



EIROPAS KOMISIJA

Briselē, 30.6.2010  
COM(2010) 352 galīgā redakcija

**KOMISIJAS PAZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM, PADOMEI, EIROPAS  
EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI UN REĢIONU KOMITEJAI**

**Eiropa, tūristu apmeklētākā vieta pasaulē — jaunas Eiropas tūrisma nozares politiskās  
pamatnostādnes**

# KOMISIJAS PAZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM, PADOMEI, EIROPAS EKONOMIKAS UN SOCIĀLO LIETU KOMITEJAI UN REĢIONU KOMITEJAI

## Eiropa, tūristu apmeklētākā vieta pasaulē — jaunas Eiropas tūrisma nozares politiskās pamatnostādnes

### 1. IEVADS

Tūrisms ir ļoti svarīga ekonomikas nozare, kura lielā mērā pozitīvi ietekmē Eiropas ekonomikas izaugsmi un nodarbinātību. Arī Eiropiešu dzīvē tas ieņem aizvien lielāku vietu, jo cilvēki ceļo vairāk gan kā privātpersonas, gan darba jautājumos. Tūrisms ir saistīts ar kultūras un dabas mantojumu, un ar Eiropas Savienības mūsdienu kultūrām un tradīcijām; tūrisma nozare sniedz uzskatāmu piemēru par nepieciešamību saskaņot ilgtspējīgu ekonomikas izaugsmi un attīstību, tostarp ar ētikas aspektu. Bez tam tūrismam ir liela loma Eiropas tēla stiprināšanā pasaules mērogā, tas palīdz izplatīt mūsu vērtības un sekmēt vairāku gadsimtu ilgā kultūras apmaiņas ceļā veidotā Eiropas modeļa pievilcību, lingvistisko daudzveidību un radošumu.

Pēdējā laikā Eiropas tūrisma nozare ir saskārusies ar ekonomiskām grūtībām, kuras vēl padziļināja vulkāna *Eyjafjöll* izvirdums un kuras parādīja gan tūrisma neaizsargātību, gan arī spēju tās pārvarēt, pateicoties lielajai lomai, kāda eiropiešu dzīvē ir ceļojumiem un brīvdienām. Ekonomikas un finanšu krīze, kas skar visu valstu ekonomiku kopš 2008. gada, diezgan lielā mērā ietekmēja tūrisma pakalpojumu pieprasījumu. Vēl nesen, 2010. gada aprīlī un maijā, vulkāna izvirduma pelni lielā mērā ietekmēja ceļojumus Eiropā, radot nopietnus zaudējumus lidsabiedrībām, ceļojumu birojiem un ceļojumu rīkotājiem, kā arī pašiem ceļotājiem.

Šīs tūrisma industrijai sarežģītās situācijas rezultātā kļuva skaidrs, ka Eiropas tūrisma nozarei ir jārisina vairākas problēmas. Lai tās risinātu, pirmkārt, visām iesaistītajām pusēm jāsadarbojas un jāstrādā, pamatojoties uz konsolidētām politikas pamatnostādnēm, kurās būtu ņemtas vērā jaunās ES prioritātes, kas ietvertas stratēģijā "Eiropa 2010". Eiropai vajadzētu palikt galvenajam tūrisma galamērķim, tāpēc vislabākajā veidā ir jāizmanto priekšrocības, ko sniedz Eiropas reģionu bagātība un daudzveidība.

Ar šo paziņojumu Eiropas Komisija paredzējusi veicināt saskaņotu pieeju ar tūrismu saistītām iniciatīvām un noteikt jaunas darbības pamatnostādnes, lai stiprinātu šīs nozares konkurētspēju un tās ilgtspējīgu izaugsmi. Lai īstenotu šos mērķus, Komisija ierosina vairākas Eiropas līmeņa vai daudzvalstu iniciatīvas, vienlaikus pilnībā izmantojot Savienības kompetences, kuras tūrisma jomā ievieša ar Lisabonas līgumu.

## 2. EIROPAS TŪRISMA INDUSTRIJA — GALVENAIS EIROPAS IZAUGSMES ELEMENTS, KAS TAGAD BALSTĀS UZ SKAIDRI DEFINĒTĀM KOMPETENCĒM

### 2.1. Aizvien lielāka ekonomiskā nozīmība

Tūrisms ir ekonomikas nozare, kas var nodrošināt izaugsmi un nodarbinātību ES, vienlaikus palīdzot uzlabot ekonomisko un sociālo attīstību un integrāciju, jo īpaši lauku un kalnu rajonos, piekrastes rajonos un uz salām, attālākos un visattālākos vai konverģences reģionos. Eiropas tūrisma nozares 1,8 miljoni uzņēmumu (galvenokārt MVO)<sup>1</sup>, kuros nodarbināti apmēram 5,2 % no kopējā darbaspēka (proti, apmēram 9,7 miljoni darbavietu ar lielu jauniešu īpatsvaru), rada vairāk nekā 5 % no ES IKP, un šis skaitlis nepārtraukti pieaug<sup>2</sup>. Tādējādi pēc tirdzniecības un sadales un celtniecības nozarēm tūrisms ir trešā lielākā sociālekonomiskā nozare ES. Ja aprēķinos ņem vērā ar tūrisma saistītās nozares<sup>3</sup>, tās ieguldījums IKP ir vēl lielāks, jo lēš, ka tūrisms veido vairāk nekā 10 % no ES IKP un ka tas nodrošina apmēram 12 % no kopējā darbavietu skaita. Šajā sakarā aplūkojot pēdējo desmit gadu tendences, nodarbinātības izaugsme tūrisma nozarē gandrīz vienmēr ir bijusi daudz straujāka nekā pārējās ekonomikas jomās.

Turklāt Eiropas Savienība joprojām ir tūristu visvairāk apmeklētā vieta pasaulē — 2008. gadā šeit ieradās 370 miljoni tūristu no citām valstīm (40 % no visiem apmeklējumiem pasaulē)<sup>4</sup>, 7,6 miljoni no kuriem bija tūristi no BRIC valstīm (Brazīlijas, Krievijas, Indijas un Ķīnas), kas ir liels pieaugums salīdzinājumā ar 4,2 miljoniem tūristu 2004. gadā. Tūristu apmeklējumi radīja ienākumus apmēram 266 miljardu euro apmērā, no kuriem 75 miljardi euro iegūti no tūristiem<sup>5</sup>, kas nav ES iedzīvotāji. Pašu eiropiešu veiktos ceļojumus (ko kuriem 90 % ir notikuši starp ES dalībvalstīm) lēš uz apmēram 1,4 miljardiem euro. Saskaņā ar Pasaules tūrisma organizācijas (PTO) aplēsēm starptautisko tūrisma braucienu skaits uz Eiropu nākotnē ievērojami pieaugs. Visbeidzot, eiropieši veido arī lielāko skaitu no tūristiem, kas dodas uz trešām valstīm, un daudzās valstīs tūrisms ir ļoti svarīga daļa no šo valstu ieņēmumiem. Pamatojoties uz iepriekš minēto, ir skaidrs, ka jāpadziļina ES tūrisma politikas ārējā dimensija, lai uzturētu vienmērīgu tūristu plūsmu no trešām valstīm, kā arī lai atbalstītu ES partnervalstis, jo īpaši Vidusjūras reģiona valstis.

