



COMISIA EUROPEANĂ

Bruxelles, 30.6.2010
COM(2010) 352 final

**COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU,
COMITETUL SOCIAL ȘI ECONOMIC EUROPEAN ȘI COMITETUL
REGIUNILOR**

**Europa, destinația turistică favorită la nivel mondial – un nou cadru politic
pentru turismul european**

**COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU,
COMITETUL SOCIAL ȘI ECONOMIC EUROPEAN ȘI COMITETUL
REGIUNILOR**

**Europa, destinația turistică favorită la nivel mondial – un nou cadru politic
pentru turismul european**

1. INTRODUCERE

Turismul este o activitate economică importantă, cu un impact extrem de pozitiv asupra creșterii economice și ocupării forței de muncă în Europa. El ocupă, de asemenea, un procent tot mai însemnat din viața cetățenilor europeni, numărul celor care călătoresc în scop personal sau profesional fiind din ce în ce mai ridicat. Turismul este o activitate legată de patrimoniul cultural și natural, precum și de tradițiile și culturile contemporane ale Uniunii Europene; el ilustrează în mod exemplar necesitatea concilierii creșterii economice cu dezvoltarea durabilă, inclusiv cu dimensiunea etică a acesteia. De asemenea, turismul joacă un rol important în consolidarea imaginii Europei în lume, în protecția valorilor noastre și în promovarea atractivității modelului european, care este rezultatul a secole de schimburi culturale, de varietate lingvistică și de creativitate.

Turismul european s-a confruntat recent cu o situație economică dificilă care a fost agravată de erupția vulcanului Eyjafjöll și care a demonstrat vulnerabilitatea acestuia, dar și capacitatea lui de a rezista, datorită importanței pe care europenii o acordă călătoriilor și vacanțelor. Astfel, criza economică și financiară, care din 2008 afectează toate economiile, a avut efecte semnificative asupra cererii de servicii turistice. Mai recent, întreruperea traficului aerian în cursul lunilor aprilie și mai 2010, din cauza norilor de cenușă vulcanică, a afectat substanțial călătoriile în Europa și a creat mari prejudicii companiilor aeriene, agențiilor de voiaj și operatorilor turistici, precum și turiștilor.

Acest context dificil pentru industria turismului a subliniat o serie de provocări cărora trebuie să le facă față sectorul turismului european. Pentru a răspunde la aceste provocări, este vital ca toți actorii din sectorul turismului să-și unească eforturile și să lucreze într-un cadru politic consolidat, care să ia în considerare noile priorități ale UE exprimate în strategia sa „Europa 2020”. Europa trebuie să rămână prima destinație din lume, capabilă să își pună în valoare bogăția și diversitatea teritoriilor care o alcătuiesc.

Prin prezenta comunicare, Comisia Europeană intenționează să favorizeze o abordare coordonată a inițiativelor legate de turism și să definească un nou cadru de acțiune pentru a își întări în mod durabil competitivitatea și capacitatea de creștere. În acest scop, ea propune o serie de inițiative, la scară europeană sau multinațională, care urmăresc îndeplinirea acestor obiective, profitând în același timp de competențele Uniunii introduse de tratatul de la Lisabona în favoarea turismului.

2. INDUSTRIA EUROPEANĂ A TURISMULUI, UN ELEMENT CHEIE PENTRU CREȘTEREA EUROPEANĂ CARE SE SPRIJINĂ DE ACUM ÎNAINTE PE COMPETENȚE CLARE

2.1. O importanță economică în creștere

Turismul este o activitate economică capabilă să genereze creștere și noi locuri de muncă în UE, contribuind în același timp la dezvoltare și la integrare economică și socială, în special în cazul zonelor rurale și de munte, al regiunilor de coastă și al insulelor, al regiunilor periferice, ultraperiferice sau aflate în procesul de convergență. Industria turistică europeană¹, care regroupează circa 1,8 milioane de întreprinderi, în principal IMM-uri, și care angajează în jur de 5,2% din forța de muncă (echivalentul a aproximativ 9,7 milioane de locuri de muncă, din care majoritatea sunt ocupate de tineri), generează peste 5% din PIB-ul UE – o cifră care crește în mod constant². Astfel, turismul reprezintă, ca importanță, a treia activitate socio-economică a UE, după sectoarele comerțului și distribuției și al construcțiilor. Dacă se iau în calcul și sectoarele care sunt legate de turism³, contribuția acestuia la produsul intern brut este mult mai substanțială, întrucât se estimează că această contribuție este sursa a peste 10% din PIB-ul Uniunii Europene și că ea furnizează circa 12% din forța totală de muncă. În această privință, dacă ținem seama de tendința din ultimul deceniu, remarcăm faptul că, în sectorul turismului, creșterea economică a fost aproape întotdeauna mai accentuată față de cea din restul sectoarelor economiei.

