

IMM România a lansat Carta Albă a Turismului din România, ediția 2026

By Dana Andrei - 16/09/2026



Turismul românesc a parcurs o perioadă dificilă în prima jumătate a anului 2026, marcată de scăderea numărului de turiști, o dependență crescută de piața internă și un grad redus de ocupare. Pentru 2027, jumătate dintre operatori sunt însă optimiști și se așteaptă la o creștere sau cel puțin la o stabilizare a afacerilor.

Acestea sunt principalele concluzii ale Cartei Albe a Turismului din România, ediția 2026, lansată de IMM România, în parteneriat cu Groupama, cu sprijinul Ministerului Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului, în prezența președintelui IMM România, dl. Florin

Jianu; a ministrului Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului, dl. Ambrozie-Irineu Darău; a directorului general al Ministerului Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului, dl. Alin Grigore și a CEO-ului Groupama, dl. Călin Matei, se arată într-un comunicat de presă transmis de IMM România.



„Rezultatele din acest an arată clar că antreprenorii din turism au nevoie de predictibilitate și sprijin direct. Nu putem vorbi despre o dezvoltare sustenabilă atâta timp cât trei sferturi dintre firme raportează venituri în scădere, iar majoritatea depind exclusiv de autofinanțare. Este esențial să menținem stimulentele financiare eficiente, cum sunt voucherele de vacanță, și să deblocăm accesul la fonduri europene pentru modernizare și digitalizare. Totodată, evenimentele și festivalurile rămân un motor real de creștere pentru turismul românesc, atrăgând vizitatori, susținând afacerile mici din comunitățile-gazdă și consolidând identitatea turistică a fiecărei regiuni, un domeniu în care continuăm să vedem un potențial remarcabil de dezvoltare.”, a declarat Florin JIANU, președintele IMM Romania.

„Cred că e nevoie să avem mai multe motive pentru care un turist să vină în România, să stea mai mult și să cheltuiască mai mult aici. Asta înseamnă să dezvoltăm produse turistice și servicii mai bune și să valorificăm mai bine segmente care au rămas în urmă. Dacă vrem ca turismul să crească, trebuie să fim mai buni la incoming și să aducem mai mulți turiști străini în țară. Soluția, cred eu, e simplă: trebuie să fim mai buni la promovarea destinației România. Unul dintre pașii la care lucrăm este înființarea Organizației de Management al Destinației la nivel național. Vrem ca până la finalul anului să avem o soluție clară de politică publică aleasă, atât în ceea ce privește calendarul, dar și în ceea ce privește guvernanta, construită împreună cu industria, iar din 2027 să putem începe operaționalizarea, astfel încât în 2028 și mai încolo să existe un OMD național 100% operațional și eficient. Avem nevoie însă de coordonare. O strategie comună pentru România ca destinație, reguli clare pentru organizațiile locale, județene și regionale, dar și o promovare care să aibă obiective și rezultate măsurabile”, a declarat Ambrozie Irineu DARĂU, ministrul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului.

“Ospitalitatea românească s-a bazat întotdeauna pe pasiune și inițiativă individuală, însă adevărata sa maturitate vine din modul în care reușim să ne organizăm ca ecosistem. Oamenii care investesc energie și resurse într-un domeniu în continuă transformare trebuie să știe că au alături parteneri pe care se pot baza. Groupama este un astfel de partener, alături de cei care dau viață turismului din România cu soluții complete de asigurare și cu acea doză de optimism de care fiecare dintre noi are nevoie pentru a se bucura de ceea ce contează cu adevărat. Suntem așadar mândri că putem susține și anul acesta demersul IMM România de a realiza Carta Albă a Turismului din România, o inițiativă atât de utilă pentru industria turismului din România.”, a declarat Călin Matei, CEO Groupama România.

Datele pentru 2026 arată că 76,4% dintre operatori declară venituri în scădere. Aproape jumătate dintre respondenți, respectiv 49,5%, raportează diminuări de peste 20%, 15,7% înregistrează scăderi de aproximativ 10%, iar 11,2% indică reduceri de aproximativ 5%. Scăderi sunt și în ceea ce privește numărul de turiști. Astfel, după un avans de 3% în 2024 (5,78 milioane de turiști) și o stagnare în 2025 (5,79 milioane), primele 6 luni ale anului 2026 au adus o contracție de 4,1%, numărul sosirilor scăzând la 5,55 milioane.

În pofida acestor scăderi, capacitatea națională de cazare din România a crescut în intervalul 2020 -2025 cu aproape 30%, ajungând la peste 464.000 de locuri. Dezvoltarea teritorială este însă dezechilibrată, fiind dominată masiv de județul Constanța (cu peste un sfert din totalul infrastructurii) și de marile zone turistice (Brașov, București).

Oferta turistică a operatorilor autohtoni a fost puternic concentrată în segmentul mediu de preț (cu 37,7% dintre unități tarifând între 210 și 300 de lei), pe pachetele flexibile cu mic dejun inclus (58,82%) și pe trei forme majore de turism: agreement cu 46%, afaceri cu 21,8% și rural cu 13,8%. Fidelizarea clienților rămâne o provocare majoră în turism, având în vedere că peste 60% dintre operatori înregistrează o rată de revenire a turiștilor de cel mult 40%.

[Studiul](#) IMM România mai arată că mediul de afaceri favorizează stimulentele financiare directe și reducerea presiunii fiscale în detrimentul măsurilor instituționale pe termen lung, ca dovadă că aproape jumătate dintre operatorii din turism (48,1%) consideră voucherele de vacanță drept măsura cu cel mai mare impact pozitiv, iar 17,3 % apreciază impactul pozitiv al TVA-ului redus. De altfel, întrebați care sunt provocările majore pe care le resimt, majoritatea

operatorilor au menționat instabilitatea fiscală, explozia costurilor operaționale și sprijinul public insuficient (peste 60% dintre operatori). De asemenea, operatorii au menționat extinderea voucherelor de vacanță ca principală oportunitate de dezvoltare în viitor.

În ceea ce privește finanțarea afacerilor, studiul IMM România arată că peste 80% dintre firme depind de autofinanțare, în timp ce resursele externe precum creditele bancare (29,9%) sau fondurile europene – accesate de doar 27% dintre operatori, dar folosite intensiv pentru echipamente și infrastructură noi- rămân slab valorificate din cauza dificultăților de accesare.

Foto: immromania.eu

Original article:

<https://anchetaonline.ro/imm-romania-a-lansat-carta-alba-a-turismului-din-romania-editia-2026-343533/>