

ANEXA 4

Întrebări care-și caută răspuns consensual în scopul asigurării unei funcționalități optime a OMD în România

1. Care este viziunea optimă privind formulele de organizare și finanțare a Organizațiilor de Management al Destinației (OMD)?
2. Care este teritoriul acoperit de o destinație turistică: local, județean, regional, național?

Considerații:

- Comunele cu potențial turistic să se adune în jurul OMD județean;
- Doar municipiile, stațiunile reprezentative și orașele mari cu multe paturi de cazare să înființeze OMD locale;
- Să precizăm prin politica publică câte paturi de cazare trebuie să existe minimum într-o localitate pentru a fi declarat stațiune și a putea înființa un OMD local;
- O comună nu are puterea să își facă singură promovare prin participări la târguri internaționale, pliante, website, portal de rezervări, evenimente gastronomice și festivaluri culturale;
- O comună nu are resurse pentru instruirea personalului din turism;
- O comună are nevoie de susținere din bugetul județean, nu încasează suficient din taxa locală de promovare;
- OMD central să fie finanțată de la bugetul Ministerului Turismului, nu din taxele locale din turism;
- OMD central să promoveze brandul de țară.

3. Cum facem OMD regionale fără regionalizare administrativă și descentralizarea deciziilor în turism?

Considerații:

- E insuficient doar cu Agențiile de Dezvoltare Regionale (ADR) și cu Consiliile de Dezvoltare Regionale (CDR), fără autorități publice regionale care să aibă buget și să poată încasa taxe.
- Politica publică a OMD este situată între centralizare, regionalizare și descentralizare.

4. Cum procedăm atunci când resursele naturale, antropice, culturale și de patrimoniu nu se suprapun peste o Unitate Administrativ Teritorială (UAT) actuală?

Considerații:

- Vezi rețeaua de destinații tematice (balneo, ecoturism) sau asociate pe elemente geografice (Munții Carpați, Dunăre, Litoral).

5. Cum reducem implicarea politicului și creștem rolul experților și profesioniștilor în turism în deciziile de management și marketing al destinațiilor turistice?

Considerații:

- Administrația publică locală și județeană trebuie să joace un rol strategic central în OMD, având în vedere faptul că asociațiile partenerilor privați nu pot percepe taxe locale și nu pot adopta reglementări locale favorabile dezvoltării turismului fără participarea administrației publice locale și județene.
- Liderul local al administrației sau reprezentantul lui (primar, președinte de consiliu județean) să fie automat președintele asociației cu rol de reprezentare.
- Executivul OMD trebuie lăsat experților.
- Executivul OMD să fie angajat prin concurs și interviu, să aibă o experiență minimă în turism, să fie acceptat de comunitate / industrie (fiind votat cu majoritate, de către Adunarea Generală a OMD, dintre candidații profesioniști/experti), să nu fie impus politic de reprezentantul autorității publice.

6. Cum asigurăm guvernanta corporatistă optimă a OMD?

Considerații:

- Înființarea și organizarea OMD trebuie să depindă de voința partenerilor locali, fără impunerea unei structuri formale, în mod centralizat, prin lege, de către minister.
- Ministerul Turismului să impună doar cadrul legal: să spună cine poate înființa un OMD, cine sunt membrii de drept și câte asociații pot fi create pe un județ pentru a nu se disipa energiile, resursele și forțele limitate din turism.
- De exemplu, toți hotelierii și prestatorii de servicii turistice ce beneficiază de promovare și management al destinației să plătească cotizații și sponsorizări în calitate de membri, nu să stea doar pe margine, la "pescuit" de beneficii.

7. Cum depășim sezonabilitatea destinațiilor turistice prin lansarea de produse turistice atractive pe întreaga perioadă a anului?

8. Care este minimul de capacitate de cazare ce justifică înființarea unei OMD locale?

9. Cum se repartizează între OMD locale, județene, regionale și OMD națională taxele colectate?

Considerații:

Taxa poate fi de tip:

- city tax - plătită de turiști către facilitățile de cazare sau
- taxă de promovare și dezvoltare a destinației turistice - plătită de turiști către furnizorii de servicii turistice.

10. Cum plătește taxa de destinație booking-ul online (airbnb - shared economy)? Dar structurile informale și neautorizate (persoanele fizice ce închiriază în sezon camere turiștilor)?

11. Cum se vor adopta deciziile în interiorul OMD?

Considerații:

- Putem asigura paritate de voturi între partenerii publici și cei privați sau
- Putem da drept de veto în aspectele strategice partenerilor publici fondatori.

12. Care este structura organizatorică optimă a OMD?

13. Care sunt piețele țintă prioritare și de oportunitate pentru destinațiile turistice din România?

14. Cum atragem turiștii străini alții decât vecinii (bulgari, unguri, ucraineni, moldoveni)?

15. Cum sporim fluxurile de vizitatori din Asia Centrală și de Sud-Est (China, Japonia)?

16. Cum obținem sinergia în comunitățile locale?