De altfel, Uniunea Europeană rămâne prima destinație turistică din lume, cu 370 de milioane de turiști internaționali care au sosit în 2008, adică 40% din sosirile de turiști la nivel mondial⁴, din care 7,6 milioane din țările BRIC (Brazilia, Rusia, India, China), ceea ce reprezintă o creștere clară în raport cu cele 4,2 milioane de sosiri înregistrate în 2004. Aceste sosiri au generat venituri în valoare de 266 miliarde de euro, din care 75 de miliarde de euro generate de turiști originari din afara Uniunii⁵. În ceea ce privește călătoriile efectuate de resortisanții europeni, valoarea acestora se estimează la circa 1,4 miliarde, aproximativ 90% din aceste călătorii având loc pe teritoriul UE. Conform estimărilor Organizației Mondiale a Turismului (OMT), numărul de turiști internaționali sosiți în Europa ar trebui să crească substanțial în următorii ani. În plus, europenii se numără, de asemenea, printre primii turiști care se deplasează în țări terțe, aceste deplasări constituind o sursă de venituri foarte importantă în multe țări. Elementele de mai sus justifică o aprofundare a dimensiunii externe a politicii turistice a UE în scopul menținerii fluxurilor turistice din țări terțe, dar și pentru sprijinirea partenerilor UE, în special în regiunea Mediteranei.

¹ Furnizori tradiționali de călătorii și servicii turistice (hoteluri, restaurante, agenții de voiaj, închirieri de autovehicule, companii aeriene charter, autocare pentru turiști, nave de croazieră etc.) care oferă bunuri și servicii direct vizitatorilor.

² Studiu privind competitivitatea sectorului turismului în Uniunea Europeană, septembrie 2009 (cf. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0).

³ În special, sectoarele distribuției, construcțiilor, companiile de transport în general (transport aerian, feroviar, maritim, autocare de linie etc.), precum și sectorul cultural (industriile culturale și creative, printre altele).

⁴ Barometrul OMT al turismului mondial, volumul 8, ianuarie 2010.

⁵ Eurostat, Statistics in Focus, 23/2009 (Statistici privind balanța de plăți).

2.2. Competențe precizate în Tratatul de la Lisabona și care completează realizările anterioare

Comisia Europeană, într-o acțiune concertată cu statele membre și asociațiile care reprezintă sectorul, a depus de mai mulți ani eforturi de amploare pentru a pune în aplicare o serie de acțiuni în scopul consolidării turismului european și a competitivității lui⁶. În același timp, Comisia a pus în practică, de asemenea, un sistem integrat și foarte bine elaborat pentru protecția pasagerilor și consumatorilor, inclusiv a persoanelor cu handicap și cu mobilitate redusă, în toate mijloacele de transport⁷.

De-a lungul anilor, Uniunea Europeană a reușit să pună bazele unei politici europene a turismului, insistând pe factorii care determină competitivitatea ei, ținând seama, în același timp, de cerințele unei dezvoltări durabile. Odată cu intrarea în vigoare a Tratatului de la Lisabona, importanța turismului este recunoscută: de acum înainte, Uniunea Europeană are competențe în domeniu pentru sprijinirea, coordonarea și completarea acțiunii statelor membre. Este vorba de un progres clar, care aduce cu sine o clarificare necesară și permite punerea în practică a unui cadru coerent de acțiune.

Astfel, după cum se stipulează în articolul 195 din TFUE, Uniunea Europeană poate:

- să promoveze competitivitatea întreprinderilor din acest sector și să creeze un mediu favorabil dezvoltării lor,
- să favorizeze cooperarea dintre statele membre, în special prin schimbul de bune practici
- și să elaboreze un mod de abordare integrată a turismului prin garantarea luării în considerare a acestui sector în alte politici ale sale.

Acest nou cadru juridic reprezintă o șansă reală pentru încheierea cu succes a acțiunilor cu înaltă valoare adăugată europeană și care țin seama de preocuparea privind reducerea sarcinilor administrative. Acțiunile menționate se adresează tuturor țărilor Uniunii Europene, fiecare stat membru fiind interesat, chiar la niveluri diferite, să își mărească potențialul turistic.

3. PROVOCĂRI ȘI OPORTUNITĂȚI PENTRU INDUSTRIA TURISMULUI EUROPEAN

Turismul european se confruntă cu provocări majore care reprezintă, în același timp, șanse care nu trebuie ratate. Pe de o parte, industria trebuie să se adapteze la evoluțiile societății, care vor influența cererea din sectorul turismului, iar pe de altă parte, ea trebuie să facă față constrângerilor impuse de structura actuală a sectorului, de caracterul lui specific și de contextul economic și social al acestuia.

