

**HOTĂRÂRE Nr. 20 din 11 ianuarie 2012**  
**privind aprobarea Programului multianual de marketing și promovare turistică și a**  
**Programului multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice**

Publicată în: Monitorul Oficial Nr. 43 din 18 ianuarie 2012

În temeiul art. 108 din Constituția României, republicată, și al [art. 22](#) din Ordonanța Guvernului nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 755/2001, cu modificările ulterioare,

Guvernul României adoptă prezenta hotărâre.

Art. 1 - Se aprobă [Programul multianual de marketing și promovare turistică](#), prevăzut în anexa nr. 1, și [Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor](#), formelor și produselor turistice, prevăzut în anexa nr. 2.

Art. 2 - Programele prevăzute la art. 1 se finanțează din bugetul Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului, în limita fondurilor aprobate anual cu această destinație prin legile bugetare anuale.

Art. 3 - Anexele nr. 1 și 2 fac parte integrantă din prezenta hotărâre.

PRIM-MINISTRU  
EMIL BOC

Contrasemnează:  
Ministrul dezvoltării regionale și turismului,  
Elena Gabriela Udrea

Ministrul finanțelor publice,  
Gheorghe Ialomițianu

**PROGRAMUL MULTIANUAL  
de marketing și promovare turistică**

Art. 1 - Programul multianual de marketing și promovare turistică urmărește:

a) promovarea celor mai importante destinații și forme de turism din România pe piața internă și pe principalele piețe turistice din străinătate;

b) definirea și promovarea brandului creat și dezvoltat în conformitate cu obiectivul domeniului major de intervenție 5.3 "Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare, în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică" al axei prioritare "Dezvoltarea durabilă și promovarea turismului" din cadrul Programului operațional regional 2007 - 2013, în scopul creării unei imagini pozitive a României ca destinație turistică pe plan național și internațional.

Art. 2 - Programul multianual de marketing și promovare turistică vizează realizarea următoarelor activități majore:

a) efectuarea de studii de marketing;

b) organizarea de activități de relații publice în țară și în străinătate, sub forma contactelor directe realizate, în mod constant, cu diferite categorii de public, cu reprezentanții mass-mediei, cu persoane din conducerea altor instituții de turism din țară sau din străinătate, cu lideri de opinie, în scopul obținerii sprijinului lor pentru promovarea ofertei turistice a României, ori alte activități, precum servicii de promovare directă către factorii legislativi și instituțiile abilitate din industria turismului, pe plan atât național, cât și internațional, promovarea directă prin corespondență poștală către segmentul-țintă, realizarea și transmiterea de comunicate de presă; aceste activități de relații publice se pot manifesta atât prin implicarea în acțiuni organizate de alte entități care au legătură cu domeniul turistic, cât și cu ocazia organizării și desfășurării unor congrese, conferințe, simpozioane, seminare, reuniuni naționale și internaționale sau altor tipuri de evenimente cu rol în creșterea circulației turistice în România;

c) realizarea de acțiuni de promovare și publicitate cu rol în creșterea notorietății destinațiilor și produselor turistice românești prin intermediul unor personalități cu recunoaștere națională și internațională din diferite domenii de activitate, cum ar fi: artistice, culturale, sportive, științifice și altele asemenea, ca vectori de promovare a brandului turistic al României;

d) realizarea de materiale de promovare de tipul: cataloage, broșuri, pliante, postere și foi volante, diverse tipărituri, ghiduri și hărți turistice, panouri, fotografii, albume, fotoreportaje, filme de animație și documentare de turism, materiale audiovideo, casete, filme cu specific de turism, CD-uri și DVD-uri turistice, obiecte de protocol; expedierea materialelor promoționale și de protocol în țară și în străinătate;

e) achiziționarea de materiale de promovare de tipul: ghiduri despre România, hărți, albume, cataloage, fotoreportaje, CD-uri și DVD-uri, fotografii, cărți cu specific de turism, inclusiv drepturile de autor aferente creației acestora;

