ceea ce privește tehnologiile inovatoare; crearea unui parteneriat strategic între interesele publice, private și comunitare pentru a asigura dezvoltarea durabilă a turismului; promovarea și dezvoltarea produselor și a piețelor de turism, a infrastructurii, a resurselor umane și a structurilor instituționale, precum și identificarea și eliminarea barierelor pentru servicii de călătorie; dezvoltarea și punerea în aplicare a unor strategii și politici eficiente, inclusiv a aspectelor juridice, administrative și financiare corespunzătoare; formarea în domeniul turismului și consolidarea capacităților pentru a îmbunătăți standardele serviciilor, precum și dezvoltarea și promovarea turismului local.

Subsidiar, Programul „Turism 2029” dezvoltă prioritatea pe termen lung din Agenda de Asociere dintre UE și RM 2021-2027 (*în continuare* - AgA RM-UE) și anume, prevederile *Titlului IV. Capitolul 12. Politică industrială și antreprenorială* (consolidarea antreprenorialului social, în special în zonele rurale, ca abordare comercială fezabilă pentru întreprinderile mici și mijlocii (*în continuare* - IMM) din Republica Moldova, pentru a reduce inegalitățile sociale, a crea locuri de muncă și a facilita accesul grupurilor dezavantajate la oportunitățile economice); *Capitolul 13. Agricultură și dezvoltare rurală* (îmbunătățirea calității vieții în zonele rurale, inclusiv prin diversificarea activităților economice în zonele rurale și prin dezvoltarea turismului rural); *Capitolul 16. Transporturi* (punerea în aplicare a dispozițiilor Acordului privind spațiul aerian comun între Uniunea Europeană și Republica Moldova, care are potențialul de a stimula turismul și, prin urmare, dezvoltarea economică a țării) și *Capitolul 17. Turismul* (dezvoltarea unui sector al turismului competitiv și durabil, ca factor de creștere economică și de creare de locuri de muncă).

Prin intermediul Programului „Turism 2029” se urmărește implementarea unei serii de acțiuni menite să contribuie la realizarea prevederilor Agendei de Dezvoltare Durabilă 2030 (*în continuare* - ADD 2030), și anume la atingerea ȋntelor naționalizate ale Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă (*în continuare* - ODD) după cum urmează: ODD 8.9: *Până în 2030, elaborarea și implementarea politicilor pentru promovarea turismului durabil, care facilitează crearea de parteneriate publice private, dezvoltă capacitățile instituționale în domeniu ale autorităților publice*

⁵ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=83489&lang=ro

locale, respectiv care creează locuri de muncă și promovează cultura și produsele locale; ODD 12.b: Dezvoltarea și implementarea instrumentelor de monitorizare a impactului dezvoltării durabile pentru turismul durabil care creează locuri de muncă și promovează cultura și produsele locale; ODD 14.7: Până în 2030, creșterea beneficiilor economice din utilizarea durabilă a resurselor acvatice, inclusiv prin gestionarea durabilă a pescuitului, acvaculturii și turismului.

În contextul statutului Republicii Moldova de țară candidată pentru aderarea la Uniunea Europeană, prevederile Programului „Turism 2029” derivă din recomandarea Comisiei Europene, reflectată în Raportul de Extindere 2024 (Capitolul 20. Politică industrială și antreprenorială) care vizează realizarea progreselor privind punerea în aplicare a Programului național pentru promovarea antreprenoriatului și creșterea competitivității pentru perioada 2023-2027, precum și punerea în aplicare a Strategiei naționale de dezvoltare economică. De asemenea, Programul „Turism 2029” se aliniază la recomandările Raportului UE „Calea de tranziție spre turism”⁶ precum și la prioritățile **Programului Național de Aderare a Republicii Moldova la Uniunea Europeană pentru anii 2026-2029**, aprobat prin Hotărârea de Guvern nr. 818/2025 (Clusterul 3. *Competitivitate și creștere economică*, Capitolul 20. *Politică industrială și antreprenorială*).

Prevederile Programului „Turism 2029” sunt corelate, de asemenea, cu **Agenda de Reforme aferentă Planului de creștere al Republicii Moldova pentru anii 2025-2027**, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 260/2025⁷, (Domeniul de politici 1: Competitivitate economică / Dezvoltarea sectorului privat; Subdomeniul 1.9. Turism).

Obiectivele Programului sunt corelate cu prevederile mai multor documente de politici sectoriale, după cum urmează:

- **Strategia Națională de Dezvoltare Regională pentru anii 2022–2028**, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 40/2022⁸, (Obiectivul general 1. Creșterea competitivității și ocupării forței de muncă a regiunilor);

- **Strategia de dezvoltare a sistemului statistic național pentru perioada 2023-2030**, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 954/2022⁹, (Obiectivul general 3. Date de înaltă calitate, inclusiv seturi noi de date (oportune, relevante, fiabile, accesibile, dezagregate, coerente, comparabile la nivel internațional și armonizate cu cerințele Uniunii Europene), produse pentru a informa societatea și pentru a susține luarea deciziilor eficiente și implementarea politicilor publice, bazate pe dovezi, care să conducă la o dezvoltare durabilă și o societate incluzivă);

- **Strategia de dezvoltare a sectorului de tineret „Tineret 2030”**, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 168/2023¹⁰, (Obiectivul general III. Valorificarea potențialului tinerilor de a realiza inițiative de inovație socială și dezvoltare comunitară prin instrumente de suport financiar și material);

- **Strategia națională de dezvoltare agricolă și rurală pentru anii 2023-2030**, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 56/2023¹¹, (Obiectivul general 3. Susținerea dezvoltării socioeconomice rurale durabile);

- **Strategia națională de dezvoltare economică 2030**, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 393/2024¹², (Obiectivul 1. Crearea unui mediu favorabil pentru antreprenoriat și investiții și pregătirea economiei pentru aderarea la Uniunea Europeană);

⁶ [Transition pathway for tourism](#)

⁷ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=148353&lang=ro

⁸ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=135227&lang=ro

⁹ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=135611&lang=ro

¹⁰ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=137226&lang=ro

¹¹ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=136318&lang=ro

¹² https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=143524&lang=ro

- **Strategia Națională pentru Cultură și Patrimoniu pentru anii 2025-2035**, aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 623/2025¹³, (Obiectivul general 2. Un patrimoniu cultural protejat, valorificat și accesibil, prin consolidarea cadrului normativ și instituțional, intervenții sustenabile și măsuri integrate de conservare, promovare și gestionare a riscurilor, Direcția prioritară de intervenție - Integrarea bunurilor de patrimoniu cultural național în circuitele turistice naționale și internaționale, cu respectarea principiilor turismului cultural responsabil).

- **Programul național pentru promovarea antreprenoriatului și creșterea competitivității pentru anii 2023-2027**, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 653/2023¹⁴, (Obiectivul general 2. Facilitarea accesului la finanțare și sporirea competitivității produselor/serviciilor locale, inclusiv pe piețele externe);

- **Programul de re tehnologizare și eficiență energetică a întreprinderilor mici și mijlocii**, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 515/2022¹⁵, (Obiectiv specific 3. Sporirea nivelului de competitivitate a întreprinderilor mici și mijlocii ca rezultat al optimizării costurilor și creșterii productivității acestora în urma utilizării tehnologiilor moderne);

- **Programul național de stimulare a veniturilor și de facilitare a (re)integrării cetățenilor Republicii Moldova implicați în procesul de migrație pentru anii 2023-2027**, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 674/2023¹⁶, (Obiectiv specific 4: Asigurarea accesului a cel puțin 80% dintre migranți și a familiilor acestora la mecanisme eficiente de informare, de comunicare și de participare efectivă în viața publică la nivel național/local, prin organizarea campaniilor de informare pe diverse tematici actuale);

- **Programul național „Diaspora”, pentru anii 2024 – 2028**, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 1032/2023¹⁷, (Obiectiv specific 4. Implementarea măsurilor de sprijin pentru implicarea diasporei și cetățenilor reveniți în economia națională);

- **Programul național de dezvoltare a industriilor creative „Moldova Creativă” pentru anii 2024-2027**, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 187/2024¹⁸, (Obiectivul specific 3.2. Creșterea contribuției sectorului creativ în dezvoltarea altor sectoare-cheie, cum ar fi industria ușoară, sectorul IT, turismul, sectorul vitivinicol).

Studiul „Cartea Albă privind reforma cadrului normativ-regulatoriu din industria turismului” elaborat în 2018, la cererea Ministerului Economiei și Infrastructurii, în cadrul proiectului de sporire a competitivității¹⁹, stabilește ca principal obiectiv dezvoltarea turismului intern și receptor prin asigurarea unui cadru normativ ce facilitează inițiativele antreprenoriale, protejează consumatorul, încurajează utilizarea tehnologiilor informaționale, susține parteneriatele public-private îndreptate spre dezvoltarea infrastructurii, amenajarea teritoriului, managementul destinațiilor și a zonelor turistice naționale, diversificarea/promovarea ofertei turistice și organizarea instruirii profesionale calitative.

În conformitate cu prevederile Strategiei Naționale de Dezvoltare Regională a Republicii Moldova 2022-2028 „Tendențele actuale de dezvoltare a Republicii Moldova continuă să fie dominate de avansarea modelului monopolar de dezvoltare, caracterizat de concentrarea disproporționată a resurselor și bunăstării în mun. Chișinău, pe fundalul marginalizării crescânde a regiunilor periferice. În prezent, Produsul Regional Brut/locuitor în mun. Chișinău este de aproape

¹³ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=151214&lang=ro

¹⁴ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=139409&lang=ro

¹⁵ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=147440&lang=ro

¹⁶ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=139797&lang=ro

¹⁷ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=141755&lang=ro

¹⁸ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=142706&lang=ro

¹⁹ https://particip.gov.md/ro/download_attachment/10816

5 ori mai mare decât în regiuni, ceea ce afectează negativ competitivitatea economică a Republicii Moldova și indicatorii medii de calitate a vieții cetățenilor, creând premisele necesare pentru perpetuarea migrației externe și interne”. Aceasta demonstrează încă odată supra concentrarea activităților economice în capitală, unde există până la 10% din atracțiile turistice a țării și subutilizarea în scopuri economice și financiare a potențialul turistic din regiuni (care dispune de cca. 90% din resursele turistice, dar care nu oferă o infrastructură turistică dezvoltată și ofertă suficient de consolidată și diversificată).

Prin urmare, luând în considerare provocările identificate în ultimii 5 ani în planificarea strategică a sectorului, Programul „Turism 2029” pivotează intervenția Guvernului și altor actori sociali importanți, 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, cu asigurarea sincronizării eforturilor reprezentanților industriei turismului și ospitalității, mediului universitar, partenerilor de dezvoltare ai Republicii Moldova.

Totodată, Programul „Turism 2029”, condiționează elaborarea și aprobarea mai multor documente și programe sectoriale naționale (cum ar fi: vinificație, agricultură, zootehnie, IMM-uri, mediu, educație, cultură, sport, etc.), din perspectiva creșterii atractivității turistice în regiunile de dezvoltare regionale existente, dar și în cele noi care urmează a fi create la nivel raional și local, asigurând realizarea cu succes a obiectivelor stabilite precum și a legăturii dintre abordările de politici naționale până la cele locale de dezvoltare.

La elaborarea Programului „Turism 2029” au fost utilizate mai multe metode și instrumente de cercetare, precum: colectarea și procesarea datelor statistice, analiza diferitor documente de politici și rapoarte de implementare a acestora, analiza dezvoltării turismului deținătorilor de resurse turistice, realizarea atelierelor de lucru, analiza competitivității externe a turismului conform Metodologiei Forumului Economic Mondial (FEM), în baza cadrului de evaluare a dezvoltării turismului bazat pe cei 17 piloni, care stau la baza Indicelui de Dezvoltare a Turismului, grupați în 5 sub-indicatori: mediul permisiv politicile stimulatorii; infrastructura, oferta turistică și sustenabilitatea (FEM, 2024), analiza PERT și SWOT, consultarea publică.

Programul „Turism 2029” a fost elaborat de Ministerul Culturii în coordonare cu mediul asociativ, mediul de afaceri și cel academic din domeniu. Programul „Turism 2029” reprezintă conjugarea eforturilor tuturor participanților interesați în dezvoltarea turismului, care au coalizat în vederea definitivării unei viziuni strategice comune asupra obiectivelor și direcțiilor de dezvoltare a turismului în Republica Moldova, astfel încât acesta să devină un sector competitiv, dezvoltat armonios și rezilient în fața riscurilor și provocărilor cauzate de factori externi.

Capitolul II **ANALIZA SITUAȚIEI**

Secțiunea 1 **Tendențe globale**

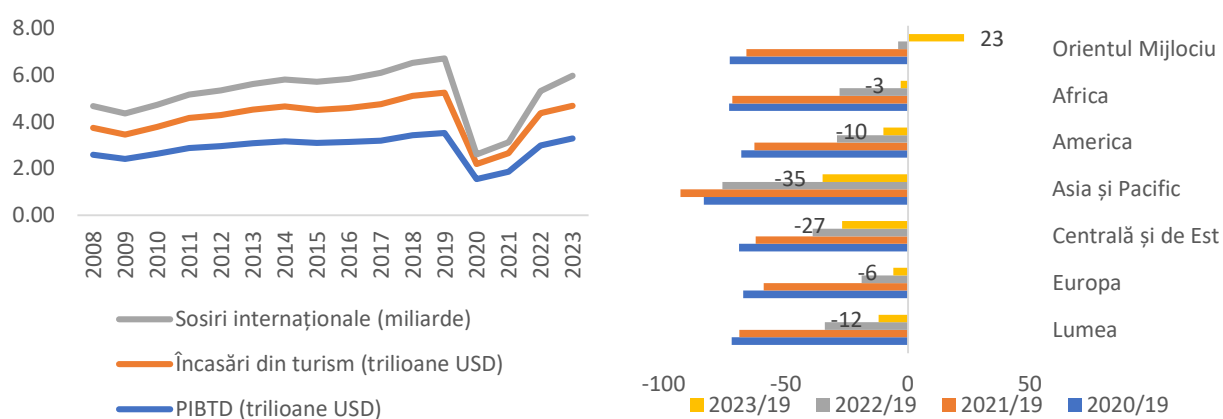
În ultimele șase decenii, turismul a fost unicul sector de activitate economică, care a avut o creștere aproape neîntreruptă, în pofida unor șocuri ocazionale, extinzându-se, diversificându-se și devenind unul dintre cele mai mari sectoare, cu cea mai rapidă creștere la nivel mondial. În această perioadă,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

ani de la începutul pandemiei COVID-19, sosirile turiștilor internaționali au atins nivelurile anului 2019, deși încă există un context economic și geopolitic dificil.

Printre factorii de creștere se numără reglementarea transportului aerian, inițiată în anii 1970 în SUA, eficientizarea consumului de combustibil, preferințele consumatorilor pentru prețuri accesibile în detrimentul unor servicii considerate a fi de lux și dezvoltarea fără precedent a comerțului electronic. În consecință, zborurile low-cost au devenit extrem de populare la începutul mileniului, inclusiv și datorită eforturilor de pionierat al anumitor companii aeriene cum ar fi *Southwest Airlines* în SUA, *Ryanair* în Europa și *AirAsia* în Asia de Sud-Est.

Înainte de pandemia de COVID-19, turismul mondial reprezenta un sector-cheie al economiei globale, contribuind cu aproximativ 3,5 trilioane USD la PIB-ul mondial (circa 4% din PIB global) ²⁰ și generând 1,7 trilioane USD din venituri internaționale, echivalentul a aproximativ 7% din exporturile globale de bunuri și servicii. Impactul pandemiei în 2020 a constituit una dintre cele mai severe perturbări din istoria sectorului. Restricțiile de mobilitate au determinat o scădere de peste 70% a sosirilor internaționale, iar contribuția directă a turismului la PIB s-a redus aproape la jumătate, generând pierderi economice estimate la circa 2 trilioane USD. În 2024, odată cu restabilirea completă a mobilității internaționale, turismul global a înregistrat o revenire aproape integrală la nivelurile pre-pandemice. Sosirile internaționale au atins aproximativ 1,4 miliarde, reprezentând ~ 99% din volumul anului 2019. Veniturile din turism internațional au depășit 1,6 trilioane USD, situându-se peste nivelurile pre-pandemice în termeni reali, susținute de o cerere turistică robustă și de creșterea cheltuielilor medii per turist. Mai multe state au depășit performanțele din 2019 la capitolul venituri din turism, beneficiind de politici eficiente de gestionare a crizei, diversificarea ofertei turistice și accelerarea investițiilor în infrastructură. Printre acestea se numără Qatar, Arabia Saudită, Albania, Serbia și alte destinații emergente care și-au consolidat vizibilitatea internațională. În paralel, marile piețe emițătoare – precum Germania, Statele Unite, Franța și Italia – au înregistrat niveluri ale cheltuielilor turistice cel puțin egale cu cele dinainte de pandemie, contribuind decisiv la redresarea sectorului la nivel global.

Figura nr. 1 Evoluția indicatorilor principali pentru industria mondială a turismului



Sursă: UN Tourism, Barometrul Turismului Mondial

Procesul de recuperare a fost afectat de factori precum inflația, prețurile la combustibil și alimente, riscul de recesiune, criza energetică și războiul din Ucraina – factori care continuă să genereze incertitudini pentru industria turistică mondială. În acest sens, pandemia și războiul din Ucraina au evidențiat atât problemele de ordin sistemic, cât și problemele de conjunctură care afectează industria turismului.

²⁰ [THE ECONOMIC CONTRIBUTION OF TOURISM AND THE IMPACT OF COVID-19](#)

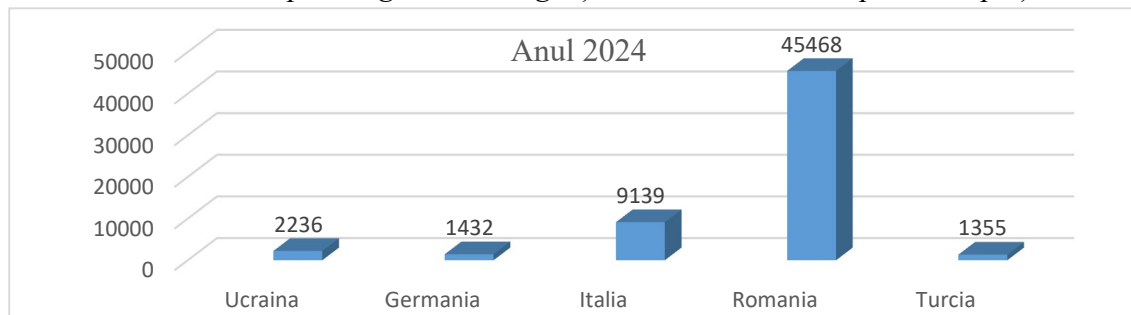
Expansiunea turismului internațional din perioada pre-pandemică este asociată cu o amprentă ecologică de proporții, favorizând dezvoltarea turismului intern și regional, activitățile la aer liber cu minimă intruziune în mediul ambiant. În același timp, dependența țărilor mici de încasările de export din turism creează cerere pentru politici direcționate spre creșterea rezilienței față de șocurile de ordin epidemiologic, sanitar și economic. Sustenabilitatea și reziliența au devenit astfel laitmotivul lecției însușite ca urmare a crizei pandemice și cea provocată de războiul din Ucraina.

Secțiunea a 2-a

Evoluția turismului în Republica Moldova

Anul 2024 a marcat un moment de cotitură în industria turismului din Republica Moldova, înregistrând un număr record de 555,9 mii de excursioniști și turiști, evidențiind o creștere semnificativă în comparație cu anii precedenți. Această tendință ascendentă a fost susținută de o diversificare a activităților turistice, cuprinzând atât turismul receptor, cât și cel emițător, într-o gamă largă de destinații populare. Astfel, 254 mii turiști străini (53,6%) au fost raportați de unitățile de cazare în anul 2024, dintre care 67,6 mii (cu 55,1% mai mult față de anul 2023) de cetățeni străini au vizitat Republica Moldova prin intermediul agențiilor de turism.²¹ În 2024, oaspeții țării noastre în cadrul turismului receptor au provenit din România (67,2%), Italia (13,5%), Ucraina (3,3%), Germania (2,1%) și Turcia (2,0%) (vezi Figura 2). Între timp, 5,7 milioane cetățeni străini au traversat frontiera de stat și au rezidat în țară între 1 și 90 zile. Totodată, 91,3 mii turiști au participat la turismul intern. Tot în această perioadă, 396,9 mii moldoveni au călătorit prin intermediul agențiilor de turism peste hotarele țării (turism emițător), cele mai populare destinații pentru cetățenii moldoveni fiind Turcia (45,9%), Bulgaria (19,0%), Egipt (12,1%), România (9,6%) și Grecia (5,2%).

Figura nr.2. Turismul receptor organizat de agențiile de turism și tur-operatori, pe țări de origine



Sursă: BNS

Generalizând numărul total de excursioniști și turiști în și din Republica Moldova, acesta a constituit pe parcursul anului 2024 – 555,9 mii persoane, o cifră record pentru agențiile de turism. Dintre care, 67,6 mii vizează turismul receptor, 91,3 mii – turismul intern și 396,9 mii – turismul emițător. Concomitent, încasările agențiilor de turism și turoperatorilor au totalizat 4 622,1 mil. lei (cu 10,4% mai mult față de anul 2023), din care: din turismul receptor – 66,5 mil. lei (+45,8%), din turismul emițător – 4 343,0 mil. lei (+10,7%), din turismul intern – 212,6 mil. lei (-1,5%).²²

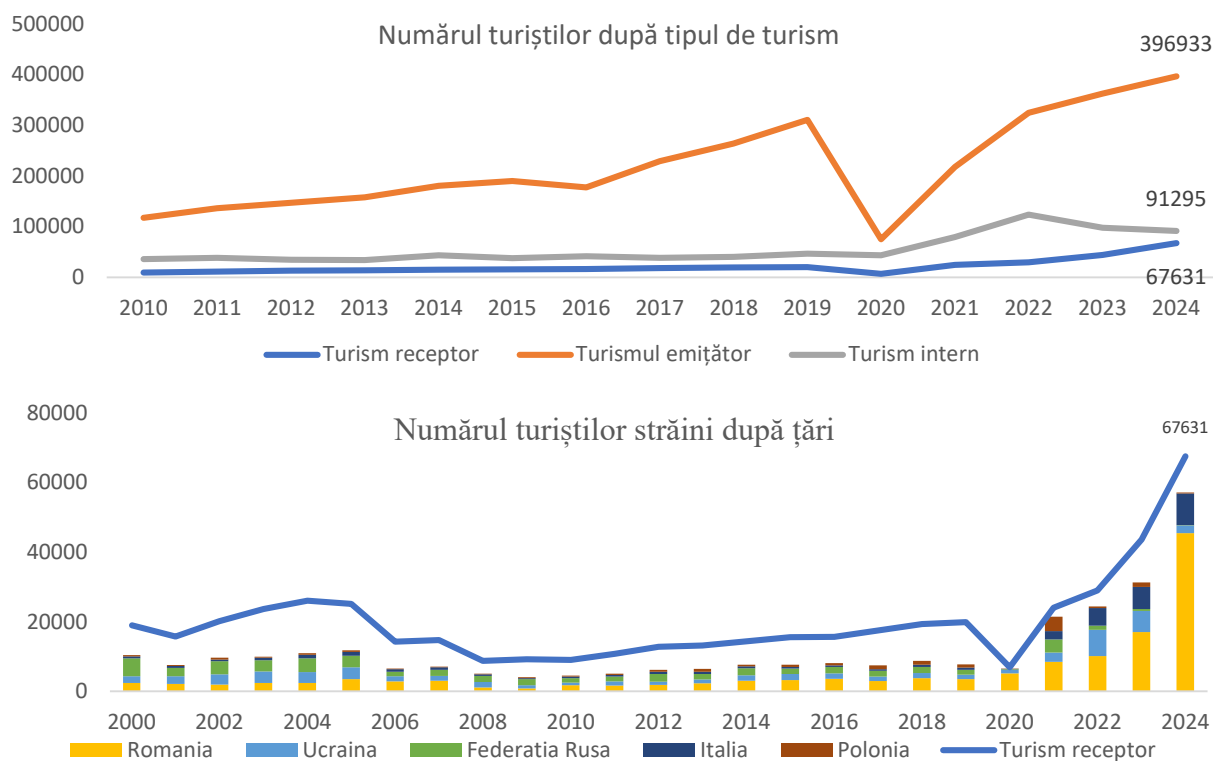
Situația descrisă supra, nu reflectă evoluția industriei turismului dintr-o perspectivă istorică. Astfel, dacă privim lucrurile prin această optică (Figura nr. 3), putem constata că din perspectivă istorică, exista un nucleu al industriei turistice sovietice, alimentată de vizitatori din Ucraina și

²¹https://statbank.statistica.md/pxweb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica_11%20TUR_TUR030/?rxid=af1bdd19-60e4-4712-8f44-bbf70fe6e524

²² https://statistica.gov.md/ro/activitatea-turistica-a-agentiilor-de-turism-si-turoperatorilor-in-anul-2024-9491_61657.html

Federația Rusă, care, și-a epuizat potențialul datorită crizei financiare din 1998. Turismul receptor în Republica Moldova a demonstrat o tendință activă de creștere, începând cu anul 2014, odată cu semnarea AA RM – UE, dar și datorită eforturilor consistente de marketing și promovare a Republicii Moldova ca destinație turistică, odată cu lansarea brandului turistic de țară „Pomul Vieții”. Până în 2019, turismul intern și-a menținut o evoluție stabilă, după care, a început o perioadă activă de ascensiune, care și-a atins apogeul în 2022.

Figura nr. 3 Evoluția numărului de călători deserviți prin intermediul agențiilor de turism



Sursă: BNS

Criza pandemică, caracterizată prin restricții de călătorie la nivel mondial și o perioadă de lockdown în primăvara anului 2020 a curbat tendința ascendentă a turismului receptor. Grupurile vulnerabile din industria turismului, precum angajații și angajatorii din sectorul HORECA, lucrătorii din agențiile de turism, pensiuni, vinării, au fost puternic afectate de pierderile de locuri de muncă și de venituri. Industria turismului din Republica Moldova a fost „salvată” în acea instanță de turismul intern care, în lipsa alternativelor extra-frontaliere, a căpătat un impuls proaspăt. Este remarcabil faptul că, în pofida recuperării turismului receptor în perioada post-pandemică (+240,7% reprezintă creșterea din 2024 față de 2019), turismul intern și-a continuat ascensiunea atingând pentru prima oară cota maximală de 123,5 mii turiști locali în 2022, perioadă urmată de o temperare (+97,9% creștere în 2024 față de 2019). Aceasta denotă o schimbare esențială a comportamentului de consum intern de servicii turistice. Totodată, pierderile ca și număr a turiștilor originari din Polonia, Germania, Austria, Marea Britanie și Federația Rusă, au fost compensate cu câștiguri substanțiale de turiști din România și Italia. La fel, numărul de turiști în cadrul turismului emițător a depășit nivelul înregistrat până la pandemie (+27,8% creștere în 2024 față de 2019).

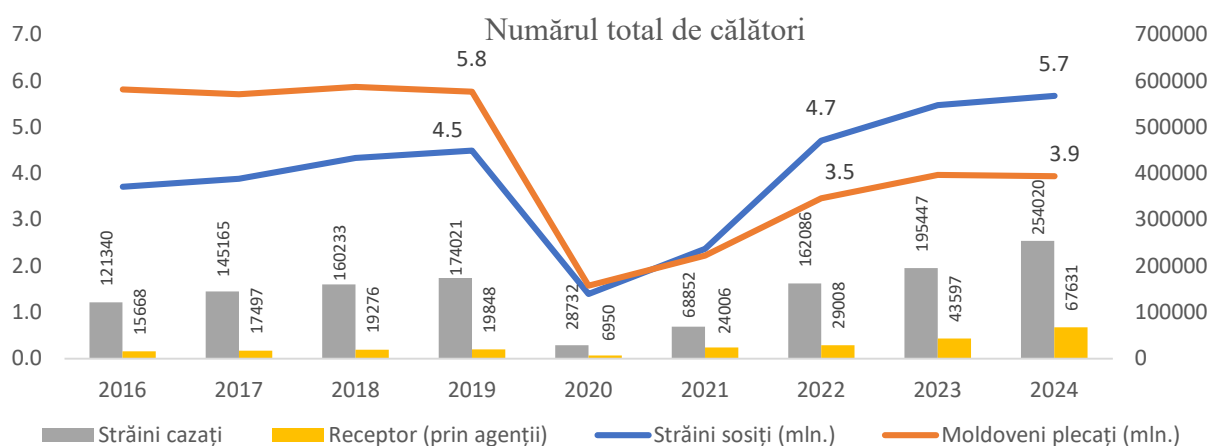
Din punct de vedere al încasărilor din turism, volumul înregistrat în 2024 de către agenții de turism și tur-operatori este superior celui din perioada pre-pandemică, reprezentând o creștere de 84%. Totuși, creșterea se datorează turismului emițător (+89% față de 2019) și turismului intern

(+58% față de 2019), în timp ce volumul încasărilor din turismul receptor încă nu a recuperat nivelul anului 2019, fiind în scădere cu 19%.²³

De menționat, că datele statistice raportate de către agențiile de turism nu reflectă decât o parte din realitate. Luând în considerare că, comerțul electronic a facilitat deplasările călătorilor fără intermedierea agențiilor de turism, cifrele reale atât pentru turismul receptor, cât și cel emițător sunt considerabil mai mari. Astfel, potrivit informațiilor de la Inspectoratul General al Poliției de Frontieră (Figura nr. 4), numărul cetățenilor care au intrat în Republica Moldova în 2024 a fost de 5.7 milioane de persoane, adică de 84 ori mai mult decât au vizitat țara prin intermediul tur-operatorilor. Dintre aceștia, 3 milioane au stat mai mult de o singură noapte în Republica Moldova (dar mai puțin de 90 de zile), ceea ce potențial îi califică drept turiști²⁴. Aproximativ aceeași imagine ne-o oferă și datele despre turismul emițător. Numărului moldovenilor plecați peste hotare în 2024 a fost de 3,9 milioane persoane, adică de 10 ori mai mult decât numărul de cetățeni, care au procurat foi turistice prin agențiile de turism.

Recunoscând lacunele de raportare statistică, numărul de 3 milioane de cetățeni străini, care au intrat pentru o perioadă de 1 zi și până la 90 de zile este puternic „influențat” de numărul moldovenilor care dețin cetățenie română și care traversează frontiera de stat (în ambele sensuri) în alte scopuri decât cele turistice. De asemenea, în 2023 au fost înregistrate 2,3 milioane traversări ale frontierei de stat pe direcția de intrare din Ucraina în Republica Moldova. Numărul turiștilor străini cazați în structurile de cazare este mai aproape de adevăr, însă, ținând cont de faptul că circa 25% din înnoptări revin sectorului particular (de tip Airbnb)²⁵, se estimează că cifra reală este în diapazonul de 250-500 mii turiști care au vizitat Moldova în 2024.