Turismul european s-a confruntat recent cu o situație economică dificilă care a fost agravată de erupția vulcanului Eyjafjöll.

⁶ Comunicare a Comisiei „Agenda pentru un turism european durabil și competitiv” COM(2007)621 final, „O nouă politică europeană a turismului: consolidarea parteneriatului pentru turism în Europa” COM(2006)134 final,

⁷ http://ec.europa.eu/transport/passengers/index_en.htm

În primul rând, criza economică și financiară, care din 2008 afectează toate economiile, a avut efecte semnificative asupra cererii de servicii turistice. Chiar dacă au continuat să efectueze călătoriile, europenii și-au adaptat comportamentele la împrejurări, în special prin alegerea destinațiilor mai apropiate, prin reducerea duratei sejurului sau a cheltuielilor din timpul sejurului⁸. Astfel, activitatea turistică din Europa a înregistrat în 2009 o scădere de aproximativ 5,6%. Această cifră globală ascunde disparități accentuate: anumite regiuni, în special din estul și nordul Europei, au fost mult mai afectate și s-au confruntat cu o scădere drastică, de până la 8%, a numărului de turiști. Această criză este durabilă, iar perspectivele de creștere a activității turistice sunt încă reduse. Astfel, în timp ce estimările OMT prevăd o creștere a numărului de sosiri de turiști internaționali începând cu 2010, se pare că relansarea va fi mai lentă în Europa în comparație cu alte regiuni ale lumii, cum ar fi Asia.

Această situație a fost agravată de întreruperea traficului aerian în cursul lunilor aprilie și mai 2010, provocată de prezența norilor de cenușă vulcanică. Cu toate că evaluarea prejudiciului este dificilă, anumite estimări avansează un număr de 2 milioane de intrări de turiști anulate și pierderi directe de aproape un miliard de EUR pentru operatorii turistici. Mai trebuie adăugate pierderile sectorului hotelier și ale altor activități legate de turism, compensate oarecum de beneficiile datorate anumitor servicii, cum ar fi închirierea de autovehicule și transportul cu taxiul. Consecințele acestei suspendări a zborurilor, precum și anumite variante de acțiuni au fost analizate în cadrul conferinței organizate la 28 aprilie 2010 de către Comisia Europeană cu miniștrii și secretarii de stat din turism, în scopul evaluării impactului crizei „vulcanice” asupra turismului.

Această situație impune o adaptarea sectorului la noi constrângeri. Într-adevăr, dezvoltarea activității turistice în Europa este afectată de mai mulți factori.

La fel ca toate celelalte sectoare ale economiei, industria turismului se confruntă cu o concurență din ce în ce mai acerbă la nivel mondial, întrucât țările emergente sau în dezvoltare atrag tot mai mulți turiști. În fața acestei concurențe, Europa trebuie să prezinte o ofertă turistică durabilă și de calitate, mizând pe avantajele ei comparative, în special pe diversitatea peisajelor și pe bogăția ei culturală de excepție⁹. Ea trebuie, de asemenea, să întărească relațiile de cooperare cu țările a căror populație poate deveni o sursă de vizitatori pentru destinațiile europene, odată cu creșterea nivelului lor de viață.

O altă miză importantă este legată de evoluțiile demografice observate în Europa, precum și de noile comportamente sau așteptări implicate de aceste evoluții. Din cauza acestor schimbări, industria trebuie să se adapteze rapid pentru a își menține nivelul de competitivitate. În special, numărul persoanelor cu vârsta de peste 65 de ani urmează să ajungă la 20% din populație în 2020. Acest segment al populației, format din persoane care au atât putere de cumpărare, cât și timp liber reprezintă un potențial enorm în termeni de piață, dar necesită și o adaptare a sectorului pentru a răspunde particularităților sale. Același raționament este valabil în cazul numărului tot mai mare de turiști cu mobilitate redusă (număr estimat la 127 de milioane de persoane), cu nevoi specifice care trebuie integrate în oferta de servicii turistice.

⁸ Pe ansamblu, în Europa, numărul de sosiri de turiști internaționali a scăzut cu 5,6% în 2009, dar în anumite regiuni, în special din estul și nordul Europei, s-a înregistrat o scădere de până la 8% (Barometrul OMT al turismului mondial, volumul 8, ianuarie 2010).

⁹ 300 din cele 800 de situri ale patrimoniului mondial UNESCO se găsesc în UE.

Alte provocări de natură structurală trebuie integrate pe deplin în politica turistică. Astfel, oferta turistică trebuie să ia în calcul, de acum înainte, constrângerile legate de schimbările climatice, precum și deficitul de apă și de surse de energie, presiunea asupra biodiversității sau riscurile pe care le presupune turismul de masă pentru patrimoniul cultural. Întreprinderile din turism trebuie să utilizeze mai puțină apă în cazul potențialului de apariție a secetei, să își reducă emisiile de gaze cu efect de seră și să își diminueze amprenta ecologică.