### 2.2. Lisabonas līgumā precizētās kompetences un jau sasniegtais

Eiropas Komisija sadarbībā ar dalībvalstīm un tūrisma nozares pārstāvju asociācijām jau vairākus gadus ir daudz strādājusi, lai īstenotu vairākus pasākumus Eiropas tūrisma nozares un tās konkurētspējas stiprināšanai<sup>6</sup>. Vienlaikus Komisija ir izveidojusi ārkārtīgi attīstītu un

---

<sup>1</sup> Tradicionālie ceļojumu un tūrisma pakalpojumu sniedzēji (viesnīcas, restorāni, ceļojumu aģentūras, automašīnu noma, aviokompānijas, kas nodarbojas ar fraktēšanu, tūrisma autobusi, kūžu kuģi utt.), kas nepastarpināti piedāvā pakalpojumus apmeklētājiem.

<sup>2</sup> Pētījums par tūrisma nozares konkurētspēju Eiropas Savienībā, 2009. gada septembris. (sk. [http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc\\_id=5257&userservice\\_id=1&request.id=0](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0)).

<sup>3</sup> Jo īpaši tādas jomas, kā sadales tirdzniecība, celtniecība, transporta uzņēmumi vispār (gaisa transports, dzelzceļš, jūras transports, maršrutu autobusi utt.), kā arī kultūras joma (tostarp kultūras un radošās nozares).

<sup>4</sup> PTO *World Tourism Barometer*, 8. sējums, 2010. gada janvāris.

<sup>5</sup> *Eurostat*, Statistika tuvplānā, 23/2009 (Maksājumu bilances statistika).

<sup>6</sup> Komisijas paziņojums “Noturīgas un konkurētspējīgas Eiropas tūrisma nozares programma”, COM(2007)621, galīgā redakcija, “Jauna Eiropas tūrisma politika: veidojot spēcīgāku Eiropas tūrisma partnerību”, COM(2006)134, galīgā redakcija.

integrētu pasažieru un patērētāju aizsardzības sistēmu, tostarp pasažieriem ar invaliditāti vai ierobežotām pārvietošanās spējām, kas piemērojam visos transporta līdzekļos<sup>7</sup>.

Gadu gaitā Eiropas Savienība ir spējusi izveidot Eiropas tūrisma politikas pamatus, galveno uzmanību pievēršot faktoriem, kas nosaka tās konkurētspēju, un ņemot vērā ilgtspējīgas attīstības prasības. Stājoties spēkā Lisabonas līgumam, tiek atzīta arī tūrisma nozīme — tagad Eiropas Savienībai ir kompetence šajā jomā, lai atbalstītu, saskaņotu un papildinātu dalībvalstu darbību. Šis ir pozitīvs aspekts, kas sniedz vajadzīgo skaidrību un dod iespēju īstenot saskaņotu pasākumu sistēmu.

Kā minēts Līguma par Eiropas Savienības darbību (LESD) 195. pantā Eiropas Savienība var

- sekmēt šīs nozares uzņēmumu konkurētspēju un veidot to attīstībai labvēlīgu vidi;
- attīstīt dalībvalstu sadarbību, jo īpaši, apmainoties ar labāko pieredzi; kā arī
- izveidot integrētu pieeju tūrismam, lai šo nozari ņemtu vērā citās politikas jomās.

Šis jaunais tiesiskais regulējums dod reālu iespēju labi nobeigt pasākumus, kam ir liela Eiropas pievienotā vērtība un kuros ņemta vērā prasība par administratīvā sloga samazināšanu. Šie pasākumi paredzēti tam, lai labumu gūtu visas Eiropas Savienības valstis, jo katrai no tām, lai arī dažādās pakāpēs, ir interese attīstīt savu tūrisma potenciālu.

### **3. EIROPAS TŪRISMA INDUSTRIJAS IESPĒJAS UN PROBLĒMAS, KAS TAI JĀRISINA**

Eiropas tūrismam ir jārisina nopietnas problēmas, kas vienlaikus ir arī iespējas, ko nedrīkst laist garām. Šai industrijai ir jāpielāgojas sabiedrības attīstības tendencēm, kas ietekmēs tūrisma pieprasījumu, bet tai ir jārisina grūtības, kas radušās pašreizējās nozares struktūras, tās specifikas un ekonomiskā un sociālā konteksta rezultātā.

Nesen Eiropas tūrisma nozare piedzīvoja smagu ekonomisko situāciju, ko pasliktināja vulkāna *Eyjafjöll* izvirdums.

Pirmkārt, ekonomikas un finanšu krīze, ko pasaules ekonomika piedzīvo kopš 2008. gada, diezgan nopietni ietekmēja pieprasījumu pēc tūrisma pakalpojumiem. Lai gan eiropieši turpināja ceļot, viņi pielāgojās attiecīgajiem apstākļiem, jo īpaši dodot priekšroku tuvākiem maršrutiem, samazinot uzturēšanās ilgumu vai izdevumus atpūtas vietā<sup>8</sup>. Tādējādi tūrisma pakalpojumu apjoms 2009. gadā Eiropā samazinājās par apmēram 5,6 %. Šis kopējais skaitlis sevī slēpj būtiskas atšķirības — dažus reģionus, jo īpaši Eiropas austrumos un ziemeļos, krīze skāra ļoti spēcīgi, un tajos reģistrēts tūristu skaita ievērojams samazinājums, līdz pat 8 %. Šī krīze ir ilgstoša un tūrisma pakalpojumu izaugsmes perspektīvas vēl joprojām ir vājas. Lai gan Pasaules tūrisma organizācijas aplēses paredz citu valstu tūristu skaita pieaugumu no 2010. gada, šķiet, ka Eiropā atveseļošanās būs lēnāka, salīdzinot ar citiem pasaules reģioniem, piemēram, Āziju.

