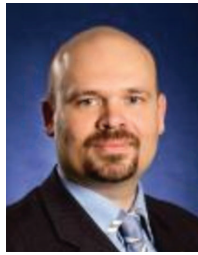


„Puterea și fericirea
unui stat se află în
puterea și fericirea
mulțimii, adică a nației.”
Mihail Kogălniceanu



dr. Răzvan
Sorin ȘERBU

Între avantaj comparativ și risc educațional,

Inteligența Artificială redefinește economia și educația

Between comparative advantage and educational risk, Artificial Intelligence is redefining the economy and education



2



Virgil NICULA

Politicile fiscale sufocă turismul românesc

Fiscal policies are suffocating Romanian tourism

*„Orice călătorie te lasă fără cuvinte, apoi
te transformă într-un povestitor” - Ibn Battuta*



3,8,9,10

Although 2025 was the best year for tourism in the European Union, tourism in Romania declined by 1.4% compared to 2024. The main causes identified are the lack of a coherent national strategy and chronic underfunding of international promotion. Without a coherent strategy to attract foreign tourists that can offset the exodus of Romanian travelers, and without an adjustment of the pricing strategy, the domestic tourism industry risks entering a prolonged recessionary phase.

Economiștii



Dan POPESCU

J.B. Say: examinarea prezentului său și terapii pentru viitor

- primul curs de Economie Politică -

J.B. Say: examining his present and therapies for the future



Conservatorul de Arte și Meserii din Paris

4,5,6

„Toții oamenii cu suflete mari sunt frați”. B.P. Hașdeu

În ultima decadă a lunii noiembrie, la Iași, de regulă, nu este deloc cald. Se simte influența climatică și a Nordului, și, chiar mai mult, a Estului european, vânt și ploi reci, soare puțin sau deloc. Nu știu exact cum era în acea zi de 23 noiembrie 1843, dar nu prea avea cum să fi fost altfel. În Sala Mare, de festivități, a Academiei Mihăilene din capitala Moldovei (Academia Mihăileană cu statut atât de instituție de învățământ mediu, cât și de instituție de învățământ superior - prima din Moldova, respectiv din Principate în acea vreme și numită astfel după prenumele de Mihail al domnitorului Moldovei Mihai Sturdza, ani de domnie 1834 - 1849), era însă cald: mai multe sobe în care ardea focul, la care se adăugau căldura și emoțiile participanților la un eveniment deosebit.

Destinații turistice: MILANO, metropola eleganței

Daniel COZMESCU

7



Dorel Morândău

AI în Educație și în Conștiință

6

Revista “EUROECONOMIA XXI” o puteți găsi la adresa:
<https://infosibiu.eu/economie/>

Răzvan ȘERBU
urmare din pagina 1

Artificial Intelligence has a decisive influence on the economy and education. It offers rapid gains in efficiency, but poses risks to critical thinking when used mechanically. The positive impact only occurs when AI supports human analysis, skills, and judgment, not when it replaces them.

Inteligența Artificială influențează decisiv economia și educația. Oferă câștiguri rapide de eficiență, dar generează riscuri pentru gândirea critică atunci când este folosită mecanic. Impactul pozitiv apare doar când AI sprijină analiza, competențele și judecata umană, nu când le înlocuiește.

Inteligența Artificială (AI) nu mai este doar un subiect de viitor pentru economiști. AI-ul remodelează deja creșterea economică, piețele forței de muncă și competitivitatea internațională. Două rapoarte importante de la finalul anului trecut, unul al Băncii Mondiale și unul al McKinsey, prezentau informații valoroase și fapte despre progresul și tendințele Inteligenței Artificiale cu relevanță și pentru țara noastră, iar ele au fost acum completate de cel mai recent raport al OECD "Digital Education Outlook 2026, Exploring Effective Uses of Generative AI in Education".

Primul mesaj cheie este adâncirea decalajului global în materie de AI. Țările cu venituri ridicate domină crearea de AI. Acestea reprezintă aproximativ 87% din modelele notabile de AI, peste 85% din start-up-urile de AI și peste 90% din capitalul de risc investit în AI. Această concentrare este importantă deoarece inovația în domeniul AI stabilește din ce în ce mai mult frontierele productivității și avantajele comerciale. În același timp, țările cu venituri medii generează peste 40% din traficul global ChatGPT, ceea ce demonstrează o cerere puternică și o adoptare rapidă, chiar și fără a fi lideri în inovare. Acest decalaj între utilizare și creare este în creștere și definește actuala economie globală a AI.

O altă concluzie interesantă se referă la infrastructura din spatele AI, care e rezumată de Banca Mondială în raport ca fiind cei patru C: conectivitate, calcul,



context și competență. Conectivitatea s-a îmbunătățit, dar există în continuare decalaje în ceea ce privește viteza, accesibilitatea și utilizarea datelor.

Inteligența Artificială Generativă nu mai este o curiozitate, nici nu mai stă la marginea educației. O găsești zilnic în sălile de curs, la seminare și în proiectele de cercetare. Chiar dacă România este spre coada clasamentelor, profesorii, elevii și studenții o folosesc constant, nu ocazional.

Acest raport recent al OECD confirmă tot ceea ce vedem deja în universități. AI schimbă modul în care studenții învață și felul în care profesorii predau, dar această schimbare nu merge întotdeauna în direcția așteptată.

Datele din raport sunt destul de clare și ne arată că studenții care au folosit AI pentru răspunsuri rapide au obținut rezultate mai bune pe termen scurt. Când accesul la tehnologie a fost întrerupt, performanțele lor au scăzut vizibil. Acest efect contează mult pentru educația economică, unde analiza și judecata proprie sunt esențiale.

Studiile indică astfel un risc major. Dacă AI este folosit doar pentru a rezolva probleme, fără reflecție personală, apare reala pierdere. Capacitatea de analiză scade, intuiția se atrofiază și gândirea critică nu se întărește, ci se erodează.

Mesajul este simplu și anume:

AI ajută atunci când sprijină gândirea și este acompaniat de ea și din contră dăunează atunci când o înlocuiește. Diferența ține de cum o folosești, nu de tehnologie în sine. Această descoperire este esențială, inclusiv pentru educația economică. Studiile subliniază un risc major: dacă studenții folosesc inteligența artificială doar pentru a rezolva rapid teste sau pentru a scrie eseuri, fără a analiza și a filtra informațiile prin propria gândire, își pot diminua capacitatea de analiză și intuiția. Pe scurt, dependența de AI poate slăbi, în loc să consolideze, gândirea analitică și gândirea critică.

AI ajută cel mai mult atunci când acționează ca un tutore care nu oferă răspunsuri directe ci pune întrebări și ghidează raționamentul, nu ca o scurtătură.

Pentru profesori, raportul aduce mai multă responsabilitate. Dovezile din mai multe țări arată economii semnificative de timp, în unele cazuri, profesorii reducând timpul de pregătire a lecțiilor cu peste 30% atunci când au utilizat instrumente generative de AI. Pentru asistenții mai tineri sau mai puțin experimentați, sprijinul AI a îmbunătățit, de asemenea, rațele de succes ale elevilor și studenților. Aceste câștiguri sunt importante în sistemele supuse presiunii claselor mari și suprasolicității administrative, cum ar fi și cazul țării noastre. În același timp,

raportul avertizează că automatizarea excesivă a feedback-ului, a notării sau a proiectării cursurilor poate eroda judecata profesională în timp.

Experții OECD susțin că AI ar trebui să consolideze rolul profesorului, nu să îl înlocuiască. Cele mai eficiente sisteme sunt cele proiectate împreună cu profesorii, în care aceștia decid cum este utilizată AI, când intervine și cum este monitorizată interacțiunea elevilor. Această abordare se potrivește bine cu învățământul universitar, unde libertatea academică și responsabilitatea rămân valori centrale.

La nivel de sistem, raportul evidențiază oportunități care depășesc sala de clasă. AI generativă sprijină analiza curriculumului, orientarea elevilor și chiar cercetarea în domeniul educației. Chiar și pentru facultăți în general dar și mai ales pentru facultățile de economie, acest lucru deschide noi posibilități pentru reforma curriculumului bazată pe date și o mai bună aliniere la nevoile pieței muncii.

Atât pentru elevi sau studenți, cât și pentru colegii mei profesori, lecția principală este clară: AI generativă nu este nici o amenințare, nici o soluție miraculoasă ci este un instrument puternic. Valoarea sa depinde de cât de conștient este integrată în procesul de învățare și predare.

Universitățile care investesc în îndrumare, reguli și competențe vor câștiga mai mult decât cele care o ignoră sau o interzic. Raportul McKinsey de care făceam vorbire și în introducere "The state of AI in 2025" adaugă o perspectivă la nivel de întreprindere. Aproape nouă din zece organizații chestionate declară că utilizează AI în cel puțin o funcție. Cu toate acestea, doar aproximativ o treime au extins AI la nivelul întregii întreprinderi. Majoritatea rămân blocate în fazele pilot și experimentale. Agenții AI, care pot planifica și executa sarcini, suscită un interes puternic, dar mai puțin de un sfert dintre firme i-au extins în vreo funcție. Chiar dacă creșterea productivității la nivel de întreprindere rămâne limitată, aproximativ 40% dintre companii raportează un impact măsurabil asupra profitului operațional.

Pentru economiști, acest decalaj între experimentare și impact este crucial. El arată că AI nu este o simplă tehnologie ci una revoluționară. Firmele care obțin plus-valoare reprojetează fluxurile de lucru, investesc în competențe și aliniază AI la strategiile de creștere, nu doar la reducerea costurilor. Acest lucru explică de ce firmele mari scalează mai bine AI și de ce întreprinderile mici și mijlocii se confruntă cu dificultăți.

În ansamblu, toate rapoartele instituțiilor recunoscute transmit un mesaj clar mai ales elevilor, studenților și profesorilor. AI remodelează deja avantajul comparativ. Țările care investesc doar în acces vor rămâne în urma celor care investesc în competențe, date și capacitate instituțională. Pentru România și economiile similare, oportunitatea strategică constă în AI aplicată, adaptarea specifică sectorului și dezvoltarea forței de muncă, nu în concurența directă cu gigantii tehnologici globali.

Pentru studenți și mai ales pentru studenții facultăților de științe economice, aceste concluzii sunt pragmatice și realiste. Inteligența Artificială nu se constituie într-un domeniu separat ci devine parte a mediului economic chiar în zona de bază, mediul în care vom lucra, vom coopera și vom concura.



Virgil NICULA

urmare din pagina 1

Anul 2025 a fost cel mai bun pentru turismul din Uniunea Europeană. Dintre toate statele europene, turismul a scăzut doar în Irlanda și în România (-1,4%) față de 2024. Datele preliminare publicate de Eurostat, biroul de statistică al UE, arată că România se numără printre puținele state membre care au înregistrat o scădere, în contrast cu tendința generală de creștere. Oare de ce a scăzut numărul turiștilor la noi dacă în toată Europa a crescut? Specialiștii din turism, asociațiile și federațiile de profil precum Asociația Națională a Agențiilor de Turism (ANAT), Federația Industriei Hoteliere din România (FIHR), Federația Patronatelor din Turismul Românesc (FPTR), Asociația Incoming România (AIR), HoReCa ș.a. au încercat și trebuie să răspundă la această întrebare. Ne situăm geografic între două țări, Bulgaria și Ungaria, care înregistrează rezultate notabile, mai bune ca la noi. Nu cumva măsurile luate la noi anul trecut și care continuă în anul curent, cu referire la creșterea taxelor și impozitelor, a prețurilor în general, au dus la această situație? Suntem în era tehnologiei, AI, discutăm de strategii de marketing și management pentru a atrage mai mulți turiști străini și nu putem să nu remarcăm o situație contrastantă și anume faptul că înainte de 1989 aveam mai mulți turiști străini pe litoral decât în prezent! Ca să nu ne amintim și de faptul că după orele 22, cu mici excepții, unitățile de alimentație și de agrement erau închise. Oare nu pleacă totul de la prețurile practicate, de la raportul calitate - preț despre care tot discutăm în teorie? E drept că atunci prețurile și tarifele erau fixe, erau controlate de stat, că acum este altceva, e economie de piață și operatorii economici nu își permit să nu reacționeze decât prin prisma profitului și a rentabilității. Sau că în acea perioadă eram acuzați de dumping, datorită prețurilor scăzute de pe litoral, comparativ cu alte țări concurente. Înseamnă că trebuie să vedem ce măsuri aplică și alte țări care au rezultate bune, să comparăm pârgurile economico - financiare și să nu luăm măsuri care afectează negativ sectorul turistic. România are, în acest moment, infrastructura hotelieră și de transport necesară pentru a primi de două ori mai mulți turiști străini decât primește acum, adică 6 milioane de vizitatori din afara țării, însă, din păcate nu am reușit să atragem nici jumătate în ultimii 20 de ani. Operatorii economici au raportat o degradare a climatului de încredere, turismul balnear și cel rural fiind segmentele cele mai afectate. Analiza celor mai recente date furnizate de Institutul Național de Statistică (INS) privind fluxurile turistice din anul 2025 indică o schimbare de paradigmă alarmantă pentru industria ospitalității din România.

