

RAPORT DE ANALIZĂ ȘI PROGNOZĂ

Policy Warning Report (PWR)

Editat de

SOCIETATEA ACADEMICĂ DIN ROMÂNIA



NOTĂ

Opiniile exprimate în acest raport aparțin autorilor și nu implică răspunderea membrilor sau finanțatorilor Societății Academice din România.

Cuprins

3. TURISMUL ROMÂNESC: UN START PIERDUT

Alte rapoarte asupra guvernării editate de SAR, studii de opinie publică și politici publice, împreună cu trimestrialul de științe politice PolSci, se găsesc la www.sar.org.ro

Formatted:
Font: 9 pt

TURISMUL ROMÂNESC – UN START PIERDUT

1. Starea de fapt

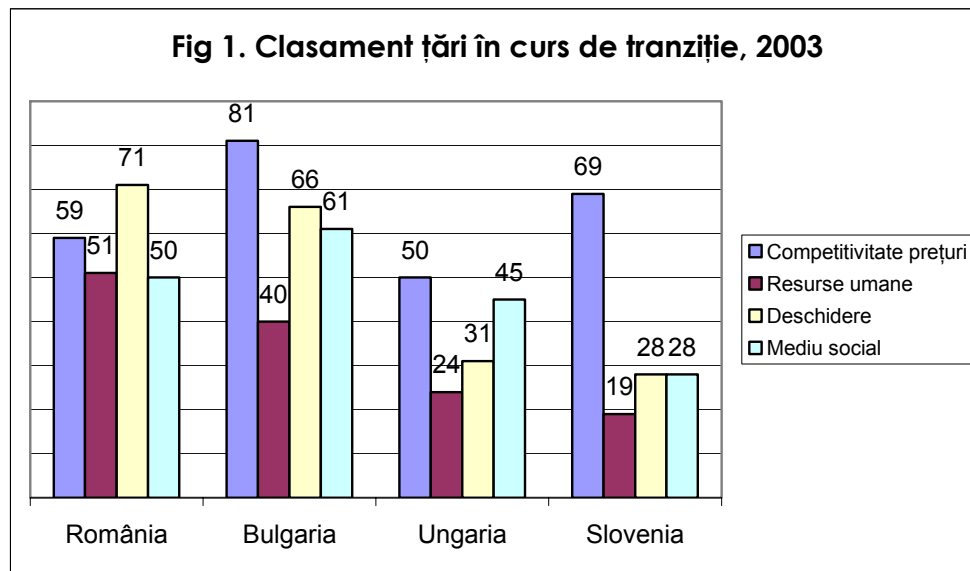
Este un paradox că România nu a reușit după 14 ani să transforme turismul, dintr-un sector terțiar, într-unul esențial pentru economie. Motivele sunt variate dar marele pericol este ca România să piardă definitiv cursa pentru atragerea investițiilor străine directe în turism și implicit a turiștilor occidentali în defavoarea vecinilor ei, care au luat un avans considerabil. Grecia, Turcia, Ungaria sau Bulgaria au reușit să încurajeze sectorul atât prin politici coerente de promovare cât și prin intermediul unor politici fiscale consistente materializate în impozite decente și o serie de scutiri fiscale.

AVERTISMENT

Criza din turismul românesc a fost reflectată în ultimul timp de mai multe ziare, Jurnalul Național evidențindu-se printr-o rubrică tematică destinată stării de lucruri din turismul balnear. Exemplele sunt extrem de grăitoare pentru a evidenția dezastrul fostelor complexe de staț, ajunse în ruină și populate doar de turiști fără posibilități financiare. Turismul balnear nu este singura oală neagră din turismul românesc, litoralul românesc și turismul urban constituind alte două puncte negre din acest ansamblu.

În cazul României, tergiversarea privatizării unități turistice precum și lipsa de corectitudine a procesului în sine, ascund din păcate interese economice care au adus mari deservicii dezvoltării turismului românesc. Exemplul Grupului Hotelier Intercontinental din București este ilustrativ din acest punct de vedere. Frații Păunescu au devenit proprietarii hotelului Intercontinental în detrimentul grupului Marriot, devenind peste noapte, prin metode numai de ei știute, ca rezultat al unei competiții neloiale, proprietarii unui hotel cu mare potențial economic. Paradoxal este că, creditele nerambursabile care au falimentat sistemul bancar românesc, au asistat clienții statului în capturarea acestuia.

În momentul de față însă cel mai mare risc pentru turismul românesc este pierderea startului în competiția cu statele vecine.



Sursa: World Travel and Tourism Council, 2003

Notă: 1 – cea mai competitivă iar 212 – cea mai puțin competitivă

Într-un clasament alcătuit de WTC în 2003, România a fost devansată de majoritatea vecinilor săi. Cu atât mai rău cu cât miza este uriașă. Cifrele arată că veniturile din turism, cumulate cu veniturile provenite din serviciile conexe precum transporturile și alimentația, ajung undeva la 12% din PIB¹, iar forța de muncă ocupă undeva la 20 milioane de persoane.

Fig 2. Sosiri vizitatori străini în unități de cazare turistică

Țară	1999	2000	2001	2002 (fără trim 4)
Bulgaria	590.000	751.000	2.075.000	1.360000
România	795.000	867000	2.202.000	1.345.000
Cehia	5.610000	4666000	12.672.000	6.937.000
Ungaria	2789000	-	7.276.000	4.037.000
Polonia	3170000	3122000	7643000	3978000
Slovenia	884000	1090000	2897000	1814000
Slovacia	975000	-	2949000	1971000

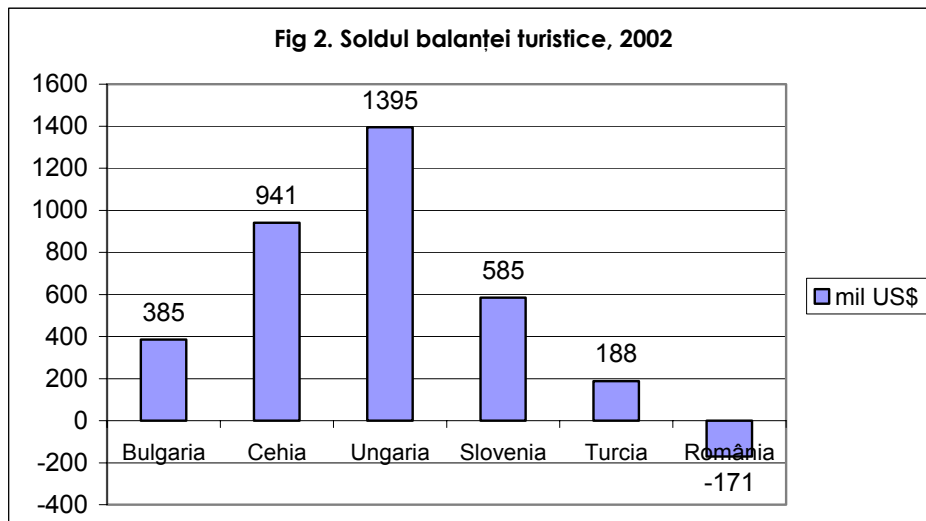
Sursa : Canstat Statistical Bulletin, 2002/2003