Figura nr. 4 Evoluția numărului de călători care au traversat frontiera de stat



Sursă: BNS

Analizând dinamica sosirilor și plecărilor în și din Republica Moldova, se observă aceleași tendințe ca și în cazul turiștilor „oficiali” – șocul pandemiei care a survenit în 2020 și recuperarea graduală care l-a urmat. Se remarcă însă o schimbare structurală – numărul cetățenilor moldoveni care au ieșit din Republica în 2024 este de 3,9 milioane, cu 31,6% sub nivelul de 5.8 milioane din anul pre-pandemic 2019, în timp ce numărul vizitatorilor străini în 2024 este de 5.7 milioane – cu 26,4% mai mult decât în anul pre-pandemic 2019 când numărul acestora a fost de 4.5 milioane. Totuși, dacă ținem cont de faptul că printre vizitatorii străini se numără aproximativ 1 milion de refugiați ucraineni, numărul vizitatorilor străini în 2023 abia l-a egalat pe cel din perioada pre-pandemică. Astfel, cu referire la anul 2024 putem constata că sectorul turismului și-a recâștigat în

²³ BNS, [Activitatea turistică a agențiilor de turism și turoperatorilor în anul 2024](#)

²⁴ Potrivit informației IGPF pentru 2022

²⁵ AIRDNA Marketminder, <https://www.airdna.co/>

proporție de 100 % pozițiile din perioada pre-pandemică, precum majoritatea statelor europene.

Războiul declanșat de Federația Rusă în Ucraina reprezintă un factor major de risc pentru evoluția turismului în regiune. Conflictul a generat un climat de nesiguranță care afectează inclusiv Republica Moldova, descurajând turiștii și limitând investițiile străine în sector. Mulți vizitatori au evitat zonele percepute drept instabile, orientându-se către destinații mai sigure, ceea ce poate reduce fluxul de turiști către Republica Moldova. În 2022, aflusul masiv de refugiați ucraineni — cea mai mare strămutare de persoane din Europa după al Doilea Război Mondial — a atras atenția internațională asupra Republicii Moldova datorită eforturilor sale umanitare. Numeroase hoteluri și pensiuni au oferit refugiaților spații de cazare gratuite sau subvenționate.

Pe lângă aceste factori conjuncturali, structura pieței turistice rămâne dezechilibrată: agențiile se concentrează predominant pe turismul emițător, în timp ce turismul receptor este foarte redus. În ultimul deceniu, raportul dintre turiștii străini aduși de tur-operatori și cetățenii moldoveni care cumpără pachete în străinătate este de 1:12 — o situație care limitează dezvoltarea industriei locale, întrucât agențiile acționează în principal ca intermediari pentru operatorii din afara țării.

Secțiunea a 3-a

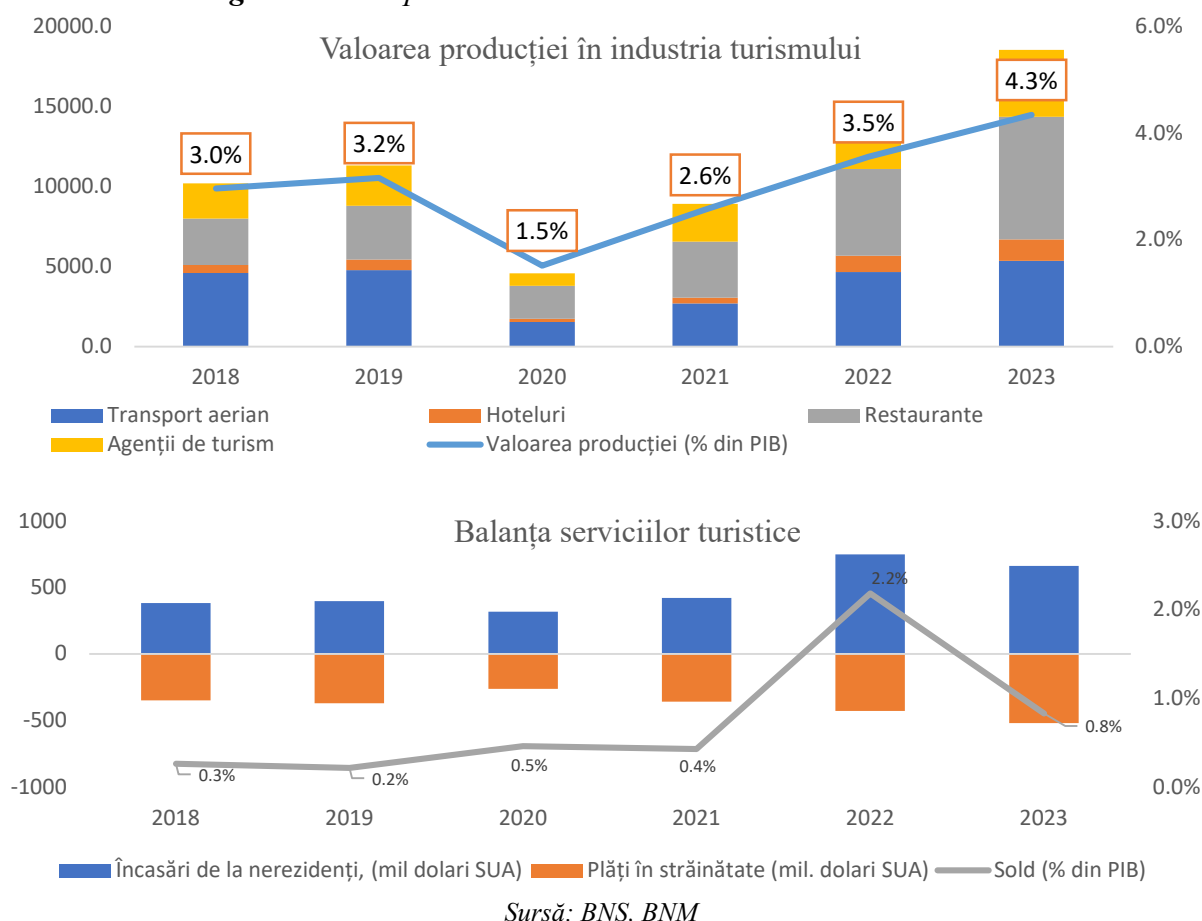
Impactul macroeconomic al industriei turismului

Impactul macroeconomic al industriei turismului este multi-dimensional (Figura nr. 5). Din start, veniturile agențiilor de turism și a agențiilor tur-operatorie, care au constituit 3.9 miliarde lei în 2023 și provin în proporție de 94% din turismul emițător, le revin 1.3% din PIB. Pe lângă acestea, sunt relevante veniturile din activitățile economice conexe care, conform uzanțelor Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (în continuare - OCDE), se clasifică în activități *direct legate de turism* (transportul aerian, cazarea) și *parțial legate de turism* (restaurantele). Cu referire la acestea, menționăm că venitul aferent transportului aerian a fost de 4.5 miliarde lei în 2023, veniturile unităților de cazare – de circa 1 miliard lei, iar încasările restaurantelor – de 6 miliarde lei. Bineînțeles, restaurantele nu deservesc doar turiști, însă legătura dintre cifra de afaceri a restaurantelor și numărul de călători în cadrul turismului receptor este strânsă. De exemplu, în 2020, ca urmare a diminuării numărului de călători cu 65%, s-a observat o diminuare paralelă a veniturilor restaurantelor cu 68%. Per total, ponderea turismului și a industriilor conexe acestuia în PIB oscilează în jurul valorii de 3% (cu excepția anilor afectați de criza pandemică).

Totodată, este semnificativ impactul turismului asupra balanței de plăți, care califică cheltuielile nerezidenților în Republica Moldova drept export de servicii, iar cheltuielile moldovenilor plecați în vacanță peste hotare drept import de servicii. În pofida faptului că numărul de turiști moldoveni în cadrul turismului emițător depășește cu mult numărul de vizitatori în cadrul turismului receptor, soldul încasărilor și plăților aferente turismului este pozitiv, ajungând să constituie 138,3 milioane dolari SUA în 2023. Volumul încasărilor de la nerezidenți a constituit 661,2 milioane dolari SUA, iar volumul plăților – 522,9 milioane dolari SUA. În structură, 28% din volumul încasat revine cheltuielilor de afaceri, iar 72% sunt cheltuieli personale, inclusiv pe servicii de sănătate (7%), educație (12%) și odihnă (52%). Concomitent, 37% din plățile efectuate de moldoveni în exterior sunt cheltuieli de afaceri, iar 63% - cheltuieli personale. Cele din urmă constau din cheltuieli de sănătate (6%), educație (13%) și odihnă (44%)²⁶.

²⁶ BNM, Balanța de plăți

Figura nr. 5 Impactul macroeconomic al industriei turismului



În condițiile actuale, potențialul de creare a locurilor de muncă în industria turismului și sectoarele conexe nu este valorificat suficient. În 2023, agențiile de turism și tur-operatorii înglobau 1280 de angajați, în timp ce în industriile conexe activau 19460 angajați, inclusiv: 678 în transportul aerian, 1996 în unitățile de cazare, iar majoritatea – 16184 în restaurante și alte servicii de alimentație. În sumă, angajații din turism și industriile conexe reprezintă circa 2,7% din numărul total de angajați în Republica Moldova. Totuși, impactul turismului receptor și a turismului intern asupra câmpului muncii nu se reduce la numărul de angajați din sector. În virtutea consumului agregat pe care îl amplifică încasările de la nerezidenți, turismul contribuie la creșterea volumului de vânzări (respectiv și a cererii de forță de muncă) pentru sectoarele care generează inputuri – agricultură, industrie alimentară, transport, construcții, industrii creative, etc.

Efectul multiplicator al turismului în Republica Moldova nu este studiat în profunzime, însă practicile internaționale din țările unde turismul joacă un rol important în economie denotă faptul că, pe lângă consumul direct (transport, cazare, alimentație, agrement), turismul contribuie și la consumul indirect (de către agenții economici și angajații din domeniu). La rândul său, consumul indirect creează un efect în cascadă, generând venituri și locuri de muncă în alte sectoare economice, cum ar fi cel al construcțiilor, comerțului cu amănuntul, transportul local etc. Acestea din urmă reprezintă efecte induse de dezvoltarea turismului. *Grosso modo*, varii studii empirice (Mazumder, Al Mamun, Al-Amin, & Mohiuddin, 2012) au demonstrat cu elocvență că fiecare dolar cheltuit în cadrul turismului receptor duce la creșterea veniturilor populației cu 1 dolar și la creșterea producției cu 2 dolari. Mai mult ca atât, fiecare milion de dolari încasat din turismul receptor conduce la crearea a 30-80 locuri de muncă în economia națională.²⁷

²⁷ Pentru o cronologie a cercetărilor în domeniu a se vedea [\(PDF\) Economic Impact of Tourism - A Review of Literatures on Methodologies and Their Uses: 1969-2011 \(researchgate.net\)](#)

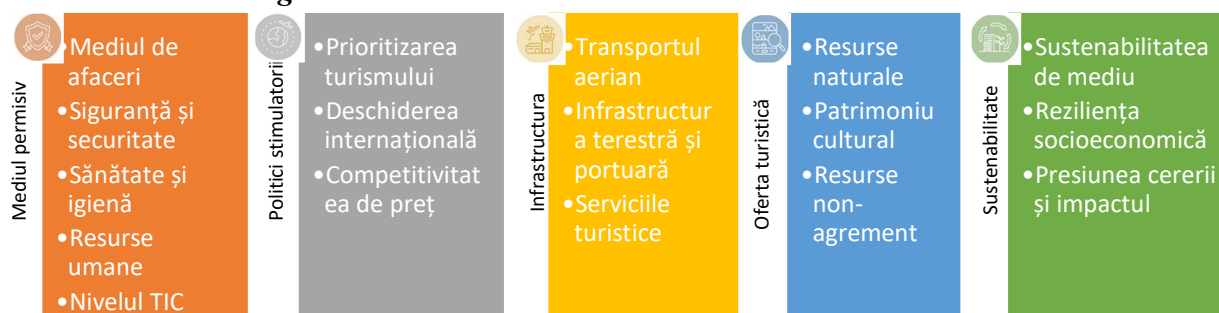
Prin urmare, este crucial să subliniem efectul dezvoltării industriei turismului – în speță a turismului receptor, asupra altor sectoare economice ale căror creștere este indusă de creșterea numărului de cetățeni străini care vizitează Republica Moldova. Concomitent, este necesar să recunoaștem valoarea turismului intern atât din perspectiva dezvoltării regionale în Republica Moldova, cât și în calitate de factor de stabilizare în perioadele de acalmie.

Secțiunea a 4-a Competitivitatea externă

Competitivitatea externă a turismului depinde de o multitudine de factori. Astfel, oferta turistică diversificată este unul din pilonii de dezvoltare a turismului, însă dorința de descoperiri și drumeție scoate în evidență și alți factori de succes cum ar fi: siguranța, accesul, comoditatea și sustenabilitatea. Forumul Economic Mondial (FEM) propune un cadru de evaluare a dezvoltării turismului bazat pe 17 piloni care stau la baza Indicelui de Dezvoltare a Turismului și sunt grupați în 5 sub-indicatori: a. mediul permisiv; b. politicile stimulatorii; c. infrastructura; d. oferta turistică; și e. sustenabilitatea (vezi Figura nr. 6). Din punct de vedere metodologic, există o strânsă corelare între locul țării în clasamentul propus de FEM și numărul efectiv de excursioniști și turiști internaționali care vizitează țara (FEM, 2024).

Liderul clasamentului mondial în 2024 sunt SUA, urmate de Spania, Japonia și Franța, completează lista celor mai atractive destinații turistice datorită mediului de afaceri permisiv și a standardelor de calitate, politicilor stimulatorii, accesului la rutele internaționale, capacităților de cazare pentru orice gust, ofertei turistice diversificate și a grijii pentru mediul ambiant și populație. Republica Moldova, cu un scor de 3,53 din maximum 7 puncte, ocupă poziția 88 în acest clasament, în scădere cu 11 trepte față de ediția anterioară a clasamentului și cu 29 de trepte mai sus decât în ediția din 2017²⁸. În plan regional, Republica Moldova se regăsește printre țările din Balcani și Europa centrală și de Est – regiune a cărei lider este Polonia cu poziția 27 din clasamentul mondial. România (poziția 43 în clasamentul mondial) este a cincea țară din regiune, Republica Moldova ocupând poziția 11, la egalitate de puncte cu Macedonia de Nord și în avans față de Bosnia și Herțegovina.

Figura nr. 6 Cadrul de evaluare a dezvoltării turismului

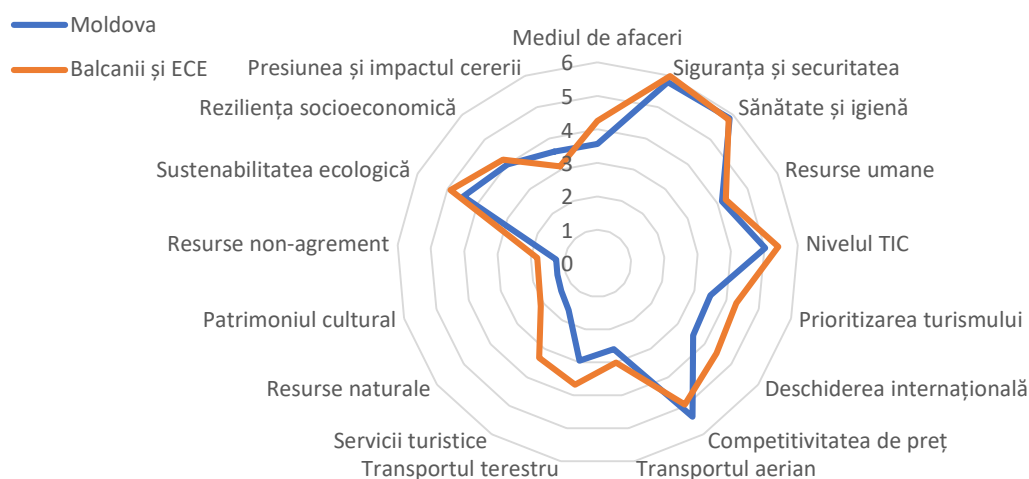


Sursă: FEM

În linii mari, performanța Republicii Moldova în 2024 (scor 3,53 puncte) a fost comparabilă cu cea a țărilor din regiune (scor mediu 3,81). La fel ca și în restul regiunii, mediul permisiv este acceptabil cu un scor de 4,9 puncte față de media regională de 5,1 puncte, în timp ce infrastructura și oferta turistică sunt lacunare. Scorul mediu pentru infrastructura turistică din Republica Moldova este de 2,4 puncte (față de 3,3), iar scorul mediu pentru oferta turistică – 1,3 puncte (față de 1,9). Doar din punct de vedere al sustenabilității turismului, țara noastră se încadrează în media regională, având un scor de 4,0 față de media regională de 4,1. În ceea ce privește politicile stimulatorii, Republica Moldova are scorul 4,2 puncte (față de 4,6 media pe regiune).

²⁸ FEM, [The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017](#)

Figura nr. 7 Performanța dezvoltării turismului în comparație cu media regională



Sursă: FEM

Tabel nr. 1. Indicele de dezvoltare a turismului în 2024

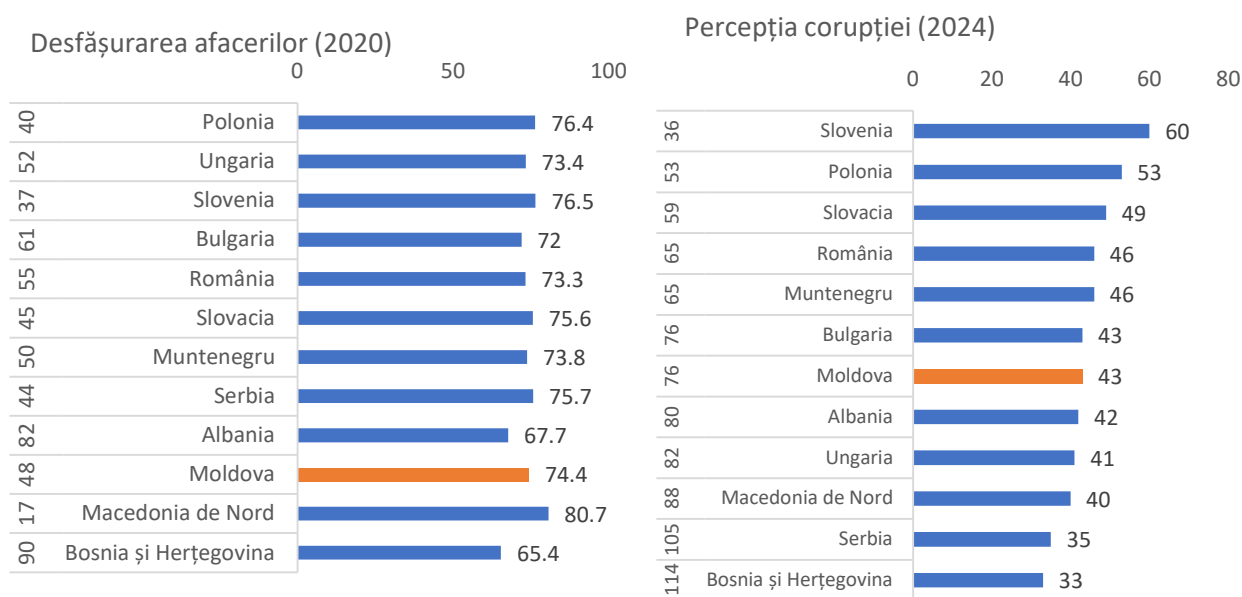
Poziția în clasamentul mondial	Indice	Piloni de dezvoltare a turismului	Moldova	Balcanii și Europa centrală și de est	Diferența
90	Mediul permisiv	Mediul de afaceri	3.56	4.25	-0.69
50		Siguranța și securitatea	5.8	6	-0.2
30		Sănătate și igienă	5.85	5.81	0.04
55		Resurse umane	4.15	4.27	-0.12
64		Nivelul TIC	5.02	5.41	-0.39
101	Politici stimulatorii	Prioritizarea turismului	3.5	4.31	-0.81
81		Deschiderea internațională	3.57	4.45	-0.88
31		Competitivitatea de preț	5.38	4.95	0.43
92	Infrastructura	Transportul aerian	2.6	3.01	-0.41
82		Transportul terestru	2.95	3.68	-0.73
94		Servicii turistice	1.64	3.31	-1.67
113	Oferta turistică	Resurse naturale	1.36	2.12	-0.76
108		Patrimoniul cultural	1.25	1.82	-0.57
106		Resurse non-agrement	1.24	1.81	-0.57
51	Sustenabilitatea turismului	Sustenabilitatea ecologică	4.48	4.91	-0.43
80		Reziliența socioeconomică	3.99	4.19	-0.2
71		Presiunea și impactul cererii	3.58	3.1	0.48
88	TTDI		3.53	3.81	-0.28

Sursă: FEM

Pilonul I. Mediul de afaceri

Din punct de vedere al mediului de afaceri (scor 3,56), pentru industria turismului sunt relevante aspectele ce țin de drepturile de proprietate, regulile referitoare la investițiile străine directe, probitatea cadrului legislativ de a soluționa litigii și de a ataca acțiunile guvernării, povara administrativă, previzibilitatea reglementărilor, povara fiscală, accesul la finanțare al ÎMM și percepția corupției. Or, deficiențele Republicii Moldova la acest capitol țin anume de sistemul de justiție și de corupția endemică (Figura nr. 8). Pe de altă parte, atuurile Republicii Moldova, chiar dacă puține la număr, se referă la facilitățile pentru investițiile străine directe, regimul fiscal favorabil și accesul relativ bun la finanțarea ÎMM. Deocamdată, se constată că Republica Moldova a avansat de la poziția 120 în 2019 la poziția 76 în 2024 (din 180 de țări) în clasamentul mondial privind Indicele Percepției Corupției, îmbunătățindu-și gradual scorul de la 32 până la 43.²⁹

Figura nr. 8 Performanța mediului de afaceri și a percepției corupției



Sursă: Banca Mondială, Transparency International

Potrivit anchetei structurale a întreprinderilor pentru 2023³⁰, în industria turismului din Republica Moldova activează 2602 întreprinderi, a căror activitate de bază ține în mod predominant de turism (agenții turistice, hoteluri și transportatori avia) sau în mod parțial (restaurante). Din acest număr, 15 sunt companii aeriene, 267 - hoteluri și alte facilități de cazare, 1898 - restaurante și 422 -agenții turistice. În dinamică se poate constata că numărul de companii de transport avia a scăzut cu 25% față de 2014, de la 20, la doar 15, iar retragerea de pe piața Republicii Moldova a companiei low-cost WizzAir în 2022 și revenirea acesteia în 2024 a demonstrat cât de susceptibilă este industria turismului la astfel de decizii. În același timp, numărul agenților economici din sectorul hotelier a crescut cu 184% (de la 94 în 2014), în special din contul dezvoltării pensiunilor și a turismului rural a căror număr s-a triplat pe parcursul acestei perioade. Numărul de agenții turistice și tur-operatori a crescut cu 31% (de la 321 în 2014), iar numărul de restaurante a crescut cu 48% (de la 1284 în 2014).

Pilonul II. Siguranța și securitatea

La capitolul siguranță și securitate Republica Moldova se poziționează destul de bine (scor 5,8 puncte), plasându-se printre cele mai sigure state din punct de vedere al expunerii la acte teroriste și la crima organizată. Statistica omuciderilor și siguranța plimbărilor nocturne este de asemenea

²⁹ Transparency International, [Indicele Percepției Corupției, 2024](#)

³⁰ BNS, [Principalii indicatori ai activității întreprinderilor pe activități economice, 2014-2023](#)

foarte favorabilă dezvoltării turismului. Totuși, este necesar să menționăm că războiul declanșat de Federația Rusă în Ucraina, stat vecin cu Republica Moldova, afectează negativ turismul receptor, lucru care nu este captat în clasificatorul FEM.

Astfel, în conformitate cu estimările efectuate de UN Tourism pierderile potențiale pentru industria mondială a turismului ar putea să constituie circa 14 miliarde dolari SUA, iar Republica Moldova se numără printre statele afectate în mod nemijlocit³¹. Aceasta se întâmplă din următoarele motive:

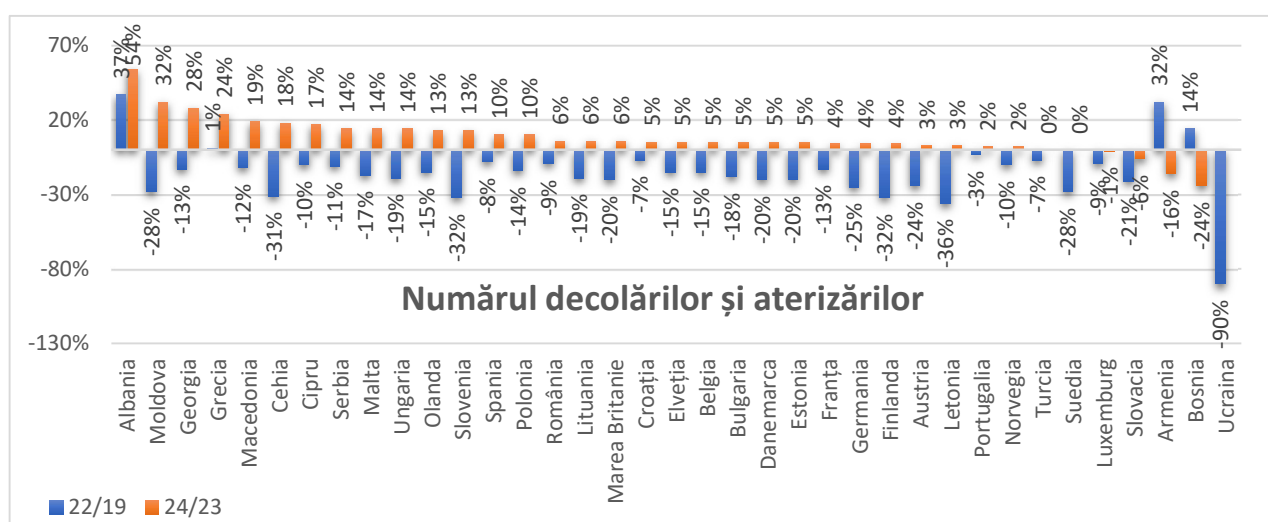
- **Diminuarea numărului de vizitatori în cadrul turismului receptor.** Aproximativ 11.3% din cetățenii străini care au vizitat Republica Moldova în ultimii 10 ani au fost din Federația Rusă, iar 9.3% din Ucraina. De menționat că, potrivit statisticii turismului, numărul ucrainenilor care au vizitat Republica Moldova în 2022 a fost triplu față de anul precedent, iar numărul turiștilor din Federația Rusă a scăzut cu 66% în comparație cu 2021.

- **Periclitarea transportului aerian în și din Republica Moldova.** Numărul de zboruri înspre și din Republica Moldova a scăzut cu 28% în 2022 față de 2019 (an pre-pandemic).³² În tandem cu agresiunea militară a Federației Rusă în Ucraina și închiderea temporară a spațiului aerian, aceasta a determinat unele companii aeriene să retragă cursele de pe Aeroportul Internațional din Chișinău. Totodată, în 2024 situația s-a schimbat drastic – numărul aterizărilor și decolărilor în Republica Moldova a crescut cu 32% în martie 2024 în comparație cu 2023 recuperând pierderile anterioare;

- **Creșterea riscului deplasărilor în Europa pentru călătorii din Asia și America.** Scenariile prognozate UN Tourism pentru 2022 prevedeau un declin al sosirilor internaționale la nivel mondial în limitele a 50-63% față de 2019 din cauza confidenței joase cu privire la condițiile de securitate. Țările europene, dar mai ales țările vecine Federației Ruse și Ucrainei au fost printre cele mai afectate din acest motiv (Figura nr. 9)³³. Deși, la moment riscurile s-au atenuat, volatilitatea situației din țara vecină este în continuare o sursă de risc;

- **Majorarea costurilor aferente călătoriilor.** Periclitarea exportului de cereale din cauza acțiunilor de război din Ucraina și criza energetică mondială orchestrată de Federația Rusă au condus la scumpiri în lanț la produsele alimentare și combustibil, afectând astfel prețurile pentru serviciile de transport și alimentare publică.

Figura nr. 9 Frecvența zborurilor în țările europene



Sursă: Eurocontrol

³¹ UNWTO, [Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism](#)

³² Eurocontrol Aviation Intelligence Unit. [Performance 2022 – Outlook 2023, European Aviation Overview 2024](#)

³³ UNWTO, [Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism](#)

Pilonul III. Sănătate și igienă

Ca efect al crizei pandemice, care a afectat profund industria mondială a turismului în anii 2020-2021, sănătatea și igiena au devenit un pilon fundamental al dezvoltării turismului. Printre indicatorii relevanți pentru sectorul turismului se numără accesul la apă potabilă și sisteme de canalizare, numărul de medici și paturi spitalicești, accesul la servicii medicale și incidența maladiilor transmisibile. Republica Moldova se poziționează bine la acest capitol, având un scor de 5,85 puncte, puțin sub media regională.

Totodată, este necesar de menționat că pandemia COVID-19 a alterat semnificativ comportamentul de consumator. Astfel, potrivit celui mai popular motor de căutare a facilităților de cazare, 79% din călători afirmă că sunt dispuși să ia mai multe măsuri de precauție.

În Republica Moldova disponibilitatea serviciilor medicale și, în special, a celor stomatologice, a favorizat dezvoltarea unei piețe emergente pentru turismul receptor și anume cea a „vacanțelor dentare”. Catalizatorul dezvoltării acestui segment de piață a fost diaspora moldovenească care, cunoscând standardele de calitate și prețurile locale, preferau să-și trateze dinții acasă, combinând tratamentul cu vizitarea rudelor și prietenilor. Inspirată de dinamica pozitivă a clienței, clinicile dentare au început să ofere servicii specializate pentru cetățenii străini, oferind suport pentru identificarea oportunităților de cazare, transport, agrement, traducere.

Totuși, este necesar de menționat că turismul dentar s-a profilat în calitate de „mină de aur” la începutul mileniului, iar țări precum Ungaria, Croația, Bulgaria și Turcia au reușit să devină destinații obișnuite pentru pacienți din Marea Britanie, Austria, Germania, Elveția, SUA și Canada³⁴. Alte domenii de perspectivă pentru turismul medical sunt: chirurgia plastică, fertilizarea in vitro și serviciile oftalmologice.