“Fără o strategie coerentă de atragere a turiștilor străini care să compenseze exodul românilor și fără o ajustare a strategiei de preț,

industria turistică autohtonă riscă să intre într-o etapă de recesiune prelungită. Prăbușirea de aproape 9% din luna noiembrie 2025 reprezintă un semnal de alarmă critic pentru guvernanti, demonstrând că actualele politici fiscale au sufocat competitivitatea sectorului. Într-un an marcat de creșterea taxelor și de imprecizie, modelul de business forțat de presiunea fiscală să majoreze TVA și tarifele în absența unor investiții publice în infrastructură sau promovare și-a atins limitele. Fără o strategie guvernamentală care să susțină industria prin stimulente reale și o fiscalitate echilibrată, turismul românesc riscă să devină o victimă a propriei politici de stat”, se arată într-un comunicat al ANAT.

Cererea de călătorii

a rămas ridicată la nivel mondial pe tot parcursul anului 2025, în ciuda inflației ridicate în serviciile turistice și a incertitudinii legate de tensiunile geopolitice. Aproximativ 1,52 miliarde de turiști au călătorit în străinătate în 2025, un an record, cu 4% mai mult decât în 2024 (1,4 miliarde), o creștere puternică având loc în Africa și Asia. Industria globală a călătoriilor și a turismului contribuie cu aproape 12 trilioane USD la economia mondială. Contribuția industriei turismului a fost echivalentă cu 10,3% din Produsul Intern Brut mondial, cheltuielile turistice crescând de două ori mai rapid decât creșterea economică globală. Publicarea raportului UN Tourism (fostă UNWTO), a avut loc în contextul în care numeroși lideri mondiali s-au reunit la Davos, în mijlocul tensiunilor comerciale alimentate de președintele american Donald Trump. Această cifră susține o creștere de peste 370 de milioane de locuri de muncă la nivel mondial, care înseamnă nu numai o revenire după recesiunile anterioare, ci și evidențierea rezistenței sectorului de turism în fața crizelor economice, politice sau sanitare.

Contribuția directă a turismului

la PIB-ul României este de circa 2,5%, ceea ce ne plasează considerabil în urma altor țări din UE în ciuda avantajelor pe care le are țara noastră. Potrivit unei analize realizate de Banca Transilvania (BT) media în UE a contribuției totale a turismului la PIB (directă, indirectă și indusă) este de aproximativ 10%, cu contribuții mari în țări precum Grecia, Croația, Italia sau Bulgaria. În același timp, în alte țări din UE cu atracții turistice și geografice mai puțin diversificate - dar cu servicii mai calitative raportat la prețuri - turismul reprezintă un pilon al creșterii economice. De exemplu, Bulgaria, cu o contribuție a turismului la PIB estimată de Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor (WTTC) la 8,4% în 2025. Turismul bulgar nu este exclusiv cel de litoral, ci și cel montan a devenit popular având în vedere prețurile pachetelor de schi din stațiuni ca Bansko, Pamporovo sau Borovets. Alte țări precum Croația se bucură de o contribuție



a turismului de circa 20% la PIB, sau Italia și Grecia, fiecare cu o contribuție de aproximativ 13%.

Din totalul de 29,7 milioane de nopți turistice petrecute în România, 24,5 milioane de nopți au fost înregistrate de turiștii români și doar 5,2 milioane de nopți de turiștii străini. Cifre modeste, dacă ne comparăm cu o țară de două ori mai mică, Ungaria, care a acumulat 33,1 milioane de înnoptări turistice, dintre care 16,9 milioane petrecute de turiștii interni și 16,2 petrecute de turiștii străini, sau cu Bulgaria, o țară de trei ori mai mică din punct de vedere al populației, care a înregistrat 28,8 milioane de înnoptări, din care 12,7 milioane interne și 16 milioane petrecute de turiștii străini. Concluzia este că turismul nostru este mult mai puțin performant ca al ungarilor sau al bulgarilor, ca să nu mai vorbim de media europeană. În anul 2025 turiștii străini care au venit la noi în țară au cheltuit cca. 5 miliarde de euro, iar cei români au cheltuit în străinătate o sumă dublă: 10 miliarde de euro (față de 1 miliard de euro în 2010 !!), determinând un deficit de 4,3 miliarde de euro, cu un miliard de euro mai mult decât pentru anul 2024.

Un rol determinant în evoluția turismului intern l-a avut diminuarea numărului de vouchere pentru bugetari. În 2025, numărul și valo-



rea voucherelor de vacanță au fost reduse cu aproximativ 65% față de 2024. În anii anteriori, acest mecanism a contribuit decisiv la extinderea sezonului, la creșterea gradului de ocupare și la aducerea în economia fiscalizată a zeci de mii de unități de cazare, numărul acestora crescând de la cca. 6.000 la aproximativ 28.000 în doar câțiva ani. „În 2025, diminuarea bruscă a acestui instrument a lăsat fără clientelă o parte importantă din stațiunile balneare și din pensiunile rurale, iar scăderile în gradul de ocupare au fost imediate și vizibile. Deși încasările prin vouchere reprezentau aproximativ 1,7% din piața turistică internă, efectul lor de antrenare era mult mai mare, iar reducerea lor a amplificat declinul general al cererii. În paralel cu aceste evoluții economice, anul 2025 a fost marcat de o degradare

accelerată a climatului de încredere și a imaginii publice a turismului românesc. Rețelele sociale au amplificat incidente izolate și le-au transformat în generalizări, iar conținutul emoțional negativ a ajuns să influențeze disproporționat decizia de călătorie”, precizează FPTR.

Scăderea dramatică a emiterii voucherelor de vacanță în 2025 va genera efecte negative accentuate în 2026, avertizează și ANAT. Deși pentru anul curent au fost eliminate declarația și coplata angajatului, valoarea voucherelor a fost înghețată la aproximativ 157 EUR (800 RON) imposibil, adică circa 126 EUR (640 RON) net, iar plafonul salarial pentru eligibilitate a fost redus la aproximativ 1.179 EUR (6.000 RON) net, conform prevederilor Legii 141/2025.

continuare în pagina 8



Dan POPESCU

urmare din pagina 1

Anume deschiderea cursului de *Economie Politică* (cu tema „Despre importanța Economiei Politice”) al profesorului Ion Ghica (1816 - 1897), în sală aflându-se, pe lângă Domnitor, și colegi ai titularului, printre care, se pare, Mihail Kogălniceanu, Gheorghe Asachi, tânărul Ion Ionescu de la Brad etc. Un curs de mare interes, fiind foarte puțini în sală dintre cei ce se puteau întreba „ce o mai dori și aista?”. Ion Ghica, profesor al Academiei Mihăilene, deopotrivă economist, matematician, pedagog, scriitor, om politic de mare anvergură, cu studii deosebite în „orașul lumină al lumii”, la College de France (mai ales *Economie Politică*), dar și la Școala Națională de Mine din Paris, unde a obținut titlul de „inginer”, la Universitatea din Paris, la Conservatorul de Arte și Meserii tot din Paris, a vădit, încă din capul locului, o veritabilă înclinație și chiar ardentă pasiune pentru *Economia Politică*, disciplină științifică ce își trage numele din grecește: „Oikos Nomos Polis” (Principii de gospodărie socială).

În deschiderea cursului său, din 1843, titularul - ce va deveni, nu peste mult timp, marele Ion Ghica, savant și Prim-ministru - numit de Al. Ioan Cuza, al Munteniei, al Moldovei, ministru pe urmă sub domnia lui Carol I, mai fusese bei (prinț) de Samos, numit de turci în perioada sa de exil după Revoluția din 1848 etc - releva, pe lângă considerații deosebit de interesante privind obiectul de studiu al *Economiei Politice*, metodele de cercetare utilizate, categoriile economice de piață, cerere, ofertă cu care operează disciplina, instituțiile sale ș.a., nu puține

reflecții pertinente, destul de multe critice privind neajunsuri ale sistemului politic și economic al vremii. Punând, deopotrivă, în lumină idei avansate, desprinse din peisajul francez și englez, american, al revoluției industriale, reluând și dezvoltând apoi ideile de mai sus. Prin acest curs al lui Ion Ghica - și nu era singurul, se vedeau mai multe nume de mare referință ce țineau aici, la Academia Mihăileneană, cursuri universitare în varii domenii -, ne aflăm, mai mult decât cu economia, în Europa. Afirm acest lucru deoarece, doar cu mai puțin de trei decenii înainte, în Franța, în 1816, marele economist deja, **Jean Baptiste Say** deschidea, la Atheneul din Paris, primul - probabil - curs european, primul curs mondial de fapt, de *Economie Politică*. Eram, dar, și nu eram departe de Franța, deși, din anumite puncte de vedere (capacitate de producție, organizare, instituții, bănci, activități, structuri ș.a.) decalajul era imens. În afaceri, cutume economice, conta mult astfel. Franța, Anglia, Statele Unite erau „calificate” la profit. Să ne gândim și la aceea că Franța era o mare putere economică, politică, colonială, iar noi eram sub suzeranitate turcească. Și mai erau: statutul țaranului, comerțul, productivitatea, piața financiară etc. Peste Franța trecuse „1789” și Napoleon, iar idei franceze luminate în sfera libertății erau răspândite în întreaga lume.

Dar nu despre Ion Ghica ne vom referi în rândurile de față - ne-am aplecat astfel, în mai multe rânduri, vezi de pildă **Dan Popescu** „Ion Ghica, economist al dezvoltării” în lucrarea „Studii de Istorie Economică și Istoria Gândirii Economice”, vol. X, 2008, Academia Română - ci despre predecesorul



Iași, sec XIX

„ruina”, arăta prin anii 1880 un cercetător francez realist, **Mantoux**, într-o lucrare de relativă celebritate „*La révolution industrielle*”. Despărțirea coloniilor americane de imperiu a probat cel puțin două lucruri, se arată în volumul respectiv: a) pericolul unui sistem colonial care împingea la revoltă coloniile cele mai prospere; b) inutilitatea sistemului protector (inutilitatea înțeleasă prin prisma forțării la extrem a acestuia de către Anglia în raport cu coloniile americane), deoarece schimburile dintre Anglia și Statele Unite au fost „a doua zi după războiul de independență” (în sens figurativ, firește) mai înfloritoare ca oricând. Economistul francez despre care vom vorbi în aceste rânduri, **Jean Baptiste Say**, scria în acest sens în 1803: „Pierderea pe care a suferit-o Anglia în coloniile sale din America septentrională a fost, de fapt, un câștig pentru dânsa. Este un fapt pe care nu l-am văzut contestat nicăieri”. Desigur, aprecierile asupra „câștigului” menționat de Say și Mantoux au mai evoluat, relevându-se zeci de ani imensele pagube suferite de Anglia prin pierderea coloniilor americane. Într-un anume sens însă, în anumite condiții, atât Mantoux și, înaintea lui, Say, au avut dreptate. Pentru nuanțare putem arăta astfel că Anglia a devenit considerabil interesată în largirea schimburilor cu America independentă prin prisma nevoii ei stringente de dețuseuri, nevoie relevantă imediat după războaiele napoleonice și după cunoscuta „blocadă” montată de împăratul francez pentru multe din manufacturile și fabricile engleze cu imense stocuri de producție depozitate. Și tot Anglia a devenit interesată acum în desființarea generală a barierelor vamale și dintr-un alt motiv: grânele engleze, protejate, aveau prețuri mari, era scumpă mâna de lucru. Acest fapt însă nu era privit de puterea engleză doar strict economic, ci și ca urmare a faptului că industria engleză - o industrie în plină înflorire, protejată mulți ani, până s-a consolidat, și doritoare să pătrundă prin liber schimb pe toate piețele statelor și teritoriilor lipsite de industrie, respectiv de o industrie competitivă - nu mai avea decât posibilități reduse de „a-și trage” mâna de lucru din agricultură; câștigurile de aici reprezentând interese care făceau ca forța de lucru să prefere, deseori, agricultura industriei. Or, acum, balanța trăgea în celălalt sens, mai con-

venabil Angliei, industria engleză cu profituri mai mari și salarii cât de cât acceptabile în lipsă de altceva, atrăgea, de voie, de nevoie. Într-un fel, tot o politică „protecționistă” dar pe invers. Marile puteri, în speță Anglia, dar nu doar ea, își stabileau și stabilesc opțiunile de „protecționism” și „libertate economică”, cum vor ele, funcție directă de propriile interese. și în trecut și astăzi și, probabil, că și în viitor... Sunt acestea doar unele elemente care ne pun în lumină aptitudinile lui Say de a decela, „vedea” și interpreta realitățile proceselor economice etc. și mai sunt atâtea astfel.