În următorii ani, schimbările climatice din Europa ar putea să determine o restructurare a modelelor de călătorie și să afecteze unele destinații. În plus, micșorarea stratului de zăpadă în regiunile de munte din Europa ar putea duce la scăderea fluxului turistic în sezonul de iarnă. În același timp, creșterea nivelului mării ar putea provoca o modificare a evoluției turismului în zonele de coastă. Politica europeană, precum și politicile naționale din domeniul turismului vor trebui să țină cont de toate aceste schimbări structurale, pe de o parte prin măsuri de combatere a șomajului structural, pe de altă parte prin asigurarea unei repartizări eficiente a investițiilor legate de turism.

Dezvoltarea tehnologiilor informației și comunicării (TIC) și utilizarea lor tot mai frecventă de către consumatori au influențat, la rândul lor, relația dintre industria turistică și clientela ei. Evaluarea nivelului de responsabilizare, a accesibilității și a utilizării acestor servicii de către diferiți actori în cauză a demonstrat că aceștia utilizează TIC în moduri diferite, din motive legate de competențele de bază, de mărimea lor și de poziția lor relativă în lanțul turistic.

Confruntate cu toate aceste provocări și oportunități, întreprinderile din sector, în special IMM-urile, nu sunt încă în măsură să se adapteze rapid, din cauza resurselor lor financiare limitate și a lipsei de calificare a salariaților acestora.

În fine, mai trebuie ținut cont și de provocări specifice, determinate de particularitățile sectorului turismului european. Aceste provocări sunt legate, pe de o parte, de modelele de consum, în special repartitia sezonieră și deplasările turistice, iar pe de altă parte, de modelele de producție, adică lanțul de valori și destinațiile turistice. În prezent, cererea turistică este foarte concentrată în lunile iulie și august. Acest aspect sezonier are un impact nu doar asupra fluxului de venituri, el implicând totodată imposibilitatea utilizării optime a infrastructurilor existente și a efectivelor.

4. OBIECTIVE AMBIȚIOASE PENTRU UN NOU CADRU DE ACȚIUNE

Întrucât criza și constrângerile au un impact tot mai mare asupra activității sale, turismul european trebuie să evolueze. Această necesitate impune adaptări la toate nivelurile. Uniunea Europeană trebuie să contribuie la aceste adaptări și să sprijine o politică de voluntariat pentru a accelera creșterea și a crea condițiile unei atractivități sporite.

În conformitate cu Tratatul de la Lisabona, obiectivul principal al politicii europene a turismului este stimularea competitivității sectorului, ținând cont, în același timp, de faptul că, pe termen lung, competitivitatea este strâns legată de caracterul „durabil” al modului său de dezvoltare. Acest obiectiv este strâns legat de noua strategie economică a Uniunii, „Europa 2020”, și în special de inițiativa-pilot „O politică industrială adaptată erei globalizării”. Mai mult, turismul poate contribui, de asemenea, la alte inițiative-pilot, în special la „O Uniune a inovării”, „O agendă digitală pentru Europa”¹⁰ și „O agendă pentru noi competențe și noi

¹⁰ Comunicare a Comisiei „O agendă digitală pentru Europa” COM(2010) 245.

locuri de muncă”. De altfel, dezvoltarea unei politici mai active a turismului, bazată în special pe exercitarea deplină a libertăților garantate de tratate, poate contribui în mod substanțial la relansarea pieței unice.

Într-adevăr, cadrul de acțiune european urmărește, în primul rând, favorizarea prosperității turismului în Europa, dar el trebuie să răspundă, în același timp, problemelor de natură socială, de coeziune teritorială și de protecție și punere în valoare a patrimoniului natural și cultural. În plus, el va trebui să permită sectorului să își întărească rezistența la impactul schimbărilor climatice, precum și capacitatea de a răspunde schimbărilor structurale care ar putea fi generate de turism. În mod indirect, turismul contribuie, de asemenea, la consolidarea sentimentului legat de cetățenia europeană prin favorizarea contactelor și schimburilor între cetățeni. Dincolo de diferențele lingvistice, de cultură sau de tradiții. În acest context, este important, de asemenea, ca cetățenii europeni să își cunoască drepturile și să poată beneficia de ele când se deplasează pe teritoriul Uniunii Europene sau în afara lui: ei trebuie să își poată exercita drepturile de cetățeni europeni la fel de ușor ca în țara lor de origine. Comisia va propune soluții pentru eliminarea pe cât posibil a obstacolelor întâlnite de cetățenii europeni în momentul în care aceștia încearcă să beneficieze de servicii de turism în afara țării lor.