Situāciju vēl vairāk pasliktināja gaisa transporta kustības pārtraukumi 2010. gada aprīlī un maijā, ko izraisīja vulkāna pelnu mākoņi. Lai gan zaudējumus ir grūti izvērtēt, dažās aplēsēs

<sup>7</sup>

<sup>8</sup> Kopumā 2009. gadā Eiropā citu valstu tūristu skaits samazinājās par apmēram 5,6 %, bet dažos reģionos, galvenokārt Eiropas austrumos vai ziemeļos, samazinājums sasniedza pat 8 %. (PTO *World Tourism Barometer*, 8. sējums, 2010. gada janvāris.)

norādīts, ka vairāk nekā 2 miljoni tūristu no visas pasaules anulēja savus ceļojumus, tādējādi ceļojumu rīkotājiem radās tiešās izmaksas apmēram viena miljarda euro apmērā. Tam vēl jāpieskaita viesnīcu un citu ar tūrismu saistīto nozaru izpalikusī peļņa, ko nedaudz kompensēja ienākumi no tādiem pakalpojumiem kā, piemēram, automobiļu īre vai taksometru transports. Šo gaisa transporta kustības pārtraukumu izraisītās sekas un pasākumi to novēršanai tika izskatīti 2010. gada 28. aprīlī Komisijas organizētajā videokonferencē ar ministriem un valsts sekretāriem, kas ir atbildīgi par tūrismu, lai novērtētu “vulkāna” krīzes ietekmi uz tūrisma nozari.

Šīs situācijas rezultātā tūrisma nozare jāpielāgo jauniem apstākļiem. Šodien tūrisma nozares darbības attīstību ietekmē vairāki faktori.

Kā jebkura ekonomikas nozare tūrisma industrija saskaras ar aizvien skaudrāku pasaules mēroga konkurenci; lielu tūristu skaitu pievelk valstis ar strauji augošu ekonomiku vai jaunattīstības valstis. Šajos konkurences apstākļos Eiropai ir jāsniedz ilgtspējīgs un kvalitatīvs piedāvājums tūrisma jomā, uzsverot savas salīdzinošās priekšrocības, jo īpaši dabas daudzveidību un lielo kultūras bagātību<sup>9</sup>. Eiropai ir arī jāuzlabo sadarbība ar valstīm, kuru iedzīvotāji, paaugstinoties dzīves līmenim, varētu būt potenciālie tūristi uz Eiropu.

Vēl viens nopietns jautājums izriet no demogrāfiskajām tendencēm Eiropā, kā arī ar tām saistītie jaunie tūristu izturēšanās modeļi vai viņu vajadzības. Šīs pārmaiņas prasa ātru nozares pielāgošanos, lai tā varētu saglabāt savu konkurētspēju. Piemēram, 2020. gadā 20 % iedzīvotāju skaita būs personas, kas vecākas par 65 gadiem. Šo iedzīvotāju daļu veido personas, kurām ir gan pirkspēja, gan brīvs laiks un kurām ir liels tirgus potenciāls, bet arī nozarei ir jāpielāgojas šai jaunajai situācijai. Līdzīgi jāmin aizvien lielākais skaits tūristu ar ierobežotām pārvietošanās spējām (to nesen lēsa uz 127 miljoniem personu), kam ir īpašas vajadzības un kuri ir jāietver tūrisma pakalpojumu piedāvājumos.

Tūrisma politikā ir pilnībā jāiekļauj arī citi strukturāli uzdevumi. Tā, piemēram, veidojot tūrisma piedāvājumu būtu jāņem vērā ar klimata pārmaiņām saistītie ierobežojumi, kā arī ūdens un enerģijas resursu trūkums, ietekme uz bioloģisko daudzveidību vai arī masu tūrisma apdraudējums kultūras mantojumam. Tūrisma nozares uzņēmumiem ir jāsamazina dzeramā ūdens patēriņš, ja pastāv sausuma risks, jāsamazina siltumnīcefekta gāzu emisija un to negatīvā ietekme uz vidi.

Tuvākajā nākotnē izmaiņas Eiropas klimatiskajos apstākļos varētu noteikt izmaiņas ceļojumu modeļos un ietekmēt konkrētus maršrutus. Turklāt aizvien plānākā sniega sega Eiropas kalnu rajonos varētu izraisīt neatgriezenisku ziemas tūrisma samazināšanos. Tai pat laikā tūrisma piekrastes rajonos varētu ietekmēt jūras līmeņa celšanās. Eiropas un dalībvalstu tūrisma politikā vajadzēs ņemt vērā visas šīs strukturālās pārmaiņas, gan veicot pasākumus strukturālā bezdarba atvieglošanai, gan arī nodrošinot tūrisma investīciju efektīvu sadali.

Tūrisma nozares un tās klientu attiecības būtiski ir izmainījusi arī informācijas un komunikāciju tehnoloģiju (IKT) attīstība un tas, ka patērētāji aizvien plašāk tās izmanto. Novērtējot līmeni, kā daudzās iesaistītās personas apzinās IKT pieejamību un izmanto šīs tehnoloģijas, tika konstatēts, ka tās tiek izmantotas ļoti dažādā apmērā; tas atkarīgs no tādiem faktoriem, kā pamatzināšanas, to lielums un to relatīvā atrašanās vieta tūrisma pakalpojumu ķēdē.

---

<sup>9</sup> ES atrodas 300 no 800 UNESCO pasaules kultūras mantojuma pieminekļiem.

Šo uzdevumu un iespēju sakarā nozares uzņēmumi, jo īpaši MVU, ne vienmēr spēj ātri pielāgoties, jo īpaši ņemot ierobežoto finanšu resursu un kvalificētu darbinieku trūkuma dēļ.

Visbeidzot, visam minētajam jāpievieno īpaši uzdevumi, ko nosaka Eiropas tūrisma nozares īpatnības. Šie uzdevumi ir saistīti ar patēriņa modeļiem, jo īpaši ar sezonālītāti un tūristu pārvietošanos, kā arī ar ražošanas modeļiem, t.i., tūrisma vērtību ķēdi un ceļojumu galamērķiem. Pašlaik tūrisma maršrutu pieprasījums ir ļoti koncentrēts jūlija un augusta mēnešos. Šai tūrisma sezonālītai ir ietekme ne tikai uz ienākumu plūsmu, bet arī uz esošo infrastruktūru un personāla neoptimālu izlietojumu.

#### 4. VĒRIENĪGI MĒRĶI JAUNĀM DARBĪBAS PAMATNOSTĀDNĒM

Eiropas tūrisma nozarei ir jāattīstās, lai varētu pretoties krīzei un spiedienam, kas aizvien vairāk ietekmē tās darbību. Šim nolūkam jāveic pielāgojumi visos līmeņos. Eiropas Savienībai ir jāpiedalās šajā procesā un jāveicina apņēmīga rīcība, lai paātrinātu izaugsmi un radītu apstākļus paaugstinātai aktivitātei.