Clasicii noștri rivali, bulgarii, cunosc din 2002 un progres vizibil în materie de import de turism. În cazul României, situația nu arată prea bine. Politicile de turism din România au cunoscut și cunosc în continuare slăbiciuni atât de ordin structural cât și funcțional. Privatizarea târzie – în 2003, 40% din activele turistice nu erau privatizate și, mai important, acestea cumulau 44% din unitățile de cazare² – este principala cauză

¹ Revista de Comerț, nr 4, aprilie 2004

² Assessment Report: Tourism Sector, 2003, Prepared by Citizen Development Corps for the CHF Consortium in Romania

a acestei stagnări. Calitatea proastă a serviciilor, derivată tot din întârzierile cu care s-a făcut privatizarea, constituie slăbiciuni de ordin funcțional, care, pe o piață internațională extrem de concurențială, își fac simțite efectele.



Sursa: Material susținut în 2003 de către profesor doctor Cristina Cristuleanu în cadrul Catedrei de Relații Economice Internaționale, Facultatea de Relații Internaționale ; sursă statistici : (WTTC, WTO)

Raportul între veniturile și cheltuielile din turism este negativ, plasând România pe ultimul loc între competitorii săi central și est europeni (fig 2). În 2002, Bulgaria a reușit să încheie anul fiscal cu un sold al turismului de 385 milioane dolari pe când România a ieșit în pierdere cu 171 milioane dolari. Situația este cu atât mai îngrijorătoare cu cât industria turismului în sud-estul Europei este în expansiune continuă după 11 septembrie și țintește mai ales turiști bogați din Occident.

Balanța comercială este negativă, România ocupând ultimul loc la nivelul țărilor studiate

Datele comparative nu arată deloc bine, ponderea activității în PIB este aproape neglijabilă, investițiile sunt mici iar turismul oficial în general, nu arată ca o activitate rentabilă pentru economia românească. Ca o comparație, putem remarca cifre de 10 ori mai bune în cazul Ungariei și 3 ori și jumătate mai mari pentru Bulgaria.

Indicatori statistici

O constantă a turismului românesc din ultimii ani este calitatea slabă a serviciilor oferite. Numărul angajaților din turism a crescut, din păcate nu și pregătirea acestora. Ca efect al păstrării îndelungate a activelor turistice în mâinile statului, managerii de locații turistice nu au fost motivați să schimbe personalul sau să investească în sesiuni de instruire. Ba din contră, acești manageri provizorii au tergiversat o stare de fapt care a adus deservicii majore turismului românesc și chiar propriilor afaceri. Pe de altă parte, chiar ponderea în PIB a turismului, sector ce aducea în 2003, ca exemplu, 14.3 % PIB-ului Greciei a scăzut îngrijorător de la 1.45 în 1998 la 1.17 în 2002. Ceilalți indicatori din turism

ne oferă o imagine și mai gri a sectorului. Cifra de afaceri a scăzut de la 324 milioane dolari în 1998 la 293 milioane dolari în 2000 iar investițiile s-au redus de la 690 milioane în 2000 la 204 milioane în 2002. O creștere au înregistrat cheltuielile statului cu turismul social. Campaniile promoționale ale guvernului din ultimii 3 ani au înghițit mai mulți bani decât investitorii privați vor putea investi vreodată iar efectele acestor campanii promoționale sunt foarte scăzute. Deși sursele evaluează industria turistică românească la 600 milioane dolari, statisticile nu arată chiar atât de încurajator.

Fig 3. Indicatori ai industriei turismului

Indicator	Unitate	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Pondere în PIB	%	1.45	1.09	1.15	1.18	1.17	1.4
Populația ocupată	Mii persoane	98	124	123	131	118	117
Cifra de afaceri	Mil USD	324	293	279	293		
Investiții private	Mil USD			690	848	204	

Sursa : MTCT, WTTC 2002, INSSE, Anuarul Statistic

Competiția pe piața turistică

Cine sunt competitorii României ? Țări puternice care se pot lăuda cu un avans destul de substanțial. Grecia, Turcia, Ungaria sau Bulgaria în ultimul timp sunt țări în care turismul a cunoscut o dezvoltare fără precedent. Poate mai comparabilă socio-economic, Bulgaria este țara care a reușit în ultimii ani să atragă investiții străine și să-și refacă baza turistică. O politică inteligentă de marketing precum și cultivarea relațiilor de afaceri cu Germania au adus un mare avantaj Bulgariei. Prezența în marile cataloage turistice Neckermann sau TUI au condus la creșterea turismului bulgăresc, în special a turismului sezonier pe litoralul Mării Negre. În Europa în general, lupta pentru mare a fost câștigată de acele țări care au acces la ape limpezi și la un relief variat în zona litoralului: Slovenia, Grecia sau Turcia.

Mai interesant este modul în care Ungaria, o țară fără ieșire la mare, reușește prin calitatea serviciilor și un management eficient să atragă mai mulți clienți decât litoralul românesc. Lacul Balaton a atras în 2003 de două ori mai mulți turiști străini decât litoralul românesc. În 2002, 517000 turiști străini au vizitat lacul conform statisticilor oficiale ungare. Să nu uităm însă că turismul ungar este suținut în proporție de aproape 80% de turismul urban.

