



CURTEA DE CONTURI A ROMÂNIEI

Strada Lev Tolstoi nr.22-24 Sector 1 cod 011948 București

Telefon: 307.87.14; Fax 307.87.68

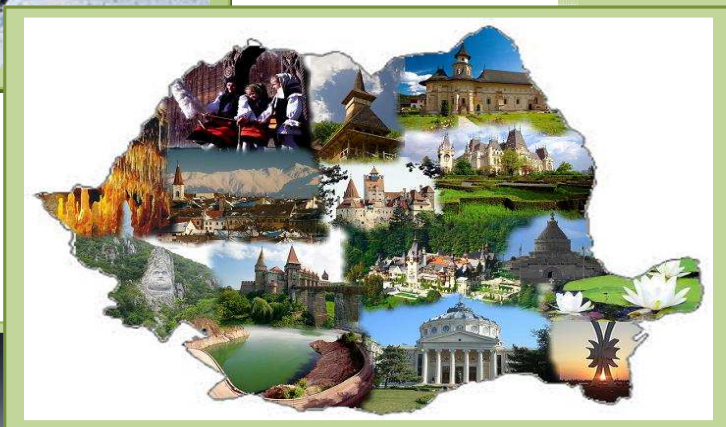
Internet: <http://www.curteadeconturi.ro>

e-mail: departamentIV@rcc.ro

Departamentul IV

SINTEZA

Raportului de audit al performanței fondurilor alocate prin bugetul Autorității Naționale pentru Turism pentru dezvoltarea și promovarea turistică a României pentru perioada 2013-2015



C U P R I N S

I. Prezentarea generală a misiunii de audit. Obiectivul general și obiectivele specifice ale auditului	3
1. Prezentarea sintetică a contextului și cadrului internațional privind turismul	3
2. Entitățile și activitățile care au făcut obiectul misiunii de audit	4
3. Prezentarea obiectivului general și a obiectivelor specifice ale misiunii de audit	5
4. Descrierea metodologiei de audit, a abordărilor auditului, respectiv a procedurilor de audit utilizate pentru colectarea și analizarea datelor și informațiilor	6
II. Sinteza principalelor constatări și concluzii rezultate în urma misiunii de audit al performanței	6
1. Evaluarea organizării structurale a entității auditate, în vederea îndeplinirii atribuțiilor stabilite prin legislația specifică	6
2. Analiza situației actuale a turismului românesc	7
3. Evaluarea modului în care s-au realizat și implementat politicile și strategiile Guvernului în domeniul dezvoltării turismului și a programelor de promovare turistică	14
4. Patrimoniul turistic	16
5. Evaluarea programelor de marketing, promovare și dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice	16
A. Evaluarea Programului multianual de marketing și promovare turistică	17
B. Evaluarea Programului multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice	34
6. Evaluarea activităților desfășurate de birourile de promovare turistică din străinătate	50
7. Evaluarea modului de exercitare a atribuțiilor de control cu privire la respectarea legislației specifice de către operatorii economici din domeniul turismului	51
III. Punctul de vedere al conducerii entității auditate cu privire la aspectele constatate în urma auditului performanței	52
IV. Măsurile luate de conducerea entității în timpul misiunii de audit al performanței	53
V. Concluziile generale și recomandările formulate	53

*sursa foto coperta: www.observatorulph.ro; www.careers-business.ro; www.hotelinvest.ro

CAPITOLUL I

Prezentarea generală a misiunii de audit. Obiectivul general și obiectivele specifice ale auditului

1. Prezentarea sintetică a contextului și cadrului internațional privind turismul

Turismul reprezintă **ramura economiei** cu funcții complexe, ce cuprinde activitățile desfășurate de anumite persoane în cursul călătoriilor și șederilor lor în afara mediului lor obișnuit (reședinței obișnuite), pentru o perioadă neîntreruptă care să nu depășească un an¹, în scopuri de odihnă, pentru afaceri, vizitarea prietenilor și a rudelor, tratament medical, ori în scopuri religioase.

Turismul acționează ca un **factor stimulator al sistemului economic global**, iar prin dezvoltarea acestuia **se obține un semnificativ spor de producție**, aportul său la PIB fiind proporțional cu nivelul de dezvoltare al fiecărei țări.

La nivel mondial este al treilea sector economic, context în care **în anul 2015 numărul de sosiri turistice internaționale a crescut cu 4,6% față de anul anterior**, pentru a ajunge la un total de **1.186 milioane**, generând astfel și o **creștere a încasărilor din turism cu 4,4% față de anul 2014**, înregistrându-se venituri de **1.136 miliarde euro**.

La nivelul UE, turismul este **cea mai importantă industrie de servicii**, iar în state precum Spania, Franța sau Grecia, acest sector constituie un element-cheie al activității economice, fiind unul din cele mai importante sectoare.

UE este o destinație turistică majoră, **cinci dintre statele sale membre fiind printre primele zece destinații din lume în 2015** în funcție de numărul de turiști străini sosiți (Franța – 84,5 milioane; Spania – 68,2 milioane; Italia – 50,7 milioane, Germania – 35 milioane și Regatul Unit – 34,4 milioane). Turismul are potențialul de a contribui la ocuparea forței de muncă și la creșterea economică, precum și la dezvoltarea zonelor rurale, periferice sau mai puțin dezvoltate. („UNWTO - Tourism highlights” – 2016 Edition).

Turismul joacă un rol semnificativ în dezvoltarea regiunilor europene, infrastructura creată în scopuri turistice contribuie la dezvoltarea locală, iar locurile de muncă create sau menținute pot contribui la compensarea declinului industrial sau rural.

Importanța economică a turismului internațional poate fi măsurată analizând **proporția veniturilor generate de călătoriile internaționale** în raport cu PIB-ul, astfel că în 2014, statele membre UE cu cele mai mari ponderi în PIB ale veniturilor din turism au fost Croația (17,2 %), Malta (14,4 %) și Cipru (12,3 %), în timp ce România a înregistrat o pondere de doar 0,9%.

În termeni absoluți, **cele mai mari venituri din turismul internațional în 2014** au fost înregistrate în Spania (49 de miliarde euro) și Franța (43,2 miliarde euro), urmate de Regatul Unit, Italia și Germania (toate trei înregistrând venituri de 33–35 miliarde euro).

În 2015, **Spania a fost principala destinație turistică din UE pentru nerezidenți** (persoane din străinătate), cu 269 de milioane de nopți petrecute în structuri de cazare turistică, reprezentând 21,3 % din totalul pentru UE-28, urmată de Italia (192 milioane nopți de cazare), Franța (130 milioane nopți de cazare) și Grecia (78 milioane nopți de cazare), care au reprezentat împreună peste jumătate (53 %) din totalul nopților petrecute de nerezidenți în UE-28, în timp ce destinațiile cel mai puțin căutate au fost Luxemburgul și Letonia.

¹ Organizația Mondială a Turismului (OMT)

Pentru România, **turismul** reprezintă unul dintre sectoarele prioritare ale economiei, care prin resursele sale și prin interconexiunile cu celelalte ramuri ale economiei naționale constituie un factor important pentru progresul economic.

La **nivel național**, deși în anul 2015 s-a înregistrat o **creștere cu 18,5% a numărului de nopți de cazare petrecute de turiștii nerezidenți**, respectiv de la 3,76 milioane nopți de cazare în 2014 la 4,46 milioane nopți de cazare, totuși **nivelul încasărilor din turismul internațional** au scăzut de la 1.832 milioane \$ în anul 2014, la 1.704 milioane \$ în anul 2015.

2. Entitățile și activitățile care au făcut obiectul misiunii de audit

În cadrul acestei misiuni, a fost auditată **Autoritatea Națională pentru Turism (ANT), instituție publică cu personalitate juridică, în subordinea Ministerului Economiei**, înființată prin **Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 96/22.12.2012**.

Ulterior, prin **Hotărârea Guvernului nr. 9/09.01.2013**, a fost aprobată organizarea și funcționarea ANT, ca instituție publică, cu personalitate juridică, aflată **în subordinea Ministerului Economiei și în coordonarea ministrului delegat pentru întreprinderi mici și mijlocii, mediul de afaceri și turism**.

În luna **decembrie 2014**, în baza dispozițiilor **Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 86/17.12.2014**, ANT a trecut din subordinea Ministerului Economiei, **în coordonarea ministrului economiei, comerțului și turismului**, iar la data întocmirii prezentei sinteze **fiind înființat în baza Ordonanței de Urgență a Guvernului nr. 1/2017, Ministerul Turismului**, prin preluarea activității Autorității Naționale pentru Turism.

În perioada auditată, conducerea ANT a fost asigurată de un președinte cu rang de secretar de stat și de un vicepreședinte cu rang de subsecretar de stat.

Conform structurii organizatorice, ANT are în subordine **10 reprezentanțe și unități teritoriale interne** de promovare și dezvoltare turistică cu sediul în țară (Constanța, Tulcea, Brașov, Tg. Jiu, Pitești, Cluj-Napoca, Bacău, Rm. Vâlcea, Timișoara, Baia Mare) și **9 birouri de turism externe** (Varșovia, Londra, Roma, New York, Berlin, Viena, Moscova, Paris, Beijing).

ANT, potrivit **art. 2 din Hotărârea Guvernului nr. 9/09.01.2013**, a avut în principal următoarele **atribuții**:

- **implementează strategia națională de dezvoltare turistică**, strategia de dezvoltare a produselor și destinațiilor turistice, strategia de privatizare și postprivatizare în domeniul turismului;
- **realizează politica de promovare și dezvoltare a turismului;**
- **organizează și realizează activitatea de promovare turistică** a României, atât pe piața internă, cât și pe piețele internaționale;
- **autorizează operatorii economici și personalul de specialitate din turism,;**
- **atestă ca stațiuni turistice de interes local sau național, localități sau părți de localități;**
- **îndeplinește rolul de autoritate națională** responsabilă cu elaborarea, coordonarea și implementarea programului pentru definirea și promovarea brandului turistic național, în scopul creării unei imagini pozitive a României;
- **participă la manifestări expoziționale de turism în țară și în străinătate, organizează vizite educaționale de informare, precum și 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,**

- **organizează activități de promovare** prin producție sau coproducție de emisiuni TV și radio;
- **efectuează controlul activităților din turism** și din industria de agrement, conform legislației în vigoare.

3. Prezentarea obiectivului general și a obiectivelor specifice ale misiunii de audit

Obiectivul general al acțiunii *Auditul performanței fondurilor alocate prin bugetul Autorității Naționale pentru Turism pentru dezvoltarea și promovarea turistică a României în perioada 2013-2015*, îl constituie **examinarea independentă din punct de vedere al eficienței, eficacității și economicității utilizării** fondurilor alocate prin bugetul Autorității Naționale pentru Turism pentru dezvoltarea și promovarea turistică a României, **din perspectiva analizării impactului obținut față de impactul scontat și a identificării cauzelor care au condus la eventuale nerealizări.**

În acest sens, auditorii publici externi **au urmărit:**

- **economicitatea gestionării fondurilor** pentru derularea activităților specifice pentru dezvoltarea și promovarea turistică, respectiv măsura în care, prin politicile și practicile adoptate se asigură minimizarea consumului de resurse, fără a se compromite satisfacerea necesarului, atât în prezent, cât și pe termen mediu și lung;
- **eficiența** utilizării fondurilor, respectiv maximizarea rezultatelor în raport cu resursele utilizate;
- **eficacitatea** utilizării fondurilor, respectiv stabilirea gradului de îndeplinire a obiectivelor stabilite pentru promovarea și dezvoltarea turistică, în vederea unei gestionări și administrări eficiente a resurselor, precum și compararea impactului efectiv realizat cu impactul dorit.

Obiectivele specifice urmărite în această acțiune de audit al performanței sunt:

- Evaluarea organizării structurale a entității auditate, în vederea îndeplinirii atribuțiilor stabilite prin legislația specifică;
- Analiza situației actuale a turismului românesc;
- Evaluarea modului în care s-au realizat și implementat politicile și strategiile Guvernului în domeniul dezvoltării turismului și a programelor de promovare turistică;
- Evaluarea programelor de dezvoltare și promovare a turismului derulate de ANT;
- Evaluarea modului de organizare în țară și străinătate, a evenimentelor de promovare și dezvoltare a destinațiilor/formelor și produselor turistice, de amenajare și decorare a pavilioanelor naționale, a standurilor specializate în cadrul manifestațiilor expoziționale de turism;
- Evaluarea decontării finanțărilor, în limitele bugetului aprobat și cu respectarea principiilor economicității, eficienței și eficacității în utilizarea fondurilor publice;
- Evaluarea situației și evoluției proiectelor de investiții din domeniul turismului, finanțate din fonduri alocate de la bugetul de stat;
- Evaluarea activităților desfășurate de birourile de promovare turistică din străinătate;
- Evaluarea modului de exercitare a atribuțiilor de control cu privire la respectarea legislației specifice de către operatorii economici din domeniul turismului.

4. Descrierea metodologiei de audit, a abordărilor auditului, respectiv a procedurilor de audit utilizate pentru colectarea și analizarea datelor și informațiilor

Procedurile de audit utilizate pentru realizarea misiunii de audit al performanței au fost selectate în funcție de specificul activității entității auditate și de obiectivele specifice stabilite în faza de planificare.

Probele de audit au fost sintetizate, analizate și interpretate pe măsură ce au fost obținute, auditorii publici externi analizând în ce măsură acestea sunt sau nu convingătoare în vederea obținerii de probe suplimentare care să fie colectate din surse diferite.

În etapa de execuție a auditului performanței, pentru a stabili dacă toate categoriile de operațiuni verificate respectă principiile de economicitate, eficiență și eficacitate, auditorii publici externi au aplicat următoarele **proceduri de fond: proceduri analitice și teste de detaliu**.

Procedurile analitice reprezintă o activitate de analiză a probelor de audit prin care se explică ceea ce s-a constatat și se stabilește legătura dintre cauză și efect prin efectuarea de: **analize comparative (Benchmarking), analiza nivelului de îndeplinire a obiectivelor și analiza cost - beneficiu**.

Testele de detaliu sunt proceduri de fond pe care auditorii publici externi le-au aplicat asupra unor operațiuni economice pentru perioada verificată și care au luat forma unor tehnici specifice de obținere a probelor, utilizate în scopul obținerii de probe de audit, pentru a formula concluzii privind caracterul real, exact, legal și complet al acestor operațiuni, respectiv: **observarea, examinarea documentelor, interviuarea și chestionarea**.


CAPITOLUL II

Sinteza principalelor constatări și concluzii rezultate în urma misiunii de audit al performanței.

1. Evaluarea organizării structurale a entității auditate, în vederea îndeplinirii atribuțiilor stabilite prin legislația specifică

Structura organizatorică a Autorității Naționale pentru Turism a fost prevăzută în anexa la **Hotărârea Guvernului nr. 9/2013**, entitatea având în subordine: 5 compartimente și 5 direcții organizate la nivel central.

În cadrul structurii organizatorice a ANT își desfășoară activitatea **Organismul intermediar pentru turism (OI) – Direcția Gestionare Fonduri Comunitare pentru Turism** care îndeplinește funcțiile și atribuțiile prevăzute de actele normative în vigoare.

 **Auditul** a constatat faptul că, raportat la atribuțiile sale și la misiunea instituțională de a asigura: siguranța turiștilor, standardele de calitate în furnizarea serviciilor specifice de turism, premisele reale pentru dezvoltarea unui turism durabil, responsabil și competitiv, precum și pentru promovarea României, astfel încât aceasta să devină o destinație turistică atractivă pe harta turistică a Europei și a lumii, **ANT are deficiențe la nivel de structură**.

Astfel, compartimentele juridic, economic, achiziții publice, resurse umane, administrativ, comunicare, **nu asigurau** respectarea principiului separării atribuțiilor, precum și desfășurarea în bune condiții a activităților, fiind organizat Compartimentul Economic, Achiziții Publice și

Servicii Interne cu atribuții atât pentru întreaga activitate economică a entității cât și parțial, pentru activități incluse în aceasta (Achiziții Publice și Servicii Interne).

Deficiențele structurale **au fost de natură a genera blocaje instituționale, întârzieri și sincope în îndeplinirea atribuțiilor legale ale instituției**. Soluții provizorii au fost identificate și puse în aplicare prin mutarea temporară sau delegarea de competențe, încă din anul 2013, de la înființarea ANT, **nefiind realizată o reorganizare instituțională sistemică**, astfel încât această situație de “*provizorat*” a trenat pe întreaga perioadă supusă auditului.

2. Analiza situației actuale a turismului românesc

Anterior anului 1989, România a reprezentat o destinație turistică importantă pentru piața est-europeană, fiind promovate cu precădere: produse turistice de litoral și balneare, programe și circuite culturale, precum și mănăstirile din nordul Moldovei și din Bucovina.

În timp, oferta turistică românească a încetat să evolueze, devenind astfel neatractivă și necompetitivă pe piața internațională.

În cazul turismului, poate mai mult decât în alte cazuri, **consumatorii sunt înconjurați de un număr nelimitat de opțiuni**, prin urmare, prestatorii de servicii se confruntă cu o luptă acerbă pentru satisfacerea nevoilor clienților lor tot mai exigenți, care pot foarte ușor să opteze pentru alți prestatori dacă sunt nemulțumiți de o experiență trăită.

Este o certitudine faptul că, criza economică globală a afectat și activitatea turistică din România, fiind până la un punct responsabilă de scăderea semnificativă a gradului de ocupare la nivelul tuturor regiunilor.

✍ **Principalele cauze** pentru care o destinație relativ ieftină ca România nu reușește să atragă turiștii și să îi mențină într-un mod care să asigure performanțe vizibile și apreciable ale sectorului, rezidă din următoarele aspecte:

- **calitatea infrastructurii** – o parte importantă a patrimoniului natural și cultural al României se află în cadrul unor destinații situate la o distanță mare față de porțile de intrare în țară (aeriene, rutiere), însă acest patrimoniu nu este sprijinit de o infrastructură capabilă să asigure valorificarea sa corespunzătoare. Este de neconceput că se poate realiza performanță într-un domeniu precum turismul în condițiile în care, parcurgerea unei distanțe de 165 km (București – Râșnov) se realizează în aproximativ 5 ore;

- **tarifele practicate față de calitatea serviciilor oferite** – în multe cazuri hotelierii și prestatorii de servicii turistice români practică tarife care nu sunt acoperite prin servicii de calitate, fără a conștientiza că aceasta e o strategie perdantă pe termen mediu și lung;

- **gradul de pregătire a personalului din sector** – este de la sine înțeles că nu poți face performanță în sectorul turismului, câtă vreme angajații acestei industrii au o pregătire slabă;

- **lipsa de interes a deținătorilor de structuri de primire turistică** față de realizarea investițiilor necesare pentru modernizarea proprietăților;

- **concurența internațională semnificativă**, care stimulează cererea turiștilor români și străini pentru alte destinații.

La toate aceste aspecte se adaugă, într-o proporție importantă, numărul mare de structuri de primire turistică ce funcționează fără a deține autorizațiile legale, fapt ce conduce la înregistrarea acestor performanțe slabe.

Aceste aspecte sunt evidențiate prin analiza călătoriilor interne, astfel că din dinamica vacanțelor interne comparativ cu alte state din regiune, s-a constatat faptul că **turismul** în România

nu a atins un grad de dezvoltare adecvat, România situându-se pe ultimul loc în ceea ce privește numărul de călătorii/cap de locuitor:

Țara	Numărul de călătorii interne 2013 (mil.)	Populația (mil.)	Călătorii/locuitor
Polonia	40,6	38,4	1,1
Cehia	25	10,2	2,5
România	18	19	0,9
Ungaria	14,3	9,9	1,4

Sursa: Autoritatea Națională pentru Turism.

În concluzie, fără implicarea tuturor factorilor decidenți, atât din domeniul turismului, cât și din sectoarele adiacente, care participă în mod indirect la dezvoltarea acestui sector, și fără stabilirea unor strategii și politici comune între aceste sectoare, nu se poate realiza performanță în sectorul turismului.

Structurile de primire turistică

Potrivit art.2 din Ordonanța Guvernului nr. 58/21.08.1998, actualizată, **structurile de primire turistice includ** structurile cu funcțiuni: *de cazare turistică; de alimentație publică; de agrement; de transport; de tratament balnear.*

Structura de primire turistică reprezintă orice construcție și amenajare destinată cazării turiștilor, servirii mesei pentru turiști, agrementului, transportului special destinat turiștilor, tratamentului balnear pentru turiști, împreună cu serviciile aferente.

Structurile de primire turistice cu funcțiuni de cazare și alimentație publică **se clasifică pe stele și respectiv, margarete (flori)** în cazul pensiunilor turistice și agroturistice, în funcție de caracteristicile constructive, dotările și calitatea serviciilor pe care le oferă.

Clasificarea structurilor de primire turistice are ca scop prioritar protecția turiștilor, constituind o formă codificată de prezentare sintetică a nivelului de confort și a ofertei de servicii.

În funcție de nivelul de confort și a ofertei de servicii, în perioada auditată, **numărul structurilor de primire turistică la nivel național a înregistrat o creștere** atât în ceea ce privește **numărul de unități de cazare**, înregistrându-se o creștere de la 8.387 unități în anul 2013 la 10.569 unități în anul 2015, cu **peste 26%**, cât și în ceea ce privește **numărul locurilor de cazare**, unde s-a înregistrat o creștere cu **peste 20%**, situația structurilor de primire turistică prezentându-se astfel:

Structuri de primire turistică	2013			2014			2015		
	Unități*	Spații**	Locuri***	Unități*	Spații**	Locuri***	Unități*	Spații**	Locuri***
<i>1 floare</i>	54	353	846	65	419	1.024	72	452	1.103
<i>1 stea</i>	545	8.706	24.043	635	9.774	26.964	684	10.267	28.496
<i>2 flori</i>	751	4.441	9.648	830	4.965	10.798	925	5.486	11.939
<i>2 stele</i>	1.986	38.646	84.231	2.165	40.863	89.305	2.337	42.834	93.788
<i>3 flori</i>	1.093	9.120	18.903	1.294	10.755	22.305	1.562	12.676	26.321
<i>3 stele</i>	3.013	58.845	118.325	3.383	64.875	131.031	3.832	71.996	145.745
<i>4 flori</i>	235	2.277	4.555	287	2.799	5.607	334	3.260	6.522
<i>4 stele</i>	572	19.940	39.335	623	23.091	45.534	660	24.583	48.570
<i>5 flori</i>	25	290	616	34	375	790	41	456	949
<i>5 stele</i>	113	3.028	6.023	116	3.140	6.233	122	3.739	7.335
Număr total	8.387	145.646	306.525	9.432	161.056	339.591	10.569	175.749	370.768

* - unități de primire turistică; ** - camere, apartamente, etc.; *** - locuri de cazare

Sursa: Autoritatea Națională pentru Turism.

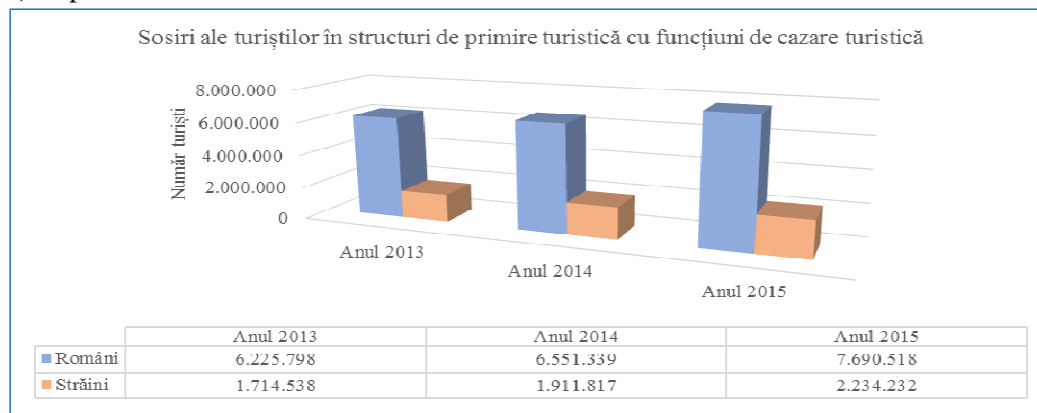
În funcție de destinațiile turistice, numărul de unități de cazare a înregistrat creșteri în zona montană (peste 30 % în anul 2015 față de 2013) urmată de zona Deltei Dunării (peste 28 % în anul 2015 față de 2013), iar în ceea ce privește numărul locurilor de cazare, cele mai importante creșteri au fost înregistrate în Delta Dunării (peste 27 % în anul 2015, față de 2013), astfel:

Structuri de primire turistică	2013			2014			2015		
	Unități*	Spații**	Locuri***	Unități*	Spații**	Locuri***	Unități*	Spații**	Locuri***
<i>litoral, exclusiv Constanța</i>	966	35.757	78.709	1.078	39.167	86.417	1.205	43.453	95.595
<i>montană</i>	1.797	23.457	46.580	2.044	25.981	52.996	2.341	28.349	58.242
<i>balneară</i>	580	18.540	29.684	640	16.492	33.576	701	18.237	37.430
<i>Delta Dunării</i>	246	2.706	5.580	280	3.054	6.291	316	3.455	7.113
<i>zona urbană, exclusiv Tulcea</i>	2.248	42.578	92.324	2.406	49.578	98.764	2.660	51.348	105.178
<i>altele</i>	2.550	22.608	53.648	2.984	26.784	61.547	3.346	30.907	67.210
Număr total	8.387	145.646	306.525	9.432	161.056	339.591	10.569	175.749	370.768

* - unități de primire turistică; ** - camere, apartamente, etc.; *** - locuri de cazare

Sursa: Autoritatea Națională pentru Turism.