2. Jean Baptiste Say se naște la Lyon, în ianuarie 1767. Destinul i-a rezervat o viață glorioasă și frământată. Face studii de drept și economie. Călătorește mult, încă de tânăr vede și cu „ochii minții” Anglia. La parte ca luptător voluntar la Campania din 1792 slujind Franța. Tot în același scop înființează și conduce reviste, având drept preocupare, mijlocit sau nemijlocit, o mare pasiune a vieții sale: *Economia Politică*. Va publica în curând un celebru **Tratat**. În 1799 este numit membru al „Tribunalului Franței”. Nu este în grațiile lui Napoleon... Say dezaprobă noul regim, se rupe de el și, departe de tumultul politic al Parisului, valorificându-și cunoștințele economice, probând astfel valoarea sa, devine industriaș și creează o filatură de bumbac la Auchy les Hesdin, în Pas de Calais. Deja în 1813, în câțiva ani, reușește amortizarea capitalului investit. Se întoarce la Paris unde, în 1816, deschide primul - probabil - „Curs de *Economie Politică*” la Ateneul din Paris, iar în 1817 își publică celebra, apoi - lucrare, „*Catéchisme d'Économie Politique*”. În 1819, guvernul Restaurației îi aprobă să țină un nou curs de economie, intitulat „*Curs de *Economie Industrială**” deoarece - se pare - cuvintele „*economie politică*” nu erau agreate; mai ales ca urmare a celui de al doilea termen - „*politică*” - probabil că speriau. „*Maladie*” contagioasă ulterior. Iar „*Economie Industrială*” suna mai bine și era și de actualitate. În 1830, Say este numit profesor, de această dată de „*Economie Politică*”, la College de France. Repauzează în 1832, după ce apucase să-și publice între 1828 - 1829 „*Cursul complet de *Economie Politică**” în șase volume.

Subliniez că Say a fost mai mult

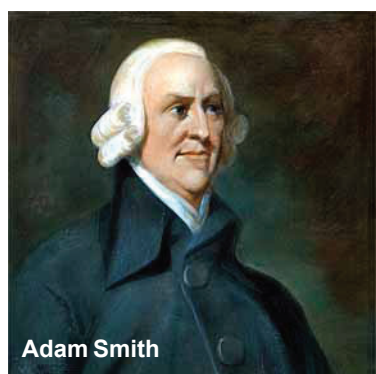
un adept și, în principal, un dezvoltator - și nu atât un vulgarizator, cum se remarcă în nu puține cazuri - al lui Adam Smith. Citește prin 1789 - 1790 cartea de căpătâi a magistrului, despre care scria: „Când se citește această lucrare se observă că nu era *Economie Politică* înainte de Smith”. În circa un deceniu și jumătate mai târziu apare propria lui lucrare de *Economie Politică*: „*Tratatul de *Economie Politică**”, baza cursului său de mai târziu. Întrucât Say se afla în contradicție cu ideile marelui Napoleon, mai ales în domeniul concepțiilor financiare, Bonaparte apreciind că el este mai aproape de realitățile franceze comparativ cu Say, viitorul împărat va interzice multă vreme apariția celei de a doua ediții a *Tratatului*, acesta apărând abia în 1814, urmată apoi de ediții succesive în 1817, 1819, 1820. Lucrarea are succes și a fost tradusă, atunci, dar mai ales în timp, într-un număr de limbi străine. Reputația lui Say devine, de fapt, europeană și tot mai evident.

Practic, Jean Baptiste Say reia concepția amintită a lui Adam Smith, o clasifică și o ordonează logic, îi relevă principiile generale ale căror consecințe „aproape că se deduc singure”. Repetă, după cum observă criticii săi, numele maestrului său Adam Smith aproape la fiecare pas. Say, cum remarcă Gide și Rist, cerne însă ideile lui Smith. În același timp, le colorează cu un colorit propriu care va da, multă vreme, *Economiei Politice* franceze (a lui Say, n.n.) caracterul ei original față de *Economia Politică* engleză căreia, în același moment, Malthus și Ricardo, „pesimiștii” în raport cu „optimistul” Adam Smith, aveau să-i dea o direcție nouă.

Mai departe. În Anglia, însuși Smith spunea despre primul ministru William Pitt și despre lordul North, și el prim ministru, că „înțeleg ideile mele mai bine decât mine”. Actul unirii cu Irlanda din 1800 a însemnat astfel eliminarea unor prohibiții învechite din Irlanda. În timpul vieții lui Smith au apărut noi ediții din „*Bogăția Națiunilor*...” iar după moartea magistrului, până la sfârșitul secolului au fost publicate încă trei noi ediții. Succes eclatant. Lucrarea lui Smith depășise de mult hotarele Angliei, încă din 1777 ea fiind cunoscută și citată în Franța, l-au urmat apoi, aici, patru traduceri, între 1779 și 1802. De altfel, Revoluția franceză de la 1789 ale cărei măsuri economice au fost inspirate mai



Jean Baptiste Say



Adam Smith

său amintit, un mare economist clasic, din „familia” lui Adam Smith, „optimist”, ce a deschis, la rândul său, noi și prestigioase perspective de studiu în *Economia Politică*. Așadar, Jean Baptiste Say.



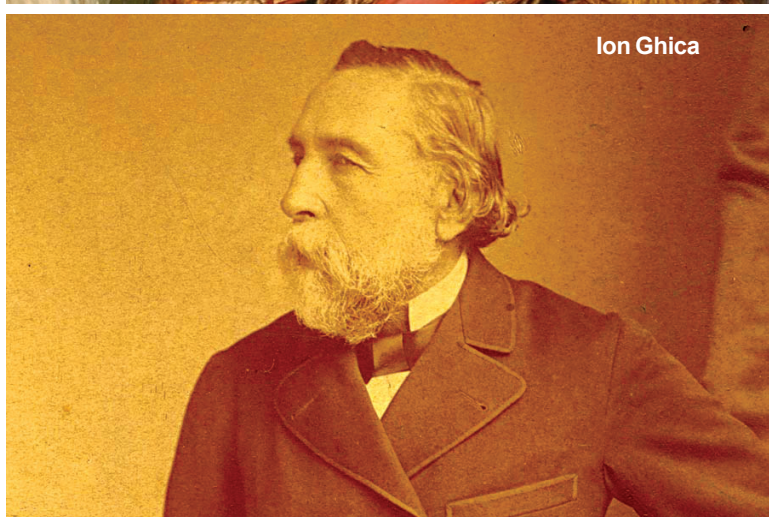
1. Să ne întoarcem puțin în timp. Războiul Americii împotriva Angliei, din perspectiva scrierilor lui Smith, a demonstrat caducitatea vechii *Economii Politice* și i-a agravat



Academia Mihăileană



Mihail Sturdza



Ion Ghica

ales de fiziocrați, a dat un impuls puternic principiilor de libertate, venindu-se astfel, cu pași importanți, în întâmpinarea doctrinei lui Adam Smith. Tocmai pe un astfel de teren fertil - aveai ce citi și de unde te inspira - se afirmă și se impune unul dintre interpreții creatori cei mai de seamă ai lui Adam Smith, francezul Jean Baptiste Say. Și am văzut cum. Despre el, tot celebrii Charles Gide

și Charles Rist, cu spiritul lor viu de observație și chiar cu umor, scriau: „unui francez, lucru destul de curios, îi căzu sarcina să discrediteze prima școală franceză de economisți (este vorba de fiziocrați, Say accentuând, deseori exagerând, deosebirile dintre ei și Smith, n.n.) și să înlesnească Economiei Politice engleze marea ei expansiune”. Ne vom referi, în continuare, pe scurt, la câteva contribuții,

în Economia Politică, ale lui Jean Baptiste Say.

3. Say subliniază ca și Smith, dar bine apăsător, lipsa de consistență a unor idei fiziocrate ce se bucurau încă de recunoaștere în epocă. El arată că nu numai în agricultură, cum afirmă cei din „școala fiziocrată”, ci pretutindeni „natura este forțată să lucreze împreună cu omul”. Prin „fonds de terre” Say înțelege tot ajutorul pe care „o nație îl are direct de la puterile naturale, respectiv din forța vântului, din curenții de apă etc.” Idee corectă, deși Say face abstracție de ceea ce fiziocrații au intuit în mod primar legând însă aceasta de alte cauze, anume de ceea ce mai târziu s-a numit „monopolul asupra pământului ca obiect al economiei” și „monopolul asupra pământului ca obiect al proprietății private”. Să reținem drept justă, rațională, perspectivă viziunea lui Say, coordonată cu o altă la fel de valoroasă: nu trebuie negat în nici un fel aportul la producție, chiar dacă indirect, al medicilor, avocaților, artiștilor chiar, profesiuni liberale doar în aparență rupte de ea. „Sunt productive astfel de contribuții”, scrie Say, reluând și dezvoltând pe Smith și distanțându-se parcă mai mult de fiziocrați, *nu numai muncile din agricultură ci toate muncile care creează utilități. Și sunt productive nu numai muncile care creează direct bunuri materiale, ci toate muncile care amplifică capacita-*

tea ce o au lucrurile de a răspunde nevoilor noastre și de a ne satisface dorințele.” Sunt, deci, productive toate muncile care concurează la acest rezultat, deci toate muncile cerute, utile oamenilor și societății. O astfel de distincție, explicațiile ei depășesc, consider, pe cele realizate de Adam Smith în „Bogăția Națiunilor...” și se înscriu perfect în exigențele timpului de acum.

4. În ce privește concepția asupra Economiei Politice și rolul economistului în societate, rol ce decurge din această concepție, J.B. Say are idei care-l deosebesc de Smith. După cum cunoaștem, pentru fiziocrați ordinea naturală este o ordine existentă dincolo de voința oamenilor, o ordine providențială, desfășurată după legi eterne, o ordine pe care oamenii trebuiau să învețe s-o cunoască și apoi să se conformeze ei, știința economică fiind privită cu precădere ca o știință normativă. Pedalând pe o altă nuanță, pentru Adam Smith ordinea naturală era o ordine care se înfăptuia continuu, relații economice spontane care triumfă din înfrângerea piedicilor artificiale pe care i le opun guvernele, Economia Politică sprijinită pe conștiința acestei constituirii spontane „consiliind” omul de stat. Pentru Say, pomind de la teoria lui Smith asupra ordinii ce se constituia spontan, Economia Politică nu reprezenta nici o știință normativă și nici o știință cu reflexe practice. În ochii săi, Economia Politică reprezenta nemijlocit știința constituirii economice spontane a ordinii vieții economice, de fapt „știința legilor care guvernează bogățiile”, „o simplă dar foarte necesară expunere a felului cum se formează, distribuie și consumă bogățiile.” Deci J.B. Say „vede” Economia Politică ca o știință teoretică și descriptivă, rolul economistului, al savantului în domeniu nefiind acela de a interveni sau consilia, ci doar acela de „spectator care observă, analizează și descrie”. „Ceea ce îi datorăm publicului - remarcă în acest sens Say - este de a-i spune cum și de ce cutare fapt este consecința cutărui altul. Dacă-i place consecința sau dacă o respinge, asta-i ajunge, știe ce are de făcut, îndemnuri să-i dăm noi niciodată”. Foarte interesant punctul de vedere, și cât de actual, vezi inclusiv problemele unei alte ordini economice internaționale. Prin urmare, Economia Politică nu mai este la Say o știință practică, un ghid pentru omul de stat și pentru administrator, ea este cu precădere o știință descriptivă, economistul aflându-și corespunzător locul său, de descriptivist. Publicul să aleagă ce trebuie făcut. Evident, concepția lui Say este în acest sens relativ eronată, considerabil limitată, fiind puternic atacată cu argumente dintre cele mai pertinente, de economisții din timpul său sau de după el, de la Sismondi și List la cei din zilele noastre, cu toții, departe de a fi doar „descriptiviști”, implicându-se direct și firesc cu cunoștințele lor, în desfășurarea vieții economice. Dar nu doar ei, ci și ceilalți specialiști, biologi, fizicieni, chimiști, ingineri s.a., ceea ce, astfel, ne obligă să reflectăm mai mult la asemenea spuse ale lui Say.

O astfel de concepție la Say, cum spuneam, oarecum limitată, pare

cu atât mai paradoxală cu cât el s-a angajat în viața economică, devenind patron, capitalist și prin pricepere amortizându-și rapid capitalul. Să fi fost oare dificultățile mari ale „acestei vieți” cele care l-au făcut ulterior pe Say să îndepărteze Economia Politică de practica vieții economice ca atare și s-o așeze în rolul de „spectator”, care doar observă? Posibil și, poate mai mult decât atât, probabil. S-ar putea să n-o știm însă niciodată, cu atât mai mult cu cât, în mod fundamental eronat, economisții „de astăzi”, teoreticieni și profesori și doar atât, nu-și caută, în număr mare, geneza logică și istorică în cei care „ieri” s-au aflat în postura practică a lui Say. Unii, chiar, sunt foarte departe de ea, „Catedra și masa de lucru, fără nici o legătură cu practica, cu acțiunea”.