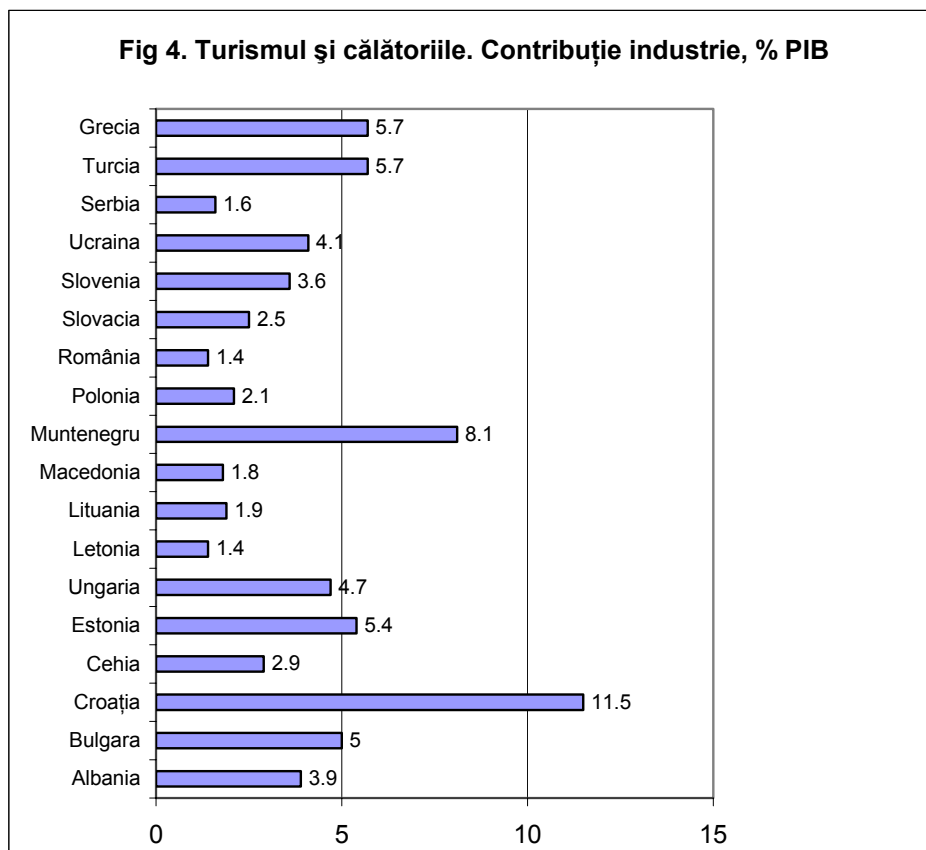
Turcia, Grecia și mai nou Bulgaria, sunt marii competitori ai României pe piața turistică. Dezvoltarea turismului în aceste țări a cunoscut o evoluție lineară, fără mari obstacole economice și politice majore. Aceste țări au desfășurat un program extrem de eficient de dezvoltare

Managementul defectuos și o politică lipsită de coerență din partea statului, au dus la situația prezentă în care România a rămas în urma vecinilor săi

turistică. Facilități fiscale și promovare coerentă atât din partea statului cât și din partea oamenilor de afaceri omplacți în acest sector, conștientizarea faptului că numai prin servicii de calitate se clienții pot fi fidelizați, au condus la o dezvoltare reală. Ca un corolar, în Europa Centrală și de Est, turismul pare să devină o industrie profitabilă, investițiile în turism fiind concentrate din ce în ce mai mult dinspre țări occidentale care au sesizat potențialul noilor candidați la UE. Din păcate, o simplă comparație a României cu Bulgaria în ceea ce privește aportul turismului la PIB ne dă măsura faptului că, în ultimii ani, s-a produs diferența între cele două țări. Bulgaria este o țară cu progrese vizibile în acest sector pe când, o simplă comparație cu România, arată decalajul dintre cele două țări (fig 4).

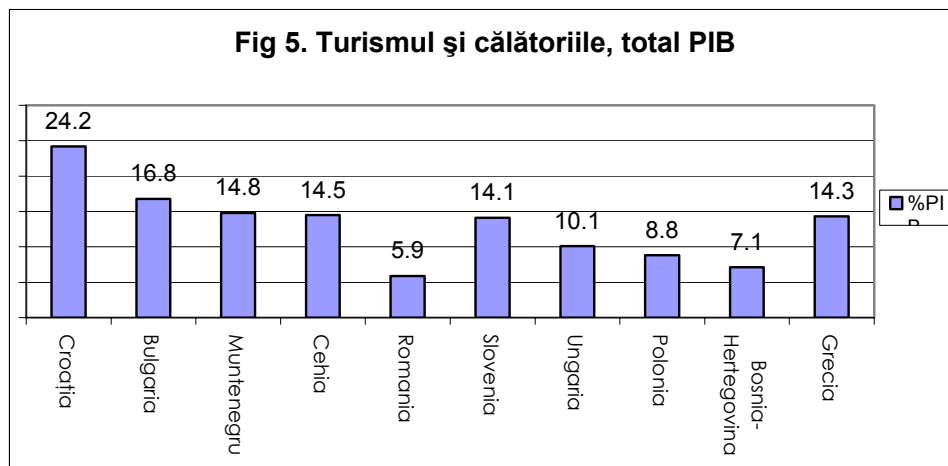
Explicațiile pot fi variate, dar poate una dintre cele mai importante cauze ale stagnării este incapacitatea instituțiilor responsabile cu promovarea turismului să aibă o strategie coerentă care să permită atragerea a cât mai mulți turiști occidentali. Politica *prețului scăzut* promovată până acum de patronatele din turism și de instituțiile statului a urmărit atragerea turiștilor din țări vecine României, țări cu un nivel de trai nu foarte ridicat. Se pare că această politică a dat roade, fluxurile turistice internaționale spre România în 2000-2003 fiind formate preponderent din turiști unguri, moldoveni, ucrainieni și bulgari.

Cu o pondere a turismului în PIB de numai 1%, România a fost întrecută de toți competitorii săi, inclusiv Bulgaria



Sursa: World Travel and Tourism Council, 2004

Situația este și mai gri în momentul în care comparăm cifrele la nivelul întregii economii. Vom putea observa că aportul turismului la totalul economiei este inferior celui din țările vecine (fig 5).



În ansamblul sectorului și atunci când comparăm cifrele cu cele ale vecinilor noștri realizăm că pe termen lung, grupul țintă format din turiști cu puține resurse financiare, nu va reuși să transforme turismul românesc într-unul care să poată atrage venituri importante. În timp ce vecinii noștri bulgari au reușit să încheie colaborări extrem de fructuoase cu operatori germani importanți: **Neckermann** sau **TUI**, România este într-o goană nebună pentru atragerea de turiști autohtoni, cu venituri mici și medii, în general beneficiarii programelor sociale inițiate de către guvern. Câteva zeci de mii de turiști aleg anual, în lipsa unei alternative, să beneficieze de programul social **“Litoralul pentru toți”**. **Stațiunile balneo-climaterice au devenit de asemenea ținta programelor sociale, în condițiile în care condițiile de cazare și divertisment au rămas similare anilor 80’. Vânzarea întârziată a acestor stațiuni face ca singurii turiști atrași de ‘atracțiile’ oferite să fie pensionarii.** Toate condițiile sunt îndeplinite pentru ca aportul sectorului în PIB să fie unul dintre cele mai scăzute din Europa.