În ceea ce privește numărul de turiști sosiți în perioada 2013-2015 în structurile de primire turistică, s-a constatat o creștere atât în ceea ce privește numărul de turiști români, respectiv cu **23,5%** în anul 2015, față de anul 2013, cât și în ceea ce privește numărul turiștilor străini, respectiv cu **30%**, astfel:



Capacitatea României de a atrage turiști este importantă, cu atât mai mult cu cât aceștia provin din statele unde condițiile economice sunt mai bune, astfel că, în evoluție, numărul turiștilor străini care au vizitat România a crescut cu **322.415 turiști** în anul **2015**, față de anul **2014**, respectiv cu **16,8%**, creșteri semnificative fiind înregistrate la nivelul turiștilor proveniți din SUA unde s-a înregistrat o creștere cu **16.781 turiști** în anul **2015**, față de anul **2014**, respectiv de **14,80%**, în timp ce numărul turiștilor din Israel a înregistrat o creștere cu **79.882 turiști** în anul **2015**, față de anul **2014**, respectiv de **57,29%**, astfel:

Țări	Anul 2014 (număr turiști străini sosiți în România)	Anul 2015 (număr turiști străini sosiți în România)	Procentul de +/-	Cota de piață în anul 2015 (%)
Germania	234.451	266.934	13,85%	11,95%
Israel	139.425	219.307	57,29%	9,82%
Italia	184.514	211.201	14,46%	9,45%
Franța	123.779	134.468	8,64%	6,02%
S.U.A	113.420	130.201	14,80%	5,83%
Regatul Unit	110.601	125.589	13,55%	5,62%
Ungaria	106.481	120.239	12,92%	5,38%

Țări	Anul 2014 (număr turiști străini sosiți în România)	Anul 2015 (număr turiști străini sosiți în România)	Procentul de +/-	Cota de piață în anul 2015 (%)
Spania	79.091	91.951	16,26%	4,12%
Polonia	71.479	91.636	28,20%	4,10%
Austria	60.907	56.109	-7,88%	2,51%
Alte țări	687.669	786.597	14,39%	35,21%
TOTAL	1.911.817	2.234.232	16,86%	100,00%

Sursa: Institutul Național de Statistică

La nivel național, pe tipuri de unități de cazare, cele mai mari creșteri ale numărului de turiști străini cazați în anul 2015, comparativ cu anul 2014, s-au înregistrat la hosteluri (51,75%), pensiuni turistice (34,33%) și vile (23,29%), iar în ceea ce privește turiștii români, cele mai mari creșteri s-au înregistrat la hosteluri (33,67%), vile turistice (26,31%) și pensiuni turistice (26,95%), în timp ce hotelurile, pensiunile agroturistice și ale tipuri de unități, au înregistrat procente mai moderate de creștere, cuprinse între 15% și 22%, astfel:

- număr turiști-

Nr. crt.	Tipuri de unități de cazare	Turiști străini				Turiști români			
		2014	2015	Procentul de +/-	% în total 2015	2014	2015	Procentul de +/-	% în total 2015
1	Hoteluri	1.726.307	1.990.498	15,30%	89,09%	4.599.891	5.291.986	15,05%	69,05%
2	Hosteluri*	26.457	40.149	51,75%	1,80%	162.353	217.015	33,67%	2,83%
3	Moteluri					216.068	243.699	12,79%	3,18%
4	Vile turistice	23.878	29.440	23,29%	1,32%	206.495	260.829	26,31%	3,40%
5	Tabere de elevi și prescolari					58.774	46.504	-20,88%	0,61%
6	Pensiuni turistice	67.925	91.242	34,33%	4,08%	628.210	797.503	26,95%	10,41%
7	Pensiuni agroturistice	39.919	46.918	17,53%	2,10%	498.469	608.431	22,06%	7,94%
8	Spații de cazare pe navă	34	0		0%				
9	Alte tipuri de unități**	27.297	35.985	31,83%	1,61%	161.953	198.411	22,51%	2,59%
TOTAL		1.911.817	2.234.232	16,86%	100,00%	6.532.213	7.664.378	17,33%	100,00%

Sursa: Institutul Național de Statistică

* *hostel* - structură de primire turistică cu o capacitate minimă de 3 camere, garsoniere sau apartamente dispuse pe un nivel sau pe mai multe niveluri, în spații amenajate, de regulă, în clădiri cu altă destinație inițială decât cea de cazare turistică

** - include cabane, hanuri, popasuri, camping-uri, sate de vacanță, bungalow-uri, etc.

În ceea ce privește indicele de utilizare a capacităților de cazare turistică, în perioada 2013-2015, s-a constatat creșterea gradului de ocupare a structurilor de primire turistică (de la 25,1% în anul 2013, la 28,7% în anul 2015), în cadrul acestora creșteri semnificative au înregistrat hotelurile (de la 31,7% la 36,2%) și hotelurile apartament (de la 19,9% la 46,7%), astfel:

Tipuri de structuri de primire turistică	Gradul de ocupare (%)		
	Anul 2013	Anul 2014	Anul 2015
Hoteluri	31,7	32,9	36,2
Hosteluri	16,3	17,6	20,4
Hoteluri apartament	19,9	24,5	46,7
Moteluri	14,1	14	16,4
Hanuri	10,8	10,7	13,8
Vile turistice	19,9	20,2	21,7
Cabane turistice	12	12,5	13,2
Bungalouri	12,7	12,1	15,6
Sate de vacanță	23,6	10,5	13,6
Campinguri	10,8	8,7	13
Popasuri turistice	16,1	14,3	17,9
Casute turistice	14,4	19,2	20
Tabere de elevi și preșcolari	12,6	14,6	17,4
Pensiuni turistice	14,6	15,4	17,7
Pensiuni agroturistice	12,6	13,2	15,1
Spații de cazare de pe navele fluviale și maritime	58,7	11,3	19,9
Total	25,1	26,1	28,7

🔍 **Auditul a constatat faptul că nu pentru toate formele de structură de primire turistică, definite la art. 2 din Ordonanța Guvernului nr. 58/21.08.1998, ANT a emis Ordine de aprobare a condițiilor și criteriilor de autorizare a acestor structuri, așa cum prevede art. 20 din Hotărârea Guvernului nr. 1267/08.12.2010.**

În fapt, în perioada auditată, **doar pentru structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare și alimentație publică** au fost stabilite criteriile și condiții de autorizare conform Normelor metodologice aprobate prin *Ordinul ministrului Dezvoltării și Turismului nr. 1051/03.03.2011* și respectiv prin *Ordinul președintelui ANT nr. 65/10.06.2013*, **iar pentru celelalte forme ale structurilor de primire turistică** (ex. *structurile de primire turistică cu funcțiuni de transport, respectiv transport rutier*), **asa cum sunt ele definite la art. 2 din Ordonanța Guvernului nr. 58/21.08.1998, nu au fost emise Norme prin care să fie stabilite criteriile și condiții de autorizare.**

🔍 **În ceea ce privește tipurile de structuri de primire turistică precum și definirea acestor tipuri, auditul a constatat faptul că acestea nu sunt aprobate printr-o hotărâre de Guvern, așa cum prevede art. 31 din Ordonanța Guvernului nr. 58/21.08.1998.**

În fapt, definirea și clasificarea unor structuri de primire turistică **este reglementată doar** prin Ordine emise de președintele ANT (*Ordinul nr. 65/10.06.2013*, în ceea ce privește tipurile de structură de primire turistică cu funcțiuni de cazare și alimentație publică), fără a fi menționate și în **Hotărârea Guvernului nr. 1267/08.12.2010**, care reglementează eliberarea certificatelor de clasificare a **structurilor de primire turistică.**

Agencia de turism

Agencia de turism reprezintă persoana juridică specializată, care organizează, oferă și vinde pachete de servicii turistice sau componente ale acestora, **în calitate de intermediar** între prestatorul de servicii turistice (cazare, alimentație publică, transport, tratament balnear, agrement, etc.) și consumatorul final.

În România, agențiile de turism sunt grupate în două tipuri: **tour-operatoare sau detailiste.**

Agencia de turism tour-operatoare are ca obiect de activitate organizarea și vânzarea pe cont propriu a pachetelor de servicii turistice sau a componentelor acestora, direct sau prin intermediari.

Agencia de turism detailistă vinde sau oferă spre vânzare, în contul unei agenții de turism tour-operatoare, pachete de servicii turistice sau componente ale acestora contractate cu agenția de turism tour-operatoare.

Capacitatea unei agenții de turism de a efectua servicii de calitate și în condiții de siguranță pentru turiști se atestă de către ANT prin **licența de turism.**

În scopul protecției turiștilor, oferirea, comercializarea serviciilor și a pachetelor de servicii turistice, precum și crearea de produse turistice pe teritoriul României pot fi realizate numai de către agenții autorizate de ANT, posesori de licențe în turism sau de certificat de clasificare, după caz.

În perioada auditată, s-au aflat în derulare un număr de **3.236 licențe de turism**, din care:

- **2.552 licențe** acordate **agențiilor de turism tour-operatoare** și
- **684 licențe** acordate **agențiilor de turism detailiste.**

🔍 **În ceea ce privește evoluția numărului de turiști participanți la acțiunile turistice organizate de agențiile de turism, în perioada 2013-2015, se constată atât o creștere cu peste 24% a numărului de turiști români și străini care au beneficiat de servicii turistice pe**

teritoriul României, cât și o creștere cu peste 21% a numărului de turiști români care au călătorit în afara teritoriului României, astfel:

Tipuri de activități turistice	Agenții de turism	Număr turiști		
		Anul 2013	Anul 2014	Anul 2015
Activitatea de incoming (servicii turistice prestate cetățenilor din afara României, pe teritoriul României)	<i>Agenții tour operatoare</i>	118.712	217.705	253.507
	<i>Agenții cu activitate de vânzare</i>	14.326	1.808	2.163
	TOTAL	133.038	219.513	255.670
Activitatea de turism intern (servicii turistice prestate cetățenilor români, pe teritoriul României)	<i>Agenții tour operatoare</i>	401.726	374.667	430.832
	<i>Agenții cu activitate de vânzare</i>	122.527	127.434	133.502
	TOTAL	524.253	502.101	564.334
Activitatea de outgoing (servicii turistice prestate cetățenilor români, în afara teritoriului României)	<i>Agenții tour operatoare</i>	466.683	709.977	506.183
	<i>Agenții cu activitate de vânzare</i>	213.360	317.487	323.741
	TOTAL	680.043	1.027.464	829.924

Sursa: Autoritatea Națională pentru Turism.

■ Conform prevederilor **art. 10 alin. 5 din Hotărârea Guvernului nr. 1267/08.12.2010**, este interzisă desfășurarea de activități turistice specifice agențiilor de turism de către operatorii economici cu licența de turism expirată sau fără deținerea poliței valabile de asigurare privind asigurarea rambursării cheltuielilor de repatriere și/sau a sumelor achitate de turiști pentru achiziționarea serviciilor/pachetelor de servicii turistice, în cazul insolvenței sau a falimentului agenției de turism.

✎ În acest context, pentru perioada 2013 – 2014, la nivelul ANT **nu a existat o evidență** a tuturor polițelor de asigurare pe care agențiile de turism aveau obligația să le încheie pentru a-și desfășura activitatea în conformitate cu prevederile legale în vigoare.

Neurmărirea încheierii de polițe de asigurare de către agențiile de turism, dar cu atât mai mult, **nestabilirea valorii sumei asigurate în funcție de anumiți indicatori** (ex. numărul de pachete turistice vândute, valoarea pachetelor turistice vândute, etc.) creează în mod indubitabil o vulnerabilitate pentru turist. Este de notorietate faptul că, în anul 2016, două importante agenții de turism (Genius Travel SRL – Dosar nr. 31700/3/2016 și Marea Comtur SRL – Dosar nr. 4272/97/2016) au solicitat instanțelor de judecată deschiderea procedurilor de insolvență, **mii de turiști fiind puși în pericol de a-și pierde astfel sumele de bani achitate pentru achiziția de pachete turistice.**

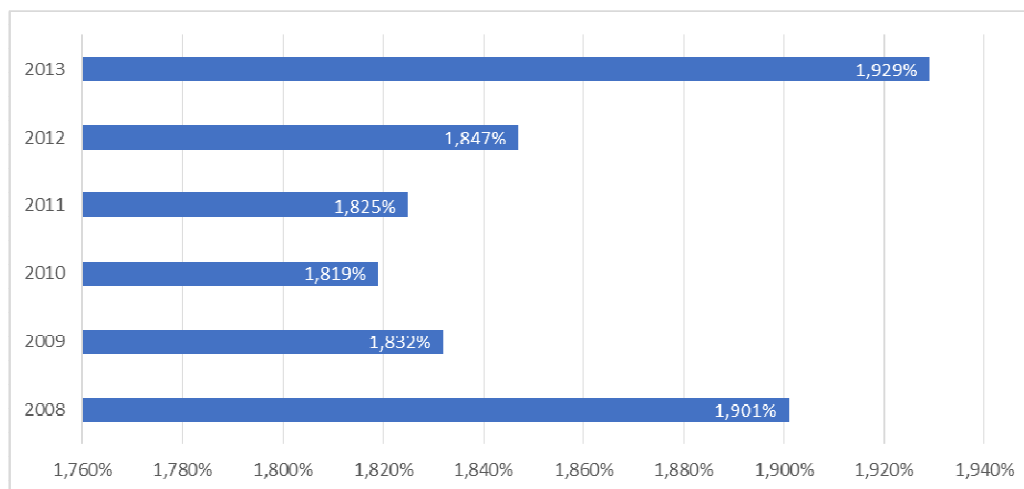
ANT trebuie să analizeze dacă nivelul sumelor asigurate prin polițele de asigurare este suficient raportat la numărul de turiști sau la cel al valorii pachetelor de servicii turistice vândute de o agenție, fapt ce trebuie să conducă la regândirea sistemului de asigurare a sumelor achitate de turiști pentru achiziția de pachete turistice.

Printr-un sistem ineficient de asigurare a sumelor achitate de turiști pentru achiziția de pachete turistice crește atât vulnerabilitatea turiștilor cât și gradul de neîncredere în achiziția de pachete turistice.

✎ Auditul a constatat existența unui număr de **11 licențe de turism**, emise în perioada **2010-2013**, cu termen de valabilitate nelimitat, **acordate unor persoane fizice autorizate**, în condițiile în care **prevederile legale** în vigoare (**Ordonanța Guvernului nr. 107/30.07.1999**, **Ordinul președintelui ANT nr. 65/10.06.2013**) dau dreptul funcționării **doar agențiilor de turism înființate ca societăți cu personalitate juridică.**

Ponderea veniturilor din turism în PIB și comparații internaționale ale aportului turismului la PIB

📌 **Ponderea veniturilor din turism în Produsul Intern al României (PIB)** a manifestat o tendință de **scădere** în perioada 2008-2010, pentru ca din anul **2011** să se înregistreze o tendință de creștere, ajungând să se situeze în anul **2013** la nivelul de **1,929%**, puțin peste nivelul de **1,901%** înregistrat în anul **2008**, respectiv:



📌 **Raportat la ponderea veniturilor din turism în PIB, România înregistrează aproximativ 47% din media înregistrată în cele 34 țări membre ale OECD², la nivelul anului 2014, ponderi mai reduse înregistrând doar 3 state (Canada, Danemarca și Luxemburg).**

Nivelul scăzut al veniturilor realizate de România din sectorul turismului, comparativ cu alte state cu un potențial mult mai scăzut decât al țării noastre, reflectă **incapacitatea factorilor decidenți din acest sector în a crea politici durabile**, care să genereze o dezvoltare continuă și o creștere a nivelului veniturilor înregistrate în cadrul acestui sector.

📌 **În ceea ce privește cheltuielile turistice efectuate** în perioada **2013-2015**, s-a constatat o **creștere** atât la nivelul cheltuielilor efectuate de turiștii români (cu **12%** în anul **2015**, față de anul **2013**), cât și la nivelul cheltuielilor efectuate de turiștii străini (cu **17,6%** în anul **2015**, față de anul **2013**), după cum urmează:

- milioane lei -

Anul	Cheltuieli turiști străini-nerezidenți		Total	Cheltuieli turiști români - rezidenți		Total
	Structuri de cazare colectivă	Unități cazare privată		Călătoriile de vacanță și afaceri	Excursii	
2013	4.791	16	4.807	8.812	6.131	14.943
2014	5.091	14	5.105	8.893	5.970	14.863
2015	5.635	23	5.657	10.038	6.778	16.816

Sursa: Autoritatea Națională pentru Turism.

📌 **Raportat la numărul de turiști sosiți din alte state, comparativ cu alte 5 state din regiune, în anul 2014, România înregistrează un nivel extrem de redus, situându-se pe penultimul loc** cu un număr de **1,9 milioane turiști** și un nivel al încasărilor înregistrate din turism internațional de **1,8 mld \$**, respectiv:

² Organizația pentru Cooperare Economică și Dezvoltare - forum unic unde guvernele a 34 de democrații conlucrează pentru a răspunde provocărilor economice, sociale, a celor ce țin de globalizare și de exploatare a oportunităților globalizării

Țări	Sosiri turiști străini (mil.)		Încasări turism internațional (mld.\$)	
	2013	2014	2013	2014
Bulgaria	6.9	7.3	4.0	4.1
Republica Cehă	10.3	10.6	6.9	6.6
Ungaria	10.6	12.1	5.3	5.9
România	1.7	1.9	1.6	1.8
Serbia	0.9	1.0	1.0	1.1
Slovenia	2.2	2.4	2.7	2.7

Sursa : https://www.oecd.org/industry/tourism/Tourism2016-Highlights_Web_Final.pdf

3. Evaluarea modului în care s-au realizat și implementat politicile și strategiile Guvernului în domeniul dezvoltării turismului și a programelor de promovare turistică

Potrivit prevederilor **art. 22 din Ordonanța Guvernului nr. 58/21.08.1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România**, una din responsabilitățile ANT este de a elabora **Strategia de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung**.

🔍 **A**uditul a constatat, în ceea ce privește elaborarea și implementarea strategiilor, necorelarea actului normativ în baza căruia ANT a fost organizată și a funcționat, respectiv a **Hotărârii Guvernului nr. 9/2013, cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 58/1998**, astfel, în ceea ce privește funcția de strategie, conform cadrului normativ aplicabil în perioada de desfășurare a auditului, Ministerul Economiei, Comerțului și Relațiilor cu Mediul de Afaceri, **elaborează în domeniul turismului, strategia națională de dezvoltare turistică. În același timp**, ANT este și ea responsabilă de elaborarea Strategiei de dezvoltare a turismului, conform prevederilor **Ordonanței Guvernului nr. 58/1998**, însă, conform **Hotărârii Guvernului nr. 9/2013, ANT are doar obligația de implementare a Strategiei de dezvoltare a turismului elaborată de Ministerul Economiei**.

Actele normative succesive care au reglementat activitatea Ministerului Economiei și a Autorității Naționale pentru Turism conțin prevederi prin care se realizează o partajare a competențelor din domeniul turismului iar în ceea ce privește unele atribuții se realizează chiar o suprapunere a acestora, generându-se o confuzie, lipsă de coerență și întâzieri în procesul decizional din acest domeniu.

🔍 **A**uditul a constatat faptul că, atât anterior, cât și în timpul perioadei auditate, ANT **nu a elaborat și nu a supus aprobării Guvernului României o Strategie de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung**.

În fapt, în anul 2007, Guvernul României a stabilit că este necesară elaborarea unui **Master Plan al dezvoltării turismului**, pentru a pune bazele implementării unei abordări durabile a dezvoltării turismului din România. Astfel, a fost elaborat **Master Planul pentru turismul național al României 2007 – 2026**, în urma încheierii unui contract cu Organizația Mondială a Turismului (UNWTO), **care, deși a fost asumat de reprezentanți ai instituțiilor din România, nici până la data finalizării misiunii de audit acesta nu a fost aprobat printr-o Hotărâre de Guvern**.

Printr-o Strategie de dezvoltare a turismului bine fundamentată și cu obiective bine conturate se poate asigura, pe de o parte, dezvoltarea durabilă a acestui sector, iar pe de altă parte creșterea nivelului veniturilor realizate de acest sector.

🔍 **Î**n ultimii ani, în România au existat numeroase încercări de elaborare a unor strategii de dezvoltare a turismului, care au eșuat, nefiind finalizate și aprobate de **Guvernul României**.

Având ca bază de pornire *Master Planul* elaborat în anul 2007, au fost elaborate câteva Planuri și Strategii, respectiv:

➤ **Planul de Marketing Strategic și Operațional pentru turismul României;**

Multe din acțiunile propuse în acest plan au fost preluate în *Programul multianual de marketing și promovare turistică*, aprobat prin **Hotărârea Guvernului nr. 20/18.01.2012**.

➤ **Strategia de turism balnear.**

Turismul balnear este o formă de turism care se bazează pe un potențial permanent, de mare complexitate, multitudinea de izvoare naturale, nămol și gaze cu proprietăți de tratament din Romania fiind binecunoscută.

✎ **Auditul** a constatat faptul că, deși a fost elaborat în anul 2010 și reactualizat în anul 2015, *Master Planul pentru dezvoltarea turismului balnear* **nu a fost aprobat** printr-o hotărâre de Guvern, la data finalizării misiunii de audit proiectul de act normativ aflându-se pe circuitul de avizare interministerială.

➤ **Strategia de ecoturism** - deși a fost elaborată în anul 2009 și reactualizată în anul 2015, *Strategia națională de dezvoltare a ecoturismului în România* **nu a fost aprobată** printr-o hotărâre de Guvern, la data finalizării misiunii de audit proiectul de act normativ aflându-se pe circuitul de avizare interministerială.

Chiar dacă **nu a existat o strategie aprobată**, în perioada 2013-2014, în cadrul *Grupului de lucru interministerial pentru dezvoltarea ecoturismului în România* au fost realizate "**Criteriile pentru desemnarea destinațiilor ecoturistice, indicatorii de evaluare și procedura de evaluare**".

România este în acest moment **printre primele țări care a dezvoltat un sistem de recunoaștere a destinațiilor de ecoturism** pe baza Standardului European de Ecoturism (EETLS), primul sistem recunoscut la nivel global de Consiliul Mondial pentru Turism Durabil (GSTC) în septembrie 2012, iar calitatea serviciilor și destinațiilor în ecoturism se raportează deja la acesta.

✎ **Auditul** constată faptul că, **nu a fost elaborată o Strategie a turismului cultural**, deși multe obiective fac parte din patrimoniul UNESCO, iar varietatea și răspândirea lor reprezintă un beneficiu major în încurajarea dispersiei vizitatorilor în țară și în special în zonele rurale.

În ceea ce privește monumentele istorice, România are **șapte obiective turistice** incluse în patrimoniul mondial UNESCO. Unele din acestea sunt deosebite prin faptul că reprezintă puncte de atracție într-o anumită zonă și nu un singur centru de interes: Delta Dunării (desemnată în 1991); Mănăstirile din Moldova (1993) – 7 puncte de interes; Mănăstirea Horezu (1993); Satele cu biserici fortificate din Transilvania (1993, 1999) – 7 puncte de interes; Cetățile Dacice din Munții Orăștie (1999) – 6 puncte de interes; Centrul istoric din Sighișoara (1999); Bisericile de Lemn din Maramureș (1999) – 8 puncte de interes.

Totodată, *Muzeele* reprezintă o componentă semnificativă a punctelor de atracție frecventate de către vizitatori, în România fiind acreditate oficial un număr de 82 de muzee.

✎ **Totodată**, auditul a constatat faptul că **nu a fost elaborată o strategie a calității serviciilor turistice din România**, așa cum se prevede în **Hotărârea Guvernului nr. 20/2012**.

În contextul celor prezentate anterior, se constată, pe de o parte, neelaborarea de strategii în cadrul acestui sector, iar pe de altă parte neaprobarea de către Guvernul României a celor elaborate de ANT, remarcându-se astfel **nevoia stringentă** a elaborării și aprobării acestor *Strategii*, cu **obiective bine definite și cu stabilirea unor modalități de sprijin pentru realizarea acestora, cu termene și responsabilități clare pentru factorii implicați**.

4. Patrimoniul Turistic

Patrimoniul turistic este constituit din bunuri proprietate publică și privată, iar evidențierea elementelor de patrimoniu se realizează prin înscrierea lor în *Registrul general al patrimoniului turistic*.

ANT, potrivit Ordonanței Guvernului nr. 58/21.08.1998, are atribuții în gestionarea patrimoniului turistic în ceea ce privește atestarea, evidențierea și monitorizarea valorificării și protejării patrimoniului turistic.

✎ În perioada auditată, patrimoniul turistic al României nu este cunoscut, ca urmare a faptului că ANT nu a întocmit metodologia de înscriere, atestare și criteriile de evidențiere a patrimoniului turistic și implicit nu a emis certificate de atestare a patrimoniului turistic.

5. Evaluarea programelor de marketing, promovare și dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice

Potrivit art. 22 din Ordonanța Guvernului nr. 58/21.08.1998, actualizată, *privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România*, ANT elaborează:

A. Programul multianual de marketing și promovare turistică,

B. Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice.

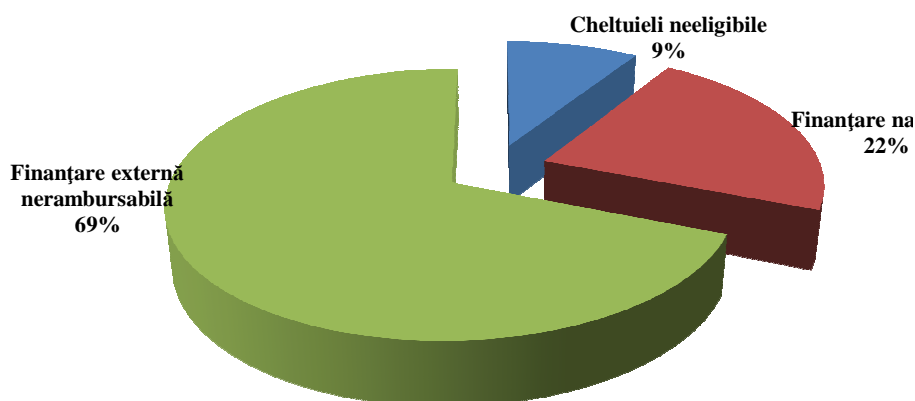
Finanțarea programelor de promovare și dezvoltare turistică

Finanțarea celor 2 Programe s-a realizat cu surse din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR) și de la bugetul de stat.

✎ În perioada 2013-2015, bugetul alocat pentru cele 2 Programe, a fost de 112.225.000 lei, iar plățile efectuate pentru realizarea activităților din cadrul acestora au fost de 89.652.422 lei, rezultând un grad de execuție de cca. 80%, astfel:

✚ Din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR), inclusiv contribuția de la bugetul statului român – din bugetul alocat de 106.515.000 lei, s-au efectuat plăți pentru activitățile desfășurate de ANT în cadrul Programului multianual de marketing și promovare turistică în sumă totală de 86.983.680 lei, rezultând un grad de execuție de 81,6 %, din care: finanțare națională în sumă de 19.142.078 lei (22%), finanțare externă nerambursabilă în sumă de 59.358.661 lei (69%) și cheltuieli neeligibile în sumă de 7.806.969 lei (9%), astfel:

Situația cheltuielilor efectuate din fonduri externe nerambursabile în perioada 2013-2015



✚ **Integral de la bugetul de stat - din bugetul alocat de 4.810.000 lei, s-au efectuat plăți pentru activitățile desfășurate de ANT în cadrul celor 2 Programe în sumă totală de 1.768.742 lei, rezultând un grad de execuție de 36,7%,** din care: suma de 1.125.474 lei pentru Programul multianual de marketing și promovare turistică și suma de 643.268 lei pentru Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice.

Totodată, pentru realizarea unor proiecte de investiții în turism, derulate în cadrul Programului multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice, doar în anul 2013, ANT a avut aprobată în bugetul de venituri și cheltuieli suma de 900.000 lei, din care a efectuat plăți în sumă totală de 900.000 lei, integral de la bugetul de stat.