Saskaņā ar Lisabonas līgumu Eiropas tūrisma politikas galvenais mērķis ir veicināt nozares konkurētspēju, apzinoties, ka ilgtermiņā konkurence ir cieši saistīta ar tās attīstības modeļa ilgtspējību. Šis mērķis nepārprotami ir saistīts ar jauno Savienības ekonomisko stratēģiju, "Eiropa 2020", jo īpaši ar pamatiniciatīvu "Rūpniecības politika globalizācijas laikmetā". Turklāt tūrisms var sniegt ieguldījumu arī citās pamatiniciatīvās, piemēram, "Inovāciju Eiropas Savienība", "Digitālā programma Eiropai"<sup>10</sup> un "Jaunu prasmju un darbavietu programma". Turklāt aktīvākas tūrisma politikas izstrāde, kas ir jo īpaši balstīta uz līgumos paredzētajām brīvībām, var ievērojami palīdzēt vienotā tirgus atveseļošanā.

Eiropas pamatnostādnes galvenokārt paredzētas tam, lai veicinātu tūrisma uzplaukumu Eiropā. Tomēr tām ir jāsniedz atbildes arī uz sociālajām, teritoriālās kohēzijas un dabas un kultūras mantojuma aizsardzības un reklāmas jautājumiem. Turklāt šīs pamatnostādnes varētu palīdzēt nozarei uzlabot elastīgumu attiecībā uz klimata pārmaiņām, kā arī tās spēju risināt tūrisma izraisītās strukturālās pārmaiņas. Netieši tūrisms stiprina arī Eiropas pilsonības izjūtu, veicinot kontaktus un dialogu starp iedzīvotājiem bez valodu, kultūru un tradīciju atšķirības. Šajā kontekstā ir svarīgi, ka Eiropas pilsoņi zina savas tiesības un var tās izmantot, pārvietojoties Eiropas Savienības iekšienē vai izbraucot no tās — viņiem jābūt iespējai izmantot savas Eiropas pilsoņa tiesības tikpat viegli, kā savā valstī. Komisija sniegs priekšlikumus, kā labāk likvidēt šķēršļus, ar ko sastopas Eiropas pilsoņi, ja tie mēģina iegādāties tūrisma pakalpojumus ārpus savas valsts.

Tāpēc neformālās ministru tikšanās laikā, ko 2010. gada 15. aprīlī organizēja pēc Spānijas prezidentūras iniciatīvas, tika atzīts, ka vajadzīga vērienīgas Eiropas politika. Šī ministru sanāksme, kas notika pēc Eiropas tūrisma nozares augsta līmeņa konferences 2010. gada 14. aprīlī Madridē, ko varētu raksturot kā Eiropas tūrisma "ģenerālo asambleju", bija izšķirošs solis, lai Savienība un visas dalībvalstis uzņemtos darboties konkurētspējīgas, ilgtspējīgas, modernas un sociāli atbildīgas tūrisma nozares izveidē. Tāpēc ES ministri pieņēma "Madrides deklarāciju", kurā sniegti vairāki ieteikumi saistībā ar konsolidētas Eiropas tūrisma politikas īstenošanu, uzsvērta nepieciešamība stiprināt šīs nozares ilgtspējīgu konkurenci un atzīta pievienotā vērtība, ko sniedz ES ar tūrisma saistītās darbības, papildinot dalībvalstu darbību ar integrētu pieeju tūrismam.

<sup>10</sup> Komisijas paziņojums "Digitālā programma Eiropai", COM(2010) 245.

Lai šos mērķus īstenotu, tūrisma pasākumus var sagrupēt četros virzienos:

- (1) veicināt tūrisma nozares konkurētspēju Eiropā;
- (2) veicināt ilgtspējīgu, atbildīgu un uz kvalitāti vērsta tūrisma attīstību;
- (3) stiprināt Eiropas tēlu un redzamību kā ilgtspējīgu un kvalitatīvu tūrisma maršrutu kopumu;
- (4) maksimāli uzlabot ES politikas virzienu un finanšu instrumentu potenciālu tūrisma attīstībā.

Šie četri virzieni veido jaunus tūrisma pamatprincipus, ko Komisija paredzējusi īstenot, cieši konsultējoties ar dalībvalstīm un galvenajiem tūrisma nozares dalībniekiem.

## **5. JAUNI PAMATPRINCIPI IZVIRZĪTO MĒRĶU SASNIEGŠANAI**

Saskaņā ar iepriekš izklāstītajiem mērķiem un pilnībā ņemot vērā jauno, Lisabonas līgumā sniegto institucionālo sistēmu, Eiropas Komisija ir pārliecināta, ka ir iespējams veikt vairākus Eiropas līmeņa vai daudzvalstu darbības, vienlaikus ievērojot līgumā noteikto subsidiaritātes principu un dalībvalstu kompetenci tūrisma jomā.

### **5.1. Veicināt tūrisma nozares konkurētspēju Eiropā**

Lai stiprinātu tūrisma nozari un sekmētu tās dinamisku un ilgtspējīgu izaugsmi, būtiska nozīme ir ES tūrisma nozares konkurētspējas uzlabošanai. Lai sasniegtu šo mērķi, tūrisma nozarē ir jāveic jauninājumi, jāuzlabo piedāvājuma kvalitāte visos tā veidos, jāuzlabo profesionālā kompetence nozarē, jāmēģina atrast iespējas pieprasījuma sezonas rakstura novēršanai, jāsniedz daudzveidīgāks tūrisma piedāvājums un visbeidzot, jāuzlabo statistikas dati un analīzes attiecībā uz tūrismu. Tūrisma nozarei ir liels potenciāls uzņēmējdarbības attīstīšanā — lielākā daļa no tūrisma uzņēmumiem ir mazie un vidējie uzņēmumi (MVU). Turklāt šai nozarei ir liela sinerģija ar amatniecību un daiļamatniecību, kuras var sniegt ieguldījumu kultūras mantojuma saglabāšanā, kā arī vietējās ekonomikas attīstībā.

#### *Veicināt tūrisma pakalpojumu piedāvājuma daudzveidību*

Pakalpojumu piedāvājuma dažādošanā ieguldījumu var sniegt Eiropas Savienība, veicinot tūristu plūsmas starp Eiropas dalībvalstīm ar Eiropas līmeņa tematisku tūrisma produktu palīdzību. Arī pārrobežu sinerģijas var veicināt tūrisma labāku reklāmu un redzamību. Tādējādi tajās var iekļaut mantojuma kopumu visā tā daudzveidībā — kultūras mantojumu (tostarp kultūras ceļus), mūsdienu kultūras jaunradi, aizsargājamus dabas objektus, veselības un labklājības tūrismu (tostarp kūrortu tūrismu), izglītojošo, vīna un gastronomijas, vēstures, sporta vai reliģisko tūrismu, agrotūrismu, lauku tūrismu vai arī tūrismu, kas veicina jūras un zemūdens kultūras mantojuma apzināšanu, kā arī konkrēta reģiona rūpniecības vai saimnieciskās darbības struktūras mantojumu.

