

## **ORGANIZAȚIA DE MANAGEMENT AL DESTINAȚIEI TIMIȘOARA**

Str. Vasile Alecsandri nr.1, SAD 3, Timișoara,

Județul Timiș, cod poștal RO-300 078

România - CIF45719678

Nr. 447 / OMDT/ 24.04.2024

### **EXTRASUL**

**situațiilor financiare anuale care se publică de asociațiile, fundațiile și federațiile  
recunoscute, potrivit legii, ca fiind de utilitate publică**

Județul **TIMIS**

Entitate **ORGANIZATIA DE MANAGEMENT AL DESTINATIEI TIMISOARA**

Adresa: localitatea **TIMISOARA., Str. Vasile Alecsandri nr.1, SAD 3,**

telefon 40 748 889 925, email contact@visit-timisoara.com, codul poștal 300 078

Numărul și data înscrierii în Registrul asociațiilor și fundațiilor **nr. 12 din 02.02.2022,**

Numărul și data înscrierii în Registrul federațiilor -

Actul normativ, nr., dată, de recunoaștere a utilității publice: Legea 275/2018, prin derogare de la prevederile cap VI din OG nr. 26/2000, aprobată cu modificări și completări prin legea nr.246/2000; În virtutea cadrului legal în baza căreia a fost recunoscută ca OMD, asociația devine de utilitate publică începând cu data de **07.11.2023.**

Codul de înregistrare fiscală **45719678**

Indicatorii din situațiile financiare anuale depuse pentru anul : **2023**

#### **I. Indicatorii din bilanț (în lei):**

A. Active imobilizate: 9,089.00 lei

B. Active circulante: 403,694.00 lei

C. Cheltuieli în avans:

D. Datorii ce trebuie plătite într-o perioadă de până la un an: 351,427.00 lei

E. Active circulante nete, respectiv datorii curente nete: 52,267.00 lei

F. Total active minus datorii curente: 61,356.00 lei

G. Datorii ce trebuie plătite într-o perioadă mai mare de un an:

H. Provizioane: 25,397.00 lei

I. Venituri în avans:

J. Capitaluri proprii: 35,959.00 lei

Total capitaluri: 35,959.00 lei

## **II. Indicatorii din contul rezultatului exercițiului (în lei):**

— Venituri din activitățile fără scop patrimonial,

din care:

— Resurse obținute de la bugetul de stat și/sau de la bugetele locale și subvenții pentru venituri: 533,250.00 lei

— Cheltuieli privind activitățile fără scop patrimonial,

din care:

— Cheltuieli din resursele de la bugetul de stat și/sau de la bugetele locale și din subvenții pentru venituri: 381,678.16 lei

— Excedent din activitățile fără scop patrimonial: 72,475.00 lei

— Deficit din activitățile fără scop patrimonial: -

— Venituri din activitățile cu destinație specială: -

— Cheltuieli privind activitățile cu destinație specială: -

— Excedent din activitățile cu destinație specială: -

— Deficit din activitățile cu destinație specială: -

— Venituri din activitățile economice: -

— Cheltuieli privind activitățile economice: -

— Excedent din activitățile economice: -

— Deficit din activitățile economice: -

— Venituri totale: 1,160.533.00 lei

— Cheltuieli totale: 1,088,058.00 lei

— Excedent: 72,475.00 lei

— Deficit: -

## **III. Activități desfășurate:**

— Fără scop patrimonial, cod clasă CAEN \_\_\_\_

Efectivul de personal în anul 2023:5

— Economică sau financiară, cod clasă CAEN \_\_\_\_

Efectivul de personal în 2023: \_\_\_\_

— Durata efectivă de funcționare în anul 2023 (în luni): 12

---

MANAGER DE DESTINAȚIE

Laura BOLDOVICI

## **Raport de activitate al Organizației de Management al Destinației Timișoara pentru anul 2023**

Asociația a fost înființată cu respectarea prevederilor HCL Timișoara nr.285 din 27 iulie 2021 și HCL Timișoara nr. 442 din 23 noiembrie 2021, privind constituirea Asociației pentru Promovarea Timișoarei (APT).

În data de 15 august 2023 a fost primit de la Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului Avizul Conform, eliberat în 02.08.2023, prin care se acordă asociației noastre recunoașterea statutului de Organizație de Management al Destinației.

Asociația își schimbă denumirea din *Asociația pentru Promovarea Timișoarei* în *Organizația de Management al Destinației Timișoara*. De asemenea, în virtutea cadrului legal în baza căreia a fost recunoscută ca OMD, asociația devine, în momentul înregistrării în Registrul Special – Asociații, de utilitate publică, începând cu data de 07.11.2023.