f) marketing prin internet, rețele de socializare și alte mijloace electronice, incluzând și realizarea și administrarea unui portal de informații de turism, pe baze concurențiale, cu suportarea integrală a cheltuielilor (necesare atât pentru hardware, cât și pentru crearea de software), inclusiv a celor de dezvoltare și administrare, din fonduri bugetare, precum și alte activități de marketing și promovare prin internet și alte mijloace electronice;

g) promovarea și publicitatea prin intermediul companiilor aeriene și prin intermediul principalelor aeroporturi din România și din străinătate, constând în inserții publicitare în materialele de promovare ale companiilor aeriene și ale aeroporturilor, difuzarea de clipuri TV promoționale, filme publicitare de turism, materiale promoționale în aeroporturi și în aeronave, precum și alte tipuri de activități de promovare și publicitate în colaborare cu companiile aeriene sau cu aeroporturile;

h) promovarea prin intermediul inserțiilor publicitare în ziare și în reviste de interes general, precum și în cataloagele turistice și în alte publicații de profil (ghiduri, hărți, pliante, flyere) realizate de către turoperatori, societăți comerciale cu activitate de

turism, asociații profesionale, patronale și organizații neguvernamentale cu activitate în domeniul turismului, autorități ale administrației publice locale și centrale și alte entități cu activitate cu impact în domeniul turismului, care promovează pe piețele-țintă de interes destinația turistică România, produse turistice și pachete de servicii turistice cu locul de desfășurare în România;

i) promovarea prin intermediul posturilor de televiziune, radio și on-line care realizează emisiuni de turism sau alte emisiuni cu impact în creșterea circulației turistice în România, creșterea notorietății destinațiilor turistice românești ori în conștientizarea importanței turismului românesc;

j) organizarea de evenimente și misiuni cu rol în creșterea circulației turistice în România sau cu impact în creșterea notorietății României ca destinație turistică, în țară și în străinătate, precum și participarea în calitate de coorganizator împreună cu asociațiile profesionale, patronale și organizațiile neguvernamentale cu activitate în domeniul turismului, autoritățile administrației publice locale și centrale și alte entități cu activitate cu impact în domeniul turismului;

k) organizarea de vizite educaționale și de informare în țară pentru reprezentanți ai mass-mediei, turoperatori, reprezentanți ai societăților comerciale cu activități în turism din țară și din străinătate, reprezentanți ai asociațiilor sau organizațiilor neguvernamentale cu activitate în turism, ai administrației publice centrale și locale, alți lideri de opinie, specialiști în turism din țară și din străinătate;

l) organizarea de manifestări expoziționale internaționale de turism la București, precum și participarea la manifestări expoziționale de turism în țară și în străinătate;

m) publicitate care încearcă să ajungă la consumator în mod direct, atunci când acesta se află în afara locuinței proprii (panouri publicitare, afișe iluminate, postere mari, coloane de publicitate suspendate, anunțuri pe mijloace de transport);

n) alte acțiuni generale de publicitate și reclamă a destinațiilor și a produselor turistice românești.

Art. 3 - (1) Participarea Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului la manifestările expoziționale se realizează pe piețe de interes, prin organizarea de pavilioane naționale, standuri specializate pe produse sau miniexpoziții, pe bază de listă aprobată prin ordin al ministrului dezvoltării regionale și turismului.

(2) Societățile comerciale cu activitate de turism, asociațiile profesionale, patronale și organizațiile neguvernamentale cu activitate în domeniul turismului, autoritățile administrației publice locale și centrale și alte entități a căror activitate are impact în domeniul turismului pot participa gratuit sau în urma achitării unei taxe la manifestările expoziționale, în pavilioanele naționale, standurile specializate ori miniexpozițiile la care participă în țară și în străinătate Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului, în ordinea înregistrării solicitărilor acestora, în termen de 10 zile de la data publicării anunțului de participare pe site-ul autorității publice centrale contractante.

(3) Cuantumul taxei de participare se va stabili prin ordin al ministrului dezvoltării regionale și turismului, în funcție de fiecare manifestare expozițională, iar valoarea însumată colectată de la toți participanții nu va putea depăși 10% din totalul devizului general al acțiunii.