Šim nolūkam Komisija ir jau uzsākusi sadarbību ar Eiropas Padomi kultūras tūrisma jomā, lai labāk varētu veikt ietekmes novērtējumu un nodrošināt tam labāku redzamību. Pēdējos gados ir notikušas arī citas pārrobežu iniciatīvas, kā, piemēram, Eiropas riteņbraucēju ceļi vai svētceļnieku maršruti ("Via Francigena" vai Santiago de Compostelas ceļš). Komisija uzskata, ka vairākas no šīm iniciatīvām varētu uzlabot, ja tās reklamētu un ja tās būtu atzītas

Eiropas līmenī, kas nodrošinātu to pārrobežu raksturu. Atzīstot iniciatīvu Eiropas mēroga nozīmi, var izveidoties tāda pati dinamika, kā veiksmīgā pieredze ar projektu “Eiropas kultūras galvaspilsēta”, kurš ir katalizators vietējai attīstībai un tūrismam un kura ietvaros katru gadu tiek veidota vērienīga un pievilcīga Eiropas mēroga kultūras programma<sup>11</sup>. Šo pieredzi var arī pārņemt reģionos, kas ir dalībnieki sadarbības tīklā “Natura 2000”, kurš aptver vairāk nekā 17 % no Eiropas teritorijas; šie reģioni varētu būt interesanti no tūrisma viedokļa, ar nosacījumu, ka tiek ievēroti dabiskās vides saglabāšanas principi.

#### PAREDZĒTĀS DARBĪBAS

- (1) Izstrādāt līdzsvarotu stratēģiju, lai veicinātu tūrisma piedāvājuma dažādību un labāk izceltu kopējo Eiropas mantojumu, jo īpaši izveidojot “Eiropas mantojuma zīmi”, kas tiks ietverta citās darbībās, piemēram, Eiropas mantojuma dienās un Eiropas Savienības balvā par kultūras mantojumu.
- (2) Atbalstīt dabas mantojuma iekļaušanu tūrisma stratēģijās, kurš varēs pretendēt arī uz kvalitātes zīmes iniciatīvām.

#### *Attīstīt inovāciju tūrisma industrijā*

Lai paaugstinātu tūrisma industrijas konkurētspēju un dotu iespēju uzlabot apmaiņu ar citām, saistītām nozarēm, būtiska loma tagad ir jaunajām informācijas tehnoloģijām. Valsts un privātajiem tūrisma sektora dalībniekiem, jo īpaši MVU, šīs tehnoloģijas būtu jālieto vēl plašāk, šim nolūkam izmantojot sabiedrības informēšanas un partnerības kampaņas un pareizi lietojot dažādas valsts un Eiropas programmas. Turklāt jāpaātrina informācijas sabiedrības rīku un pakalpojumu iekļaušana visās ar tūrismu saistītās darbībās, jo īpaši MVU veiktajās darbībās, un jāatvieglo dažādu tūrisma nozares dalībnieku pieeja piemērotiem finanšu instrumentiem.

#### PAREDZĒTĀS DARBĪBAS

- (3) Komisija uzsāks platformu “IKT un tūrisms”, kuras sastāvā būs ieinteresētās personas, lai tūrisma nozarei un tās uzņēmumiem atvieglotu pielāgošanos jauno informācijas tehnoloģiju tirgus attīstībai un uzlabotu to konkurētspēju, maksimāli izmantojot iespējamās sinerģijas starp abām nozarēm.
- (4) Gatavojot savu nākošo paziņojumu par e-komerciju iekšējā tirgū, kurā tiks izvērtēta e-komercijas direktīvas īstenošana, Komisija izskatīs iespējas, kā uzlabot tūrisma nozares integrāciju šajā jomā.

#### *Uzlabot profesionālo kompetenci*

Tūrisma jomas modernizācija ir jāveic vienlaikus ar centieniem uzlabot šīs nozares darbinieku profesionālo līmeni, jo īpaši lai atvieglotu viņu pielāgošanos jaunajām tehnoloģijām un jaunajām tirgus prasībām, piemēram, veselības un labsajūtas jomā un viņu mobilitātes veicināšanas ziņā. Tāpēc šie centieni ir daļa no stratēģijas “Eiropa 2020”, jo īpaši pamatiniciatīvas “Rūpniecības politika globalizācijas laikmetā”.

<sup>11</sup> Vidēji no 1995. līdz 2004. gadam nakšņošanu skaits tajās pilsētās, kuras attiecīgajā gadā bija ieguvušas šo titulu, palielinājās par 12 % salīdzinot ar iepriekšējo gadu.



## PAREDZĒTĀS DARBĪBAS

- (5) Lai tūrisma nozarē atbalstītu apmācību pasākumus, Komisija vairāk centīsies reklamēt dažādu ES programmu iespējas, piemēram, Leonardo vai Konkurētspējas un inovāciju pamatprogrammu (KIP) ar tās sadaļām “Erasmus jaunajiem uzņēmējiem”, kā arī “E-prasmes inovācijai”.

### *Veicināt tūrisma sezonas pagarināšanu*

Ja uzņēmumi labāk izmantotu esošo tūrisma infrastruktūru un personālu ārpussezonā, tie varētu uzlabot infrastruktūru izmantošanu un produktivitāti, balstoties uz darbaspēku, kas ir stabilāks un labāk motivēts. Pirmais solis šajā virzienā jau ir sperts, īstenojot projektu “Kalipso”<sup>12</sup>, kurā ir uzskaitīta labākā pieredze dalībvalstīs.

## PAREDZĒTĀS DARBĪBAS

- (6) Izveidot brīvprātīgu tūristu apmaiņas sistēmu starp dalībvalstīm<sup>13</sup>, kas ļautu tādām pamatgrupām, kā jo īpaši jaunieši, gados vecāki cilvēki, personas ar ierobežotām pārvietošanās spējām un ģimenes ar zemiem ienākumiem, ceļot ārpussezonas laikā.
- (7) Izstrādāt brīvprātīgu sistēmu apmaiņai ar informāciju tiešsaistē, lai labāk saskaņotu skolu brīvdienas dalībvalstīs, neskarot dalībvalstu kultūras tradīcijas.

### *Stiprināt tūrisma sociālekonomisko zināšanu pamatus*

Komisija uzskata, ka nozares konkurētspējas uzlabošanai ļoti svarīgi Eiropas līmenī ir sociālekonomisko zināšanu pamati par tūrismu un par tā saistību ar vidi. Tāpēc Direktīvas 95/57/EK par statistikas datu vākšanu tūrisma nozarē pašreizējā pārskatīšana ir būtisks progress, jo šajā procesā tiks ņemta vērā tūrisma attīstība Eiropā un tā lietotāju vajadzības.

