

**A 3-a întâlnire a Comitetului de Evaluare  
a Master Planului de Dezvoltare a Turismului Românesc**

## RAPORT DE ACTIVITATE

### Anexa B

#### Concluziile dezbaterilor in grupurile de lucru Concluzii finale

(scurta prezentare – note ARCTE B&B)

#### Concluziile dezbaterilor in grupurile de lucru

Nr. Cap.	Denumire capitol	Comentarii
10.1	<b>Structuri administrative</b>	Propunerea infiintarii Organizatiei Nationale pentru Turism a suscitad viu interes din punctul de vedere al mecanismelor de lucru si modalitatilor de finantare
10.3	<b>Dezvoltarea Resurselor Umane</b>	a suscitad un viu interes si foarte multe propuneri
10.4	<b>Imbunatatirea produselor turistice</b>	Includerea unor referiri la ecoturism si geoturism
10.4.1	<b>Cazare</b>	Corelat cu sistemul de autorizare si clasificare, a fost comentata frecventa de reclasificare (1 an) si metodologia de lucru S-a semnalat necesitatea elaborarii unui Ghid de Bune Practici in Turism
10.4.6	<b>Turism litoral</b>	includerea turismului specific Deltei Dunarii
10.4.7	<b>Turism cultural</b>	Includerea obiectivelor culturale din Romania in trasele europene
10.4.8	<b>Turism activ</b>	Dezvoltarea turismului montan trebuie sa aiba la baza studii de oportunitate
10.4.9	<b>City breaks în București</b>	extinderea abordarii si catre alte orase mari ale tarii, in special catre cele care detin aeroporturi
10.5	<b>Servicii de informare</b>	Corelarea cu <b>Calendarul evenimentelor</b> si cu promovarea informatiilor de interes public Cadru legal de functionare a Centrelor de Informare Turistica care sa ofere posibilitatea autofinantarii
10.6	<b>Statistica si cercetare</b>	Metodologia de calcul a indicatorilor impune masuri de implementare mai detaliate Disponibilizarea pentru consultare publica a studiilor in domeniul turismului
10.7	<b>Marketingul destinatiilor</b>	Elaborarea unui Manual de Branding pentru Romania Juxtapunerea brandului pentru Romania a unei liste a brandurilor de interes national, cu specific zonal
10.8	<b>Mediu</b>	Prezentarea mai ampla
10.9	<b>Politica de investiții</b>	O mai buna evidentiere in Planul de Actiune, cu accent pe stimularea investitorilor
12.	<b>Strategia de implementare</b>	Redimensionarea grupului de reprezentare a ministerelor, autoritatilor regionale si locale si principalele domenii ale sectorului privat Precizari suplimentare privind implicarea organizatiilor profesionale

## Concluzii finale

Ca o concluzie, dl. Richard Batchelor a aratat printre altele:

O implementare eficienta a Mastre Planului presupune;

- Actiuni LA TIMP si CONCERTATE in totalitatea lor
- Monitorizare constanta LA TOATE NIVELELE
- Comitetele de lucru sa aiba reprezentanti pana la nivel de judet, de organizatii private si sa lucreze programat, cu intalniri de lucru periodice si raportari
- Informatiile obtinute in procesul de implementare sa fie publice

In incheiere, dl. Octavian Arsene a subliniat:

- elaborarea master Planului este un process planificat care a beneficiat de o sustinere permanenta la nivelul conducerii minsterului
- mobilizarea tuturor structurilor reprezentative pentru domeniul turistic
- lucrul in echipa al comisiilor de experti internationali si nationali
- activitatea intensa in teritoriu a comisiilor de experti, ceea ce a dus la o cunoastere in detailu a realitatilor
- se asteapta participarea activa la implementarea Master Planului, a tuturor celor ce activeaza in domeniu sau a acelora a caror activitate depinde de succesul turismului romanesc.