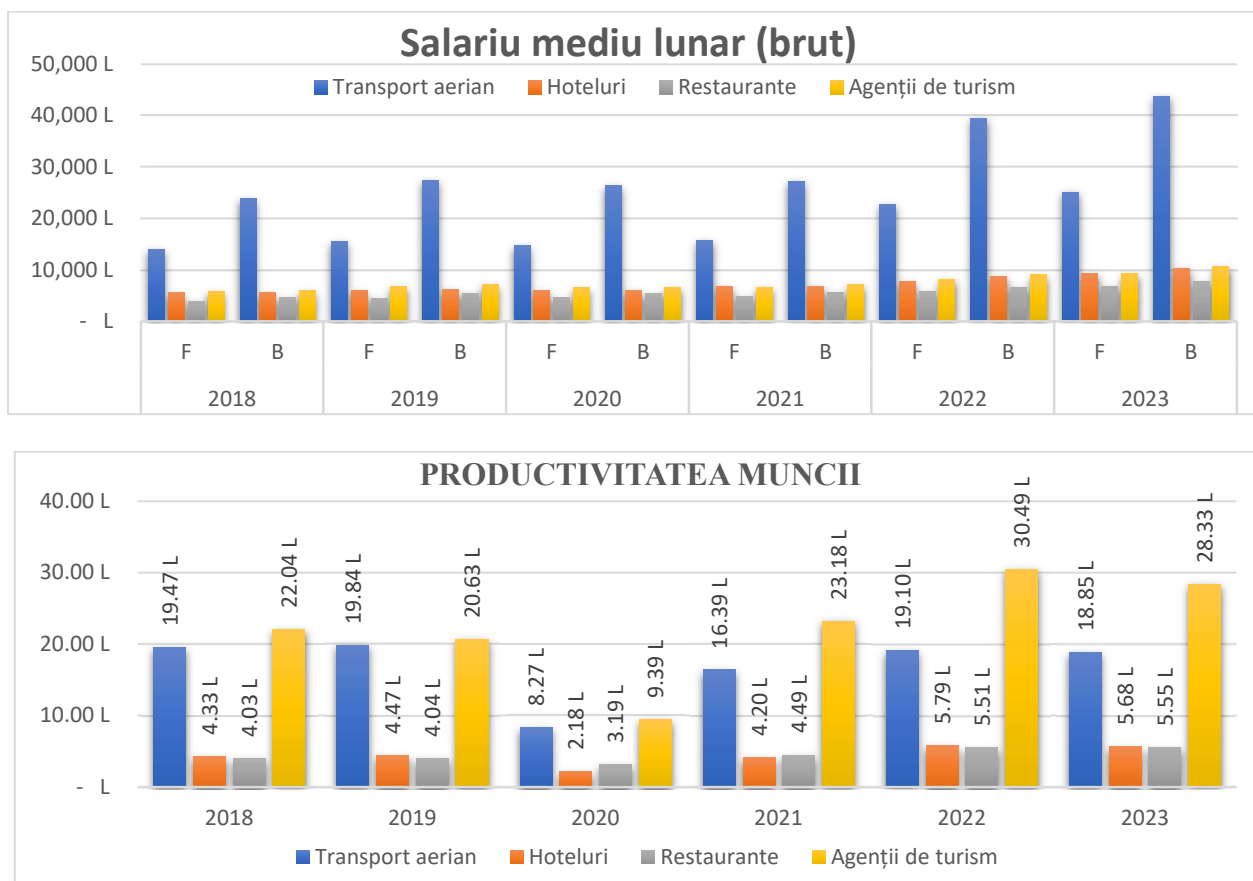
Pilonul IV. Resurse umane

În comparație cu țările din regiune, Republica Moldova are o performanță relativ bună în ceea ce privește capitalul uman, acumulând un scor de 4,15 puncte (față de media regională de 4,27). Aceasta se datorează mai ales faptului că, la nivel de țară, dispunem de o prevalență înaltă a studiilor universitare, un sistem educațional orientat spre a satisface necesitățile pieței, practici de angajare și concediere conforme cu standardele internaționale și o flexibilitate în ceea ce privește încadrarea în câmpul muncii. Totodată, în opinia agenților economici din sectorul turismului, există lacune la capitolul accesului la forță de muncă calificată pe anumite segmente și o productivitate a muncii scăzută.

În industria turismului sunt angajați 20138 salariați, dintre care în activități preponderent turistice circa 3954 (inclusiv 678 în transport aerian, 1996 în hoteluri și facilități de cazare și 1280 în agenții de turism). Din angajații activităților parțial turistice fac parte lucrătorii din domeniul restaurantelor și a altor servicii de alimentare publică – 16184 persoane. Este remarcabil că în jur de 2/3 din angajații din domeniul turismului sunt femei (63% în 2023) și doar 1/3 bărbați (37%). Cele mai mari salarii medii lunare brute sunt în domeniul transportului aerian – 34,9 mii lei, dar tot aici se manifestă cel mai mare decalaj de gen, femeile (majoritatea însoțitoare de bord) având un salariu care reprezintă doar 58% din salariul bărbaților (majoritatea piloți). În hoteluri și agenții de turism, salariul mediu lunar este aproximativ 10 mii lei, diferența de gen fiind nesemnificativă. În restaurante se câștigă mai puțin (cel puțin nominal) – circa 7 mii lei, iar diferențele de gen sunt ceva mai accentuate. Bărbații angajați în serviciile de alimentație publică câștigă lunar circa 6.6 mii lei, în timp ce femeile – doar 5.7 mii lei (vezi Figura nr. 10).

³⁴ DentaVacation.com. [Dental Work Abroad: Expert Guide](#), 2022

Figura nr. 10 Costul muncii în industria turismului



Sursă: BNS

Productivitatea muncii³⁵ diferă semnificativ în funcție de intensitatea utilizării capitalului uman. În agențiile de turism fiecare angajat aduce încasări de 28 lei, însă costul de bază îl formează pachetele turistice procurate de la parteneri în cadrul turismului emițător, prim urmare valoarea adăugată este foarte mică. La fel și în transportul aerian, încasările de circa 19 lei per angajat sunt echilibrate de cheltuielile de arendă a flotei aeriene, menținere și combustibil. În hoteluri și restaurante productivitatea muncii este de 5,7 și 5,5 lei per angajat.

Sub aspect cantitativ oferta educațională, atât pentru muncile de calificare joasă cât și pentru cele de calificare înaltă, este suficientă. Astfel, învățământul profesional tehnic (nivelul 3 și 4 ISCED) pregătește suficiente cadre pentru industria turismului (3300 elevi au absolvit în 2022 în domeniul „Servicii hoteliere, restaurante și alimentație publică” și 308 în domeniul „Călătorii, turism și agrement”), iar standardele ocupaționale care stau la baza curriculei este necesar de a fi ajustate la cerințele pieței. În cadrul învățământului superior (ciclul I și II), la specialitatea „Servicii Hoteliere, Turism și Agrement” au absolvit 354 studenți cu licență în „Servicii publice”. Ținând cont de faptul că capacitatea pieței este de cca 19 mii locuri de muncă, sistemul educațional permite reînnoirea cadrelor în industria turismului o dată la 11 ani.

Pilonul V. Nivelul TIC

În ultima decadă comerțul electronic a fost unul din factorii principali de creștere a turismului la nivel mondial. Zborurile low-cost, opțiunile de cazare de tip *Airbnb*, serviciile de taximetrie de tip *Uber*, serviciile de alimentație de tip *Glovo* s-au dezvoltat în tandem cu comerțul electronic de îndată ce platformele mobile au devenit la îndemâna tuturor.

³⁵ Cifra de afaceri raportată la costul muncii

Republica Moldova este bine poziționată și din acest punct de vedere, dispunând de acoperire mobilă și o penetrare a internetului de bandă largă de aproape 100%. De asemenea, Republica Moldova ocupă locul 3 în lume în clasamentul țărilor cu cel mai ieftin internet fix în bandă largă, cu un abonament mediu lunar de 7.03 dolari SUA pe lună³⁶. În Republica Moldova practic nu există întreruperi de electricitate, iar 76% din populație utilizează activ internetul. Respectiv, scorul țării din punct de vedere al dotării cu tehnologii informaționale și comunicații (TIC) este de 5,02 puncte, un pic sub nivelul regional. Utilizarea platformelor digitale pentru accesul la serviciile de cazare, alimentație publică și transport sunt destul de înalte, căpătând un impuls suplimentar de dezvoltare pe durata pandemiei.

Cu toate acestea, capacitatea actorilor din domeniul turismului de a promova și digitaliza oferta turistică rămâne limitată. Lipsa cunoștințelor în domeniul marketingului digital, a resurselor umane specializate și a unei strategii coerente de promovare digitală împiedică vizibilitatea internațională a Republicii Moldova ca destinație turistică. Platformele digitale internaționale sunt puțin utilizate, iar eforturile locale sunt fragmentate și ineficiente, ceea ce face ca potențialul turistic al țării să rămână în mare parte necunoscut turiștilor străini.

O direcție de perspectivă pentru Republica Moldova este valorificarea potențialului turistic al nomazilor digitali. La nivel mondial, circa 34 milioane de liber-profesioniști se identifică în calitate de nomazi digitali, jumătate din ei provenind din SUA, fiind urmași de cei din Marea Britanie (7%), Federația Rusă (5%), Germania (4%) și Franța (3%)³⁷. Conform unui sondaj efectuat de FlexJobs, provocările tipice cu care se confruntă nomazii digitali sunt: identificarea unei surse Wi-Fi sigure (42% din respondenți), identificarea unui spațiu optimal de muncă (42%), oportunități de socializare (35%), fusul orar (35%) și comunicarea pe serviciu (20%). Cea mai mare parte din nomazii digitali călătoresc pe vize turistice, însă 45 de țări (printre care Germania, Estonia și România) au început să elibereze vize pentru nomazi digitali. Avantajul oferirii vizei este legalizarea statutului și prelungirea duratei de ședere (de regulă vizele turistice nu oferă dreptul la muncă și se eliberează pe o durată de 30 de zile).

Pilonul VI. Prioritizarea turismului

Scorul de 3,5 atribuit Republicii Moldova în clasamentul mondial al dezvoltării turismului reflectă în mare măsură realitatea zilei de ieri. Într-adevăr, cele două documente strategice - Strategia de dezvoltare durabilă a turismului în Republica Moldova în anii 2003–2015 aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 1065/2003³⁸, cât și Strategia de dezvoltare a turismului “Turism 2020” aprobată prin Hotărârea Guvernului nr. 338/2014³⁹, au expirat fără să-și atingă finalitatea. Mai mult ca atât, urmare a reformei administrației publice centrale din 2017, sectorul s-a dezvoltat autonom, fără o politică publică aprobată și fără o instituție responsabilă exclusiv de implementarea politicilor publice în domeniu.

În contextul politicilor stimulatorii ale statului în domeniul turismului un rol primordial îl joacă promovarea brandului de țară. În 2014, Republica Moldova a dezvoltat un brand național turistic reprezentativ și distinct – „Pomul Vieții. Descoperă căile vieții” (Tree of Life: Discover the routes of life)⁴⁰. Simbolul, poziționarea și mesajul transmise de noua identitate vizuală turistică de țară au fost dezvoltate în baza unei analize de marketing, a tendințelor internaționale și a concurenței, fiind implicat mediul de afaceri, comunitatea civică și expertiza internațională. În unele utilizări,

³⁶ ANRCETI, [Moldova deține locul 3 în lume cu cel mai ieftin Internet fix în bandă largă](#), 2023

³⁷ Gitnux.com, [Digital Nomad Statistics And Trends 2023](#)

³⁸ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=77950&lang=ro

³⁹ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=56010&lang=ro

⁴⁰ <https://pomulvietii.md/>

sloganul de țară a fost înlocuit cu apelul „Fii Oaspetele Nostru” (Be Our Guest), care a fost dezvoltat ca o campanie de promovare și de activare și care a devenit larg utilizat atât de industrie cât și de societate, consacându-se ca un atribut al brandului național. Deși „Fii Oaspetele Nostru” reprezintă unul dintre „adevărurile de sprijin”, reprezentând căldura și întâmpinarea autentică a oaspeților, 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: un loc în care te regăsești” (A place to find yourself) a fost elaborat în contextul perioadei pandemice, fără o implicare din partea industriei ce a condus la o utilizare precară a acestuia. În final, campania „NeamPornit”⁴¹ a amplificat comunicarea privind oferta turistică a țării către cetățeni, ceea ce s-a materializat în creșterea indicatorilor turismului intern în perioada pandemică și post-pandemică. Sloganul s-a format pe baza următoarelor idei-cheie: percepția externă a țării, Moldova nu este foarte cunoscută internațional ca destinație turistică, mulți turiști vin fără așteptări clare dar pleacă impresionați de ospitalitatea oamenilor, peisajele rurale pitorești, vinăriile locale, și ritmul calm de viață, contrastele pozitive. Conceptul de „primitor” (cozy) evocă ideea de căldură sufletească, confort, conexiune umană – toate fiind elemente pe care turiștii le simt în contactul cu localnicii, în satele moldovenești sau la o cină într-o crămă.

Pilonul VII. Deschiderea internațională

Din punct de vedere al deschiderii internaționale Republica Moldova are o performanță neunivocă. Scorul de 3,57 puncte (semnificativ sub media regională) este rezultatul unei poziționări foarte reușite din punct de vedere al regimului de intrare în țară pentru cetățenii străini și foarte defectuoase din perspectiva numărului de acorduri aeronautice bilaterale, numărului de acorduri comerciale regionale și a gradului de liberalizare a contului de capital. Astfel, călătorii din UE, CSI, CEFTA, Marea Britanie, Australia, Coreea de Sud, Japonia nu au nevoie de viză, iar cetățenii altor state pot aplica la viza electronică, care însă presupune proceduri anevoioase. În ceea ce privește acordurile comerciale (precursori ale turismului de afaceri), situația este cât se poate de dinamică. Republica Moldova este stat membru al Organizației Mondiale a Comerțului (OMC) și beneficiază de acorduri de comerț liber cu UE și CSI. În afară de aceasta Republica Moldova e parte la acorduri bilaterale de comerț cu Turcia și Marea Britanie, negociind acorduri similare cu India, Egipt și China. În ceea ce privește contul de capital, acesta are o relevanță redusă pentru industria turismului, în prezent existând doar o serie de restricții la exportul de capital de către cetățenii Republicii Moldova. Restricții la importul de capital (investiții străine directe și investiții de portofoliu) nu există. De fapt, 2022 a fost un an record pentru atragerea ISD în Republica Moldova, iar ținând cont de cursul de aderare la UE, tendințele viitoare nu pot fi decât favorabile turismului.

La modul practic, un motiv de îngrijorare pentru industria turismului din Republica Moldova reprezintă numărul de acorduri aeriene din care face parte țara noastră. Reieșind din informația statistică, numărul companiilor aeriene care efectuau zboruri în și din Republica Moldova a scăzut de la 20 la 12 la finele anului 2022, iar odată cu retragerea de pe piață a companiei low-cost *WizzAir* în 2022 și situația precară a operatorului național *Air Moldova*, situația a devenit și mai dificilă în 2023. Criza zborurilor a fost aplanată în 2024, odată cu revenirea parțială a companiei *WizzAir* și intrarea pe piață a unor operatori noi, cum ar fi *Eurowings* – subsidiara low-cost a companiei *Lufthansa*. Or, în condițiile când 43% din cetățenii străini intră în Republica Moldova pe cale aeriană, previzibilitatea curselor aeriene este un element important în dezvoltarea turismului receptor.

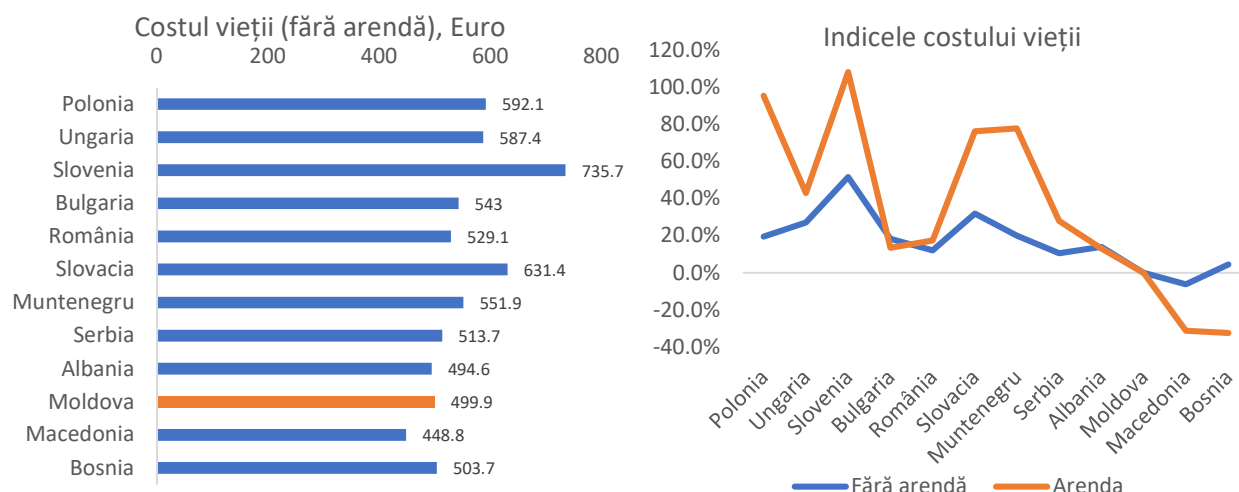
⁴¹ <https://neampornit.map.md/>

Pilonul VIII. Competitivitatea de preț

Grație parității puterii de cumpărare, Republica Moldova se clasează favorabil în comparație cu țările din regiune, înțrînd un scor de 5,38 puncte față de media regională de 4,95. Acest lucru denotă faptul că pentru vizitatorii străini, în special cei din vest, costul vieții în Republica Moldova este mai ieftin în termeni relativi. Într-adevăr, dacă se ia în considerare prețurile pentru arenda spațiului locativ, doar în Macedonia de Nord și Bosnia și Herțegovina costul vieții este mai jos decăt în Republica Moldova (vezi Figura nr. 11). La fel, din punct de vedere al taxelor aeroportuare și al prețului pentru carburanți poziția Republicii Moldova este în general competitivă, iar prețul redus pentru opțiunile de cazare în sectorul privat (de tip Airbnb) face ca Republica Moldova să fie o destinație foarte atractivă pentru călătorii și excursioniști economi.

Acest aspect, fiind comunicat într-un mod inteligent, poate deveni un atu puternic pentru industria turismului din Republica Moldova. Pandemia a schimbat comportamentul turiștilor în sensul că, actualmente, se dă preferință „plăcerilor simple”, care se înscriu în conceptul de „acasă departe de casă”. Astfel, 42% din turiștii chestionați în 2023 optează pentru apartamente în loc de hoteluri, iar 46% preferă să ia masa la bucătărie în loc să meargă la restaurante. În ceea ce privește opțiunile de agrement, un număr tot mai mare de călători optează pentru drumeții sau alt gen de odihnă în sânul naturii, în loc de vizite la muzeu.⁴²

Figura nr. 11 Costul vieții în Republica Moldova în comparație cu țările din regiune



Sursă: Numbeo (2023)

Pilonul IX. Transportul aerian

Infrastructura transportului aerian a Republicii Moldova cedează mediei regionale înțrînd un scor de 2,6 puncte. Cu un număr total de 4.142.413 de pasageri deserviți în 2024, aeroportul a înregistrat o creștere spectaculoasă de 46,0% față de anul 2023, ceea ce înseamnă peste 1,3 milioane de pasageri mai mult. De menționat că, deși restricțiile de circulație legate de pandemie au dispărut complet la sfârșitul anului 2021, spațiul aerian al Republicii Moldova s-a închis în februarie 2022 ca urmare a războiului declanșat de Federația Rusă în Ucraina. Ulterior, acesta a fost redeschis doar pe direcția vestică.

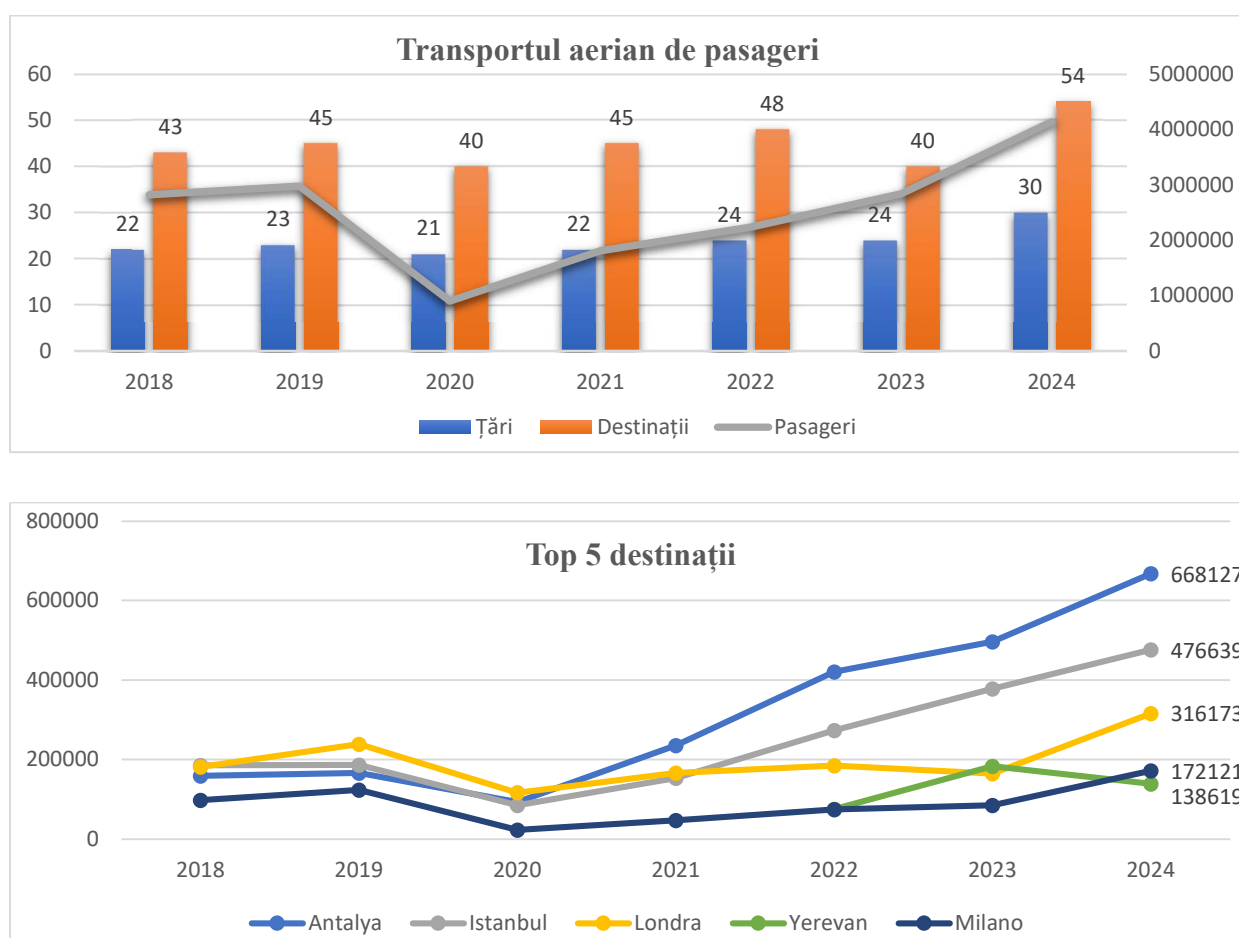
Cu toate acestea, conectivitatea Republicii Moldova la spațiul aerian internațional nu a suferit modificări majore în această perioadă. În 2022 din Republica Moldova se efectuau curse aeriene în 48 de destinații din 24 de țări, ceea ce este chiar mai mult decăt în 2019, când din Aeroportul Internațional Chișinău se putea decola către 45 de destinații din 23 de țări. Schimbări în structură au avut totuși loc: rutele cu destinația Moscova și Sankt-Petersburg au fost înlocuite de două destinații

⁴² Booking.com, [Simple pleasures: Going back to the essentials](#), 2023

noi – Tbilisi și Yerevan, ultima din ele fiind cu siguranță o escală pentru călătorii în și din Federația Rusă.

Pe parcursul anului 2024, pe Aeroportul Internațional Chișinău și-au început operarea 7 companii aeriene noi, precum, Georgian Wings, Lufthansa, Skyvision Airlines, Air Anka, Eurowings, Air Baltic și Mavi Gök Airlines, astfel consolidându-se conectivitatea regională și internațională. Totodată, orarul de zbor a fost completat cu 14 destinații noi în rețeaua sa: Budapesta, Cologne, Riga, Istanbul Sabiha, Stuttgart, Hamburg, Enfidha, Manchester, Praga, Abu Dhabi, Bruxelles Charleroi, Dortmund, Memmingen și Nuremberg. În anul 2025, Aeroportul Internațional Chișinău a anunțat venirea a două noi companii aeriene: SkyUp Airlines și Transavia, o renumită companie franceză low-cost ce adăugă conexiuni importante cu Europa, cu extinderea rețelei de zboruri spre 10 destinații noi: Bremen, Alicante, Thessaloniki, Palma de Mallorca, Katowice, Copenhagen, Lyon, Paris Orly, Turin, Wrocław.

Figura nr. 12 Fluxul anual de pasageri în Aeroportul Internațional Chișinău



Sursă: Autoritatea Aeronautică Civilă (AAC)

Totodată, e de menționat, că începând cu data de 1 iulie 2023, au fost reduse taxele aeroportuare, în special a taxei de dezvoltare de la 9 euro la 4,5 euro per pasager, precizând faptul, că vor urma descreșteri suplimentare, astfel încât Republica Moldova să devină un hub de trafic aerian de interes pentru companiile avia low-cost și nu doar. Această dezvoltare răspunde provocărilor determinate de creșterea numărului pasagerilor din Ucraina, precum și oportunităților de dezvoltare a turismului și a deschiderii țării spre organizarea evenimentelor internaționale. La aeroportul internațional Chișinău au demarat lucrări de modernizare, cu investițiile considerabile în infrastructura acestuia.

Pilonul X. Transportul terestru

Din punct de vedere al infrastructurii terestre și portuare, Republica Moldova, cu un scor de 2,95 puncte se poziționează sub media regională de 3,68 și asta în pofida faptului că densitatea rețelei de căi ferate și accesul adecvat la transport public (apreciat cu 5 puncte din 7 posibile) ne „ajută” să avem o performanță mai bună decât ceea ce există în realitate.

În realitate însă, trenul nu mai este o opțiune de călătorie decât pentru un număr foarte mic de călători. Trenul de noapte pe ruta Chișinău-București și trenul modernizat pe ruta Chișinău-Iași au o oarecare relevanță, transportând anual aproximativ jumătate de milion de călători. Aceasta reprezintă o scădere de proporții în comparație cu 3,8 milioane călători transportați cu trenul în 2014. Ponderea călătoriilor cu trenul în parcursul total (pasageri-km) a scăzut de la 5,5% la doar 1,01%. Pentru deplasările pe teritoriul Republicii Moldova autobuzele și autoturismele sunt opțiunea de bază, deși și în această privință se observă o tendință de scădere a numărului de pasageri: de la 108.3 milioane călători anual până la 85,4 milioane în 2023. Ponderea călătoriilor cu autobuzul în parcursul total (pasageri-km) a scăzut în acest răstimp de la 59% la 52%.

Pe lângă cele menționate, infrastructura drumurilor rămâne sub nivelul celei din țările din regiune. În conformitate cu Indicele calității drumurilor, Republica Moldova a avansat de pe ultimul loc în clasamentul regional pe poziția 9, având un scor de 3.3 puncte în 2024 față de scorul de 2.4 puncte în 2019. Totuși, calitatea proastă a drumurilor influențează în mod direct viteza mediană de circulație, respectiv și deplasarea din mun. Chișinău către destinațiile turistice din zonă. Astfel, în Republica Moldova se circulă cu o viteză mediană de 67 km/oră. Mai încet se circulă doar în Albania și Bosnia și Herțegovina, unde viteza de circulație este influențată nu doar de calitatea șoselei, ci și de relief (Moszoro & Soto, 2022).

În ceea ce privește transportul rutier cu autobuzele și microbuzele nu este nevoie de investiții masive – regularizarea standardelor de calitate, digitalizarea vânzării билетelor și respectarea orarelor de călătorie ar fi suficiente pentru revigorarea acestui segment de infrastructură.

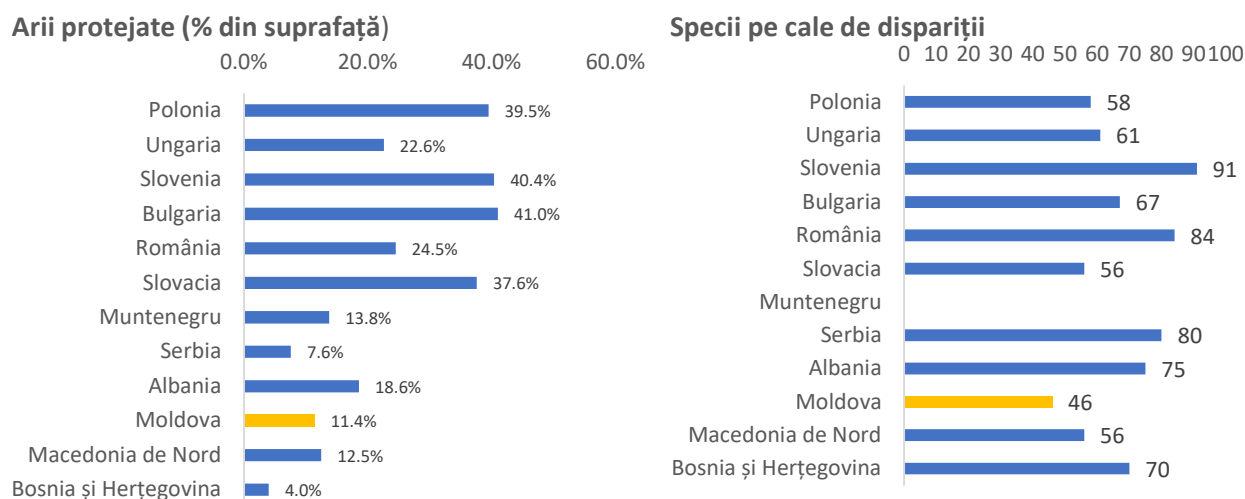
Pilonul XI. Infrastructura serviciilor de ospitalitate pentru turiști

Capacitățile reduse de cazare în hoteluri (apreciate ca număr de unități în raport cu populația țării) și oferta relativ mică de închiriere a apartamentelor private este ceea ce determină un scor redus al Republicii Moldova de doar 1,64 puncte pentru infrastructura serviciilor turistice – cu mult mai jos decât media regională (3,31 puncte). De menționat că, în afară de disponibilitatea fizică a structurilor de cazare (hoteluri și apartamente de închiriat), infrastructura turistică este caracterizată prin numărul de companii internaționale, care oferă chiria autovehiculelor, rețeaua de bancomate, serviciile hoteliere, alimentație și agrement. Cu referire la cele din urmă, Republica Moldova se conformează mediei regionale, cu excepția faptului că numărul de companii internaționale care oferă chiria autovehiculelor este mai redus.

Pilonul XII. Resurse naturale

Scorul înregistrat de Republica Moldova la acest pilon este de 1,36 puncte (comparativ cu media regională de 2,12 și media mondială de 2.9). Totuși, mai multe situri și arii naturale din Republica Moldova sunt recunoscute de către programe sau convenții UNESCO. Biosfera Prutul de Jos este inclusă în Programul UNESCO „Omul și Biosfera”. De asemenea, 3 situri sunt declarate situri Ramsar: Zona Prutul de Jos (mun.. Cahul), Zona Nistru de Jos (r. Tighina), Zona Unguri-Holoșnița (mun.. Soroca, r. Ocnîța). În 2011 în Lista Indicativă UNESCO a fost inclus dosarul „Solurile de cernoziom tipic din stepa Bălți ”.

Figura nr. 13 Natura ca factor de atracție turistică



Sursă: Banca Mondială, EEC

Pilonul XIII. Patrimoniul cultural

Patrimoniul cultural național al Republicii Moldova este un element esențial al identității și moștenirii culturale a poporului său. Patrimoniul cultural este o resursă valoroasă pentru educație, turism și dialog intercultural, reflectând bogăția istorică și diversitatea țării. Acesta include valori de patrimoniu mobil, imobil și imaterial, fiecare având o contribuție importantă la definirea diversității culturale și istorice a țării. Patrimoniul imobil constă în monumente și situri istorice care sunt parte integrantă a peisajului cultural al Republicii Moldova. Printre cele mai reprezentative elemente se numără: Orheiul Vechi, mănăstirile, cum ar fi Mănăstirea Căpriana, Mănăstirea Hâncu sau Mănăstirea Noul Neamț; casele tradiționale din sate precum Butuceni sau Trebujeni, care păstrează arhitectura tradițională moldovenească; clădirile istorice din mun. Chișinău, inclusiv biserici, instituții și structuri publice, care reflectă influențele arhitecturale ale diferitelor epoci. Patrimoniul arheologic parte componentă a patrimoniului imobil poate deveni un element important în dezvoltarea turismului, dacă este valorificat corespunzător. În prezent, în Republica Moldova sunt înregistrate peste 11000 de situri arheologice, care aparțin diferitelor perioade istorice și culturi. Patrimoniul imaterial cuprinde tradițiile, obiceiurile și expresiile culturale care sunt transmise din generație în generație. În Republica Moldova, acest patrimoniu include: muzica și dansurile populare, meșteșugurile tradiționale, precum țesutul covoarelor moldovenești, olăritul și prelucrarea lemnului; obiceiurile legate de sărbători, precum Crăciunul (colindele), Paștele (încondeierea ouălelor), Mărțișorul care implică jocuri și mese tradiționale; practici culinare tradiționale, precum prepararea plăcintelor, a sarmalelor și a vinului moldovenesc, vinul fiind o parte importantă a identității naționale. Patrimoniul mobil se referă la obiectele care pot fi transportate și care au o valoare istorică, artistică sau științifică. În acest sens, este de menționat că în Republica Moldova sunt înregistrate 131 de muzee, 7 dintre acestea fiind în subordinea Ministerului Culturii.