Lai konsolidētu statistikas datus par šo nozari un tos analizētu, tomēr ir jāpaveic vēl vairāk un jāveicina sadarbība Eiropas līmenī starp dalībvalstīm, tūrisma maršrutiem, industrijas pārstāvjiem un privātajiem un valsts uzņēmumiem. Lai to paveiktu un saglabātu savu statistikas datu apkopošanas koordinētājas lomu, kas Eiropas līmenī uzticēta Eurostat, Komisija uzskata, ka ir jāveido zināšanu tīkli starp pētniecības institūtiem, universitātēm, privātajiem un valsts uzraudzības centriem ciešā sadarbībā ar reģionālajām un valsts iestādēm, valsts tūrisma birojiem, statistikas pārvaldēm un citiem dalībniekiem. Ir vajadzīga tūrisma jomas pētniecības koordinēšana un attīstība Eiropas līmenī, lai izstrādātu integrētu pieeju un

<sup>12</sup> “Kalipso” ir sagatavošanās darbība, ko Eiropas Parlaments pieņēma 2008. gadā uz trīs gadu laikposmu un kuras nolūks ir, pamatojoties uz Eiropas Komisijas impulsu (vismaz starp divām dalībvalstīm un/vai kandidātvalstīm), veicināt partnerību starp valsts, privāto un sociālās ekonomikas sektoru; kuras galvenais mērķis būtu ārpussezonas apmaiņa ar tūristiem, kas ietilpst četrās darbības Kalipso mērķgrupās (jaunieši, gados vecāki cilvēki, personas ar ierobežotām pārvietošanās spējām un ģimenes ar zemiem ienākumiem).

<sup>13</sup> Labākā, jo īpaši Ibērijas pussalas labākā pieredze liecina, ka valsts sektors var finansēt šāda tipa mehānismus, kas nodrošina ieguldījumu atmaksāšanos (vairāk nekā 1,5 euro uz katru izdoto euro), ja ņem vērā jaunradīto darbavietu nesto labumu, radītās papildu iespējas privātajam sektoram un nodokļos saņemtās summas no intensīvākas saimnieciskās darbības. Šis izdevīgums pozitīvi ietekmē arī izcelsmes valstis.

lielāku sinerģiju. Tajā ietverta arī sadarbība ar tādām Eiropas un starptautiskām iestādēm kā ESAO vai PTO.

#### PAREDZĒTĀS DARBĪBAS

- (8) Saistībā ar gada ziņojumu “Patēriņa tirgu rezultātu apkopojums” Komisija nodrošinās tirgus uzraudzību un novērtēs Eiropas patērētāju apmierinātību par dažādiem tūrisma pakalpojumiem (transports, noma, izmitināšana, ceļojumi, brīvdienas un kompleksās ekskursijas).
- (9) Komisija īstermiņā izstrādās izmēģinājuma projektu, lai sadarbības tīklā ietvertu pētniecības institūtus, universitātes, privātos un valsts uzraudzības centrus, reģionālās un valsts iestādes un valsts tūrisma birojus.
- (10) Vidējā termiņā, par pamatu ņemot izmēģinājuma projekta rezultātus, Komisija veicinās “Tūrisma virtuālā uzraudzības centra” izveidi, kura mērķis būs atbalstīt un saskaņot dažādu valsts pētniecības institūtu darbības un apkopot sociālekonomiskos statistikas datus par tūrismu Eiropas līmenī.

## 5.2. Veicināt ilgtspējīga, atbildīga un uz kvalitāti vērsta tūrisma attīstību

Tūrisma nozares konkurētspēja ir cieši saistīta ar tā ilgtspējību, jo tūrisma maršrutu kvalitāte ir ļoti atkarīga no šo maršrutu dabiskās un kultūras vides un no to iekļaušanās konkrētā vietējā sabiedrībā. Tūrisma nozares ilgtspēja ietver daudzus aspektus: dabas resursu atbildīga izmantošana, rēķināšanās ar darbību ietekmi uz dabu (atkritumu radīšana, liela ietekme uz ūdens resursiem, augsni un biodaudzveidību utt.), “tīru” enerģiju izmantošana, mantojuma aizsardzība un maršrutu dabas un kultūras integritātes saglabāšana, radīto darbavietu kvalitāte un nepārtrauktība, ietekme uz vietējo ekonomiku vai arī uzņemšanas kvalitāte. Šie principi ir plaši atspoguļoti tūrisma stratēģijās, kas īstenotas valsts un reģionu līmenī, pat ja tās nav pietiekami izteiktas konkrētās darbībās.

ES līmenī Komisija ir izveidojusi vairākus instrumentus, lai atvieglotu labu vides pārvaldību uzņēmumiem, piemēram, Eiropas ekomarķējums (ES ekomarķējums) vai Kopienas vides vadības un audita sistēma (*EMAS*). Tomēr dažādu Eiropas tūrisma uzņēmumu atsaucība ilgtspējības centieniem bija atšķirīga. Komisija ir nodevusi dalībvalstu rīcībā dokumentus, kas atvieglo Eiropas vides tiesību aktu īstenošanu individuālo projektu un stratēģiskās plānošanas līmenī<sup>14</sup>.

Lai izstrādātu rādītāju sistēmu ilgtspējīgai tūrisma galamērķu pārvaldībai, Komisija varēs izmantot iniciatīvu, kas īstenoja sadarbībā ar Eiropas konkurētspējīgo un ilgtspējīgo tūrisma reģionu sadarbības tīklu *NECSTouR*, un tūrisma ceļojumu galamērķu sadarbības tīklu *EDEN*. Lai paaugstinātu to Eiropas tūrisma maršrutu vērtību, kuri izmanto efektīvus paņēmienus tūrisma ilgtspējības veicināšanai, šāda prakse ir jāizmanto vēl plašāk. Tāpēc ir jāatbalsta iniciatīvas, kas ar atbildību izturas pret resursu (enerģijas, ūdens, izejvielas utt.) izmantošanu un veicina optimālus pakalpojumu un drošības apstākļus, jo īpaši lai uzņemtu gados vecākus cilvēkus un personas ar ierobežotām pārvietošanās spējām.