✎ În ceea ce privește modul în care a fost efectuată angajarea, lichidarea și ordonanțarea cheltuielilor din fonduri publice, în perioada 2013-2015, pentru derularea celor două programe, auditul a constatat faptul că, situațiile financiare anuale nu oferă o imagine fidelă și reală a operațiunilor economico-financiare efectuate, respectiv au fost constatate diferențe în sumă de 4.020.280 lei, între plățile efectuate de ANT și plățile raportate în situațiile financiare, respectiv în conturile de execuție întocmite la sfârșitul fiecărui an al perioadei auditate.

A. Evaluarea Programului multianual de marketing și promovare turistică

Obiectivul Programului multianual de marketing și promovare turistică îl constituie:

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, în scopul creării unei imagini pozitive a României ca destinație turistică pe plan național și internațional.

Programul multianual de marketing și promovare turistică vizează realizarea următoarelor activități majore:

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

- 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;**

- organizarea de activități de **relații publice** în țară și în străinătate;

- realizarea și achiziționarea de **materiale de promovare;**

- marketing prin internet, rețele de socializare și alte mijloace electronice;

- **promovarea și publicitatea** prin intermediul companiilor aeriene și prin intermediul principalelor aeroporturi din România și din străinătate;

- 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);

- promovarea prin intermediul **posturilor de televiziune, radio și on-line;**

- 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;

- organizarea de **vizite educaționale și de informare în țară** pentru reprezentanți ai mass-mediei, tur-operatori, reprezentanți ai societăților comerciale cu activități în turism, din țară și din străinătate;

- efectuarea de **studii de marketing;**

- publicitate care încearcă să ajungă la consumator în mod direct;

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

Una din operațiunile gestionate de ANT în cadrul **Axei Prioritare 5 a POR** - Domeniul major de intervenție 5.3 „Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare, în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică” a fost: **“Crearea unei imagini pozitive a României, ca destinație turistică, prin definirea și promovarea brandului turistic național”**.

De la lansarea acestei operațiuni (septembrie 2008), au fost depuse **62 cereri de finanțare** în valoare de **639.230.845 lei (142 milioane euro)**, fiind semnate **40 contracte de finanțare** în valoare totală de **449.462.219 lei (99,9 milioane euro)**.

La data finalizării misiunii de audit se aflau în procedură de monitorizare un număr de **19 proiecte** în valoare de **153.621.029 lei**, aferente contractelor de finanțare finalizate în cadrul acestei operațiuni, restul fiind reziliate pe parcursul perioadei de implementare a acestora sau în perioada ex-post.

✎ **D**in derularea contractelor de finanțare încheiate în cadrul acestei *Operațiuni*, auditul a constatat un **grad redus** de absorbție a fondurilor europene, respectiv de **cca. 39%**, calculat ca raport între **sumele autorizate** până la data finalizării misiunii de audit, în cuantum de **128.224.961 lei** și sumele alocate acestei operațiuni, respectiv **75 milioane euro** (echivalentul a **330 milioane lei**, la un curs de schimb de 4,4 lei/euro).

✎ **A**uditul a remarcat faptul că, la nivelul ANT **nu au fost elaborate proceduri** care să detalieze atribuțiile și activitățile desfășurate pentru promovarea brandului turistic, conform obligațiilor asumate de entitate prin contractele de finanțare încheiate cu AMPOR, respectiv **nu au fost elaborate proceduri privind activitățile specifice proiectelor finanțate din FEDR**, prin care să se asigure planificarea și urmărirea activităților, și respectiv responsabilitățile privind respectarea prevederilor contractului de finanțare, cum ar fi: elaborarea proiectelor, elaborarea cererilor de finanțare, întocmirea cererilor de rambursare, monitorizarea implementării, etc.).

Aspectele semnalate pot avea drept **consecință** apariția riscului depășirii termenelor asumate și rezilierea contractelor de finanțare.

✎ **În acest context, din perspectiva nevoilor de dezvoltare și de finanțare** a sectorului, auditul a constatat **gradul ridicat de reziliere** a unor contracte de finanțare în sensul că, **din cele 25 de contracte de finanțare** semnate cu AM POR în perioada **2013-2015**, un număr de **16 contracte de finanțare** în valoare totală de **64.419.907 lei**, au fost reziliate, **principalele motive** fiind următoarele:

▲ **gradul redus de realizare**, de sub **50%**, sau nerealizarea în totalitate a activităților din cadrul proiectelor ce au făcut obiectul contractelor de finanțare,

▲ **depunerea cu întârziere a proiectelor**, timpul rămas de la semnarea contractului și termenul limită de solicitare a cererilor de rambursare fiind insuficient pentru derularea contractului de finanțare,

▲ **întârzierea finalizării achizițiilor prevăzute în proiect** și respectiv perioade insuficiente pentru implementarea acestuia,

▲ **reevaluarea din partea beneficiarului**, respectiv ANT, a proiectelor depuse, în sensul că, în urma unor analize ulterioare semnării contractelor de finanțare a rezultat faptul că proiectul nu poate fi realizat întrucât ar avea un **raport cost-beneficiu scăzut**.

Totodată, în perioada 2013-2015, ANT a depus la AM POR un număr de 14 cereri de înregistrare a unor proiecte, în valoare totală de 132.615.099 lei, care în fapt n-au condus la semnarea unor contracte de finanțare, întrucât o parte din proiecte fie au fost respinse de AM POR, fie au fost retrase ulterior de către ANT.

În baza contractelor de finanțare aflate în derulare în perioada 2013-2015, pentru activitățile derulate și finanțate în această perioadă, ANT a depus la AM POR un număr de 64 de cereri de rambursare, în sumă totală de 78.495.670 lei, după cum urmează:

- în anul 2013, au fost depuse 12 cereri de rambursare, în sumă de 17.370.954 lei;
- în anul 2014 au fost depuse 28 cereri de rambursare, în sumă de 33.123.785 lei;
- în anul 2015 au fost depuse 23 cereri de rambursare, în sumă de 28.000.931 lei.

Situația plăților efectuate în perioada 2013-2015, pentru Programul multianual de marketing și promovare turistică, pe activitățile specifice realizate de ANT în cadrul acestui Program și pe cele două surse de finanțare (FEDR și bugetul de stat), se prezintă astfel:

- mii lei -

Activități Program	ANUL 2013		ANUL 2014		ANUL 2015		Total plăți 2013-2015	
	Finanțare FEDR*	Finanțare de la bugetul de stat	Finanțare FEDR*	Finanțare de la bugetul de stat	Finanțare FEDR*	Finanțare de la bugetul de stat		%
Campanii promovare	677	21	1.692	147	0	0	2.537	2,88
Campanii aeriene	501	0	398	0	0	0	899	1,02
Promovare TV	1.923	0	7.518	0	16.311	0	25.752	29,23
Organizarea de evenimente interne	3.568	0	11.469	0	878	0	15.915	18,06
Insertii publicitare	0	0	1.353	7	1.130	7	2.497	2,83
Manifestări expoziționale	6.214	260	10.499	179	11.462	51	28.665	32,53
Vizite informare	771	0	339	91	28	183	1.412	1,60
Studii impact	0	0	222	0	148	0	370	0,42
Realizare materiale promovare	4.364	17	1.646	0	0	99	6.126	6,95
Achiziție materiale promovare	0	21	0	0	0	43	64	0,07
Servicii management de proiect	535	0	603	0	516	0	1.654	1,88
Deplasări salariați pentru participare/ organizare evenimente	3	0	66	0	70	0	139	0,16
Cheltuieli pentru Organismul Intermediar în domeniul turismului pentru POR	168	0	1.063	0	852	0	2.083	2,36
TOTAL	18.722	319	36.866	423	31.396	383	88.109	100

* inclusiv contribuția statului român și cheltuieli neeligibile, suportate de la bugetul de stat; Sursa: Autoritatea Națională pentru Turism

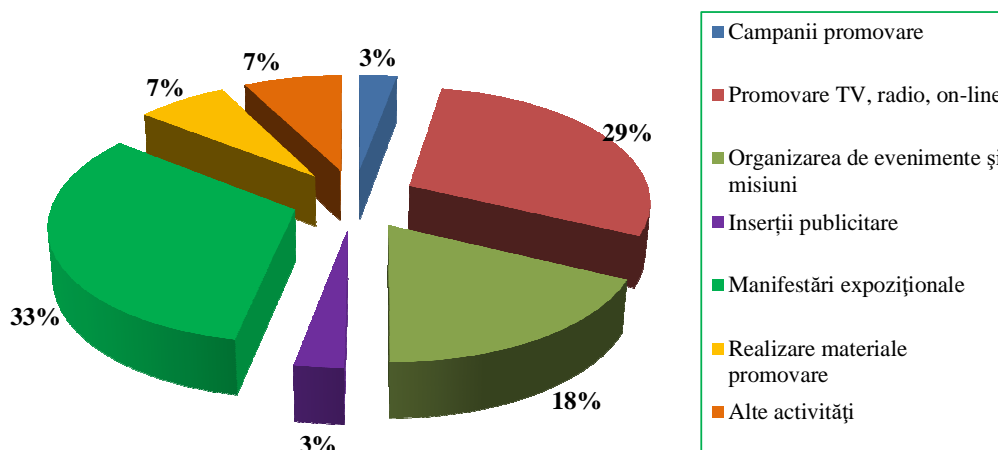
Din analiza plăților efectuate în perioada 2013-2015, pentru Programul multianual de marketing și promovare turistică, în valoare de 88.109 mii lei, s-au remarcat următoarele aspecte:

- creșterea plăților efectuate din FEDER în 2014, față de 2013, respectiv de la 18.722 mii lei în 2013, la 36.866 mii lei în 2014, după care în anul 2015 s-a înregistrat o scădere la 31.396 mii lei, iar pe activități finanțate, cele mai mari plăți au fost efectuate pentru: promovare TV, organizare de evenimente interne și târguri internaționale;

- plățile efectuate anual din finanțare de la bugetul de stat s-au situat între **319 mii lei** (anul 2013) și **423 mii lei** (anul 2014), din care, pe activități, plățile semnificative au fost efectuate pentru participarea la **târguri internaționale**;

- din **totalul plăților efectuate pentru acest program**, în sumă totală de **88.109 mii lei**, plățile semnificative au fost efectuate pentru: organizarea și participarea la **manifestări expoziționale interne/externe (târguri - 28.665 mii lei – 32,53 %)**, **promovarea turismului** prin campanii **TV, radio și on-line (25.752 mii lei – 29,23%)** și organizarea de **evenimente și misiuni (15.915 mii lei – 18,06%)**, grafic situația fiind prezentată astfel:

Situația plăților efectuate în perioada 2013-2015 pentru activitățile derulate în cadrul Programului multianual de marketing și promovare turistică



✎ Totodată, la nivelul ANT **nu a existat o evidență analitică** a cheltuielilor angajate și a plăților efectuate pe contractele derulate de ANT, pentru fiecare activitate specifică în cadrul Programului multianual de marketing și promovare turistică, respectiv o evidență a **sumelor virate de AM POR** în urma autorizării cererilor de rambursare depuse de *Autoritate*.

a) Organizarea de manifestări expoziționale internaționale de turism, precum și participarea la manifestări expoziționale de turism în țară și în străinătate

Participarea la târgurile internaționale de turism reprezintă una dintre modalitățile cele mai eficiente de difuzare a ofertei turistice, de stabilire a unor noi contacte cu reprezentanții industriei și consumatorul final.

Participarea ANT la manifestările expoziționale s-a realizat prin **organizarea de pavilioane naționale, standuri specializate pe produse sau miniexpoziții**.

ANT a participat atât la manifestări expoziționale de profil consacrate (WTM Londra, ITB Berlin, MITT Moscova, EIBTM Barcelona, IMEX Frankfurt, Tour&Travel Warsaw, BIT Milano, Ferien Viena, UTASZAS Budapesta, piața americană, MAP Paris etc.), cât și la cele organizate pe alte piețe cu potențial pentru România (în Emiratele Arabe Unite, India, China, Japonia).

În perioada **2013-2015**, ANT a participat la un număr total de **118 manifestări expoziționale de turism**, din care: 19 manifestări organizate în țară și 99 de manifestări organizate în străinătate, situația pe ani prezentându-se astfel:

- în **anul 2013** – 6 manifestări expoziționale organizate în țară și 31 de manifestări organizate în străinătate;

- în **anul 2014** – 11 manifestări expoziționale organizate în țară și 31 de manifestări organizate în străinătate;

- în **anul 2015** – 2 manifestări expoziționale organizate în țară și 37 de manifestări organizate în străinătate.

✎ **ANT** a participat la manifestări expoziționale nestabilite prin Ordin al președintelui ANT, situație constatată în anul **2015**, când **deși nu a fost aprobată prin Ordin** al președintelui ANT, *Lista cu manifestările expoziționale organizate în țară*, conform **art. 3** din **HG nr. 20/2012**, ANT a participat la 2 manifestări expoziționale de turism, precum și în anul **2013**, când deși ANT a participat la **6 târguri organizate în țară**, acestea nu au fost incluse în Lista aprobată prin Ordinul președintelui ANT nr. 92/27.02.2013.

✎ **P**entru participarea la cele **118 manifestări expoziționale de turism** (99 târguri externe și 19 târguri interne) au fost efectuate **cheltuieli în sumă totală de 28.663.771 lei**, astfel:

- **28.174.160 lei**, pentru participarea la **102 manifestări expoziționale de turism** (90 târguri externe și 12 târguri interne), din surse din **Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR), inclusiv contribuția de la bugetul statului român;**

- **489.611 lei**, pentru participarea la **16 manifestări expoziționale de turism** (9 târguri externe și 7 târguri interne), din surse **integral de la bugetul de stat.**

✎ **Deși legislația primară cu privire la activitatea de promovare a turismului românesc reglementează posibilitatea participării gratuite** a unor *societăți comerciale cu activitate de turism, asociații profesionale, patronale și organizații neguvernamentale cu activitate în domeniul turismului, etc.*, în pavilioanele naționale sau standurile specializate la care participă în străinătate ANT, **nu există prevederi clare cu privire la posibilitatea închirierii, amenajării și dotării acestor spații, de către ANT, în funcție de numărul participanților selectați.**

În fapt, la cele **99 de târguri externe** la care a participat ANT în perioada **2013-2015**, prin închirierea de la organizatori a unor standuri standard sau a unor standuri amenajate, doar la **17 târguri** a participat singură la evenimentele, la restul de **82 târguri**, în cadrul standurilor închiriate și amenajate de ANT, au participat un număr de cca. 700 firme în calitate de **co-expozanți. Entitățile care au participat la aceste manifestări expoziționale au beneficiat de dotările standului închiriat și amenajat de ANT**, în acest sens fiindu-le alocată o suprafață de cel puțin 5 mp și fiindu-le achiziționate și predate bunuri (infodesk) cu dotările aferente (racord electricitate, internet, etc.), având posibilitatea, de asemenea, să utilizeze mobilierul existent în stand (mese, scaune, etc.), achiziționat în funcție de numărul acestor firme participante, în calitate de co-expozanți.

✎ **Deși efortul financiar realizat de stat atât cu închirierea cât și cu amenajarea standurilor** a fost semnificativ, **auditul a constatat faptul că nu a existat un Ordin care să reglementeze participarea** entităților în calitate de co-expozanți, alături de ANT, **în schimbul unei taxe de participare.** Acest fapt s-a datorat reglementărilor prevăzute în legislația primară, care dau posibilitatea participării la manifestările expoziționale și *în mod gratuit*, ANT considerând **că nu este oportun și necesar** a fi colectate taxe de la acești participanți.

✎ Referitor la **înscrierea și aprobarea participării unor firme în calitate de co-expozanți** la târgurile de turism organizate în afara țării, auditul a constatat faptul că **nu a fost încheiat un Proces verbal de selecție** a firmelor participante la aceste evenimente, **modul în**

care la nivelul ANT a fost organizată selecția participanților este netransparent și sumar, neasigurând o selecție eficientă a participanților din următoarele motive:

- **Ordinul Președintelui ANT nr. 105/15.07.2013 privind aprobarea criteriilor de selecție a participanților la manifestările expoziționale nu a fost publicat în Monitorul Oficial al României, situație în care, în conformitate cu prevederile art. 11 din Legea nr. 24/27.03.2000, acest act normativ aprobat de Președintele ANT nu produce efecte;**


- **Ordinele președintelui ANT nr. 92/2013, nr. 344/2013 și nr. 909/2014, prin care au fost aprobate Listele manifestărilor expoziționale de turism organizate în străinătate, în perioada 2013-2015, nu au fost publicate în Monitorul Oficial al României, publicarea se impunea întrucât ulterior aprobării acestor liste urma să se efectueze înscrierea la aceste manifestări a operatorilor economici, în calitate de co-expozanți;**

- **nu au fost prevăzute criteriile de departajare clare privind selecția operatorilor care doresc să participe la manifestările expoziționale internaționale, singurul criteriu fiind reprezentat de ordinea înregistrării cererilor de înscriere;**

- **nu a fost stabilit un număr maxim de participări** la care un operator economic are dreptul de a participa la manifestările expoziționale internaționale, cu sprijin de la bugetul de stat, pentru a da posibilitatea mai multor agenți economici de a lua parte la aceste evenimente și pentru ca oferta de turism să fie cât mai diversificată. Astfel, **există operatori care au participat în mod constant la aceste evenimente**, situație constatată în cazul operatorilor (Polar Management SRL și Karpaten Turism SRL) care au participat la 8 respectiv la 16 manifestări expoziționale în anul 2015, din totalul de 37, la care ANT a participat;

ANT, prin Ordinul 105/2013, a acceptat ca operatorii care solicită participarea la manifestări expoziționale să facă dovada îndeplinirii criteriilor referitoare la neînregistrarea de datorii și la inexistența unor proceduri de executare silită, în baza unor declarații pe propria răspundere a operatorilor, fără a proceda la **verificarea informațiilor declarate, fie și în baza unor documente oficiale eliberate de organele fiscale competente** în instituirea stării de executare silită asupra agenților economici (organele fiscale care administrează creanțe fiscale), respectiv ANAF.

Ulterior finalizării misiunii de audit, ANAF, la solicitarea Curții de Conturi privind situația fiscală a 11 operatori economici **care au solicitat participarea la manifestarea expozițională EIBTM Barcelona 2015, a confirmat faptul că 5 operatori înregistrau debite restante față de bugetul de stat.**

 **Auditul a constatat că dosarele cu documentele de înscriere a firmelor participante** prezentate echipei de audit **sunt incomplete**, în sensul că **nu conțin toate documentele prevăzute de Ordinul Președintelui ANT nr.105/15.07.2013**, cum ar fi *certificatul constatator, emis de Oficiul Registrului Comerțului, etc.*

Mai mult decât atât, la evenimente au participat firme care **nu au prezentat** la ANT, în termenul legal, **documentele de înscriere**, în vederea aprobării participării acestora la aceste evenimente, concludent fiind *Târgul de turism CMT (Caravan, Motor, Tourism) Stuttgart, Germania*, organizat în ianuarie 2014, la care **participanții au depus doar o parte din documentele de înscriere obligatorii reglementate**, de Ordinul Președintelui ANT nr.105/2013.

Auditul a constatat faptul că, singurul document care atestă prezența la eveniment al firmelor co-expozante este Raportul de activitate, întocmit de un reprezentant din cadrul Biroului de Turism din țările unde ANT are reprezentanțe, sau un alt angajat al instituției în cazul în care manifestarea are loc într-o țară unde ANT nu are reprezentanță oficială.

Astfel, lipsa unor documente cum ar fi: *procesele verbale de predare-primire* a mobilierului și dotărilor aferente din cadrul standului amenajat sau *listele cu prezența la stand* a reprezentanților firmelor participante la eveniment, **poate genera suspiciuni cu privire la participarea efectivă** a unei firme selectate să reprezinte România în cadrul manifestării expoziționale de turism, **sau cu privire la prezența** reprezentanților firmei participante, **pe toată durata manifestării expoziționale**.

Concludent în acest sens este *Târgul de turism CMT (Caravan, Motor, Tourism) Stuttgart, Germania 2015*, pentru care, în *Raportul de activitate*, întocmit de reprezentantul ANT de la Biroul de Turism din Berlin, sunt înscrși 20 de participanți la eveniment, deși 2 operatori **nu apar** în situația monitorizării firmelor participante întocmită de ANT, iar o societate figurează în evidențele Ministerului de Finanțe cu activitatea suspendată din anul 2013, în condițiile în care evenimentul a avut loc în anul 2015.

✎ **Auditul a constatat faptul că nu în toate cazurile au fost respectate criteriile de selecție** a participanților la evenimentele organizate în afara țării, stabilite prin **Ordinul Președintelui ANT nr. 105/15.07.2013**, potrivit căroră, dreptul de participare aparține exclusiv societăților comerciale înființate în baza Legii 31/1990, fiind **constatate** cazuri în care au participat:

- **societăți străine** (9 cazuri), care **nu sunt înregistrate** în România la Oficiul Național al Registrului Comerțului și **nu au o licență de turism** eliberată de ANT;
- **persoane fizice autorizate** (4 cazuri);
- **societăți care nu desfășurau activități de turism** sau **care nu aveau la data participării** o licență de turism sau un certificat de clasificare a structurii turistice, emis de ANT (3 cazuri).

Efectul nerespectării criteriilor de selecție a participanților la evenimentele organizate în afara țării constă, pe de o parte, în acceptarea participării la aceste evenimente a unor entități care nu aveau dreptul, iar pe de altă parte, în utilizarea de fonduri alocate de la bugetul de stat în alte scopuri decât cele stabilite prin cadrul legal aplicabil.

✎ **Programul de participare la târgurile de turism nu este monitorizat** sau evaluat în ceea ce privește **impactul pe care l-a avut participarea la târgurile organizate de ANT**, cum ar fi creșterea încasărilor/veniturilor din turism, sau realizarea de contracte noi cu tour-operatori, astfel că impactul și eficiența participării la târgurile de turism sunt necunoscute.

În fapt, prin modul în care a fost conceput **programul de participare la târgurile de turism nu au fost stabiliți indicatori de măsurare a impactului derulării acestor evenimente**, astfel nefiind posibilă evaluarea feedback-ului pe care utilizarea fondurilor alocate cu această destinație îl are asupra sectorului.

Participarea ANT la manifestările expoziționale de turism externe și interne cu stand amenajat

Achiziția serviciilor privind amenajarea standurilor **României** la târgurile internaționale s-a realizat în două etape:

- **închirierea spațiului** direct de la organizatorul târgului;
- **amenajarea standului** ce include: cheltuieli privind serviciile conexe (conexiuni electrice, apă, canalizare, curățenie, asigurare stand), cheltuieli de catering și protocol în stand, realizarea și distribuirea de materiale publicitare și obiecte promoționale), acestea efectuându-se cu încadrarea cheltuielilor din deviz, conform **Hotărârii Guvernului nr. 20/2012** și **Ordinului**

ministrului dezvoltării, lucrărilor publice și locuințelor și al ministrului economiei și finanțelor nr. 665/2008.

Referitor la modul în care a fost organizată participarea la aceste manifestări expoziționale, auditul a constatat următoarele:

• **au existat situații în care achiziția serviciilor de amenajare stand s-a realizat pentru un număr mai mare de firme co-expozante față de cel al firmelor participante**, fapt ce a generat o alocare ineficientă a fondurilor publice, situație constatată în cazul *Târgului de turism CMT (Caravan, Motor, Tourism) Stuttgart, Germania*, organizat în perioada 11.01.2014-19.01.2014, la care, deși potrivit referatului de necesitate, au fost înscrise **doar 6 firme**, în documentația de atribuire (caietul de sarcini) s-a solicitat amenajarea unui spațiu pentru **12 co-expozanți**, contractul de servicii amenajare stand a inclus 12 infodesk-uri pentru firmele participante, iar conform Raportului de activitate privind participarea la eveniment, întocmit de reprezentantul Biroului de Turism din Berlin, au participat **doar 11 firme**;

• situații în care au fost achiziționate servicii privind organizarea unor evenimente **în afara standului** închiriat și amenajat(din cadrul Târgului de turism la care a participat ANT), **deși** cheltuielile eligibile aprobate prin **HG nr. 20/2012, pentru participarea ANT la manifestări expoziționale de turism în străinătate, nu prevăd organizarea de evenimente în afara standului.**

Pentru participarea ANT la diverse târguri de turism organizate în afara țării, deși conceptul standului a fost asemănător, în ceea ce privește dotarea acestuia (infodesk-uri, mese, scaune plastic, etc.), iar **achiziția de servicii s-a efectuat de la același prestator, prețurile la care s-au contractat și decontat serviciile au fost diferite, respectiv de cel puțin 2 ori mai mari.** Concludente în acest sens sunt cheltuielile cu achiziția de servicii, referitoare la participarea la evenimentele expoziționale **WTM Londra 2015 și FITUR Madrid 2015**, la care **același prestator** a prezentat pentru produsele care au fost utilizate la amenajarea standului **prețuri și de 8 ori mai mari**, astfel:

Produs	Târg FITUR Madrid 2015		Târg WTM Londra 2015	
	Cantitate	Preț unitar (fără TVA)	Cantitate	Preț unitar (fără TVA)
infodesk ANT	1 buc.	2.902 lei	1 buc.	23.589 lei
infodesk co-expozanți și 2 scaune bar	30 seturi	3.375 lei/set	50 seturi	7.145 lei/set
1 set (o masă și 4 scaune plastic)	6 seturi	6.255 lei/set	6 seturi	12.733 lei/set
Ecrane LED	40 mp	28.530 lei	36 mp	121.420

Analiza tarifelor practicate de operatorii economici care amenajează și decorează standurile naționale la manifestările expoziționale **conduce la ideea că aceștia își fundamentează tarifele în funcție de bugetul alocat de ANT**, și nu pe baza costurilor real înregistrate de aceștia, respectiv **în cazul în care ANT alocă un buget mai mare pentru organizarea unei manifestări, operatorii majorează prețurile produselor/serviciilor în funcție de buget, fără a avea la bază o justificare economică.**

Deși la foarte multe manifestări expoziționale de turism, organizate în exterior, **conceptul standului a fost asemănător**, organizarea mai multor evenimente de către aceeași firmă a fost acceptată, **în condițiile în care prețul decontat este echivalent sau chiar mai mare comparativ cu cel al unui mobilier nou.**

Concludente în acest context sunt fotografiile efectuate la standul României amenajat cu ocazia participării ANT la diferite târguri de turism desfășurate în perioada auditată:



Târgul FERIA Internacional de Turismo, Madrid, Spania, 2015
Sursa: <http://www.coolpromotions.ro/>



Standul României la World Travel Market Londra 2015
Sursa: <http://www.coolpromotions.ro/>

✎ În fapt, prin modul cum s-a procedat, ANT a realizat o dotare nejustificată a patrimoniului prestatorilor care au asigurat serviciile de amenajare și decorare a standului României, având în vedere faptul că ulterior derulării acestor evenimente întreaga recuzită care a fost utilizată la decorarea și amenajarea spațiului (scaune, mese, desk-uri, ecrane, etc.) rămânea în proprietatea acestor operatori.