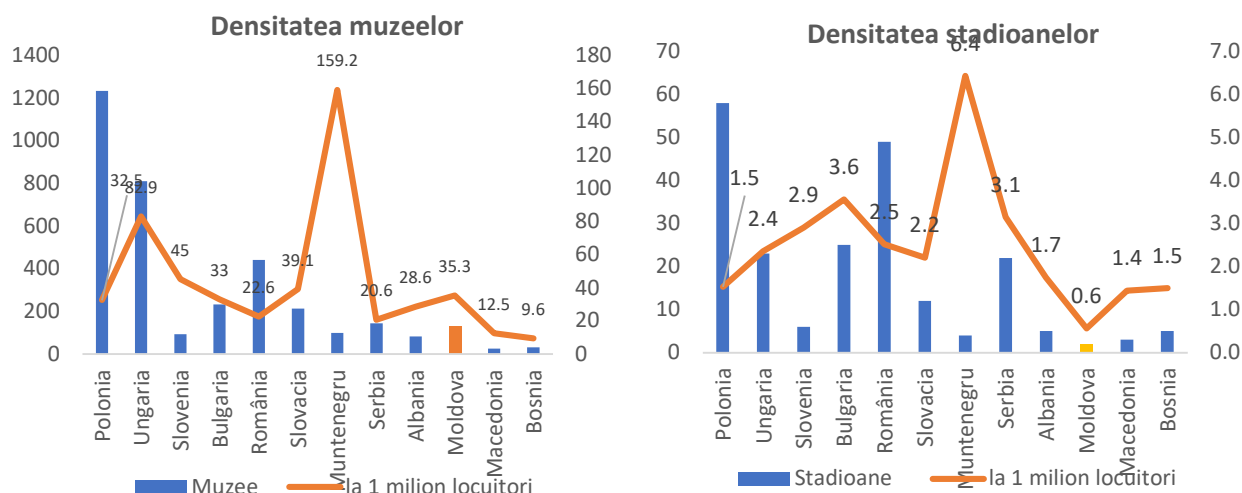
Din punct de vedere al patrimoniului cultural, Republica Moldova are un singur sit recunoscut de organizația UNESCO, și anume Arcul geodezic Struve. Acesta reprezintă o rețea formată din 34 de puncte de observație dislocate pe o linie de 2,820 km, care traversează 10 state - de la Norvegia (în nord) până în Ucraina (în sud). Pe teritoriul Republicii Moldova sunt 2 din cele 39 de puncte de observație – la Rudi și Geamăna. Punctul Struve din Rudi are o semnificație mai mult tehnică decât culturală și prezintă mai puțin interes pentru turiști, fiind și puțin valorificat de către gestionar (Primăria Rudi). În anul 2017, situl „Peisajul Arheologic Orheiul Vechi” a fost inclus în Lista Indicativă (de așteptare) UNESCO, reprezentând o cercetare științifică fundamentală-aplicativă, cu o anexă documentară desfășurată referitoare la obiectul de patrimoniu. Reieșind din

acestea, scorul țării pentru patrimoniul cultural este de 1,25 puncte, față de media regională de 1,82, fapt ce se datorează criteriilor care nu acoperă în totalitate diversitatea patrimoniului cultural al țării.

Republica Moldova, împreună cu România, a înscris mai multe elemente în Lista Reprezentativă UNESCO a Patrimoniului Cultural Imaterial al Umanității: Colindatul de ceată bărbătească (2013); Tehnici tradiționale de realizare a scoarțelor în România și Republica Moldova (2016), Practicile culturale asociate zilei de 1 Martie (Mărțișorul) (2017), dosar comun al Republicii Moldova, România, Bulgaria și Macedonia de Nord); Arta cămășii cu altiță – element de identitate culturală în România și Republica Moldova (2022). Elementele înscrise în Lista Reprezentativă UNESCO au un rol crucial în promovarea turismului prin sporirea interesului față de patrimoniu, atragerea vizitatorilor în căutare de experiențe autentice, promovarea dezvoltării sustenabile și contribuția la economia locală, în timp ce păstrează și celebrează identitatea culturală și tradițiile unice ale comunităților locale.

Produsul cultural al țării nu se reduce la siturile sau patrimoniul imaterial recunoscut de UNESCO. Vizitarea muzeelor și galeriilor de artă, teatrelor, sălilor de concert sau chiar susținerea echipei favorite de fotbal fac parte din traseul cultural (și sportiv) al unui vizitator tipic. Astfel, dacă e să comparăm oferta culturală și sportivă a Republicii Moldova cu cea a țărilor din regiune, observăm că poziția țării nu este univocă (vezi *Figura nr. 14*). Din punct de vedere al numărului de muzee raportate la 1 milion de locuitori, Republica Moldova, o țară mică cu 129 de muzee oficial înregistrate de Ministerul Culturii, se situează în mijlocul clasamentului, devansând țări precum Bosnia și Herțegovina, Macedonia de Nord, Albania, Serbia, România, Bulgaria și chiar Polonia.⁴³ Totodată, prin optica infrastructurii sportive, suntem cel mai puțin dotați cu stadioane în stare să găzduiască competiții fotbalistice internaționale – 0.6 la 1 milion de locuitori.⁴⁴

Figura nr. 14 Muzeele și stadioanele ca factor de atracție turistică



Sursă: UNESCO, theSporting.blog

Pentru a impulsiona dezvoltarea turismului este important de a valorifica capacitățile existente suplimentându-le cu o agendă culturală și sportivă atractivă. Respectiv, organizarea festivalurilor, concursurilor și a competițiilor sportive internaționale presupune un efort de logistică și coordonare care poate produce rezultate palpabile. În această privință, se poate menționa o dinamică pozitivă, care a avantajat dezvoltarea turismului intern – evenimente culturale au fost integrate din 2018 într-o agendă consolidată pentru promovarea turismului receptor și intern „Agenda Cultural-Turistică „Pomul Vieții”, care pune în valoare patrimoniul intangibil și crește

⁴³ UNESCO, [Museum around the world in the face of COVID-19](#), 2020

⁴⁴ theSporting.blog, [How many stadiums are there in the world?](#) 2023

vizibilitatea și atractivitatea acestor evenimente cu valență culturală majoră. Mai mult ca atât, o serie de evenimente se desfășoară anual și au deja la activ mai multe ediții cu date stabile și parteneriate durabile (de ex.: Ziua Națională a Vinului, Festivalul Internațional „Mărțișor”, DescOpera, IaMania, BITEI, etc.).

Totuși, este de menționat că degradarea patrimoniului cultural material este un motiv de îngrijorare. Registrul monumentelor ocrotite de stat cuprinde 5 696 de obiective⁴⁵, o mare parte dintre ele nefiind conservate sau restaurate din lipsa mijloacelor financiare. În același timp, formulele de cooperare cu sectorului privat, inclusiv prin facilități fiscale sau parteneriate publice-private pentru salvagardarea patrimoniului cultural nu sunt dezvoltate suficient (Petrucci, 2018).

Pilonul XIV. Resurse non-agrement

Resursele naturale și patrimoniul cultural sunt asociate în mod direct cu odihna și recreația, însă acestea nu sunt unicele motive de a călători. Participarea la foruri economice și politice, accesarea serviciilor de sănătate și a celor educaționale suplinesc oferta turistică a țării. Din păcate, nici la acest capitol, Republica Moldova nu se apreciază ca fiind competitivă în plan regional, având un scor de 1,24 puncte în comparație cu media regională de 1,81 puncte. Această deficiență se datorează faptului că în Republica Moldova nu există metropole, iar capitala țării nu este sediul nici unei corporații multinaționale.

În pofida acestor constrângeri de ordin obiectiv, încasările din turismul non-agrement sunt semnificative și au o dinamică ascendentă (vezi *Figura nr. 15*). În contextul impactului macroeconomic asupra balanței de plăți, încasările totale de la nerezidenți au însumat 660 milioane dolari în 2023. Cea mai mare pondere în totalul încasărilor o dețin cheltuielile personale pentru odihnă și recreere (357 milioane dolari SUA), și totuși, încasările din turismul non-agrement (303 milioane dolari SUA) nu sunt neglijabile. În acestea din urmă, turismul de afaceri deține o cotă de 55,6% (169 milioane dolari SUA), turismul medical – 17,4% (53 milioane dolari SUA), iar turismul educațional – 26,9% (82 milioane dolari SUA)⁴⁶.

Turismul medical este un segment de mare perspectivă în Republica Moldova. Estimativ, clinicile private din țară au fost vizitate de 30 mii pacienți din străinătate în 2024, ceea ce la un preț mediu ponderat de 1700 dolari SUA pentru un pachet de servicii de odihnă și tratament corespunde cifrei anuale de afaceri de 50 milioane dolari SUA raportate de BNM. Potrivit informațiilor din sector, aproximativ jumătate din clienții clinicilor și cabinetelor stomatologice sunt din străinătate. Recent, Republica Moldova a devenit membru al Consiliului Global al Turismului⁴⁷ Medical, obținând șansa să-și promoveze sectorul la nivel mondial.

Cu referire la turismul educațional, putem constata că și acesta are o dinamică pozitivă. Numărul de studenți străini înmatriculați în instituțiile de învățământ superior din Republica Moldova a atins cota de 5,2 mii, studenți – cel mai înalt nivel din ultimii zece ani.⁴⁸ Creșterea se datorează în cea mai mare parte studenților din România, care nu sunt nevoiți să depășească bariera lingvistică. Ponderile cele mai mari se remarcă pentru studenții din România (51,7%, în creștere față de anul de studii 2022/23), Israel (cu 10,3%, în descreștere față de anul de studii 2022/2023), India (cu 21,1%, în creștere) și Ucraina (cu 7,5%, în descreștere).

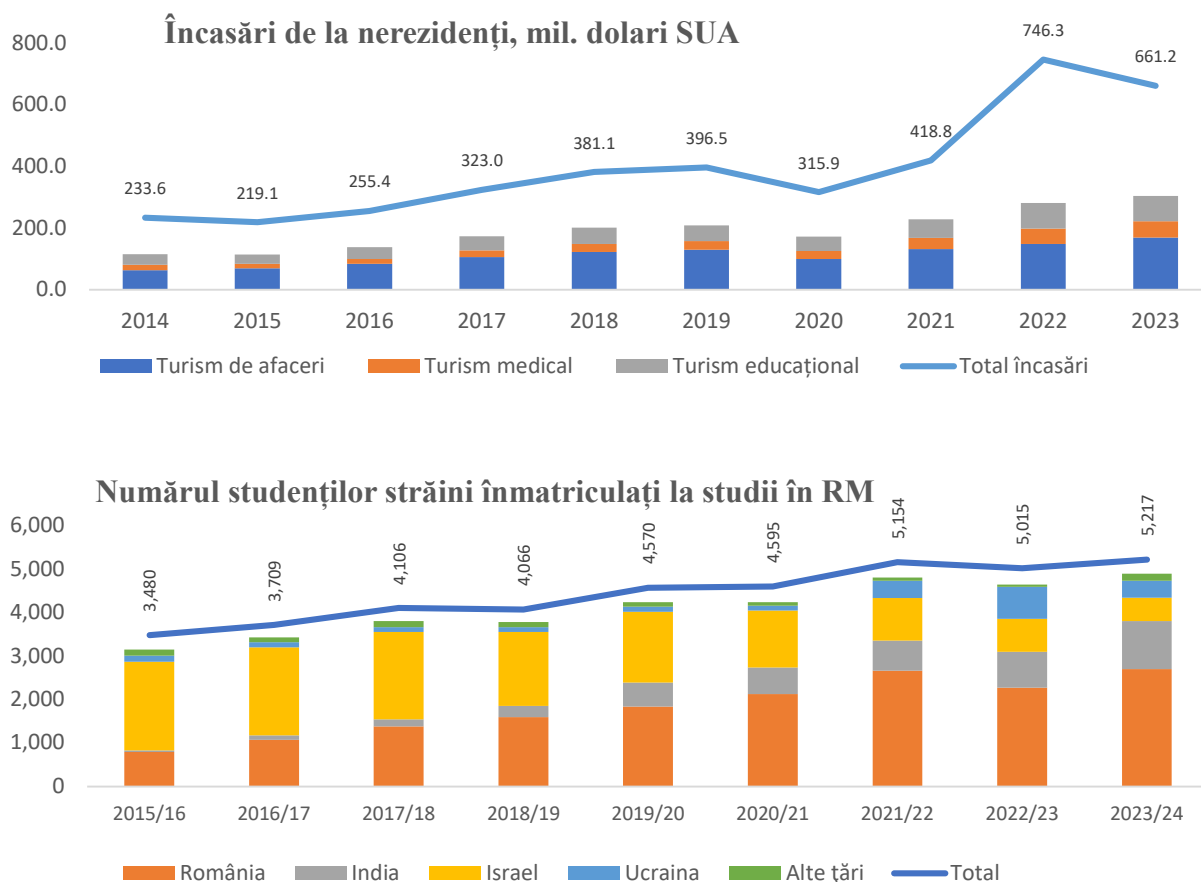
⁴⁵ Anexă la Hotărârea Guvernului nr. 1531/1993, actualizată în 2022

⁴⁶ BNM, Balanța de plăți, serie anuală

⁴⁷ <https://globalhtc.org/>

⁴⁸ BNS, [Anuar statistic al Republicii Moldova](#)

Figura nr. 15 Resursele de turism non-agrement



Sursă: BNM, BNS

Pilonul XV. Sustenabilitatea ecologică

Din punct de vedere al sustenabilității ecologice, Republica Moldova are o performanță comparabilă cu cea a țărilor din regiune, având un scor de 4,48 puncte față de media regională de 4,91 puncte. Aceasta se datorează mai ales faptului că economia țării este bazată pe servicii și agricultură și mai puțin pe industrie. Respectiv, amprenta ecologică a economiei este redusă (vezi figura nr. 16). Republica Moldova nu contribuie negativ la încălzirea globală având, de rând cu Albania, cel mai jos nivel de emisii de CO₂ per capita⁴⁹. Din punct de vedere al ponderii energiei regenerabile, Republica Moldova (23.7%) se plasează la mijlocul clasamentului⁵⁰, însă obiectivele pe termen mediu sunt de a reduce progresiv consumul de energie fosilă. În ceea ce privește poluarea mediului ambiant, Republica Moldova se bucură cea mai mică concentrație de microparticule în aer față de țările din regiune (13.7 μg/m³ ajustate la densitatea populației).⁵¹ Situația este ceva mai precară în ceea ce privește epurarea apelor reziduale. În conformitate cu Indicele Performanței Ecologice⁵² ponderea apelor epurate în Republica Moldova este de 9.2%, considerabil mai jos decât în țările din regiune care sunt membre ale Uniunii Europene, dar mult mai bine decât în Balcanii de vest.

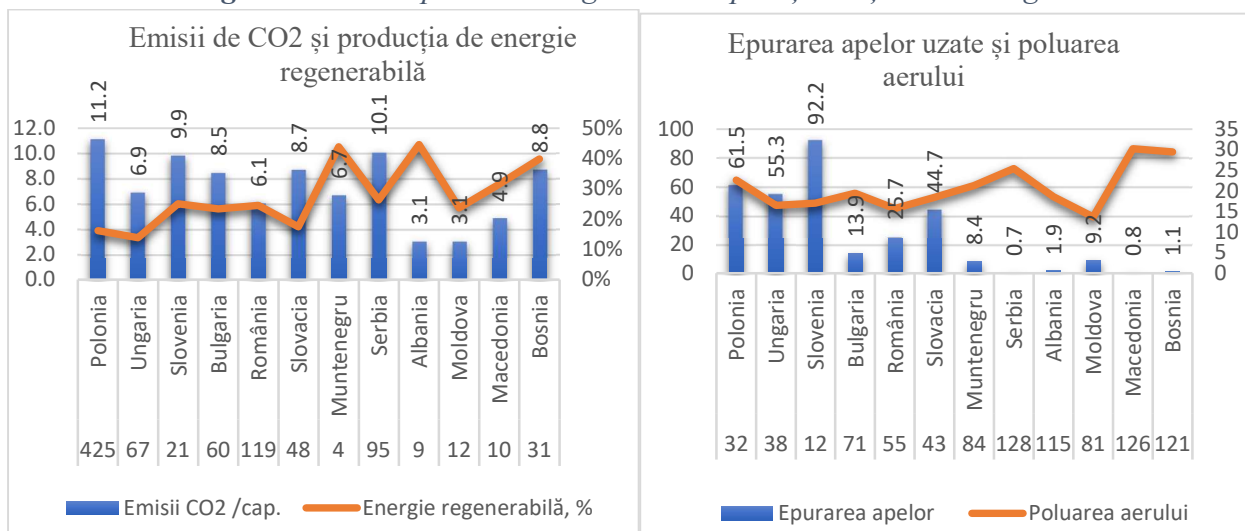
⁴⁹ Comisia Europeană, [GHG emissions of all world countries](#), 2021 citată de UNEP

⁵⁰ Diverse surse, inclusiv statistica ODD a Națiunilor Unite și statistica UE

⁵¹ Health Effects Institute, [State of Global Air 2020](#)

⁵² Yale Center for Environmental Law & Policy, [Environmental Performance Index: Wastewater Treatment](#), 2022

Figura nr. 16 Amprenta ecologică în comparație cu țările din regiune



Sursă: UNEP, EEA, UNSDG, EPI, Health Effects Institute

Relația dintre industria turismului și protecția mediului este una simbiotică: pe de o parte, turiștii internaționali se simt descurajați să viziteze țările poluate, expunându-se unor riscuri pentru sănătate, iar pe de altă parte, dezvoltarea la scară globală a turismului este în sine un factor de poluare. În prezent, industria mondială a turismului se face responsabilă pentru 8% din emisiile mondiale de CO₂, preponderent din cauza componentei de transport (49%) (Lenzen, și alții, 2018). Ca urmare, o tendință emergentă în industria turismului este dezvoltarea turismului responsabil, care presupune preferința pentru odihna la natură, drumeții, eco-turism, dar și regionalizarea turismului prin evitarea călătoriilor neesențiale cu transportul aerian.

În concluzie, puritatea aerului și potențialul nevalorificat pentru turismul rural, cu accent pe activități ecologice la aer liber, reprezintă o oportunitate pentru dezvoltarea turismului în Republica Moldova. Un impuls pentru dezvoltarea turismului este și aderarea Republicii Moldova (în noiembrie 2022) la Consiliul Mondial pentru Turism Sustenabil, care promovează standarde de sustenabilitate pentru managementul destinațiilor și industria serviciilor turistice. În acest fel, industria turismului din Moldova se aliază practicilor globale și inițiativelor Uniunii Europene în cadrul Pactului Verde, prin planificarea eficientă, sistemică și strategică a standardelor de sustenabilitate în turism și dezvoltarea unei industrii turistice care să țină cont pe deplin de impactul său economic, social și de mediu, atât actual, cât și din viitor, pretate la nevoile turiștilor, ale industriei, mediului și comunității gazdă.

Pilonul XVI. Reziliența socio-economică

Performanța Republicii Moldova din punct de vedere al rezilienței socio-economice este destul de puternică, scorul de 3,99 puncte plasându-ne aproximativ la același nivel cu media regională (4,19 puncte). Unul din punctele forte al Republicii Moldova este că, în pofida faptului că avem cele mai mici venituri per capita, rata inegalității veniturilor este foarte mică: ponderea populației care câștigă mai puțin de 50% din venitul median este de doar 4.6% - de asemenea cea mai mică rată a inegalității din regiune. Totodată, din punct de vedere al incluziunii sociale, Republica Moldova se plasează la mijlocul clasamentului regional. Ponderea tinerilor neîncadrați în muncă sau învățământ a fost de 13,3% în 2023, mai bine decât în România și Balcanii de vest, dar semnificativ mai jos decât în alte state din regiune care sunt membre UE. Situația se prezintă diferit din punct de vedere al inegalității de gen. Sub acest aspect, situația femeii în Republica Moldova este ceva mai bună decât în România, Ungaria și Bulgaria, dar mai proastă decât în celelalte țări din regiune.

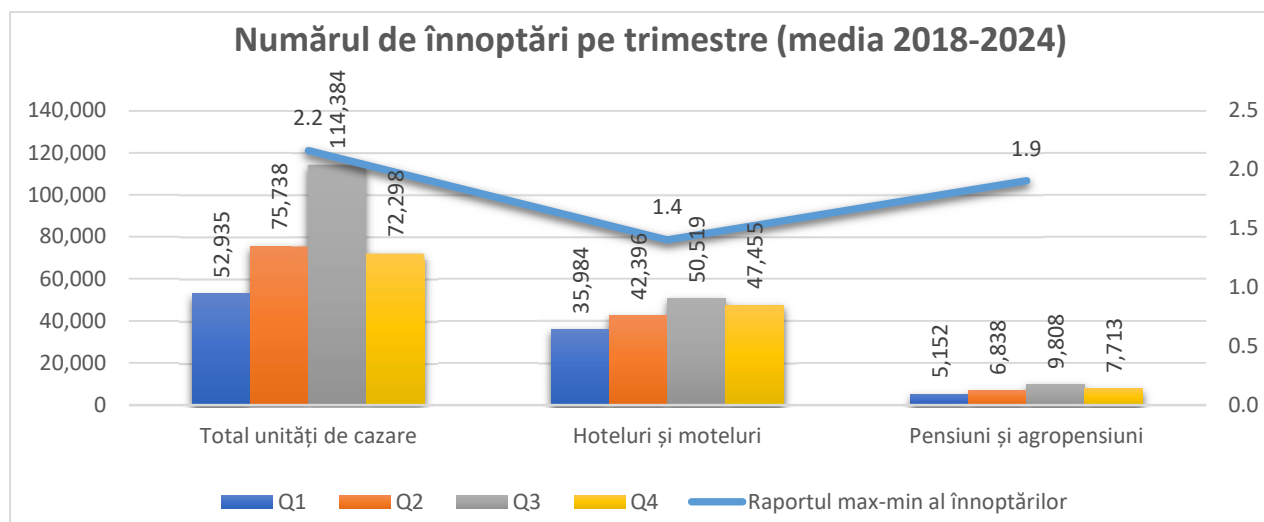
Pilonul XVII. Presiunea și impactul cererii

Impactul turismului nu este întotdeauna pozitiv. Sub presiunea cererii există și efecte adverse generate de creșterea necontrolată a sectorului. Cererea exagerată poate conduce la supra-aglomerări, care influențează negativ mediul ambiant și sănătatea publică. Dependența exagerată de încasările din turism (specifică în special pentru țări mici din Marea Caraibilor) poate expune economia țării unor șocuri exogene. În Republica Moldova acest risc tinde spre zero. După numărul de comentarii și opinii exprimate pe *TripAdvisor* la toate categoriile (cazare, transport, destinații, restaurante etc.), Republica Moldova este pe ultimul loc din regiune, cu doar 31.8 mii de postări. Pentru comparație, liderul regiunii este Polonia, cu 2.7 milioane postări. Chiar și Macedonia de Nord devansează Republica Moldova cu un număr dublu de postări – 75 mii.⁵³

Astfel, din punct de vedere al presiunii și impactului cererii Republica Moldova, cu un scor de 3,58 de puncte, se poziționează mai sus de media regională de 3,1 puncte. Specificul turismului receptor în Republica Moldova este că, în cele mai multe cazuri, acesta este un satelit al turismului regional – mulți turiști care vizitează România, și, anterior, Ucraina, decideau să-și diversifice experiența cu o scurtă vizită în Republica Moldova. Totodată, pentru acest tip de vizitatori, mun. Chișinău era o escală convenabilă în drum spre Odesa. Per total, din cauza duratei scurte de ședere, volumul încasărilor per turist este minimal.

O altă preocupare generală a industriei, este caracterul sezonier al turismului. Din acest punct de vedere, Republica Moldova este poziționată mai bine decât țările din regiune, cu un scor de 6.3 puncte față de media regională de 4.6 puncte. Astfel, deși numărul înnoptărilor este mai înalt în trim. III al fiecărui an (37.2% din înnoptări în unitățile de cazare de orice tip), turismul receptor este o sursă de stabilitate: fluctuațiile sezoniere sunt cele mai mici la hoteluri, ale căror clienți sunt în proporție de 70% cetățeni străini (vezi figura nr. 17). În cazul pensiunilor, fluctuațiile sezoniere sunt ceva mai pronunțate – numărul înnoptărilor în trim. III fiind aproape dublu față de trim. I.

Figura nr. 17 Distribuția trimestrială a înnoptărilor în unitățile de cazare



Sursă: BNS

Distribuția geografică a turismului este de asemenea problematică. Mun. Chișinău, unde sunt concentrate 38% din unitățile de cazare este un hub firesc, fiind aproape de Aeroportul Internațional Chișinău (unicul din țară) și de alte noduri importante de transport. După cum s-a menționat anterior (vezi Pilonul XI. Infrastructura serviciilor de ospitalitate *pentru turiști*), spații suficiente de cazare mai există în raioanele Dubăsari, Orhei și UTA Găgăuzia, dar nu și în alte raioane. Constrângerile

⁵³ Tripadvisor.com

de cazare din restul țării obstrucționează valorificarea uniformă a potențialului turistic, beneficiind în principal destinațiile care se află în raza mun. Chișinău. Deși Republica Moldova este o țară mică, distanțele sunt prea mari pentru a organiza excursii la extremitatea nordică și sudică a țării pe durata unei singure zile. În consecință, potențialul turistic al sudului (Lunca Prutului de Jos, Parcul National Ramsar, Ștefan-Vodă) și a nordului Moldovei (cetatea Soroca, Pădurea Domnească etc.) nu este valorificat în prezent, dar poate fi dezvoltat prin implementarea abordării *hub and spoke*⁵⁴.

Secțiunea a 5-a

Dezvoltarea turismului în regiuni

Politicele publice implementate, proiectele realizate cu suportul diferitor parteneri internaționali ai Republicii Moldova, implicarea activă a antreprenorilor privați în dezvoltarea afacerilor din turism și celor conexe, au contribuit la creșterea capacității de cazare în teritoriu, diversificarea și extinderea într-o anumită măsură a serviciilor de deservire a turiștilor, consolidarea și promovarea destinațiilor turistice în spațiul rural, inițierea de parteneriate multilaterale privind cooperarea în comun a operatorilor de turism, autorităților publice, mediului universitar, ONG-urilor, donatorilor din țară și peste hotare (inclusiv cu participarea Diasporei) în vederea derulării de noi proiecte.

Principalele provocări legate de dezvoltarea turismului în profil regional sunt următoarele:

- **Dezechilibrul de dezvoltare între mediul urban și rural:** reședința este un factor care determină sursa de venit a persoanelor. În anul 2024, veniturile din mediul urban au fost, în medie, cu 2 536,8 lei mai mari decât cele din mediul rural — ceea ce înseamnă aproximativ 1,6 ori mai mari. În mediul rural, principala sursă de venit este activitatea salarială (40,3%), însă cu 20,8 puncte procentuale mai mică decât în urban, iar agricultura individuală contribuie cu 15,1% din venituri. Gospodăriile rurale depind mai mult de remitențe (13,7% față de 10,4% în urban), iar sărăcia este mai accentuată, cu rate între 30,5% și 49% în regiuni, comparativ cu 10% în Chișinău. Aceasta afectează în special persoanele cu educație scăzută, mai în vârstă, ocupate în agricultură și locuind în afara orașelor.

- **Accesul la oportunități** în Republica Moldova depinde foarte mult de localizare. Discrepanța în setul de competențe, cunoștințe și disponibilitatea angajaților în zonele rurale privează populația de posibilitatea de a dobândi capital uman și, astfel, afectează productivitatea și competitivitatea întreprinderilor și, în consecință, activitatea economică. De exemplu, amplasarea în mediul rural, spre deosebire de cel urban, reprezintă principalul factor de dezechilibru, reprezentând între 34% și 52% din decalajul în accesul la oportunitate, măsurat prin indicii oportunității umane. Lipsa oricărei intervenții pe dimensiunea socio-demografică, în special lipsa diversificării posibilităților de venit în mediul rural și mobilizarea sprijinului financiar va amplifica migrația persoanelor de vârstă activă din mediul rural spre cel urban, emigrare care este deja mai accentuată în zonele rurale și care, în cele din urmă, va adânci rata sărăciei în mediul rural. Deficitul de resurse umane cu care se confruntă IMM-urile din zonele rurale, gradul scăzut de inovare, de atragere a investițiilor și al cunoștințelor digitale deținute de personalul angajat în aceste întreprinderi și, în consecință, lipsa potențialului de creare a locurilor de muncă nu favorizează creșterea productivității și a afacerilor IMM-urilor rurale. Datele statistice actuale descriu abordarea deficitară aplicată angajării în activitatea de turism rural ca sursă de diversificare a veniturilor în mediul rural. În anul 2020, din cele 41 332 de IMM-uri active, 2 111 operau în domeniul turismului, ceea ce reprezintă 5%, în timp ce companiile de turism rural reprezintă 15% din numărul total de IMM-uri din turism.

⁵⁴ Model de transport caracterizat de una sau mai multe locații centrale, fiecare conectată la niște locații „secundare” (numele derivă de la modelul roții de bicicletă care constă într-un număr de spițe dispuse radial în jurul butucului roții)

Din punct de vedere al veniturilor, entitățile din industria turismului cu sediul înregistrat în mediul rural au o proporție de 13% din veniturile totale ale IMM-urilor din turism, pe când măsurând rata ocupării forței de muncă în turismul rural comparativ cu statisticile privind ocuparea forței de muncă în turism, acestea îi revin doar 11%.

▪ **Capacitatea administrativă redusă privind elaborarea și implementarea politicilor publice de dezvoltare economică locală:** Agențiile de dezvoltare Regională, APL de nivelul I și II nu dispun de suficiente competențe legale, cunoștințe, capacități și aptitudini privind planificarea activităților în parteneriat cu sectorul de afaceri pentru dezvoltarea economică locală în general și a turismului în particular. La nivel regional au fost aprobate și implementate 4 programe sectoriale de creștere și sporire a atractivității turistice (PRST). Astfel, pentru Regiunile de Dezvoltare Nord, Centru, Sud, programele au cuprins perioada de implementare 2017-2025, iar pentru RD Găgăuzia 2019-2025. De menționat că pentru UTA Găgăuzia, paralel cu PRST a fost implementat Programul strategic privind dezvoltarea turismului 2021-2025, aprobat de Comitetul Executiv al UTA Găgăuzia. Iar pentru mun. Chișinău a fost aprobată Strategia de dezvoltare a turismului 2022-2026.