5. Revoluția industrială domină scena principalelor țări europene - și nu numai - la sfârșitul veacului al XVIII-lea și la începutul secolului al XIX-lea. Când Say vizitează Anglia puțin înainte de 1789, o găsește în plină dezvoltare a mașinismului. În Franța, înainte de Revoluția din 1789, marea industrie este abia la primele începuturi; sub imperiul însă prosperă rapid, iar spre sfârșitul celui de-al doilea deceniu al secolului al XIX-lea se poate spune că expansiunea ei este „enormă”. Smith a publicat „Bogăția Națiunilor...” în 1776, relevând o preocupare încă dominantă pentru agricultură. Say, însă, publicându-și „Tratatul...” în 1803 are o predilecție pronunțată către industrie, problemele industriale prevalând apoi în Economia Politică aproape mereu. Poate că și acest fapt a avut o anumită greutate în opțiunea lui Say privind titlul cursului său de Economie Politică de la Conservatorul de arte și meserii din Paris, titlu, cum am mai arătat, ce era „Curs de Economie Industrială”. Un merit important al lui Say, care relevă și mai paradoxală desprinderea sa de funcțiunile practice ale Economiei Politice, îl reprezintă analiza pe care el o face unui personaj central al vieții economice, anume „întreprinzătorul”. Say observă că la începutul secolului al XIX-lea - și nu doar atunci, am putea noi completa - agentul principal al progresului economic este omul „industrial”, activ, instruit, inventator ingenios, agricultor inventiv, omul de afaceri îndrăzneț, acel om care se „implică” în toate în măsura în care se fac descoperirile științifice și se extind debușeele. El este acela care, mai mult decât capitalistul propriu-zis „care dă banii și încasează redevențele”, mai mult decât proprietarul funciar relativ pasiv, mai mult decât lucrătorul care primește ordinea asupra a ceea ce are de făcut, conduce producția și domină distribuția bogățiilor. O definiție foarte actuală, erodată, uneori, de politic. Vezi la noi.

Omul, capitalurile și pământurile aduc serviciile productive, arată Say relevând o veritabilă teorie asupra „distribuției bogăției”. Serviciile aduse pe piață sunt schimbate contra unui salariu, profituri sau dobânzi și rente. Aceste servicii sunt cerute de către întreprinzătorii din industrie (inclusiv de negustori, agricultori, manufacturierii) și combinate de către aceștia în vederea satisfacerii cererii de produse pe care le-o adresează consumatorilor. Așadar, mai afirmă economistul francez, „întreprinză-

continuare în pagina 6



Paris, sec XIX

Dan POPESCU

urmare din pagina 5

torii din industrie sunt intermediarii care cer serviciile productive necesare pentru un produs oarecare în raport cu cererea acestui produs." Pe de altă parte, „agenții producției, oameni de lucru, pământuri, capitaluri sau industriașii se oferă mai mult sau mai puțin, după diversele lor motive... și formează astfel cealaltă bază a valorii care se stabilește pentru aceste servicii." Deci legea ofertei și a cererii reglează prețul serviciilor, respectiv procentul arenzilor, dobânzilor, al salariilor, după cum reglează și prețul produselor. Mulțumită întreprinzătorului - arată Say - valoarea produselor se repartizează între diferite servicii productive și diferitele servicii se repartizează între industrii. Teoria distribuției se coordonează astfel cu teoria schimbului și a producției. Era un punct de vedere, chiar dacă pare relativ mai abscons, ce reprezintă un progres de seamă comparativ cu doctrina fiziocrată, unde produsele materiale se schimbau de la clasă la clasă și nu de la individ la individ, deosebind, totodată, remunerarea capitalului de aceea a întreprinzătorului, relativ confundate de Adam Smith. Și mai face și alte precizări mai clar decât la Smith.

Say este cel care a relevat și fundamentat „Teoria debușeeilor”, teorie ce a concentrat cu precădere atenția, mai ales critică, a economiştilor de mai târziu. Pe ce coordonate se sprijină această teorie a lui J.B. Say? „Produsele se cumpără pe produse”, arată Say, preluând ideea fiziocraților precum și a lui Adam Smith potrivit căreia „moneda este doar un intermediar, o dobândesti pentru a scăpa imediat de ea și a o schimba pe un nou produs”. Schimburile odată terminate, „găsești că produsele s-au plătit cu produse.” Mărfurile, deci, își servesc reciproc debușeele și de aici se desprinde faptul - afirmă economistul francez - că interesul unei țări care produce mult este ca și celelalte țări să producă tot atât. Say - subliniau Gide și Rist - întrevea deja fraternitatea popoarelor decurgând din acest principiu. „Teoria



debușeeilor va schimba politica lumii” arăta Say. Nu este deloc foarte eronat, sunt nu puține fante de lumină. Chiar în ierarhiile de putere și se dă mereu să faci ceva, ei să-și vândă produsele lor iar tu să ai cu ce le cumpăra.

6. Economistul francez aplică această „teorie a debușeeilor” la analiza crizelor de supraproducție. Se semnalase deja, încă din vremea lui Say, o posibilă supraîncărcare a piețelor. Era o amenințare teribilă pentru economişti, căreia i se căutau explicații și măsuri preventivoare. „Nimic mai puțin logic”, „păreri sunt eronate” - declară serenic Say. Și iată de ce. „Oferta totală a produselor și cererea totală a produselor sunt, în mod necesar, egale, deoarece cererea totală nu este altceva decât masa totală a produselor create. Ideea «supraîncărcării» (generale, n.n.) este deci o absurditate, afirmă Say. Această «supraîncărcare» echivalează numai cu «o abundență generală a bogățiilor», «bogății de care națiile sunt tot atât de puțin stânjenite ca și particularii». „Este posibilă însă o rea conducere a mijloacelor de producție și, prin urmare, o supraabundență a cutărui sau cutărui produs, cu alte cuvinte „o supraîncărcare parțială”. Say considera că nu este pozitiv să producem prea mult din toate mărfurile deodată, însă este posibil să se fi produs prea mult dintr-o cantitate - calitate sau alta a unei mărfi în particular.

Dintr-o asemenea perspectivă, Say a fost acuzat că a negat existența crizelor. În fond, însă, Say doar le-a privit ca pe un fenomen esențialmente trecător, afirmând că „libertatea industrială ar suferi prevenindu-le.” Se referea în acest sens, printre altele, atât la păreri ale lui Malthus, cel care promova uneori ideea „menținerii bogățiilor trândavi ca supapă pentru supraproducție”, cât și la păreri ale lui Simonde de Sismondi care promova drept remediu al crizelor încetinirea progresului industrial și oprirea invențiilor. În fond, mai spunea Say, inconvenientul „nu vine din a produce prea mult, ci din a nu produce tocmai ceea ce trebuie.” Perfect adevărat, are dreptate. Trebuie să se producă, mai arată Say, mai ales când și la națiunile cele mai înfloritoare „șapte optimi din populație sunt lipsite de o mulțime de produse privite ca necesare, nu voi spune într-o familie bogată, dar, cu precădere, într-un menaj modest.” Totul stă în producție - ce cuvinte realiste de care noi, românii, acum nu prea ținem seama - sublinia economistul francez, și, natural, prin scăderea prețului obiectelor, chiar aceia care suferă un moment vor fi primii să beneficieze apoi de dezvoltarea industriei. Evident, asemenea situații, corecte în bună măsură, sunt cam prea exclusive, neluând în seamă o serie de procese și fenomene strict necesare: solvabilitatea, ciclurile de producție, interesele firmelor, cele ale statelor, un „raport incoerent între urgențele prezentului și temeiurile viitorului”, interesele monopoliste etc. Multe din acestea Say nici nu putea să le explice, având în vedere unele dintre limitele timpului său... Departe, deci, de a-l minimaliza pe Say, de a-l considera un simplu vulgarizator al lui Smith, să conchidem, alături de Ch. Gide și Ch. Rist, și prin prisma teoriei crizelor elaborată de Say, că în acest cadru „trebuie căutate nu lămuriri asupra fenomenului crizelor - nu se vor găsi - ci expresia unui sentiment just în fond căruia Say a avut neajunsul să-i dea o formulă științifică nepotrivită.”

Se vedește, din cele arătate, recunoașterea rolului lui Say în istoria doctrinelor economice și nicidecum recunoașterea așa-zisei „munci exclusiv de difuzare” la care o serie de teoreticieni economişti relevă că „s-ar fi dat J.B. Say”. În ce-l privește strict pe Say, Émile James, un alt celebru istoric al gândirii economice „vede” chiar o amplificare a meritelor sale, câte au fost, prin prisma perspectivei, „nevoită” să ia în considerație, în mai mare măsură, ideile acestui economist atât de fidel, în fond, lui Adam Smith, dar mergând, mai departe decât acesta.

În România, ziua de 23 noiembrie zi în care Ion Ghica își deschidea la Academia Mihăileană din Iași cursul său de „Economie Politică” este consacrată ca „Ziua Economistului” și „Ziua profesorului de Economie”. În Franța, după câte știu, sunt alte zile - pentru că sunt - cele care îi celebrează pe economişti și profesorii de economie. Având în vedere că Say este francez, ar fi astfel o posibilitate să preia exemplul nostru. Este doar o modestă sugestie. Să mai notăm că termenul de „Economie Politică” - „Économie Politique” -, în accepția ca atare, legând cuvintele grecești amintite, vine tot din franceză, de la fiziocratul francez Antoine de Montchrestien: un argument în plus la sugestie.

P.S.1 Primesc, zilele trecute, un telefon de la bunul meu coleg de liceu - Sf. Sava - și de bancă în clasa a IX-a, inginerul de mare valoare, de transporturi și căi ferate, Ionică Sturdza, stră, stră... nepotul domnitorului amintit, căruia îi trimit cu regularitate revista „Euroeconomia XXI”. Am înțeles că o citește cu plăcere. „Bine măi Dane, îmi spune, ne știm de aproape 70 de ani, am fost colegi atât de apropiați, și nu am vorbit că bunicii noștri, ambii generali, au fost colegi și în domeniul istoriei militare. Generalul Vrăjitoru este bunicul tău, nu? Am cumpărat recent cartea lui - o reeditare a ediției inițiale din Editura Ministerului Apărării Naționale, în 1925, București, acum în Editura Carthemia, n.n. - cu titlul «Alexandru cel Mare, Hannibal, Cezar și Napoleon. Viața și faptele lor» și am început s-o citesc. Îmi place”. „Mulțumesc loane, bunicul a fost deopotrivă profesor de strategie și tactică militară la „Înalta Școală de Război din București”, își făcuse o mare pasiune din cercetare și scris. „Știu, se arată și pe coperta volumului”. „Dar loane, întreb eu, bunicul tău?” „Generalul Radu Rosetti”. De aici, mă substituie eu lui Ionică. Radu R. Rosetti, general viteaz, personalitate excepțională, a istoriei militare românești dar nu doar, academician, fondator al Muzeului Militar Central din București... Unul dintre marii români care au făcut și fac cinste țării... A fost însă arestat după 1944 și a murit în detenție, la București, în 1949. Ca și pentru mulți alții, un fapt deosebit de trist cu atât mai mult cu cât, în situația în speță, Ionică Sturdza nu a putut decât foarte puțin să stea de vorbă cu distinsul său bunic, de la tata mare la nepot. Nici eu nu am stat mult cu bunicul meu amintit, suferind de mai mult timp a murit pe la începutul anilor 1950, hăituit de securitate, venită mereu să-l aresteze. Era „răsplata” noului regim față de generali și ofițeri români care își dedicaseră viața țării lor. De altfel, mamele noastre, a lui Ion și a mea, au fost și dânezele colege de liceu, la „Regina Maria”, alături de mama unui alt coleg de al nostru de clasă, artistul fotograf Miki Mociornița, nepotul de bunic al marelui industriaș. Dacă îi mai adaug pe Dimitrie Cehan Racovitză, tot dintr-o mare familie domnească și boierească, precum Ion, Dimitrie devenit arhitect, dar și pe Ionică Macovei, cred că tot inginer, nepotul avocatului și scriitorului Alexandru



Lasarov Moldovanu, după mamă, iar după tată, al inginerului Macovei, ministrul căilor ferate în vremea regelui Carol al II-lea, pe urmă pe cel ce a devenit un medic obstetrician de mare valoare, Mihai Bălăcescu, nepotul de bunic al lui I.N. Angelescu, rector în anii interbelici al ASE București și de mai multe ori ministru liberal, și mai sunt, eram o clasă cu „trecut”. Avusesem, cu toții, dificultăți de „autobiografie”, erau anii nefaști 1950, dificultăți depășite prin perseverența și demnitatea părinților noștri. De altfel, și în alte clase, în tot acest liceu excepțional din punct de vedere al calității, era așa. Era o instituție foarte căutată, iar competiția mereu desfășurată. La școală ca la școală, cu colegii, uitând, parcă, câteva clipe, chipurile îngrijorate și frământate de acasă, ale părinților și familiei, ei renunțând la multe lucruri pentru a ne fi nouă, cât de cât mai bine. Am ținut strâns de carte, mai ales la materiile care ne plăceau: româna, cu Bărbătescu și Strelcovschi, matematica, cu Blum, latina, cu Guțu, istoria, cu Anghel („Zărzărică”), geografia, cu Gregorian („Ștabul”), științele naturale, cu Angheliescu, fizica și astronomia cu Traian Geangu, franceza, cu dirigintele nostru Ștefan Georgescu („Cățu”), Dabija („Biju”) de anatomie, Luiza Răican, Economie Politică (îmi plăcea mie), „Mița” de chimie, o doamnă distinsă fostă „Miss România” și care a ales în anii 1930, în locul unei atât de posibile vieți ușoare, cu strasuri și mărgelile scumpe, cu șampanie și pălării exotice, între Cannes și Biarritz, alături de un om bogat, și erau destui amatori, atmosfera uneori mirositoare de săruri, eprubete utilizate și alambicuri, a laboratorului școlar de chimie, Stelian Gheorghiu („Tilică”) și Tudose, sport. Și mai erau... Ce amintiri frumoase astfel.



