

EXPUNERE DE MOTIVE

Secțiunea a 1-a Titlul proiectului de act normativ

LEGE
pentru aprobarea Ordonanței pentru modificarea și completarea
Ordonanței Guvernului nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea
activității de turism în România

Secțiunea a 2-a Motivul emiterii actului normativ

<p>1. Descrierea situației actuale</p>	<p>În ultima perioadă industria turismului a suferit schimbări profunde datorită noilor circumstanțe ale economiei globale - schimbări ale obiceiurilor consumatorilor, creșterea numărului de companii "low cost", dezvoltări ale tehnologiilor etc., ceea ce a pus sub semnul întrebării modelele tradiționale de organizare turistică.</p> <p>De aceea, destinațiile turistice trebuie să treacă de la etapa în care promovarea era unica activitate utilizată în marketing și să înceapă să realizeze activități de planificare strategică de dezvoltare durabilă a turismului.</p> <p>Destinația turistică este un spațiu geografic unde un vizitator/turist se oprește, fie pentru una sau mai multe nopți de cazare, fie pentru o scurtă perioadă de timp, care poate fi o localitate, zonă, regiune, țară</p> <p>În consecință, o destinație turistică poate fi o unitate administrativ teritorială (județ, municipiu, oraș, comună) sau parte a unei unități administrativ teritoriale, în funcție de amplasamentul resurselor naturale și antropice.</p> <p>Implementarea conceptului de Organizație de Management al Destinației va permite dezvoltarea turismului, cu implicații directe în creșterea circulației turistice, a volumului de încasări din turism atât la nivel local, cât și la nivel național.</p> <p>Organizația de Management al Destinației (OMD) entitate cu personalitate juridică, care funcționează prin asocierea, în</p>
--	---

temeiul Ordonanței Guvernului nr. 26/2000, reprezentanților autorității publice locale din componența destinației, cu reprezentanți ai organizațiilor/federațiilor patronale din turism, sau după caz, cu reprezentanți ai mediului privat din turism, care asigură realizarea politicii de marketing și gestionarea coordonată a componentelor destinației în scopul dezvoltării și valorificării potențialului turistic al destinației. Pot adera în calitate de membru asociat și reprezentanți ai altor entități relevante (cum ar fi asociații de promovare, asociații profesionale, administratori ai ariilor protejate, mediu academic și de formare profesională în turism și alții asemenea).

Implementarea politicii de marketing și gestionarea coordonată a componentelor destinației în scopul dezvoltării și valorificării potențialului turistic al destinației se realizează în conformitate cu prevederile legale în domeniu, respectiv Programul multianual de marketing și promovare turistică și Programul multianual de dezvoltare a destinațiilor, formelor și produselor turistice.

Prin înființarea Organizației de Management al Destinației (OMD) se urmărește coalizarea organizațiilor și a factorilor interesați pentru dezvoltarea, valorificarea potențialului turistic și coordonarea destinației turistice.

Sezonalitatea și diversificarea teritorială a fluxurilor turistice în țara noastră sunt un element recurent în politica noastră turistică prin crearea de noi categorii de produse turistice care să fie atractive pe toată perioada anului.

Pentru aceasta este necesară punerea în valoare a numeroaselor resurse turistice pe care țara noastră le oferă, de la monumentele istorice, patrimoniu natural, ape minerale sau termale, până la infrastructura de profil.

În vederea îndeplinirii obiectivului amintit, creșterea competitivității destinațiilor turistice românești trebuie să se bazeze pe principii de specializare și diferențiere a proceselor de planificare strategică, care să se adapteze la stadiul de dezvoltare în care se află fiecare destinație, nouă, în creștere sau matură.

Cu alte cuvinte, sistemul turistic românesc necesită o dezvoltare a capacităților și proceselor de planificare, gestiune și creare de produse, care va începe de la revizuirea produselor

existente până la realizarea de modele de gestionare a destinațiilor și definirea unor noi produse turistice orientate în special pe satisfacția clienței.

Planificarea strategică trebuie să se facă în cadrul unei colaborări publice - private foarte strânse, ca o garanție a succesului, deoarece sectorul privat este cel care, în ultimă instanță, atrage clientul și garantează satisfacția acestuia prin intermediul serviciilor de calitate.

