Semnat Director executiv DIRECTIA RELATII COMUNITARE Digitally signed by Daniela Liliana TULEU Date: 2026.06.12 12:54:20 Reason: Semnat electronic	Intocmit Consilier Compartimentul Turism Digitally signed by Bogdan Catalin SOFLAU Date: 2026.06.12 11:24:06 Reason: Semnat electronic	

Notă de fundamentare
privind instituirea taxei speciale pentru promovare turistică
a municipiului Timișoara în anul fiscal 2027

Cadrul legal aplicabil

- Legea 227/2015 privind Codul fiscal, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr. 207/2015 privind Codul de procedură fiscală, cu modificările și completările ulterioare;
- O.G. nr. 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea 273/2006 privind finanțele publice locale, cu modificările și completările ulterioare.

Necesitatea instituirii taxei

- în vederea asigurării resurselor financiare pentru promovarea turistică a Municipiului Timișoara.

În conformitate cu prevederile art. 484, alin. (1) din Legea 227/2015 privind Codul fiscal, cu modificările și completările ulterioare*, „pentru funcționarea unor servicii publice locale create în interesul persoanelor fizice și juridice, precum și pentru promovarea turistică a localității, consiliile locale, județene și Consiliul General al Municipiului București, după caz, pot adopta taxe speciale.”*

Obiectivele urmărite prin instituirea taxei speciale pentru promovarea turistică a municipiului Timișoara sunt:

a) creșterea numărului de turiști în municipiul Timișoara;
b) creșterea duratei medii a șederii turiștilor în municipiul Timișoara;
c) creșterea veniturilor obținute din turism în municipiul Timișoara;
d) creșterea calității serviciilor publice oferite turiștilor și crearea de noi servicii destinate turiștilor;
e) creșterea investițiilor în serviciile turistice în municipiul Timișoara.

Descrierea seviciilor oferit/prestațiilor efectuate pentru taxa specială propusă:

a) dezvoltarea sustenabilă și durabilă a destinației Timișoara și creșterea calității și diversității ofertei sale, atât pentru rezidenți, cât și pentru oaspeți, români și internaționali;
b) dezvoltarea și consolidarea brandului Timișoara;
c) transformarea Timișoarei într-o destinație „smart”, renumită intern și internațional;
d) creșterea gradului de ocupare în turism și al bunăstării întregii populații;
e) promovarea constantă a Timișoarei, pentru creșterea vizibilității și prestigiului său;

f) cooperarea cu autoritățile publice locale și cu sectorul privat, pentru elaborarea unor politici și reglementări privind aspecte cu impact și/sau interes pentru managementul destinației;
g) elaborarea și implementarea unui plan multianual pentru managementul și marketingul destinației, care va contribui decisiv la consolidarea vizibilității și prestigiului municipiului și a zonelor periurbane;
h) dezvoltarea planificată, eficientă și performantă a destinației, prin elaborarea, implementarea, monitorizarea și actualizarea următoarelor documente: strategia de brand; strategia pentru dezvoltarea Economiei Vizitatorilor; planuri anuale de marketing, comunicare și PR; planuri anuale și multianuale de măsuri și acțiuni pentru dezvoltarea Economiei Vizitatorilor;
i) monitorizarea impactului economic, social și cultural al activității turistice asupra comunităților locale;
j) conceperea, editarea, producția și distribuirea de materiale și suporturi promoționale și publicitare (broșuri, planuri de oraș, ghiduri turistice, flyere, hărti, monografii, audio/video spoturi promoționale, producție multimedia, bannere, afișe, etc.), atât în format tipărit cât și digital, pentru toate domeniile promovate.
k) elaborarea unor politici și a unor reglementări privind amenajarea turistică a teritoriului cu caracter durabil, în parteneriat cu aparatele de specialitate din cadrul autorităților publice locale;
l) înființarea și coordonarea centrelor de informare turistică de pe teritoriul destinației și asigurarea suportului de materiale și de personal;
m) asigurarea suportului în coordonarea și managementul intervențiilor în infrastructură, pentru asigurarea "calității experienței" vizitatorilor;
n) propunerea de măsuri și investiții pentru dezvoltarea destinației Timișoara.
o) cooptarea și afilierea la organisme interne și internaționale pentru promovarea oportunităților din Timișoara;
p) promovarea de măsuri pentru protejarea, conservarea și întreținerea mediului înconjurător, patrimoniului cultural, istoric și turistic din spațiul urban;
r) inventarierea periodică a patrimoniului turistic al destinației.
s) participarea la diverse evenimente, târguri, conferințe, festivaluri etc., organizate de terți, în țară și/sau străinătate pentru promovarea destinației Timișoara.
t) încurajarea și stimularea de măsuri pentru extinderea accesului la obiective și evenimente de interes pentru minorități, categorii defavorizate și persoanele cu dizabilități.
u) proiectarea și operaționalizarea unui sistem propriu pentru achiziționarea, colectarea, interpretarea și valorificarea datelor în vederea formării și gestionării propriei baze de date.
v) alte acțiuni, în concordanță cu politica de dezvoltare integrată și cu politica de marketing a destinației Timișoara.

Datorarea taxei

Taxa specială pentru promovarea turismului în municipiul Timișoara este datorată de către persoanele care beneficiază de servicii de cazare și se reține, încasează și virează la bugetul local de către unitățile de cazare care desfășoară activități specifice pe raza municipiului Timișoara.

Prin unități de cazare se înțelege: hoteluri, hoteluri pentru tineret, hoteluri apartament, hanuri, moteluri, hosteluri, vile turistice, bungalouri, cabane turistice, sate de vacanță, campinguri, popasuri turistice, căsuțe de tip camping, tabere de elevi și preșcolari, pensiuni turistice, pensiuni agroturistice, apartamente și camere de închiriat în scop turistic, spații de cazare de pe navele fluviale și maritime, precum și orice alte structuri de primire turistică cu funcțiuni de cazare turistică.