P.S. 2 În condițiile creșterii, în acest an, a taxelor și impozitelor, în România, și ale scăderii din „condei” a veniturilor „populare”, de la toți, bătrâni și tineri, copii, școlari, bolnavi și sănătoși, gravide etc., nivelul de trai, și așa redus, al populației (nu mă refer la cei privilegiați, la demnitari, speciali ș.a.) a scăzut și scade abrupt, mult sub pragul de sărăcie și așa calculat cu „generozitate”. Decidenții, fie neglijează, ignoră faptul, relevând o detașare, un cinism de neadmis, fie nu-l „văd”, nu-l înțeleg, punând în lumină o lipsă de profesionalism de asemenea, de neadmis. În fond, însă, cei ce guvernează, oare pentru cine o fac, o fac exclusiv pentru ei conservându-și cu orice preț funcțiile? Pe un astfel de model de dezvoltare, deloc european și care ocolește producția, care nu este nici modelul anglo-saxon, nici cel vest-european, și nici cel al economiei sociale de piață, nu prea are cum să fie bine, iar perspectivele par la fel. Să adaug, corupția, averi făcute din sângerarea banului public, la ordinea zilei? Într-un fel stimulate de o justiție greoaie, de procese întârziate, cu sentințe care se prescriu, etc. Nici firmele, cu excepția băncilor și al unor multinaționale, nu o duc prea bine, cu taxe mai mari. Iar producția și consumul, mai ales cele privind produsele noastre dar nu doar, ca factor de creștere economică, sunt în scădere. Stăm bine însă la împrumuturi din afară... Concluziile se vădesc de la sine.



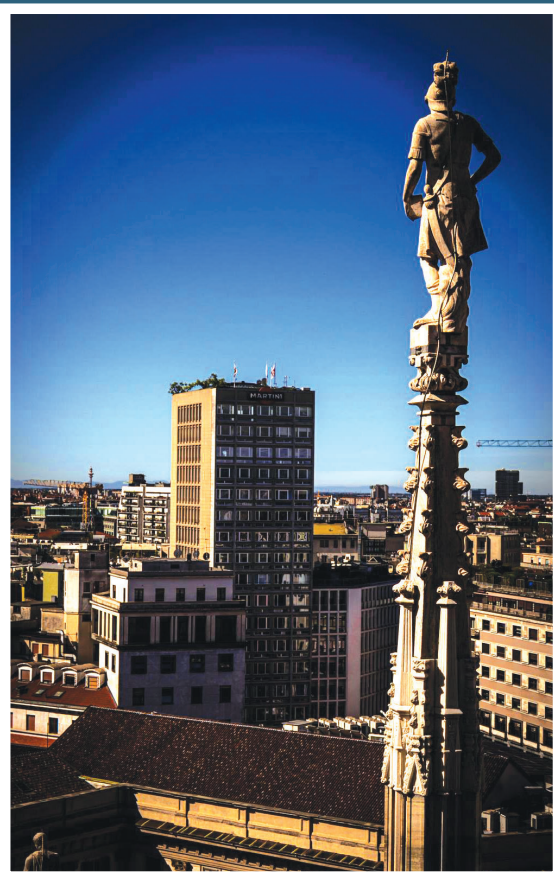
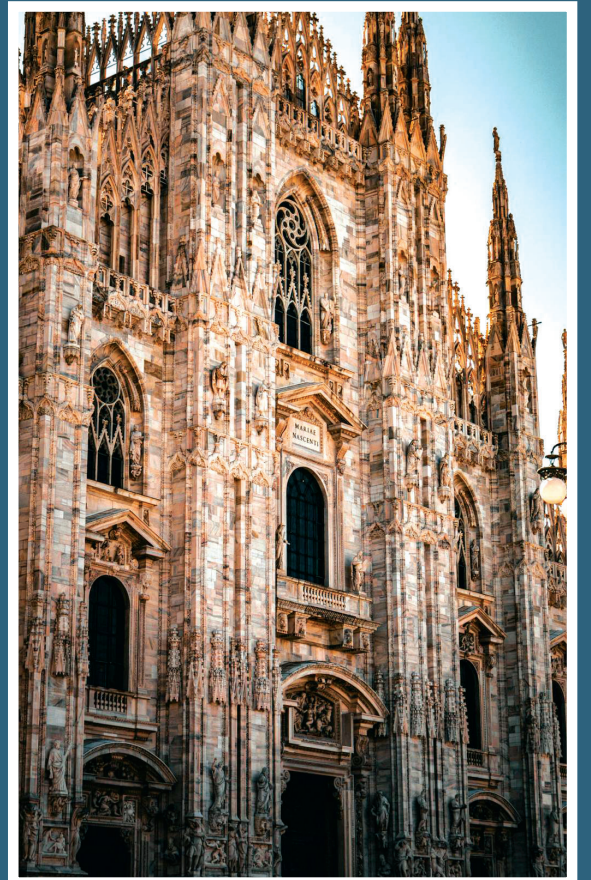
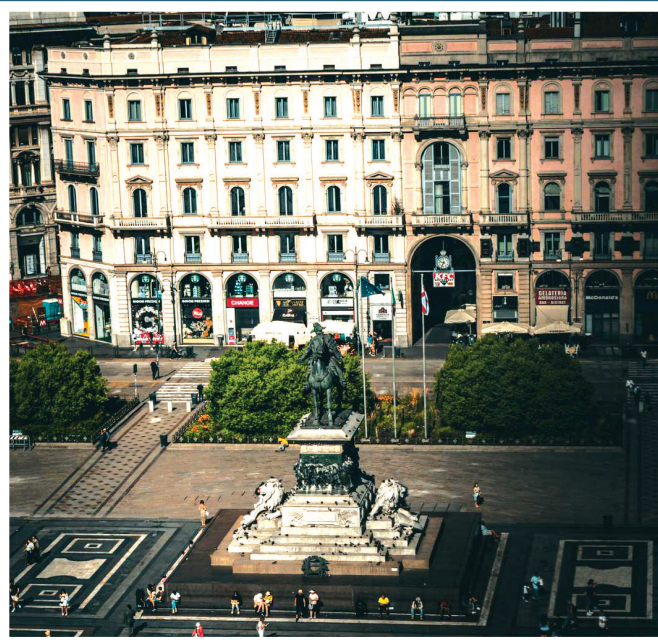
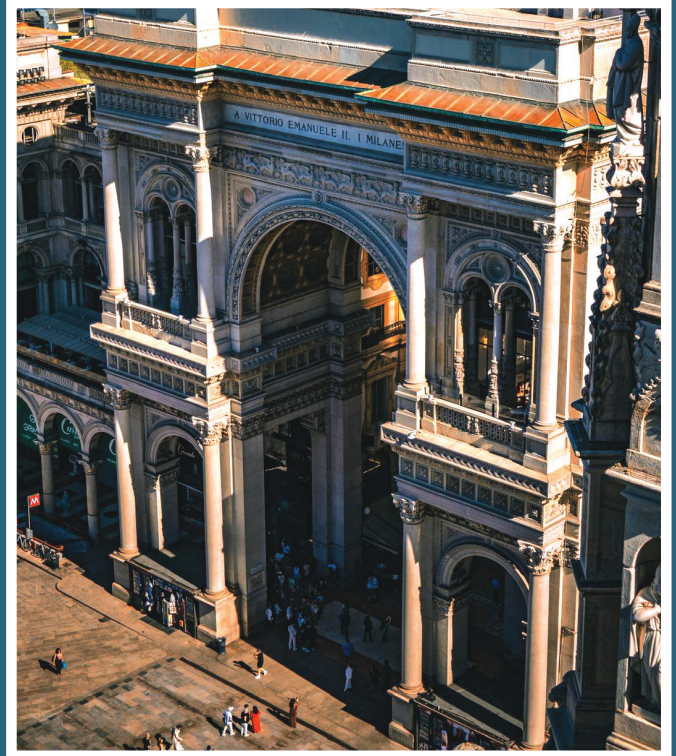
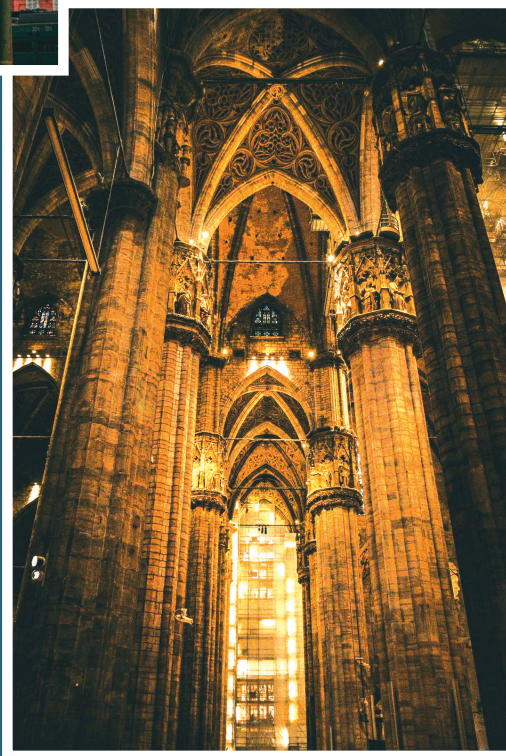
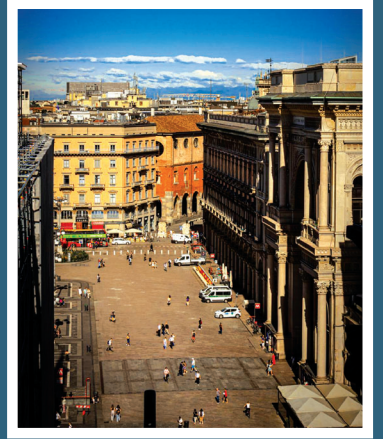
REFLECȚII

AI în Educație și în Conștiință

Eu cred ca va avea loc o noua revoluție curriculară în educație !Ultima a avut loc în USA la 1900 (vezi și Randall Collins), cand pentru prima data universitatea a iesit din cetate. Misiunea si obiectivele universitatii au fost corelate cu cerintele societatii. Prima universitate americana care a adoptat aceasta curricula a fost John Hopkins (R. Collins).Aceasta revoluție curriculara a avut loc în Europa Occidentala abia la sfârșitul deceniului al saselea al secolului trecut, sub presiunea miscărilor studentesti.

Acum AI provoaca sistemul de invatamant sa raspunda noilor cerinte.Noile cerinte ale societatii umane se leaga de corelarea mediului natural, mediului social si mediului virtual. Regandirea sistemului de invatamant din perspectiva AI mi se pare o sarcina prioritara!

Ceea ce va duce omenirea inainte nu e AI, ci cunoasterea mai profunda a constiintei! O perspectiva interdisciplinara va duce la intelegerea constiintei ca stare a materiei. Constiinta a fost potentata de credinta in trecut, de aceea religia a jucat si mai joaca un rol important Atunci cand vom reusi sa potentam forta constiintei, omenirea va face un salt urias! AI va juca un rol esential in conexarea cunoastintelor umane si intelegerea modului in care putem atinge campul cuantic al constiintei!



MILANO este un important centru financiar al Italiei, capitală a modei dar și o remarcabilă metropolă a eleganței cu o istorie milenară. Monumentele, catedralele impunătoare, picturile și siturile lui te fascinează, te fac să te simți precum un călător în timp, retrăind astfel toate epocile sale, din antichitate și până la contemporaneitate. Considerat cel mai mare oraș din Lombardia, reprezintă paradisul cumpărăturilor, al fotbalului, al artei și nu în ultimul rând, al modei.