Înființarea unor organizații de management al destinațiilor implică personal bine pregătit profesional și calificat pentru a face față concurenței tot mai mari care există pe piața mondială a turismului, pe de o parte, dar și pentru a răspunde solicitărilor din ce în ce mai sofisticate ale consumatorilor.

Având în vedere importanța economică și socială a destinațiilor turistice, precum și existența unui patrimoniu natural și cultural superior, este foarte important ca dezvoltarea, respectiv marketarea destinațiilor turistice să fie realizată în cadrul unui parteneriat public-privat, în care cele două entități să țină cont de viziunea asupra dezvoltării fiecărei destinații în special, dar și de necesitatea dezvoltării turismului, în general.

Printre principalele atribuții ale unei organizații de management al destinației se includ: crearea unui cadru favorabil pentru competitivitatea destinației, promovarea conservării și îmbunătățirii atracțiilor turistice, promovarea îmbunătățirii calității mediului înconjurător, a serviciilor și infrastructurii, impulsivarea și coordonarea eforturilor pentru dezvoltarea produselor, crearea și gestionarea unei imagini la nivelul destinației, conducerea și coordonarea cercetării de piață, colaborarea cu sectorul privat pentru coordonarea campaniilor de promovare.

Aceste organizații de management al destinațiilor vor fi capabile să formeze rețele de produse identificabile care să permită poziționarea acestora, prin canalele de promovare și comercializare, atât pe principalele noastre piețe eminentente, cât și pe unele noi.

Centrele naționale sau locale de informare și promovare

turistică sunt servicii specializate care funcționează, în mediul urban sau rural, în cadrul structurii organizatorice a consiliilor locale și județene, după caz, și în colaborare cu Ministerul Turismului.

În prezent este reglementată doar activitatea centrelor naționale de informare turistică prin Ordinul nr. 1096/2008 al ministrului pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, Comerț, Turism și Profesii Liberale, pentru centrele locale de informare turistică nu există un act normativ care să precizeze clar atribuțiile acestora. Centrele de informare și promovare turistică în țara noastră se caracterizează prin a fi în majoritatea lor centre naționale, plasate în zone centrale ale destinațiilor, cu un mare flux turistic sau plasate în puncte strategice, cum ar fi monumentele istorice.

Mai mult decât atât, în prezent, există centre naționale și locale de informare și promovare turistică, care au fost finanțate prin Programul Operațional Regional, Axa Prioritară 5 - "Dezvoltarea și promovarea turismului", Domeniul Major de Intervenție 5.3. "Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii generale, în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică" Centre Naționale de Informare și Promovare Turistică (CNIPT) și, respectiv, prin Programul Național de Dezvoltare Rurală, Măsura 3.1.3 "Încurajarea activităților turistice,, au fost finanțate Centre Locale de Informare și Promovare Turistică (CLIPT). Una din condițiile de finanțare fiind chiar înființarea a cel puțin două posturi în cadrul structurii organizatorice a autorităților administrației publice locale.

Centrele de Informare și Promovare Turistică joacă un rol fundamental în strategiile de marketing ale destinației, de atragere și fidelizare a turiștilor, prin oferta de servicii "după-vânzare" sau în funcție de situație, înainte de vânzare, pentru că în ele se produce întâlnirea personală și directă între vizitatori și reprezentanții destinației turistice.

Eficiența serviciilor și calitatea informațiilor oferite pot fi în multe cazuri decisive pentru a garanta turiștilor un sejur plăcut și a crește șansele ca aceștia să revină în aceeași destinație.

De aceea este foarte important să existe o rețea de centre la nivel național care poate oferi un răspuns integrat de la nivel general la cel particular. Intenția este crearea unei rețele în care asocierea joacă un rol fundamental și poate reuni toți factorii interesați care fac parte din industria turismului, dar și din sectoare economice și sociale apropiate, cum ar fi cultura, comerțul.

Crearea unei rețele de Centre de Informare și Promovare Turistică în țara noastră ar aduce o serie de beneficii, precum diferențierea atribuțiilor, îmbunătățirea anumitor produse turistice, sincronizarea informațiilor, repartizarea judicioasă a activităților, maximizarea beneficiilor socio-economice, eficientizarea activităților, descentralizarea deciziilor, îmbunătățirea colaborării între toți participanții la activitățile turistice.