14

## PAREDZĒTĀS DARBĪBAS

- (11) Pamatojoties uz *NECSTouR* un *EDEN*, izstrādāt rādītāju sistēmu tūrisma maršrutu ilgtspējīgai pārvaldībai. Pamatojoties uz šo rādītāju sistēmu Komisija izstrādās marķējumu tūrisma maršrutu reklāmai.
- (12) Organizēt Eiropas tūristu informēšanas kampaņas par maršrutu izvēli un transporta līdzekļiem, par to attiecībām ar apmeklēto galamērķu vietējiem iedzīvotājiem, par cīņu pret bērnu un sieviešu ekspluatāciju.
- (13) Izstrādāt Eiropas marķējumu “Kvalitatīvs tūrisms”, pamatojoties uz valstu pašreizējo pieredzi, lai uzlabotu patērētāja drošību un uzticēšanos tūrisma produktam un lai tūrisma profesionāļus apbalvotu par patiesiem centieniem uzlabot tūrisma pakalpojumu kvalitāti un klientu apmierinātību.
- (14) Palīdzēt Eiropas tūrisma industrijai identificēt riskus, kas saistīti ar klimata pārmaiņām, lai izvairītos no nerentabliem ieguldījumiem, un izpētīt iespējas alternatīvu tūrisma pakalpojumu piedāvājumu izstrādei.
- (15) Ierosināt hartu par ilgtspējīgu un atbildīgu tūrismu un izveidot Eiropas balvu tūrisma uzņēmumiem un maršrutiem, kurās ņem vērā hartā uzskaitītās vērtības.
- (16) Ierosināt ilgtspējīga jūras piekrastes un jūras tūrisma stratēģiju.
- (17) Izveidot vai uzlabot sadarbību starp Eiropas Savienību un galvenajām strauji augošas ekonomikas valstīm (Ķīnu, Krieviju, Indiju, Brazīliju) un Vidusjūras reģiona valstīm, lai veicinātu ilgtspējīga un atbildīga tūrisma modeļus un apmainītos ar labāko pieredzi.

### **5.3. Stiprināt Eiropas tēlu un redzamību kā ilgtspējīgu un kvalitatīvu tūrisma maršrutu kopumu**

Eiropas tēls un izpratne par Eiropu kā daudzu tūrisma maršrutu kopumu ir aspekti, kas cieši saistīti ar tūrisma nozares konkurētspēju<sup>15</sup>. Ņemot vērā pasaules konkurences intensitāti, kā arī daudzu to trešo valstu potenciālu, no kurām tūristi dodas uz Eiropu, ir svarīgi labi organizēt darbības, kas paredzētas pieprasījuma stimulēšanai tūrismam uz Eiropu. Nozīmīga iniciatīva Eiropas reklāmai trešās valstīs jau pieejama tīmekļa vietnē “[visiteurope.com](http://visiteurope.com)”, kas ar Eiropas Komisijas atbalstu sāka darboties 2006. gadā un ko pārvalda Eiropas Ceļojumu komisija (ECK).

Ir jāuzlabo Eiropas tēls un izpratne par Eiropu kā daudzu ilgtspējīgu un kvalitatīvu tūrisma maršrutu kopumu. Eiropas tūrisma maršrutu pievilcības un labākas atpazīstamības paaugstināšanai varētu būt ievērojama ietekme uz ekonomiskās situācijas uzlabošanu, palielinoties ārpuseiropas tūristu apmeklējumu skaitam un Eiropas iedzīvotāju interesei ceļot sava kontinenta robežās.

Lai izpētītu labākos veidus, kā visiem kopā reklamēt Eiropas tūrisma piedāvājumu, Komisija uzskata, ka Eiropas tēls ir jāreklamē pasaules tirgos, jo īpaši konkrētās trešās valstīs

---

<sup>15</sup> Pētījums par tūrisma nozares konkurētspēju Eiropas Savienībā, 2009. gada septembris. (sk. ).

(piemēram, Amerikas Savienotajās Valstīs, Japānā, Ķīnā, Krievijā, Indijā, Brazīlijā), veicot kopīgas iniciatīvas ar dalībvalstīm un Eiropas tūrisma industriju.

Lai izceltu un darītu redzamus dažādus Eiropas vai daudzvalstu līmeņa tematiskos produktus, ir jāizpēta vairāki varianti, piemēram, plašāka reklāma lielu tūrisma gadatirgu vai salonu laikā, vai dalība lielu kultūras un sporta pasākumu reklāmā (“Eiropas kultūras galvaspilsētas”, “Eiropas mantojuma dienas”, Olimpiskās spēles vai vispasaules izstādes) — tie visi ir nozīmīgi veidi, kā veicināt tūrisma attīstību Eiropā.

#### PAREDZĒTĀS DARBĪBAS

- (18) Sadarbībā ar dalībvalstīm izveidot “Eiropas zīmolu”, kas papildinātu valsts un reģionālā līmeņa reklāmas centienus un kas labāk ļautu Eiropas tūrisma maršrutiem atšķirties no citiem starptautiskiem maršrutiem.
- (19) Reklamēt tīmekļa vietni “visiteurope.com”, lai palielinātu interesi par Eiropu kā ilgtspējīgu un kvalitatīvu tūrisma maršrutu kopumu, jo īpaši strauji augošas ekonomikas valstīs.
- (20) Veicināt kopīgas reklāmas darbības lielu starptautisku pasākumu laikā vai plaša mēroga tūrisma gadatirgu un salonu laikā.
- (21) Uzlabot Eiropas Savienības dalību starptautiskās organizācijās, jo īpaši Pasaules tūrisma organizācijā, Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijā (ESAO), T20 un *Euro-Med*.

#### **5.4. Maksimāli uzlabot ES politikas virzienu un finanšu instrumentu potenciālu tūrisma attīstībā**

Tūrisma politika ir transversāla. Tomēr tūrisma tieši vai netieši iespaido arī citas Eiropas politikas jomas. Tas jo īpaši sakāms par transporta politiku (ilgtspējīga mobilitāte, pasažieru tiesības un drošība un transporta kvalitāte), konkurences politiku (jautājumi par uzņēmumu koncentrāciju, piemēram, tiešsaistes tūrisma piedāvājumā, valsts atbalsta vertikālā integrācija), iekšējā tirgus politiku (ar tūrisma saistīto pakalpojumu brīva reģistrācija un brīva sniegšana, pakalpojumu kvalitātes uzlabošana, e-komercijas attīstība), nodokļu politiku (nodokļu šķēršļi labai iekšējā tirgus darbībai, nodokļu noteikumi nozares uzņēmumiem, piemēram, ceļojumu aģentūrām, nodokļu atvieglojumi), patērētāju aizsardzības politiku (tiesības, parakstot līgumu, negodīga tirdzniecības prakse, tālpārdošana), vides, nodarbinātības un mācību, kultūras vai arī reģionālās attīstības politiku.

Komisija ir apņēmusies nodrošināt labāku tūrisma nozares integrāciju tās dažādajos politikas virzienos un panākt, lai, pareizi piemērojot spēkā esošos tiesību aktus, varētu pilnībā atbrīvot šīs nozares konkurētspējas potenciālu. Komisija pastiprinās koordināciju starp dažādām politikas jomām, lai, nosakot un īstenojot šos politikas virzienus, būtu ņemtas vērā visas tūrisma industrijas intereses un vajadzības.

