

REGULAMENTUL DE ORGANIZARE A TURURILOR INFORMATIVE LA NIVEL NAȚIONAL

Capitolul I. DISPOZIȚII GENERALE ȘI CADRUL NORMATIV

1.1. Prezentul Regulament stabilește normele tehnice, organizatorice, financiare și juridice privind inițierea, planificarea, implementarea și evaluarea tururilor informative (fam trips / press trips) la nivel național, organizate și/sau susținute de către Instituția Publică „Oficiul Național al Turismului” (în continuare – IP ONT).

1.2. În sensul prezentului Regulament, *turul informativ* reprezintă o călătorie de documentare și familiarizare destinată profesioniștilor din domeniul turismului, reprezentanților mass-media și creatorilor de conținut, organizată cu scopul promovării destinațiilor, produselor și serviciilor turistice din Republica Moldova.

1.3. Procedura este elaborată în conformitate cu următoarele acte normative:

- **Hotărârea Guvernului nr. 570/2023** cu privire la organizarea și funcționarea Instituției Publice „Oficiul Național al Turismului”;
- **Legea nr. 352/2006** cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova;
- **Legea nr. 131/2015** privind achizițiile publice (pentru asigurarea logisticii și contractarea prestatorilor de servicii);
- **Legea nr. 133/2011** privind protecția datelor cu caracter personal.

Capitolul II. STABILIREA OBIECTIVELOR ȘI INDICATORILOR

2.1. Scopul organizării tururilor informative:

- Promovarea activă și țargetată a destinației turistice Republica Moldova pe piețele sursă naționale și internaționale;
- Dezvoltarea, testarea și lansarea unor produse sau rute turistice noi;
- Atragerea și facilitarea parteneriatelor B2B (Business-to-Business) între prestatorii locali de servicii turistice și agențiile de turism/tur-operatorii;
- Creșterea vizibilității în mediul online și offline prin generarea de conținut media calitativ.

2.2. Indicatori de performanță (KPIs):

Fiecare tur informativ va fi evaluat în baza următoarelor categorii de indicatori, stabiliți la etapa de planificare:

- **Cantitativi:** Număr de participanți, număr de articole/reportaje/materiale video publicate, reach online estimat, număr de contracte comerciale inițiate/semnate, număr de noi destinații/pensiuni vizitate și incluse în ofertele turistice.
- **Calitativi:** Gradul de satisfacție al participanților (evaluat prin chestionare post-tur), calitatea conținutului media generat, relevanța parteneriatelor B2B stabilite.

Capitolul III. CONDIȚII DE ADMITERE A PARTICIPANȚILOR

3.1. Admiterea participanților se va realiza în baza principiilor de transparență, echitate și impact maximizat. Toți participanții vor fi selectați fie pe bază de invitație directă (pentru experți și jurnaliști de top), fie prin completarea unui formular de aplicare publicat pe resursele web ale IP ONT.

3.2. IP ONT își rezervă dreptul de a modifica și adapta criteriile de selecție în dependență de tematica turului, formatul de organizare și piața țintă vizată.

Categoria de participanți	Cerințe / Condiții obligatorii de selecție
Agenție de turism / Agenție Tur-operatorie, Asociații de turism	1. Activitate înregistrată oficial conform Legii 352/2006. 2. Capacitate demonstrată de a genera flux de turiști și de a promova destinația. 3. Argumentarea interesului față de destinația/ruta specifică a turului.
Ghizi de turism	1. Formă legală de activitate (patentă, activitate independentă conform legislației în vigoare, ex: Legea 228/2025). 2. Deținerea unui contract de prestări servicii cu agenție de turism / agenție tur-operatorie. 3. Argumentarea interesului de a integra noi destinații în portofoliul propriu.