Îmbunătățirea performanțelor turismului din ultima perioadă arată că România are un potențial turistic foarte ridicat, însă în momentul de față are un nivel de valorificare necorelat cu potențialul real de dezvoltare la nivel național, iar una din cauzele importante este lipsa unei colaborări mai strânse între sectorul public și cel privat.

În acest context, instituirea cadrului legal care să permită reglementarea colaborării între sectorul public și cel privat, prin intermediul organizațiilor de management al destinațiilor, utilizând ca interfață, în relație cu consumatorul, Centrul de Informare și Promovare Turistică, este o condiție *sine qua non* pentru crearea premiselor de dezvoltare a destinațiilor turistice din România, a României ca destinație, dar și a formelor de turism specifice țării noastre.

Una din modificările aduse prin Hotărârea Guvernului nr. 292/2017 pentru modificarea și completarea Hotărârii Guvernului nr. 24/2017 privind organizarea și funcționarea Ministerului Turismului, a fost desființarea reprezentanțelor de promovare turistică cu sediul în străinătate, având în vedere concluziile și recomandările Curții de Conturi din Raportul de audit al performanței, întocmit ca urmare a efectuării misiunii „Auditul performanței fondurilor alocate prin bugetul Autorității Naționale pentru Turism pentru dezvoltarea și

	<p>promovarea turistică a României pentru perioada 2013 – 2015”, unde se arată că există o disproporție între sumele alocate pentru funcționarea acestora (cele mai mari cheltuieli efectuate sunt cele aferente chiriilor, <i>atât pentru sedii, cât și pentru locuințe</i>, aproximativ 70% din sumele alocate) și eficacitatea activității acestora.</p> <p>Însă în vederea asigurării reprezentării României atât în țările membre ale Uniunii Europene, cât și în țările terțe, în domeniul politicii turismului și promovării produselor și serviciilor turistice, precum și a formelor de turism autohtone, în cadrul structurii de specialitate din Ministerul Turismului este necesar a se înființa o funcție specifică dedicată acestor activități.</p>
<p>2. Schimbări preconizate</p>	<p>Sectorul turistic din România a înregistrat o creștere apreciabilă și profunde modificări transformându-se într-un sector economic strategic cu o mare capacitate de a crea plus valoare, în special o creștere a locurilor de muncă și a veniturilor și care contribuie la îmbunătățirea imaginii țării noastre la nivel internațional.</p> <p>În prezent, situația turismului în țara noastră s-a schimbat considerabil, prin elaborarea unor politici de dezvoltare la nivel local și regional și implicit apare necesitatea introducerii conceptelor de destinație turistică, Organizație de Management al Destinației și Centru de Informare și Promovare Turistică care au ca scop creșterea calității, atât a ofertei cât și a cererii turistice.</p> <p>Turismul este un sector al economiei care este "atins" de multe alte domenii: educație, mediu, cultură, dezvoltare, prin urmare reclamă realizarea unei colaborări eficiente între toate structurile implicate, iar Organizațiile de Management al Destinației (OMD-urile) sunt singura soluție viabilă în acest sens.</p> <p>Organizația de Management al Destinației (OMD) va avea ca principală atribuție managementul și marketingul regiunii/localității ca destinație integrată de călătorie.</p> <p>În România trebuie să se stabilească un sistem de</p>

management integrat al destinației, care să asigure durabilitate, să aibă rol integrator, să asigure viziunea de dezvoltare la nivelul unei unități administrative teritoriale, a regiunii sau a țării ca destinație, jucând și rol de coordonator și de suport în dezvoltarea destinațiilor competitive.

Ministerul Turismului, în calitate de instituție a autorității publice centrale responsabilă în domeniul turismului, trebuie să își asume rolul de a legisla acest concept, de a coagula conținutul dialogului și parteneriatelor între actorii implicați în OMD-uri, precum și de a asigura coordonarea transversalității distribuției programelor de dezvoltare și în consecință de atingere a obiectivelor strategice de dezvoltare a industriei turismului.