Aceste cerințe pentru o politică europeană ambițioasă au fost recunoscute în cadrul reuniunii ministeriale neoficiale privind turismul organizată la 15 aprilie 2010 la inițiativa președinției spaniole a Consiliului. Ca o continuare a conferinței la nivel înalt privind turismul european, care a avut loc la Madrid la 14 aprilie 2010, veritabil „cartier general” al turismului european, această reuniune ministerială neoficială a reprezentat un pas decisiv pentru angajarea Uniunii și a tuturor statelor membre în favoarea unui sector turistic competitiv, durabil, modern și responsabil pe plan social. Astfel, miniștrii UE au sprijinit „Declarația de la Madrid”, care stabilește o serie de recomandări legate de punerea în practică a unei politici europene a turismului consolidat, insistă asupra necesității creșterii competitivității durabile a acestui sector și recunoaște valoarea adăugată a acțiunii UE în favoarea turismului, care completează în mod util acțiunea statelor membre printr-o abordare integrată a turismului.

În scopul atingerii acestor obiective, acțiunile de sprijinire a turismului pot fi grupate în jurul a patru axe:

- (1) stimularea competitivității sectorului turistic din Europa;
- (2) promovarea dezvoltării unui turism durabil, responsabil și de calitate;
- (3) consolidarea imaginii și vizibilității Europei în calitate de ansamblu de destinații durabile și de calitate;
- (4) valorificarea la maximum a politicilor și instrumentelor financiare ale UE pentru dezvoltarea turismului.

Aceste patru axe formează structura de bază a noului cadru de acțiune pentru turism pe care Comisia intenționează să îl pună în practică în tandem cu statele membre și cu principalii actori din industria turismului.

5. UN NOU CADRU DE ACȚIUNE LA ÎNĂLȚIMEA MIZEI

În conformitate cu obiectivele enumerate mai sus și luând în calcul pe deplin noul cadru instituțional creat de Tratatul de la Lisabona, Comisia Europeană este convinsă că pot fi întreprinse un anumit număr de acțiuni de dimensiune europeană sau multinațională

respectând, în același timp, principiul subsidiarității definit de tratat și competențele statelor membre în domeniul turismului.

5.1. Stimularea competitivității sectorului turistic în Europa

Îmbunătățirea competitivității turismului în UE joacă un rol esențial în consolidarea sectorului în vederea unei creșteri dinamice și durabile. Pentru atingerea acestui obiectiv, sunt necesare stimularea inovării în turism, îmbunătățirea calității ofertei sub toate aspectele, consolidarea competențelor profesionale din cadrul sectorului, depunerea de eforturi pentru a diminua caracterul sezonier al cererii, diversificarea ofertei turistice și, în fine, contribuții pentru îmbunătățirea datelor statistice și analizelor privind turismul. Sectorul turistic are un potențial important de dezvoltare a activității antreprenoriale, majoritatea covârșitoare a întreprinderilor turistice fiind întreprinderi mici și mijlocii (IMM-uri). Mai mult, el se află în mare parte în sinergie cu artizanatul și cu meseriile de artă, care pot contribui la conservarea patrimoniului cultural, precum și la dezvoltarea economiilor locale.

Promovarea unei diversificări a ofertei turistice

Uniunea Europeană poate contribui la diversificarea ofertei prin încurajarea fluxurilor din interiorul Uniunii prin punerea în valoare a produselor turistice tematice la scară europeană. Într-adevăr, sinergiile transnaționale pot favoriza o mai bună promovare și o vizibilitate turistică sporită. Ele pot include, de asemenea, totalitatea patrimoniului în întreaga lui diversitate, patrimoniul cultural (inclusiv itinerariile culturale), creația culturală contemporană, siturile naturale protejate, turismul de relaxare și de sănătate (inclusiv turismul termal), turismul de educație, turismul enologic și gastronomic, cel istoric, sportiv sau religios, agroturismul, turismul rural sau turismul de punere în valoare a patrimoniului maritim și cultural subacvatic, precum și a patrimoniului industrial sau a cadrului economic al unei regiuni.

În acest scop, Comisia a început deja cooperarea cu Consiliul Europei pe tema turismului cultural, în scopul unei mai bune evaluări a impactului acestuia și pentru a îi oferi o vizibilitate sporită. În ultimii ani s-au concretizat alte inițiative transfrontaliere, cum ar fi traseele cicliste europene sau itinerariile de pelerinaj, precum „Via Francigena” sau drumul spre Santiago de Compostella. Comisia consideră că mai multe dintre aceste inițiative ar avea de câștigat dacă ar fi recunoscute și ar beneficia de o legitimitate europeană care ar garanta caracterul lor transnațional. Această recunoaștere a vocației lor europene are potențialul de a crea aceleași dinamici ca experiența de succes a „Capitalelor europene ale culturii”, adevărat catalizator pentru dezvoltarea locală și pentru turism, mulțumită punerii în practică a unui program cultural ambițios și atractiv la scară europeană¹¹. Această experiență poate fi extinsă și la regiuni care fac parte din rețeaua „Natura 2000”, care acoperă peste 17% din teritoriul european și reprezintă zone de interes pentru turism, cu condiția respectării principiilor de conservare a mediului natural respectiv.