2. Probleme structurale și vulnerabilități în turismul românesc

Perioada de tranziție a fost în măsură să reflecte toate problemele cu care se confruntă industria turistică în România. Dacă regimul comunist a țesut în jurul României o aură mistică de popor ales iar discursurile oficiale proslăveau calitățile naturale ale României precum și calitatea oamenilor ce o populau, anii de după căderea comunismului au spulberat nemilos arhetipurile discursului comunist. Dintr-o dată România a rămas exact așa cum era de fapt, moștenitoarea unei infrastructuri inutilizabile (vezi fig 8) care ne plasează pe un loc codaș în zonă, și cu o economie etatizată care a obturat șansele dezvoltării rapide a unor sectoare importante precum cel al turismului. Pe deasupra, oamenii și locurile și-au pierdut calitățile hiperbolizate în comunism. Șansele ca turismul să se dezvolte rapid în

România au fost reale la începutul perioadei de tranziție dar evoluția lucrurilor nu a fost convergentă. Din contră, s-a reușit în 14 ani de politică de turism să se piardă avantajele pe care România le avea în sectorul turismului: resursele naturale de peisaj, ieșire la mare și munte, o moștenire cultural-religioasă de biserici. Din păcate, aceste atracții turistice nu sunt suficiente *per se*, turiștii caută un mediu ambiant primitor, cazare de calitate, restaurante și alte tipuri de divertisment care să merite banii. Nimic din toate acestea nu s-a materializat într-o politică clară de turism. Toate politicile au fost inițiate și apoi abandonate, cum vom arăta în continuare.

Un caz simptomatic în acest sens este Delta Dunării, singulară în Europa, cu un potențial turistic important. Din păcate, Delta Dunării a fost folosită până acum doar ca instrument: pe de o parte, există acuze că personaje importante din partidul de guvernământ ar fi monopolizat resurse piscicole și de turism importante din Deltă ; pe de altă parte aceasta a fost folosită continuu ca temă electorală. Delta Dunării a apărut obsesiv în discursul politic al celor care au condus destinele turismului până în prezent. Discursul ministrului Mitrea care spunea de curând că Delta Dunării va dezvolta un turism de masă cu mari beneficii pentru turismul românesc – în același timp spunând că statul român va face tot ce-i stă cu putință pentru a prezerva biosfera Delta Dunării, reflectă superficialitatea cu care oficialii tratează turismul românesc. Chiar guvernatorul Deltei a remarcat absurdul, atenționându-l pe ministru că cele două declarații sunt contradictorii – turismul de masă duce la deteriorarea condițiilor de mediu - demonstrând astfel amatorismul cu care se fac politicile de turism din România.

Până acum, programele de promovare a turismului nu au fost decât vehicule electorale pentru partidul de guverământ

Calitatea infrastructurii și serviciilor

Până în 2004 când agenția de profil a inițiat 'Croaziere pe Dunăre', un program cu rezultate incerte până acum, România era singura țară cu ieșire la mare fără turism maritim – nici o navă de croazieră nu a acostat în porturile românești până în 2004. Și asta din cauza atitudinii pasive, aproape inconștiente a autorităților române care au zădărnicit, conform poate unui plan straniu de falimentare, să împiedice orice inițiativă de natură să dezvolte acest tip de afacere cu potențial enorm. În 2003 un antreprenor turc a încercat să redeschidă o linie maritimă turistică. Pe data de 10 iulie 2003, inițiativa sa a fost zădărnicită de către Garda de Coastă la Sulina, autoritate care nu a permis pasagerilor turci acostarea, din motive cel puțin hilare, străine de comportamentul civilizată. Pasagerii au fost tratați ca niște infractori în obișnuitul stil al poliției române. În urma acestui scandal, un conflict diplomatic a fost cu greu atenuat. Dar și mai îngrijorător este răspunsul autorităților române către ziaristii care au întrebat cum s-a putut acționa în acest mod, răspuns reprodus de către Financial Times. Reprezentantul statului român a declarat ziaristului de la Adevărul că "DACĂ VROIAU SĂ VINĂ ÎN ROMÂNIA PUTEAU SĂ IA TRENUL, AUTOBUZUL SAU AVIONUL". Dar cifrele arată că, încurajarea turismului maritim ar aduce un număr impresionant de turiști datorită prețurilor rezonabile pe care acesta le presupune.

Turismul maritim ar aduce mari beneficii pentru dezvoltarea unor servicii și industrii corelate cu cea a turismului. Pe deasupra, este o mare diferență de prețuri între tipurile de mijloace de transport.

Fig 6. Prețuri călătorie România-Turcia exprimate în dolari

Avion	Autocar	Tren	Vapor
220	178 cu viză	194 viză	cu 65-75 (masa, cazare. taxe portuare)

Mai mult decât atât, nici infrastructura aeriană nu permite un trafic turistic semnificativ iar politica Tarom este cel puțin bizară. În 2003 TAROM a decis să desființeze zborul de New York anulând astfel orice legătură directă de transport și implicit schimbul de turiști între România și Statele Unite. Nu știm câți bani a pierdut România din această afacere, dar simplul fapt că o cursă de Beijing este încă activă iar prim ministrul își propune să încurajeze importul de turiști chinezi în România, dovedește că declarațiile oficialilor nu vin ca urmare a unei analize cost-beneficiu ci a impulsurilor de moment.

Strategia României. Jefuirea turiștilor care folosesc serviciile Aeroportului Otopeni

Autoritățile reușesc să gafeze în rarele ocazii când trebuie să ia o decizie. Recenta licitație pentru serviciile de taximetrie de la Otopeni ne arată că autoritățile române duc o campanie de jefuire a turiștilor

Același operator aerian, mai recent, are o politică bizară în ceea ce privește serviciile de taximetrie oferite turiștilor care vor ateriza de aici încolo pe aeroportul internațional Henri Coandă. Operatorul național a lansat acum câteva luni o procedură de achiziții publice pentru concesionare pe cinci ani a serviciilor de taximetrie care deserveau aeroportul. După o primă rundă de licitație, anulată din cauza neregulilor firmei favorite – care firmă, paradoxal, cumpărase cu câțva timp înainte exact acel tip de autoturism care se potrivea perfect specificațiilor caietului de sarcini – licitația a fost câștigată de același companie. Astfel, chiar depășind suspiciunile de conflict de interese și alte ilegalități, turiștii care vor ateriza pe Otopeni vor fi condiționați să utilizeze serviciile unui singur operator, pe o perioadă de 5 ani, plătind cel mai ridicat tarif din CEE, 0.85 Euro fără TVA. Cam atât despre piața liberă a serviciilor și competiție.