Ministerul Turismului trebuie să asigure, în temeiul rolului de autoritate centrală cu atribuții de planificare și coordonare a dezvoltării, coordonarea programelor de dezvoltare între ele, precum și între acestea și cele ale altor actori publici și privați, astfel încât interesele economiei turistice să fie primordiale, având ca fundament Analizele de Impact Turistic. Ministerul Turismului își va asuma rolul de a coagula și dezvolta formatele parteneriatelor între actorii turismului, colaborări care vor fi în centrul acțiunii la toate nivelurile, crescând vizibilitatea sectorului turistic.

Ministerul Turismului va asigura realizarea unui sistem de analize, anchete date și indicatori ai evoluției circulației turiștilor, la nivel național și la nivel de destinații turistice (de către OMD-uri) și comunicarea publică a acestora.

Ministerul Turismului va sprijini și va coordona înființarea de Organizații de Management al Destinațiilor la nivel regional, în vederea asigurării funcționalității integrate, coerenței și respectării principiilor dezvoltării durabile la nivelul destinației/formelor de turism.

Dezvoltarea Organizațiilor de Management al Destinațiilor implică și dezvoltarea Centrelor de Informare și Promovare Turistică.

Prin programele de finanțare derulate de către fosta Autoritate Națională pentru Turism, fostul Minister al

Dezvoltării Regionale și Administrației Publice și Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale s-a creat o rețea de circa 300 de Centre de Informare și Promovare Turistică care trebuie să sprijine Organizațiile de Management al Destinațiilor, să colaboreze și să se coordoneze cu acestea pentru atingerea obiectivelor strategice.

Centrele de Informare și Promovare Turistică trebuie să funcționeze în localitățile în care patrimoniul turistic, natural și cultural permite derularea de activități turistice, prestând un serviciu fundamental care se reflectă în gradul de satisfacere a vizitatorului. Importanța acestor centre rezidă în faptul că sunt primele puncte de referință pe care le are turistul în legătură cu imaginea și serviciile oferite de o destinație.

De aceea, se impune dotarea acestora cu personal specializat și cu sisteme care să permită îmbunătățirea informațiilor generale despre destinație, prezentarea obiectivelor de interes turistic, oportunităților de cazare și masă, manifestări culturale, precum și să contribuie la soluționarea eventualelor probleme concrete pe care turiștii le-ar putea întâmpina. La toate acestea trebuie adăugat continua adaptare a acestor centre la schimbările provocate de cererea turistică care este influențată de motivația turistului și de obiceiurile lui de consum.

Maturizarea și profesionalizarea progresivă a acestei activități în care centrele nu se limitează a fi doar furnizoare de informații, ci reprezintă instrumente utile pentru îmbunătățirea competitivității turistice a zonei și a imaginii destinației, necesită adoptarea anumitor măsuri pentru crearea unei rețele de Centre de Informare Turistică prin care se facilitează modernizarea acestora atât din punct de vedere al comunicării, cât și al vizibilității. Crearea acestei rețele impune o bună colaborare între diferitele administrații publice și entități turistice, dar și implicarea sectorului privat din domeniul turistic.

Rețeaua de Centre de Informare și Promovare Turistică la nivel național va include atât Centrele Naționale de Informare și Promovare Turistică (CNIPT) cât și Centrele Locale de Informare și Promovare Turistică (CLIPT). Această rețea va fi coordonată de autoritatea administrației publice centrale

responsabilă în domeniul turismului, în colaborare cu administrațiile publice locale și/sau organizațiile neguvernamentale de dezvoltare și promovare turistică. Centrele Naționale de Informare și Promovare Turistică se vor dezvolta în spațiul urban, iar Centrele Locale de Informare și Promovare Turistică în spațiul rural.

Fiecare Centru de Informare și Promovare Turistică care va adera la rețea își va păstra autonomia în funcționare, dar va lucra în colaborare cu celelalte centre din rețea, permitând astfel dezvoltarea turismului la nivel local, regional, național prin circulația informației.

Principalul său obiectiv va fi de a oferi, pe tot teritoriul țării, un set integral de informații privind serviciile turistice, inclusiv de cazare, omogene ca și conținut, instrumente de suport și mecanisme de lucru, cu scopul de a îmbunătăți gradul de satisfacție și fidelizare a turiștilor care călătoresc prin România.