Text și fotografii:
Daniel COZMESCU



Virgil NICULA
urmărire din pagina 3

Măsura vine cu o modificare legislativă importantă care elimină necesitatea cofinanțării din partea beneficiarilor, într-un context economic marcat de o scădere accentuată a turismului intern și o migrare a turiștilor români către destinații externe. Deși statul a realizat economii bugetare semnificative prin reducerea volumului de tichete (240 mil. EUR în 2025), lipsa redirecționării unei părți din aceste fonduri către promovarea turistică și incoming, pentru susținerea sectorului (deși operatorii estimau necesitatea unor investiții de cel puțin 25 mil. EUR în promovare internațională), riscă să blocheze consumul intern și să afecteze vizibilitatea externă a României, lăsând industria fără motorul care susținea activitatea în extrasezon. Această subfinanțare duce la o prezență slabă la târgurile internaționale de turism și la incapacitatea de a promova segmente cu valoare adăugată mare, precum turismul de lux, ecoturismul sau turismul de nișă. Absența acestui capital afectează direct operatorii HoReCa și agențiile de turism, care se bazează pe tichete pentru a menține gradul de ocupare în afara lunilor de vară și în destinațiile aflate în dezvoltare. Fără aceste stimulente și fără o strategie de atragere a turiștilor străini, turismul românesc se confruntă cu riscul scăderii investițiilor și al creșterii prețurilor pentru acoperirea pierderilor de volum.

Analiza evidențiază o pierdere majoră de competitivitate și în perioada sezonului estival. Scăderile constante din lunile iunie (-4,2%) și iulie (-4,4%) au culminat cu un regres de (-6,3%) în luna august, luna tradițională de vârf a turismului românesc. Această dinamică sugerează că prețurile ridicate și raportul calitate-preț deficitar au împins turiștii către ofertele competitive din bazinul mediteranean sau din țările vecine. Principalul motiv din spațiile creșterii numărului de turiști străini și a numărului de români care au călătorit în străinătate este faptul că, pe parcursul anului trecut, au fost eliminate controalele la

frontierele aeriene, maritime și ulterior terestre, ca urmare a intrării României (și Bulgariei) în zona de liberă circulație a UE, spațiul Schengen.

Traian Bădulescu, expert în turism, afirma recent: „Constatăm ceva la care ne așteptam noi, cei din industria turismului: turismul intern, după cum vedem, are o scădere de câteva procente, general undeva la 5%. Este normal, a fost un an destul de dificil, un an de tensiuni financiare, a fost o presiune pe bugetele familiilor din cauza inflației, costurilor ridicate ale vieții. Apoi, înjumătățirea valorii voucherelor de vacanță, care au devenit practic neatractive, a contat foarte mult. Acestea contribuiau la sprijinirea turismului intern. Mulți își permiteau poate să plece în străinătate, dar așa au redescoperit și România, iar o parte din angajați, mai ales cei din mediul rural, nu își mai permiteau să călătorească și așa au reușit să o facă”.

În perioada 1 ianuarie - 30 noiembrie 2025, cele mai multe sosiri s-au înregistrat în: Municipiul București - 1,88 milioane de turiști (o scădere de la 1.998.700 sosiri în 2024), Constanța - 1,79 milioane, Brașov - 1,27 milioane (o scădere de la 1,51 milioane). La capitolul înnoptări, Constanța a înregistrat cele mai mari valori (5,51 milioane), urmată de București (3,78 milioane) și Brașov (2,39 milioane). Cca. 48,3% dintre sosirile turiștilor români s-au concentrat în București și în municipiile reședință de județ (exclusiv Tulcea) și doar 22,3% în zona montană și alți 12% în zona balneară. Când vorbim de turiștii străini, 83,5% au vizat Bucureștiul și orașele reședință de județ, doar 4,9% zonele montane și 1,5% zona balneară. Cei mai mulți turiști străini au provenit din Germania - 232.800 persoane, Italia - 204.000 persoane și Israel - 159.900 persoane. Numărul turiștilor străini este în creștere, cu un plus de aproximativ 7% în anul trecut. Este un semn că România devine mai vizibilă pe piața europeană, însă baza de plecare este încă scăzută, vorbind de o creștere care a început în 2022, după încheierea pandemiei. Pe lângă piețele tradiționale care generează în continuare cele mai multe sosiri,



se înregistrează o creștere a cererii pentru destinațiile emergente din România, mai ales în contextul în care alte țări din regiune au devenit mai scumpe și mai aglomerate.

Necesitatea unei viziuni strategice

“Turismul de incoming al României, respectiv primirea de turiști străini, se află într-o fază de supraviețuire, marcată de stagnare și lipsa unei viziuni strategice naționale”, - conform președintelui Asociației Incoming România (AIR). Fără înființarea urgentă a unei Organizații de Management al Destinației (OMD) la nivel național, un organism public-privat, independent de fluctuațiile politice, dedicat exclusiv promovării externe a României, un buget de promovare adecvat și predictibilitate fiscală, sectorul nu poate depăși stadiul actual și rămâne necompetitiv pe piața europeană, generând un deficit considerabil în balanța de plăți.

Potrivit datelor statistice, România a înregistrat 2,4 milioane de turiști străini anul trecut, în scădere

de la 2,7 milioane în 2019, dar în creștere față de anul 2024. O analiză a structurii acestora arată o dependență majoră de segmentul de afaceri, evenimente și conferințe, care reprezintă 70% din total. Turismul de vacanță (leisure) atrage doar 30% dintre vizitatori, iar din acest segment, mai puțin de o treime (aproximativ 9% din totalul turiștilor străini) ajung în țară prin intermediul agențiilor de turism. Această performanță slabă se reflectă direct în balanța de plăți, unde serviciile de turism (incoming versus outgoing) generează un deficit anual estimat de Banca Națională între 2,7 și 3,5 miliarde de euro. Principalele cauze identificate sunt lipsa unei strategii naționale coerente și subfinanțarea cronică a promovării externe. Fără un buget semnificativ de promovare, nu putem atrage însă mai mulți turiști străini, acesta cifrându-se în prezent la cca. 2-3 milioane de euro, de zece ori mai puțin decât ar fi nevoie. O sumă importantă s-ar putea colecta din taxele locale de oraș și care ar trebui reinvestită în turism. În marile orașe europene, taxa de promovare turistică (*city-tax*) nu este abordată ca o măsură administrativă punctuală, ci ca o decizie strategică de politică publică locală, cu impact direct asupra dezvoltării economice, sociale și urbane a comunității. Ea este integrată într-un ecosistem coerent de politici ale unităților administrativ-teritoriale, care include managementul profesionist al destinației turistice, conservarea și valorificarea patrimoniului cultural, protejarea intereselor locuitorilor și atragerea investițiilor sustenabile. Acolo unde aceste instrumente sunt corelate prin viziune, dialog și planificare multianuală, orașele reușesc să se dezvolte echilibrat, să își crească competitivitatea și să își consolideze reputația internațională ca destinații turistice de referință. În schimb, acolo unde politicile sunt tratate fragmentat, fără strategii clare și fără consultarea actorilor implicați, apar dezechilibre structurale care afectează atât mediul economic, cât și



Euroeconomia XXI

Comitetul editorial

Dan POPESCU

Redactor șef coordonator

Nicolae EȘANU

Paula COTARCEA,
secretar general
de redacție

Consiliul științific

Prof. dr. Dan POPESCU
Prof. dr. Lucian BELAȘCU

Acad. prof. univ. dr.
habilitat DHC Grigore
BELOSTECINIC,
Republica Moldova
Conf. dr. Vasile BRĂTIAN

Paula COTARCEA
Prof. dr. Viorel
CORNESCU

Prof. dr. Partenie
DUMBRAVĂ

Conf. dr. Nicolae EȘANU

Prof. dr. Alexandra
HOROBET

Prof. dr. Eugen
IORDĂNESCU

Conf. dr. Paul LUCIAN

Prof. dr. Silvia
MĂRGINEAN

Conf. dr. Virgil NICULA

Prof. dr. Iacob
PETRU PÂNTEA

Lector dr. Dan-Alexandru
POPESCU

Conf. dr. Raluca SAVA

Conf. dr. Eduard STOICA

Prof. dr. Răzvan ȘERBU
Prof. dr. Cristina
TĂNĂȘESCU

editori

GRUPUL DE PRESĂ ȘI
EDITURĂ "CONTINENT" SRL
CAMERA DE COMERȚ,
INDUSTRIE ȘI AGRICULTURĂ
A JUDEȚULUI SIBIU

ISSN 1841-0707
Tel. 0742.483813,
e-mail contisib@yahoo.com

Articolele apărute în revistă exprimă
punctele de vedere ale autorilor, care
pot fi diferite de cele ale redacției.

calitatea vieții urbane, fiind dificil de corectat ulterior.

Simona Constantinescu - președintele Federației Industrii Hoteliere din România (FIHR) semnală recent că: "pentru București, dezbateră despre city-tax nu a avut loc pentru anul 2026, deși contextul o cerea. Piața de short-term rental (STR) - apartamente de închiriat în scop turistic este în continuare necontrolată sau raportată, iar capitalele îi lipsește o OMD operațională și profesionistă. Cele trei elemente - fiscalitatea predictibilă, reglementarea echitabilă și strategia de promovare - trebuie să funcționeze împreună pentru a produce rezultate reale".

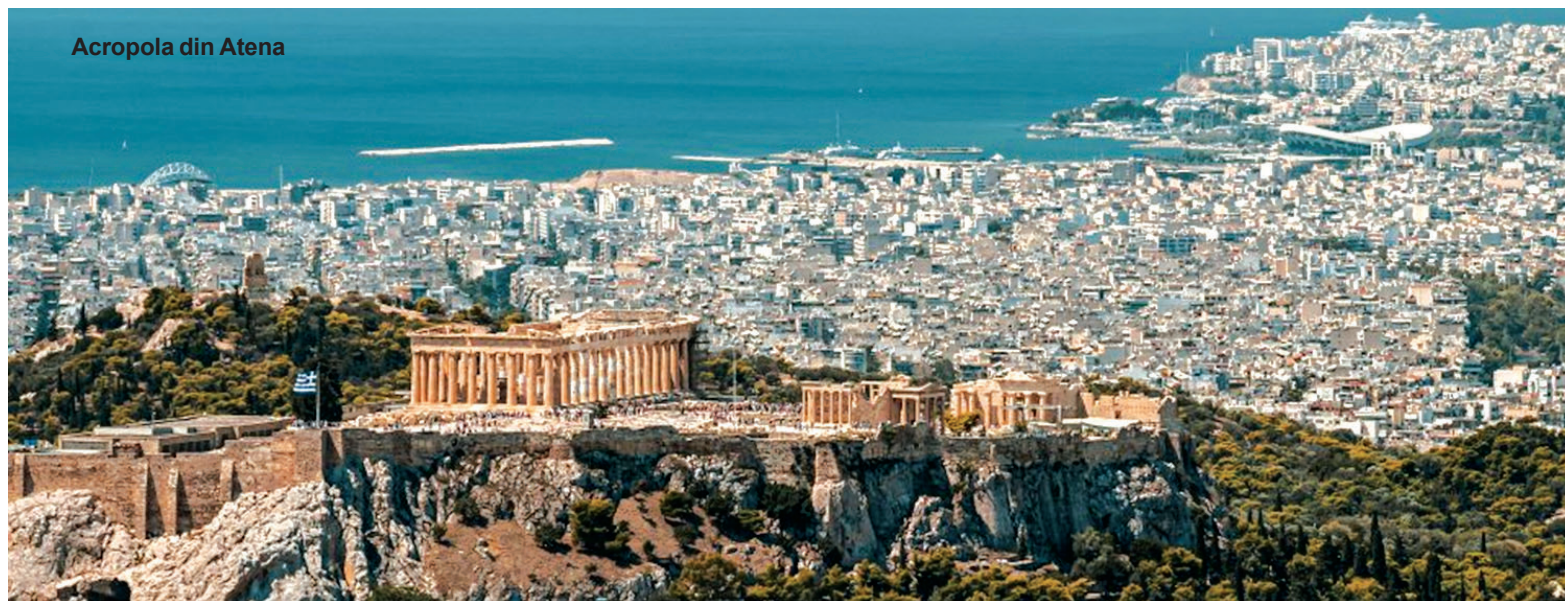
City-tax poate deveni motorul financiar

al promovării internaționale a unui oraș. Această funcție strategică este însă posibilă doar atunci când fondurile colectate sunt integrate într-o strategie clară, multianuală, construită și implementată de o structură dedicată de management al destinației. Rolul OMD este esențial în acest proces: acela de a transforma resursele financiare în campanii coerente de promovare externă, în atragerea de turiști străini și în poziționarea orașelor pe piețele internaționale relevante. Aceste OMD permit orașelor să construiască planuri multianuale care includ promovare constantă pe piețele externe, atragerea de evenimente culturale, sportive și de business de anvergură, dezvoltarea turismului de city-break și consolidarea unui brand urban european recognoscibil. Orașele care au reușit acest salt au făcut-o prin investiții consecvente în promovare și prin parteneriate solide între administrație și mediul privat. Această dinamică are consecințe directe și asupra patrimoniului construit. Investitorii mari, capabili să reabiliteze clădiri monument istoric și să le integreze într-un circuit turistic de calitate, sunt descurajați atât de concurența nelocală a STR, cât și de durata excesivă și impredictibilitatea proceselor de avizare și autorizare. În lipsa unor proiecte de anvergură, multe clădiri istorice rămân degradate, iar orașele pierd oportunități esențiale de regenerare urbană.