Tabel nr. 2. Documentele de planificare la nivel regional

Nr.	Denumirea documentului	Perioada de implementare	Detalii
1	Programul sectorial în domeniul sporirii atractivității turistice a Regiunii de Dezvoltare Nord	2017-2025	Documentul a fost aprobat prin Decizia Consiliului pentru Dezvoltare Regională Nord nr.2 din 18.01.2017. În Program este inclus un plan de acțiuni și o listă de concepte de proiecte în domeniul turismului.
2	Programul regional sectorial în domeniul creșterii atractivității turistice în Regiunea de Dezvoltare Centru	2017-2025	Programul este însoțit de fișe de proiecte (elaborate în 2017) și portofoliul proiectelor prioritare, pe fiecare raion din RDC (elaborat în 2022).
3	Programul regional sectorial privind sporirea atractivității turistice a Regiunii de Dezvoltare Sud	2017-2025	Documentul a fost aprobat prin Decizia Consiliului pentru Dezvoltare Regională Sud nr. 1/04 din 26.01.2017. În program sunt identificate acțiunile recomandabile pentru implementare.
4	Programul regional sectorial privind creșterea atractivității turistice a Regiunii de Dezvoltare UTA Găgăuzia	2019 – 2025	Document elaborat în manieră pro-business, spre deosebire de celelalte PRST-uri din RD Nord, Centru și Sud. Planul de acțiuni cuprinde 10 proiecte prioritare de dezvoltare a turismului.
5	Programul strategic privind dezvoltarea turismului în UTA Găgăuzia 2025	2021-2025	Document elaborat de Comitetul Executiv al UTA Găgăuzia. Disponibil doar în limba rusă.
6	Strategia de dezvoltare a turismului Chișinău - Capitala Turistică	2022-2026	Strategie aprobată de Consiliul Municipal Chișinău nr. 9/13 din 19.07.2022. În document sunt analizate și tendințele a 2 orașe din regiune: Iași și Odessa.

Sursa: Site-urile web ale ADR Nord, Centru, Sud, Găgăuzia; Comitetul Executiv UTA Găgăuzia; Primăria mun. Chișinău

Documentele respective sunt instrumente de planificare regională, care au ca scop creșterea capacității APL-urilor în elaborarea proiectelor regionale durabile și de a crea condițiile necesare pentru dezvoltarea fluxului de proiecte în domeniul turismului, amenajării teritoriului și consolidării parteneriatului public-privat în regiuni. Evaluarea implementării programelor regionale relevă un grad redus de realizare. De exemplu, pentru RDN a scos în evidență mai multe deficiențe: implementarea obiectivelor de dezvoltare din domeniul turismului a variat între 20 și 50% (în dependență de obiectiv), rata de valorificare a tuturor tipurilor de resurse preconizate pentru realizarea activităților din PRS Nord pentru perioada 2017-2023 a fost de circa 20%. Rezultatele au fost destul de modeste: s-a reabilitat un singur drum de acces spre un obiectiv turistic din cele 4 planificate; sunt în proces de reabilitate doar 2 obiective turistice din multitudinea existentă în regiune; au fost organizate vizite de studiu pentru reprezentanții APL, ONG, antreprenori peste hotarele țării; au fost elaborate materiale promoționale despre obiectivele turistice și traseele existente în regiune; a fost elaborat „Manualul Strategiei de brand pentru Regiunea de Dezvoltare Nord, Moldova”; au fost deschise de către antreprenori noi pensiuni turistice; o parte din APL-uri au introdus ca un punct strategic-dezvoltarea acestui domeniu în strategiile de dezvoltare.

Activitățile de susținere a sectorului privat, în strategiile de dezvoltare raionale sau locale sunt ori prea ambițioase și nu prevăd mecanisme clare și fezabile de implementare, ori nu sunt suficient de bine consultate cu sectorul de afaceri și în unele cazuri sunt doar declarative, având șanse mici de a fi realizate. Analiza documentelor de planificare strategică a UAT de nivelul II (32 de raioane, UTA Găgăuzia și mun. Chișinău) permite de a concluziona că:

1) practic nici o strategie nu prezintă evaluarea sumară a realizării documentelor strategice pentru perioada anterioară de planificare.

2) Unele strategii conțin o prezentare detaliată a potențialului turistic local și o viziune clară asupra dezvoltării și valorificării acestui sector: SDSE Orhei, Dubăsari, Ungheni, Călărași, Cahul, Hîncești, Leova, Cantemir. Chiar și în aceste raioane nu întotdeauna turismul este pe agenda publică a autorității și este valorificată la momentul potrivit sub aspect economic. În dezvoltarea turismului un rol prioritar revine sectorului de business/operatorilor turistici din localități. SDSE-urile includ informații preponderent despre infrastructura și obiectivele publice. Mai puțin SDSE-urile descriu sectorul privat, operatorii turistici și serviciile prestate;

3) Aproape în toate strategiile de dezvoltare ale APL de nivel II sunt incluse direct sau tangențial anumite acțiuni conexe sectorului de turism. Totuși, nu în toate strategiile, turismul este specificat în calitate de sector cu potențial economic valoros, acesta fiind abordat secvențial sau prin interferență cu sectorul cultură, educație, sport ș.a. O parte semnificativă din SDSE-uri nu au bugetate investițiile care urmează a fi realizate pentru acțiunile respective. Totodată, în multe cazuri, costurile investiționale enunțate sunt cu mult mai mari decât potențialul real al APL-urilor de atrage resurse din proiectele partenerilor de dezvoltare sau cu implicarea partenerilor privați. În acest sens, o mare parte din activități planificate în SDSE riscă să rămână declarative și nerealizate.

4) Conexiunea dintre acțiunile SDSE-urilor raionale pe domeniul de stimulare a turismului și Programele Regionale Sectoriale în domeniul creșterii atractivității turistice în regiunile de dezvoltare este destul de redusă.

Totodată, prin chestionarele expediate de Ministerul Culturii către consiliile raionale, au fost identificate mai multe nevoi principale ale reprezentanților APL pentru dezvoltarea capacităților în domeniul turismului, precum: asistență tehnică pentru elaborarea și implementarea de strategii locale de dezvoltare turistică, consolidarea competențelor angajaților în domenii precum antreprenoriat, marketing și management în turism, dezvoltarea de parteneriate public-private și acces la finanțare pentru proiecte turistice. Scopul este de a crea și implementa strategii care să asigure o dezvoltare

durabilă a sectorului turistic la nivel local, să îmbunătățească imaginea de destinație și să crească veniturile comunităților.

▪ ***Finanțarea insuficientă a infrastructurii fizice de către autoritățile publice*** pentru asigurarea cu sisteme de apă/canalizare, managementului deșeurilor, întreținerii adecvate a rețelei de drumuri naționale, regionale și locale, iluminat public stradal, amenajarea teritoriului, etc. reprezintă o barieră majoră în calea dezvoltării locale.

Reparația căilor de acces va încuraja și va impulsiona alocarea investițiilor în domeniul prestării de servicii oenoturistice, gastronomice de către mai mulți agenți economici care deja prestează serviciile respective, sau care intenționează să dezvolte activitate economică în sectorul oenoturistic. Acest fapt, va contribui la crearea noilor locuri de muncă și ar asigura creșterea acestora de minim 20%, deoarece fiecare milion de dolari încasat din turismul receptor conduce la crearea până la 80 locuri de muncă în economia națională, în mod special din spațiul rural, generând și un puternic impact social privind stoparea proceselor de migrație din mediul rural către zone urbane sau peste hotarele țării.

▪ ***Oferta relativ redusă și insuficientă propusă de mediul de afaceri*** potențialilor vizitatori, în mod special din străinătate. Acest aspect constituie o provocare importantă pentru dezvoltarea durabilă a comunităților rurale și pentru atragerea turiștilor și investitorilor.

▪ ***Lipsa investițiilor*** este un alt factor cheie care contribuie la oferta redusă în spațiul rural. Investițiile în infrastructura turistică și în dezvoltarea afacerilor sunt limitate din cauza ofertei reduse de resurse financiare (valorarea redusă a granturilor, împrumuturilor cu porțiuni de grant sau cu TVA șa cota 0, condițiile de acces la resursele de împrumut sau la granturi, lipsa unor instrumente solide de atragere a remitențelor din Diasporă în dezvoltarea afacerilor). Mulți potențiali investitori, consideră mediul rural ca fiind riscant din punct de vedere economic, deoarece infrastructura este subdezvoltată, iar accesul la piețe poate fi mai dificil comparativ cu mediul urban. În plus, resursele limitate joacă un rol semnificativ în scăderea ofertei. Comunitățile rurale au resurse umane, financiare și tehnologice limitate pentru a dezvolta și promova noi servicii sau produse. Antreprenorii din mediul rural nu întotdeauna au acces la formare și consultanță adecvată pentru a-și dezvolta ideile de afaceri, ceea ce poate duce la stagnare și la nerealizarea potențialului economic.

Implicațiile ofertei reduse sunt multiple și afectează atât mediul de afaceri cât și comunitățile locale. În primul rând, scăderea ofertei duce la pierderea oportunităților economice pentru comunitățile rurale. Acest lucru poate implica lipsa locurilor de muncă și a surselor de venit alternative pentru localnici, ceea ce contribuie la migrația rurală și la sărăcie. Conform estimărilor realizate de Biroul Național de Statistică, minim o treime din populația localităților se află în emigrare. Oferta redusă poate scădea atractivitatea pentru turiști. Turiștii caută experiențe diverse și autentice, iar o ofertă limitată poate să nu corespundă așteptărilor lor. Lipsa de opțiuni pentru cazare, servicii de agrement sau experiențe culturale autentice poate descuraja turiștii să viziteze spațiul rural. De asemenea, dependența continuă de sectorul agricol poate avea consecințe negative pe termen lung. Dependența de agricultură poate să amplifice vulnerabilitatea comunităților rurale la fluctuațiile pieței și la schimbările climatice. Diversificarea economiei prin dezvoltarea altor sectoare, precum turismul sau serviciile, poate asigura o mai mare stabilitate economică. Oferta redusă și insuficientă în spațiul rural pentru vizitatori și beneficiari reflectă o serie de provocări complexe și interconectate. Prin adoptarea unor strategii de stimulare a antreprenoriatului, promovarea educației, crearea de parteneriate și promovarea activă, comunitățile rurale din Republica Moldova pot dezvolta oferte mai atractive și mai diversificate, exploatând în mod eficient resursele și potențialul existent în mediul rural.

Secțiunea a 6-a

Administrarea și finanțarea turismului

Ministerul Culturii este autoritatea publică centrală de specialitate, responsabilă de elaborarea politicii în domeniul turismului. Mandatul acestuia este să asigure dezvoltarea integrată, echilibrată și durabilă a turismului intern și internațional; promovarea pe plan internațional a Republicii Moldova ca destinație turistică; integrarea politicii de dezvoltare a turismului în politica de dezvoltare generală a țării; includerea în circuitul turistic internațional a patrimoniului turistic național.

La nivel de implementare, MC nu a fost susținut de o agenție specializată, activitățile fiind realizate de o serie de instituții ale statului printre care Agenția Invest Moldova (AIM) în calitate de promotor al brandului de țară în scopul atragerii investițiilor și promovării exportului. În august 2023, a fost adoptată Hotărârea Guvernului nr. 570/2023 cu privire la constituirea, organizarea și funcționarea Instituției Publice Oficiul Național al Turismului, în subordinea Ministerului Culturii, cu misiunea de a coordona și a organiza activitățile orientate spre dezvoltarea și promovarea turismului receptor și intern, conform strategiilor și programelor aprobate de Guvern.⁵⁵

Ministerul Culturii, în calitate de instituție responsabilă pentru dezvoltarea turismului, nu a jucat un rol determinant în procesul decizional, iar alocațiile bugetare majore au fost dictate de necesitatea dezvoltării regionale. Astfel, limitele de cheltuieli pentru domeniul turismului, prevăzute în Cadrul Bugetar pe Termen Mediu 2025-2027 sunt de 33,5 milioane lei anual, conform subprogramelor bugetare 66.01 și 66.02, ceea ce reprezintă doar 0.026% din bugetul public național.

Agențiile de Dezvoltare Regională (în continuare - ADR) de asemenea cuprind obiective strategice de activitate legate de dezvoltarea turismului în regiuni, utilizând resurse financiare din subprogramul bugetar 66.02, prin intermediul Fondului Național pentru Dezvoltare Regională și Locală (FNDRL) și ale partenerilor de dezvoltare (UE; GIZ; Solidarity Fund PL, Guvernele Letoniei, Estoniei, Cehiei, etc). Din multitudinea de proiecte finanțate din FNDRL, o parte semnificativă sunt orientate spre valorificarea potențialului turistic al Republicii Moldova și promovarea valorilor culturale și a infrastructurilor conexe, precum și îmbunătățirea căilor de acces și conectarea obiectivelor turistice la rețelele de servicii comunale.

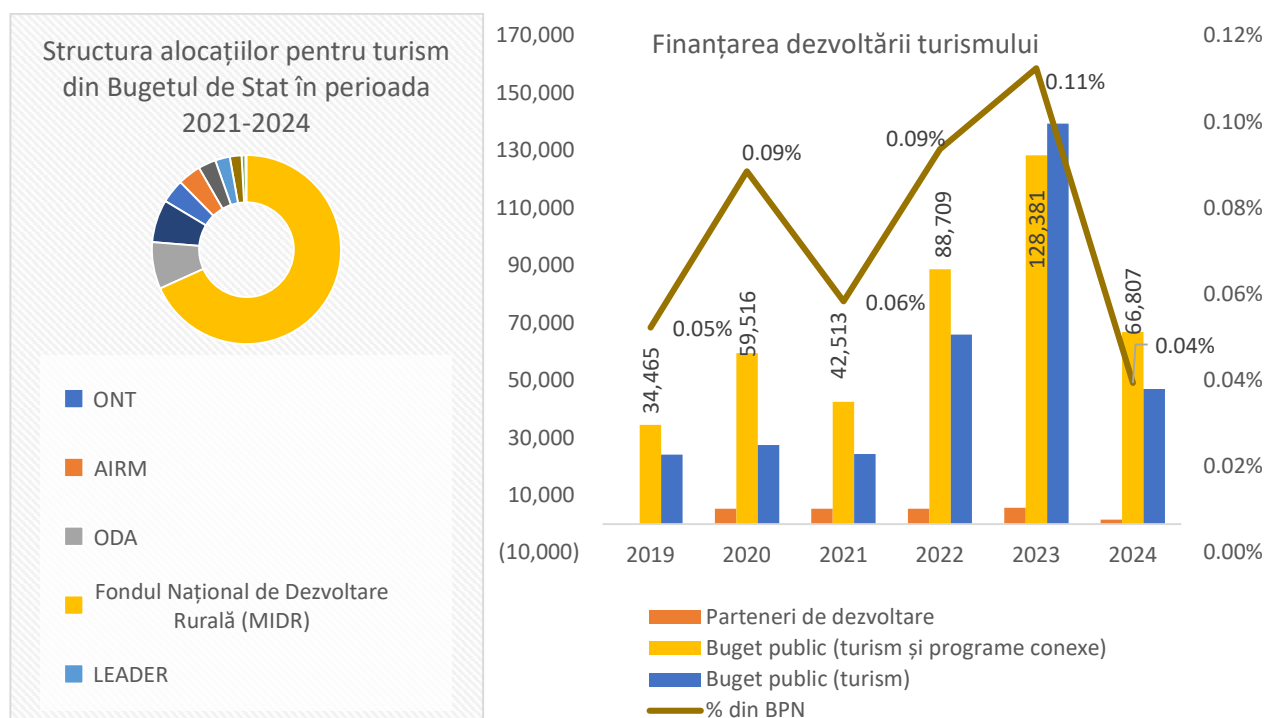
Autoritățile administrației publice locale de nivelul I și II au atribuții legale în domeniul turism. Acestea inventariază principalele resurse turistice; participă la elaborarea rutelor turistice în conformitate cu programele de dezvoltare a turismului; creează condiții favorabile pentru activitatea în teritoriu a agenților economici din industria turismului și a asociațiilor obștești din domeniul turismului; contribuie la renovarea, protecția și conservarea resurselor turistice prin reglementarea impactului antropic și respectarea normelor de punere în valoare a acestora; delimitează și autorizează teritoriile pentru odihnă și agrement; întreprind acțiuni de amenajare turistică teritorială; asigură dotarea teritoriilor autorizate cu indicatoarele turistice necesare; contribuie la dotarea acestor teritorii cu facilități minime pentru vizitatori ș.a. În același timp, APL-urile au implementat cu sprijinul bugetului de stat (FNDRL proiecte regionale/Satul European și Satul European Expres, programul DAR 1+3, FNDAMR/Dezvoltarea mediului rural), partenerilor de dezvoltare diferite proiecte relevante dezvoltării turismului. O parte din ele s-au realizat cu suportul USAID, PNUD, Solidarity Fund PL.

Estimativ, volumul alocațiilor pentru turism au fost de circa 134 milioane lei în 2023 și 67 milioane lei în 2024. De menționat, că în sistemul trezorerial în calitate de cheltuieli publice aferente dezvoltării turismului, apar doar cele gestionate nemijlocit de MC, inclusiv prin ONT, și cele co-gestionate cu MIDR, în timp ce programele implementate de alte instituții publice, precum MAIA

⁵⁵ https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138592&lang=ro

sau ODA nu sunt captate drept cheltuieli aferente turismului conform clasificăției bugetare. În raport cu Bugetul Public Național, cheltuielile aferente dezvoltării turismului au avut o pondere foarte mică, oscilând între 0.05 și 0.11%, ceea ce, în linii mari, este o reflecție a faptului că turismul nu a fost considerat un domeniu prioritar ca atare.

Figura nr. 18 Structura și dinamica finanțării turismului, mii lei



Sursă: Date administrative

În concluzie, putem observa că, în absența unui document de planificare strategică în domeniul turismului, alocările bugetare din ultimii ani au avut un caracter sporadic și au lipsit de o coordonare adecvată. Acest lucru a dus la apariția unor probleme sistemice în administrarea sectorului, precum:

- dispersarea competențelor aferente sectorului turismului între mai multe autorități publice;
- lipsa de coordonare strategică intersectorială, care la rândul său a condus la anumite intervenții necoordonate sau chiar la dublarea anumitor inițiative de suport sau de finanțare a sectorului;
- 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 necoordonată și nearticulată.

Secțiunea a 7-a

Analiza SWOT

Analiza SWOT permite într-o manieră succintă de a prezenta informațiilor din compartimentele precedente de analiză pe anumite aspecte. Astfel, cu referire la punctele forte și punctele slabe ale industriei turismului din Republica Moldova, a oportunităților și a amenințărilor la care este expusă, o imagine de ansamblu se conține în analiza SWOT (vezi figura nr. 19).

Figura nr. 19 Analiza SWOT

PUNCTE FORTE	PUNCTE SLABE
Cadrul instituțional, legal, de planificare strategică	
➤ Sectorul turismului este o prioritate națională de dezvoltare, evidențiat în diferite documente strategice de planificare de nivel: național, regional, raional și local; ➤ Gestionarea strategică și operațională a turismului la nivel național (MC și ONT). ➤ Existența în cadrul APL de nivel II (Consilii raionale) a subdiviziunilor responsabile de cultură și turism; ➤ La nivel național, regional și local există mai multe forme și posibilități de asociere (asociații profesionale de tip umbrelă/rețele, GAL-uri, clustere, parteneriate în cadrul proiectelor, asociații intercomunitare) pentru dezvoltarea locală la general și a turismului în particular.	➤ Cadrul regulator complex și uniform pentru agenții economici (mari și cei mici) din mediul urban și rural; ➤ Capacități reduse ale autorităților publice centrale și locale în susținerea dezvoltării continue a afacerilor turistice și a infrastructurii de suport; ➤ Insuficiența datelor statistice privind dezvoltarea turismului la nivel regional și local; ➤ Dialog redus dintre APC, APL, OSC-uri și mediul de afaceri pentru soluționarea în comun a problemelor din sector; ➤ Cooperarea insuficientă a asociațiilor/rețelelor în vederea planificării strategice și de reglementare a diferitor sectoare din turism/conexe turismului.
Patrimoniul cultural, natural și antropic	
➤ Existența și funcționarea diferitor tipuri și rezervați: științifice naturale (silvice, de plante medicinale, mixte); culturale, peisagistice; de resurse; ➤ Arii cu management multifuncțional: de stepă, de luncă, perdele forestiere; ➤ Existența monumentelor naturii: geologice și paleontologice, hidrologice, botanice; ➤ Existența parcurilor vechi, vestigiilor preistorice (Orheiul Vechi, Saharna-Țipova, Logănești), grădini botanice, dendrologice și zoologice; ➤ Existența a 2 parcuri naționale (Orhei și Nistrul de Jos); ➤ Existența monumentelor ale antichității: seliști, horodiști/cetăți din pământ; ➤ Existența cetăților medievale: fortificațiile din pământ și piatră; ➤ Existența monumentelor de arhitectură locativă: case rupestre, țărănești, nobiliare; ➤ Existența monumentelor de arhitectură civilă: școli cu tradiție, spitale, muzee, teatre; edificii administrative, gări; forme de arhitectură mică: crucifixe; ➤ Existența monumentelor de cult și complexe monahale (peste 1300 de biserici și cca. 50 de mănăstiri/schituri);	➤ Cererea digitală scăzută pentru turismul în natură; ➤ Imposibilitatea practicării anumitor activități în zonele protejate; ➤ Exploatarea inefficientă a resurselor naturale recreative în scopuri turistice și de odihnă organizată; ➤ Potențialul natural și antropic slab valorificat în scopuri economice; ➤ Delimitarea neclară a obiectelor protejate de stat și a zonei acestora de protecție; ➤ Informarea insuficientă a antreprenorilor privind cadrul normativ de exploatare în scopuri economice a resurselor naturale recreative; ➤ Informarea insuficientă a populației locale privind valorificarea patrimoniului cultural (valorile, tradițiile din comunități) în scopuri turistice; ➤ Grad înalt de deteriorare și starea deplorabilă a monumentelor, obiectelor istorico-culturale la nivel local; ➤ Accesibilitate redusă la monumentele locale; ➤ Resurse financiare insuficiente pentru valorificarea monumentelor în scopuri turistice

➤ Existența monumentelor economice și construcții ingineresti, inclusiv un fond subteran bogat (pivnițe, galerii subterane, buncăre).	
Dezvoltarea sectorului turism	
➤ Ofertă turistică autentică bazată pe patrimoniul uman unic-autentic și diversitate culturală; ➤ Brand turistic recunoscut și acceptat de agenții economici din industria turismului; ➤ Ofertă gastronomică și oenologică apreciată de turiștii locali și străini; ➤ Destinație atractivă neafectată de turismul de masă; ➤ Amprenta ecologică redusă a economiei naționale, puritatea aerului, solului și a apei; ➤ Nivelul înalt de pregătire TIC, viteză foarte bună a internetului și conexiunii mobile; ➤ Costul scăzut al vieții în comparație cu țările din regiune; ➤ Condiții adecvate de igienă și servicii medicale competitive; ➤ Turismul intern ca factor de consolidare a industriei turistice; ➤ Număr mare de universități și colegii care oferă programe de educație turistică (peste 10); ➤ Experiență în organizarea diferitor evenimente culturale, gastronomice și de afaceri de importanță regională; ➤ Siguranța călătorilor condiționată de un nivel scăzut al criminalității; ➤ Sector vitivinicol dezvoltat cu o ofertă bogată pentru turismul oenologic și diversificată în profil regional.	➤ Menținerea unui nivel scăzut de vizibilitate și atractivitate internațională a Republicii Moldova, reflectată prin numărul redus de turiști străini; ➤ Număr mic de situri naturale și culturale, recunoscute ca patrimoniu mondial; ➤ Infrastructura transportului terestru neadaptată la preferințele călătorilor; ➤ Calitatea de conformitate redusă a spațiilor de cazare; ➤ Insuficiența capacităților de coordonare și susținere financiară a industriei turismului; ➤ Cererea digitală redusă pentru destinațiile turistice din Republica Moldova; ➤ Depopularea satelor din cauza urbanizării și emigrării; ➤ Scalabilitatea redusă a industriei turismului din cauza capacității limitate în spațiile de cazare; ➤ Deficitul opțiunilor de cazare în zonele din afara razei municipiului Chișinău; ➤ Accesul limitat la forță de muncă calificată în domeniul hotelier; ➤ Reziliența redusă a agenților economici afectați de criza pandemică; ➤ Izolarea zonelor locale de agrement și turism, asociată cu un grad scăzut de ocupare și valorificare turistică. Capacitatea redusă de diversificare a ofertei turistice; ➤ Structură dezechilibrată a cererii turistice, bazată pe o singură categorie de turiști, cu impact negativ asupra rezilienței și performanței managementului turistic; ➤ Lipsa unor ocupații de masă în deservirea turiștilor rurali, generând vulnerabilitate economică în zonele rurale. ➤ Dificultatea obținerii unor noi abilități legate de ospitalitate și turism în cazul antreprenorilor agricoli.
Finanțarea sectorului turism	

➤ Susținerea dezvoltării infrastructurii fizice și afacerilor din turism din diferite resurse publice; ➤ Existența unui număr diversificat de programe și proiecte internaționale care susțin dezvoltarea turismului din țară și din regiune.	➤ Proceduri complexe de obținere a finanțărilor din surse publice pentru sectorul privat pentru dezvoltarea afacerilor în spațiul rural; ➤ Capacități reduse ale antreprenorilor/agenților economici în scrierea și managementul proiectelor.
OPORTUNITĂȚI	AMENINȚĂRI
Cadrul instituțional, legal normativ și strategic	
➤ Îmbunătățirea imaginii de țară ca urmare a obținerii statutului de stat candidat la aderarea la UE; ➤ Republica Moldova este membru al organismelor internaționale reprezentative (Organizația Mondială a Turismului, Comisia Dunării, UNESCO, SUERD); ➤ Îmbunătățirea cadrului de reglementare și administrare a patrimoniului natural; ➤ Consolidarea capacităților autorităților publice, asociațiilor de profil în diferite aspecte ale turismului, cu suportul partenerilor de dezvoltare.	➤ Context regional incert, determinat de războiul din Ucraina; ➤ Implementarea deficitară a strategiilor, programelor aferente turismului, mediului rural, agriculturii, vinificației, etc.; ➤ Capacitate administrativă limitată la toate nivelurile de guvernare a sectorului turismului; ➤ Insuficiența de cadre bine pregătite în structurile administrative.
Patrimoniul natural și antropic	
➤ Crearea traseelor self-guided, încărcate pe platforme digitale specializate, care pot fi parcurse fie pietonal, fie prin transport alternativ; ➤ Îmbunătățirea infrastructurii rutiere de acces către obiectivele de patrimoniu turistic; ➤ Revizuirea Registrului monumentelor istorice; ➤ Crearea unui mecanism viabil de finanțare a reabilitării obiectivelor/monumentelor de interes turistic; ➤ Acorduri de colaborare încheiate între APL-uri din Republica Moldova cu omologii localităților de peste hotare a acordurilor de colaborare pentru valorificarea patrimoniului existent; ➤ Rețea națională de centre informaționale turistice creată și operațională.	➤ Perpetuarea subfinanțării reabilitării patrimoniului construit; ➤ Degradarea ireversibilă a patrimoniului natural, cultural și construit determinat de tergiversarea intervențiilor de protecție și conservare.
Dezvoltarea sectorului turism	
➤ Tendințele de regionalizare a turismului și preferința pentru odihna la aer liber grație popularizării turismului responsabil; ➤ Relevanța TIC și a costului vieții pentru atragerea nomazilor digitali;	➤ Riscurile de securitate asociate războiului din țara vecină; ➤ Migrație accelerată și risc ridicat de depopulare a localităților Degradarea patrimoniului cultural și natural;

➤ Competitivitatea serviciilor medicale pentru dezvoltarea turismului medical; ➤ Ameliorarea mediului de afaceri și percepției corupției; ➤ Semnarea acordului "Cer deschis" (Open Skies Agreement) cu SUA creează premise pentru efectuarea zborurilor transatlantice; ➤ Deschiderea noilor puncte de trecere a frontierei cu România; ➤ Ieftinirea simultană a serviciilor de roaming în rețeaua de telefonie mobilă; ➤ Implementarea mai largă a tehnologiilor informaționale și transformare digitală permit îmbunătățirea business proceselor și promovează mai rapid imaginea țării ca destinație turistică; ➤ Angajamentul partenerilor de dezvoltare de a susține dezvoltarea turismului în Republica Moldova.	➤ Deturnarea/tergiversarea finanțărilor externe determinate de alte priorități emergente (războiul Ucraina, alte posibile situații excepționale).
Finanțarea sectorului turism	
➤ Atragerea resurselor privind reabilitarea obiectivelor de patrimoniu antropic din proiecte internaționale; ➤ Simplificarea procedurilor de accesare a fondurilor din surse publice pentru proiectele de dezvoltare a afacerilor turistice și a infrastructurii; ➤ Îmbunătățirea și simplificarea legislației PPP pentru a reabilita și întreține obiectivele de patrimoniu cultural, istoric, natural; ➤ Reducerea taxelor aeroportuare.	➤ Scăderea valorii finanțărilor pe plan regional în domeniul întreținerii patrimoniului natural și antropic; ➤ Tergiversarea simplificării cadrului de finanțare a proiectelor pentru îmbunătățirea infrastructurii turistice și afacerilor; ➤ Perpetuarea situației privind finanțarea redusă a reabilitării patrimoniului construit din turism.

Secțiunea a 7-a

Analiza problemelor identificate

Problemele majore cu care se confruntă industria turismului în Republica Moldova pot fi grupate în trei categorii de bază:

1. Dezvoltarea insuficientă a capitalului uman în domeniul turismului și capacitatea limitată de atragere a investițiilor la nivel local și regional contribuie la stagnarea elaborării și implementării politicilor publice de dezvoltare economică locală.

Cauza principală a acestei probleme este lipsa de competențe și expertiză a autorităților publice locale, precum și cooperarea deficitară cu sectorul privat. Autoritățile publice locale de nivelul I și II se confruntă cu un deficit de competențe legale, dar și cu lipsa cunoștințelor, capacităților și aptitudinilor necesare pentru planificarea și realizarea inițiativelor de dezvoltare economică în parteneriat cu mediul de afaceri.

Activitățile de susținere a sectorului privat, reflectate în strategiile de dezvoltare sunt fie prea ambițioase și nu prevăd mecanisme clare și fezabile de implementare, fie nu sunt suficient de consultate cu sectorul de afaceri, iar în unele cazuri au un caracter predominant declarativ. În

domeniul turismului sustenabil, aceste curențe devin și mai pronunțate, accentuând lipsa de coerență între politicile locale și nevoile reale ale industriei.

Potrivit furnizorilor de servicii din turism, lipsa resurselor umane competente, calificate și cu experiență are un impact negativ asupra procesului de recrutare la toate nivelurile, de la posturile de începător până la cele manageriale. Calitatea educației este principala provocare cu care se confruntă industria și pe care încearcă să o depășească. Principalele lacune de competență în sfera turismului sunt în domeniul hotelier și alinierea la standardele internaționale din subdomeniile specifice - afaceri hoteliere, ghizi și operatori turistici. O altă provocare reprezintă cunoașterea insuficientă a limbilor străine.

De asemenea, tehnologiile informaționale devin tot mai integrate în industria turismului, precum rezervările și vânzările online. Prin urmare, devine esențial ca actorii din domeniul turismului să dobândească competențe solide în utilizarea diferitelor platforme informaționale, soluții digitale, atragerii investițiilor, implementării principiilor de sustenabilitate, precum și în domeniul marketingului și comunicării digitale.

De asemenea, la nivel local sunt prea puține experiențe de a iniția și dezvolta parteneriate sustenabile privind dezvoltarea economică locală în general, și a turismului în particular. Această lipsă de colaborare între autorități, mediul privat și comunitățile locale limitează capacitatea regiunilor de a construi o ofertă turistică integrată și competitivă. Ca urmare, dezvoltarea turismului la nivel regional este abordată într-un mod nesistematic și neuniform, fapt ce conduce la utilizarea inefficientă a resurselor turistice și la valorificarea redusă a acestora în scopuri economice.