✎ Raportat la prețurile acceptate la contractare, pentru mobilierul necesar în vederea amenajării și decorării standului României, **s-a constatat existența unei diferențe mari de preț între prețurile practicate de operatorii care au încheiat contracte cu ANT și prețurile practicate pe piață de alți operatori de profil, astfel:**

- **Scaune bar** - pentru *târgul internațional de turism FITUR 2015*, prestatorul a asigurat **68 scaune tip bar**, la prețul de **180 euro + TVA/bucată** (echivalentul a **810 lei + TVA/bucată**), în condițiile în care **închirierea unui astfel de scaun costă 24,99 lei**, iar **achiziționarea aceluiași model de scaun** era posibilă la prețuri de **172 lei -192 lei cu TVA, de peste 5,8 ori mai ieftin** decât prețul achitat de ANT, respectiv cu **832 lei/bucată**, ceea ce ar fi însemnat, pe de o parte, o reducere a costurilor cu **56.576 lei**, iar pe de altă parte, faptul că **bunurile rămâneau în proprietatea ANT și puteau fi utilizate gratuit la alte evenimente;**

- **Scaune plastic** - pentru *târgul internațional de turism FITUR 2015*, prestatorul a asigurat **24 scaune plastic** (transparente, din plexiglas), la prețul de **260 euro + TVA/bucată** (echivalentul a **1.170 lei + TVA/bucată**), în condițiile în care **închirierea unui astfel de scaun costă 45 lei**, iar **achiziționarea aceluiași model de scaun** era posibilă la prețuri între **379 lei – 540 lei cu TVA, de peste 3,8 ori mai ieftin** decât prețul achitat de ANT, respectiv cu **1.071 lei/bucată**, ceea ce ar fi însemnat, pe de o parte, o reducere a costurilor cu **25.704 lei**, iar pe de altă parte, faptul că **bunurile rămâneau în proprietatea ANT și puteau fi utilizate gratuit la alte evenimente.**

Cauzele care au generat contractarea și plata unor bunuri pentru amenajarea standurilor expoziționale la prețuri supraevaluate constau în faptul că, la nivelul ANT:

- **nu au fost implementate** și utilizate standarde de cost pentru fiecare din produsele/serviciile contractate,

- **nu a fost creată o bază de date** cu prețurile practicate de alte firme de profil, fie prin efectuarea de solicitări periodice de la operatori economici de profil, fie prin analiza comparativă a ofertei prezentate pe internet;

- **stabilirea valorii estimate** a contractelor de servicii **nu a avut la bază** o fundamentare a costurilor pentru fiecare element de deviz, valoarea serviciilor contractate fiind stabilită în mod global pentru întreaga acțiune.

Auditul consideră deosebit de grav faptul că în condițiile în care, încă din anul 2013, pentru organizarea de manifestări expoziționale a fost acceptat același model de recuzită (mese, scaune, mobilier, ecrane TV), factorii de decizie din cadrul ANT **nu au luat măsuri în privința achiziției recuzitei necesare pentru participarea la aceste manifestări**, preferându-se varianta extrem de costisitoare de a închiria de fiecare dată aceste produse de la diverși operatori economici, în condițiile în care, așa cum s-a prezentat anterior, **prețurile pentru închirierea produselor la un singur eveniment depășesc în unele cazuri și de peste 5 ori prețul de achiziție al unui produs nou.**

Acest fapt conduce, pe de o parte, la indisponibilizarea de fonduri din ce în ce mai mari, iar pe de altă parte, la utilizarea ineficientă a acestor fonduri, în condițiile în care turismul românesc are nevoie de o promovare cât mai consistentă la manifestările expoziționale.

➤ **A**ceeași situație a fost constatată și în cazul **achiziției de servicii de catering pentru manifestările expoziționale externe**, respectiv contractarea și decontarea de servicii similare la tarife de peste 2 ori mai mari (ex.: târg CMT Stuttgart 2014 - 8.804 euro și Ferien Messe Austria 2014 – 3.844 euro).

➤ **Î**n ceea ce privește achiziția de **materiale și obiecte promoționale**, auditul a constatat că și în acest caz au existat **diferențe mari de preț între prețurile la care ANT a contractat și decontat produse similare, de la aceeași prestatori, astfel:**

➤ “*hărți camping România*” - au fost achiziționate 2000 bucăți pentru *târgul de turism CMT Stuttgart 2014* la prețul de **3,05 euro/bucata**, fără TVA, iar în anul 2015, pentru același eveniment, achiziția aceleiași cantități s-a efectuat, de la același prestator, **la un preț de cca. 4 ori mai mic**, respectiv la prețul de **0,70 euro/bucată**, fără TVA. Tot în anul 2015, au fost achiziționate astfel de hărți, de la același prestator, pentru *târgul de turism Ferien Messe – Austria*, **la un preț de aproape 3 ori mai mic**, respectiv de **0,25 euro/bucata**, fără TVA;

➤ “*cutii de lemn bijuterii*” - au fost achiziționate pentru *târgul de turism CMT Stuttgart 2014* la prețul de **0,66 euro/bucata**, fără TVA, iar în anul 2015, pentru același eveniment, achiziția s-a efectuat, de la același prestator, **la un preț de cca 4 ori mai mare**, respectiv la prețul de **2,70 euro/bucată**, fără TVA;

➤ “*traiste tradiționale*” - au fost achiziționate pentru *târgul de turism TTG Incontri - Rimini 2014* la prețul de **8,50 euro/bucata**, fără TVA, iar pentru *târgul de turism CMT Stuttgart 2014* achiziția s-a efectuat, de la același prestator, **la un preț de peste 5 ori mai mic**, respectiv la prețul de **1,50 euro/bucată**, fără TVA.

Cauzele care au generat contractarea și acceptarea la plată a contravalorii unor produse similare, de la același prestator, la prețuri mult mai mari, constau, pe de o parte, în faptul că **la nivelul ANT nu au fost instituite standarde de cost pentru serviciile/ produsele contractate de la diverși operatori pentru organizarea manifestărilor expoziționale externe**, iar pe de altă parte, în faptul că reprezentanții ANT **nu estimează prețurile de achiziție pentru serviciile/ produsele contractate în baza prețurilor practicate în piață și nici în baza prețurilor contractate în anii anteriori pentru organizarea de astfel de evenimente.**

Efectul acceptării contravalorii unor produse similare la prețuri mult mai mari constă în **utilizarea ineficientă a fondurilor alocate pentru organizarea de evenimente expoziționale în străinătate.**

✎ **Auditul** a constatat faptul că, în **cazul târgurilor** de turism organizate în străinătate, pentru care ANT a achiziționat și servicii de *realizare a unor materiale și obiecte promoționale*, plata s-a efectuat fără a avea la bază **documente justificative, care să ateste realitatea achiziției la nivelul sumelor decontate.**

În **fapt**, pentru târgurile internaționale, la care ANT a participat în perioada **2013-2015**, au fost achiziționate, prin intermediul firmelor care au asigurat amenajarea standului României, **cantități însemnate de materiale și obiecte promoționale** (*hărți, farfurii ceramice, borcănașe miere/gem/dulceață, traiste tradiționale, cămăși tradiționale, linguri sculptate, păpuși tradiționale, coșuri răchită, etc.*) pentru care, **nu s-au solicitat documente justificative, care să ateste realitatea achiziției, transportul până în localitatea în care a avut loc evenimentul, precum și predarea-primirea acestora, respectiv facturi, avize de însoțire a mărfurilor, procese verbale de predare-primire, etc.**

În concluzie, sumele destinate activității de promovare a turismului românesc prin participarea ANT la diverse târguri de turism organizate în afara țării nu au fost utilizate în mod eficient întrucât, în unele situații, **achiziția de servicii privind amenajarea/ dotarea standurilor expoziționale s-a realizat la prețuri supraevaluate, iar în ceea ce privește achiziția de materiale promoționale decontarea s-a realizat fără documente justificative.**

b) 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

Potrivit art. 3, alin. (5) din Anexa 1 la Hotărârea Guvernului nr. 20/2012, fondurile repartizate pentru aceste activități se pot utiliza pentru următoarele **categorii de cheltuieli**: *cheltuielile cu deplasarea participanților; cheltuieli cu închirierea și amenajarea spațiilor interioare și exterioare; cheltuieli cu onorariul personalului de primire și deservire a invitaților; cheltuieli cu servicii specifice activității de comunicare; cheltuieli de protocol; cheltuieli cu producția de materiale publicitare specifice; cheltuieli cu onorariile experților invitați în cadrul evenimentelor și/sau acțiunilor de promovare; cheltuieli cu onorariile agențiilor de specialitate; cheltuieli aferente premiilor pentru concursuri pe teme turistice.*

✎ În perioada **2013-2015**, ANT a organizat **180 de evenimente interne**, pentru care au fost efectuate **cheltuieli în sumă totală de 15.915.778 lei** din *Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR)*, inclusiv contribuția de la bugetul de stat (1.969.108 lei), cele mai multe evenimente fiind organizate în anul 2014.

✎ În anul 2014, ponderea cheltuielilor cu *organizarea evenimentelor de promovare și dezvoltare a destinațiilor și produselor turistice în țară*, cu scopul creșterii notorietății României ca destinație turistică, a **depășit-o** pe cea a cheltuielilor efectuate cu participarea la târgurile internaționale de turism, astfel că din totalul cheltuielilor în sumă de **36.866 mii lei**, efectuate din FEDR, pentru *Programul multianual de marketing și promovare turistică*, **ponderea** cheltuielilor efectuate pentru activitățile de *organizare a evenimentelor de promovare și dezvoltare a destinațiilor și produselor turistice în țară*, a fost de **cca 31% (11.469 mii lei)**, în timp ce **ponderea** cheltuielilor efectuate pentru participarea la târguri internaționale de turism a fost de **cca 27% (10.112 mii lei)**.

În opinia auditului, atunci când este vorba de publicul țintă, campaniile de promovare turistică ar trebui **orientate mai mult la extern**, pentru atragerea turiștilor străini și pentru creșterea veniturilor obținute de pe urma acestora.

🔍 **În** ceea ce privește **modul de organizare și desfășurare a acestor evenimente**, auditul a constatat situații în care, evenimentele au fost inițiate de către diverse asociații/organizații, fără ca ANT să cunoască ponderea cheltuielilor efectuate de către acestea, raportat la valoarea totală a proiectului, sau situații în care aceste evenimente au fost decontate integral de ANT, rolul asociațiilor/organizațiilor limitându-se doar la propunerea de proiect, fără a contribui financiar și la realizarea acestora.

ANT, la solicitarea *Asociației cele mai frumoase sate din România*, a organizat evenimentul cu tema *“Festivalul Internațional Rodul Pământului – Zilele Recoltei la Cumpăna”*, desfășurat în localitatea Cumpăna - județul Constanța, în perioada 13-14 septembrie 2014.

ANT a decontat servicii de cazare/transport/ masă, închiriere sală conferință unor persoane participante la astfel de evenimente, care ridică mari semne de întrebare vizavi de capacitatea și rolul acestora în ceea ce privește promovarea turismului românesc, fără a avea la bază **documente din care să rezulte calitatea persoanelor participante la evenimente**, iar decontarea serviciilor de cazare sau închiriere săli pentru conferințe s-a realizat fără ca ANT să solicite facturile emise de hotelurile care au prestat aceste servicii de cazare sau închiriere, documente din care să reiasă numărul spațiilor de cazare, perioada, prețul sau suprafața închiriată (în cazul sălilor de conferință).

c) Realizarea de acțiuni de promovare și publicitate cu rol în creșterea notorietății destinațiilor și produselor turistice românești prin intermediul unor personalități

Acest tip de activitate vizează 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.

Dintr-un total de **18 acțiuni de promovare și publicitate cu rol în creșterea notorietății destinațiilor și produselor turistice românești prin intermediul unor personalități**, realizate de ANT în perioada 2013-2015, majoritatea au avut loc în anul **2013**, respectiv **17 acțiuni**, iar o acțiune a fost realizată în anul **2014**.

Pentru participarea la cele **18 acțiuni de promovare și publicitate** au fost efectuate **cheltuieli în sumă totală de 2.535.880 lei**, astfel:

- **2.368.251 lei**, pentru **13 acțiuni de promovare și publicitate**, din surse din **Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR)**, inclusiv contribuția de la bugetul statului român;
- **167.629 lei**, pentru **5 acțiuni de promovare și publicitate**, din surse **integral de la bugetul de stat**.

🔍 **În** ceea ce privește **modul de organizare și desfășurare a acestor acțiuni**, s-a constatat **ineficiența alocării fondurilor** pentru realizarea acțiunilor de promovare și publicitate cu rol în creșterea notorietății destinațiilor și produselor turistice românești, **în sensul că**, unele proiecte inițiate de ANT, **ce urmau a fi finanțate din FEDR, nu și-au atins scopul**, respectiv deși în perioada **2013-2014**, ANT a încheiat un număr de **18 contracte** de prestări servicii, în valoare de **7.607.698 lei**, pentru aceste acțiuni au fost efectuate plăți doar în sumă de **2.368.251 lei (31%)**, ca urmare a **năndeplinirii de către prestatori a obligațiilor contractuale**.

Mai mult decât atât, unele proiecte au fost refuzate la plată integral de către MDRAP, în calitate de Autoritate de Management, ca urmare a **eficienței foarte mici (sub 50%)**, în ceea ce privește gradul de realizare a proiectului, respectiv în cazul a trei, contracte în valoare de 3.406.701 lei, au fost efectuate plăți de la bugetul de stat în sumă de 1.040.370 lei **din care, un procent de 85%, respectiv suma de 884.315 lei, ar fi trebuit recuperată din FEDR**, însă, ca urmare a **gradului scăzut de realizare a activităților din cadrul proiectului**, MDRAP a reziliat contractele de finanțare, astfel că suma a rămas achitată de la bugetul de stat.

✎ **În fapt**, deși realizarea de acțiuni de promovare și publicitate cu rol în creșterea notorietății destinațiilor și produselor turistice românești putea fi realizată din Fondul European de Dezvoltare Regională, **datorită ineficienței înregistrate în derularea acestor programe**, respectiv datorită gradului redus de realizare a proiectelor, acestea **au fost refuzate la plată integral** de către AM POR (MDRAP).

În ceea ce privește contractarea și decontarea *serviciilor de promovare și publicitate*, auditul a constatat următoarele:

✎ **achiziția de servicii la prețuri supraevaluate**, respectiv la prețuri mai mari decât prețurile practicate de același furnizor pentru realizarea altor acțiuni similare sau decât cele existente pe piață, astfel **pentru servicii de promovare a brandului turistic național** cu ocazia Festivalului “Bestfest” – iulie 2013:

- au fost contractate și decontate cheltuieli cu promovarea brandului “România”, pe **4 mesh-uri** (8mp/mesh), în valoare de **15.000 Euro, rezultând un preț unitar de 937,5 euro/mp**, în condițiile în care, de la același prestator, au fost contractate și decontate cu ocazia Concertului “The Wall” – august 2013, **20 mesh-uri (6,3 mp/mesh)**, în valoare de **1.260 Euro, rezultând un preț unitar de 10 euro/mp**;

- au fost contractate și decontate cheltuieli cu promovarea brandului “România”, pe **4 prisme în interiorul locației în care s-a desfășurat Festivalul “Bestfest” – iulie 2013 (12 mp/prismă)**, în valoare de **15.000 Euro, rezultând un preț unitar de 3.750 euro/buc.**, în condițiile în care, de la același prestator, au fost contractate și decontate cu ocazia Concertului “The Wall” – august 2013, **4 prisme (12 mp/prismă)** în valoare de **480 Euro, rezultând un preț unitar de 120 euro/buc.**

Auditul, referitor la serviciile de promovare a brandului turistic național cu ocazia Festivalului “Bestfest” – iulie 2013, a remarcat că, deși direcțiile din cadrul ANT au estimat valoarea serviciilor de expunere brand național pe materiale promoționale (mesh-uri) la valoarea totală de **8.100 Euro, fără TVA (10.044 Euro, cu TVA)**, totuși aceste servicii **au fost contractate la valori de peste 9 ori mai mari**, respectiv la valoarea de **73.490 Euro fără TVA (91.128 Euro, cu TVA)**.

✎ **achiziția unor servicii de promovare s-a realizat fără o fundamentare riguroasă, iar decontarea lor s-a efectuat fără respectarea clauzelor contractuale**, concludent fiind cazul serviciilor de promovare efectuate în baza unui contract încheiat cu o asociație sportivă în cadrul *Campionatului Mondial de Automobilism “World Series by Renault” ediția 2013*, fiind efectuate plăți pentru servicii în valoare de **43.754,4 Euro**, în condițiile în care decontarea acestor servicii **nu s-a efectuat** în funcție de **“rating-urile”** (audiințele transmisiunilor) **înregistrate** de postul de televiziune, așa cum prevedeau clauzele contractuale.

În *Raportul de monitorizare* întocmit de prestator nu sunt consemnate punctele de rating înregistrate de postul de televiziune Eurosport Internațional, în urma transmisiunilor sportive ale celor 3 etape din Campionatul Mondial de Automobilism “*World Series by Renault*”, la care a participat pilotul român.

În fapt, ANT a acceptat achiziționarea unor servicii de publicitate prin **afișarea brandului turistic național** pe: monopostul pilotului pe o suprafață de aproximativ 1,87 mp și pe combinezonul de concurs al pilotului (pe piept și picior, pe o suprafață de 0,12 mp, pe casca pilotului, pe o suprafață de aproximativ 0,008 mp, pe șapca pilotului, pe o suprafață de cca. 0,008 mp).

✂ **decontarea unor servicii la valori mai mari decât cele din devizul ofertă**, concludent fiind cazul serviciilor de promovare efectuate cu ocazia *Festivalului “SUNWAVES 16”- Mamaia 2014*;

✂ **decontarea** serviciilor de promovare a brandului turistic național cu ocazia promovării unor evenimente ce au avut loc în perioada 2013-2014, prin intermediul posturilor de televiziune sau radio, **nu s-a efectuat în toate cazurile în funcție de numărul de spoturi difuzate** pe intervale orare zilnice și “*rating-urile*” înregistrate pe intervale orare zilnice.

d) Organizarea de vizite educaționale și de informare în țară

Acest tip de activitate vizează organizarea de evenimente pentru reprezentanți ai mass-mediei, tur-operatori, 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.

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.

ANT, pentru participarea la **35 acțiuni, a efectuat cheltuieli în sumă totală de 1.412.627 lei**, din care:

- **1.137.965 lei**, pentru **31 acțiuni**, finanțate din sume alocate din **Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR)**, inclusiv contribuția de la bugetul statului român;

- **274.662 lei**, pentru **4 acțiuni**, finanțate din sume alocate **integral de la bugetul de stat**.

Excursiile de familiarizare precum și organizarea de vizite educaționale de informare pentru reprezentanți mass media și alți lideri de opinie au reprezentat un palier în strategia de promovare turistică, astfel că, în perioada **2013-2015**, ANT a organizat excursii de promovare a României cu lideri de opinie din turismul de sănătate, reprezentanți ai autorităților publice, reprezentanți ai companiilor de asigurări, medici, tour-operatori, jurnaliști etc.

e) Promovarea prin intermediul inserțiilor publicitare

Promovarea prin intermediul inserțiilor publicitare se poate realiza 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 activități 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.

În perioada **2013-2015**, acest tip de activitate de promovare s-a desfășurat **pe piața germană, fiind** realizate colaborări cu turoperatori (TO) germani, TO care sunt poziționați printre cei mai mari, nu doar în Germania, cât și în Europa și pe plan mondial (TUI).

În acest sens, au fost aleși cei mai mari TO germani, împreună cu doi TO specializați pe destinația turistică România.

Au fost realizate **9 acțiuni de promovare** (inclusiv a brandului Turistic al României), pentru care au fost efectuate **cheltuieli în sumă totală de 2.496.239 lei**, finanțate astfel:

- **2.482.889 lei**, pentru **8 acțiuni**, din sume alocate din **Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR)**, inclusiv contribuția de la bugetul statului român;

- **13.350 lei**, pentru **1 acțiune**, din sume alocate **integral de la bugetul de stat**.

✎ În ceea ce privește **decontarea acestor servicii de promovare**, în unele cazuri **aceasta s-a efectuat la valori mai mari decât cele din devizul ofertă prezentat de prestatori și cu nerespectarea clauzelor contractuale, respectiv decontarea unor servicii s-a realizat fără a avea la bază documente justificative** care să probeze îndeplinirea obligațiilor contractuale de către prestatori.

f) Promovarea și publicitatea prin intermediul companiilor aeriene și prin intermediul principalelor aeroporturi din România și din străinătate

Fondurile repartizate în cadrul acestei activități pot fi utilizate pentru următoarele **categorii de cheltuieli**: 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.

În perioada auditată, **ANT a desfășurat o acțiune de promovare a Brandului Turistic al României în aeronavele TAROM**, efectuând plăți **în sumă totală de 898.709 lei** din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR), inclusiv contribuția de la bugetul statului român.

g) Promovarea prin intermediul posturilor de televiziune, radio și on-line

Acțiunile realizate de ANT, ce au vizat promovarea brandului turistic al României prin intermediul posturilor de televiziune, radio și on-line au avut ca scop creșterea notorietății destinațiilor turistice românești și conștientizarea importanței turismului românesc.

În perioada **2013-2015**, acest tip de activitate de promovare s-a derulat în baza a **4 contracte** pentru care au fost efectuate **plăți în sumă totală de 25.752.404 lei**, din sume alocate din **Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR)**, inclusiv contribuția de la bugetul statului român.

h) Realizarea de materiale de promovare

Ațiunile realizate de ANT au vizat promovarea brandului turistic al României prin intermediul următoarelor categorii de materiale: *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.*

În perioada auditată, pentru promovarea brandului turistic al României au fost încheiate **6 contracte** care au avut ca obiect *realizarea de materiale de promovare* și în baza cărora au fost efectuate **plăți în sumă totală de 6.189.884 lei**, din care:

- **6.009.661 lei**, din sume alocate din **Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR)**, inclusiv contribuția de la bugetul statului român;
- **180.223 lei**, din sume alocate **integral de la bugetul de stat.**

✎ **Auditul a constatat existența unor stocuri de materiale cu o vechime mai mare de 3 ani**, în valoare de **4.671.310 lei**, stocuri care constau în principal din **materiale de promovare fără mișcare, fie din cauza unor achiziții supradimensionate ca număr, fie din cauza unor greșeli de editare și a faptului că unele materialele nu mai sunt de actualitate**, respectiv:

- **Hărți** - achiziționate în **anul 2007**, existând un stoc de **690.544 bucăți**, în valoare totală de **1.381.088 lei** la 31.12.2015 (*Harta 14 orașe Sibiu, Oradea, Alba Iulia, Arad, Suceava, Sighișoara, Tulcea, Cluj, Craiova, Tg. Mureș, Constanța, Timișoara, Brașov, Iași*);
- **Albume** - achiziționate în **anul 2007**, existând un stoc de **67.528 bucăți**, în valoare totală de **2.601.167 lei** la 31.12.2015 (*Album Săpânța; Album Biserici de lemn*);
- **Broșuri** – **53.790 bucăți**, în valoare de **186.411 lei**, achiziționate în anul 2007 (*Broșură ofertă generală, Broșură Muntenia și Oltenia*), precum și **alte broșuri**, în valoare totală de **275.285 lei**, achiziționate anterior anului 2013 (*broșură Congrese, broșură turism rural, broșură Unesco, broșură Bucureștiul cultural, broșură cunoaștere România, broșură Vrancea, broșură generală*).

i) Servicii management de proiect

În anul **2011**, MDRT a încheiat un contract ce avea ca obiect prestarea de “*servicii de management de proiect pentru coordonarea activităților de promovare a brandului turistic al României*”, pentru care în perioada **2013-2015** au fost efectuate plăți în sumă totală de **1.653.623 lei** din **Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR)**, inclusiv contribuția de la bugetul statului român.

✎ În acest context, auditul a remarcat faptul că legislația care reglementează organizarea și funcționarea ANT (H.G. 20/2012) nu conține prevederi referitoare la posibilitatea achiziționării unor astfel de servicii de consultanță și implicit prevederi referitoare la eligibilitatea unor astfel de cheltuieli în cadrul *Programului multianual de marketing și promovare turistică*.

Contractul de consultanță a fost semnat în anul 2011, în baza unor reglementări în vigoare la acea dată, anterior decii apariției **HG 20/2012**, respectiv în baza **Hotărârii Guvernului nr. 1631/29.12.2009 privind organizarea și funcționarea Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului**.

Conform *Caietului de sarcini*, necesitatea achiziției serviciilor de consultanță a fost justificată prin complexitatea elaborării proiectului de brand al turismului românesc și de nevoia de performanță managerială, iar în absența unor *Norme interne privind achiziția serviciilor de*

consultanță și management de proiect și a unor Norme sau Standarde în baza cărora s-a efectuat recepția, angajarea cheltuielilor s-a efectuat cu nerespectarea principiului eficacității.

În fapt, pe toată perioada derulării contractului de consultanță, **nu au fost efectuate evaluări** ale realizării obiectivelor acestui contract, fiind efectuate plăți **fără a fi stabilite condiții privind nivelul de eligibilitate** al cheltuielilor proiectelor aflate în derulare pe perioada acordării consultanței, cu atât mai mult cu cât 4 proiecte, pentru care au fost angajate servicii de consultanță, au fost **reziliate ulterior de AM POR** sau propuse spre reziliere, astfel:

- Proiectul “*Campanie de promovare outdoor pe piața Republicii Moldova*”, **cod SMIS 53776, contractul fiind reziliat prin Decizia AM POR nr. 7/2015;**

- Proiectul “*Campanie de promovare outdoor pe piețele Germaniei, Austriei, Franței, Italiei și Marii Britanii*”, **cod SMIS 50993, fiind propus spre reziliere cu adresa nr. 8482/2015;**

- Proiectul “*Campanii de promovare pe piața Turciei*”, **cod SMIS 52070, contractul fiind reziliat prin Decizia AM POR nr. 70/2015;**

- Proiectul “*Campanie de promovare pe piața Spaniei*”, **cod SMIS 52645, contractul fiind reziliat prin Decizia AM POR nr. 60/2015.**

Până la data finalizării auditului, nici o cerere de rambursare depusă pentru acest contract de consultanță nu a fost rambursată de AM POR deși *cererile* au fost depuse în termen.

j) Serviciile realizate de Organismul Intermediar pentru POR 2007-2013


Conform **Hotărârii Guvernului nr. 9/2013**, ANT, prin Direcția Gestionare Fonduri Comunitare pentru Turism (DFCT), îndeplinea rolul de **Organism Intermediar (OI) în domeniul turismului** pentru Programul Operațional Regional 2007-2013, DMI 5.3 „*Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică*”, care cuprinde următoarele **operațiuni**:

- *Operațiunea Crearea unei imagini pozitive a României ca destinație turistică prin definirea și promovarea brandului turistic național;*

- *Operațiunea Dezvoltarea și consolidarea turismului intern prin sprijinirea promovării produselor turistice și a activităților de marketing specific;*

- *Operațiunea Crearea Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică (CNIPT) și dotarea acestora.*

În perioada **2013-2015**, pentru activitatea desfășurată de OI, au fost efectuate **plăți** în sumă totală de **2.082.761 lei**, din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR), inclusiv contribuția de la bugetul statului român. La acestea se adaugă cheltuielile cu salariile pentru care au fost efectuate plăți în sumă totală de **9.046.118 lei**.