### **Activitățile anului 2023 ale OMD**

#### **1.Participări la evenimente naționale și internaționale**

În cursul anului 2023, asociația a fost prezentă la 8 târguri internaționale de turism: „*CMT*” Stuttgart (14-22 ianuarie), „*BIT*” Milan (12-14 februarie), „*IMTM*” Tel Aviv (14-15 februarie), „*Ferien Messe 2023*” Viena (16 -19 martie), „*Fira de Modernista*” Barcelona (19-21 mai), „*IMEX*” Frankfurt (29 mai), „*TTG Travel Experience*” Rimini (11-13 octombrie), „*World Travel Market*” (WTM) Londra (4-7 noiembrie), „*TT*” Varșovia (23-25 noiembrie) și la târgul național „*TTR*” București (23-26 februarie).

Alte evenimente: „*Salonul Dunării Berlin*” (8 martie), Workshop Praga (27 aprilie), Zilele orașului Szeged (20 mai), acțiune comună de promovare ale celor trei capitale europene ale culturii la Viena (27 iunie), „*Ziua Europeană a Limbilor*” organizată de Primăria Linz-Austria (25 septembrie), eveniment cu agențiile/ghizii de turism outgoing din Israel și comunitatea românească la Tel Aviv (22 septembrie).

#### **2. Campanii de promovare**

- Vizita delegației FIJET și decernarea medaliei *”Mărul de Aur”* Destinației Timișoara: (23-27 martie)
- Campania radio DIGI FM: transmisia în direct din Timișoara - în anul de exercitare a titlului de capitală europeană a culturii - a emisiunii «Doi matinali și jumătate» în perioada 1-6 octombrie.
- Campania online *„Privește Timișoara prin ochii unui turist”*. (21-27 august)
- Concursul Destinatia Anului 2023 - La categoria “Cea mai bună promovare turistică”, Timișoara s-a clasat pe primul loc. (27 aprilie)
- *„Timișoara Art Nouveau”*, eveniment tematic de promovare a destinației Timișoara prin experiențe imersive, însoțiti de un ghid – personaj (10 iunie).
- Instituirea *„Timișoara Award for European Values”*, premiu care onorează personalități recunoscute pe plan internațional care promovează sau apără valorile europene în interiorul și în afara Uniunii Europene. Ediția inaugurală 2023 a desemnat-o câștigătoare pe Excelența Sa Maia Sandu, președinta Republicii Moldova.
- Evenimentul de marketing sezonier *„Tradiții de iarnă în oraș”*, pentru a evidenția patrimoniul cultural local specific sărbătorilor de iarnă (21 noiembrie).
- Împreună cu societatea PPC, organizația a conceput două campanii care au fost demarate în decembrie 2023 și vor continua pe întreg parcursul anului 2024.
- *„Fii parte din povestea sărbătorilor de iarnă!”*: campanie online de promovare a evenimentelor organizate de către hoteluri și restaurante.

### 3. Susținerea activității curente a infocentrului turistic al Municipiului Timișoara. Publicații.

Asociația a realizat materiale de prezentare și promovare a orașului în cinci limbi diferite, pentru a fi folosite on-line și off-line.

- Elaborarea și publicarea broșurii de prezentare a destinației Timișoara și a ghidului orașului Timișoara destinat oamenilor de afaceri, în limbile română și engleză.
- Tipărirea de hărți ale Timișoarei pentru a fi distribuite turiștilor prin Infocentrul turistic: harta 3D, harta centrului istoric.
- Realizarea de flyere în limbile română, maghiară, germană, engleză, spaniolă.

- Amplasarea unui totem digital pentru informare în incinta Aeroportului Internațional Traian Vuia Timișoara.
- Colaborarea cu infocentrele din Arad, Sighișoara, Cluj, Szeged (Ungaria): promovare reciprocă în infocentre.

#### 4. Dezvoltarea imaginii destinației Timișoara în mediul online

OMD a început să aibă prezență online relevantă odată cu crearea website-ului oficial [www.visit-timisoara.com](http://www.visit-timisoara.com), precum și a website-ului oficial al premiului “*Timișoara pentru valori europene*”, [www.timisoara-award.eu](http://www.timisoara-award.eu), ambele în limbile RO și EN.

Crearea și transmiterea regulată prin email, începând cu luna iunie, a unui newsletter lunar cu oferte și informații relevante pentru diferite grupuri de colaboratori: 5 numere către agenții de incoming și 2 numere către hoteluri și restaurante din Timișoara.