Modelele europene demonstrează că succesul vine din politici publice integrate. Capitale precum Budapesta sau Varșovia au corelat city-tax cu existența unor OMD-uri puternice, au introdus reguli clare pentru STR și au oferit predictibilitate investitorilor prin proceduri transparente și termene asumate pentru autorizații și taxe. Aceste orașe au tratat turismul ca un sector strategic, cu efecte multiplicatoare în economie, nu doar ca o sursă punctuală de venit.

Teoria economică a turismului

indică patru efecte majore ale utilizării politicilor publice influențate de nivelul city-tax / taxa de promovare turistică, astfel: acoperirea deficitelor bugetare locale pe principiul că „turiștii nu votează”, astfel nu există susținere pentru atragerea de noi turiști din afara destinației; combaterea efectelor negative ale supraturismului (ex:



Acropola din Atena

Bali, prin investiții masive în managementul deșeurilor, pentru menținerea eco-friendly a destinației); descurajarea activă a vizitatorilor (modelul Amsterdamului sau al Veneției, unde scopul declarat este limitarea fluxurilor de turiști) sau varianta ideală, reinvestirea în infrastructura care îmbunătățește experiența vizitatorului, viața cetățenilor și păstrarea patrimoniului cultural din destinație. Modelul Islandei, care finanțează parcuri, infrastructura turistică și reabilitări ale obiectivelor turistice sau al Genevei, unde există facilități urbane precum transportul public gratuit pentru turiștii cazați este eleocvent în acest sens (Simona Constantinescu, *Taxa de promovare turistică - context, impact și perspective*).

Riscul major este ca această taxă să devină o simplă sursă de venit la bugetul local, fără a genera valoare adăugată pentru destinațiile turistice, pentru cetățeni sau pentru mediul economic. De aceea, deciziile privind city-tax trebuie privite ca parte a unei strategii de dezvoltare urbană pe termen lung, construită pe viziune și dialog.

"City-tax, reglementarea și controlul apartamentelor de închiriat în scop turistic și operaționalizarea OMD-ului sunt instrumente puternice de politică publică în turismul contemporan. Folosite împreună, ele pot transforma orașele în destinații turistice europene cu renume și reputație turistică, capabile să atragă turiști din afara destinației, evenimente de anvergură și investiții sustenabile. Folosite fragmentat, riscă să accelereze gentrificarea, să descurajeze investițiile și să fragilizeze competitivitatea orașului. Pentru Unitățile Administrative Teritoriale (UAT), miza nu trebuie să fie doar nivelul unei taxe, ci capacitatea de a construi o strategie urbană integrată pentru utilizarea acestor fonduri, cu obiective clare și asumate pe termen lung, un instrument care, folosit inteligent, poate deveni un catalizator pentru investiții, locuri de muncă și creșterea vizibilității destinației turistice pe plan internațional - a se vedea modelul implementat și reușit de orașe precum Craiova, Sibiu sau Oradea. Un oraș care își dorește recunoașterea internațională trebuie să investească inteligent în promovare, să ofere predictibilitate, reguli clare pentru toți actorii și să creeze cadrul necesar pentru dezvoltare durabilă. Numai astfel city-tax poate deveni o investiție în viitorul

orașului și în bunăstarea comunității sale" (Simona Constantinescu, Trends HRB Portalul oamenilor creativi din horeca).

Dacă în UE, aproximativ 12,3 milioane de oameni sunt angajați în turism, în România, sectorul generează direct circa 235.000 locuri de muncă și are impact asupra unui total de peste 500.000 de persoane prin lanțuri conexe de aprovizionare în domenii precum HoReCa, artizanat, agricultură sau transport.

Destinațiile urbane

Înregistrează o creștere ușoară a ponderii la nivel de destinații, în timp ce traseele turistice produc un interes constant pentru turismul rural, ecoturism sau circuite tematice și pot deveni în timp un motor al dezvoltării regionale, cu susținere din partea autorităților.

Contribuția slabă a sectorului turistic la PIB denotă calitatea slabă a serviciilor turistice, grevată de lipsa infrastructurii corespunzătoare, lipsa investițiilor și a promovării eficiente. Pe de altă parte, zona montană are o nevoie acută de investiții în modernizarea pârtiilor, a accesului rutier, a traseelor turistice și a diversificării ofertei pentru toate anotimpurile, în timp ce litoralul românesc continuă să piardă din cauza serviciilor mai bune la nivel de raport calitate/preț din Grecia sau Bulgaria.

În privința litoralului, analiștii BT menționează că este "nevoie urgentă de o regândire strategică" și de "investiții, branding și servicii de calitate".

Atuurile turismului românesc, conform analiștilor Băncii Transilvania sunt: diversitate geografică și climatică - munți, mare, deltă, dealuri viticole, stațiuni balneare; patrimoniu cultural bogat - situri UNESCO, cetăți medievale, tradiții rurale vii; gastronomie - ingrediente naturale locale, preparate artizanale & slow cooking; ospitalitate în ADN - România este recunoscută pe plan internațional pentru ospitalitate.

Pe de altă parte, potențialul României este frânat de: lipsa unei strategii naționale coerente: promovarea turismului este adesea fragmentată, inconstantă și slab finanțată; infrastructura deficitară: lipsa conexiunilor feroviare moderne, gări și drumuri deteriorate în multe zone turistice; educație turistică slabă: deficit de personal calificat în HoReCa, lipsa profesionalizării ghizilor și operatorilor locali; brand turistic slab conturat:

campaniile internaționale sunt rare, iar imaginea României în străinătate rămâne confuză sau subevaluată.

Federația Patronatelor din Turismul Românesc (FPTR) face un bilanț al domeniului și, făcând referire la scăderile înregistrate anul trecut, arată că turismul românesc a intrat într-o fază de contracție reală, iar anul 2025 nu este un „accident statistic”, ci un semnal privind fragilizarea cererii interne și vulnerabilitatea structurală a turismului românesc. Potrivit FPTR turismul nu este afectat doar de inflație și de scăderea veniturilor, ci și de politici publice incoerente și de un discurs oficial al ministrului de resort care a subminat încrederea în acest sector. În opinia FPTR, dacă această abordare va continua, 2026 riscă să nu fie anul revenirii, ci anul consolidării declinului: „Turismul românesc în 2025 nu a traversat un an mai slab, ci a intrat într-o fază de contracție reală, mascată doar parțial de câteva performanțe sezoniere și de o retorică oficială ruptă de datele economice. După un 2024 care părea să confirme revenirea completă după perioada pandemiei, anul 2025 a schimbat clar direcția, situându-ne în prezent la un nivel care arată fără echivoc că o parte importantă din infrastructura turistică a funcționat sub capacitate și sub pragul de sustenabilitate economică..”

Potrivit patronatului, structura cererii confirmă aceeași vulnerabilitate. Ponderele turiștilor români în total sosiri a scăzut de la aproximativ 82,5% în 2024 la aproximativ 81,6% în 2025, în timp ce ponderea turiștilor străini a crescut de la aproximativ 17,5% la aproximativ 18,4%. „Această creștere a incomingului, deși reală statistic, nu are însă masa critică necesară pentru a compensa pierderea de volum generată de reculul turismului intern. România rămâne structural o piață dependentă în primul rând de propriul consumator, iar în 2025 acest consumator a devenit mai prudent, a călătorit mai puțin și a cheltuit mai atent. Practic, piața a pierdut aproximativ o jumătate de milion de turiști români interni într-un singur an. Această schimbare de comportament nu este un mister și nici un capriciu. Ea este consecința directă a scăderii puterii de cumpărare, a instabilității fiscale și a unui climat general de incertitudine întreținut inclusiv de discursul public. În 2025, escapadele

de weekend și sejururile scurte, care reprezentau un indicator sănătos al consumului intern, s-au subțiat vizibil. Lunile septembrie și octombrie 2025 au înregistrat scăderi ale sosirilor de peste 7,5% față de aceleași luni din 2024, iar în afara perioadelor cu zile libere legale multe destinații au rămas fără fluxuri constante de turiști. Când românii încep să renunțe la două nopți de cazare sau să amâne la nesfârșit un city-break, nu este vorba despre o schimbare de preferințe, ci despre o restrângere clară a consumului discreționar”, - spun reprezentanții FPTR.

Cele mai afectate segmente au fost însă turismul balnear și cel rural, iar aici legătura cu politicile publice este directă și imposibil de negat. Efectele s-au văzut inclusiv în segmentul agențiilor de turism, unde datele INS arată că, în primele luni din 2025, activitatea agențiilor și a tur-operatorilor s-a prăbușit cu 16,6%, iar în luna mai 2025 scăderea a ajuns la 21,9%, în timp ce serviciile de piață către populație, per ansamblu, au scăzut cu doar 0,2%. Acest contrast arată limpede că nu este vorba despre o fluctuație normală, ci despre o lovitură directă în mecanismele de distribuție ale pieței, accelerată de pierderea încrederii. Sezonul sărbătorilor a generat un volum ridicat de cerere pentru vacanțe, iar agențiile de turism au fost printre principalii beneficiari ai acestei perioade. Karpaten, Christian Tour și Join Up RO sunt în topul agențiilor de turism din România, potrivit datelor din ultima raportare financiară disponibilă pe platforma RisCo.ro. Karpaten are cea mai mare cifră de afaceri, Christian Tour raportează cel mai mare profit net, iar Join Up RO înregistrează o creștere rapidă a volumului de activitate. La ultima raportare, Karpaten Outgoing SRL a înregistrat o cifră de afaceri de 793 milioane lei, cu 191 milioane lei peste nivelul înregistrat de Christian Tour (+31,7%) și cu 586 milioane lei peste nivelul Join Up RO (+283%), înregistrând o creștere puternică (+1.377%) a cifrei de afaceri față de raportarea anterioară, un profit de 9,2 milioane lei și un număr de 145 de angajați, cu vânzări per angajat în valoare de 5,5 milioane lei. Christian Tour SRL a raportat o cifră de afaceri de 602 milioane lei, un profit net de 25 milioane lei, cu 15,8 milioane lei mai mare decât cel al Karpaten Outgoing (+172%), în creștere cu

Virgil NICULA
urmăre din pagina 9

2,7%, și 205 angajați. Vânzările per angajat s-au situat la 2,9 milioane lei.

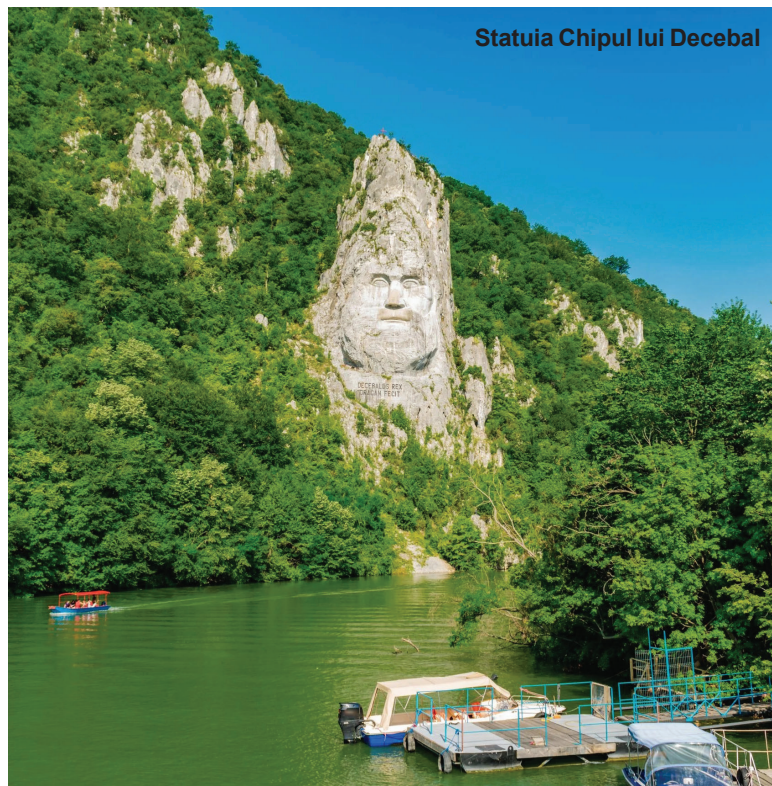
Câteva evoluții

Conform datelor Eurostat, România continuă să joace un rol major în materie de turism în regiune și în cadrul UE, turiștii români cheltuiind anual pentru vacanțe în străinătate și turism de afaceri cca. 9,6 miliarde de euro, o valoare record, după 8,6 miliarde de euro în 2023 și cu o tendință de dublare față de 5,4 miliarde de euro în 2019, înainte de pandemie. În condițiile în care turiștii străini au cheltuit în România aproape 6,6 miliarde de euro, deficitul de la sectorul turism este responsabil pentru mai bine de 10% din deficitul de cont curent.