(4) Pentru participarea la manifestările expoziționale se finanțează integral următoarele categorii de cheltuieli, cu respectarea încadrării în fondurile bugetare alocate cu această destinație:

a) cheltuieli cu elaborarea proiectului de execuție a standului, închirierea, amenajarea și decorarea spațiului expozițional, precum și cu asigurarea acestuia;

b) cheltuieli ocazionate de activități de marketing specifice participării la manifestarea expozițională respectivă;

c) cheltuieli cu publicitatea în perioada premergătoare manifestărilor expoziționale, precum și în perioada de desfășurare a acestora;

d) cheltuieli cu transportul, cazarea și diurna pentru reprezentanții mass-mediei;

e) cheltuieli cu transportul, cazarea și diurna sau onorariile pentru formații artistice, meșteri populari, soliști, personal de primire și deservire a invitaților (hostess), membri ai colectivelor artistice, sportive, științifice, lideri sau creatori de opinie cu rol în desfășurarea manifestării expoziționale respective;

f) cheltuieli de administrare și întreținere pentru utilități, consumabile și altele asemenea;

g) cheltuieli generale pe perioada de desfășurare a acțiunilor promoționale;

h) cheltuielile de reprezentare și de protocol;

i) cheltuieli pentru realizarea materialelor publicitare, de prezentare și promovare cu caracter general și pentru mediatizarea prezenței românești la acțiunile respective;

j) cheltuieli cu organizarea de evenimente de tipul: seară românească, recepție, conferință de presă și altele similare, cu rol în sporirea atractivității standului;

k) cheltuieli pentru închirierea aparaturii specifice, necesară derulării programelor artistice sau altor activități organizate cu ocazia manifestării expoziționale;

l) cheltuieli cu taxele de participare, de înscriere sau orice alte taxe necesare participării, plătibile către organizatori sau terți;

m) alte cheltuieli necesare pentru buna desfășurare a manifestării expoziționale, cu aprobarea ordonatorului principal de credite.

(5) Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului poate efectua atât majorări sau diminuări ale sumelor estimate a fi cheltuite pentru fiecare manifestare expozițională, cât și completarea listei cu alte manifestări de interes pentru promovarea turismului românesc, în limita plafonului maxim de cheltuieli alocat cu această destinație.

Art. 4 - Pentru vizitele educaționale și de informare se finanțează integral următoarele categorii de cheltuieli, cu respectarea încadrării în fondurile bugetare alocate cu această destinație: cazare, masă, apă și băuturi răcoritoare, ceai sau/și cafea, transportul pentru invitați și pentru ghid sau pentru însoțitorul de grup, onorariul ghidului ori însoțitorului de grup pe teritoriul României, biletele de intrare la obiectivele turistice, taxele de fotografiere și de filmare, biletele la spectacole și alte manifestări culturale, artistice, sportive, științifice, precum și alte cheltuieli necesare desfășurării în condiții optime a vizitelor.

Art. 5 - (1) Fondurile bugetare repartizate anual pentru realizarea de evenimente și misiuni cu rol în creșterea circulației turistice în România sau cu impact în creșterea notorietății României ca destinație turistică, în țară și în străinătate, pentru participarea în calitate de coorganizator ori pentru participarea în baza unei taxe, cum ar fi: taxa de participare, taxa de înscriere sau orice altă taxă similară, se pot utiliza, cu respectarea dispozițiilor legale în vigoare, pentru următoarele categorii de cheltuieli:

a) cheltuielile cu deplasarea, de tipul cheltuielilor de transport, atât în țară, cât și în străinătate, cazare și masă ale participanților;

b) cheltuieli cu închirierea și amenajarea spațiilor interioare și exterioare, pentru organizarea de manifestări culturale și artistice, cheltuieli cu închirierea aparaturii și echipamentelor tehnice specifice de genul celor necesare iluminării (proiectoare, jocuri de lumini, lasere și altele asemenea), asigurării sunetului, traducerii simultane și consecutive a discursurilor și prezentărilor, proiecțiilor și prezentărilor multimedia și alte cheltuieli de logistică și asistență tehnică necesare bunei organizări a evenimentelor și misiunilor;