 **S-a remarcat numărul foarte mare de proiecte aflate în implementare (cca. 504 proiecte)** pentru cele **3 operațiuni**, coroborat cu:

- **numărul redus al personalului** (4) care asigură **monitorizarea acestor operațiuni la nivel național**, ceea ce face dificilă comunicarea cu beneficiarii, urmărirea implementării proiectelor și detectarea din timp a problemelor acestora;

- **numărul redus al personalului** care asigură **verificarea cererilor de rambursare** (6 echipe formate din 2 persoane) la nivel național, ceea ce poate face dificilă rambursarea în termen a cheltuielilor efectuate de către beneficiar.

Astfel, cererile de rambursare au fost verificate cu întârzieri foarte mari de timp (uneori ani de zile) de către Direcția Gestionare Fonduri Comunitare pentru Turism (DFCT) din cadrul ANT, care îndeplinește rolul de **Organism Intermediar** în domeniul turismului pentru Programul Operațional Regional.

B. Evaluarea Programului multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice

Scopul acestui program constă în **creșterea notorietății destinațiilor turistice din România** pe piața internă și internațională, diversificarea și dezvoltarea produselor turistice românești și creșterea calității serviciilor turistice în România.

În perioada auditată, pentru realizarea activităților din cadrul *Programului multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice*, au fost efectuate **plăți în sumă de 1.543.268 lei, integral din fonduri alocate de la bugetul de stat.**

Obiective specifice urmărite spre a fi realizate în cadrul acestui **Program** au constat în:

a) Îmbunătățirea calității serviciilor turistice din România

Potrivit **art. 3 din Anexa 2 la Hotărârea Guvernului nr. 20/11.01.2012**, în scopul îndeplinirii acestui obiectiv, **se au în vedere următoarele activități:**

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

Programul „*Steagul Albastru-Blue Flag*” a fost inițiat în anul 1987 de către Fundația pentru Mediu - FEE, cu scopul de a **premia plajele pentru calitatea lor**, de a impulsiona autoritățile locale și sectorul privat pentru a lua măsuri în vederea îmbunătățirii zonei de coastă. FEE este singura organizație internațională, cu sediul în Danemarca, care se ocupă de implementarea acestui program mondial.

Pornind de la prevederile **Hotărârii Guvernului nr. 335/2002** privind unele măsuri de implementare în România a Programului „*Steagul Albastru-Blue Flag*”, în luna iunie 2004, ANT, împreună cu Centrul Carpato-Danubian de Geoecologie- membru cu drepturi depline FEE, au început demersurile pentru implementarea acestui program voluntar.

În cadrul acestui program, în perioada 2013 - 2015, au fost **evaluate și premiate plajele „Vega”** din Mamaia (2013-2015) și „*Marina Regia*” din Năvodari (2015).

b) Participarea în cadrul unor proiecte comune inițiate pe plan intern și internațional în domeniul turismului

În perioada **2013-2015**, în cadrul acestui obiectiv, ANT a derulat o serie de proiecte, după cum urmează:

 **proiecte internaționale pentru care ANT primește finanțare:**

- **Proiectul „Common Strategy for TOURISM in the Cross-Border Area Romania-Bulgaria”** - Strategia comună de marketing pentru turismul din zona transfrontalieră România-Bulgaria – acest proiect vizează necesitatea unei abordări comune în promovarea culturii și siturilor naturale din zona transfrontalieră România-Bulgaria, ca destinație pentru turismul ecologic, precum și o creștere economică durabilă. Din bugetul total solicitat de **985.354,31 EUR**, a fost aprobată suma de **677.143,05 EUR**.

 **proiecte internaționale pentru care ANT nu primește finanțare:**

➤ **Proiectul „Cross-border ecotourism in the Danube Region“- Ecoturism transfrontalier în regiunea Dunării.** Pentru acest Proiect ANT nu primește fonduri și nu contribuie financiar, fiind finanțat prin fondul „START - Danube Region Project Fund” al Strategiei Uniunii Europene pentru Regiunea Dunării, Domeniul prioritar 3, pentru a promova cultura și turismul, contactele dintre popoare, prin intermediul Primăriei orașului Viena, având parteneri din România, Bulgaria și Serbia.

➤ **Proiectul “Destinații Europene de Excelență” – EDEN** - a fost lansat de către Comisia Europeană în anul 2006 și are ca principal **obiectiv** dezvoltarea unui turism european durabil și creșterea vizibilității destinațiilor non-tradiționale. În acest scop, administrațiile naționale de turism organizează un concurs național de proiecte pentru desemnarea destinației de excelență a țării respective, conform unei teme stabilite anual în cadrul Comitetului Consultativ pentru Turism și a criteriilor de selecție aprobate de Comisie;

➤ **Proiectul Sagittarius-** Lansarea antreprenoriatului patrimoniului la nivel local: strategii și instrumente pentru unificarea forțelor, salvarea locurilor, mobilizarea valorilor culturale, realizarea schimbului de experiență, este **aprobat în cadrul Programului de Cooperare Transnațională Sud- Estul Europei – SEE**, România participând ca Partener Asociat Strategic alături de Institutul Național pentru Cercetare, Dezvoltare în Turism.

Obiectivele proiectului constau în:

- o creșterea atractivității turistice a zonei incluse în proiect prin medierea conflictelor dintre protejarea, conservarea și utilizarea turistică a patrimoniului cultural și natural;
- o înființarea de incubatoare de afaceri la nivel local pentru valorificarea durabilă a patrimoniului, prin instruirea de grupuri țintă relevante;
- o punerea la dispoziția întreprinzătorilor locali de instrumente și metode pentru elaborarea și implementarea cu succes a produselor și serviciilor turistice de patrimoniu, cu scopul regenerării economice la nivel local;
- o comunicarea valorii patrimoniului local comunității, prin implicarea tinerilor în procesul de planificare și de management

ANT a participat la întrunirile organizate la București, în cadrul proiectului Sagittarius.

➤ **Proiectul Transdanube - Mobilitate și transport durabil în regiunile turistice de-a lungul Dunării**, este aprobat în cadrul **Programului de Cooperare Transnațională Sud- Estul Europei – SEE**, ANT participând ca Partener Asociat Strategic alături de Institutul Național pentru Cercetare, Dezvoltare în Turism. Proiectul a vizat următoarele **obiective**:

- o dezvoltarea accesibilității regiunilor de-a lungul Dunării, prin oferte de mobilitate durabilă;
- o dezvoltarea mobilității durabile în Regiunea Dunării;
- o creșterea contribuției turismului în cadrul economiei în regiunile dunărene, prin intermediul pachetelor de marketing referitoare la mobilitate și turism;
- o promovarea mobilității durabile în Regiunea Dunării;
- o stimularea utilizării de sisteme de mobilitate ecologice;
- o evidențierea avantajelor mobilității durabile pentru regiune, precum și implementarea măsurilor propuse prin proiecte pilot;

➤ **Proiectul Rute culturale în zona inferioară și de mijloc a Dunării** - ANT a fost membru în cadrul acestui proiect, alături de organizații din Bulgaria, Croația, România și Serbia. Liderul de proiect este Centrul Dunărean de Competențe din Belgrad.

Proiectul a fost **co-finanțat de Comisia Europeană**, prin Programul *Trans-national cooperation projects on European Cultural Routes*, având ca obiectiv principal *diversificarea ofertei turistice europene și creșterea vizibilității zonei Dunării inferioare și de mijloc ca o destinație atractivă și durabilă*, prin dezvoltarea a două rute culturale: *Ruta împăraților romani și Ruta dunăreană a vinului*. Cu ocazia Târgului de turism de la Berlin – ITB Berlin au fost promovate ambele rute.

➤ **Premiul european de excelență pentru turism accesibil-** a fost lansat de Comisia Europeană și a avut ca principal obiectiv selectarea practicilor, soluțiilor sau inițiativelor de excelență din sectorul turistic, care au îmbunătățit accesul tuturor vizitatorilor, în special al celor cu dizabilități;

➤ **Proiectul LIMES - Large Scale Innovative and Mobile European Services for Cultural Tourism in Rural Areas, co-finanțat de Comisia Europeană** și a avut ca obiective:

- conectarea obiectivelor turistice situate de – a lungul limesului roman din 10 țări europene,
- dezvoltarea și implementarea de aplicații inovative pentru dispozitive mobile,
- susținerea antreprenoriatului în zona rutei,
- crearea de venituri și locuri de muncă în zonele rurale,
- creșterea vizibilității și accesibilității cu privire la identitatea și istoria comună europeană, pentru vizitatorii din întreaga lume.

➤ **Strategia Europeană pentru Regiunea Dunării** - pentru acordarea de scrisori de recomandare în cadrul acestei strategii au fost **evaluate proiectele**: DanuBEfood; Cultural routes in the Middle and Lower Danube Region - Roman Emperors Route and Danube Wine Route; Cultural Routes in the middle and lower Danube II – Roman Emperors Route and Danube Wine Route going to Market; Festivalul de Film Vukovar;

➤ **Extinderea Rutelor culturale europene în România**

Rutele culturale europene sunt certificate de Consiliul Europei și administrate prin Acordul Parțial Extins și Institutul European pentru Itinerarii Culturale din Luxemburg. La 1 ianuarie 2011 a intrat în vigoare **Acordul Parțial Extins** privind itinerariile culturale, decizia privind constituirea și rezoluția prin care se pun bazele acestuia fiind adoptate la reuniunea Comitetului Delegaților Miniștrilor al Consiliului Europei din 8 decembrie 2010, prin Rezoluția nr. 53/2010. Pentru aderarea României la acest acord a fost elaborat un Proiect de lege, care la data finalizării auditului se afla la Parlamentul României spre adoptare.

Din anul 2013, **ANT este membră** în cadrul Asociației Internaționale IterVitis care administrează **Ruta europeană a vinului IterVitis** alături de Asociația Mioritics și de Asociația Producătorilor și Exportatorilor de Vin din România. De asemenea, din anul 2013, România este membră în cadrul Acordului Parțial Extins privind Itinerariile Culturale, prin ANT și Ministerul Culturii.

De asemenea, în anul 2015, Comisia Europeană a acordat certificarea de rută culturală europeană pentru *Ruta Împăraților Romani și pentru Ruta Vinului*, realizate de autoritate.

➤ **Proiectul ALECTOR-Collaborative Networks of Multilevel Actors to Advance Quality Standards for Heritage Tourism at Cross Border Level**, implementat de Autoritatea Națională pentru Turism, în perioada ianuarie 2014 – iunie 2016 a fost derulat în cadrul Programului operațional comun **“Bazinul Mării Negre 2007-2013”**.

ALECTOR este un proiect-model de cooperare transfrontalieră, care valorifică potențialul socio-economic al resurselor de patrimoniu în bazinul Mării Negre și stabilește un sistem de calitate pentru dezvoltarea de produse turistice transfrontaliere și standarde de servicii comune.

Rezultatele proiectului vor constitui baza pentru elaborarea de politici de comunicare bazate pe vizitator, politici de management a timpului liber, standarde de calitate ale patrimoniului tangibil și intangibil, material multimedia care vor contribui la creșterea competitivității destinațiilor turistice. Pentru România, **zona proiectului pilot a fost județul Constanța**. Produsul dezvoltat în cadrul proiectului este: ***Ruta Istoriei Antice a României la Marea Neagră***, prin intermediul căreia se pot vizita zece obiective turistice din județul Constanța, în două zile. Prin intermediul expozițiilor vernisate în Istanbul și Constanța, a Travel Aider-ului, e-book-ului și Multivision, ALECTOR ajută la difuzarea rezultatelor proiectului la nivel transfrontalier, favorizând dezvoltarea economică și socială viitoare.

Totodată, **ANT a participat ca partener pentru următoarele propuneri de proiect**, în cadrul cererilor de proiecte lansate de Comisia Europeană, astfel:

- în cadrul cererii de proiecte cu tema *Facilitating transnational low season tourism exchanges in Europe encouraging Senior Citizens to travel 75/G/ENT/CIP/13/B/N03S01*, pentru **proiectele: *Silver Age Tours și NaTour Age***;

- în cadrul cererii de proiecte cu tema *Supporting the enhancement and promotion of sustainable transnational thematic tourism products 70/G/ENT/CIP/13/B/N03S04*, pentru **proiectul *Cultural Routes in the middle and lower Danube II – Roman Emperors Route and Danube Wine Route going to Market***;

- în cadrul cererii de proiecte *Cooperation projects to support transnational tourism based on European cultural and industrial heritage - 69/G/ENT/PPA/13/411*, pentru **proiectele *Along the tracks of ancient Greeks to Europe, The Giant Interactive Map of Europe – GIMEU, LIMES Tourism Experience, Digital Reading of Territories***.

c) Realizarea de investiții publice în infrastructura turistică - evaluarea situației și evoluției proiectelor de investiții din domeniul turismului, finanțate din fonduri alocate de la bugetul de stat

Potrivit **art. 5 alin. 1) din Anexa 2 la Hotărârea Guvernului nr. 20/11.01.2012**, în scopul îndeplinirii acestui obiectiv sunt alocate fonduri pentru:

➤ dezvoltarea prioritară 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,

➤ 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.

În anul **2006**, prin **Hotărârea Guvernului nr. 740/07.06.2006**, a fost aprobată *Lista subprogramelor naționale de investiții în turism*, cuprinzând următoarele **subprograme**:

- **Schi în România**, în zonele: Poiana Brașov și Predeal (județul Brașov); Pasul Vulcan-Vulcan Parâng-Petroșani și Straja-Lupeni (județul Hunedoara); Cavnic, Izvoarele și Mogoșa (județul Maramureș); Azuga, Bușteni și Sinaia (județul Prahova); Câmpulung Moldovenesc (județul Suceava);

- **Dezvoltarea infrastructurii turistice din zona montană înaltă;**

- **Dezvoltarea echilibrată și integrată a stațiunilor turistice balneoclimaterice;**

- Dezvoltarea echilibrată și integrată a zonei turistice din Delta Dunării și a stațiunilor de pe litoralul Mării Negre;

- Sibiu - capitală culturală europeană 2007: Municipiul și județul Sibiu;

- Dezvoltarea turismului cultural.

În același an, prin **Hotărârea Guvernului nr. 1762/13.12.2006**, s-a aprobat alocarea sumei de **20.600.000 lei** (echivalentul a **5.802.817 euro**), din **Fondul de rezervă bugetară la dispoziția Guvernului** pentru **finanțarea studiilor de fezabilitate și a proiectelor tehnice** pentru obiective de investiții cuprinse în subprogramele sus-menționate, precum și pentru realizarea de centre și sisteme de informare turistică, reprezentând doar **1,8%** din valoarea investițiilor, conform contractelor de lucrări, de **325.000.000 Euro (1.135.598.000 lei)**.

Ulterior, prin **Hotărârea Guvernului nr. 1537/25.11.2008**, pentru finanțarea **proiectului tehnic** de investiții în turism, în cadrul subprogramului național "Schi în România", autorităților administrației publice locale din **municipiul Petroșani** le-a fost alocată suma de **9.439 mii lei**, în completarea sumelor alocate prin HG nr. 1762/13.12.2006.

✎ **R**aportat la fondurile astfel alocate, **auditul a constatat faptul că pentru 6 obiective de investiții** (cuprinse în subprogramele menționate), **deși au fost alocate fonduri unităților administrativ – teritoriale în sumă de 6.235 mii lei, reprezentând 30,2% din fondurile alocate în baza Hotărârii Guvernului nr. 1762/13.12.2006, până la data finalizării misiunii de audit, nu au fost realizate studiile de fezabilitate și proiectele tehnice, astfel:**

Nr. crt.	Unitatea administrativ-teritorială	Obiective de investiții	Suma alocată (mii lei)
1	Comuna Sânmartin, Jud. Bihor	"Dezvoltarea echilibrată și integrată a stațiunilor turistice balneoclimaterice"	1.775
2	Consiliul Județean Bistrița-Năsăud	"Dezvoltarea infrastructurii turistice din zona montană înaltă"	65
3	Consiliul Județean Maramureș	"Schi în România", în localitatea Mogoșa	820
4	Consiliul Județean Maramureș	"Schi în România", în localitatea Izvoarele	622
5	Consiliul Județean Sibiu	Centru și Sisteme de informare turistică pentru subprogramul "Sibiu 2007, capitală europeană culturală"	2.456
6	Orașul Băile Olănești, Jud. Vâlcea	"Dezvoltarea echilibrată și integrată a stațiunilor turistice balneoclimaterice"	497
Total			6.235

Sursa: Autoritatea Națională pentru Turism

În anul **2009**, prin **Hotărârea Guvernului nr. 426/08.04.2009**, a fost aprobată **Lista cuprinzând autoritățile administrației publice locale care beneficiază de finanțarea proiectelor de investiții în turism pe anul 2009**, în completarea surselor proprii ale acestora.

Această Hotărâre a fost modificată ulterior prin **H.G. nr. 490/2009, H.G. nr. 677/2009, H.G. nr. 707/2009, H.G. nr. 762/2009 și H.G. 1206/2009**, prin care a s-a aprobat alocarea de **fonduri pentru:**

➤ **finanțarea a 51 proiecte de investiții în continuare**, care au avut la bază studiile de fezabilitate și proiectele tehnice realizate cu fonduri aprobate prin **H.G. nr. 1762/13.12.2006**;

➤ **finanțarea a 29 proiecte noi de investiții.**

Dacă în aceste **Hotărâri de Guvern a fost prevăzută și suma alocată** autorităților administrației publice locale beneficiare a finanțării proiectelor de investiții în turism, **începând cu anul 2010**, odată cu apariția **Hotărârii Guvernului nr. 120/17.02.2010**, au fost aprobate **doar programele și proiectele de investiții în turism** ce urmau a fi finanțate de la bugetul de stat și bugetele locale, **sumele de la bugetul de stat urmând a fi alocate** în limita fondurilor prevăzute anual cu această destinație, prin transferuri de la bugetul Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului, către bugetele locale, **în completarea surselor proprii ale acestora, și defalcate prin Ordin** al ministrului Dezvoltării Regionale și Turismului.

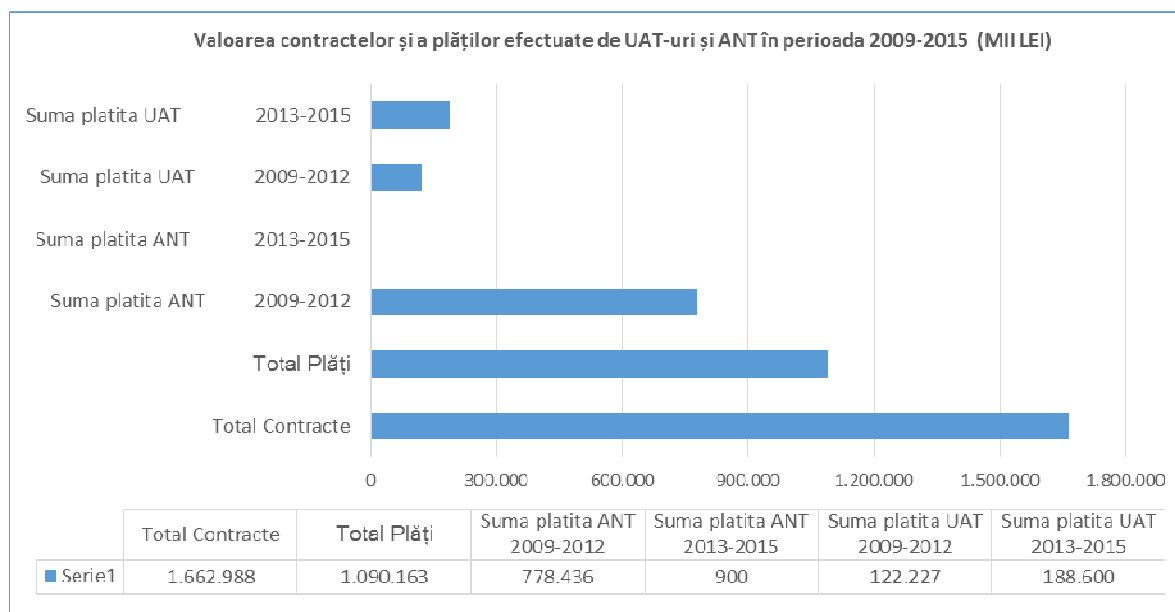
Astfel, prin **Hotărârea Guvernului nr. 120/17.02.2010**, modificată și completată la rândul ei prin **HG nr. 189/2010**, **HG nr. 320/2011**, **HG nr. 591/2011** și **HG nr. 1220/2011**, au fost aprobate un număr de **186 proiecte** de investiții în turism.

🔍 **Auditul a constatat faptul că instituțiile abilitate au fost interesate în aprobarea de noi obiective de investiții și mai puțin în continuarea și finalizarea celor aprobate/începute, astfel că, la data finalizării misiunii de audit, 118 proiecte de investiții în turism (reprezentând cca. **63%**, din totalul de **186 proiecte** de investiții aprobate prin hotărârile de Guvern mai sus menționate), **nu au fost începute, din care:****

- **27 proiecte de investiții au fost aprobate încă din anul 2009** (13 proiecte de investiții prin H.G. nr. 426/2009 și 14 proiecte de investiții prin H.G. nr. 1206/2009);

- **91 proiecte de investiții au fost aprobate prin H.G. nr. 120/2010.**

🔍 În perioada **2009-2015**, pentru realizarea a **68 proiecte de investiții în turism**, aprobate prin **Hotărârea Guvernului nr. 120/17.02.2010**, cu modificările și completările ulterioare, **autoritățile publice locale au contractat lucrări în sumă totală de 1.662.988 mii lei**, până la data de **31.12.2015 fiind decontată suma totală de 1.090.163 mii lei** (cca **65%** față de valoarea contractată), așa cum se poate observa și din graficul următor:



🔍 **Auditul a constatat faptul că, deși la art. 3 din Hotărârea Guvernului nr. 120/17.02.2010, se prevede că sumele de la bugetul de stat pentru finanțarea proiectelor de investiții în turism se alocă, către bugetele locale, în completarea surselor proprii ale acestora:**

- în perioada **2009-2015, plățile efectuate de la bugetul de stat, prin transferuri către bugetele locale**(prin bugetul Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului și **ulterior prin bugetul ANT**), **au reprezentat 71,49% (779.336 mii lei)** din totalul plăților efectuate pentru derularea contractelor de lucrări aferente proiectelor de investiții în turism, **în timp ce, ponderea plăților efectuate de la bugetele locale a fost de 28,51% (310.827 mii lei);**

- în perioada **auditată (2013-2015), ponderea plăților efectuate de la bugetul de stat prin bugetul ANT, a scăzut semnificativ, respectiv la 0,08% (900 mii lei)**, în timp ce ponderea plăților efectuate de la bugetele locale **a crescut de la 11,21% (122.227 mii lei, în perioada 2009-2012), la 17,30% (188.600 mii lei, în perioada 2013-2015).**

🔗 **Reducerea semnificativă a plăților în perioada 2013-2015, se datorează faptului că, doar în anul 2013, MECRMA, în calitate de ordonator principal de credite, a alocat de la bugetul de stat suma 900 mii lei, care a fost repartizată pentru finanțarea a 2 proiecte de investiții în turism aflate în diferite stadii de execuție, iar pentru anul 2014 și 2015 nu s-a mai aprobat alocarea de fonduri necesare continuării proiectelor de investiții în turism, deși:**

- prin *Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 59/2014, cu privire la rectificarea bugetului de stat pe 2014*, ANT i-a fost alocată suma de **26.290 mii lei**, iar,

- prin *Ordonanța Guvernului nr. 20/2015, cu privire la rectificarea bugetului de stat pe 2015*, ANT i-a fost alocată suma de **30.000 mii lei**.