Iekšējā tirgus politikā tūrisma nozarei tagad ir jāizmanto visas priekšrocības, ko sniedz Eiropas pakalpojumu tirgus integrācija. Eiropas Parlamenta un Padomes 2006. gada 12. decembra Direktīva 2006/123/EK par pakalpojumiem iekšējā tirgū jo īpaši dos iespēju ievērojami vienkāršot procedūras, kas piemērojamas pakalpojumu sniedzējiem tūrisma nozarē

un ļaus izvairīties no daudziem juridiskiem un administratīviem šķēršļiem, kas līdz šim ierobežoja to pieeju dažādajiem Eiropas Savienības dalībvalstu tirgiem.

Komisija atzīst jūras un piekrastes transporta būtisko nozīmi ekonomikas attīstības veicināšanā un ir paredzējusi veikt darbības saistībā ar ES integrētās jūrniecības politiku, lai veicinātu tās attīstību. Ekonomikas dažādošana, lielāku uzmanību pievēršot tūrismam, ir prioritāte daudzām piekrastes zonām, kurās ekonomiskā darbība, piemēram, zvejniecība vai kuģu būvniecība, ir samazinājusies, līdz nesot ienākumu samazināšanos un bezdarba palielināšanos. Šo dažādošanu atbalsta Eiropas Zivsaimniecības fonds (EZF), īstenojot vietējās attīstības stratēģijas. Tiks izpētīti arī veidi, kā izmantot potenciālu, ko sniedz kuģu un izklaides kuģu industrija salu un piekrastes un jūras reģionu ekonomikas izaugsmei.

Tūrisma sektoram ļoti nozīmīga ir arī ES lauku attīstības politika. Izmantojot Eiropas Lauksaimniecības fondu lauku attīstībai (ELFLA), Komisija var atbalstīt arī lauku tūrismā aktīvu uzņēmumu izveidi, agrotūrisma attīstību un veicināšanu, kā arī lauku, tostarp arī kalnu rajonu kultūras un dabas mantojuma reklāmu.

Pašreizējā programmēšanas periodā Komisija turpinās veicināt un mobilizēt Kopienas instrumentus un programmas tūrisma atbalstam. Konkrētu projektu īstenošanai varēs turpināt izmantot tādus instrumentus kā dažādi Eiropas strukturālie fondi (ERAF, ESF), Eiropas Lauksaimniecības fondu lauku attīstībai (ELFLA), Eiropas Zivsaimniecības fonds (EZF) un pētniecības pamatprogramma. Visbeidzot, tūrismam ir īpaši svarīga konkurētspējas un inovāciju pamatprogramma (CIP), jo kopš 2008. gada tā atbalsta Eiropas sadarbības tīklu izveidi konkurētspējīgam un ilgtspējīgam tūrismam. Pēc 2013. gada iespējas atbalstīt tūrisma nozari, izmantojot dažādus Eiropas fondus, kā arī konsolidējot jau esošās sagatavošanas darbības šajā jomā, būs atkarīgas no pamatnostādņēm, kuras pieņems, pamatojoties uz Eiropas Savienības prioritātēm un ņemot vērā budžeta iespējas.

Gaisa un dzelzceļa pasažieru tiesību uzlabošana ir liels ieguvums Eiropas tūrismam, pateicoties tiesiskajam regulējumam, kas aizsargā tūristus, kuriem rodas grūtības ceļojuma laikā. Komisija paredzējusi, ka arī pasažieriem, kas ceļo ar jūras transportu, autobusiem un tūrisma autobusiem varētu būt līdzīgas tiesības. Arī grozījumi direktīvā par ceļojumiem, brīvdienām un kompleksām ekskursijām varēs uzlabot patērētāju uzticēšanos tūrisma industrijai. Turklāt, lai uzlabotu drošību izmitināšanas vietās, tostarp ar ugunsdrošību saistītos jautājumos, Komisija turpinās ciešu sadarbību ar dalībvalstīm, tūrisma industriju un šīs nozares dalībnieku apvienībām.

Apzinoties pieaugošo Eiropas tūrisma nozīmi, arī trešo valstu tūrisma nozīmi, Komisija izskatīs iespējas, ko sniedz dažādi instrumenti vīzu politikā un ārējo robežu šķērsošanā, lai pilnībā izmantotu šīs iespējas.

Lai palīdzētu Eiropas tūrisma nozarei turpināt attīstīties konkurētspējīgā un ilgtspējīgā veidā saskaņā ar stratēģiju "Eiropa 2010" un Lisabonas līgumu, Komisija izskatīs veidus, kā uzlabot atbalsta un saskaņošanas darbības Eiropas tūrisma labā.

## 6. SECINĀJUMS

Eiropas tūrisma politika ir jāatjaunina. Saskaroties ar problēmām, kurām nepieciešami konkrēti risinājumi un pielāgošanās centieni, Eiropas tūrisma industrijas dalībniekiem ir jāapvieno pūles un jāstrādā, vadoties pēc konsolidētām politikas pamatnostādņēm, kurās ir ņemtas vērā ES jaunās prioritātes. Pamatojoties uz jaunajām Eiropas Savienības

kompetencēm tūrisma jomā, šis paziņojums nosaka vērienīgu sistēmu, lai Eiropas tūrisma izveidotu par konkurētspējīgu, modernu, ilgtspējīgu un atbildīgu industriju. Komisija ir paredzējusi vairākas konkrētas iniciatīvas, lai Eiropas tūrisma nozare varētu pielāgoties un attīstīties. Šīs darbības papildina dalībvalstu politikas virzienus, un tās paredzētas pūliņu saskaņošanai, nosakot pasākumus, kas sniedz patiesu Eiropas pievienoto vērtību. Šīs stratēģijas panākumi būs atkarīgi no visu attiecīgo personu iesaistīšanās un no to spējas strādāt kopā tās īstenošanā.

Nākotnē Komisija turpinās darboties, lai ar dalībvalstīm un tūrisma industriju regulāri, ātri un caurskatāmi apmainītos ar viedokļiem par iniciatīvām, kas saistītas ar tūrisma. Šim nolūkam Komisija izmantos Tūrisma padomdevējas komitejas palīdzību. Tas arī ļaus valsts pārvaldes iestādēm par Komisijas iniciatīvām regulāri informēt dažādās ieinteresētās personas valsts, reģionu un vietējā līmenī.

Šī konsolidētā pamatprogramma ir pirmais solis. Tāpēc arī, sākot no šodienas līdz Eiropas tūrisma forumam 2010. gada novembrī, Komisija turpinās apspriesties par veicamajām iniciatīvām tūrisma jomā; šā foruma laikā tā varētu apspriesties ar dalībvalstīm un Eiropas tūrisma nozares valsts un privātajiem pārstāvjiem par sīkāk izstrādātu darbības plānu. Pēc tam, vidējā termiņā, Komisija izstrādās stratēģijas apkopojumu, lai novērtētu tās panākumus un virzītos uz priekšu.