În acest sens, rețeaua se va concepe ca un instrument de colaborare cu entitățile locale, fie ele administrații publice locale sau organizații neguvernamentale de dezvoltare și promovare turistică, pentru a grupa și rentabiliza eforturile și resursele necesare funcționării Centrelor de Informare Turistică deja existente și de a impulsiona crearea altora noi atunci când piața turistică o impune.

Cu această rețea coordonată de autoritatea administrației publice locale, în colaborare cu autoritatea publică centrală responsabilă în domeniul turismului va realiza un sistem de informații care va permite obținerea de către turiștii care vizitează România, în orice punct de referință, a unor informații actualizate în timp real cu privire la toate ofertele și resursele turistice, precum și o primire și o consiliere personalizată.

De asemenea, alte obiective ale rețelei, respectiv ale Centrelor de Informare și Promovare Turistică sunt: intensificarea colaborării cu administrațiile locale în materie de informații turistice și consiliere a turiștilor, îmbunătățirea formării profesionale a personalului care lucrează în centre, dezvoltarea unei identități de imagine și a unei culturi

organizatorice pentru toate centrele integrate în rețea, introducerea și dezvoltarea unor instrumente comune de lucru pentru a acoperi cererile de informații turistice bazate pe metode și tehnologii de ultimă generație, utilizarea de suporturi tehnice și conținuturi informative omogene, respectând în același timp particularitățile fiecărei destinații, obținerea de informații despre caracteristicile și preferințele turiștilor care vor utiliza rețeaua nou înființată.

Implementarea unei rețele de Centre de Informare și Promovare Turistică care să fie omogenă din punct de vedere al informațiilor și mecanismelor interactive este, fără îndoială, un instrument de primă necesitate pentru a avansa în obiectivul de dezvoltare a sectorului turistic din România.

Prin acest proiect de act normativ se urmărește îndeplinirea atribuției privind reglementarea de noi concepte în domeniul turismului, precum și dezvoltarea acestui domeniu, creșterea competitivității și atractivității României ca destinație turistică la nivel regional și internațional. De asemenea, se urmărește îndeplinirea obligației de a da viziunea dezvoltării viitoare a turismului într-un mod sustenabil și sinergic.

Dezvoltarea durabilă a unei destinații turistice se poate realiza exclusiv în condițiile implicării tuturor factorilor de decizie din destinație, indiferent de nivel, care provin din mediul public dar și privat. În acest mod managementul unei destinații turistice nu mai reprezintă doar decizia autorităților administrației publice locale, ci a comunității prin reprezentanții legali (primar, consiliu local) și reprezentanții sectorului privat din domeniul sectorului turism, hoteluri și restaurante, din domeniul culturii, protecției mediului dar și din domenii apropiate turismului sau cu implicații în turism, comerț, transporturi etc. De asemenea, marketingul destinației se bazează pe un proces de recunoaștere reciprocă a obiectivelor strategice ale acesteia, implicat de stabilirea celor mai bune strategii pentru atingerea acestora.

Prin proiectul de Ordonanță a Guvernului se propune modificarea și completarea Ordonanței Guvernului nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 755/2001, cu modificările și completările ulterioare, astfel:

- definirea noțiunilor de centru național sau local de informare și promovare turistică, destinație turistică

	<p>organizație de management al destinației, complex hotelier;</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ crearea temeiului legal pentru elaborarea de către Ministerul Turismului, în comun cu ministerul de resort în domeniul amenajării teritoriului și urbanismului, a procedurii de înființare, funcționare, acreditare și reacreditare a organizațiilor de management al destinației care se va aproba prin hotărâre de Guvern; ➤ crearea temeiului legal pentru elaborarea de către Ministerul Turismului a norme metodologice privind funcționarea, acreditarea și reacreditarea centrelor naționale și locale de informare și promovare turistică, care se aprobă prin ordin al ministrului Turismului; ➤ modificare și completarea atribuțiilor Consiliilor locale, Consiliilor județene și, respectiv, Consiliului General al Municipiului București, în domeniul turismului. ➤ definirea funcției de atașat de turism prin stabilirea în mod concret a competențelor, rangului de reprezentativitate externă și modalității de recrutare în vederea reprezentării intereselor României și sector economic al turismului la nivel internațional. <p>În cadrul proiectului de act normativ s-a avut în vedere clarificarea statutului atașatului de turism atât din punct de vedere tehnic cât și funcțional având în vedere faptul că la nivelul reprezentării externe, având în vedere faptul că reprezentanțele de promovare turistică cu sediul în străinătate, desființate prin Hotărârea Guvernului nr. 292/2017 au întâmpinat aspecte interpretabile la nivel de reprezentativitate.</p>
3. Alte informații	Nu au fost identificate