c) cheltuieli cu onorariul personalului de primire și deservire a invitaților (hostess) și al formațiilor artistice, soliștilor vocali, maștrilor de ceremonii, disc-jockey-ilor (DJ), prezenți în cadrul evenimentului sau al misiunii, inclusiv pentru închirierea aparaturii specifice necesare susținerii unui spectacol artistic;

d) cheltuieli cu servicii specifice activității de comunicare ca domeniu al relațiilor publice, de tipul serviciilor de realizare și transmitere a invitațiilor, de gestionare a confirmărilor, de management al bazei de date;

e) cheltuieli de protocol, conform legii;

f) cheltuieli cu producția de materiale publicitare specifice, cu publicitatea înainte și în perioada evenimentului, cheltuieli cu producția și difuzarea de clipuri audio și/sau video, de filme, de prezentări multimedia, cheltuieli cu servicii foto și video, cheltuieli cu publicitatea prin mijloace electronice, cheltuieli cu inserții publicitare prin intermediul principalelor motoare de căutare pe internet;

g) cheltuieli cu onorariile experților invitați în cadrul evenimentelor și/sau acțiunilor de promovare organizate sau coorganizate de Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului în scopul promovării României ca destinație turistică;

h) cheltuieli cu onorariile agențiilor de specialitate care activează în domeniul activităților promoționale și care facilitează relațiile cu publicul-țintă și asigură transmiterea mesajelor-cheie către acesta;

i) cheltuieli cu drepturile de autor;

j) cheltuieli aferente premiilor pentru concursuri pe teme turistice.

(2) Pentru evenimentele la care Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului participă în calitate de organizator sau coorganizator, cheltuielile de reprezentare și protocol se realizează pentru oferirea unor tratații în limita stabilită de către ordonatorul principal de credite pentru fiecare acțiune.

Art. 6 - Fondurile bugetare repartizate anual activităților prevăzute la art. 2 lit. f) se pot utiliza pentru următoarele categorii de cheltuieli: pentru achiziționarea de produse hardware și software necesare promovării în mediul on-line sau realizării portalului de informații în domeniul turismului, incluzând sisteme de management al conținutului, sisteme de baze de date, sisteme de suport al aplicațiilor și sisteme de operare, sisteme de rețele informatice, sisteme de securitate informatică, sisteme de testare și management IT, sisteme de gestionare a proceselor, sisteme de management al relației cu clienții, sisteme de stocare, back-up, replicare și recuperare a datelor în caz de dezastru, sisteme de analiză și raportare, și pentru dezvoltarea și actualizarea pachetelor software pentru susținerea activității de marketing prin internet și a portalului de informații în domeniul turismului.

Art. 7 - Fondurile bugetare repartizate anual activităților prevăzute la art. 2 lit. i) se pot utiliza pentru următoarele categorii de cheltuieli: costuri de coproducție a emisiunilor de televiziune și radio, costuri de difuzare a clipurilor TV, precum și costuri de difuzare a spoturilor audio în cadrul emisiunilor.

Art. 8 - Fondurile bugetare repartizate anual activităților prevăzute la art. 2 lit. h) se pot utiliza pentru următoarele categorii de cheltuieli: inserții publicitare în presă, în pagini web, prin intermediul principalelor motoare de căutare pe internet, în ghiduri turistice, cataloage, albume, cărți cu specific de turism, publicații de specialitate, publicitate indoor și outdoor în țară și în străinătate, publicitatea destinațiilor și a produselor turistice românești în mass-media internă și internațională, pe piețele-țintă, activități de marketing direct.

Art. 9 - Toate acțiunile/măsurile prevăzute în Programul multianual de marketing și promovare turistică se achiziționează/derulează în conformitate cu legislația în vigoare privind achizițiile publice.