🔗 **Raportat la gradul de finalizare, din cele 68 proiecte de investiții în turism, în valoare de 1.662.988 mii lei, pentru care au fost efectuate plăți atât de la bugetul de stat cât și de la bugetele locale în sumă totală de 1.090.163 mii lei:**

- **59%**, respectiv **40 de proiecte** de investiții au fost finalizate până la finele anului 2012, valoarea contractată de autoritățile publice locale pentru realizarea lor ridicându-se la suma de **543.987 mii lei**, ceea ce reprezintă **33%** din valoarea totală a proiectelor, iar plățile au fost de **522.118 mii lei**, ceea ce reprezintă **48%** din valoarea totală a plăților efectuate;

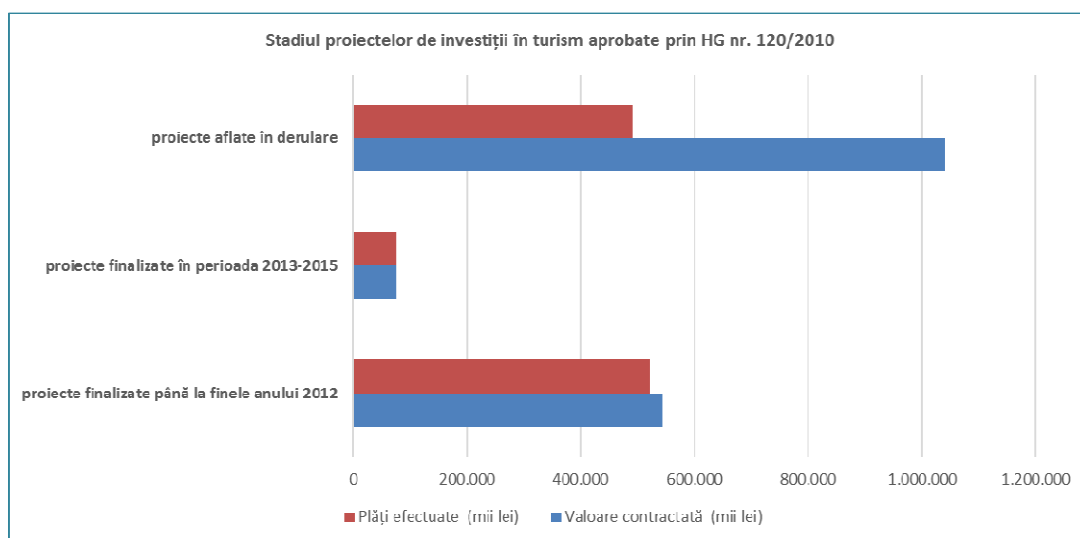
- **13%**, respectiv **9 proiecte** de investiții au fost finalizate în perioada auditată (2013-2015), valoarea contractată de autoritățile publice locale pentru realizarea lor ridicându-se la suma de **77.555 mii lei**, ceea ce reprezintă **5%** din valoarea totală a proiectelor, iar plățile efectuate au fost de **77.503 mii lei**, ceea ce reprezintă **7%** din valoarea totală a plăților efectuate;

- **28%**, respectiv **19 proiecte de investiții se află în derulare**, valoarea contractată de autoritățile publice locale pentru realizarea lor ridicându-se la suma de **1.041.446 mii lei**, ceea ce reprezintă **63%** din valoarea totală a proiectelor, iar plățile efectuate au fost de **490.542 mii lei**, ceea ce reprezintă **47%** din valoarea totală a plăților efectuate, astfel:

- mii lei -

Nr. crt.	Unitatea administrativ-teritorială	Denumirea proiectelor de investiții	Valoare investitie cf. contractului de lucrări	Total plăți	Diferență plată contracte
1	Consiliul Local Predeal, județul Brașov	Schi în România, Predeal	18.417	18.417	0
2	Consiliul Județean Cluj	Schi în România, stațiunea Băișoara	19.701	150	19.551
3	Consiliul Județean Constanța	I. Amenajarea unor centre de prevenție, tratament medical primar și a punctelor de salvamar din zona litorală a județului Constanța	9.305	4.882	4.423
4	Consiliul Local Petroșani, județul Hunedoara	Schi în România, municipiul Petroșani	351.782	59.163	292.619
5	Consiliul Local Borșa, județul Maramureș	Schi în România, Borșa	72.505	53.187	19.318
6	Consiliul Local Cavnic, județul Maramureș	Schi în România, Orasul Cavnic	47.714	7.340	40.374
7	Consiliul Local Câmpulung Moldovenesc, județul Suceava	Schi în România, stațiunea Câmpulung Moldovenesc	107.630	51.970	55.660
8	Consiliul Local Sucevița, județul Suceava	Schi în România, Sucevița	10.743	2.045	8.698
9-10	Consiliul Local Băile Govora, județul Vâlcea	1. Reabilitarea casei de cultură în vederea amenajării muzeului balnear 2. Construcție centre de informare turistică și bază de kinetoterapie	7.969	7.760	209
11	Consiliul Local Merein, județul Buzău	Dezvoltarea infrastructurii turistice în stațiunea Sărata-Monteoru	74	74	0
12	Consiliul Local Tuzla, județul Constanța	Dezvoltare infrastructură turistică zona sudică a litoralului	8.717	93	8.624
13	Consiliul Local Borsec, județul Harghita	Dezvoltarea infrastructurii turistice de agrement, stațiunea Borsec	20.825	16.643	4.182
14	Consiliul Local Lupeni, Straja, județul Hunedoara	Schi în România, stațiunea Straja	200.503	122.069	78.434
15	Consiliul Județean Mehedinți	Dezvoltarea infrastructurii turistice insula Șimian și Drobeta-Turnu Severin	397	397	0
16	Consiliul Local Voineasa, județul Vâlcea	Dezvoltarea infrastructurii de agrement în stațiunea turistică Voineasa	161.468	145.170	16.298
17	Consiliul Local Mânzălești, județul Buzău	Amenajarea în scop turistic a zonei carstice Meledic	49	49	0
18	Consiliul Local Băile Herculane, județul Caraș-Severin	Dezvoltarea infrastructurii turistice de agrement, stațiunea Băile Herculane	3.144	630	2.514
19	Consiliul Local Saschiz, județul Mureș	Restaurarea cetății de refugiu sec. XIV, modernizarea drumului de acces	503	503	0
TOTAL			1.041.446	490.542	550.904

Grafic, situația proiectelor de investiții în turism aprobate prin H.G. nr. 120/2012, în funcție de **gradul de finalizare**, se prezintă astfel:



Din analiza **stadiului de realizare a contractelor de lucrări** aferente celor **19 proiecte** de investiții în turism **aflate în derulare în perioada auditată (2013-2015)**, s-a constatat un grad de realizare situat între 1% - 97%, iar în cazul a 6 proiecte a fost realizată doar documentația tehnico-economică, fără a fi realizate lucrări de construcții.

Auditul a constatat faptul că, deși majoritatea lucrărilor aflate în derulare (19 proiecte), au fost începute în perioada 2009-2011, la finele anului 2015 doar 45 % din valoarea contractată de 1.041.446 mii lei a fost decontată societăților care aveau încheiate cu unitățile administrative teritoriale contracte de execuție lucrări.

Cauzele nefinalizării proiectelor de investiții în infrastructura de turism pot fi următoarele:

- lipsa finanțării acestor proiecte în mod principal de către Consiliile județene și de către Consiliile locale, urmată de sistarea alocării de fonduri de la bugetul de stat,
- litigii apărute ca urmare a neexecutării lucrărilor în conformitate cu documentația tehnico-economică ce a stat la baza proiectului.

Consecințele nefinalizării proiectelor de investiții în infrastructura de turism pot fi următoarele:

- neutilizarea la capacitate optimă a resurselor/atracțiilor naturale și culturale la nivelul destinațiilor turistice;
- scăderea/stoparea oportunităților de afaceri la nivelul destinațiilor turistice respective;
- imposibilitatea susținerii/stoparea dezvoltării mediului de afaceri din destinațiile turistice respective;
- scăderea veniturilor la bugetele autorităților locale, regionale, naționale;
- reducerea numărului de turiști/vizitatori;
- reducerea încasărilor din turism cu impact, la nivel național, în diminuarea aportului turismului la PIB;
- scăderea gradului de ocupare a populației din destinațiile turistice (a unităților administrativ teritoriale din regiune);
- menținerea la un nivel scăzut a veniturilor unui segment important al populației,
- reducerea veniturilor din turism ale regiunii, puternic dependentă de activitatea de turism.

Potrivit **Hotărârii Guvernului nr. 9/09.01.2013**, ANT are atribuții în **monitorizarea investițiilor în turism**, pentru proiectele din domeniile sale de activitate, pe care ministerul le finanțează, în vederea atingerii scopului pentru care au fost aprobate.

✎ În ceea ce privește **modul de urmărire a realizării lucrărilor** aferente obiectivelor de investiții, s-a constatat **lipsa monitorizării anuale** a lucrărilor de investiții aflate în curs de execuție, precum și a proiectelor de investiții în turism finalizate.

Astfel, **ANT are obligația de a monitoriza** stadiul de execuție al lucrărilor prin realizarea unor rapoarte tehnice de progres și prin efectuarea de vizite de monitorizare pe teren cel puțin o dată pe an, moment în care se pot clarifica cu beneficiarii investiției/ proiectant/ constructori, anumite situații apărute în timpul derulării proiectului (acolo unde este cazul).

Totodată, pe parcursul primilor ani de după finalizarea proiectelor (ex-post), **ANT are obligația de a monitoriza impactul investițiilor dezvoltate în infrastructura de turism la nivelul destinațiilor turistice** (creșterea circulației turistice, creșterea capacității de cazare, creșterea veniturilor la nivelul autorităților publice locale, etc.).

✎ **C**apacitatea instituțională pentru efectuarea verificărilor privind exactitatea și realitatea datelor transmise de către unitățile administrativ-teritoriale care au derulat proiecte de investiții în turism **a fost redusă și inefficientă**, una din cauze fiind și numărul de personal disponibil.

Acest aspect este confirmat și de răspunsurile formulate de unitățile administrativ-teritoriale beneficiare de alocații bugetare, la chestionarele transmise de echipa de audit.

Astfel, referitor la informațiile solicitate unităților administrativ-teritoriale, privind obiectivul finanțat din fonduri publice, **auditul a constatat :**

- **situații în care acestea au declarat sume** ca fiind plătite pentru lucrările executate în vederea realizării proiectelor de investiții în turism, **sume care nu corespund cu cele din evidența ANT;**

- **situații în care ANT nu are cunoștință** de începerea sau derularea unor proiecte de investiții în turism, aprobate prin HG 120/2010.

■ Pentru clarificarea unor aspecte ce priveau proiectele de investiții în turism aprobate prin **Hotărârea Guvernului nr. 120/17.02.2010**, în perioada desfășurării misiunii de audit au fost transmise chestionare unui eșantion reprezentativ format din **55** unități administrativ-teritoriale –UAT (Consilii locale și județene), fiind primite răspunsuri de la **39** dintre acestea.

✎ **D**in informațiile prezentate în cadrul răspunsurilor la chestionare **s-au constatat următoarele** aspecte:

- ✚ **La întrebarea**, “*Cum puteți aprecia procedura parcursă în vederea accesului la finanțarea din fonduri alocate de la bugetul de stat, pentru realizarea proiectelor de investiții în turism, în baza prevederilor Hotărârii Guvernului nr. 120 din 17 februarie 2010?*”, un număr de **20 UAT-uri**, au răspuns că procedura a fost **accesibilă**, un număr de **6 UAT-uri** au răspuns că procedura a fost **greoaie**, iar un număr de **13 UAT-uri**, **nu au răspuns** la această întrebare.

- ✚ **La întrebarea**, “*Au existat situații în care lucrările de investiții aprobate prin HG nr. 120/2010 au fost abandonate/sistate?*”, au precizat că au fost situații în care **lucrările au fost sistate din lipsă de fonduri**: *Consiliul Local Băile Govora, județul Vâlcea - obiectivele “1. Reabilitarea casei de cultură în vederea amenajării muzeului balnear 2. Construcție centru de informare turistică și bază de kinetoterapie ”; Consiliul Județean Bihor – obiectivul “Centrul pentru Sistem de informare turistică și bază salvamont la Vadul ”; Consiliul Local Băile Herculane, județul Caraș-Severin pentru toate investițiile demarate prin HG 120/2010; Consiliul*

Judeţean Cluj, - obiectivul de investiţii “Schi în România, staţiunea Băișoara”; Consiliul Local Petroșani, judeţul Hunedoara; Consiliul Local Câmpulung Moldovenesc, judeţul Suceava, - la obiectivul “Schi în România, staţiunea Câmpulung Moldovenesc”.

Referitor la obiectivul “Schi în România, staţiunea Câmpulung Moldovenesc” – jud. Suceava, din valoarea totală a investiţiei conform **Contractului de lucrări nr. 21051/2009 de 107.630 mii lei**, în perioada 2009- 2014 **au fost efectuate plăţi în sumă totală de 51.970 mii lei** (44.400 mii lei din fonduri alocate de la bugetul de stat prin bugetul ANT și 7.570 mii lei din fonduri alocate de la bugetul Consiliului Local Câmpulung Moldovenesc), rezultând lucrări rămase de executat în valoare de 55.660 mii lei constând în: finalizare instalație zăpadă artificială, instalație iluminat, clădire anexă, sistem electronic bilete, finalizare drum acces și parcare.

Elocvente în **descrierea stării** în care se afla obiectivul de investiții “Schi în România, stațiunea Câmpulung Moldovenesc” – jud. Suceava, după data la care nu au mai fost alocate fonduri pentru continuarea lucrărilor, iar **lucrările au fost sistate**, sunt următoarele imagini apărute în spațiul media (www.adevarul.ro – 12.03.2013):



🚧 **La întrebarea**, “Au fost situații în care au existat lucrări acceptate la plată, dar neachitate?”, **toate UAT-urile** care au transmis răspunsuri la chestionare au precizat că **nu au existat** astfel de situații.

● **La întrebarea**, “Au fost situații în care au existat întârzieri la plată și au fost solicitate penalități/despăgubiri contractuale de către executantul lucrării?”, **următoarele UAT-uri** au precizat că **au existat** situații de întârziere la plată, **respectiv**: Consiliul Local Lupeni, Straja, județul Hunedoara (au fost solicitate penalități de întârziere în sumă de **22.119 mii lei**); Consiliul Local Călimănești, județul Vâlcea; Consiliul Local Sovata, județul Mureș.

✚ **La întrebarea**, “Care au fost veniturile realizate din exploatarea obiectivului de investiții?”, doar un număr de **13 UAT-uri** au răspuns că veniturile medii anuale realizate din exploatarea obiectivelor de investiții, în perioada 2009-2015, au fost de **16.412.480 lei**. Restul unităților administrativ teritoriale fie au precizat faptul că proiectul implementat nu generează beneficii financiare, fie nu au răspuns la această întrebare.

Curtea de Conturi, referitor la derularea contractelor de investiții în turism, ca urmare a efectuării unor misiuni de audit/control la nivelul unităților administrativ-teritoriale, prin Camerele de conturi, a constatat abateri de la legalitate și regularitate care au generat efectuarea de plăți suplimentare în sumă estimată de 43.911 mii lei

La nivelul Curții de Conturi a României, în perioada 2009-2015, au fost efectuate verificări în ceea ce privește *economicitatea, eficiența și eficacitatea modului în care au fost derulate proiectele de investiții în turism* finanțate atât de la bugetul de stat cât și de la bugetele locale, constatându-se o serie de abateri în derularea următoarelor proiecte de investiții, printre care amintim:

✚ **„Amenajarea turistică a castrului roman” – jud. Alba**

- efectuarea de plăți în sumă de **2.477 lei** pentru servicii de asistență tehnică, fără ca aceste servicii să facă obiectul contractului de lucrări;

✚ **“Construcție bază salvamont Arieșeni” – jud. Alba**

- neînregistrarea în categoria activelor fixe a obiectivului de investiții finalizat și recepționat în anul 2010, în valoare de **1.301.753 lei**;

✚ **“Centru pentru sistem de informare turistică și Baza Salvamont Băița Vârtoș” – jud. Bihor**

- neînregistrarea în categoria activelor fixe a obiectivului de investiții finalizat și recepționat în anul 2013, în valoare de **280.627 lei**;

✚ **“Schi în România - Nucet” – jud. Bihor**

- decontarea prin situațiile de lucrări a cheltuielilor (cotelor de cheltuieli indirecte și profit), în valoare de **178.517 lei**, la materialele care se aflau în custodie la executantul lucrărilor și care implicit nu au fost puse în operă la data efectuării verificărilor;

✚ **“Dezvoltarea infrastructurii turistice din zonele montane înalte” – jud. Brașov**

- efectuarea de plăți în sumă de **633.326 lei** pentru lucrări facturate de executant anterior momentului la care au fost contractate;

- nesolicitarea de beneficii nerealizate în cuantum de **4.411 lei** pentru plata unor lucrări neexecutate;

- efectuarea de plăți în sumă de **12.824 lei** pentru cheltuieli de transport aferente unor lucrări neexecutate;

✚ **“Ski în România - Predeal” – jud. Brașov**

- efectuarea de plăți în sumă de **79.768 lei** pentru lucrări neefectuate;

- efectuarea de plăți în sumă **4.283 lei** pentru cantități de material, manoperă și transport superioare față de cele prevăzute în normativ;

- efectuarea de plăți fără bază legală în sumă de **1.574.035 lei** pentru: servicii de proiectare, lucrări și echipamente supraevaluate; lucrări neexecutate; bunuri care nu au fost recepționate; cheltuieli aferente organizării de șantier fără a fi justificate;

✚ **“Ski în România - Râșnov” – jud. Brașov**

- efectuarea de plăți în sumă de **182.302 lei** pentru lucrări neexecutate sau pentru lucrări la care prețul unor articole de deviz a fost mai mare decât cel din devizul ofertă;

- efectuarea de plăți nelegale în baza unor situații de lucrări care cuprind lucrări supraevaluate;

✚ **“Amenajarea unor centre de prevenție, tratament medical primar și a punctelor de salvamar din zona litorală a județului Constanța” – jud. Constanța**

- existența în execuție a unor diferențe față de oferta tehnico-economică, respectiv: turnarea betonului nu s-a realizat pe toată amprenta la sol a amenajării și nici nu s-a turnat beton în stâlpi conform ofertei;

- construcțiile realizate sunt construcții ușoare, de genul amenajărilor provizorii, iar valoarea amenajărilor nu se ridică la mai mult de 50%-55% față de valoarea ofertei acceptată de comisia de evaluare, respectiv față de valoarea contractată.

✚ **“Bază de tratament Hătuica” – jud. Covasna**

- efectuarea de plăți nelegale în sumă de **28.204 lei** pentru lucrări (pardoseli dale de piatră, trotuare, platforme pietruite), neidentificate fizic pe teren;

✚ **“Schi în România, Șugaș Băi” – jud. Covasna**

- majorarea prețului contractului cu suma de **145.075 lei** și efectuarea unor lucrări suplimentare în sumă de **357.126 lei** prin schimbarea soluțiilor tehnice din proiect pe parcursul execuției lucrărilor;

✚ **“Construcții și reabilitare de cabane, refugii montane și baze salvamont” – jud. Dâmbovița**

- efectuarea de plăți în sumă totală de **224.302 lei**, pentru cantități de lucrări neexecutate/supraevaluate la obiectivul “Lucrări de construcții pentru obiectivul Cabana Dichiu”;

- efectuarea de plăți în sumă de **20.986 lei** pentru cantități de lucrări neexecutate la obiectivul “Lucrări de construcții pentru obiectivul Cabana Dichiu”;

- efectuarea de plăți în sumă totală de **58.584 lei**, pentru cantități de lucrări neexecutate/supraevaluate la obiectivul “Lucrări de construcții pentru obiectivul Baza Salvamont Zănoaga”;

- efectuarea de plăți în sumă de **48.419 lei** pentru cantități de lucrări neexecutate/supraevaluate la obiectivul “Lucrări de construcții pentru obiectivul Camping Zănoaga”;

- efectuarea de plăți în sumă de **71.728 lei** pentru cantități de lucrări neexecutate/supraevaluate la obiectivul “Lucrări de construcții pentru obiectivul Cabana Podul cu Florile”;

- efectuarea de plăți în sumă de **18.602 lei** pentru cantități de lucrări neexecutate la obiectivul “Amenajare trasee turistice existente și propuse”;

✚ **“Modernizarea, consolidarea și extinderea clădirii casei de cultură pentru amenajarea unui complex balnear - Amenajarea unui traseu pentru cură de teren” – jud. Harghita, Oraș Băile Tușnad,**

- cedarea dreptului de utilizare a imobilului “**Complex Balnear**” – bun aflat în domeniul public – către o societate comercială în baza unui contract de comodat, în condițiile în care, norma juridică impune ca cedarea gratuită a bunurilor proprietate publică locală să se facă prin hotărâri ale consiliilor locale și numai în favoarea instituțiilor de utilitate publică.

Astfel, nu s-a realizat o recuperare – prin redevență – a uzurii fizice și morale a mijloacelor fixe specifice infrastructurii, în cuantum de **809.080 lei**.

- nerespectarea prevederilor legale privind modul de începere, execuție și decontare a lucrărilor contractate pentru obiectivul “Reabilitarea și amenajarea Casei de Cultură ca și Complex Balnear – Etapa II”, respectiv:

- plata anticipată a sumei de **61.380 lei** reprezentând contravaloarea a două proiecte, anterior datei la care acestea au fost predate;

- acceptarea la decontare și plata anticipată a sumei de **346.320 lei** reprezentând valoarea unor lucrări de construcție, în condițiile în care autorizația de construire și ordinul de începere a lucrărilor au fost emise ulterior, la peste 1 an și jumătate;

- plata anticipată a unor lucrări în valoare de **2.183.840 lei** pentru care ulterior (după o perioadă de la 6 luni la 24 luni) s-au întocmit Note de renunțare;

- acceptarea la decontare și plata unor articole de deviz (utilaj) la prețuri unitare mai mari decât cele convenite prin contract și în oferta financiară a antreprenorului;

- achitarea de servicii de consultanță în construcții în valoare de **20.322 lei** către persoane cu care beneficiarul investiției nu avea încheiate relații contractuale.

✚ **“Schi în România - Borsec” – jud. Harghita, Borsec**

- contractarea de lucrări în valoare de **2.468.205 lei** cu nerespectarea prevederilor legale privind achizițiile publice, respectiv aplicarea procedurii de achiziție directă, în condițiile în care, valoarea lucrărilor impunea aplicarea procedurii de licitație deschisă sau restrânsă;

- plata anticipată în sumă de **146.911 lei**, aferentă unor lucrări pentru realizarea obiectivului “Pârtie de schi și teleschi Speranța, Borsec”.

✚ **“Schi în România – stațiunea Straja” – jud. Hunedoara, Lupeni**

- s-au **acceptat și plătit situații de lucrări ajustate cu inflația**, fără ca această operațiune (clauză) să fie prevăzută în documentația de atribuire, fapt ce a generat efectuarea de **plăți nelegale în sumă de 1.756.312 lei**;

- **efectuarea de plăți în sumă de 3.483.594 lei** reprezentând penalități de întârziere, determinate prin aplicarea unui procent de **0,1% pe zi de întârziere la valoarea facturilor neachitate la termen**, în condițiile în care, prin contractul cadru anexat la documentația de ofertă se **prevedeau penalități de 0,01% pe zi**;

- **efectuarea de plăți nelegale în sumă de 337.938** prin acceptarea unor diferențe de preț pentru consumuri de material și transport, fără a se nominaliza materialele la care se referă aceste diferențe, a cantităților și a prețului unitar al acestora;

✚ **“Schi în România – municipiul Petroșani” – jud. Hunedoara, Petroșani**

- dotările achiziționate și plătite de către beneficiar nu au fost recepționate și înregistrate în contabilitatea entității, deși în fapt ele funcționează, fiind amplasate pe pârtia din domeniul schiabil Parâng;

✚ **“Schi în România – Borșa” – jud. Maramureș**

- plata nejustificată a sumei de **5.482.676 lei**, reprezentând lucrări și echipamente electromagnetice achitate către constructor, în condițiile în care bunurile nu au fost livrate și recepționate;

✚ **“Schi în România – Cavnic” – jud. Maramureș**

- efectuarea de plăți nejustificate în sumă de **52.006 lei** pentru cheltuieli cu organizarea de șantier, fără a avea la bază documente justificative;

- efectuarea de plăți suplimentare în sumă de **65.672 lei** prin acceptarea la plată a unor situații de lucrări în care au fost incluse cantități mai mari de confecții metalice față de oferta inițială;

- angajarea de cheltuieli în sumă de **132.294 lei** peste valoarea lucrărilor rămase de decontat ca urmare a întocmirii notelor de renunțare și a notelor de comandă suplimentare;

- efectuarea unor plăți peste valoarea celor real datorate în sumă de **2.131.572 lei**, reprezentând diferența dintre valoarea real executată și cea achitată;

✚ “Dezvoltarea infrastructurii turistice de agrement, masivele Cozla și Pietricica” – jud. Neamț

- efectuarea de plăți suplimentare în sumă de **12.858 lei** prin acceptarea la plată a unor situații de lucrări în care au fost incluse cantități de lucrări mai mari decât cele cuprinse în antemăsurători;

- efectuarea de plăți suplimentare în sumă de **166.500 lei** prin acceptarea la plată a unor situații de lucrări în care, la unele articole de deviz au fost constatate prețuri mai mari față de cele din oferta financiară;

✚ “Amenajarea parcului balnear - Modernizarea și amenajarea salinelor exterioare” – jud. Sibiu

- efectuarea de plăți fără bază legală în sumă de **15.653 lei**, prin acceptarea la plată a unor cantități de materiale mai mari față decât cele executate în realitate;

✚ “Schi în România, stațiunea Câmpulung Moldovenesc” – jud. Suceava

- angajarea de cheltuieli în sumă de **7.178.707 lei**, fără a avea la bază un contract de finanțare încheiat cu ANT și fără ca prin Bugetul de venituri și cheltuieli al UATM Câmpulung Moldovenesc să fie prevăzute fonduri pentru finanțarea obiectivului de investiții;

- acordarea unor avansuri în sumă de **15.512.576 lei** către doi operatori economici înainte de data emiterii ordinului de începere a lucrărilor;

- nerespectarea termenelor de execuție a obiectivului de investiții conform clauzelor contractuale și necalcularea de penalități de întârziere către executant, în sumă de **669.340 lei**;

✚ “Amenajare plajă Sulina” – jud. Tulcea

- recepția unor lucrări constatate lipsă (alee pietonală, banchete, pergole, coșuri gunoi) în valoare estimată de **56.692 lei**;

- ulterior finalizării obiectivului de investiții, nu a existat o strategie locală de dezvoltare a capacităților turistice, colaterale obiectivului “Amenajare plajă Sulina”;

- nu a fost creată o bază turistică care să deservească obiectivul – terase, transport de la/la plajă, infrastructură portuară, maritimă etc.

- constatarea unei **stări de uzură avansată** a obiectivului de investiții datorită factorilor de mediu, precum și faptului că persoana juridică căreia i-a fost închiriat obiectivul în vederea exploatareii nu a efectuat investiții.

Elocvente în **descrierea stării de uzură și a gradului de degradare** în care se află obiectivul de investiții “Amenajare plajă Sulina”, cu o valoare de inventar de **7.144.201 lei**, după data la care acesta a fost închiriat către un operator economic privat contra unei chirii anuale de 25.000 lei/an/obiectiv, sunt următoarele imagini apărute în spațiul media (www.ziaruldetulcea.ro – 18.03.2013; www.adevarul.ro – 25.11.2014):





- inexistența unui program de monitorizare a numărului de turiști care utilizează efectiv obiectivul de investiții în scopul determinării evoluției acestuia ca urmare a investițiilor efectuate;
- proiectul s-a dovedit ineficient, neputând fi vorba de venituri obținute suplimentar, atât de către UATO Sulina, cât și de către comunitatea locală din acest oraș;
- nu au fost stabilite criteriile de evaluare periodică a eficienței și eficacității proiectului de investiții;

- de la data dării în administrare către UATO Sulina, **obiectivul de investiții “Amenajare Plajă Sulina” nu a funcționat și nu a fost exploatat conform destinației sale.**

Astfel, **nu a fost atins scopul acestui obiectiv**, respectiv dezvoltarea economico-socială a Orașului Sulina și zonelor limitrofe, prin creșterea atractivității acestora ca urmare a punerii la dispoziția populației și turiștilor a unor facilități de alimentație publică, odihnă, recreere și joacă, ca urmare a **nepunerii în exploatare a obiectivului sau a ineficienței acestuia.**

✚ ***“Dezvoltarea infrastructurii de agrement în stațiunea turistică Voineasa” – jud. Vâlcea***

- angajarea de cheltuieli suplimentare, în sumă totală de **14.637.573 lei**, fără a avea credite bugetare aprobate cu această destinație;

- efectuarea de cheltuieli nelegale, în sumă de **146.420 lei**, prin acceptarea la plată și decontarea unor situații de lucrări în care, pentru același articol de deviz au fost utilizate prețuri unitare diferite;

- plata nejustificată a sumei de **25.976 lei** ca urmare a majorării cantităților de material la un articol de deviz;

- efectuarea de cheltuieli nelegale, în sumă de **169.629 lei**, prin decontarea unor situații de lucrări în care au fost înscrise prețuri unitare pentru transportul materialelor, mai mari decât cele din oferta financiară;

- nerespectarea prevederilor legale privind achizițiile publice, respectiv încheierea actului adițional nr. 166/11.03.2013 prin procedură de negociere, fără publicarea prealabilă a unui anunț de participare și fără a fi demonstrate circumstanțele care să determine aplicarea acestei proceduri, sens în care ANRMAP a sancționat autoritatea contractantă cu amendă în cuantum de 20.000 lei;

- neefectuarea operațiunii de inventariere anuală asupra obiectivelor de investiții în curs;

- terenul domeniul schiabil se compune din 3 loturi, în suprafață de 196.657 mp, din care trei loturi în suprafață de 151.453 mp au fost donate în anul 2009 către UATC Voineasa de o persoană fizică, condiționat (în contractul de donație fiind inclusă drept clauză) de terminarea pârtiei de ski în termen de 5 ani. Astfel, pe rolul Judecătoriei Brezoi a fost înregistrat Dosarul nr. 167/46/2015, prin care, persoana care a donat terenurile către UATC Voineasa, solicită restituirea celor 3 loturi de teren;

- neplata la termen a facturilor, situație în care UATC a fost acționată în instanță de constructor, iar prin Sentințele Tribunalului Vâlcea nr. 5371/2013 și nr. 7346/2013, **entitatea a fost obligată la plata debitului restant în valoare de 34.701.804 lei**, precum și la plata penalităților de întârziere în procent de 0,01% pe fiecare zi, sens în care a fost întocmit Dosarul de executare nr. 334/11.12.2013;

- au fost înregistrate obligații de plată restante în valoare de **16.963.570 lei** pentru care, până la 24.06.2015, au fost calculate penalități în cuantum de **2.412.604 lei**.