Secțiunea a 3 – a
Impactul socioeconomic al proiectului de act normativ

1. Impactul macroeconomic	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect
1. ¹ Impactul asupra mediului concurențial și domeniul ajutoarelor de stat	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.

2. Impactul asupra mediului de afaceri	Pe termen mediu și lung, crearea unei oferte turistice diversificate și competitive, viabile prin susținerea calității serviciilor turistice, în elaborarea căreia mediul de afaceri să fie direct implicat alături de autoritățile publice locale.
2 ¹ Impactul asupra sarcinilor administrative	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
2 ² . Impactul asupra întreprinderilor mici și mijlocii	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
3. Impactul social	Diversificarea ofertei și creșterea calității serviciilor turistice, crearea de locuri de muncă, și crearea condițiilor de integrare a turismului din România în tendințele de dezvoltare a turismului la nivel european.
4. Impactul asupra mediului	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
5. Alte informații	Nu au fost identificate.

Secțiunea a 4 – a

Impactul financiar asupra bugetului general consolidat, atât pe termen scurt, pentru anul curent, cât și pe termen lung (pe 5 ani)

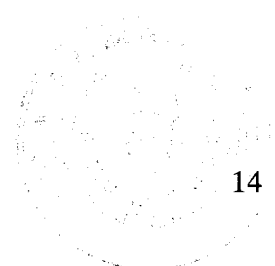
- mii lei -

Indicatori	Anul curent	Următorii 4 ani				Media pe 5 ani
		3	4	5	6	
	2					7
1. Modificări ale veniturilor bugetare, plus/minus, din care: a) buget de stat, din acesta: (i) impozit pe profit (ii) impozit pe venit b) bugetele locale: i) impozit pe profit c) bugetul asigurărilor sociale de stat: (i) contribuții de asigurări	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.					

<p>2. Modificări ale cheltuielilor bugetare, plus/minus, din care:</p> <p>a) buget de stat, din acesta:</p> <p>(i) cheltuieli de personal</p> <p>(ii) bunuri și servicii</p> <p>b) bugete locale:</p> <p>(i) cheltuieli de personal</p> <p>(ii) bunuri și servicii</p> <p>c) bugetul asigurărilor sociale de stat:</p> <p>(i) cheltuieli de personal</p> <p>(ii) bunuri și servicii</p>	<p>Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.</p>
<p>3. Impact financiar, plus/minus, din care:</p> <p>a) buget de stat</p> <p>b) bugete locale</p>	<p>Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.</p>
<p>4. Propuneri pentru acoperirea creșterii cheltuielilor bugetare</p>	<p>Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.</p>
<p>5. Propuneri pentru a compensa reducerea veniturilor bugetare</p>	<p>Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.</p>
<p>6. Calcule detaliate privind fundamentarea modificărilor veniturilor și/sau cheltuielilor bugetare</p>	<p>Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.</p>
<p>7. Alte informații</p>	<p>În bugetul Ministerului Turismului există alocate deja fonduri pentru suportarea salariului în valută și a altor cheltuieli specifice personalului trimis în misiune permanentă în străinătate. Menționăm că aceste fonduri erau destinate acoperirii cheltuielilor specifice reprezentanțelor de promovare turistică cu sediul în străinătate, desființate prin Hotărârea Guvernului nr. 292/2017. Prin urmare adoptarea prezentului act normativ nu implică o majorare a cheltuielilor bugetare de natură să afecteze echilibrul bugetar.</p>

Secțiunea a 5 – a
Efectele proiectului de act normativ asupra legislației în vigoare