**PROGRAMUL MULTIANUAL  
de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice**

Art. 1 - Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice urmărește susținerea turismului intern în vederea îmbunătățirii circulației turistice în paralel cu conservarea patrimoniului natural și cultural.

Art. 2 - Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice vizează realizarea următoarelor obiective:

- a) îmbunătățirea calității serviciilor turistice din România;
- b) participarea în cadrul unor proiecte comune inițiate pe plan intern și internațional în domeniul turismului;
- c) realizarea de investiții publice în infrastructura turistică;
- d) dezvoltarea unor forme, produse și destinații turistice importante din România;
- e) modernizarea și extinderea sistemului informațional în domeniul turismului;
- f) perfecționarea cadrului legal și instituțional din sectorul turismului în conformitate cu bunele practici de la nivelul Uniunii Europene;
- g) îmbunătățirea calității formării profesionale a angajaților din sectorul turismului, în special a celor din structurile de primire turistică.

Art. 3 - (1) În scopul îndeplinirii obiectivului prevăzut la art. 2 lit. a) se au în vedere următoarele activități:

- a) realizarea de studii privind evaluarea capacității optime de primire turistică în Delta Dunării, precum și în parcurile naționale și naturale din România;
- b) realizarea de studii privind comportamentul turistului în ariile naturale protejate;
- c) elaborarea strategiei calității serviciilor turistice din România;
- d) activități privind desemnarea destinațiilor ecoturistice, etnografice și culturale din România;
- e) acțiuni privind realizarea unui clasament specializat al structurilor de primire cu funcții de cazare din domeniul turismului balnear și rural din România;
- f) continuarea programului "Steagul Albastru - Blue Flag" pentru îmbunătățirea calității plajelor și a porturilor turistice din România.

(2) Pentru realizarea obiectivului prevăzut la art. 2 lit. a) se pot achiziționa următoarele categorii de servicii: servicii de organizare de seminare cu participare națională și internațională, servicii de agenții de turism, servicii tipografice, servicii privind elaborarea unor studii de piață pe plan național și servicii de cercetare și dezvoltare, precum și servicii conexe.

Art. 4 - (1) În scopul îndeplinirii obiectivului prevăzut la art. 2 lit. b) se derulează următoarele proiecte:

- a) proiectele EDEN "Destinații europene de excelență" și Calypso, inițiate de Comisia Europeană;
- b) proiectele Sagittarius "Lansarea antreprenoriatului de patrimoniu la nivel local/global: strategii și instrumente pentru unificarea forțelor, conservarea locurilor, mobilizarea valorilor culturale, facilitarea schimbului de experiență" și Transdanube "Mobilitate și transport durabil în regiunile turistice de-a lungul Dunării", în cadrul Programului Sud-Estul Europei;
- c) proiectul "Strategie comună pentru dezvoltarea teritorială durabilă a zonei transfrontaliere România-Bulgaria", în cadrul Programului de cooperare transfrontalieră România-Bulgaria 2007 - 2013;
- d) proiectul "Rute culturale în zona inferioară și de mijloc a Dunării", în cadrul cererii de proiecte Trans-national cooperation projects on European Cultural Routes, lansate de către Comisia Europeană;
- e) Strategia Uniunii Europene pentru Regiunea Dunării, în cadrul căreia România, prin Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului, coordonează alături de Bulgaria domeniul prioritar 3 "Promovarea culturii, a turismului și a relațiilor intercomunitare";

f) proiecte de dezvoltare a turismului care vor fi stabilite în colaborare cu organizații/organisme internaționale: Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OECD), Organizația pentru Dezvoltare Industrială a Națiunilor Unite (UNIDO), Comisia Europeană (CE), Comisia Europeană pentru Turism (CET), Inițiativa Central Europeană (ICE), Organizația pentru Cooperare Economică la Marea Neagră (OCEMN), Organizația Mondială a Turismului (OMT), Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD), Asociația de promovare turistică internațională a turismului dunărean "Die Donau", Centrul Dunărean de Competențe, Institutul European pentru Itinerarii Culturale, Federația Europeană de Ciclism, Asociația Europeană pentru Drumetie.