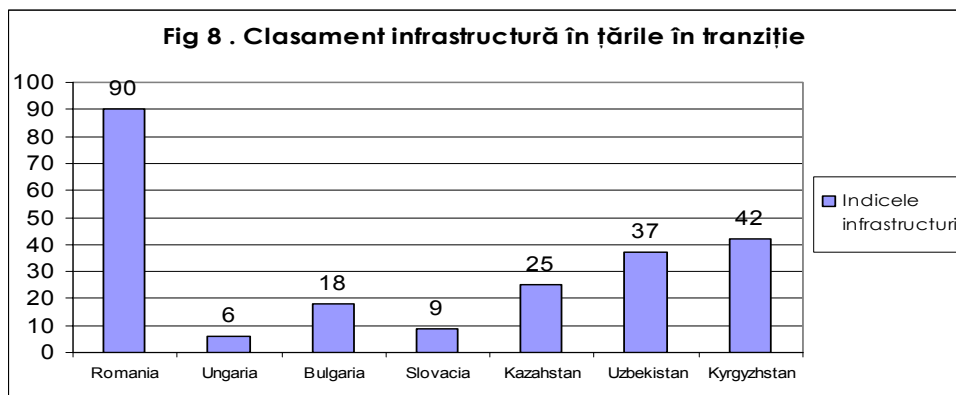
Fig 7. Comparație prețuri taximetrie aeroporturi CEE

Țară/aeroport	Statut serviciu taximetrie	Preț pe km/Euro
România	Monopol	1 (0.85 Euro fără TVA)
Bulgaria	Liberă concurență	0.50
Ungaria	Liberă concurență	0.50
Grecia	Liberă concurență	0.50

Deși au instituit monopolul, autoritățile permit în continuare jaful practicat de cei care au constituit motivul acestei licitații, taximetriștii privați. Concubinajul dintre aceștia și anumiți responsabili ai aeroportului Otopeni trebuie să ia sfârșit, acesta constituind un test destul de important pentru a vedea dacă există voință politică pentru a crea condițiile unui turism civilizată. Dacă nici măcar acest test nu

poate fi trecut, atunci strategia de promovare propusă de guvern este inutilă.

În ceea ce privește infrastructura, într-o comparație cu alte țări în tranziție, România se plasează pe o poziție deloc de invidiat. Poziția 90 într-un clasament internațional alcătuit de WTTC care cuprinde 212 țări este cel puțin rușinoasă. Am fost depășiți de toți vecinii dar și de state precum Kzrgyhzstan sau Uybekistan.



Sursa: World Travel and Tourism Organization, Country Developments, 2003³

Notă : 1- cea mai competitivă ;

Infrastructura rutieră (străzi, drumuri naționale, autostrăzi) și infrastructura feroviară ne plasează într-un loc nu tocmai onorabil în Europa. Puținele investiții care s-au realizat în acest domeniu au fost însoțite întotdeauna de un lung șir de poticneli și scandaluri cauzate de prestația lamentabilă a instituțiilor abilitate. Pe deasupra, Ministerul Transporturilor și Turismului a fost implicat într-o serie de scandaluri, referitoare la proasta calitate a noii infrastructuri.

Situația în care se află stațiunile balneo-climaterice sunt reflecția unui management dezastruos. Starea clădirilor, despre care specialiștii în turism spun că ar trebui mai degrabă înlocuite decât recondiționate, lipsa unei infrastructuri rutiere elementare care să sprijine dezvoltarea turismului și să încurajeze călătoriile, sunt cauze ale stagnării turistice a României.

În aceste sens, un scandal recent și de anvergură internațională este cel privind construirea autostrăzii Bechtel. În acest caz presa și SAR au semnalat ilegalitățile flagrante privind lipsa unei proceduri standard de achiziții publice precum și inoportunitatea unui astfel de proiect la acel moment. Acest scandal, cu ecouri în cabinetele occidentale, a fost amplificat de faptul că, deși existau bani nerambursabili ISPA pentru refacerea rețelei de drumuri naționale, anumite interese

³ Indicele aparține Băncii Mondiale, World Development Indicators, 2002, - este calculat în funcție de mai mulți factori printre care : 'modernitatea' infrastructurii, infrastructura de acces rutier și feroviar, aprovizionare cu apă și energie, salubritatea publică.

politice au condus la inițierea acestui proiect finanțat cu banii contribuabilului, fără licitație acordat firmei americane Bechtel.

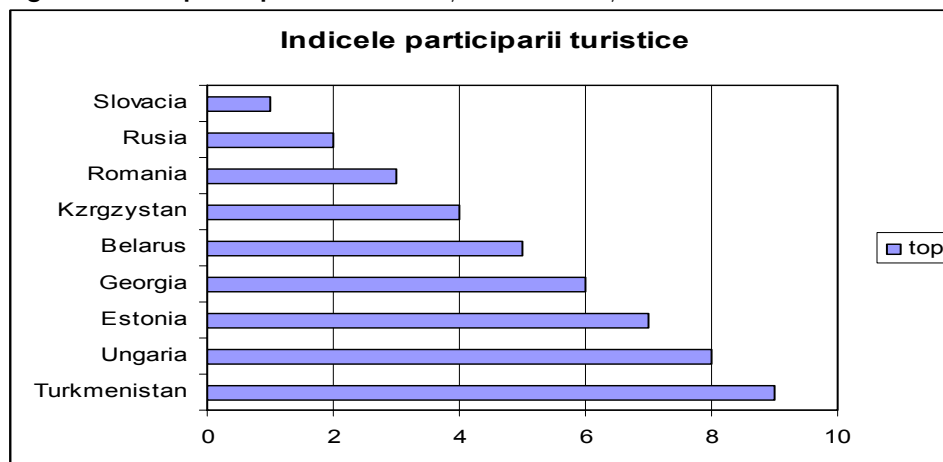
Calitatea serviciilor și participarea turistică

Privatizarea târzie din turism a avut consecințe negative și din punctul de vedere al calității serviciilor oferite. Aceiași angajați nepăsători, slab stimulați de salariile oferite, cu aceleași tabieturi de feudali, de stăpâni ai locului și o lipsă cronică de respect față de turist. Odată cu privatizarea, patronii au realizat că acest aspect este poate cel mai important în marketingul turistic, cu consecințe importante în fidelizarea clienței. Specialiștii în turism spun că fidelizarea unui client/turist costă de 5 ori mai puțin decât atragerea unui nou client. Aceste calcule de eficiență ar trebui foarte atent însușite. Până în 2003, s-au pierdut acei turiști străini, clasici amatori ai atracțiilor turistice oferite de România. Legendarele turistice din Peninsula Scandinavă, atât de prezente în folclorul turistic popular, atrase de minunățiile oferite de litoralul românesc înainte de 1990, au dispărut fără urmă.