<p>1. Măsuri normative necesare pentru aplicarea prevederilor proiectului de act normativ:</p> <p>a) acte normative în vigoare ce vor fi modificate sau abrogate, ca urmare a intrării în vigoare a proiectului de act normativ;</p> <p>b) acte normative ce urmează a fi elaborate în vederea implementării noilor dispoziții.</p>	<p>Proiectul de act normativ va modifica și completa Ordonanța Guvernului nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 309 din 26 august 1998, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 755/2001, cu modificările și completările ulterioare</p>
<p>2. Conformitatea proiectului de act normativ cu legislația comunitară în cazul proiectelor ce transpun prevederi comunitare.</p>	<p>Prezentul act normativ nu transpune legislație comunitară și nu creează cadrul pentru aplicarea directă a acesteia.</p>
<p>3. Măsuri normative necesare aplicării directe a actelor normative comunitare</p>	<p>Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect</p>
<p>4. Hotărâri ale Curții de Justiție a Uniunii Europene</p>	<p>Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.</p>
<p>5. Alte acte normative și/sau documente internaționale din care decurg angajamente</p>	<p>Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.</p>
<p>6. Alte informații</p>	<p>Nu au fost identificate.</p>



Secțiunea a 6 – a
Consultările efectuate în vederea elaborării proiectului de act normativ

1. Informații privind procesul de consultare cu organizații neguvernamentale, institute de cercetare și alte organisme implicate	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
2. Fundamentarea alegerii organizațiilor cu care a avut loc consultarea, precum și a modului în care activitatea acestor organizații este legată de obiectul proiectului de act normativ	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
3. Consultările organizate cu autoritățile administrației publice locale, în situația în care proiectul de act normativ are ca obiect activități ale acestor autorități, în condițiile Hotărârii Guvernului nr. 521/2005 privind procedura de consultare a structurilor asociative ale autorităților administrației publice locale la elaborarea proiectelor de acte normative	În conformitate cu prevederile Hotărârii Guvernului nr. 521/2005, privind procedura de consultare a structurilor asociative ale autorităților administrației publice locale la elaborarea proiectelor de acte normative, cu modificările ulterioare, proiectul de act normativ a fost transmis, în vederea analizării, structurilor asociative ale administrației publice locale.
4. Consultările desfășurate în cadrul consiliilor interministeriale, în conformitate cu prevederile Hotărârii Guvernului nr. 750/2005 privind constituirea consiliilor interministeriale permanente	Prevederile actului normativ nu se referă la domeniile de activitate aflate în coordonarea consiliilor interministeriale permanente.
5. Informații privind avizarea de către: a) Consiliul Legislativ b) Consiliul Suprem de Apărare a Țării c) Consiliul Economic și Social d) Consiliul Concurenței e) Curtea de Conturi	Consiliului Legislativ a avizat favorabil prezentul proiect de act normativ prin avizul nr. 670/2017. Proiectul de act normativ nu necesită aviz de la Consiliul Suprem de Apărare a Țării, Consiliul Economic și Social, Consiliul Concurenței, Curtea de Conturi.

6. Alte informații	După îndeplinirea procedurii de avizare interministerială, proiectul de act normativ a fost transmis Secretariatului General al Guvernului.
--------------------	---

Secțiunea a 7 – a
Activități de informare publică privind elaborarea
și implementarea proiectului de act normativ

1. Informarea societății civile cu privire la necesitatea elaborării proiectului de act normativ	Proiectul de act normativ a fost elaborat cu aplicarea prevederilor Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică.
2. Informarea societății civile cu privire la eventualul impact asupra mediului în urma implementării proiectului de act normativ, precum și efectele asupra sănătății și securității cetățenilor sau diversității biologice	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
3. Alte informații	Nu au fost identificate.

Secțiunea a 8 – a
Măsuri de implementare

1. Măsurile de punere în aplicare a proiectului de act normativ de către autoritățile administrației publice centrale și/sau locale - înființarea unor noi organisme sau extinderea competențelor instituțiilor existente.	Proiectul de act normativ nu se referă la acest subiect.
2. Alte informații	Nu au fost identificate.

Față de cele prezentate, a fost elaborat proiectul de Lege privind aprobarea Ordonanței Guvernului pentru modificarea și completarea Ordonanței Guvernului nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România, pe care îl supunem Parlamentului spre adoptare.

PRIM – MINISTRU

MIHAIL TUDOSE