(2) Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului poate realiza parteneriate, în cadrul relațiilor bilaterale cu diverse state, în vederea elaborării unor proiecte referitoare la dezvoltarea turismului montan, atât în sezonul de iarnă, cât și în cel de vară, a turismului cultural, a turismului balnear, a turismului de litoral, precum și a altor forme de turism.

(3) Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului va iniția o serie de acțiuni și evenimente menite să promoveze România ca membru activ al Organizației Mondiale a Turismului, care să atragă atenția asupra potențialului natural și cultural al destinațiilor turistice din România, asupra identității acestor destinații din punctul de vedere al naturii și culturii la nivel european, al României în general, în concordanță cu brandul turistic al țării noastre, pe durata cât România deține poziția de prim-vicepreședinte al Organizației Mondiale a Turismului.

(4) Pentru realizarea obiectivului prevăzut la art. 2 lit. b) se pot achiziționa următoarele categorii de servicii și produse: servicii de organizare de seminare cu participare națională și internațională, vizite de documentare, produse informative și de promovare comune cu alte țări, servicii de agenții de presă/conferințe de presă, servicii de publicitate, servicii tipografice, servicii de traducere, servicii de transport, servicii de agenții de turism.

Art. 5 - (1) Sumele necesare în scopul îndeplinirii obiectivului prevăzut la art. 2 lit. c) vor fi alocate pentru dezvoltarea prioritara a infrastructurii turistice a stațiunii de interes național Băile Herculane, a stațiunii turistice de interes local Borsec, a orașului Sulina, a tuturor destinațiilor turistice din sudul litoralului, pentru finalizarea proiectelor de investiții în infrastructura turistică și sportivă necesară organizării Festivalului Olimpic al Tineretului European 2013, a rutelor culturale, a traseelor naționale pentru cicloturism, precum și pentru continuarea programelor de investiții în vederea dezvoltării formelor de turism prioritare în conformitate cu Master Planul pentru Dezvoltarea Turismului Național 2007 - 2026, a formelor de turism prioritare rezultate prin dezvoltarea brandului de țară, a Strategiei de turism de sănătate, a Strategiei de ecoturism și a Planului de amenajare a teritoriului național - secțiunea a VIII-a "Zone cu resurse turistice", a Programului național de dezvoltare a turismului "Schi în România", aprobat prin [Legea nr. 526/2003](#), cu modificările și completările ulterioare, a planului de acțiuni inclus în Strategia de dezvoltare a Dunării.

(2) Sumele necesare dezvoltării proiectelor se defalcă prin ordin al ministrului dezvoltării regionale și turismului, în limita fondurilor alocate anual cu această destinație, din bugetul Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului către bugetele locale.

Art. 6 - (1) În scopul îndeplinirii obiectivului prevăzut la art. 2 lit. d) se au în vedere următoarele activități:

a) elaborarea de studii de consultanță privind evaluarea infrastructurii generale și turistice pentru diferite destinații, forme și produse turistice;

b) implementarea strategiilor pentru destinații turistice și pentru diferite forme de turism: turism de litoral, turism balnear, ecoturism;

c) inițierea unor acțiuni de conștientizare a importanței dezvoltării durabile a turismului;

d) dezvoltarea sistemului informațional privind rute culturale, rute montane și alte rute pedestre, trasee cicloturistice și pentru monumentele istorice importante din punctul de vedere al circulației turistice.

(2) Pentru realizarea obiectivului prevăzut la art. 2 lit. d) se pot achiziționa următoarele categorii de servicii:

a) servicii de cercetare-dezvoltare, consultanță națională și internațională privind turismul montan, turismul balnear, turismul de litoral, turismul cultural și alte forme de

turism, respectiv destinații, precum și elaborarea de strategii sectoriale și la nivel național;

b) servicii de studii de piață pe plan național și internațional privind toate formele și destinațiile turistice;

c) servicii de organizare de seminare naționale și internaționale privind toate formele și destinațiile turistice;

d) servicii de transport anexe și conexe, servicii ale agențiilor de turism;