O problemă care a luat amploare în ultimii ani este modalitatea în care Ministerul înțelege să omologheze calitatea hotelurilor din România. Clientismul politic și corupția de stat a dus la decizii cu iz penal în materie de acreditare și acordarea stelelor pentru hotelurile din România. Hoteluri de două stele au devenit peste noapte hoteluri de trei stele în condițiile în care acestea nu sunt modernizate de câteva decenii. Problema nu se oprește la hotelurile de două stele, omologarea și clasificarea hotelieră se intersectează cu corupția la orice nivel – fie că este de o stea, fie de 4 sau 5. Aici problema este generată de absența unor standarde clare, standarde internaționale, obligatorii pentru alinierea la legislația europeană și pe de altă parte, de nerespectarea acestor standarde. În aceste condiții, participarea turistică este una dintre cele mai scăzute între țările în curs de tranziție (fig 9).

Cu o pondere a turismului în PIB de numai 1%, România a fost întrecută de toți competitorii săi, inclusiv Bulgaria

Fig 9. Indicele participării turistice în țările în tranziție



Sursa: Material susținut în 2003 de către profesor doctor Cristina Cristuleanu în cadrul Catedrei de Relații Economice Internaționale, Facultatea de Relații Internaționale ;

Privatizarea în turism

O trecere în revistă a ceea ce s-a întâmplat până în 2004 în turism: proiecte fanteziste, privatizări ilicite, lipsa de profesionalism în deservirea serviciilor turistice, lipsa unei autorități care să stabilească politicile care trebuiesc implementate, absența unei strategii concise și aplicabile, sunt cauzele din cauza cărora România a pierdut startul. Absența stabilității instituționale transpăre din dese reorganizări ale ministerului de resort, care, corelate cu schimbarea frecventă a conducerii, au generat o instituție greu de condus. Reglementarea instituțională a turismului a fost un șir continuu de eșecuri. Ministerul Turismului a creat în 1994-1996 o Strategie de Dezvoltare a Turismului pe Termen Mediu și un Plan Strategic de Dezvoltare a Turismului în România, finanțat de programul PHARE al UE. Din păcate aceste documente nu au devenit documente programatice cu adevărat pentru că nu au fost niciodată puse în practică. În mare măsură, aceste strategii nu au putut fi puse în practică din cauza faptului că instabilitatea instituțională a fost excesivă. Ministerul Turismului a fost pe rând înlocuit cu o Agenție pentru Turism pentru ca, ulterior, să devină doar un departament în cadrul Ministerului Transporturilor. Această instabilitate a condus la un haos instituțional, sesizabil în stângăciile și lipsa oricăror orizonturi de acțiune ale echipei de la turism. În decursul a 14 ani de turism românesc, statul a avut mai degrabă o contribuție negativă la dezvoltarea turismului, a inițiat măsuri nesustenabile și a creat proiecte fantasmagorice, majoritatea urmărind scopuri electorale. Ministerul a vrut să facă totul, dar ceea ce trebuia făcut urgent era grăbirea procesului prizației și transferarea proprietății de stat (un exemplu, fostul BTT – Birourile de Turism și Tineret și alte active de stat) către investitori privați, dornici să investească în turism. În aceste condiții, privatizarea era în 2003 departe de a se fi încheiat în condițiile în care aproape 40 % din active erau încă neprivatizate.

Legea turismului este neclară și a fost amendată foarte des de către autorități. A fost desființat Fondul de garantare a turismului și s-a creat Biroul de Promovare a Turismului. Imobilismul pare să fi devenit o constantă a departamentului cu pricina iar proiectele inițiate de fostul Minister par să fi înghețat. Privatizarea târzie a produs pe deasupra multă corupție, resursele turistice devenind o pradă ușoară pentru anumiți clienți politici. Cazuri precum Hotelul Mara din Sinaia, lichidat și cu datoriile plătite din banii contribuabililor – în urma creditelor neperformante contractate de la Bancorex ; dubioasele privatizări ale hotelurilor din Bacău și alte orașe de provincie – unde hotelurile au intrat pe mâna clientelei politice ; moștenirea fostului Birou pentru Turism și Tineret care, pare s-a vândut practic pe nimic, parte ajungând în patrimoniul RAJAAPS ; toate acestea sunt dovezi incontestabile ale faptului că același stat captiv care a devalizat alte sectoare din economie, a asistat și la jefuirea patrimoniului românesc de turism. La începutul anilor 1990, după cum arătam mai sus, Hotelul Intercontinental a fost victima unei astfel de privatizări. Practic, acest hotel a ieșit din circuitul internațional de turim, ajungând să trăiască numai din conferințe și seminarii.

Administrația locală

Extrem de importante în contextul descentralizării financiare sunt administrațiile locale. Acestea au început să joace un rol decisiv în progresul/regresul turismului românesc. Atributul colectării taxelor locale a dus la crearea unei relații între operatorii de turism și aleșii locali. S-a văzut însă că această relație nu este întotdeauna pozitivă iar tensiunile răzbat până în presa centrală.

Cazul de corupție din Predeal în care aleși locali au condiționat realizarea unor proiecte de primirea unei șpăgi consistente, sunt din păcate semnale negative care arată că rețelele politice și economice locale duc la stoparea dezvoltării turismului.