Multe comunități rurale depind în mare măsură de agricultură și resursele naturale, iar această dependență limitează potențialul de dezvoltare a altor sectoare economice. În plus, antreprenorii ezită să investească în noi idei de afaceri din cauza riscurilor percepute și a lipsei de cunoștințe specializate în domenii precum turismul sau servicii.

Grupurile vulnerabile cel mai afectate sunt micii antreprenori din turism, populația activă din zonele rurale, în special tinerii și femeile, care depind de dezvoltarea acestui sector pentru oportunități de angajare.

Conform datelor estimate de Biroul Național de Statistică, în Republica Moldova ponderea salariaților în activități de turism în totalul salariaților reprezintă 0,48%, iar contribuția turismului la PIB cu 0,6% ⁵⁶, semnificativ sub media regională de 5-6%, ceea ce evidențiază subutilizarea potențialului existent.

În context, lipsa unor intervenții sustenabile va perpetua problemele structurale ale sectorului, afectând negativ crearea locurilor de muncă, calitatea serviciilor turistice, atractivitatea investițională și contribuția turismului la dezvoltarea durabilă a Republicii Moldova. Totodată, personalul bine pregătit va căuta oportunități în alte sectoare sau în afara țării, accentuând migrarea forței de muncă calificate, și, în consecință deficitul de competențe în turism. Fără capital uman pregătit și fără investiții, sectorul turismului va întâmpina dificultăți în adoptarea noilor tendințe (digitalizare, sustenabilitate, turism tematic etc.). În contextul unui mediu economic instabil și lipsa infrastructurii de suport, sectorul turismului va fi menținut într-o zonă cu randament scăzut și risc ridicat. Destinațiile din Republica Moldova ar putea rămâne în urma altor piețe turistice din regiune care investesc în formare profesională și modernizare, iar comunitățile locale nu vor putea fi integrate în lanțul valoric al turismului.

2. Nivelul redus de dezvoltare al infrastructurii turistice afectează competitivitatea și atractivitatea destinațiilor turistice, plasând industria turismului din Republica Moldova pe o traiectorie instabilă și vulnerabilă.

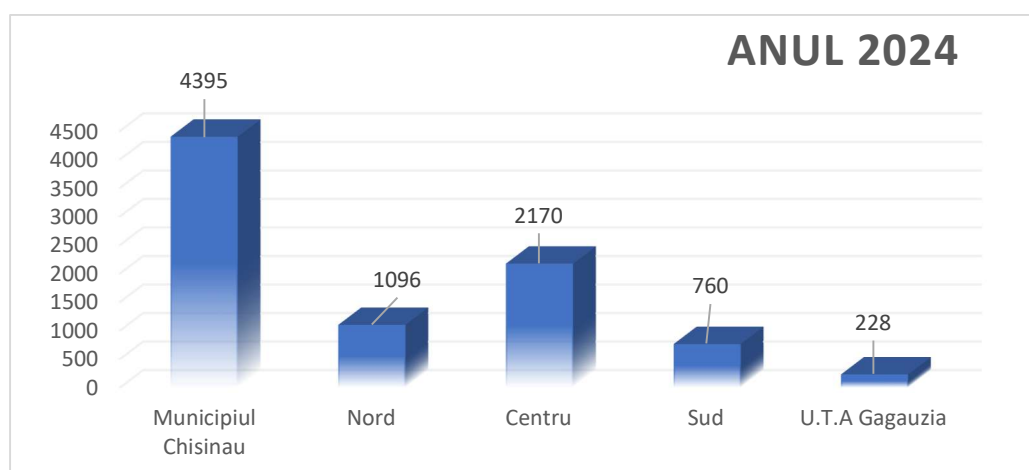
⁵⁶ <https://statisticamd.github.io/sdg-site-moldova/ro/8/>

Cauza principală a acestei probleme o reprezintă finanțarea insuficientă și distribuția inegală a infrastructurii turistice de bază (acces rutier, utilități, amenajare publică), în special în zonele rurale și regiunile periferice.

Deși valoarea adăugată reală este generată în cadrul turismului receptor, iar turismul intern reprezintă o soluție viabilă pentru dezvoltarea regională, deficiențele de infrastructură, precum drumurile deteriorate, lipsa sistemelor de apă și canalizare, managementul slab de gestionare a deșeurilor – limitează extinderea și atractivitatea acestor segmente turistice. Astfel, regiunile cu potențial ridicat, dar cu infrastructură deficitară, vor continua să fie ocolite de fluxurile turistice și de investițiile conexe.

Politicile publice implementate, proiectele realizate cu suportul diferitor parteneri internaționali ai Republicii Moldova, implicarea activă a antreprenorilor privați în dezvoltarea afacerilor din turism și celor conexe, au contribuit la creșterea capacității de cazare în teritoriu, diversificarea serviciilor pentru turiști, promovarea destinațiilor turistice rurale, inițierea parteneriatelor multilaterale între operatori, autorități, ONG-uri și diasporă. Potrivit datelor Biroului Național de Statistică, la sfârșitul anului 2024, în Republica Moldova funcționau 300 de structuri de primire turistică colective cu funcțiuni de cazare, dintre care, doar 57 reprezentau pensiuni turistice și agroturistice⁵⁷. La nivel regional, capacitatea de cazare este distribuită inegal: în Nordul țării - 1096 camere, în Centru - 2170 camere, mun. Chișinău - 4.395 camere, UTA. Găgăuzia - 228 camere, iar în Sud doar 760 camere destinate turiștilor.

Figura nr. 20 Capacitatea existentă a structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare



Sursa: BNS

Cu toate acestea, persistă provocări legate de lipsa infrastructurii esențiale pentru turism, precum: întreținerea rețelei de drumuri naționale și locale, iluminatul stradal, asigurarea cu apă potabilă și canalizare, precum și calitatea căilor de acces către destinațiile turistice.

În mod special, se evidențiază necesitatea reparației și modernizării porțiunilor de drumuri care fac accesul cu zonele, unde se dezvoltă intens diferite forme de turism. Rețeaua de drumuri care asigură conexiunea cu comunitățile rurale, inclusiv microregiunile de amplasare a unităților vinicole din domeniul serviciilor de oenoturism este în stare deplorabilă, influențând în mod negativ asupra deciziilor turiștilor naționali, cât și cei din străinătate de a efectua vizite. Estimările agenților economici din domeniu reflectă că, în situația în care drumurile ar fi fost reparate, reconstruite, modernizate și întreținute adecvat, principalii indicatori economico-financiar ai întreprinderilor din sectorul vitivinicol și oenologic ar fi înregistrat creșteri de minim 30%, în baza creșterii încasărilor din vânzarea produselor și prestarea serviciilor (alimentație, cazare, degustări, servicii de transport,

⁵⁷ [Statistica - numărul structurilor de primire turistică](#)

agrement). Porțiunile de drum din zonele cu Indicație Geografică Protejată, necesită reparație și modernizare în mod prioritar.

În caz de neintervenție, numărul vizitatorilor nu va înregistra progrese, având un impact negativ asupra vânzărilor din prestări de servicii, locurilor de muncă și respectiv a încasărilor la buget.

Pe de altă parte, oferta spațiilor de cazare are o serie de deficiențe structurale:

Din punct de vedere geografic, 38% din oferta de cazare este concentrată în mun. Chișinău și, într-o măsură mai mică în raioanele Dubăsari (7%), Orhei (5%) și UTA Găgăuzia (5%). Există așadar, regiuni cu potențial turistic, în care oferta spațiilor de cazare constituie o constrângere majoră pentru dezvoltarea turismului. Acestea vizează mun. Soroca (vizite la cetate și alte atracții locale), r. Glodeni (vizite la Pădurea Domnească), r. Ștefan-Vodă (vizite la Parcul Național Nistrul de Jos) și mun. Cahul (vizite la Lunca Prutului de Jos), r. Nisporeni (vizite la 5 mănăstiri și biserici vechi de lemn, 2 muzee), r. Călărași (vizite la 17 muzee, 9 mănăstiri și biserici de lemn).

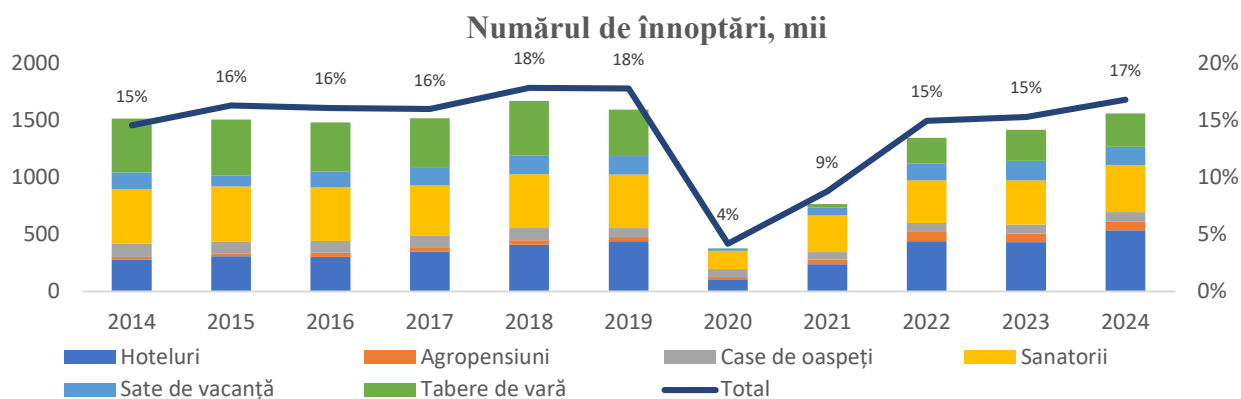
• *Din punct de vedere al tipului de cazare*, oferta este dominată de numărul de locuri disponibile în taberele de vacanță care, deși nu sunt multe la număr (53), oferă în medie câte 220 de locuri de cazare fiecare, iar rata de ocupare este scăzută (doar 7% în 2024). Chiar dacă se ia în calcul caracterul sezonier al acestor structuri de cazare, potențialul acestora nu este valorificat la modul optimal. Cele mai solicitate de turiștii locali sunt sanatoriile și casele de oaspeți, pentru care rata de ocupare este 46 % și 31%, respectiv. Hotelurile dețin 22% din piață și au avut în 2024 o rată de ocupare de 26%, majoritatea oaspeților (în medie 70%) fiind cetățeni străini.

• *Numărul de locuri disponibile în unitățile de cazare* ca regulă este mic, ceea ce constrânge gama de servicii turistice disponibile. De exemplu, numărul mediu de locuri la hoteluri este de 48, în timp ce numărul mediu de locuri la pensiuni este de 29. Capacități mai mari există doar în sanatorii (numărul mediu de locuri - 282) și tabere de vară (numărul mediu de locuri - 227), însă oferta de cazare pentru aceste structuri nu este adaptată cererii din cadrul turismului receptor.

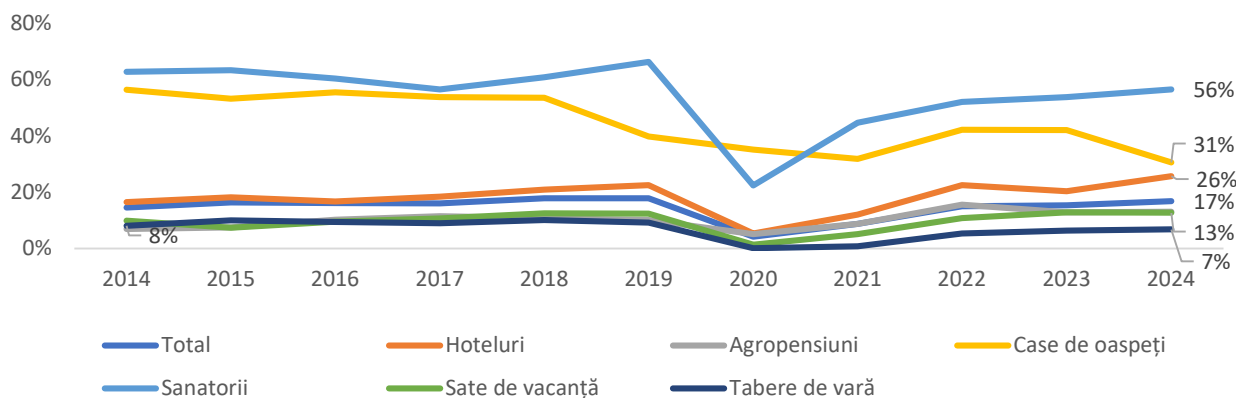
• *Hotelele din Republica Moldova* sunt preponderent de categoria de trei stele și mai jos, or acestea sunt apreciate ca neadaptate pentru turiștii străini, iar tur-operatorii locali specializați în turismul receptor au indicat că practic nu le includ în oferta pentru turiști. La fel, turiștii de afaceri nu recurg la acestea, și nici organizațiile internaționale. Respectiv, ponderea cea mai înaltă în ocuparea hotelurilor se răsfrânge asupra hotelurilor de categoria asimilată 4 stele și 5 stele, care sunt doar 34 în Republica Moldova. Astfel, situația prezintă un paradox, în care, oficial, spații de cazare există, însă din cauza că acestea sunt de o calitate inferioară, nu pot capta turiștii străini, și, în consecință, indică o rată de ocupare joasă.

• Statistica oficială nu include *închirierea apartamentelor*, care tinde să devină o opțiune tot mai populară pentru călători și excursioniști. Potrivit estimărilor, în Republica Moldova sunt listate circa 1200 de proprietăți, cu o rată medie de ocupare de 44%, ceea ce denotă că numărul de înnoptări „la privat” în ultimele 12 luni a fost de 194 mii și corespunde unei cote de piață de 12.6%.

Figura nr. 21 Capacitatea unităților de cazare și numărul de înnoptări



Rata de ocupare pe structuri de cazare



Sursă: BNS, 2022

Rata de ocupare a hotelurilor din Republica Moldova indică faptul că oferta de cazare este adecvată cererii actuale. Cu toate acestea, pentru a atrage mai mulți turiști și a dezvolta segmentul MICE, este necesară îmbunătățirea semnificativă a calității serviciilor hoteliere, ca ar permite Republicii Moldova să fie mai competitivă în comparație cu țările din regiune.

Distribuția geografică neuniformă a structurilor de cazare, lipsa standardizării serviciilor, accesul dificil la nodurile de transport aerian și rutier determină ca Republica Moldova să fie percepută doar ca o escală, nu și ca o destinație turistică de durată. În consecință, încasările reale din turism sunt mai mici decât cele potențiale, determinată de faptul că durata de ședere a cetățenilor străini în Republica Moldova este scurtă, iar destinațiile turistice care nu sunt în raza mun. Chișinău rămân neexplorate. Ponderea turiștilor în numărul total de turiști cazați, care au preferat să se oprească în structurile de primire turistică din mun. Chișinău a constituit 68,3%, regiunile de dezvoltare Nord – 6,0%, Centru – 19,1%, Sud – 5,7% și UTA Găgăuzia – 0,9%. Durata medie de ședere a unui turist în structurile de primire turistică în anul 2024 a fost de 4,3 zile (5,8 zile - pentru turiști rezidenți și 3,0 zile - pentru turiști nerezidenți), comparativ cu media europeană de peste 5 zile⁵⁸.

Efectele acestei situații generează venituri reduse din turism, vizitarea limitată a regiunilor din afara mun. Chișinău, stagnarea dezvoltării locale și degradarea infrastructurii existente.

Printre cei mai afectați de această problemă sunt antreprenorii locali (în special IMM-urile din turism), locuitorii comunităților rurale, tinerii și femeile care depind de locuri de muncă sezoniere și de oportunitățile economice generate de turism. În condițiile lipsei unor măsuri specifice, dezvoltarea inegală a regiunilor și depopularea zonelor rurale este inevitabilă. Stagnarea dezvoltării economice, determinată de oportunități limitate de promovare și valorificare a resurselor turistice va determina migrarea populației în orașe sau peste hotare. Fără sprijin infrastructural, micii antreprenori (pensiuni, vinării, ghizi locali) vor întâmpina dificultăți, manifestate prin scăderea veniturilor sau chiar închiderea afacerilor.

3. Gradul redus de valorificare și digitalizare a ofertei turistice taxează creșterea economică și reduce potențialul de asigurare a unui trai decent, mai ales în mediul rural.

Cauza principală constă în lipsa unei viziuni strategice integrate a investițiilor direcționate în digitalizarea sectorului turistic, combinată cu o slabă coordonare între actorii publici și privați, precum și cu insuficiența datelor statistice fiabile, necesare pentru planificarea și monitorizarea dezvoltării turismului.

⁵⁸ [Statistica - ponderea numărului de turiști cazați](#)

În ultima perioadă, dezvoltarea turismului a fost un proces de auto-descoperire, cu incursiuni pe segmente noi de piață, precum turismul medical (receptor) și drumețiile (turism intern). Cu toate acestea, gradul scăzut de pregătire în tehnologiile informaționale, lipsa unei infrastructuri digitale consolidate și absența unor baze de date statistice complete limitează expunerea și promovarea eficientă a destinațiilor turistice. Această situație afectează în special grupurile vulnerabile: antreprenorii locali din mediul rural (proprietari de pensiuni, vinării, ateliere meșteșugărești, restaurante tradiționale, ghizi locali), care, în lipsa platformelor digitale de promovare și rezervare (ex. Booking, TripAdvisor) au o vizibilitate scăzută și acces limitat la turiști; femeile din zonele rurale, pentru care rata scăzută de alfabetizare digitală restrânge accesul la platforme de promovare a activităților de turism rural, gastronomie locală sau meșteșuguri; tinerii din comunitățile locale, lipsiți de oportunități de afirmare și integrare în economia digitală a turismului, precum și vârstnicii implicați în oferirea experiențelor tradiționale (tradiții, meșteșuguri, ospitalitate locală), care riscă să fie excluși din circuitul turistic global.

Din punct de vedere al motivației de a călători, valorificarea ofertei turistice condiționate de natură este determinată de cererea digitală. Cererea digitală pentru turismul în natură este măsurată ca sumă a căutărilor în spațiul online în bază de cuvinte cheie asociate cu călătoriile la natură ce țin de o locație specifică. Din păcate, nici la acest capitol, Republica Moldova nu este foarte „solicitată”. În conformitate cu indicele cererii digitale, Republica Moldova se clasează pe poziția 117 în lume, cu un scor de 1,03 față de media regională de 1,69. Totuși, cererea digitală poate fi influențată de acțiunile de promovare și cantitatea de resurse informaționale disponibile online. Pădurea Domnească, Codrii Moldovei, Lunca Prutului de Jos, Toltrele Prutului, bazinul râului Nistru nu sunt locații cu servicii adaptate necesităților turiștilor, au o infrastructură precară și nu sunt mediatizate suficient pentru a deveni magneți ai căutărilor online și, în consecință, motive de călătorie. De remarcat că, potrivit sondajelor de opinie efectuate la nivel mondial, mai bine de o treime din comunitatea călătorilor și excursioniștilor afirmă că se simt mai confortabil să viziteze o destinație de care nu au auzit anterior doar cu condiția că pot arunca o privire pe furiș în realitatea virtuală ce o descrie⁵⁹.

Acoperirea geografică a spațiilor de cazare accesibile prin utilizarea platformelor digitale este neuniformă. Pensiunile din zonele rurale, care au căpătat amploare datorită dezvoltării turismului intern, sunt relativ inaccesibile pentru vizitatorii străini, din cauza că nu sunt integrate în mediul online. Aceasta se explică prin reticența pensiunilor de a ceda în favoarea platformelor digitale internaționale comisionul pentru efectuarea rezervării (în unele cazuri până la 23%), chiar dacă, potențial, aceasta le-ar completa capacitățile disponibile. Alternativele locale pentru efectuarea rezervărilor online sunt suficiente pentru aceasta etapă de dezvoltare a digitalizării sectorului, dar insuficient de cunoscute și acceptate de prestatorii de servicii, în special cei din mediul rural. Reticența acestora față de automatizarea proceselor de rezervare și plăți online se pot explica prin prisma următoarelor raționamente:

- turiștii locali nu au încă obișnuința să facă rezervări online în Republica Moldova, pentru comoditate fac rezervările la telefon și achită cu numerar;
- ca regulă, managerii de pensiuni suplinesc mai multe responsabilități și funcții în cadrul afacerii și lipsa de timp îi face să considere că e mai rapid dacă preiau rezervările la telefon, pe social media, etc.;
- frica proprietarilor de a nu pierde clienții în momentul în care îi direcționează către site web, unde aceștia ar putea rezerva și achita online.

⁵⁹ Booking.com, [Spontechnaity: How tech will drive travel](#), 2023

Unul din instrumentele care funcționează și este integrat pe site-urile web ale vinărilor și pensiunilor este *WineristGo*, care pune la dispoziție soluția pentru rezervări în timp real și plăți online, cu un comision redus de până la 5%. Este însă necesară alfabetizarea digitală continuă atât a populației (prin campanii de marketing și comunicare) cât și a proprietarilor de afaceri turistice, în vederea urmăririi trendurilor internaționale și a schimbărilor comportamentului turiștilor străini.

Cu toate acestea, datorită nivelului de pregătire TIC, al costului redus al vieții, al nivelului scăzut de poluare a mediului ambiant, al unui patrimoniu cultural autentic și original, industria turismului din Republica Moldova ar putea să devină un motor al creșterii economice. Mai mult ca atât, datorită efectului multiplicator, dezvoltarea turismului receptor și intern ar fi în măsură să genereze câștiguri decente la sate, absorbind excesul de forță de muncă care în prezent ia calea urbanizării sau emigrării.

Efectele lipsei de intervenție din partea statului va perpetua excluderea digitală, stagnarea dezvoltării economice locale, menținerea inegalităților teritoriale, reducând semnificativ potențialul turismului de a deveni un sector strategic pentru economia și imaginea Republicii Moldova. Totodată, există riscul lipsei vizibilității online a destinațiilor turistice, izolarea economică a actorilor locali, excluderea de pe piața turismului global și ineficiența în elaborarea politicilor publice și în atragerea fondurilor externe. Fără o ofertă turistică bine digitalizată și valorificată, Republica Moldova nu va putea atrage investiții externe sau fonduri europene destinate dezvoltării durabile a sectorului. Fără o direcționare clară a fondurilor și a unei orientări strategice din partea statului, actorii din industria turismului vor rămâne vulnerabili la fluctuațiile pieței și la lipsa de orientare în dezvoltarea afacerilor.

Subsidiar, lipsa unei viziuni strategice și a unei baze de date statistice, pentru valorificarea potențialului turistic al Republicii Moldova, ar putea duce la subexpunerea sau subevaluarea resurselor turistice. Grupurile vulnerabile, cum ar fi locuitorii din mediul rural sau cei cu venituri mai mici, ar putea să nu beneficieze de oportunitățile de creștere economică și de creare de locuri de muncă pe care le-ar putea aduce dezvoltarea turismului.

În consecință, nesoluționarea declinului oportunităților economice în zonele rurale și creșterea sărăciei în rândul comunităților vulnerabile va determina creșterea migrației către orașe sau emigrarea în căutarea unor surse de venit mai stabile, ceea ce va agrava problemele legate de urbanizare și de concentrarea excesivă a populației în anumite zone, distribuția inegală a beneficiilor economice și sociale, favorizând anumite grupuri sau regiuni în detrimentul altora.

Pentru a evita aceste consecințe negative, este esențială intervenția promptă și eficientă, din partea autorităților publice, pentru rezolvarea problemelor identificate în industria turismului, inclusiv prin îmbunătățirea colectării și utilizării datelor statistice.

CAPITOLUL III

OBIECTIVELE PROGRAMULUI

Secțiunea 1.

Obiective generale

Scopul elaborării Programului "Turism 2029" este de a stabili obiectivele și direcțiile de dezvoltare a turismului în Republica Moldova, astfel încât acesta să devină un sector competitiv și sustenabil, dar și rezilient în fața riscurilor și provocărilor cauzate de diverși factori externi, urmărind atingerea obiectivului general de dezvoltare a Republicii Moldova ca destinație turistică competitivă și durabilă, capabilă să ofere beneficii economice, sociale și de mediu comunităților locale și generațiilor viitoare.

Întru realizarea scopului Programului „Turism 2029” se propune atingerea a trei obiective generale, după cum urmează:

Obiectiv general 1. Consolidarea capacităților instituționale și umane din domeniul turismului, în vederea sprijinirii atragerii investițiilor și dezvoltării sustenabile a destinațiilor turistice;

Obiectiv general 2. Creșterea competitivității și atractivității destinațiilor turistice prin dezvoltarea și modernizarea infrastructurii turistice;

Obiectiv general 3. Valorificarea și digitalizarea ofertei turistice în vederea stimulării dezvoltării economice durabile și creșterii competitivității sectorului turistic.

Secțiunea a 2-a Obiective specifice

Operaționalizarea obiectivelor generale ale prezentului Program va fi realizată prin intermediul următoarelor obiective specifice:

Tabel nr. 3. Obiective generale și specifice ale Programului „Turism 2029”

Obiectivul general	Obiectivul specific
Obiectiv general 1. Consolidarea capacităților instituționale și umane, în vederea sprijinirii atragerii investițiilor și dezvoltării sustenabile a turismului	Obiectiv specific 1.1. Instruirea minim a 500 actori din industria turismului (inclusiv antreprenori, operatori turistici și reprezentanți ai autorităților locale) prin cel puțin 3 programe de formare specializate în atragerea investițiilor, marketing turistic, managementul destinației turistice și implementarea principiilor turismului sustenabil
	Obiectiv specific 1.2. Elaborarea și implementarea unui cadru de reglementare coerent și eficient pentru dezvoltarea sustenabilă a destinațiilor turistice, prin adoptarea a cel puțin 3 instrumente normative (hotărâri de Guvern, metodologii, ghiduri) care să includă criterii clare de sustenabilitate, mecanisme de monitorizare și măsuri de sprijin pentru autoritățile locale și operatorii din turism
	Obiectiv specific 1.3. Până la finalul anului 2029, să fie inițiate și implementate cel puțin 5 parteneriate regionale și internaționale în domeniul turismului, prin acorduri de cooperare, proiecte comune sau rețele tematice, cu scopul promovării turismului durabil, schimbului de bune practici și creșterii atractivității destinațiilor implicate.
Obiectiv general 2. Creșterea competitivității și atractivității destinațiilor turistice prin dezvoltarea și modernizarea infrastructurii turistice	Obiectiv specific 2.1. Modernizarea infrastructurii de acces și a rețelelor de utilități publice în minim 7 destinații turistice până în 2029
	Obiectiv specific 2.2. Dezvoltarea și promovarea minim a 3 destinații turistice sustenabile prin atragerea investițiilor și diversificarea serviciilor turistice calitative
	Obiectiv specific 2.3. Îmbunătățirea conectivității în cel puțin 7 destinații turistice și valorificarea minim a 10 zone cu potențial turistic

Obiectiv general 3. Valorificarea și digitalizarea ofertei turistice în vederea stimulării dezvoltării economice durabile și creșterii competitivității sectorului turistic	Obiectiv specific 3.1. Sprijinirea minim a 70 afaceri din turism, în special din mediul rural, prin organizarea a cel puțin 3 programe de formare profesională, facilitarea accesului la finanțare și suport pentru dezvoltarea și creșterea competitivității pe piața turistică până în 2029
	Obiectiv specific 3.2. Promovarea turismului intern și receptor ca vectori de creștere economică, cu accent pe turismul medical, ecologic și cultural, pentru a crește cu minimum 30% fluxul de turiști valorificând potențialul natural și cultural autentic al țării
	Obiectiv specific 3.3. Dezvoltarea cel puțin a 3 soluții digitale pentru promovarea ofertei turistice și acces la servicii pentru turiști și antreprenori locali până în anul 2029.

Nucleul dezvoltării industriei turismului în Republica Moldova îl reprezintă un produs turistic diversificat și sustenabil, capabil să susțină dezvoltarea regională integrată și să genereze beneficii directe pentru comunitățile locale. Această ofertă turistică se bazează pe diversificarea pe segmente de piață și pe valorificarea destinațiilor cu potențial de creștere, în special din mediul rural și din regiunile mai puțin dezvoltate.

Pentru ca acest potențial să fie transformat în rezultate concrete, este esențială consolidarea capacităților instituționale și umane ale autorităților publice locale și ale actorilor din turism, astfel încât aceștia să poată sprijini dezvoltarea sustenabilă a sectorului și să atragă investiții în destinațiile turistice.

Totodată, modernizarea și dezvoltarea infrastructurii turistice reprezintă o condiție indispensabilă. Fără căi de acces corespunzătoare, spații de cazare adecvate și facilități conforme standardelor internaționale, produsul turistic riscă să rămână o noțiune abstractă. Creșterea competitivității și atractivității destinațiilor turistice din Republica Moldova presupune investiții în infrastructură, atât la nivel regional, cât și național, pentru asigurarea unei dezvoltări echilibrate și durabile.

În același timp, valorificarea și digitalizarea ofertei turistice sunt esențiale pentru a crește vizibilitatea și accesibilitatea produsului turistic autohton. Prin adoptarea instrumentelor digitale și promovarea inteligentă a destinațiilor, se poate stimula dezvoltarea economică durabilă, sprijinind în mod direct comunitățile rurale și grupurile vulnerabile.

În ultimă instanță, succesul acestor acțiuni depinde de conjugarea eforturilor tuturor actorilor implicați, în baza unui cadru coerent de politici și reglementări favorabile dezvoltării sustenabile a turismului.

CAPITOLUL IV

IMPACTUL IMPLEMENTĂRII PROGRAMULUI „TURISM 2029”

Realizarea plenară a obiectivelor trasate de Programul „Turism 2029” va produce un impact pozitiv atât asupra creșterii economice, cât și asupra bunăstării cetățenilor. La estimarea impactului economic s-a ținut cont de efectul multiplicator generat de industria turismului și anume: fiecare dolar cheltuit în cadrul turismului receptor duce la creșterea veniturilor populației cu 1 dolar și la creșterea producției cu 2 dolari. Totodată, fiecare milion de dolari încasat din turismul receptor conduce la crearea a cel puțin 30 de locuri de muncă în economia națională.

Totuși, este de menționat că **impactul administrativ** presupune un efort suplimentar atât din punct de vedere financiar (costuri suplimentare pentru bugetul public național), cât și din punct de vedere al resurselor umane. Implementarea Programului va conduce la consolidarea capacității instituționale la nivel central, regional și local, asigurând o planificare și o implementare mai eficientă a politicilor publice în turism. Rezultatul va fi o coordonare optimizată între actorii din domeniu, personal instruit și structuri manageriale funcționale, precum Oficiul Național al Turismului și Organizațiile de Management al Destinațiilor Turistice, susținând dezvoltarea durabilă a infrastructurii, integrarea tehnologiei și digitalizarea sectorului.

După cum s-a menționat, **impactul economic** este determinat de realizarea plenară a obiectivelor trasate. Conform prognozei Fondului Mondial Internațional, valoarea PIB-ului în 2029 va fi de 522.1 miliarde lei⁶⁰, ceea ce determină linia de bază pentru creșterea sectoarelor economiei naționale. Or, în ceea ce privește *turismul receptor*, se anticipează o creștere economică accelerată, condiționată de majorarea numărului de turiști străini și a duratei sejurului acestora pe teritoriul Republicii Moldova, cu creșterea capacității de cazare și deservire a acestora, diversificării formelor de turism și apariției/dezvoltării de noi destinații în profil regional. Prin urmare, se prognozează o creștere a veniturilor agenților economici din transportul aerian (+89%), determinată de creșterea numărului de pasageri, și o creștere a veniturilor unităților de cazare (+149%) determinată de creșterea de la 162 la 300 mii a numărului de turiști cazați și a perioadei de cazare de la 2.6 la 3.5 zile. După aceeași logică, se anticipează o creștere a veniturilor restaurantelor (+149%). În privința agenților de turism, ne așteptăm la o creștere mai moderată a veniturilor dat fiind faptul că turismul emițător (90% din cifra de afaceri) va genera o creștere egală cu creșterea economică (+53%). Astfel, ponderea industriei turismului în PIB va crește de la 0,6 % la 0,9 %.