ACȚIUNI PREVĂZUTE:

- (1) Dezvoltarea unei strategii coerente pentru promovarea diversificată a ofertei turistice și pentru o mai bună valorificare a patrimoniului comun al Europei, care se va

¹¹ În medie, în perioada 1995-2004, numărul nopților de cazare în orașele care au deținut titlul într-un an dat a crescut cu 12% față de anul anterior.

sprijini, în principal, pe „marca patrimoniului european”, precum și pe alte acțiuni, cum ar fi Zilele europene ale patrimoniului și Premiul Uniunii Europene pentru patrimoniul cultural.

- (2) Încurajarea integrării în strategiile turistice a patrimoniului „natural” care va beneficia și de inițiativele de acordare a unei mărci.

Dezvoltarea inovării în industria turistică

Inovarea și noile tehnologii ale informației au devenit un factor determinant pentru competitivitatea industriei turismului și pentru stimularea schimburilor cu alte sectoare adiacente. Utilizarea lor de către actorii din domeniile public și privat ale turismului, în special de către IMM-uri, ar trebui stimulată cu ajutorul inițiativelor de sensibilizare și de parteneriat și al unei utilizări adecvate a diferitelor programe naționale și europene. De asemenea, este necesară accelerarea integrării instrumentelor și serviciilor societății informaționale în ansamblul activităților turistice, în special în activitățile desfășurate de IMM-uri, precum și facilitarea accesului diferitelor părți interesate din turism la instrumentele financiare corespunzătoare.

ACȚIUNI PREVĂZUTE:

- (3) Comisia va lansa o platformă denumită „TIC și turism”, constituită din părți interesate pentru a facilita adaptarea sectorului turistic și a întreprinderilor la evoluțiile pieței noilor tehnologii ale informației și pentru a îmbunătăți competitivitatea lor prin valorificarea la maximum a posibilităților sinergii dintre cele două sectoare.
- (4) În cadrul pregătirii viitoarei sale comunicări privind comerțul electronic pe piața internă, care va evalua punerea în practică a directivei privind comerțul electronic, Comisia va examina posibilitățile de consolidare a integrării sectorului turistic în acest context.

Îmbunătățirea competențelor profesionale

Modernizarea activității turistice ar trebui să se desfășoare în paralel cu intensificarea eforturilor de îmbunătățire a competențelor profesionale ale lucrătorilor din acest sector, în special pentru facilitarea adaptării lor la noile tehnologii și la noile cerințe ale pieței, de exemplu în materie de sănătate și bunăstare, precum și pentru favorizarea mobilității lor. În acest sens, eforturile menționate s-ar integra în strategia „Europa 2020” și în special în inițiativa-pilot „O agendă pentru noi competențe și noi locuri de muncă”.

ACȚIUNI PREVĂZUTE:

- (5) Pentru sprijinirea formării în sectorul turistic, Comisia va depune eforturi pentru promovarea posibilităților diferitelor programe ale UE, cum ar fi Leonardo sau Programul-cadru pentru inovare și competitivitate (PIC), care este constituit din subprograme precum „Erasmus pentru tinerii întreprinzători” și ”E-calificări pentru inovare”.

Încurajarea prelungirii sezonului turistic

Mai buna utilizare a infrastructurilor turistice actuale și a personalului în afara sezonului de vârf ar putea permite întreprinderilor să își îmbunătățească utilizarea infrastructurilor și productivitatea prin recurgerea la o mână de lucru mai stabilă și mai motivată. În această direcție s-a avansat deja prin intermediul inițiativei „CALYPSO”¹², care a permis inventarierea bunelor practici curente din statele membre.

ACȚIUNI PREVĂZUTE:

- (6) Facilitarea unui mecanism de schimburi voluntare între statele membre¹³, care permite în special anumitor grupuri cheie, cum ar fi tinerii, persoanele în vârstă, persoanele cu mobilitate redusă și familiile cu venituri mici, să călătorească mai ales în afara sezonului de vârf.
- (7) Elaborarea unui mecanism voluntar de schimburi de informații online în vederea unei mai bune coordonări a vacanțelor școlare între statele membre, fără a afecta tradițiile culturale ale statelor membre.