Categoria de participanți	Cerințe / Condiții obligatorii de selecție
Jurnaliști / Reprezentanți Mass-Media	1. Legitimatie de presă valabilă sau confirmare din partea redacției. 2. Portofoliu activ cu articole/reportaje în domeniul turismului sau economiei (minim 3-5 materiale publicate anterior). 3. Angajamentul de a publica cel puțin un material detaliat post-tur.
Creatori de conținut / Influenceri	1. Audiență reală, targetată și activă pe platformele de socializare (minimul de urmăritori se stabilește în funcție de specificul turului). 2. Conținut relevant pe segmentele travel, lifestyle, cultură, gastronomie. 3. Prezentarea unui plan sumar de acoperire media pe durata turului (nr. de postări, stories, reels).

Capitolul IV. PLANIFICAREA, LOGISTICA ȘI NORME FINANCIARE

4.1. Inițierea turului: Orice tur informativ este inițiat prin elaborarea unei Note Conceptuale (selectarea regiunii/raionului, buget estimativ, stabilirea traseului) de către subdiviziunile de profil.

4.2. Repartizarea responsabilităților:

- **Secția Dezvoltare de Produs și Infrastructură Turistică (SDPIT):** Este responsabilă de identificarea obiectivelor turistice, elaborarea itinerarului detaliat.
- **Secția Marketing, Comunicare și Inovații (SMCI):** Este responsabilă de selectarea participanților, promovarea evenimentului, asigurarea elementelor de branding (materiale promoționale, bannere), contactarea prestatorilor locali (pensiuni, crame, muzee etc.) pentru asigurarea disponibilității și calității serviciilor pe traseu comunicarea cu presa și coordonarea aspectelor ce țin de publicarea materialelor post-tur.

4.3. Asigurarea logisticii și achizițiile publice:

- Toate serviciile necesare desfășurării turului (transport, cazare, alimentație, bilete de acces) vor fi achiziționate cu respectarea strictă a prevederilor Legii nr. 131/2015 privind achizițiile

publice.

- Se încurajează atragerea parteneriatelor public-private, sponsorizărilor sau a facilităților din partea prestatorilor de servicii turistice (ex: reduceri de grup, gratuități pentru scopuri de promovare).

4.4. Reguli de prelucrare a datelor (GDPR): Prelucrarea datelor cu caracter personal ale participanților (date din pașaport/buletin, preferințe alimentare etc.) se va face prin conformarea înregistrării prin formular respectând Legea nr. 133/2011.

Capitolul V. IMPLEMENTAREA ȘI MANAGEMENTUL RISCURILOR

5.1. Desfășurarea programului: Programul se va derula strict conform itinerarului și agendei aprobate. Orice abatere majoră necesită justificare obiectivă.

5.2. Însoțitorul de grup: IP ONT va desemna un reprezentant oficial (însoțitor de grup) din cadrul subdiviziunilor responsabile. Acesta reprezintă persoana principală pe durata turului, având competența de a adapta traseul în timp real în caz de necesitate (condiții meteo nefavorabile, forță majoră, întârzieri).

Capitolul VI. EVALUARE, RAPORTARE ȘI FOLLOW-UP

6.1. Raportul de impact: În termen de maxim 30 zile lucrătoare de la finalizarea turului informativ, subdiviziunea responsabilă SMCI va elabora și prezenta Directorului IP ONT un raport final de evaluare. Raportul va include în mod obligatoriu:

- Nivelul de îndeplinire a indicatorilor de performanță (KPIs) stabiliți la Cap. II;
- Sinteza chestionarelor de feedback completate de participanți;
- Decontul cheltuielilor efective comparativ cu bugetul planificat cu implicarea Secției Management Instituțional;

6.2. Activități de Follow-up: Participanții la tururile informative vor fi incluși în baza de date instituțională a IP ONT pentru a primi comunicări regulate, invitații la expoziții (inclusiv Tourism & Travel Expo, HORECA EXPO) și pentru consolidarea parteneriatelor strategice pe termen lung.