Centrele naționale de informare și promovare turistică

Potrivit prevederilor **art. 20** din **Ordonanța Guvernului nr. 58/26.08.1998**, consiliile locale, consiliile județene și, respectiv, Consiliul General al Municipiului București au atribuții în **organizarea de centre de informare turistică în localitățile cu activitate turistică**.

Totodată, conform prevederilor **art. 10** din **Hotărârea Guvernului nr. 852/13.08.2008**, **centrele naționale de informare și promovare turistică sunt servicii specializate care funcționează în subordinea consiliilor locale și județene, după caz, și în colaborare cu Ministerul pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, Comerț, Turism și Profesii Liberale**.

ANT, prin Direcția Gestionare Fonduri Comunitare pentru Turism (DFCT), îndeplinește rolul de Organism Intermediar în domeniul turismului pentru Programul Operațional Regional, conform HG nr. 9/09.01.2013 privind organizarea și funcționarea Autorității Naționale pentru Turism.

DFCT a gestionat în cadrul Axei Prioritare 5 a POR - Domeniul major de intervenție 5.3 „Promovarea potențialului turistic și **crearea infrastructurii necesare, în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică**”, domeniu care are ca **operațiune și “Crearea Centrelor de Informare și Promovare Turistică (CIPT) și dotarea acestora”**.

De la lansarea acestei operațiuni au fost depuse **190 de cereri de finanțare** în valoare totală de **120.896.773,52 lei** (aproximativ **27 milioane euro**), din care:

- **9 cereri de finanțare au fost depuse în cadrul primului apel de proiecte (Septembrie 2009)**, în valoare de **13.732.047 lei** (aproximativ **3,1 milioane euro**),

- **22 cereri de finanțare în cadrul celui de-al doilea apel (iunie 2011)**, în valoare de **12.439.487,30** (aproximativ **2,8 milioane euro**) și,

- **159 cereri de finanțare în cadrul celui de-al treilea apel (martie 2012)**, în valoare de **94.725.239,22 lei** (aproximativ **21 milioane de euro**).

Din cele **190 cereri** de finanțare, au fost semnate doar **113 contracte de finanțare din care, ulterior, au fost reziliate 4 contracte de finanțare, numărul total al contractelor de finanțare finalizate în cadrul acestei operațiuni fiind 109**.

■ Potrivit **Ordinului nr. 1096/03.09.2008** pentru aprobarea **Normelor metodologice privind acreditarea centrelor naționale de informare și promovare turistică**, **acreditarea** centrelor naționale de informare și promovare turistică **se face de ANT**, la cererea consiliilor locale și consiliilor județene în subordinea cărora funcționează acestea.

🔍 **Auditul constată faptul că, din cele 109 centre naționale de informare și promovare turistică finalizate în perioada 2012-2015, doar 32 Consilii locale și județene au solicitat la ANT acreditarea centrelor** care funcționează în subordinea acestora.

Mai mult decât atât, până la data finalizării misiunii de audit, doar un număr de 15 centre naționale de informare și promovare turistică au fost acreditate, reprezentând cca 14% din numărul total finalizat.

6. Evaluarea activităților desfășurate de birourile de promovare turistică din străinătate

Reprezentanțele de promovare turistică (denumite și birouri de promovare și informare turistică) din străinătate au statut oficial, reprezentând turismul românesc în țara de reședință.

Conform ROF, birourile de promovare și informare turistică își manifestă competența, la nivel de reprezentanță, pe arii geografice după cum urmează :

- **Reprezentanța Londra:** Marea Britanie, Islanda, Irlanda, Țările Arabe
- **Reprezentanța Madrid:** Spania, Portugalia, Israel
- **Reprezentanța Moscova:** Federația Rusă, Ucraina, Belarus, Bulgaria, Republica Moldova
- **Reprezentanța Berlin:** Germania, Elveția
- **Reprezentanța New York:** America de Nord, America de Sud, Australia, China, Japonia, India, Noua Zeelandă
- **Reprezentanța Paris:** Franța, Belgia, Olanda, Africa (vorbitorii de franceză)
- **Reprezentanța Roma:** Italia, Malta, Cipru, Turcia, Grecia
- **Reprezentanța Varșovia:** Polonia, Scandinavia, Țările Baltice
- **Reprezentanța Viena:** Austria, Cehia, Slovacia, (ex) Iugoslavia, Ungaria

Principalele activități desfășurate de reprezentanțele de promovare turistică din străinătate se refera la:

- Oferirea de informații/acordarea de asistență pentru turiști și vizitatori potențiali;
- Relații publice, activități de prezentare a atracțiilor turistice ale României, explicare/atenuare percepției în legătură cu România;
- Comunicarea în situații de criză cu impact asupra circulației turistice către România;
- Activități de comunicare/colaborare cu creatori și lideri de opinie;
- Facilitarea colaborării între operatorii de tururi și agenți de turism din străinătate cu operatori de tururi/prestatori de servicii din țară;
- Cercetarea pieței;
- Organizarea și derularea de campanii de marketing și promovare pentru România;
- Consolidarea poziției pe piață a destinației România prin creșterea numărului și gradului de acoperire teritorială a distribuitorilor de produse și servicii turistice românești, diversificarea paletii de produse și servicii turistice oferite pe piață și creșterea notorietății destinației turistice România pe piața deservită.

În perioada **2013-2015**, pentru funcționarea birourilor de promovare și informare turistică din străinătate, ANT a alocat fonduri în sumă totală de **7.549.875 lei**, din care cele mai mari cheltuieli efectuate sunt cele aferente **chiriilor** (atât pentru spațiile în care își desfășoară activitatea angajații ANT, cât și pentru spațiile de locuit ale acestora), acestea înregistrând o pondere medie de **cca 70%** din totalul cheltuielilor efectuate.

🔍 **Auditul a constat faptul că, ANT nu a urmărit reducerea costurilor cu închirierea unor imobile** în care își desfășoară activitatea Birourile de promovare a turismului din străinătate. Astfel, pentru un imobil în suprafață de **64 mp**, în care și-a desfășurat activitatea **Biroul de promovare a turismului din Paris**, ANT a decontat în perioada 2013- 2015, contravaloarea cheltuielilor aferente chiriei între **4.572 - 5.357 euro/lună, în condițiile în care**, pentru imobile cu suprafețe similare sau chiar mai mari, închiriate Birourilor de promovare a turismului din alte capitale ale Europei, **chiria decontată a fost mult mai mică**, respectiv:

- **Berlin** – pentru **58 mp** chiria a fost între **1.347 – 1576 euro/lună**;
- **Viena** – pentru **82 mp**, chiria a fost între **2.548 – 2.602 euro/lună**;

- **Roma** - pentru **60 mp**, chiria a fost între **1.586 – 1.655 euro/lună**;
- **New York** - pentru **80 mp**, chiria a fost de **2.700 dolari/lună**;
- **Madrid** - pentru **84 mp**, chiria a fost de **2.358 euro/lună**.

✎ În ceea ce privește **evaluarea activității derulate de birourile de promovare turistică din străinătate**, la nivelul ANT **nu există un sistem de evaluare**, respectiv nu au fost stabilite **criterii de performanță**, astfel că, **nu este posibil să se determine eficacitatea activității acestora**.

7. Evaluarea modului de exercitare a atribuțiilor de control cu privire la respectarea legislației specifice de către operatorii economici din domeniul turismului

✎ **Auditul a constatat numărul redus de personal care asigură funcția de control** la nivelul ANT, respectiv acest serviciu funcționează cu un număr de **11 persoane** la nivel național, în condițiile în care, controlul activităților din turism și din industria de agrement este una din atribuțiile de baza ale entității, menită să garanteze siguranța turiștilor, precum și nivelul calitativ așteptat al produselor și serviciilor turistice.

Prin urmare, 11 persoane cu atribuții de control trebuie să verifice îndeplinirea condițiilor de siguranță în desfășurarea activităților și serviciilor din turism (*11.013 structuri de primire turistică destinate cazării, 7.748 structuri cu funcțiuni de alimentație, 3.600 agenții de turism, 167 de pârtii omologat, etc.*), aspect care favorizează apariția unor riscuri în asigurarea siguranței turiștilor.

Autorizația turistică pentru plaje

Potrivit **art. 14 din Ordonanța Guvernului nr. 58/26.08.1998**, utilizarea plajelor în scop turistic se realizează de către operatori economici **care dețin autorizație turistică**, emisă conform normelor metodologice aprobate prin ordin al președintelui Autorității Naționale pentru Turism.

Totodată, potrivit prevederilor **art. 3 alin.(1) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 107/05.09.2002**, Administrația Națională "Apele Române" (ANAR), **are atribuții în administrarea, exploatarea și întreținerea albiilor minore ale apelor, a cuvetelor lacurilor și bălților, în starea lor naturală sau amenajată, a falezei și plajei mării, a zonelor umede și a celor protejate, aflate în patrimoniu.**

În **timpul misiunii de audit**, Curtea de Conturi a României - Departamentul IV, **a solicitat** Administrației Naționale "Apele Române" **informații referitoare la contractele de închiriere a plajei Mării Negre, în perioada 2013-2015.**



Sursa foto: Romania liberă – 23.06.2016

✎ **Auditul a constatat** faptul că, ANT **nu deține informații cu privire la toate** sectoarele de plaje închiriate de ANAR, astfel analizând situația contractelor de închiriere a sectoarelor de plaje, aflate în derulare în perioada 2013-2015, comunicată de ANAR și situația autorizațiilor pentru plaje emise de ANT în aceeași perioadă, **s-au constatat următoarele:**

- în **anul 2013**, un număr de **169** operatori economici au avut încheiate contracte de închiriere pentru suprafața de plajă de **1.325.502 mp**, în condițiile în care **ANT a emis autorizații turistice numai pentru 65** operatori economici pentru suprafața de plajă de **754.881 mp**;

- în anul **2014**, un număr de **191** operatori economici au avut încheiate contracte de închiriere pentru suprafața de plajă de **1.464.262 mp**, în condițiile în care **ANT a emis autorizații turistice numai pentru 50** operatori economici pentru suprafața de plajă de **489.414 mp**;
- în anul **2015**, un număr de **191** operatori economici au avut încheiate contracte de închiriere pentru suprafața de plajă de **1.472.009 mp**, în condițiile în care **ANT nu a emis nici o autorizație** turistică pentru plajă.

Totodată, ANT nu a urmărit și verificat dacă toți operatorii economici care au avut închiriate sectoare de plaje, au avut și autorizație turistică pentru utilizarea lor, fiind constatate 5 cazuri în care operatori economici, care au obținut de la ANT autorizație turistică pentru plajă, nu aveau contracte de închiriere încheiate ANAR.

Atestarea stațiunilor turistice

Conform prevederilor **art. 10** din **Ordonanța Guvernului nr. 58/1998**, *atestarea stațiunilor turistice se face de către Autoritatea Națională pentru Turism, împreună cu autoritățile administrației publice locale, și se aprobă prin hotărâre a Guvernului.*

În perioada auditată, au depus documentații pentru atestarea ca stațiune turistică a unor localități un număr de **16 Primării și Consilii locale**, dintre acestea **doar una singură, respectiv** Primăria Comunei Sucevița, a depus o documentație completă, fiind în curs de elaborare un proiect de Hotărâre de Guvern privind atestarea ca stațiune turistică de interes național a Comunei Sucevița, Jud. Suceava.

Capitolul III

Punctul de vedere al conducerii entității auditate cu privire la aspectele constatate în urma auditului performanței

În urma Ședinței de conciliere, din analiza *Proiectului Raportului de audit de performanță*, **au rezultat divergențe de opinii** cu privire la:

- normele de clasificare a structurilor de primire turistică;
- activitățile derulate în baza unui contract pentru realizarea de acțiuni de promovare și publicitate cu rol în creșterea notorietății destinațiilor și produselor turistice românești;
- achiziționarea de servicii de consultanță pentru coordonarea activităților de promovare a brandului turistic al României și implicit eligibilitatea unor astfel de cheltuieli în cadrul Programului multianual de marketing și promovare turistică;
- participarea operatorilor economici la manifestări expoziționale raportat la posibilitatea instituirii unei scheme de ajutor de minimis.

Ulterior ședinței de conciliere, aspectele rămase în divergență au fost reanalizate de echipa de audit împreună cu reprezentanții ANT, fiind însușite constatările auditorilor publici externi.

Capitolul IV

Măsurile luate de conducerea entității în timpul misiunii de audit al performanței

✚ **Pe parcursul misiunii de audit**, au fost întreprinse următoarele măsuri:

✓ ANT a efectuat verificări asupra *polițelor de asigurare acoperitoare privind asigurarea rambursării cheltuielilor de repatriere și a sumelor achitate de turiști pentru achiziționarea serviciilor sau pachetelor de servicii turistice* deținute de agențiile de turism, în urma acestora retrăgând un număr de 1.384 licențe;

✓ A fost elaborat "*Planul de Marketing Strategic și Operațional pentru turismul României*", în care vor fi prezentate direcțiile de promovare ale României, în perioada 2017-2020;

✓ A fost elaborat *Proiectul de hotărâre de Guvern de aprobare a Master Planului pentru Dezvoltarea Turismului Balnear*;

✓ A fost elaborat *Proiectul Strategiei de ecoturism*;

✓ La inițiativa ANT a fost modificat **art. 3** din **Hotărârii Guvernului nr. 120/17.02.2010**, în sensul că, sumele de la bugetul de stat pentru finanțarea proiectelor de investiții în turism se vor aloca, prin transferuri din bugetul Autorității Naționale pentru Turism către bugetele locale, prin ordin al Președintelui Autorității Naționale pentru Turism;

✓ Prin Ordinul Președintelui ANT nr. 407/30.08.2016, s-a aprobat transferul sumei de **24.815 mii lei** de la bugetul Autorității Naționale pentru Turism, **către bugetele locale**, pentru finanțarea unor proiecte de investiții în turism aflate în derulare;

✓ Prin Ordinul Președintelui ANT nr. 438/22.09.2016, s-a reglementat deplasarea în teritoriu a reprezentanților ANT, în vederea monitorizării proiectelor de investiții în turism, care au primit finanțare prin programul de investiții în infrastructura de turism în perioada 2009-2016. Totodată, Ordinul reglementează modul în care va fi efectuată monitorizarea proiectelor de investiții din turism de către personalul ANT.

Capitolul V

Concluziile generale și recomandările formulate

Concluziile generale rezultate în urma misiunii de audit al performanței sunt următoarele:

Anterior anului 1989, România a reprezentat o destinație turistică importantă pentru piața est-europeană, fiind promovate cu precădere: produse turistice de litoral și balneare, programe și circuite culturale, precum și mânăstirile din nordul Moldovei și din Bucovina. În timp, oferta turistică românească a încetat să evolueze, devenind astfel neatractivă și necompetitivă pe piața internațională.

Ponderea veniturilor din turism în Produsul Intern Brut al României (PIB) a manifestat o tendință de **scădere** în perioada 2008-2010, pentru ca din anul **2011** să se înregistreze o tendință de creștere, ajungând să se situeze în anul **2013** la nivelul de **1,929%**, puțin peste nivelul de **1,901%** înregistrat în anul **2008**.

Raportat la ponderea veniturilor din turism în PIB, România înregistrează aproximativ 47% din media înregistrată în cele 34 țări membre ale OECD, la nivelul anului 2014, ponderi mai reduse înregistrând doar 3 state (Canada, Danemarca și Luxemburg).

Nivelul scăzut al veniturilor realizate de România din sectorul turismului, comparativ cu alte state cu un potențial mult mai scăzut decât al țării noastre, reflectă **incapacitatea factorilor**

decidenți din acest sector în a crea politici durabile, care să genereze o dezvoltare continuă și o creștere a nivelului veniturilor înregistrate în cadrul acestui sector.

Având în vedere impactul pe care acest domeniu îl poate avea asupra economiei naționale, fără implicarea tuturor factorilor decidenți, atât din domeniul turismului, cât și din sectoarele adiacente care participă în mod indirect la dezvoltarea acestui sector, și fără stabilirea unor **strategii și politici comune între aceste sectoare, nu se poate realiza performanță în sectorul turismului.**

La nivel național, în perioada auditată, în ceea ce privește numărul de unități de cazare nou înființate, au fost înregistrate creșteri în zona montană (30%) și în zona Deltei Dunării (28%), iar în ceea ce privește numărul turiștilor sosiți în structurile de primire turistică s-a constatat o creștere în anul 2015, față de anul 2013, atât în ceea ce privește numărul de turiști români, respectiv cu 23,5%, cât și în ceea ce privește numărul turiștilor străini, respectiv cu 30%.

În ceea ce privește **indicele de utilizare a capacităților de cazare turistică, în perioada 2013-2015, s-a constatat creșterea gradului de ocupare a structurilor de primire turistică** (de la 25,1% în anul 2013 la 28,7% în anul 2015), iar în cadrul acestora, **creșteri semnificative au înregistrat hotelurile** (de la 31,7% la 36,2%) și **hotelurile apartament**(de la 19,9% la 46,7%).

În scopul protecției turiștilor, oferirea, comercializarea serviciilor și a pachetelor de servicii turistice, precum și crearea de produse turistice pe teritoriul României, au fost înființate **agenții de turism**, astfel că **în perioada auditată s-au aflat în derulare un număr de 3.236 licențe de turism acordate agențiilor de turism.**

În ceea ce privește **evoluția numărului de turiști beneficiari de acțiuni turistice organizate de agențiile de turism**, în perioada 2013-2015, se constată atât o creștere cu peste 24% a numărului de turiști români și străini care au beneficiat de servicii turistice pe teritoriul României, cât și o creștere cu peste 21% a numărului de turiști români care au călătorit în afara teritoriului României.

Referitor la măsurile de protecție a turiștilor, luate de agențiile de turism, deși conform prevederilor **art. 10 alin. 5 din Hotărârea Guvernului nr. 1267/2010 este interzisă desfășurarea de activități turistice specifice agențiilor de turism de către operatorii economici cu licența de turism expirată sau fără deținerea poliței valabile de asigurare** privind asigurarea rambursării cheltuielilor de repatriere și/sau a sumelor achitate de turiști pentru achiziționarea serviciilor/pachetelor de servicii turistice, în cazul insolvenței sau a falimentului agenției de turism, la nivelul ANT **nu a existat o evidență a polițelor de asigurare încheiate de agențiile de turism posesoare de licență în turism.**

Este de notorietate faptul că, în anul 2016, două importante agenții de turism (Genius Travel SRL – Dosar nr. 31700/3/2016 și Marea Comtur SRL – Dosar nr. 4272/97/2016) au solicitat instanțelor de judecată deschiderea procedurilor de insolvență, **mii de turiști fiind puși în pericol de a-și pierde astfel sumele de bani achitate pentru achiziția de pachete turistice.**

Din punct de vedere al existenței unor strategii în turism, s-a constatat faptul că, atât anterior, cât și în timpul perioadei auditate, ANT **nu a elaborat și nu a supus aprobării Guvernului României o Strategie de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung.**

În fapt, în anul 2007, Guvernul României a stabilit că este necesară elaborarea unui **Master Plan al dezvoltării turismului**, pentru a pune bazele implementării unei abordări durabile a dezvoltării turismului din România. Astfel, a fost elaborat **Master Planul pentru turismul național al României 2007 – 2026, care nici până la data finalizării misiunii de audit nu a fost aprobat printr-o Hotărâre de Guvern.**

În ceea ce privește patrimoniul turistic, deși ANT are atribuții în gestionarea **patrimoniului turistic** în ceea ce privește *atestarea, evidențierea și monitorizarea valorificării și protejării patrimoniului turistic*, **nu se cunoaște patrimoniul turistic al României**, ca urmare a faptului că, ANT **nu a întocmit metodologia de înscriere, atestare și criteriile de evidențiere a patrimoniului turistic și implicit nu a emis certificate de atestare a patrimoniului turistic.**

Referitor la finanțarea activităților desfășurate de ANT, în perioada 2013-2015, au fost alocate fonduri în sumă de **112.225 mii lei** (reprezentând **0,03%** din cheltuielile totale aprobate prin legea bugetului de stat) pentru derularea a 2 Programe (*Programul multianual de marketing și promovare turistică și Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice*), pentru care, au fost efectuate plăți în sumă de **89.652 mii lei**, rezultând un grad de execuție de cca. **80%, astfel:**

- pentru *Programul multianual de marketing și promovare turistică* au fost efectuate plăți în sumă de **88.109 mii lei**, plățile semnificative au fost efectuate pentru: organizarea și participarea la **manifestări expoziționale interne/externe (târguri - 28.665 mii lei – 32,53 %)**, **promovarea turismului prin campanii TV, radio și on-line (25.752 mii lei – 29,23%)** și organizarea de **evenimente și misiuni (15.915 mii lei – 18,06%)**;

- pentru *Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice* au fost efectuate plăți în sumă de **1.543 mii lei**, pentru **servicii tipografice, studii și servicii de consultanță (643 mii lei – 41,7%)** și pentru **finanțarea proiectelor de investiții în turism (900 mii lei – 58,3%)**.

Din analiza plăților efectuate în perioada **2013-2015**, pentru *Programul multianual de marketing și promovare turistică*, în suma de **88.109 mii lei**, s-au remarcat următoarele aspecte:

- **creșterea plăților efectuate din FEDER** în 2014, față de 2013, respectiv de la **18.722 mii lei** în 2013, la **36.866 mii lei** în 2014, după care în anul **2015** s-a înregistrat o scădere la **31.396 mii lei**, iar pe activități finanțate, plăți semnificative au fost efectuate pentru: **promovare TV, organizare de evenimente interne și târguri internaționale;**

- plățile efectuate din finanțare de la bugetul de stat s-au situat între **319 mii lei** (anul 2013) și **423 mii lei** (anul 2014), din care, pe activități, plăți semnificative au fost efectuate pentru participarea la **târguri internaționale;**

În ceea ce privește modul în care a fost efectuată **angajarea, lichidarea și ordonanțarea cheltuielilor** din fonduri publice, în perioada 2013-2015, **pentru derularea celor două programe**, auditul a constatat faptul că, **situațiile financiare anuale nu oferă o imagine fidelă și reală a operațiunilor economico-financiare efectuate**, respectiv au fost constatate **diferențe** în sumă de **4.020.280 lei**, între **plățile efectuate de ANT și plățile raportate în situațiile financiare.**

Din perspectiva nevoilor de dezvoltare și de finanțare a sectorului, auditul a constatat:

- un **grad redus** de absorbție a fondurilor europene, respectiv de **cca 39%**, calculat ca raport între **sumele autorizate** până la data finalizării misiunii de audit, în cuantum de **128.224.961 lei** și sumele alocate acestei operațiuni, respectiv **75 milioane euro** (echivalentul a **330 milioane lei**, la un curs de schimb de 4,4 lei/euro);

- **gradul ridicat de reziliere** a unor contracte de finanțare în sensul că, **din cele 25 de contracte de finanțare** semnate cu MDRAP, în calitate de Autoritate de Management pentru Programul Operațional Regional 2007-2013, în perioada **2013-2015**, un număr de **16 contracte de finanțare în valoare totală de 64.419.907 lei**, au fost reziliate, motivat de: **gradul redus de realizare, de sub 50%, depunerea cu întârziere a proiectelor, întârzierea finalizării**

achizițiilor prevăzute în proiect și respectiv perioade insuficiente pentru implementarea acestuia.

Raportat la modul în care au fost organizate acțiunile de promovare a turismului românesc în cadrul manifestărilor expoziționale, din analiza tarifelor practicate de operatorii economici care amenajează și decorează standurile naționale la manifestările expoziționale, **s-a constatat acceptarea de către ANT a unor tarife supraevaluate ce conduce la ideea că aceștia își fundamentează tarifele în funcție de bugetul alocat de ANT**, și nu pe baza costurilor real înregistrate de aceștia, respectiv **în cazul în care ANT alocă un buget mai mare pentru organizarea unei manifestări, operatorii majorează prețurile produselor/serviciilor în funcție de buget, fără a avea la bază o justificare economică.**

În concluzie, sumele destinate activității de promovare a turismului românesc prin participarea ANT la diverse târguri de turism organizate în afara țării nu au fost utilizate în mod eficient întrucât, în unele situații, **achiziția de servicii privind amenajarea/dotarea standurilor expoziționale s-a realizat la prețuri supraevaluate, iar în ceea ce privește achiziția de materiale promoționale, decontarea s-a realizat fără documente justificative.**

În ceea ce privește alocarea fondurilor de la bugetul de stat pentru realizarea unor 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, se remarcă ineficiența alocării de fonduri, **în sensul că**, unele proiecte inițiate de ANT, **ce urmau a fi finanțate din FEDR, nu și-au atins scopul.**

În ceea ce privește promovarea brandului turistic național cu ocazia promovării unor evenimente ce au avut loc în perioada 2013-2014, **achiziția unor servicii s-a realizat fără o fundamentare riguroasă, iar decontarea lor s-a efectuat fără respectarea clauzelor contractuale și la prețuri supraevaluate**, respectiv la **prețuri mai mari decât prețurile practicate de același furnizor sau decât cele existente pe piață, ceea ce conduce la utilizarea ineficientă a fondurilor** pentru promovarea brandului turistic național.