e) realizarea materialelor pentru dezvoltarea destinațiilor turistice - ghidul parcurilor naționale și naturale din România, inclusiv servicii de publicitate pe internet;

f) realizarea de materiale documentare: ghiduri și alte materiale de prezentare despre România, studii, lucrări de specialitate, buletine statistice, cărți de specialitate editate în România și pe plan internațional și alte materiale documentare;

g) instalarea de indicatoare, repararea și întreținerea echipamentelor pentru dezvoltarea sistemului informațional privind rutele culturale, rutele montane și alte rute pedestre, traseele cicloturistice și monumentele istorice importante din punctul de vedere al circulației turistice;

h) servicii de consultanță în probleme de mediu.

Art. 7 - (1) În scopul îndeplinirii obiectivului prevăzut la art. 2 lit. e) se desfășoară următoarele activități:

a) realizarea și administrarea bazei de date privind structurile de primire turistice cu funcțiuni de cazare, alimentație publică, agenții de turism, pârtii de schi, brevete de turism, plaje și stațiuni turistice, serviciile de agrement nautic, precum și acordarea avizelor de specialitate privind amplasamentul și funcționalitatea obiectivelor turistice;

b) crearea și dezvoltarea sistemului software pentru susținerea activității de control în domeniul turismului;

c) achiziționarea unor ecrane informatice cu atingere digitală (touch-screenuri), în vederea amplasării acestora în punctele de trecere a frontierei, în aeroporturile internaționale, în gările marilor orașe și în zone turistice cu potențial turistic ridicat, cu scopul de a afișa informații utile turiștilor pe teritoriul României;

d) tipărirea de flyere privind turismul la negru și de autocolante cu "TEL - VERDE - 0800 868 282" pentru transmiterea nemulțumirilor turiștilor și a unor broșuri specifice activității de control și autorizare.

(2) Pentru realizarea obiectivului prevăzut la art. 2 lit. e) se pot achiziționa următoarele categorii de servicii:

a) servicii de consultanță, dezvoltare de software, internet și asistență;

b) servicii de organizare de seminare naționale și internaționale pe teme de informare turistică;

c) servicii de transport, servicii ale agențiilor de turism;

d) servicii de tipărire de broșuri;

e) servicii de realizare de CD-uri și DVD-uri;

f) servicii de traducere.

Art. 8 - (1) În scopul îndeplinirii obiectivului prevăzut la art. 2 lit. f) se desfășoară următoarele activități:

a) organizarea de evenimente naționale și internaționale având ca tematică bunele practici în domeniul turismului;

b) elaborarea de ghiduri, broșuri și alte materiale promoționale de acest gen cuprinzând bunele practici în sectorul turismului.

(2) Pentru realizarea obiectivului prevăzut la art. 2 lit. f) se pot achiziționa următoarele categorii de servicii:

a) servicii de organizare de evenimente;

b) servicii de publicare și tipărire;

c) servicii de traducere;

d) servicii de transport, servicii ale agențiilor de turism.

Art. 9 - (1) În scopul îndeplinirii obiectivului prevăzut la art. 2 lit. g) se desfășoară următoarele activități:



a) organizarea de seminare pentru dezvoltarea competențelor profesionale ale angajaților din structurile de primire turistică și din centrele de informare turistică, în vederea implementării bunelor practici în activitatea de turism;

b) realizarea unor broșuri în vederea diseminării informațiilor necesare desfășurării activităților din cadrul centrelor de informare turistică și al asociațiilor de promovare și informare turistică;

c) elaborarea unor propuneri de modificare și actualizare a legislației în domeniu.

(2) Pentru realizarea obiectivului prevăzut la art. 2 lit. g) se pot achiziționa următoarele categorii de servicii: servicii de agenții de turism, servicii tipografice, servicii de consultanță națională și internațională privind formarea și evaluarea profesională.

Art. 10 - Toate acțiunile/măsurile/serviciile prevăzute în Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice se achiziționează/derulează în conformitate cu legislația în vigoare privind achizițiile publice.