

ANUL CALITĂȚII ÎN TURISM

Nr.inreg. : 2191 / 03.03.2026

COMUNICAT DE PRESĂ FPTR

Federația Patronatelor din Turismul Românesc la ITB Berlin

Turismul între reprezentare și algoritm. O schimbare de paradigmă care nu mai poate fi ignorată

Federația Patronatelor din Turismul Românesc participă la ITB Berlin prin președintele său, domnul Dragoș Raducan, care a luat parte în prima zi a evenimentului la conferințe dedicate dezvoltării turismului, integrării inteligenței artificiale în servicii și transformării digitale a destinațiilor, precum și la întâlniri cu organizații patronale din turism din Europa.

Concluziile după prima zi nu sunt doar observații de atmosferă, ci indicii clare ale unei mutații structurale în industria globală a turismului.

Două lumi paralele în același târg

Contrastul dintre halele dedicate standurilor naționale și cele rezervate tehnologiei pentru turism nu este doar unul de ritm sau estetică. El reflectă o schimbare profundă de paradigmă.

În zonele tradiționale, unde țările își promovează destinațiile prin identitate culturală, muzică specifică, elemente de patrimoniu și simboluri naționale, ritmul este mai lent. Fluxul de vizitatori este constant, dar nu intens. Spațiile largi dintre standuri sugerează o reevaluare a cheltuielilor, un model de expunere bazat pe reprezentare instituțională, pe imagine și branding de țară. Publicul este, în medie, matur, cu profil profesional consolidat. Este o structură stabilă, cu experiență, dar mai puțin accelerată.

În schimb, în cele cinci hale dedicate tehnologiei pentru turism, dinamica este radical diferită. Densitatea standurilor mici și medii, proximitatea fizică și aglomerația permanentă creează un ecosistem de inovație accelerată. Zumzetul continuu al discuțiilor de afaceri înlocuiește muzica identitară. Interacțiunile sunt orientate spre soluții concrete, eficiență operațională, integrare software, automatizare, inteligență artificială și scalabilitate.

Diferența de vârstă este vizibilă. Media sub 30 de ani în zona tehnologică indică o generație care nu mai percepe turismul exclusiv ca experiență culturală sau produs de destinație, ci ca infrastructură digitală, date, algoritmi și platforme.

Această polarizare sugerează o tranziție clară de la turismul bazat pe reprezentare și storytelling național către un turism centrat pe tehnologie, optimizare și integrare digitală. Dacă zonele clasice exprimă continuitatea, halele de tehnologie exprimă direcția viitorului.

Turismul nu mai este doar despre imagine, ci despre arhitectură digitală

La nivel strategic, această schimbare înseamnă că vizibilitatea unei destinații nu mai depinde predominant de standul de la târg sau de broșura tipărită. Depinde de poziționarea în motoarele de căutare, de integrarea în

ANUL CALITĂȚII ÎN TURISM

platformele globale de rezervare, de capacitatea de a utiliza datele pentru personalizarea ofertelor și de interoperabilitatea sistemelor digitale.

Astăzi, fluxurile turistice sunt influențate de algoritmi, prețurile sunt ajustate dinamic, recomandările sunt generate automat. Relația cu turistul începe online și, de multe ori, se încheie tot online. Prezența digitală a devenit infrastructură critică.

În cadrul conferințelor dedicate inteligenței artificiale, accentul a fost pus pe utilizarea chatboților conversaționali, pe analiză predictivă pentru managementul cererii, pe automatizarea proceselor de check in și check out, pe integrarea sistemelor de management hotelier cu platforme globale și pe utilizarea datelor în timp real pentru optimizarea performanței.

Turismul viitorului nu mai este definit doar prin identitate vizuală, ci prin capacitatea de integrare tehnologică.

Din perspectivă economică, această transformare schimbă structura valorii adăugate din turism. O parte semnificativă a competitivității se mută din zona promovării tradiționale în zona tehnologică. Statele care reușesc să integreze ecosistemul IT în strategia turistică națională pot reduce costurile operaționale, pot crește rata de conversie a rezervărilor, pot optimiza sezonabilitatea și pot crea produse personalizate la scară largă.

România are un avantaj competitiv real. Industria IT este una dintre cele mai performante din regiune, inclusiv cu dezvoltări dedicate sectorului turistic. Există soluții românești de software pentru hoteluri, aplicații de rezervare, platforme de management al datelor și instrumente bazate pe inteligență artificială.

Cu toate acestea, la nivel de politică publică, această resursă este insuficient corelată cu strategia de promovare turistică. Dialogul dintre autoritatea publică și industria tehnologică aplicată turismului nu exista, iar oportunitatea de a poziționa România ca destinație inteligentă este ratată.

Schimbarea observată la Berlin nu este doar economică sau tehnologică, ci una legată de generații.

Noua generație de profesioniști nu mai vede turismul doar ca industrie a ospitalității, ci ca industrie a datelor. Pentru această generație, experiența este interpretată digital, iar infrastructura online este la fel de importantă ca infrastructura fizică.

Această mutație modifică inclusiv competențele necesare în sector. Formarea profesională trebuie să includă competențe digitale avansate, înțelegerea analizelor de date și capacitatea de integrare tehnologică.

În cadrul dezbaterilor, termeni precum digitalizare, sustenabilitate, transformare inteligentă sau ecosistem digital sunt utilizați frecvent. În România, acești termeni sunt și mai des utilizați, în special de reprezentanții autorităților, dar sunt concepte fără a fi înțelese și integrate operațional, doar pentru că suna bine și pentru a crea iluzia modernizării. Transformarea reală presupune investiții, colaborare intersectorială și strategie coerentă.

Participarea Federației Patronatelor din Turismul Românesc la ITB Berlin confirmă că turismul mondial traversează o schimbare structurală. Nu este vorba despre abandonarea identității culturale, ci despre integrarea acestuia într-un cadru tehnologic performant.

ANUL CALITĂȚII ÎN TURISM

Turismul bazat exclusiv pe reprezentare instituțională devine insuficient. Turismul bazat pe tehnologie devine determinant.

România are competențele necesare pentru a face parte din această tranziție. Întrebarea nu este dacă transformarea va avea loc, ci dacă vom alege să o conducem sau să o urmăm.

Federația Patronatelor din Turismul Românesc va continua dialogul cu partenerii europeni și va susține integrarea reală a industriei IT în strategia de dezvoltare a turismului românesc, pentru ca viitorul să nu fie doar discutat, ci construit.

F.P.T.R.

Comitet director