Dezvoltarea audiențelor online a crescut semnificativ prin crearea noilor conturi de social media și publicarea regulată a unor informații vizual atractive și cu conținut informațional relevant. Pagina de Facebook “*Visit Timișoara oficial*” a ajuns la 18000 urmăritori, “*Visit Timișoara. Comunitatea timișorenilor*” pe FB a ajuns la 2000 de membri, iar contul de Instagram *visit.timisoara.official* a ajuns la peste 1700 de urmăritori la finalul anului 2023, iar contul de TikTok a ajuns relevant în comunitate.

#### 5. Vizite ale jurnaliștilor români și străini. Interviu și apariții în media națională și internațională.

- 12 tururi de oraș au fost oferite jurnaliștilor și personalităților veniți să viziteze și promoveze Timișoara (mai-decembrie). În luna septembrie, OMD a început nouă colaborare cu Asociația Timișoara 2023 - Capitală Europeană a Culturii, prin care se oferă tururi de oraș jurnaliștilor invitați de către Asociația TM2023.
- Pe tot parcursul anului 2023, asociația a facilitat vizitele unor jurnaliști internaționali. Acțiuni de comunicare și apariții în presa internațională: Cotidianul Salzburger Nachrichten, Der Standard, The Times, Global Traveller, Conde Nast Traveller, The Independent, Allgemeine Zeitung din Uelzen, TIPI Magazin, El Pais, Novi List.
- Au fost acordate - de către domnii Simion Giurca, Ludovic Satmari, doamnele Laura Boldovici, Delia Barbu - o serie de interviuri pentru mass-media din străinătate și pentru posturi radio și TV, locale și naționale: PRO TV, Radio

România Actualități, TV9, TVR Timișoara, Adevărul, Europa FM, Cașavencii, TV Prima News, Radio România Actualități, Europa FM, TVR Info, TVR 1, Digi24 TV, Radio România Timișoara, Szeged TV etc.

6. Dezvoltarea capacităților operatorilor din turism. Dezvoltarea de noi produse turistice. Proiecte cu finanțare europeană și de la bugetul de stat.

- Infotrip și workshop pentru agențiile românești de incoming (27-29 ianuarie).
- Dezvoltarea unui nou produs turistic - turul ghidat "*Timișoara Art Nouveau*".
- Candidaturi depuse: Proiectul "*Accessible Tourism in the Twin Cities of Szeged and Timișoara*" prin programul Interreg VI-A România-Ungaria se află în etapa de evaluare; „*Festivalul Evreiesc din Timișoara*” - finanțare AFCN - candidatură necâștigătoare.
- Demararea proiectului de promovare a turismului medical "*Timișoara Medical Hub*" în luna decembrie.

7. Menținerea și dezvoltarea relațiilor cu stakeholderii.

Întâlniri la nivel local / regional / național:

- Directorul Societății de Transport Public Timișoara (STPT) - îmbunătățirea accesului la serviciile de transport.
- Conducerea de la Opera Națională Timișoara, Teatrul German, Episcopatul Romano-Catolic și cel Ortodox Sârb - introducerea unor obiective de interes public în circuite turistice pentru vizitatori.
- Întâlniri regulate cu reprezentanții industriei ospitaliere - colaborări și parteneriate strategice.
- Timișoara a fost gazda „*Festivalului Cavaleresc al Vinului*”- 225 de Cavaleri ai Vinului din țară și din străinătate. (22-24 septembrie)

Întâlniri internaționale

- Reprezentanți ai orașului Veszprem (4 octombrie).
- Reprezentanți ai orașului Szeged - iunie.
- Dialog cu comunitatea românească, în cadrul evenimentului organizat de Consulatul României la Szeged (27 octombrie).

8. Atragerea de noi membri, parteneri și sponsori.

Membri asociați noi: SOCIETATEA NAȚIONALĂ AEROPORTUL INTERNATIONAL TIMISOARA-TRAIAN VUIA SA, WINSEDSWISS SRL, Profi ROM Food SA

Sponsori și parteneri noi: PPC ENERGIE SA, PPC ADVANCED ENERGY SERVICES ROMANIA, CLUBUL ROTARY TIMIȘOARA, FCB BUCHAREST, RETIM ECOLOGIC SERVICE S.A., DERMA HEALTH SRL, AQUATIM SA

Concluzii

Numeroasele participări la evenimentele relevante din industria turismului din țară și din străinătate, susținerea activităților infocentrului turistic, colaborările locale, naționale și internaționale, eforturile de comunicare în mediul online și gestionarea eficientă a resurselor media au contribuit la creșterea vizibilității Timișoarei, consolidând poziția sa ca destinație turistică de prim rang.

MANAGER DE DESTINAȚIE

Laura BOLDOVICI