Pe lângă cele menționate, creșterea numărului de turiști în cadrul turismului medical, de afaceri și de recreere va avea efecte pozitive asupra balanței de plăți. Se anticipează că volumul încasărilor de la nerezidenți în cadrul serviciilor de turism vor crește de la 740 milioane dolari SUA la 900 milioane dolari SUA, inclusiv: pentru serviciile de afaceri – de la 150 la 250 milioane dolari SUA; pentru serviciile de sănătate – de la 50 la 62 milioane dolari SUA și pentru serviciile de odihnă – de la 457 la 510 dolari SUA. Astfel, conform unor estimări conservative⁶¹ încasările suplimentare de la nerezidenți vor conduce la crearea a circa 5000 de locuri de muncă în economia națională.

Implementarea Programului „Turism 2029” va avea un **impact bugetar** pozitiv. Veniturile la bugetul public național vor crește proporțional cu majorarea cifrei de afaceri la agenții economici din turism și industriile conexe. Astfel, în condițiile unei creșteri anticipate a cifrei de afaceri cu 17.5 miliarde lei în următorii patru ani, încasările din TVA (la cota de impozitare de 20%) vor crește cu 3.5 miliarde lei, iar încasările din impozitele pe venitul persoanelor juridice se va majora cu circa 700 milioane lei (la cota de impozitare de 4%). Concomitent, crearea de noi locuri de muncă va determina creșterea veniturilor la bugetul asigurărilor sociale de stat BASS și FAOM cu 510 milioane lei și 170 milioane lei respectiv în următorii patru ani. După deducerea costurilor aferente implementării programului în volum de 722.5 milioane lei, impactul bugetar net rămâne a fi pozitiv și totalizează 4.1 miliarde lei.

Implementarea Programului „Turism 2029” va avea un **impact social** major. În primul rând, este vorba de îmbunătățirea calității vieții în zonele rurale, prin diversificarea activităților economice în zonele rurale și prin dezvoltarea turismului rural și majorarea veniturilor disponibile ale gospodăriilor casnice cu 2.9 miliarde lei (conform asumării că un dolar cheltuit de nerezidenți

⁶⁰ <https://www.imf.org/en/News/Articles/2024/12/17/pr-24480-republic-of-moldova-imf-concludes-6th-rev-under-ecf-and-eff-and-2nd-rev-under-the-rsf>

⁶¹ 30 de locuri suplimentare de muncă pentru fiecare milion de dolari SUA încasat suplimentar

echivalează cu un dolar câștigat de prestatorii de servicii turistice). Această majorare reprezintă o creștere cu 0.2% a venitului global al gospodăriilor casnice, ceea ce nu este neglijabil, ținând cont de ponderea mică a sectorului în PIB. Avantajele sunt și mai evidente dacă se ia în considerare că o prioritate de dezvoltare a turismului este implicarea comunităților locale din mediul rural. Trebuie de apreciat că, în afară de beneficiile directe pentru tur-operatori, structurile de cazare și furnizorii de servicii de transport, de majorarea numărului de turiști străini beneficiază indirect comunitatea locală – unitățile de alimentație publică, producătorii de articole de artizanat, administrația muzeelor și a rezervațiilor științifice. Prin urmare, se poate constata că o altă categorie de impact social este micșorarea discrepanței dintre veniturile populației din mediul urban și rural. La fel de esențial este faptul că apariția unor oportunități economice alternative la sate se opune tendinței îngrijorătoare de depopulare a mediului rural din cauza urbanizării și emigrării.

În ceea ce privește **impactul ecologic**, situația este mai puțin univocă. Pe de o parte, transportul aerian are o amprentă ecologică negativă, or Programul „Turism 2029” mizează pe creșterea numărului de zboruri în și din Republica Moldova. Per total, Republica Moldova emite anual circa 12 milioane tone CO₂.⁶² Deși estimările exacte privind emisiile aferente transportului aerian de pasageri nu sunt publicate, valoarea aproximativă a acestora este de 0.32 milioane tone CO₂ (reieșind din 90 kg CO₂ per pasager-oră⁶³). Prin urmare, o majorare cu 50% a numărului de pasageri transportați pe calea aerului, va conduce la o creștere a poluării atmosferice cu 0.17 milioane tone CO₂, ceea ce în continuare reprezintă o pondere mică în volumul total al emisiilor de carbon. Pe de altă parte, amprenta ecologică nu se reduce la poluarea atmosferică. Exploatarea terenurilor agricole, pășunatul, pescuitul, utilizarea resurselor forestiere, construcțiile conduc la un deficit de bio-capacitate⁶⁴. Or, prin promovarea turismului sustenabil care vizează conservarea naturii și valorificarea ariilor protejate, se produce efectul invers – deficitul de bio-capacitate se reduce. Astfel, per total, impactul ecologic al Programului „Turism 2029” este neutru spre pozitiv.

Programul „Turism 2029” sprijină inovarea, digitalizarea și practicile sustenabile în turism, prin consolidarea capacităților actorilor din domeniu, modernizarea infrastructurii și integrarea tehnologiilor avansate, inclusiv inteligența artificială. Astfel, programul contribuie la creșterea competitivității destinațiilor turistice, valorificarea ofertei și dezvoltarea economică durabilă, în beneficiul comunităților rurale și al grupurilor vulnerabile.

Tabel nr. 4. Indicatori de monitorizare a Programului „Turism 2029”

Obiective	Indicator de impact/rezultat	Valoarea de referință 2024	Valoarea țintă 2029	Sursa de date
Obiectiv general 1. Consolidarea capacităților instituționale și umane, în vederea sprijinirii atragerii investițiilor și dezvoltării sustenabile a turismului	Creșterea numărului de proiecte investiționale atrase în domeniul turismului;	1	10	ONT
	Ponderea salariaților în activități de turism în totalul salariaților, %	0,48	1	BNS

⁶² UNEP, [Emissions Gap Report 2022](#)

⁶³ Carobonindependent.org, [Aviation emissions](#), 2023

⁶⁴ Managementul deșeurilor, [Republica Moldova – debitor ecologic!](#), 2016

Obiectiv specific 1.1. Instruirea minim a 500 actori din industria turismului (inclusiv antreprenori, operatori turistici și reprezentanți ai autorităților locale) prin cel puțin 3 programe de formare specializate în atragerea investițiilor, marketing turistic, managementul destinației turistice și implementarea principiilor turismului sustenabil	Numărul de sesiuni de instruire organizate și desfășurate	2	10	MC
	Numărul de beneficiari instruiți	220	500	MC
Obiectiv specific 1.2. Elaborarea și implementarea unui cadru de reglementare coerent și eficient pentru dezvoltarea sustenabilă a destinațiilor turistice, prin adoptarea a cel puțin 5 instrumente normative (hotărâri de Guvern, metodologii, ghiduri) care să includă criterii clare de sustenabilitate, mecanisme de monitorizare și măsuri de sprijin pentru autoritățile locale și operatorii din turism	Numărul de acte normative adoptate, care includ criterii clare de sustenabilitate, mecanisme de monitorizare și măsuri de sprijin pentru beneficiari	2	5	MC
Obiectiv specific 1.3. Până la finalul anului 2029, să fie inițiate și implementate cel puțin 5 parteneriate regionale și internaționale în domeniul turismului, prin acorduri de cooperare, proiecte comune sau rețele tematice, cu scopul promovării turismului durabil, schimbului de bune practici și creșterii atractivității destinațiilor implicate	Numărul de parteneriate / acorduri inițiate și implementate până la finele anului 2029	0	5	MC
	Numărul beneficiarilor direcți (agenți economici, autorități /comunități) a parteneriatelor implementate	60	300	ONT
Obiectiv general 2. Creșterea competitivității și atractivității destinațiilor turistice prin dezvoltarea și modernizarea infrastructurii turistice	Creșterea cu 35 % a numărului de înnoptări realizate de turiști nerezidenți	5	40	BNS
Obiectiv specific 2.1. Modernizarea infrastructurii de acces și a rețelilor de utilități publice în minim 7 destinații turistice până în 2029	Numărul căilor de acces în destinații turistice modernizate (drumuri renovate)	1	10	APL
Obiectiv specific 2.2. Dezvoltarea și promovarea minim a 3 destinații turistice sustenabile prin atragerea investițiilor și diversificarea serviciilor turistice calitative	Creșterea cu 20% a numărului structurilor de primire turistică cu funcțiuni de cazare	300	360	BNS
Obiectiv specific 2.3. Îmbunătățirea conectivității în cel puțin 7 destinații turistice și valorificarea a minimum 10 zone cu potențial turistic	Ponderea locurilor în unitățile de cazare, în afara mun. Chișinău, %	62	75	BNS

Obiectiv general 3. Valorificarea și digitalizarea ofertei turistice în vederea stimulării dezvoltării economice durabile și creșterii competitivității sectorului turistic	Ponderea turismului în PIB	0.6	0.9	BNS
	Creșterea numărului de turiști și excursioniști în cadrul turismului receptor și intern cu 20 %	10	30	BNS
Obiectiv specific 3.1. Sprijinirea minim a 70 afaceri din turism, în special din mediul rural, prin organizarea a cel puțin 3 programe de formare profesională, facilitarea accesului la finanțare și suport pentru dezvoltarea și creșterea competitivității pe piața turistică până în 2029	Creșterea cu 15% a investițiilor în economie, milioane lei	35	50	ODA ONT
Obiectiv specific 3.2. Promovarea turismului intern și receptor ca vectori de creștere economică, cu accent pe turismul medical, ecologic și cultural, pentru a crește cu minimum 30% fluxul de turiști valorificând potențialul natural și cultural autentic al țării	Valoarea sumei încasate de la nerezidenți pentru serviciile de călătorie, mii lei anual	66 500	90 000	BNS
Obiectiv specific 3.3. Dezvoltarea a cel puțin 3 soluții digitale pentru promovarea ofertei turistice și acces la servicii pentru turiști și antreprenori locali până în anul 2029	Creșterea cu 30 % a numărului de vizitatori unici care accesează online informațiile pe platforma națională de promovare a turismului	-	30	ONT
	Gradul de satisfacție al utilizatorilor față de soluțiile digitale, %	0	70	ONT

CAPITOLUL V. COSTURILE AFERENTE ȘI SURSE DE FINANȚARE

Prezentul Program presupune atragerea unui volum important de finanțare pentru întreaga perioadă de implementare (2026-2029).

Costul estimativ de implementare al Programului constituie circa 558 572,5 mii lei din resursele bugetare și include costurile pentru realizarea acțiunilor de diversă natură (infrastructură, susținere financiară, promovare, consolidarea capacităților, parteneriate etc.).

Implementarea prevederilor proiectului urmează a fi efectuată doar în limita alocațiilor ce au fost aprobate în Legea Bugetului de Stat pentru anul 2026 și conform CBTM 2026-2028. Resursele bugetare planificate sunt distribuite în mai multe sectoare și subprograme bugetare: sectorul „Turism” 66.01 „Politici și management în domeniul turismului”, 66.02 „Dezvoltarea turismului”, sectorul „Cultura” 85.02 „Dezvoltarea Culturii”, 85.03 „Protejarea și punerea în valoare a patrimoniului cultural național”, 8506 „Odihnă și agrement”, sectorul „Agricultura” 51.05 „Subvenționarea producătorilor agricoli”, sectorul „Transporturi” 64.02 „Dezvoltarea

transporturilor”, 64.04 „Dezvoltarea transportului rutier”, 64.05 „Dezvoltarea transportului feroviar”, 64.06 „Dezvoltarea transportului aerian”, sectorul „*Servicii economice generale*” 50.01 „Politici și management în domeniul macroeconomic și de dezvoltare a economiei”, 50.04 „Susținerea întreprinderilor mici și mijlocii”, 68.02 „Dezvoltarea sistemului național de standardizare”, sectorul „*Minerit, industrie și construcții*” 61.04 „Dezvoltarea bazei normative în construcții”, sectorul „*Ordine publică*” 35.01 „Politici și management în domeniul afacerilor interne”, sectorul „*Educația*” 88.10 „Învățământ superior”, sectorul „*Protecția mediului*” 70.01 „Politici și management în domeniul protecției mediului”. Acțiunile vor fi realizate în funcție de disponibilitatea resurselor bugetare și în limitele alocațiilor aprobate în acest scop în bugetele autorităților responsabile.

Este de menționat, că suma de 437 500,0 mii lei va fi alocată de către Delegația Uniunii Europene prin intermediul proiectelor incluse în Agenda de Reforme a Planului de Creștere pentru Republica Moldova pentru anii 2025–2027.

Resursele care urmează a fi atrase de la partenerii de dezvoltare și cele sub formă de parteneriate, programe de asistență tehnică și financiară, constituie 5 782,0 mii lei și vor fi utilizate pentru a sprijini efortul Guvernului în implementarea Programului.

Detalierea costurilor pentru implementarea Programului se regăsește în Planul de acțiuni aferent acestuia. Totodată, mai jos este prezentat quantumul total al costurilor aferente implementării Programului și repartizarea acestora pe ani.

Tabelul nr. 5. Costurile pentru implementarea Programului „Turism 2029”

Obiective	Codul subprogramului bugetar	Costuri pe ani				Costuri totale
		2026	2027	2028	2029	
Obiectiv general 1.		6.145,0	6.814,0	2.648,4	2.322,0	17.929,4
Obiectiv specific 1.1.		1.410,0	1.429,0	1.406,0	1.417,0	5.662,0
Costuri acoperite din bugetul de stat	66.01; 66.02; 88.10	1.030,0	1.010,0	980,0	980,0	4.000,0
Costuri acoperite din asistență externă						
Costuri neacoperite		380,0	419,0	426,0	437,0	1.662,0
Obiectiv specific 1.2.		3.790,0	4.380,0	587,4	250,0	9.007,4
Costuri acoperite din bugetul de stat	66.01; 66.02	3.750,0	4.380,0	587,4	250,0	8.967,4
Costuri acoperite din asistență externă		40,0				
Costuri neacoperite						
Obiectiv specific 1.3.		945,0	1.005,0	655,0	655,0	3.260,0
Costuri acoperite din bugetul de stat	66.01; 66.02; 35.01	695,0	655,0	655,0	655,0	2.660,0
Costuri acoperite din asistență externă						
Costuri neacoperite		250,0	350,0			600,0

Obiectiv general 2.		32.088,5	73.617,5	224.369,0	25.365,0	355.440,0
Obiectiv specific 2.1.		2.085,0	3.373,0	1.105,0	450,0	7.013,0
Costuri acoperite din bugetul de stat	64.06; 64.02; 64.05; 64.04; 66.02	2.085,0	3.373,0	1.105,0	450,0	7.013,0
Costuri acoperite din asistență externă						
Costuri neacoperite						
Obiectiv specific 2.2.		1.000,0	4.730,0	3.534,0	415,0	9.679,0
Costuri acoperite din bugetul de stat	66.02; 68.02	1.000,0	4.730,0	3.534,0	415,0	9.679,0
Costuri acoperite din asistență externă						
Costuri neacoperite						
Obiectiv specific 2.3.		29.003,5	65.514,5	219.730,0	24.500,0	338.748,0
Costuri acoperite din bugetul de stat	66.01; 66.02; 85.03	28.503,5	65.014,5	219.230,0	24.000,0	336.748,0
Costuri acoperite din asistență externă						
Costuri neacoperite		500,0	500,0	500,0	500,0	2.000,0
Obiectiv general 3.		59.870,0	64.115,4	51.349,7	15.690,0	191.025,1
Obiectiv specific 3.1.		55.885,5	54.045,0	48.045,0	13.495,0	171.470,5
Costuri acoperite din bugetul de stat	66.01; 66.02; 50.04; 51.05	55.585,5	53.745,0	47.745,0	13.195,0	170.270,5
Costuri acoperite din asistență externă						
Costuri neacoperite		300,0	300,0	300,0	300,0	1.200,0
Obiectiv specific 3.2.		2.834,5	3.270,4	2.485,0	1.595,0	10.184,9
Costuri acoperite din bugetul de stat	66.01; 66.02; 70.01	2.764,5	3.190,4	2.405,0	1.505,0	9.864,9
Costuri acoperite din asistență externă						
Costuri neacoperite		70,0	80,0	80,0	90,0	320,0
Obiectiv specific 3.3.		1.150,0	6.800,0	819,7	600,0	9.369,7
Costuri acoperite din bugetul de stat	66.01; 66.02	1.150,0	6.800,0	819,7	600,0	9.369,7
Costuri acoperite din asistență externă						
Costuri neacoperite						

TOTAL cost Program		98.103,5	144.546,9	278.367,1	43.377,0	<u>564.394,5</u>
<i>Costuri acoperite din bugetul de stat</i>		<i>96.563,5</i>	<i>142.897,9</i>	<i>277.061,1</i>	<i>42.050,0</i>	<i>558.572,5</i>
<i>Costuri acoperite din asistență externă</i>		<i>40,0</i>				<i>40,0</i>
<i>Costuri neacoperite</i>		<i>1.500,0</i>	<i>1.649,0</i>	<i>1.306,0</i>	<i>1.327,0</i>	<i>5.782,0</i>

Unele cifre sunt incluse prin determinarea exactă a costurilor de implementare, estimarea concretă a necesarului de mijloace financiare fiind posibilă în etapa înaintării propunerilor. În alte cazuri, costurile financiare reprezintă estimări aproximative, făcute în faza de elaborare a acțiunilor, determinarea exactă a necesităților de finanțare nefiind posibilă din motive justificate.

Fiind imperativă realizarea unor măsuri ce nu au acoperire financiară, va fi necesară inițierea identificării surselor de finanțare suplimentară, inclusiv prin apelarea la sprijinul partenerilor de dezvoltare. Sursele de finanțare suplimentară sunt susceptibile de identificat din mai multe perspective, precum:

- *Parteneriatul public-privat (PPP)*: resursele financiare publice limitate, dar și finanțările internaționale insuficiente la care are acces Republica Moldova pentru dezvoltarea infrastructurii turistice, necesită căutarea de noi posibilități din finanțare a sectorului. În acest context, este esențial să se încurajeze investițiile în infrastructură turistică, promovarea destinațiilor și gestionarea eficientă a resurselor. Parteneriatul public-privat (PPP) în proiecte de turism poate reprezenta un instrument cheie pentru atingerea acestor obiective. Companiile private pot investi capital în proiecte de modernizare a edificiilor istorice (conace boierești, situri, istorice), zone de agrement, obiective-proprietate publică care activează în turism/servicii sau construcția diferitor facilități. În schimbul acestui capital investit, companiile pot obține drepturi de exploatare pe termen lung sau beneficii financiare, în dependență de forma de PPP selectată. Anual pot fi realizate cel puțin 10 -15 proiecte de PPP cu o valoare între 800 mii – 3 mln. euro fiecare pentru diferite proiecte de turism. În acest context, urmează de simplificat procedura legal existentă privind realizarea proiectelor de PPP și de promovat aceste noi forme de atragere de capital și dezvoltare de proiecte.

- *Fonduri internaționale de dezvoltare*: Republica Moldova poate să intensifice cooperarea cu organisme financiare internaționale de dezvoltare, cum ar fi Banca Mondială sau Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare, pentru a accesa finanțări pentru proiectele de turism de importanță națională.

- *Investitori instituționali*: diferiți investitori, instituții financiare pot fi atrași să investească în proiecte de infrastructură și/sau de dezvoltarea afacerilor turistice. Aceștia pot căuta oportunități de investiții pe termen lung, care să ofere venituri stabile din exploatarea proiectelor. În acest context, este important ca autoritățile publice să dispună de profiluri investiționale și fișe de proiecte, traduse în mai multe limbi. Aceste documente și oportunități investiționale urmează a fi promovate în cadrul diferitor evenimente din țară și peste hotare (forumuri, expoziții, conferințe, etc.), dar și în activitatea ambasadelor Republicii Moldova de peste hotare. Fișele de proiecte urmează a fi elaborate/consultate cu implicarea specialiștilor din domeniu, dar și a autorității publice responsabile de politica statului în domeniul turismului. Investitorilor din turism se pot oferi diferite forme de ajutor de stat pentru a încuraja investițiile în sector.

- *Emisiuni de obligațiuni municipale*: experiența pozitivă recentă în acest domeniu (din cadrul primăriilor Chișinău, Sîngera, Ceadâr-Lunga), în emiterea de către APL a hârtiilor de valoare mobiliare pentru atragerea resurselor în vedere finanțării unor proiecte investiționale concrete, urmează a fi dezvoltată și extinsă pentru finanțarea de proiecte pentru îmbunătățirea căilor de acces,

a atracțiilor și infrastructurii turistice, de către Consiliile raionale și primăriile cu potențial economico-financiar sporit (orașe-centre raionale, orașe din suburbia Chișinăului, localități rurale mari care au potențial financiar sporit) de 200-250 mln, lei anual. Emisiunea de obligațiuni municipale oferă posibilitatea atragerii investitorilor (cetățeni din țară și din Diasporă, agenți economici, investitori strategici, etc.) prin intermediul pieței de capital, precum și diversificarea instrumentelor de investire în condiții de maximă transparență. Totuși, pentru a crește interesul față de acest nou instrument financiar din partea publicului larg, este necesar de consolidat capacitatea de aplicare a acestuia de către APL-uri, impuse de legislația existentă, promovarea activă a instrumentului financiar în cadrul societății.

- *Taxa turism*: instituirea unor taxe turistice specifice pentru industria turistică poate genera venituri suplimentare care să fie reinvestite în dezvoltarea turismului.

Ministerul Culturii va evalua anual costurile de implementare a Programului „Turism 2029” și va propune ajustările necesare în Cadrul bugetar pe termen mediu și în procesul de elaborare anuală a bugetului de stat.

CAPITOLUL VI. RISCURILE DE IMPLEMENTARE

Implementarea Programului „Turism 2029” implică un context socio-economic și geopolitic complex. Obținerea de către Republica Moldova a statutului de țară candidată la aderarea la Uniunea Europeană reprezintă o oportunitate pentru turismul receptor, prin aceasta recunoscându-se identitatea europeană a țării și aderența ei la valorile libertății și democrației. Pe de altă parte, condițiile de securitate s-au deteriorat în 2022, urmare a războiului declanșat de către Federația Rusă în Ucraina, or Republica Moldova, în calitate de stat vecin, este una din cele mai afectate țări. Totuși, în pofida provocărilor, eforturile de dezvoltare a industriei turismului în Republica Moldova presupun un exercițiu de planificare pe termen mediu, fapt ce acomodează scenarii optimiste de dezvoltare a situației. Cu toate acestea, riscurile de implementare sunt reale și necesită măsuri de mitigare corespunzătoare (vezi tabel nr. 6).

Tabel 6. Riscurile de implementare

Risc	Probabilitate	Impact	Măsuri de diminuare a riscului
Închiderea spațiului aerian, urmare a escaladării/prelungirii agresiunii militare a Federației Ruse în Ucraina, (anularea biletelor, reticența companiilor aeriene privind deschiderea rutelor noi și promovarea agresivă a biletelor)	mare	mare	Asumarea parțială de către stat a costurilor de rambursare a biletelor de voiaj în cazul închiderii spațiului aerian; Flexibilizarea ofertelor turistice prin oferirea condițiilor flexibile de rezervare și anulare, pentru menținerea interesului călătorilor în contextul incertitudinilor privind transportul aerian.

Extinderea zonei de conflict militar în Republica Moldova	mică	mare	Elaborarea unor planuri de continuitate și scenarii de intervenție pentru sectorul turistic, în vederea asigurării funcționării minime a activităților în condiții de instabilitate; Orientarea activităților de promovare către piețe mai puțin sensibile la riscurile geopolitice și dezvoltarea unor produse turistice alternative (turism rural, ecoturism, turism cultural), pentru reducerea dependenței de turismul internațional; Implementarea unor acțiuni de comunicare transparentă și coordonată pentru informarea corectă a piețelor țintă cu privire la nivelul de siguranță al zonelor turistice neafectate.
Majorarea substanțială a costurilor călătoriilor internaționale	medie	mic	Încurajarea parteneriatelor și negocierea tarifelor preferențiale cu operatorii de transport și furnizorii de servicii turistice pentru menținerea costurilor la un nivel accesibil; Promovarea turismului regional și de proximitate prin reorientarea activităților de promovare către piețele regionale și turismul intern, mai puțin afectate de creșterea costurilor transportului internațional.
Introducerea restricțiilor în contextul apariției de noi epidemii/pandemii	mică	mare	Diversificarea produselor și piețelor turistice prin adaptarea ofertei turistice către forme de turism cu risc redus (turism în aer liber, turism rural, ecoturism) și orientarea către piețe regionale și interne; Susținerea digitalizării serviciilor turistice (rezervări online, plăți electronice, tururi virtuale), pentru menținerea vizibilității și a activității sectorului în condiții de restricții.
Redistribuirea alocațiilor bugetare spre alte domenii prioritare	mică	mediu	Identificarea și atragerea de surse alternative de finanțare; Utilizarea instrumentelor digitale de promovare și management turistic pentru menținerea vizibilității și competitivității sectorului, în condiții de constrângeri bugetare.
Scăderea interesului călătorilor și excursioniștilor pentru Europa de est	mică	mică	Dezvoltarea de produse turistice adaptate noilor tendințe de consum (ecoturism, turism cultural și gastronomic), pentru creșterea atractivității destinațiilor din Europa de Est; Intensificarea campaniilor de promovare pe piețele externe, utilizând canale digitale și mesaje personalizate, orientate spre segmente de turiști cu potențial ridicat, inclusiv prin intermediul diasporei, inclusiv prin intermediul diasporei; Sprijinirea formării profesionale a personalului din turism și stimularea adoptării standardelor de calitate, în vederea îmbunătățirii experienței turiștilor.

Deficitul de cadre în instituțiile responsabile pentru implementarea programului	mică	mare	Organizarea și desfășurarea campaniilor de recrutare pro-activă, inclusiv prin oferirea de stagii pentru tineri; Implementarea mecanismelor de mentorat și transfer de know-how între instituții și personal, pentru reducerea dependenței de un număr limitat de specialiști.
---	------	------	--

CAPITOLUL VII

AUTORITĂȚI PUBLICE IMPLICATE

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., precum și prin asumarea responsabilităților acordate fiecărei părți implicate în implementarea programului dat.

Responsabilitatea de bază pentru implementarea Programului „Turism 2029” îi revine Ministerului Culturii, împreună cu următoarelor autorități/instituții publice:

- Oficiul Național al Turismului;
- Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale;
- Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare;
- Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării;
- Ministerul Educației și Cercetării;
- Ministerul Mediului;
- Ministerul Muncii și Protecției Sociale;
- Ministerul Afacerilor Externe;
- Ministerul Finanțelor;
- Ministerul Afacerilor Interne;
- Agenția de Intervenții și Plăți în Agricultură;
- Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului;
- Oficiul Național al Viei și Vinului;
- Agenția de Guvernare Electronică;
- Agenția de Investiții;
- Biroul Național de Statistică;
- Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă;
- Agenția Moldsilva;
- Biroul Național de Statistică;
- autoritățile administrației publice locale.

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 (inclusiv PNUD, Comisia Europeană, etc.), care vor contribui în limita responsabilităților la realizarea acțiunilor prevăzute de Program.

CAPITOLUL VIII

PROCEDURI DE MONITORIZARE, EVALUARE ȘI RAPORTARE

Programul „Turism 2029” va fi realizat în conformitate cu Planul de acțiuni privind implementarea acestuia în două etape:

- 1) Rapoarte de progres anuale (semestrul I al fiecărui an de implementare);
- 2) Raport de evaluare finală (semestrul I, 2030).

Monitorizarea și raportarea se vor face pe parcursul perioadei de implementare a prezentului Program, pentru a stabili gradul de realizare a acțiunilor, nivelul de conformitate a acțiunilor executate în raport cu cele planificate, cauzele nerealizării în termen a acțiunilor planificate și optimizarea/eficientizarea procesului de implementare.

În procesul de monitorizare se va constata gradul de realizare a acțiunilor scadente conform calificativelor:

✓ *Acțiune nerealizată (0%)* pentru acele acțiuni ale căror termen de realizare se înscrie în perioada de raportare, însă pentru care nu a demarat implementarea efectivă;

✓ *Acțiune inițiată (25%)* pentru acele acțiuni la care a demarat implementarea efectivă (de exemplu: a fost creat un grup de lucru, au fost inițiate procedurile de contractare a expertizei, a fost elaborat un document de concept etc.