Turismul mondial a înregistrat un nou an record în 2025, când aproximativ 1,52 miliarde de persoane au călătorit peste hotare, devenind cel mai bun din perioada de după pandemie și un nou reper pentru industria turismului. Africa a atras cu 8% mai mulți turiști, ajungând la 81 de milioane de vizitatori, cu evoluții deosebit de bune în Maroc și Tunisia. În regiunea Asia-Pacific, numărul călătorilor a crescut cu 6%, până la 331 de milioane, apropiindu-se tot mai mult de nivelurile de dinaintea crizei sanitare. În Europa, principala destinație turistică mondială, - cu Franța și Spania în frunte -, s-au înregistrat 793 de milioane de sosiri internaționale anul trecut, conform raportului anual al UNWTO, care precizează că au fost înregistrate creșteri de 4% față de 2024 și de 6% față de 2019, înainte de pandemia Covid-19. Cu un număr estimat al nopților petrecute în unitățile de cazare de 3,1 miliarde în 2025, asistăm la o creștere de 2%, respectiv de 61,5 milioane, în comparație cu 2024. În primele 11 luni ale anului 2025, sosirile turistice în România au însumat 13 milioane de persoane, potrivit datelor INS.

Franța – prima țară receptoare din lume, a primit 105 milioane de vizitatori în 2025, cu mult peste cele 68 de milioane de turiști străini care au vizitat SUA..

Spania - „o țară care seduce lumea”, a înregistrat un număr record de 97 de milioane de turiști străini în 2025, marcând pentru al doilea an consecutiv un reper istoric pentru sectorul turismului, esențial pentru economie. Aceasta reprezintă o creștere de 3,5% față de 2024, când țara a primit 94 de milioane de vizitatori, în timp ce cheltuielile turiștilor au urcat cu 6,8%, ajungând la 135 de miliarde de euro (aproximativ 157 miliarde de dolari). Majoritatea vizitatorilor provin din Europa, turiștii britanici, germani și francezi reprezentând aproximativ jumătate din sosiri. La fel ca vecinii din sudul Europei, Portugalia și Grecia, Spania și-a revenit după măsurile de austeritate dure și datoria publică ridicată din primii ani după criza din 2010, iar turismul a jucat un rol important în redresarea post-pandemică. Turismul reprezintă aproximativ 13% din PIB-ul Spaniei, iar dinamica acestui sector a



Statuia Chipul lui Decebal

depăși media altor state membre ale UE. Însă, pe măsură ce numărul turiștilor crește, opoziția localnicilor față de efectele sociale și economice ale turismului de masă devine tot mai vizibilă. Spaniolii protestează în mii de cazuri, reclamând că aflulxul de vizitatori schimbă structura cartierelor lor, mai ales în zonele turistice de top precum Barcelona, regiunea Andaluzia și insulele Canare și Baleare. Barcelona și Malaga au anunțat măsuri de restricționare a închirierilor pe termen scurt pentru turiști, ca răspuns la nemulțumirea publică legată de creșterea prețurilor locuințelor.

Grecia a înregistrat o creștere anuală de 8,9% a veniturilor din turism, în perioada ianuarie-octombrie 2025, în care numărul vizitatorilor străini a ajuns la 35,3 milioane, de la 33, 8 milioane în perioada similară din anul 2024. Turismul este responsabil pentru mai mult de un sfert din PIB-ul Greciei și asigură un mijloc de trai pentru aproape două milioane de greci. Potrivit publicației elene Kathimerini, această creștere anuală a veniturilor din turism raportată de Banca Centrală a Greciei (BoG) provine atât din majorarea cu 4,4% a fluxului de vizitatori, cât și dintr-o creștere de 3,9% a cheltuielilor per călătorie. Sosirile turiștilor din Germania au crescut cu 8,3%, din Italia cu 8,2%, din Marea Britanie cu 6,6% și din Statele Unite ale Americii cu 2%. În schimb, au scăzut cu 2% sosirile de turiști din Franța. Veniturile din turism în perioada ianuarie-octombrie 2025 au ajuns la 22,38 miliarde de euro, în timp ce cheltuielile per călătorie s-au situat în medie la 602 euro/turist. Analistii se așteaptă ca Grecia să înregistreze un alt an solid pe segmentul turismului, un motor-cheie al economiei. Potrivit previziunilor Băncii Greciei, până în anul 2040, numărul turiștilor ar urma să ajungă la 55 de milioane, o creștere de 18 milioane față de actualul nivel, în timp ce veniturile din turism ar urma să ajungă la 36 miliarde de euro.

Numărul nopților petrecute în unitățile de cazare turistică din Uniunea Europeană a ajuns la 3,1 miliarde în 2025, fiind cel mai bun an pentru turismul din blocul comunitar. Cifra marchează o

creștere cu 61,5 milioane față de anul 2024. Statisticile publicate de Eurostat, citate de Mediafax, includ toate tipurile de structuri de primire, de la hoteluri și pensiuni la campinguri și locuințe închiriate pe termen scurt. Revenirea fluxurilor de vizitatori străini a alimentat această evoluție. Dinamica a fost însă inegală, fiind influențată de preferințele de călătorie și de performanțele economice regionale. În comparație cu anul 2024, numărul nopților petrecute în unitățile de cazare turistică în 2025 a crescut în aproape toate statele membre UE. Cea mai mare creștere a fost în Malta (10%), Polonia (7%) și Letonia (6%).

Unele piețe importante înregistrează o creștere mai lentă. Statele Unite, de exemplu, rămân în urmă în ceea ce privește cheltuielile vizitatorilor internaționali, cu cifre încă sub nivelurile din 2019. În schimb, în China, cheltuielile au depășit valorile anterioare, dar se confruntă cu o decelerare a creșterii. Numărul călătorilor internaționali a crescut semnificativ și în Africa (+8% față de anul precedent) și în Asia-Pacific (+6%). Marocul, principala destinație africană, a primit anul trecut aproape 20 de milioane de turiști internaționali, o creștere de 14%. De cealaltă parte a Atlanticului, Brazilia a înregistrat o creștere puternică de 37%.

În cele două Americi, creșterea turismului internațional a fost lentă anul trecut (+1%), parțial și din cauza rezultatelor slabe din Statele Unite, unde administrația aplică politici care nu sunt favorabile turismului. **Statele Unite** au înregistrat anul trecut o scădere de 6% a numărului de vizitatori străini, chiar dacă turismul global a depășit îngrijorările legate de saturație în unele locații, consemnând o creștere de 6,7% a cheltuielilor față de anul precedent. Având în vedere că mulți turiști, în special din generațiile mai tinere, călătoresc mai frecvent, preocupările legate de politicile anti-imigrație ale SUA au împins turiștii către țări europene precum Spania și Franța, sau Japonia. Latino-americanii, inclusiv columbieni și mexicanii, au călătorit mai puțin în SUA, în timp ce mexicanii care au continuat să meargă în SUA au făcut călătorii mai scurte.

În mijlocul acestor fluctuații globale, **Arabia Saudită** iese în evidență ca un pol de creștere. Sectorul călătoriilor și turismului din această țară contribuie cu peste 10% la PIB-ul Regatului, iar ocuparea forței de muncă în acest sector se estimează că va atinge 2,7 milioane de locuri de muncă. Aceste statistici evidențiază statutul înfloritor al Arabiei Saudite pe scena turismului mondial, în special pe măsură ce își aliniază inițiativele la obiectivele stabilite în Vision 2030. De asemenea, se anticipează că Orientul Mijlociu în general va prospera, turismul contribuind cu 367,3 miliarde USD la economia regională și sprijinirea a peste 7,7 milioane de locuri de muncă. Se estimează că, cheltuielile vizitatorilor internaționali vor crește până la aproape 194 miliarde USD, cu 24% peste nivelurile pre-pandemice. Această traiectorie ascendentă nu numai că consolidează economiile țărilor individuale, ci și sporește oportunitățile de colaborare în întreaga regiune. Cu o varietate de opțiuni de transport și servicii de călătorie din ce în ce mai atrăgătoare, creșterea numărului de turiști ar putea stimula cererea de servicii de transfer. Aceste cifre preliminare, dezvăluite la WEF26 (Forumul Economic Mondial 2026), subliniază o realitate clară: turismul saudit nu mai este doar o poveste emergentă, este un motor de creștere, care consolidează încrederea investitorilor, modelează cererea globală și deblochează oportunități pe termen lung la scară largă.

Egiptul a înregistrat în 2025 o performanță turistică fără precedent, primind aproape 19 milioane de vizitatori, potrivit datelor oficiale. Aceasta reprezintă o creștere spectaculoasă de 21% comparativ cu anul precedent și depășește chiar și previziunile pentru anul 2026, depășind rata medie globală estimată la doar 5% și reflectând încrederea turiștilor din diferite țări ale lumii în Egipt, ca o destinație turistică sigură, capabilă să ofere experiențe turistice diverse și integrate. Rezultatele record vin în contextul unui plan de reformă economică, bazat pe promovarea turismului ca sursă principală de valută, și coincid cu îmbunătățirea securității în zonele turistice și cu deschiderea Marelui Muzeu Egiptean, situat în apropierea Piramidelor de la Giza.

Conform Biroului General de Statistică, în 2025, **Vietnamul** a primit un număr record de aproape 21,2 milioane de vizitatori internaționali, o creștere de 20,4% față de anul precedent, prima dată când industria turismului a atins această performanță impresionantă. Piața chineză a fost lider în ceea ce privește numărul de vizitatori, cu peste 5,28 milioane de sosiri, o creștere de 41,3% față de aceeași perioadă a anului trecut. Coreea de Sud s-a clasat pe locul al doilea, cu peste 4,33 milioane de sosiri iar Taiwan s-a clasat pe locul al treilea, cu 1,23 milioane. Printre primele 10 piețe sursă ale Vietnamului se numără SUA, cu aproape 849.000 de vizitatori; Japonia cu peste 814.000; India cu 746.480; Rusia cu 689.714;

Cambodgia cu 687.132; Malaezia cu 573.716 și Australia, cu 548.471. Dintre acestea, piața rusă a înregistrat cea mai spectaculoasă creștere în 2025, ajungând la 196,9% față de 2024. Piața indiană emergentă a înregistrat, de asemenea, o creștere de 48,9%, datorită unei serii de noi zboruri directe lansate de companiile aeriene interne care fac legătura cu orașele importante din India. În plus, alte câteva piețe au înregistrat, de asemenea, o creștere impresionantă, inclusiv Filipine cu 81,3%, Cambodgia cu 44,8% și China cu 41,3%. În special, politica relaxată a vizelor a dat rezultate pozitive, vizitatorii din țările europene înregistrând o creștere de două cifre. De exemplu, Franța a înregistrat o creștere de 21,2%, Regatul Unit cu 20,3%, Italia cu 20,7%, Polonia cu 42,6%, Norvegia cu 19,1% și Olanda cu 17,5%.

Republica Moldova ocupă poziția a noua la nivel mondial în topul destinațiilor cu cea mai rapidă recuperare a traficului turistic intern, potrivit datelor publicate de UN Tourism. Performanța Moldovei reflectă interesul tot mai mare pentru destinațiile autentice și accesibile, precum și eforturile sectorului de a promova turismul local. Creșterea rapidă a traficului turistic intern confirmă potențialul țării ca destinație atractivă pentru vizitatori, atât naționali, cât și internaționali.

Top-ul 20 al celor mai dinamice destinații include, pe primele locuri, Bhutan (+203%), Qatar (+138%), El Salvador (+88%), Albania (+83%), Bahrain (+76%), Uzbekistan (+73%), Curaçao (+68%) și Republica Moldova (+63%). Alte țări remarcate sunt Etiopia, Tanzania, Arabia Saudită, Columbia, Brazilia, Maroc, Egipt, Malta, Mongolia, Andorra, Insulele Virgine Americane și Guatemala.

Prognozele WTTC arată că industria turismului global va crește cu 4,5% în 2026, depășind din nou creșterea economică globală. Această agenție cu sediul la Madrid prognozează că tendința pozitivă va continua în acest an datorită unei economii globale stabile și redresării complete a destinațiilor care au rămas în urmă după pandemie.

Concluzii

Turismul ar trebui considerat o prioritate națională la noi și protejat ca atare. România are, în acest moment, infrastructura hotelieră și de transport necesară pentru a primi de două ori mai mulți turiști străini decât primește acum. Pe termen scurt, perspectivele rămân însă sumbre, sectorul fiind dominat de o luptă pentru supraviețuire. Incertitudinea fiscală, în special legată de majorarea TVA în sectorul HoReCa, împiedică stabilirea tarifelor pentru 2026 și contractarea cu partenerii externi. Fără predictibilitate și politici publice de susținere, o creștere a numărului de turiști străini este improbabilă, iar țintele vehiculate în spațiul public, precum 10 milioane de vizitatori străini sau o contribuție de 10% la PIB, rămân obiective îndepărtate.

Bibliografie: Simona Constantinescu, *Taxa de promovare turistică – context, impact și perspective*, Trends HRB Portalul oamenilor creativi din horeca, 2026, <https://www.ceccarbusinessmagazine.ro>.