Referitor la materialele de promovare ale turismului național, s-a remarcat existența unor stocuri de materiale fără mișcare **cu o vechime mai mare de 3 ani**, în valoare de **4.671.310 lei**, constând în principal în hărți, broșuri și albume, o parte dintre acestea fie au fost recepționate cu greșeli de editare, fie informația cuprinsă în cadrul lor și-a pierdut actualitatea.

Referitor la proiectele de investiții în turism, pentru care prin *Hotărârea Guvernului nr. 1762/13.12.2006*, s-a alocat pentru realizarea studiilor de fezabilitate și a proiectelor tehnice suma de **20.600 mii lei**, **deși au trecut aproximativ 10 ani** de la data aprobării actului normativ, pentru **6 obiective de investiții (16,6%) nu au fost realizate studiile de fezabilitate și proiectele tehnice.**

Prin *Hotărârea Guvernului nr. 120/17.02.2010*, cu modificările și completările ulterioare, **s-au aprobat 186 proiecte** de investiții în turism, remarcându-se faptul că **instituțiile abilitate au fost interesate în aprobarea de noi obiective de investiții și mai puțin în continuarea și finalizarea celor aprobate/începute anterior**, astfel că, la data finalizării raportului de audit, **118 proiecte** de investiții în turism, reprezentând cca **63%**, din totalul de **186 proiecte** aprobate prin hotărârile de Guvern emise anterior, **nu au fost începute, autoritățile publice locale cărora le-au fost repartizate neluând nicio măsură pentru realizarea acestora.**

În ceea ce privește finanțarea acestor proiecte în turism, deși la **art. 3 din Hotărârea Guvernului nr. 120/17.02.2010** s-a prevăzut ca sumele de la bugetul de stat pentru finanțarea proiectelor de investiții în turism **se alocă, către bugetele locale, în completarea surselor**

proprii ale acestora, în perioada **2009-2015**, **plățile efectuate de la bugetul de stat au reprezentat 71,49% (779.336 mii lei)** din totalul plăților efectuate pentru derularea contractelor de lucrări aferente proiectelor de investiții în turism, **în timp ce ponderea plăților efectuate de la bugetele locale a fost de 28,51% (310.827 mii lei)**.

Deși majoritatea lucrărilor de investiții au fost începute în perioada 2009-2011, la finele anului 2015 **doar cca. 47% (490.542 mii lei)** din valoarea contractată, de **1.041.446 mii lei**, a **fost decontată** societăților care au încheiat contracte de execuție lucrări cu unitățile administrative teritoriale.

În ceea ce privește derularea contractelor de investiții în turism, ca urmare a efectuării unor misiuni de audit/control la nivelul unităților administrativ-teritoriale de către Camerele de conturi, s-au constatat abateri de la legalitate și regularitate care au generat **efectuarea de plăți suplimentare în sumă estimată de 43.911 mii lei**.

Modul de urmărire a realizării lucrărilor aferente obiectivelor de investiții, a scos în evidență **lipsa monitorizării anuale** a lucrărilor de investiții aflate în curs de execuție, precum și a proiectelor de investiții în turism finalizate, deși potrivit **Hotărârii Guvernului nr. 9/09.01.2013**, ANT are atribuții în **monitorizarea investițiilor, pentru proiectele din domeniile sale de activitate, pe care ministerul le finanțează, în vederea atingerii scopului pentru care au fost aprobate**.

Din **109 centre naționale de informare și promovare turistică** finalizate în perioada 2012-2015, doar pentru 32 de centre, Consiliile locale și județene au solicitat la ANT acreditarea acestora.

La nivelul ANT **nu există un sistem de evaluare a activității derulate de birourile de promovare** turistică din străinătate, respectiv nu au fost stabilite **criterii de performanță, astfel că nu este posibil să se determine eficacitatea activității acestora**.

Referitor la utilizarea plajelor în scop turistic, deși dispozițiile legale prevăd utilizarea lor de către operatori economici **care dețin autorizație turistică**, ANT **nu a urmărit și verificat** dacă toți operatorii economici care au avut închiriate sectoare de plaje au avut și autorizație turistică pentru utilizarea lor.

În ceea ce privește atestarea ca stațiune turistică a unor localități, doar Primăria Comunei Sucevița a depus o documentație completă, fiind în curs de elaborare un proiect de Hotărâre de Guvern privind atestarea ca stațiune turistică de interes național a Comunei Sucevița, Jud. Suceava.

Recomandările formulate în urma derulării misiunii de audit:

Conducerea Autorității Naționale pentru Turism va analiza aspectele prezentate în Raportul de audit al performanței și va dispune măsurile adecvate pentru:

➤ **Referitor la punctul 1 – “Evaluarea organizării structurale a entității auditate, în vederea îndeplinirii atribuțiilor stabilite prin legislația specifică”**

- **Disponerea de măsuri** care să conducă la organizarea direcțiilor de specialitate și dimensionarea lor, corespunzător atribuțiilor și rolului ANT, astfel încât procesul informațional să fie coerent și să asigure o circulație rapidă, în toate sensurile, atât intra- instituțional cât și extra-instituțional.

➤ **Referitor la punctul 2 – “Analiza situației actuale a turismului românesc”**

- **Disponerea de măsuri** care să conducă la elaborarea condițiilor și criteriilor de autorizare **pentru toate formele de structuri de primire turistică** definite la **art. 2** din *Ordonanța Guvernului nr. 58/21.08.1998*;

- **Inițierea de măsuri**, în limita competențelor stabilite prin actele normative, care să conducă la definirea și clasificarea structurilor de primire turistică printr-o **hotărâre de Guvern**;

- **Disponerea de măsuri** pentru elaborarea și implementarea **unor proceduri interne privind evidența** tuturor polițelor de asigurare pe care agențiile de turism au obligația să le încheie pentru a-și desfășura activitatea în conformitate cu prevederile legale în vigoare. În acest sens, se recomandă extinderea verificărilor asupra tuturor operatorilor economici care desfășoară activități specifice agențiilor de turism, în vederea identificării cazurilor în care derularea acestor activități s-a efectuat/se efectuează fără a avea la bază o poliță de asigurare valabilă *pentru asigurarea rambursării cheltuielilor de repatriere și/sau a sumelor achitate de turiști pentru achiziționarea serviciilor/ pachetelor de servicii turistice, în cazul insolvenței sau a falimentului agenției de turism*, iar pentru cazurile identificate, se recomandă dispunerea de măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege, inclusiv de constatare a contravențiilor și de aplicare a sancțiunilor contravenționale prevăzute de lege;

- **Efectuarea unei analize asupra** nivelului sumelor asigurate prin polițele de asigurare *privind asigurarea rambursării cheltuielilor de repatriere și/sau a sumelor achitate de turiști pentru achiziționarea serviciilor/ pachetelor de servicii turistice, în cazul insolvenței sau a falimentului agenției de turism*, evaluarea acestui nivel și analiza posibilității stabilirii **valorii sumei asigurate în funcție de anumiți indicatori** (ex. numărul de pachete turistice vândute, valoarea pachetelor turistice vândute, etc.), astfel încât consumatorii de servicii turistice să fie asigurați integral pentru serviciile achiziționate;

- **Extinderea verificărilor** asupra tuturor licențelor de turism aflate în vigoare, **în vederea identificării cazurilor de licențe acordate altor entități/persoane decât entităților cu personalitate juridică**, iar pentru cazurile identificate se recomandă dispunerea de măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Extinderea verificărilor** asupra asociațiilor și organizațiilor, fără scop lucrativ sau patrimonial, din domeniul turismului, în vederea identificării cazurilor de asociații/organizații care au dobândit personalitate juridică fără avizul Autorității Naționale pentru Turism, iar pentru cazurile identificate se recomandă dispunerea de măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege.

➤ **Referitor la punctul 3 – “Evaluarea modului în care s-au realizat și implementat politicile și strategiile Guvernului în domeniul dezvoltării turismului și al programelor de promovare turistică”**

- **Disponerea de măsuri** care să conducă la elaborarea *Strategiei de dezvoltare a turismului pe termen mediu și lung*, precum și a aprobării acesteia prin hotărâre a Guvernului;

- **Întreprinderea de măsuri**, în limita competențelor stabilite prin actele normative, care să conducă la aprobarea prin hotărâre a Guvernului a *Master Planului pentru dezvoltarea turismului balnear și a Strategiei naționale de dezvoltare a ecoturismului în România*;

- **Întreprinderea de măsuri**, în limita competențelor stabilite prin actele normative, care să conducă la elaborarea și aprobarea *strategiei calității serviciilor turistice din România*, precum și a *strategiei turismului cultural*.

➤ **Referitor la punctul 4 – “Patrimoniul turistic”**

- **Disponerea de măsuri** privind gestionarea **în mod eficient a Patrimoniului turistic al României**, în sensul întocmirii metodologiei de înscriere, atestare și criteriile de evidențiere a patrimoniului turistic și implicit pentru emiterea de certificate de atestare a patrimoniului turistic.

➤ **Referitor la punctul 5 – “Evaluarea programelor de marketing, promovare și dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice”**

- **Angajarea, lichidarea și ordonanțarea**, în condițiile legii, a cheltuielilor din fonduri publice, precum și dispunerea de măsuri pentru identificarea și eliminarea cauzelor care au generat neconformitățile prezentate în Raportul de audit al performanței, referitoare la diferențele constatate între plățile efectuate de ANT și cele raportate în situațiile financiare;

- **Identificarea cauzelor** care au generat înregistrarea unui grad redus de absorbție a fondurilor nerambursabile alocate în cadrul Axei prioritare 5 a Programului Operațional Regional – operațiunea “*Crearea unei imagini pozitive a României, ca destinație turistică, prin definirea și promovarea brandului turistic național*”, după care, se recomandă dispunerea de măsuri care să conducă la eliminarea cauzelor identificate, precum și la creșterea gradului de absorbție, având în vedere necesitatea finanțării acestui sector;

- **Extinderea verificărilor asupra contractelor** de finanțare semnate cu AMPOR în vederea **identificării contractelor** care au fost reziliate și a **cauzelor** aferente, iar pentru cazurile identificate se vor dispune măsuri care să conducă la eliminarea acestora, astfel încât, pe viitor astfel de cazuri să fie eliminate. Acest aspect trebuie urmărit și în cazul cererilor de finanțare, care ulterior depunerii au fost respinse sau retrase;

- **Elaborarea și implementarea** la nivelul instituției a unor **proceduri de sistem** care să detalieze atribuțiile și activitățile desfășurate pentru promovarea brandului turistic conform obligațiilor asumate de entitate prin contractele de finanțare încheiate cu AM POR;

- **Disponerea de măsuri care să conducă la organizarea unei evidențe analitice** a cheltuielilor și a plăților aferente contractelor derulate de ANT, pentru fiecare activitate specifică din cadrul *Programului multianual de marketing și promovare turistică*, respectiv a unei evidențe **a sumelor virate de AM POR** în urma autorizării cererilor de rambursare depuse;

- **Disponerea de măsuri care să conducă la fundamentarea** bugetului de venituri și cheltuieli **pe fiecare activitate de promovare a brandului turistic național**;

- **Disponerea de măsuri** care să conducă la **aprobarea tuturor manifestărilor expoziționale de turism organizate în țară**, la care ANT participă, prin Ordin al Președintelui ANT. În acest sens, se recomandă participarea numai la acele manifestări expoziționale aprobate prin Ordin al Președintelui ANT;

- **Inițierea de consultări** cu Consiliul Concurenței, în temeiul **art. 8 din O.U.G. nr. 77/2014**, în vederea stabilirii dacă **măsurile de sprijin acordate** operatorilor economici pentru participarea la **manifestări expoziționale de turism în țară și în străinătate, se încadrează în categoria** ajutoarelor de stat/minimis. În funcție de rezultatul consultărilor, se vor dispune măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege privind participarea operatorilor economici la **manifestările expoziționale de turism în țară și în străinătate**;

- **Elaborarea și implementarea de proceduri** privind **organizarea selecției participanților** (operatorilor economici) la manifestările expoziționale de turism organizate în țară și străinătate, în mod transparent, prin stabilirea unor criterii de departajare în procedura de selecție a operatorilor, precum și prin organizarea unui proces de selecție eficient, astfel încât, să fie eliminate cazurile în care, fie nu au fost încheiate Procese verbale de selecție, fie de la dosarele de selecție lipsesc o serie de documente.

- **Inițierea de consultări cu ANAF** în vederea **verificării îndeplinirii criteriilor referitoare la neînregistrarea de datorii și la inexistența unor proceduri de executare silită**, de către operatorii economici care solicită participarea la manifestările expoziționale de turism. În acest context, pentru perioada 2013-2015, se recomandă solicitarea de informații de la ANAF, în vederea reanalizării situațiilor în care se aflau operatorii economici care au participat la manifestările expoziționale, iar pentru cazurile identificate în care operatorii înregistrau datorii

și/sau se aflau în stare de executare silită, se recomandă dispunerea de măsuri conform atribuțiilor stabilite prin lege. Aceasta, întrucât ANAF, prin Adresa nr. 3141/EDD/27.10.2016 (anexată la prezenta), **la solicitarea Curții de Conturi privind situația fiscală a 11 operatori economici, confirmă faptul că, 5 operatori economici înregistrau debite restante la data la care au solicitat participarea la manifestarea expozițională EIBTM Barcelona 2015;**

- **Dispunerea de măsuri** și urmărirea publicării în Monitorul Oficial al României a actelor normative (ordine) aprobate de Președintele ANT, în special a celor prin care se reglementează activitatea de selecție a participanților la manifestările expoziționale, precum și a celor prin care sunt stabilite manifestările expoziționale de turism la care participă ANT. În acest context, se recomandă extinderea verificărilor asupra tuturor Ordinelor emise de președintele ANT în perioada 2013-2015, în vederea identificării cazurilor în care deși pentru intrarea în vigoare se impunea publicarea în Monitorul Oficial al României, Partea I, acest fapt nu s-a realizat, iar pentru cazurile identificate se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Dispunerea de măsuri** privind reanalizarea modului în care operatorii economici care solicită participarea la manifestările expoziționale de turism la care participă ANT, fac dovada îndeplinirii criteriilor de selecție, respectiv impunerea verificării îndeplinirii și respectării criteriilor de selecție în baza unor documente oficiale eliberate de organele competente din domeniul respectiv (ex: ANAF, Oficiul Național al Registrului Comerțului, Consiliul Concurenței). În acest context, se recomandă **colaborarea cu instituțiile/entitățile** care dețin și gestionează astfel de informații, astfel încât, aceste instituții să furnizeze direct către ANT datele solicitate referitoare la aceste societăți;

- **Efectuarea unei analize** asupra modului în care s-a efectuat selecția operatoriiilor economici care au participat la manifestările expoziționale de turism derulate în perioada 2013-2015, în vederea identificării cazurilor de operatori care au participat la aceste manifestări deși nu au îndeplinit criteriile de selecție sau a celor care nu au depus întreaga documentație solicitată, iar pentru cazurile constatate (inclusiv cazurile prezentate în Raportul de audit al performanței) se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege.

- **Elaborarea și implementarea unui sistem de monitorizare** a programului de participare la manifestările expoziționale de turism la care participă ANT, prin care să se poată urmări impactul pe care îl are participarea la manifestările expoziționale, respectiv analiza posibilității stabilirii unor indicatori de măsurare a impactului derulării acestor evenimente, care să permită evaluarea feedback-ului pe care utilizarea fondurilor alocate cu această destinație îl are asupra sectorului;

- **Elaborarea și implementarea unor proceduri** cu privire la modul în care se organizează participarea la manifestările expoziționale de turism, astfel încât, să fie eliminate cazurile în care se contractează spații și se achiziționează servicii de amenajare pentru un număr mai mare de operatori co-expozanți față de cel al operatorilor participanți, fapt ce generează o alocare ineficientă a fondurilor publice;

- **Extinderea verificărilor** asupra modului de derulare a manifestărilor expoziționale de turism la care ANT a participat în perioada 2013-2015, în vederea identificării cazurilor în care, din fondurile alocate pentru participarea la evenimentele organizate în străinătate au fost achiziționate servicii pentru organizarea unor evenimente *în afara standului din cadrul târgului de turism*, iar pentru cazurile constatate (inclusiv cazurile prezentate în Raportul de audit al performanței) se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Elaborarea și implementarea unor proceduri operaționale** privind modul de stabilire a valorii estimate a contractelor de servicii de amenajare standuri expoziționale, care să prevadă fundamentarea costurilor pentru fiecare element de deviz, **precum și a unor standarde de cost** pentru achiziția de servicii/produse atât pentru amenajarea standului la manifestările expoziționale, cât și pentru serviciile de realizare a materialelor și obiectelor promoționale, astfel încât, să se elimine situațiile în care, deși conceptul standului este asemănător în ceea ce privește dotarea acestuia (infodesk-uri, mese, scaune plastic, etc.) și/sau obiectele/materialele promoționale (hărți, suveniruri, etc.) au aceleași caracteristici, iar **achiziția de servicii/produse s-a efectuat de la același prestator, prețurile la care s-au contractat și decontat serviciile/produsele au fost diferite;**

- **Extinderea verificărilor** pentru identificarea cazurilor în care pentru amenajarea standurilor la manifestările expoziționale de turism din perioada 2013-2015, au fost efectuate achiziții de servicii și produse la prețuri supraevaluate față de ofertele prezentate pentru alte evenimente de aceeași operatori sau față de prețurile practicate pe piața de profil, precum și a cazurilor în care decontarea unor servicii a fost efectuată fără a avea la bază documente justificative, iar pentru cazurile constatate (inclusiv cazurile prezentate în Raportul de audit al performanței) se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Disponerea de măsuri** privind crearea și actualizarea unei **baze de date** cu prețurile practicate de firmele de profil în organizarea de evenimente și manifestări expoziționale, fie prin efectuarea de solicitări periodice de la operatori economici de profil, fie prin analiza comparativă a ofertei prezentate pe internet, astfel încât, să fie eliminate situațiile în care operatorii care prestează serviciile de amenajare a standurilor la manifestările expoziționale de turism, prezintă oferte de preț mult mai mari față de ofertele prezentate pentru alte evenimente sau față de prețurile practicate pe piața de profil;

- **Efectuarea unei analize** asupra modului în care, în perioada 2013-2015, au fost utilizate fondurile pentru achiziția bunurilor utilizate la amenajarea și decorarea standurilor închiriate în cadrul manifestărilor expoziționale de turism. În acest context, având în vedere faptul că, modelul de stand și recuzita utilizată pentru amenajarea și decorarea standurilor a fost în multe cazuri similară, se recomandă analiza achiziției acestor bunuri și servicii, pentru participarea cu același concept de stand, la mai multe manifestări, eliminându-se astfel situațiile în care tarifele de închiriere pentru aceste bunuri sunt mult mai mari decât prețul de achiziție al unui nou produs de același tip;

- **Elaborarea și implementarea unor proceduri operaționale** privind modul de decontare a materialelor și obiectelor promoționale care sunt distribuite la manifestările expoziționale de turism, respectiv acceptarea decontării acestor produse numai în baza documentelor justificative care să ateste realitatea achiziției la nivelul sumelor decontate. În acest context, având în vedere faptul că, în perioada auditată, materialele și obiectele promoționale distribuite în cadrul manifestărilor expoziționale de turism au fost în cele mai multe cazuri similare, se recomandă analiza achiziției acestor bunuri pentru participarea la mai multe manifestări, direct de ANT, eliminându-se astfel, situațiile în care prețurile unitare pentru aceste bunuri diferă de la un eveniment la altul;

- **Elaborarea și implementarea unor proceduri operaționale** privind modul de decontare a serviciilor de organizare de evenimente cu rol în promovarea și dezvoltarea destinațiilor turistice, respectiv condiționarea decontării acestor servicii (cazare, transport, masă, etc.) de prezentarea de documente justificative care să confirme realitatea serviciilor prestate;

- **Elaborarea și implementarea unui sistem de monitorizare** a evenimentelor derulate de ANT cu rol în *promovarea și dezvoltarea destinațiilor turistice*, prin care să se poată urmări impactul pe care l-a avut derularea acestor evenimente, respectiv stabilirea unor indicatori de măsurare a impactului derulării acestor evenimente, care să permită evaluarea feedback-ului pe care utilizarea fondurilor alocate cu această destinație îl are asupra sectorului;

- Întreprinderea de măsuri, în limita competențelor stabilite prin actele normative, care să conducă la crearea cadrului legal privind **stabilirea cheltuielilor eligibile ce pot fi efectuate** pentru *realizarea acțiunilor 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*;

- **Identificarea și urmărirea implementării de măsuri care să conducă la creșterea gradului de realizare a proiectelor** pentru realizarea unor 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*, **în sensul realizării tuturor activităților care fac obiectul proiectelor pentru care au fost angajate fonduri cu această destinație**;

- **Elaborarea și implementarea unor proceduri operaționale** privind modul de stabilire a valorii estimate a contractelor de *servicii de promovare a brandului turistic național*, astfel încât, să fie eliminate situațiile în care operatorii care prestează aceste servicii să prezinte oferte de preț mult mai mari față de ofertele prezentate pentru alte evenimente sau față de prețurile practicate pe piața de profil. În acest context, se recomandă extinderea verificărilor pentru perioada 2013-2015, în vederea identificării cazurilor în care pentru *promovarea brandului turistic național*, au fost efectuate achiziții de servicii și produse la prețuri supraevaluate față de ofertele prezentate pentru alte evenimente de aceeași operatori sau față de prețurile practicate pe piața de profil, precum și a cazurilor în care, decontarea unor servicii a fost efectuată fără a avea la bază documente justificative, iar pentru cazurile constatate (inclusiv cazurile prezentate în Raportul de audit al performanței) se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Extinderea verificărilor** asupra contractelor de *servicii de promovare a brandului turistic național*, derulate în perioada 2013-2015, în vederea identificării cazurilor în care din fondurile alocate pentru aceste activități **au fost decontate servicii la valori mai mari decât cele din devizul ofertă**, precum și a cazurilor în care, **decontarea serviciilor s-a efectuat cu nerespectarea clauzelor contractuale** (inclusiv fără documente justificative), iar pentru cazurile constatate (inclusiv cazurile prezentate în Raportul de audit al performanței) se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Extinderea verificărilor** asupra contractelor de *servicii de promovare prin intermediul inserțiilor publicitare*, derulate în perioada 2013-2015, în vederea identificării cazurilor în care din fondurile alocate pentru aceste activități **au fost decontate servicii la valori mai mari decât cele din devizul ofertă**, precum și a cazurilor în care **decontarea serviciilor s-a efectuat cu nerespectarea clauzelor contractuale** (inclusiv fără documente justificative), iar pentru cazurile constatate (inclusiv cazurile prezentate în Raportul de audit al performanței) se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Elaborarea și implementarea unor proceduri operaționale** privind modul de fundamentare și de realizare a *achiziției de materiale de promovare*, în baza cărora, achiziția de materiale de promovare să fie efectuată în cantități raportate la necesitățile curente și la

posibilitățile de distribuire ale acestora, pentru a se elimina stocurile de astfel de produse și imobilizarea inefficientă de fonduri publice;

- **Extinderea verificărilor** asupra activității de realizare a materialelor de promovare, în vederea identificării cazurilor în care din fondurile alocate pentru aceste activități **au fost decontate produse (hărți, albume, broșuri, etc.) care au fost recepționate cu greșeli de editare, sau au fost achiziționate în cantități supradimensionate și nedistribuite, ceea ce face ca la acest moment informațiile din aceste materiale să nu mai fie de actualitate**, iar pentru cazurile constatate (inclusiv cazurile prezentate în Raportul de audit al performanței) se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Extinderea verificărilor** asupra modului în care au fost angajate și efectuate plăți pentru achiziția de servicii de consultanță privind activitățile de promovare a turismului derulate de ANT, în vederea identificării cazurilor de achiziții de servicii de management/consultanță în condițiile în care prin actele normative nu era prevăzută posibilitatea achiziției și decontării acestor servicii, iar pentru cazurile constatate (inclusiv cazurile prezentate în Raportul de audit al performanței) se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Disponerea de măsuri** care să conducă la **monitorizarea permanentă** (inclusiv cu deplasări la fața locului) a lucrărilor de investiții în infrastructura turistică, aflate în curs de execuție, precum și a proiectelor de investiții finalizate, în vederea îndeplinirii scopului pentru care au fost aprobate;

În acest context, se recomandă extinderea verificărilor asupra investițiilor în infrastructura turistică, în vederea inventarierii investițiilor realizate precum și a celor aflate în curs, pentru care se va stabili (inclusiv cu deplasări la fața locului) stadiul actual al lucrărilor de investiții, a identificării investițiilor începute și abandonate, a investițiilor aprobate și neîncepute, a investițiilor finalizate dar care nu funcționează în scopul în care au fost aprobate și realizate, pentru care se vor stabili cauzele, iar pentru cazurile identificate se recomandă **stabilirea unor criterii de prioritizare a realizării proiectelor de investiții, identificarea necesarului de fonduri ce trebuie alocate în vederea finalizării obiectivelor, raportat la sursele proprii ale Unităților Administrativ Teritoriale beneficiare**, precum și disponerea de măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege;

- **Întreprinderea de măsuri**, în limita competențelor stabilite prin actele normative, care să conducă la **acreditarea Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică**, precum și la **reglementarea modului de funcționare a Centrelor Locale de Informare și Promovare Turistică**, astfel încât, funcționarea acestor centre să se realizeze în mod unitar, în scopul promovării turismului național.

➤ **Referitor la punctul 6 – “Evaluarea activităților desfășurate de birourile de promovare turistică din străinătate”**

- **Disponerea de măsuri** privind instituirea unui sistem de evaluare a activităților derulate de birourile de promovare din străinătate, respectiv stabilirea unor **criterii de performanță** pentru evaluarea activităților desfășurate de aceste structuri, astfel încât, să poată fi cuantificate rezultatele obținute raportat la resursele utilizate;

- **Disponerea de măsuri** privind *analiza fondurilor alocate și utilizate pentru funcționarea birourilor de promovare și informare turistică din străinătate*, în special a celor utilizate pentru închirierea spațiilor în care personalul acestor structuri își desfășoară activitatea, și identificarea unor măsuri care să conducă la utilizarea în condiții de economicitate a acestor fonduri.

➤ **Referitor la punctul 7 – “Evaluarea modului de exercitare a atribuțiilor de control cu privire la respectarea legislației specifice de către operatorii economici din domeniul turismului”**

• **Disponerea de măsuri** privind încheierea unui protocol cu Administrația Națională “Apele Române” privind schimbul de date și informații referitoare la contractele de închiriere/concesiune a sectoarelor de plajă, în vederea identificării operatorilor care au avut/au încheiate contracte de concesiune/inchiriere a sectoarelor de plajă fără a deține autorizație turistică pentru utilizarea lor, iar pentru cazurile identificate (inclusiv cele prezentate în Raportul de audit al performanței) se recomandă să se dispună măsuri conform atribuțiilor și competențelor stabilite de lege, **inclusiv de constatare a contravențiilor și de aplicare a sancțiunilor.**