ABREVIERI

AA RM-UE	Acordul de Asociere între Republica Moldova, pe de o parte, și Uniunea Europeană și Comunitatea Europeană a Energiei Atomice și statele membre ale acestora, pe de altă parte
AAC	Autoritatea Aeronautică Civilă
AgA RM-UE	Agenda de Asociere dintre UE și RM
ADD	Agenda de Dezvoltare Durabilă
ADR	Agenția de Dezvoltare Regională
AIM	Agenția de Investiții din Moldova
AIPA	Agenția pentru Intervenții și Plăți în Agricultură
AIRM	Agenția de Inspectare și Restaurare a Monumentelor
APC	Autoritatea publică centrală
APL	Autoritatea publică locală
ASEM	Academia de Studii Economice din Moldova
ASP	Agenția Servicii Publice
AȘM	Academia de Științe a Moldovei
BNS	Biroul Național de Statistică
CALM	Congresul Autorităților Locale din Moldova
e-Gov	Agenția de Guvernare Electronică
FEM	Forumul Economic Mondial
FNDAMR	Fondul Național de Dezvoltare a Agriculturii și Mediului Rural
FNDRL	Fondul Național pentru Dezvoltare Regională și Locală
FMI	Fondul Mondial International
GIZ	Agenția de Cooperare Internațională a Germaniei
GSTC	Consiliul Global pentru Turism Sustenabil
IERC	Institutul European pentru Rute Culturale
IGP	Indicație Geografică Protejată
IGPF	Inspectoratul General al Poliției de Frontieră
ISCED	Clasificarea Internațională Standard a Educației
ISD	Investiții străine directe
ISM	Inspectoratul de Stat al Muncii
ISSNPC	Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor
ÎMM	Întreprinderile mici și mijlocii
ÎS ASD	Întreprinderea de Stat „Administrația de Stat a Drumurilor”
ÎS CFM	Întreprinderea de Stat „Calea Ferată din Moldova”
MAE	Ministerul Afacerilor Externe
MAI	Ministerul Afacerilor Interne

MAIA	Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare
MC	Ministerul Culturii
MDED	Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării
MEC	Ministerul Educației și Cercetării
MIDR	Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale
MM	Ministerul Mediului
MMPS	Ministerul Muncii și Protecției Sociale
OATUCL	Oficiul Amenajarea Teritoriului, Urbanism, Construcții și Locuințe
ODA	Organizația pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului
ODD	Obiectiv de Dezvoltare Durabilă
OMD	Organizație de Management al Destinației
ONDRL	Oficiul Național de Dezvoltare Regională și Locală
ONT	Oficiul Național al Turismului
PIB	Produsul Intern Brut
PIBTD	Produsul Intern Brut generat de turismul direct
PNUD	Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare
PRST	Programul sectorial în domeniul sporirii atractivității turistice a regiunii de dezvoltare
RCN	Rezervația Cultural-Naturală
RDC	Regiunea de Dezvoltare Centru
RDG	Regiunea de Dezvoltare Găgăuzia
RDN	Regiunea de Dezvoltare Nord
RDS	Regiunea de Dezvoltare Sud
RN	Rezervație Naturală
SDSE	Strategie de dezvoltare socio-economică
SND	Strategia națională de dezvoltare
Solidarity Fund PL	Fundație de stat din Polonia înființată de către Ministerul Afacerilor Externe al Republicii Polone
UE	Uniunea Europeană
UN Tourism	Organizația Mondială a Turismului a Națiunilor Unite
USAID	Agentia pentru Dezvoltare Internațională a Statelor Unite
USM	Universitatea de Stat din Moldova
UTM	Universitatea Tehnică a Moldovei

CAPITOLUL IX
PLANUL DE ACȚIUNI
pentru implementarea Programului național de dezvoltare a turismului „Turism 2029”
pentru anii 2026-2029

Nr. crt.	Denumirea acțiunii	Indicatorii de monitorizare	Termenul de realizare	Autoritățile/instituțiile publice responsabile	Partenerii de cooperare	Sursa de finanțare	Costurile de implementare, mii lei				Costuri neacoperite
							2026	2027	2028	2029	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Obiectiv general 1. Consolidarea capacităților instituționale și umane, în vederea sprijinirii atragerii investițiilor și dezvoltării sustenabile a turismului											
Obiectiv specific 1.1. Instruirea minim a 500 actori din industria turismului (inclusiv antreprenori, operatori turistici și reprezentanți ai autorităților locale) prin cel puțin 3 programe de formare specializate în atragerea investițiilor, marketing turistic, managementul destinației turistice și implementarea principiilor turismului sustenabil											
1.1.1.	Instruirea autorităților publice în elaborarea și implementarea strategiilor de dezvoltare turistică și în valorificarea durabilă a resurselor turistice	Minim 20 persoane instruite, anual;	Trim. I, 2026 – trim. IV, 2029	MC	ONT	Buget de stat	160.0 (subpr. 66.01)	140.0 (subpr. 66.01)	140.0 (subpr. 66.01)	140.0 (subpr. 66.01)	
1.1.2.	Acordarea asistenței Agențiilor de Dezvoltare Regională în elaborarea și implementarea programelor sectoriale regionale destinate creșterii atractivității turistice	Numărul anual de instruiți organizate; Numărul de beneficiari	Trim. I, 2026 – trim. IV 2029	MC	ONT; ADR	Buget de stat	100.0 (subpr. 66.01)	100.0 (subpr. 66.01)	100.0 (subpr. 66.01)	100.0 (subpr. 66.01)	
1.1.3.	Consolidarea capacităților și acordarea asistenței autorităților administrației publice locale în procesul de instituire a destinațiilor turistice și de creare a organizațiilor de	Minim 10 persoane instruite, anual	Trim. III, 2026 – trim. IV, 2029	MC	ONT	Buget de stat	180.0 (subpr. 66.01)	100.0 (subpr. 66.01)	100.0 (subpr. 66.01)	100.0 (subpr. 66.01)	

	management al destinațiilor turistice (OMDT)										
1.1.4.	Capacitarea și acordarea asistenței tehnice OMDT-lor în elaborarea strategiilor de marketing a destinației turistice	Minim 4 strategii de marketing, elaborate	Trim. II, 2027 – trim. IV, 2029	MC	ONT	Buget de stat	-	80.0 (subpr. 66.01)	80.0 (subpr. 66.01)	80.0 (subpr. 66.01)	
1.1.5.	Acordarea asistenței tehnice mediului de afaceri și mediului asociativ din domeniul turismului în vederea atragerii investițiilor	Minim 25 agenți economici instruiți anual	Trim. I, 2026 – trim. III 2029	MC	ONT; AIM	Buget de stat;	150.0 (subpr. 66.01)	150.0 (subpr. 66.01)	120.0 (subpr. 66.01)	120.0 (subpr. 66.01)	
1.1.6.	Dezvoltarea competențelor și acordarea de asistență mediului de afaceri pentru implementarea standardelor de sustenabilitate în turism și pentru obținerea certificării internaționale de sustenabilitate	Minim 10 instruirii desfășurate; Minim 100 de beneficiari	Trim. II, 2026 - trim. III, 2029	MC	ONT	Buget de stat	320.0 (subpr. 66.01)	320.0 (subpr. 66.01)	320.0 (subpr. 66.01)	320.0 (subpr. 66.01)	
1.1.7.	Dezvoltarea și consolidarea capacităților profesionale ale angajaților responsabili de managementul turistic în ariile protejate	Numărul anual de sesiuni de instruire organizate; Numărul angajaților instruiți anual	Trim. IV, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT; Parteneri de dezvoltare	Asistență externă	100.0 (sursă externă)	139.0 (sursă externă)	146.0 (sursă externă)	157.0 (sursă externă)	542.0

1.1.8.	Organizarea anuală a conferinței naționale a instituțiilor de învățământ și cadrelor care oferă pregătire profesională în domeniul turismului	Conferință națională organizată și desfășurată anual; Numărul de participanți	Trim. II, 2026 – trim. III, 2029	MC	MEC; Parteneri de dezvoltare	Asistență externă	280.0 (sursă externă)	280.0 (sursă externă)	280.0 (sursă externă)	280.0 (sursă externă)	1,120.0
1.1.9.	Dezvoltarea parteneriatelor între instituțiile de învățământ naționale și cele internaționale privind programele de educație în domeniul turismului, formarea profesională a cadrelor didactice	Minim 3 parteneriate încheiate	Trim. II, 2026 – trim. IV, 2029	MEC	USM; ASEM; UTM	Buget de stat	120.0 (subpr. 88.10)	120.0 (subpr. 88.10)	120.0 (subpr. 88.10)	120.0 (subpr. 88.10)	
Obiectiv specific 1.2. Elaborarea și implementarea unui cadru de reglementare coerent și eficient pentru dezvoltarea sustenabilă a destinațiilor turistice, prin adoptarea a cel puțin 3 instrumente normative (hotărâri de Guvern, metodologii, ghiduri) care să includă criterii clare de sustenabilitate, mecanisme de monitorizare și măsuri de sprijin pentru autoritățile locale și operatorii din turism											
1.2.1.	Elaborarea Regulamentului privind crearea și funcționarea organizațiilor de management al destinațiilor turistice (OMDT)	Hotărâre a Guvernului adoptată	Trim. IV, 2026	MC	ONT	Buget de stat	160.0 (subpr. 66.01)	-	-	-	
1.2.2.	Elaborarea unui mecanism de gestionare durabilă a destinațiilor turistice	Mecanism de susținere, aprobat;	Trim. I, 2026 – trim. IV, 2028	MC	ONT; APL; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	1.500,0 (subpr. 66.02)	-	-	-	

1.2.3.	Implementarea Regulamentului cu privire la modul de operare cu tichetele de vacanță	Campanie națională de informare organizată și desfășurată; Numărul de beneficiari ai tichetelor de vacanță	Trim. I, 2026 – trim. IV, 2029	MC	MDED; MMPS	Buget de stat	150,0 (subpr. 66.02)	150,0 (subpr. 66.02)	150,0 (subpr. 66.02)	150,0 (subpr. 66.02)	
1.2.4.	Elaborarea unui mecanism de susținere a antreprenorilor din industria turismului pentru dezvoltarea și digitalizarea ofertei turistice și promovarea principiilor de sustenabilitate	Hotărâre a Guvernului adoptată	Trim. I, 2026 – trim. IV, 2026	MC	ONT; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025 - 2027	1.500,0 (subpr. 66.02)	-	-	-	
1.2.5.	Elaborarea conceptului Sistemului Informațional automatizat „Registrul turismului”	Hotărâre a Guvernului adoptată	Trim. III, 2026 – trim. II, 2027	MC	e-Gov; ASP; BNS	Buget de stat	70,0 (subpr. 66.01)	80,0 (subpr. 66.01)	-	-	
1.2.6.	Elaborarea și promovarea Ghidului de dezvoltare a rutelor culturale la nivel european	Ordin emis	Trim. I, 2026 – trim. IV, 2026	MC	ONT; IRC	Buget de stat	170,0 (subpr. 66.01); 150,0 (subpr. 66.02)	-	-	-	
1.2.7.	Elaborarea Regulamentului privind procesul de acreditare a ghizilor naționali de turism	Ordin emis	Trim. II, 2027 – trim. IV, 2027	MC		Buget de stat	-	40,0 (subpr. 66.01)	-	-	

1.2.8.	Elaborarea Regulamentului privind valorificarea turistică a zonelor de recreere aferente bazinelor acvatice	Ordin emis	Trim. III, 2028	MC	MM	Buget de stat	-	-	157.7 (subpr. 66.01)	-	
1.2.9.	Elaborarea Ghidului metodologic pentru dezvoltarea și promovarea traseelor turistice sustenabile în Republica Moldova	Ghid metodologic elaborat	Trim. III, 2026	ONT	Human DOC	Asistență externă	40.0 (sursă externă)	-	-	-	
1.2.10.	Elaborarea metodologiei de evaluare a numărului de vizitatori în destinațiile turistice	Metodologie elaborată și aprobată	Trim. II, 2028	MC	ONT; BNS	Buget de stat;	-	-	179.7 (subpr. 66.01)	-	
1.2.11.	Organizarea activităților de comunicare și promovare a turismului sustenabil prin derularea campaniilor dedicate	1 campanie de promovare, desfășurată anual	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2028	MC	ONT	Buget de stat	50.0 (subpr. 66.02)	110.0 (subpr. 66.02)	100.0 (subpr. 66.02)	100.0 (subpr. 66.02)	
Obiectiv specific 1.3. Până la finalul anului 2029, să fie inițiate și implementate cel puțin 5 parteneriate regionale și internaționale în domeniul turismului, prin acorduri de cooperare, proiecte comune sau rețele tematice, cu scopul promovării turismului durabil, schimbului de bune practici și creșterii atractivității destinațiilor implicate											
1.3.1.	Aderarea la Convenția-cadru privind Etica în Turism, adoptată prin Rezoluția A/RES/772 (XXIII) din 12 septembrie 2019 de către UN Tourism	Convenția-cadru privind Etica în Turism, ratificată	Trim. III, 2026 - trim. IV, 2026	MC	MAE	Buget de stat	120.0 (subpr. 66.01)	-	-	-	
1.3.2.	Semnarea acordurilor de cooperare în domeniul turismului	Minim 3 acorduri semnate	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MC	MAE	Buget de stat	85.0 (subpr. 66.01)	85.0 (subpr. 66.01)	85.0 (subpr. 66.01)	85.0 (subpr. 66.01)	

1.3.3.	Colaborarea cu Organizația Mondială a Turismului (UNTourism) pentru valorificarea programelor destinate dezvoltării sectorului turistic	Numărul de programe accesate	Trim. I, 2026 – trim. III, 2029	MC	ONT	Buget de stat;	50.0 (subpr. 66.01)	50.0 (subpr. 66.01)	50.0 (subpr. 66.01)	50.0 (subpr. 66.01)	
1.3.4.	Desfășurarea vizitelor de studiu în vederea preluării bunelor practici internaționale	Minim 1 vizită de studiu, desfășurată anual; Numărul bunelor practici internaționale, identificate și documentate	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT;	Buget de stat	150.0 (subpr. 66.02)	200.0 (subpr. 66.02)	200.0 (subpr. 66.02)	200.0 (subpr. 66.02)	
1.3.5.	Afilieră și promovarea rutelor și a atracțiilor turistice naționale în cadrul Rutelor culturale europene	Numărul de rute naționale, afiliate; Numărul de obiective / destinații turistice promovate în cadrul Rutelor culturale europene	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT; IERC	Buget de stat	200.0 (subpr. 66.02)	230.0 (subpr. 66.02)	230.0 (subpr. 66.02)	230.0 (subpr. 66.02)	
1.3.6.	Realizarea programelor de profesionalizare și formare continuă, în cooperare cu EU Pact for Skills – Tourism Partnership.	Minim 2 programe realizate	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2027	MC	MEC; ONT; Comisia Europeană	Asistență externă	250,0 (sursă externă)	350,0 (sursă externă)	-	-	600,0

1.3.7.	Extinderea listei statelor terțe, cetățenii cărora beneficiază de regim facilitat de călătorii în Republica Moldova	Regim simplificat de vize, extins pentru 5 țări	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2029	MAI	MC; MAE	Buget de stat	90.0 (subpr. 35.01)	90.0 (subpr. 35.01)	90.0 (subpr. 35.01)	90.0 (subpr. 35.01)	
Obiectiv general 2. Creșterea competitivității și atractivității destinațiilor turistice prin dezvoltarea și modernizarea infrastructurii turistice											
Obiectiv specific 2.1. Modernizarea infrastructurii de acces și a rețelilor de utilități publice în minim 7 destinații turistice până în 2029											
2.1.1.	Diversificarea conexiunilor aeriene și atragerea noilor companii avia	Minim 20 de destinații / curse regulate noi, accesibile spre RM	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MIDR	AAC; AIM; MC; ONT	Buget de stat	150.0 (subpr. 61.01)	150.0 (subpr. 61.01)	150.0 (subpr. 61.01)	150.0 (subpr. 61.01)	
2.1.2.	Asigurarea delimitării unei zone dedicate, în Aeroportul Internațional Chișinău „Eugen Doga”, pentru întâlnirea și transferul grupurilor organizate de turiști („meet and greet”)	Spațiu delimitat și funcțional pentru transferul grupurilor organizate de turiști	Trim. I, 2027 - trim. III, 2027	MIDR	AAC	Buget de stat	-	400.0 (subpr. 64.06)	-	-	
2.1.3.	Asigurarea reabilitării și modernizării drumurilor de acces spre destinațiile turistice	Minim 15 km de drum, reabilitate anual	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2029	MIDR	ÎS ASD; APL	Buget de stat; Fondul rutier	110,0 (subpr. 61.01)	110,0 (subpr. 61.01)	110,0 (subpr. 61.01)	110,0 (subpr. 61.01)	
2.1.4.	Asigurarea modernizării și relansării transportului feroviar de pasageri spre destinațiile turistice	Numărul de vagoane modernizate și aflate în exploatare; Numărul anual de pasageri transportați	Trim. II, 2026 – trim. IV 2029	MIDR	ÎS CFM	Buget de stat	90,0 (subpr. 61.01)	90,0 (subpr. 61.01)	90,0 (subpr. 61.01)	90,0 (subpr. 61.01)	

2.1.5.	Elaborarea studiilor de fezabilitate privind crearea noilor conexiuni feroviare	2 studii de fezabilitate, elaborate	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2027	MIDR	ÎS CFM	Buget de stat	795.0 (subpr. 64.05)	835.0 (subpr. 64.05)	-	-	
2.1.6.	Standardizarea orarelor transportului public	Numărul de rute standardizate	Trim. IV, 2026 - trim. IV, 2028	MIDR	ANTA	Buget de stat	490.0 (subpr. 64.04)	1,338.0 (subpr. 64.04)	205,0 (subpr. 64.04)	-	
2.1.7.	Realizarea campaniilor de informare privind promovarea sistemelor inteligente pentru alimentarea cu apă și monitorizarea consumului în structurile de primire turistică și a sistemelor de iluminat în destinațiile turistice alimentate cu energie solară	Numărul campaniilor de informare, realizate	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2029	MC	MM; ONT; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	200.0 (subpr. 66.02)	200.0 (subpr. 66.02)	200.0 (subpr. 66.02)	50.0 (subpr. 66.02)	
2.1.8.	Organizarea campaniilor locale și naționale pentru reducerea și reciclarea deșeurilor, precum și conștientizarea mediului de afaceri și asociativ și a vizitatorilor, turiștilor privind practicile sustenabile în turism	Numărul campaniilor locale și naționale de informare, realizate	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2029	ONT	MM; APL; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	250.0 (subpr. 66.02)	250.0 (subpr. 66.02)	350.0 (subpr. 66.02)	50.0 (subpr. 66.02)	
Obiectiv specific 2.2. Dezvoltarea și promovarea minim a 3 destinații turistice sustenabile prin atragerea investițiilor și diversificarea serviciilor turistice calitative											
2.2.1	Realizarea unui studiu de piață privind investițiile și perspectivele de dezvoltare a sectorului turistic în regiunile Republicii Moldova	Studiu realizat	Trim. I, 2026 – trim. II, 2027	MC	ONT; AIM; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	300.0 (subpr. 66.02)	200.0 (subpr. 66.02)	-	-	

2.2.2.	Elaborarea profilurilor investiționale pentru industria turismului	Minim 4 profiluri investiționale, elaborate	Trim. I, 2026 – trim. IV 2028	ONT	AIM1, Delegația UE	Buget de stat	300,0 (subpr. 66.02)	120,0 (subpr. 66.02)	120,0 (subpr. 66.02)	-	
2.2.3.	Adoptarea și implementarea standardelor naționale în conformitate cu cele internaționale în turism	Minim 5 standarde naționale adoptate	Trim. I, 2026 – trim. II, 2029	ISM	MC	Buget de stat;	50,0 (subpr. 68.02)	60,0 (subpr. 68.02)	64,0 (subpr. 68.02)	65,0 (subpr. 68.02)	
2.2.4.	Implementarea programului național pentru gestionarea durabilă a destinațiilor turistice și de consolidare a capacităților pentru OMD-uri bazat pe evaluarea nevoilor actorilor din domeniu	Minim 7 OMD-uri create până în 2028	Trim. I, 2026 – trim. IV, 2028	MC	ONT; Delegația UE;	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	-	4.000,0 (subpr. 66.02)	3.000,0 (subpr. 66.02)	-	
2.2.5.	Elaborarea Agendei „Pomul Vieții” și a materialelor promoționale în vederea promovării destinațiilor turistice	Agenda „Pomul Vieții”, elaborată anual; Numărul de materiale promoționale tipărite	Trim. I, 2026 – trim. I, 2029	MC	ONT	Buget de stat	350,0 (subpr. 66.02)	350,0 (subpr. 66.02)	350,0 (subpr. 66.02)	350,0 (subpr. 66.02)	
Obiectiv specific 2.3. Îmbunătățirea conectivității în cel puțin 7 destinații turistice și valorificarea minim a 15 zone cu potențial turistic											
2.3.1.	Elaborarea și integrarea secțiunii „Zonele cu resurse turistice” în Planul de amenajare a teritoriului național, în conformitate cu prevederile Codului Urbanismului și Construcțiilor	Numărul de studii de fezabilitate, elaborate	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2027	MIDR	OATUCL; ONT; Parteneri de dezvoltare	Buget de stat	4,297,5 (subpr. 61.04)	4,297,5 (subpr. 61.04)	-	-	

2.3.2.	Elaborarea planurilor de dezvoltare durabilă a turismului în zonele cu resurse turistice prin atragerea proiectelor investiționale	5 planuri de dezvoltare a turismului, implementate în regiunile turistice	Trim. III, 2026 - trim. IV, 2028	MIDR;	MC; ONT; ONDRL; Parteneri de dezvoltare	Asistență externă	500.0 (sursă externă)	500.0 (sursă externă)	500.0 (sursă externă)	500 (sursă externă)	2,000.0
2.3.3.	Reabilitarea infrastructurii turistice în zonele cu resurse turistice	Minim 8 proiecte implementate	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2029	MIDR	ONDRL; ONT	Buget de stat	24,000.0 (subpr. 66.02)	24,000.0 (subpr. 66.02)	24,000.0 (subpr. 66.02)	24,000.0 (subpr. 66.02)	
2.3.4.	Restaurarea, reabilitarea, valorificarea monumentelor istorice și edificiilor culturale, precum și integrarea acestora în circuitele turistice	5 obiective cultural-turistice, reabilite, valorificate și integrate în circuitele turistice	Trim. I, 2027 - trim. IV, 2028	MC	AIRM; Delegația UE	Buget de stat Planul de creștere 2025-2027	-	36.500,0 (subpr. 85.02)	195.000,0 (subpr. 85.02)	-	
2.3.5.	Elaborarea proiectelor tehnice și documentelor conexe pentru amenajarea turistică a zonelor cu resurse turistice	Numărul caietelor de sarcini, elaborate	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2028	APL	OATUCL; ONT	Buget local	206.0	217.0	230.0	-	

Obiectiv general 3. Valorificarea și digitalizarea ofertei turistice în vederea stimulării dezvoltării economice durabile și creșterii competitivității sectorului turistic

Obiectiv specific 3.1. Sprijinirea minim a 70 afaceri din turism, în special din mediul rural, prin organizarea a cel puțin 3 programe de formare profesională, facilitarea accesului la finanțare și suport pentru dezvoltarea și creșterea competitivității pe piața turistică până în 2029

3.1.1.	Elaborarea și implementarea Programului de formare profesională a specialiștilor din întreprinderile mici și mijlocii, în special a femeilor, pentru crearea ofertelor și produselor turistice	Minim 70 antreprenori din industria turismului, instruiți anual	Trim. II, 2026 – trim. III, 2028	ONT	Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	400.0 (subpr. 66.02)	450.0 (subpr. 66.02)	450.0 (subpr. 66.02)	-	
--------	--	---	----------------------------------	-----	--------------	--	----------------------	----------------------	----------------------	---	--

3.1.2.	Informarea antreprenorilor privind accesarea suportului financiar pentru dezvoltarea afacerilor	Minim 200 antreprenori informați anual	Trim. I 2027 – trim. III 2028	MDED	ODA	Buget de stat	-	100.0	100.0	-	
3.1.3.	Susținerea dezvoltării afacerilor conexe turismului rural	Minim 40 de beneficiari	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MAIA	AIPA	Buget de stat	10,000.0 (subpr. 51.05)	10,000.0 (subpr. 51.05)	10,000.0 (subpr. 51.05)	10,000.0 (subpr. 51.05)	
3.1.4.	Organizarea campaniilor de informare și promovare pentru sporirea interesului și încrederii în proiectele de afaceri în domeniul turismului	Numărul campaniilor de informare și promovare, desfășurate	Trim. I, 2026 – trim. III, 2029	MC	ONT	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	160.5 (subpr. 66.02)	170.0 (subpr. 66.02)	170.0 (subpr. 66.02)	170.0 (subpr. 66.02)	
3.1.5.	Implementarea mecanismului de susținere a antreprenorilor din industria turismului pentru dezvoltarea și digitalizarea ofertei turistice și promovarea principiilor de sustenabilitate	Minimum 50 de antreprenori din industria turismului, susținuți anual	Trim. I, 2026 – trim. IV, 2028	MC	MDED; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	37.000,0 (subpr. 66.02)	40.000,0 (subpr. 66.02)	34.000,0 (subpr. 66.02)	-	
3.1.6.	Acordarea suportului pentru dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii în domeniul turismului	Numărul de granturi acordate; Numărul de beneficiari	Trim. I, 2026 – trim. III, 2026	MDED	ODA; MC; ONT	Asistență externă	5 000.0 (subpr. 50.04)	-	-	-	
3.1.7.	Asigurarea participării agenților economici din industria turismului, în cadrul standului Republicii Moldova la expoziții locale și internaționale	Numărul anual de expoziții locale și internaționale, organizate; Numărul de participanți	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT; Delegația UE	Buget de stat	2 500.0 (subpr. 66.02)	2 500.0 (subpr. 66.02)	2 500.0 (subpr. 66.02)	2 500.0 (subpr. 66.02)	

3.1.8.	Organizarea anuală a evenimentului „Moldova Tourism Forum”	Eveniment organizat și desfășurat anual; Numărul de participanți	Trim. II 2026 - trim. III 2029	MC	ONT; Delegația UE; Parteneri de dezvoltare	Buget de stat; Asistență externă	400.0 (subpr. 66.02) 300.0 (sursă externă)	400.0 (subpr. 66.02) 300.0 (sursă externă)	400.0 (subpr. 66.02) 300.0 (sursă externă)	400.0 (subpr. 66.02) 300.0 (sursă externă)	1 200.0
3.1.9.	Organizarea de campanii de informare și promovare destinate elevilor din clasele liceale, studenților și tinerilor specialiști, în scopul creșterii notorietății și atractivității profesiilor din domeniul turismului, precum și stimularea inițiativei antreprenoriale în acest sector	Numărul de campanii organizate și desfășurate; Numărul de beneficiari	Trim. I, 2026 - trim. III, 2029	MC	MEC; ONT	Buget de stat	50,0 (subpr. 66.01); 75.0 (subpr. 66.02)	50,0 (subpr. 66.01); 75.0 (subpr. 66.02)	50,0 (subpr. 66.01); 75.0 (subpr. 66.02)	50,0 (subpr. 66.01); 75.0 (subpr. 66.02)	

Obiectiv specific 3.2. Promovarea turismului intern și receptor ca vectori de creștere economică, cu accent pe turismul medical, ecologic și cultural, pentru a crește cu minimum 30% fluxul de turiști valorificând potențialul natural și cultural autentic al țării

3.2.1.	Organizarea tururilor de informare naționale destinate ghizilor de turism și reprezentanților agențiilor de turism și tur-operatoare, în scopul identificării și dezvoltării produselor turistice	Numărul anual de tururilor informaționale naționale desfășurate	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT	Buget de stat	75.0 (subpr. 66.02)	75.0 (subpr. 66.02)	75.0 (subpr. 66.02)	75.0 (subpr. 66.02)	
3.2.2.	Organizarea tururilor informaționale pentru presa străină, tur-operatori străini și formatori de opinie	Numărul anual de tururi informaționale organizate; Minim 100 de participanți	Trim. II, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT; Delegația UE	Buget de stat	450.0 (subpr. 66.02)	480.0 (subpr. 66.02)	480.0 (subpr. 66.02)	480.0 (subpr. 66.02)	

3.2.3.	Promovarea turismului medical și integrarea acestuia în campaniile de promovare a brandului turistic național	1 campanie de promovare, organizată anual; Numărul de materiale promoționale editate	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT; Mediul asociativ	Buget de stat	35.0 (subpr. 66.02)	35.0 (subpr. 66.02)	35.0 (subpr. 66.02)	35.0 (subpr. 66.02)	
3.2.4.	Elaborarea și dezvoltarea traseelor turistice diversificate în vederea valorificării potențialului natural și cultural și creșterii atractivității destinațiilor turistice	Minim 7 trasee turistice, dezvoltate	Trim. IV 2026 - trim. III 2029	MC	ONT; APL; Delegația UE; Parteneri de dezvoltare	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	800.0 (subpr. 66.02)	800.0 (subpr. 66.02)	300.0 (subpr. 66.02)	300.0 (subpr. 66.02)	
3.2.5.	Aprobarea și promovarea rutelor turistice naționale	Minim 3 rute turistice aprobate și promovate	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT	Buget de stat	50.0 (subpr. 66.01) 100,0 (subpr. 66.02)	50.0 (subpr. 66.01) 100.0 (subpr. 66.02)	50.0 (subpr. 66.01) 100.0 (subpr. 66.02)	50.0 (subpr. 66.01) 100.0 (subpr. 66.02)	
3.2.6.	Sprijinirea realizării campaniilor de promovare a destinațiilor turistice	Numărul de acțiuni de promovare, susținute anual	Trim II 2026 - trim. IV 2029	MC	ONT; Delegația UE;	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	1,000.0 (subpr. 66.02)	1,000.0 (subpr. 66.02)	1,000.0 (subpr. 66.02)	100.0 (subpr. 66.02)	
3.2.7.	Elaborarea și dezvoltarea rutelor turistice transfrontaliere	Minim 2 rute turistice transfrontaliere, dezvoltate	Trim. I, 2026 - trim. III, 2029	MC	ONT	Buget de stat	200.0 (subpr. 66.02)	200.0 (subpr. 66.02)	100.0 (subpr. 66.02)	100.0 (subpr. 66.02)	

3.2.8.	Promovarea ofertei MICE și includerea acestora în campaniile de promovare a brandului turistic național	Numărul anual de produse MICE, promovate	Trim. II, 2026 - trim. II, 2029	MC	ONT; Parteneri de dezvoltare	Asistență externă	70.0 (sursă externă)	80.0 (sursă externă)	80.0 (sursă externă)	90.0 (sursă externă)	320.0
3.2.9.	Promovarea ofertei de turism de aventură și a evenimentelor sportive cu potențial turistic	Minim 6 evenimente promovate	Trim. I, 2026 - trim. II, 2029	MC	ONT	Buget de stat;	54.5 (subpr. 66.02)	60.0 (subpr. 66.02)	65.0 (subpr. 66.02)	65.0 (subpr. 66.02)	
3.2.10.	Elaborarea metodologiei privind elaborarea compartimentelor de turism în planurile de management ale Ariilor Naturale Protejate de Stat	Metodologie elaborată	Trim. II, 2027	MM	MC	Buget de stat;	-	245.4 (subpr. 70.01)	-	-	
3.2.11.	Dezvoltarea planurilor de management turistic în ariile naturale protejate	Minim 2 planuri de management turistic, elaborate	Trim. I, 2027 - trim. II, 2029	MM	Moldsilva; ONT; APL	Buget de stat;	-	145,0 (subpr. 66.02)	200.0 (subpr. 70.01)	200.0 (subpr. 70.01)	
3.2.12.	Dezvoltarea traseului turistic dedicat Arcului Struve, inclus în Patrimoniul Mondial UNESCO	Traseu turistic dedicat Arcului Struve, amenajat și semnalizat între stația Cosăuți și cel puțin 3 locații turistice relevante	Trim. I, 2027 - Trim. II, 2027	MC	ONT; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	-	400.0 (subpr. 66.02)	-	-	
Obiectiv specific 3.3. Dezvoltarea cel puțin a 3 soluții digitale pentru promovarea ofertei turistice și acces la servicii pentru turiști și antreprenori locali până în anul 2029											
3.3.1.	Asigurarea vizibilității online a ofertelor turistice pe site-ul oficial al IP ONT	50 mii vizitatori unici anual	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT	Buget de stat	100.0 (subpr. 66.02)	100.0 (subpr. 66.02)	100.0 (subpr. 66.02)	100.0 (subpr. 66.02)	

3.3.2.	Dezvoltarea și operaționalizarea punctului digital (platformei) pentru închirieri pe termen scurt	Platformă creată și operațională	Trim. III, 2026 – trim. IV, 2029	MC	ONT; e-Gov; ASP; BNS; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	350.0 (subpr. 66.02)	3 500.0 (subpr. 66.02)	150.0 (subpr. 66.02)	150.0 (subpr. 66.02)	
3.3.3.	Implementarea conceptului Sistemului Informațional automatizat „Registrul turismului”	1 registru creat și funcțional; Numărul de operatori înregistrați	Trim. III, 2027 – trim. IV, 2029	MC	e-Gov; ASP; BNS; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	-	2 500.0 (subpr. 66.02)	140.0 (subpr. 66.02)	150.0 (subpr. 66.02)	
3.3.4.	Digitalizarea și promovarea rutelor turistice naționale și a traseelor turistice prin intermediul platformelor electronice, aplicații mobile și campanii de marketing	Hartă online elaborată și accesibilă	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2029	MC	ONT; Delegația UE	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	500.0 (subpr. 66.02)	500.0 (subpr. 66.02)	150.0 (subpr. 66.02)	150.0 (subpr. 66.02)	
3.3.5.	Realizarea sondajelor la ieșirea din țară a turiștilor străini, care au vizitat Republica Moldova pentru îmbunătățirea analizelor cantitative și calitative a datelor statistice despre sector	1 sondaj realizat anual; Numărul total de turiști străini care au participat la sondajele la ieșirea din țară	Trim. I, 2026 - trim. IV, 2027	MC	ONT; IGPF; BNS; Delegația UE;	Buget de stat; Planul de creștere 2025-2027	200.0 (subpr. 66.02)	200.0 (subpr. 66.02)	-	-	