Consolidarea bazei de cunoștințe socio-economice privind turismul

În vederea îmbunătățirii competitivității acestui sector, Comisia estimează că este esențială existența, la nivel european, a unei baze de cunoștințe socio-economice ameliorate privind turismul, precum și privind interacțiunea lui cu mediul. În această privință, revizia în curs a Directivei 95/57/CE privind culegerea datelor statistice în domeniul turismului reprezintă un pas important pentru că ea va ține cont de evoluția turismului în Europa și de cerințele utilizatorilor.

Cu toate acestea, este necesară continuarea eforturilor și încurajarea cooperării la nivel european între statele membre, destinații, reprezentanții industriei și părțile interesate din domeniile public și privat, în vederea consolidării datelor statistice și a analizelor din acest sector. În acest scop, Comisia consideră că este necesară dezvoltarea de rețele de cunoaștere între institute de cercetare, universități, observatori publici și privați, în strânsă cooperare cu autoritățile regionale și naționale, cu oficiile naționale de turism, cu institutele de statistică și cu alte părți, rezervând, în același timp, pentru Eurostat rolul de coordonare a activității statistice la nivel european. Coordonarea și dezvoltarea cercetării în domeniul turismului la scară europeană sunt necesare pentru o abordare mai integrată și cu mai multe sinergii. Ea se bazează, de asemenea, pe cooperarea cu organizațiile europene și internaționale, cum ar fi OCDE sau OMT.

¹² «CALYPSO» reprezintă o acțiune pregătitoare adoptată de Parlamentul European în 2008 pentru o perioadă de trei ani, având obiectivul de a promova parteneriate între sectoarele public, privat și al economiei sociale, cu sprijinul Comisiei Europene, și având drept scop principal schimburile, în afara sezonului de vârf, de turiști din cele patru grupuri țintă ale acțiunii Calypso (tineri, persoane în vârstă, persoane cu mobilitate redusă și familii cu venituri mici), cel puțin între două state membre și/sau țări candidate.

¹³ Bunele practici existente, în special cele care provin din Peninsula Iberică, arată că sectorul public poate finanța mecanisme de acest tip, care au un randament al investițiilor pozitiv (de mai mult de 1,5 euro per euro cheltuit), dacă ținem cont de beneficiile determinate de crearea de locuri de muncă, oportunitățile suplimentare oferite sectorului privat și veniturile generate de creșterea numărului de activități. Aceste beneficii au, de asemenea, un impact pozitiv asupra țării de origine.

ACȚIUNI PREVĂZUTE:

- (8) În cadrul comunicării anuale intitulată „Tablou de bord al piețelor de consum”, Comisia va asigura o supraveghere a pieței prin măsurarea satisfacției consumatorilor europeni în privința diverselor prestații turistice (transport, coordonate geografice, cazare, călătorii, vacanțe și circuite).
- (9) Pe termen scurt, Comisia va elabora un proiect pilot destinat creării unei rețele între institute de cercetare, universități, observatori publici și privați, autorități regionale și naționale și oficii de turism naționale.
- (10) Pe termen mediu, pe baza rezultatelor proiectului pilot, Comisia va sprijini punerea în practică a unui „Observator virtual al turismului” pentru încurajarea și coordonarea în rețea a activităților de cercetare ale diferitelor institute naționale de cercetare și pentru punerea la dispoziție a unor date socio-economice privind turismul la nivel european.

5.2. Promovarea dezvoltării unui turism durabil, responsabil și de calitate

Competitivitatea turismului este strâns legată de caracterul lui durabil, întrucât calitatea destinațiilor turistice depinde în mare parte de mediul lor natural și cultural și de integrarea lor într-o comunitate locală. Caracterul durabil al turismului acoperă numeroase aspecte: utilizarea responsabilă a resurselor naturale, luarea în considerare a impactului activităților asupra mediului (generarea de deșeurii, presiunea asupra apei, solului și biodiversității etc.), utilizarea energiei „curate”, protecția patrimoniului și păstrarea integrității naturale și culturale a destinațiilor, calitatea și permanența locurilor de muncă generate, impactul pozitiv asupra economiei locale sau calitatea primirii. Aceste principii sunt amplu reflectate în strategiile turistice implementate la nivel național și regional, chiar dacă ele nu s-au concretizat suficient în acțiuni efective.

La nivelul UE, Comisia a creat mai multe instrumente pentru facilitarea unei gestionări responsabile a mediului de către întreprinderi, cum ar fi eticheta ecologică europeană (eticheta ecologică UE) sau sistemul comunitar de gestionare a mediului și de audit (EMAS). Cu toate acestea, reacția întreprinderilor turistice la preocupările privind durabilitatea a fost foarte variabilă pe teritoriul Europei. În plus, Comisia a pus la dispoziția statelor membre documente pentru facilitarea punerii în aplicare a legislației europene de mediu, atât la nivelul proiectelor individuale, cât și la nivelul planificării strategice¹⁴.