Un caz cronic în care investitorii din turism nu au reușit să ajungă la un consens cu administrația locală este cel din stațiunea Sinaia. În timpul mandatului primarului ales în 2000, s-a demonstrat cum o zonă strategică de turism cum este Valea Prahovei, poate fi împiedicată să progreseze din cauza anumitor agende politice sau pur și simplu din cauza imobilismului unor aleși locali. În patru ani de mandat, primăria Sinaia nu a inițiat nici un proiect de dezvoltare nerambursabil cu excepția Super ski Carpați care este un proiect regional. Parteneriatul public-privat este practic inexistent iar acest fapt a condus la perpetuarea unei infrastructuri imposibile pentru practicarea turismului la standarde de calitate: canalizare veche de peste 100 de ani, infrastructură rutieră demolată, servicii publice execrabile. Administrația locală percepe taxe importante de la cei ce fac afaceri de profil. Acești bani ar trebui să fie suficienți pentru refacerea infrastructurii locale (moștenită din timpul regelui Carol I) dar, în schimb, contribuabilii se plâng că trebuie să reabiliteze pe cont propriu infrastructura din zona care-i deservește⁴. Toate acestea în condițiile în care, cum vom arăta mai jos, taxele și impozitele plătite care sunt de-a dreptul prohibitive pentru cei ce vor să facă afaceri de turism.

Politica fiscală

Din punct de vedere financiar, statul nu a făcut multe pentru a stimula creșterea calității și atragerea investitorilor. Alternativa propusă ar fi o politică fiscală mai relaxată, necesară unei investiții în turism, știut fiind faptul că profiturile turistice sunt mici și sustenabile doar pe termen lung. Comparativ, Grecia și Turcia au creat un climat extrem de propice pentru investitorii care vor să dezvolte afaceri în turism. Creditele sunt rezonabile iar condițiile sunt excelente, ca să nu mai vorbim de spijinul pe care statul oferă prin sumele generoase destinate promovării. În România, principalele slăbiciuni identificate în sistemul fiscal sunt :

- Desi sezonul sezonier durează doar 3 luni, taxele pe clădiri sau de stațiune sunt plătite pentru un an fiscal întreg.

⁴ Cercetarea în Sinaia s-a desfășurat în toamna 2003

Depinde de competența aleșilor locali ca banii colectați prin intermediul taxelor să fie cheltuiți în interesul comunității și al celor care au afaceri în turism

- Serviciile publice se plătesc de două ori din cauza faptului că administrațiile locale oferă servicii îndoielnice iar plătitorii sunt obligați să-și gestioneze infrastructura pe cont propriu.
- Fiscalitatea excesivă obligă agenții economici din turism să achite 14 impozite centrale și 3 locale (taxele reprezintă 35% din prețurile practicate de hoteluri și restaurante), 19% TVA. În 2003 acesta s-a redus la 9%, 4% pt bucătărie și bar, taxe progresive în funcție de mărimea capitalului fix de până la 15% din costuri.
- Rata profitului în turism este de 2-6% anual, una dintre cele mai scăzute în economie. De aici și fraudă fiscală, fenomen conștientizat la nivel de autorități. În Turcia și Grecia, taxele sunt de 4-5 ori mai mici decât în România pentru că autoritățile au înțeles că pe lângă sectorul turism se pot dezvolta și alte domenii conexe⁵.

Reducerea impozitului pe profit în economia românească ar putea influența pozitiv turismul românesc. Guvernul a promis și mai promite reducerea acestuia dar se pare că până acum au fost doar promisiuni. Inițierea unui set de măsuri financiare coerente care să sprijine economia în general și turismul în particular, ar fi singursă măsură sustenabilă pe care o poate întreprinde executivul pentru remedierea situației. Deci, taxe decente pentru stimularea și dezvoltarea turismului.

3. Politicile de promovare și investiții

Până acum, turismul românesc s-a întrecut în campanii fantasmagorice de genul Dracula Park, această din urmă riscând să se transforme într-un scandal financiar național. După ce portofoliul de proiecte propus la începutul lui 2000 de către Ministerul Turismului a fost făcut public și a stârnit numeroase reacții de apreciere, o tăcere absolută s-a așternut peste el. Mandatul lui DM Agathon a debutat spectaculos, cu vizite intempestive și inspecții făcute pe litoral, cu implanturi exotice făcute în stațiunea Mamaia, cu raportări de succese incredibile. Din păcate și cu scandaluri de presă, cauzate de amenințările proliferate de ministrul Agathon la adresa unei ziariste de la Adevărul care a avut tupeul să conteste veridicitatea statisticilor ministrului și să acuze amatorismul politicilor de turism. A urmat campania publică de susținerea a proiectului Dracula Parc, legitimată de însuși premierul Adrian Năstase care a pozat în investitor strategic, dar care a eșuat lamentabil. Proiectul s-a dovedit nefezabil, a lăsat un gust amar celor ce se iluzionaseră dar și buzunarele goale celor convinși să investească sume generoase de bani.

În tot acest timp, USAID aștepta în deplina ignorare a autorităților cu un program de finanțare a refacerii centrului istoric al Bucureștiului, iar

⁵ Alexandru Nedelea, Mix-ul promotional în turism, Revista de Comerț, nr 4, Aprilie 2004

ambasadorul SUA a luat inițiativa reparării unei biserici de patrimoniu, inițiativă care i-a lăsat indiferenți pe edilii de sector.

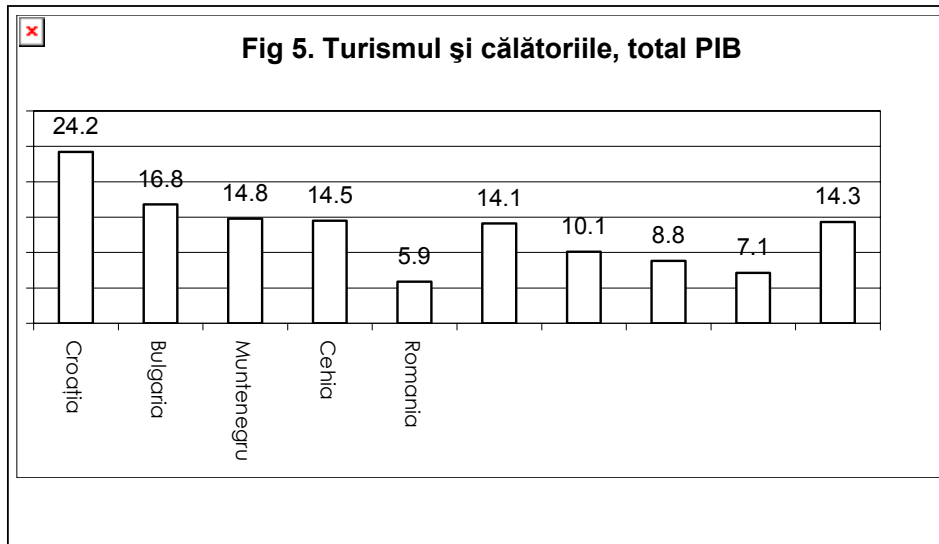
Nimeni nu observă potențialul turismului urban, sectorul care aduce cele mai mari venituri țărilor occidentale

Este important ca responsabilii să reflecteze la exemplele de mai sus, pentru că un aspect foarte important care trebuie luat în considerare este stimularea dezvoltării turismului urban, cu centrul în București. Până acum la nivel de administrație locală, în București s-a produs mai degrabă o degradare decât o îmbunătățire a infrastructurii. Inițiativele primarului Traian Băsescu au fost zădărnicate permanent de un Consiliu ostil, mânat de ambiții politice destructive. După alegerile din 8 iunie 2004, primarul Băsescu a obținut majoritate în Consiliul General, dar, în continuare, consilierii PSD se opun planurilor acestuia de restructurare și înnoire a infrastructurii. Recent, aceștia au respins proiectul primarului care viza crearea pasajului Basarab și care ar fi permis pe termen lung deconcentrarea circulației din centru. În acest moment centrul este extrem de circulat, lucru care face imposibile proiectele de refacere a centrului vechi atât din punct de vedere al traficului cât și din punct de vedere al poluării zonei.

Odată cu remanierea guvernamentală, ministerul s-a transformat în Agenție, parte a Ministerului Transporturilor, iar proiectele par să fi intrat în expectativă. Un oarecare succes îl are în continuare turismul social promovat de câțiva ani dar este destul de clar că sustenabilitatea economică a acestui gen de turism este zero, cei care beneficiază nu consumă alte servicii în timpul sejurului deoarece nu și le permit fiind, în marea lor majoritate pensionari sau alte categorii care beneficiază de asistență socială. Din păcate, proiectele privind turismul cultural, Delta Dunării, bisericile din Moldova, par să mai aibă de așteptat până să devină realități tangibile prin intrarea în circuitul turistic internațional.

În ceea ce privește promovarea, în 2003 au fost 3.5 milioane de dolari alocați de către executiv pentru promovarea turismului românesc. O sumă mult prea mică dacă o comparăm cu sumele alocate de către vecinii României pentru promovarea turismului. Suma este mică, prost orientată spre au și orientată greșit, cu false ținte turistice și licitații discutabile. Din totalul de 72.173.916 mii lei pe care Ministerul i-a alocat promovării turistice⁶, aproape 20 de procente, însumând 11.926.000 mii lei, au ținut promovarea programelor sociale pentru turism. Suma totală alocată de minister pentru turism pe 2003 a fost de 136.113.926 mii lei, ridicolă în momentul în care o comparăm cu vecinii noștri.

⁶ Date obținute de la Ministerul Transporturilor și Turismului prin solicitare de informații publice, nr 1845/2004



Sursa : Piața Financiară, 2003

Pe de altă parte, banii pentru promovarea turismului sunt extrem de puțini iar programele inițiate până acum nu au fost decât populism deșănțat și prost management :

- Dracula Parc s-a dovedit o afacere bine mediatizată dar în final a lăsat un gust amar celor convingși să participe în acest joc
- Turism pentru sănătate, a fost un eșec datorită faptului că Ministerul Turismului a concurat copios Ministerul Sănătății, singurii învingși fiind turiștii
- Alegerea ca public țintă pentru turismul internațional de către premierul Năstase a turiștilor chinezi este cel puțin comică, parcă desprinsă din scenariile holywoodiene
- Stațiunea Europa, proiect des vehiculat, niciodată materializat
- Litoralul pentru toți, continuă și anul acesta dar nu se poate vorbi despre acest program ca despre un succes al industriei turismului, ci ca despre un succes social al executivului

Pentru a deveni competitivi pe piața europeană și în special pe cea est europeană care este într-o continuă creștere conform statisticilor internaționale. România trebuie să renunțe la proiecte de genul celor enumerate mai sus și să ia măsuri urgente pentru ieșirea din inerția în care a intrat de 14 ani turismul românesc. Deja Bulgaria, Grecia și Turcia sunt cu mult înaintea României ca și nivel de dezvoltare a turismului. Handicapul trebuie recuperat într-o perioadă destul de scurtă de timp, dar putem vedea cum se face din lecția predată de vecinii noștri.

Proiectele de promovare inițiate până acum de către guvern sunt nesustenabile pe termen lung iar vecinii noștri încep să capete un avans considerabil

4. Recomandări

- Crearea unei Agenții pentru Turism care să funcționeze pe cont propriu, independent de vreun minister, cu responsabilități bine definite.

- Promovarea unei noi Legi a Turismului, lege concordantă cu legislația europeană, lege dezbătută public împreună cu Asociațiile Patronatului din Turism și societatea civilă. PNL a propus deja o nouă lege, important este ca aceasta să fie adoptată în timp util.
- Reducerea impozitului pe profit. Această reducere ar aduce mari beneficii și investitorilor în turism.
- Încurajarea și dezvoltarea turismului de afaceri, de reuniuni și motivațional, care, în 2003, a ajuns undeva la 30 de milioane de Euro anual, cam 10% din veniturile sectorului⁷
- Promovare mai eficientă a turismului românesc. Turcia este un exemplu bun în care statul promovează gratuit turismul – privat sau de stat (gratuitate pentru excursii charter, eliminarea chiar integrală a impozitului pe profit, reclama gratuită în ghidurile serviciilor consulare precum și lobby-ul de stat).
- Dezvoltarea turismului urban (pe modelul ungar) și transformarea Bucureștiului în atracția urbană centrală. Pentru ca această recomandare să se materializeze, este nevoie de reabilitarea zonei vechi a Bucureștiului și reabilitarea întregii infrastructuri a orașului.
- Programe de dezvoltare regională cu fonduri UE, destinate dezvoltării IMM – urilor din domeniul turistic. Această recomandare are sens în condițiile în care capacitatea de absorbție a fondurilor europene se va îmbunătăți considerabil (Departamentul de Contractare și Plăți din Ministerul de Finanțe).
- Prevederi clare pentru concesionarea terenurilor pentru investitori în turism (ex : dacă în 7 ani nu construiesc activul, se anulează concesiunea).

⁷ Nicoleta Puiu, George Vulcănescu, Turismul, în vacanță prelungită, Piața Financiară, nr 10, 2003

Autori și colaboratori

Acest raport a fost scris de următorii experți și colaboratori ai Societății Academice din România (SAR):

Emanuel Răuță, Analist Politici Publice

Romanian Academic Society (SAR)
15 Petöfi Sándor
Bucharest 1, Romania
++4021-2221868
office@sar.org.ro
www.sar.org.ro