În acest context, Comisia va putea să se sprijine pe inițiativa pusă în practică în cooperare cu rețeaua regiunilor europene competitive și durabile, *NECSTouR*, precum și pe rețeaua destinațiilor EDEN, în vederea elaborării unui sistem de indicatori pentru gestionarea durabilă a destinațiilor. Această practică trebuie extinsă pentru a permite punerea în valoare a destinațiilor turistice europene care adoptă practici eficiente pentru promovarea durabilității turismului. În acest sens, este esențială încurajarea inițiativelor care promovează o gestionare responsabilă a resurselor (energie, apă, materii prime etc.) și garantează condiții optime de servicii și securitate, în special pentru primirea persoanelor în vârstă și a persoanelor cu mobilitate redusă.

¹⁴ http://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/index_en.htm

ACȚIUNI PREVĂZUTE:

- (11) Elaborarea, pe baza NECSTouR și EDEN, a unui sistem de indicatori pentru gestionarea durabilă a destinațiilor. Pe baza acestui sistem de indicatori, Comisia va crea o marcă pentru promovarea destinațiilor turistice.
- (12) Organizarea unor campanii de sensibilizare pentru turiști europeni privind alegerea destinațiilor turistice și a mijloacelor de transport, legătura lor cu populațiile locale din destinațiile vizitate, lupta împotriva exploataării copiilor și femeilor.
- (13) Elaborarea unei mărci europene „Calitate Turism”, pe baza experiențelor naționale existente, pentru a spori securitatea și încrederea consumatorului în produsul turistic și a recompensa demersurile riguroase ale profesioniștilor din turism al căror scop este calitatea serviciilor turistice pentru satisfacerea clientului.
- (14) Facilitarea identificării de către industria europeană a turismului a riscurilor legate de schimbările climatice, în scopul evitării investițiilor nerentabile și explorarea posibilităților de dezvoltare a ofertelor turistice alternative.
- (15) Propunerea creării unei carte a turismului durabil și responsabil și stabilirea unui premiu european pentru întreprinderile turistice și destinațiile care respectă valorile înscrise în cartă.
- (16) Propunerea unei strategii pentru un turism de coastă și maritim durabil.
- (17) Stabilirea sau întărirea cooperării dintre Uniunea Europeană și principalele țări emergente (China, Rusia, India, Brazilia) și țările din regiunea Mediteranei, în scopul promovării modelelor de dezvoltare turistică durabilă și responsabilă și al schimburilor celor mai bune practici.

5.3. Consolidarea imaginii și vizibilității Europei ca ansamblu de destinații turistice durabile și de calitate

Imaginea și perceperea Europei ca un ansamblu de destinații turistice sunt aspecte legate de competitivitatea turismului¹⁵. Ținând cont de intensitatea concurenței pe plan mondial, dar și de potențialul pe care îl reprezintă numeroase țări terțe în calitate de țări generatoare de turism spre Europa, este vitală realizarea unor acțiuni de stimulare a cererii turistice pentru Europa. O inițiativă importantă de promovare a Europei în țările terțe există deja mulțumită portalului internet „visiteurope.com”, administrat de Comisia europeană a turismului (CET) și lansat în 2006 cu sprijinul Comisiei Europene.

Imaginea Europei și perceperea ei ca un ansamblu de destinații turistice durabile și de calitate trebuie îmbunătățită. O atractivitate sporită a destinațiilor europene și o vizibilitate mai bună a acestora ar trebui să aibă un important impact economic pozitiv prin stimularea sosirilor de turiști neeuropeni, dar și prin stimularea interesului europenilor de a călători pe propriul lor continent.

¹⁵ Studiu privind competitivitatea sectorului turismului în Uniunea Europeană, septembrie 2009 (cf. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/press/docs/docs2009/20090929_tourism_competitiveness_en.pdf).

În vederea explorării celor mai bune modalități de prezentare comună a ofertei turistice europene, Comisia consideră necesară promovarea acestei imagini pe piețele internaționale, îndeosebi în anumite țări terțe (de exemplu, în Statele Unite, Japonia, China, Rusia, India și Brazilia), prin inițiative comune cu statele membre și industria europeană.

În acest scop, merită explorate mai multe posibilități în vederea punerii în valoare și sporirii vizibilității diferitelor produse tematice cu dimensiune europeană și multinațională, în special în cadrul târgurilor sau saloanelor turistice de mare amploare, sau chiar în vederea încurajării exploatării valorii marilor evenimente culturale și sportive, cum ar fi „Capitalele europene ale culturii”, „Zilele europene ale patrimoniului”, Jocurile Olimpice sau expozițiile universale, care reprezintă atuurile potențiale pentru stimularea dezvoltării potențiale a turismului în Europa.

ACȚIUNI PREVĂZUTE:

- (18) Crearea, în cooperare cu statele membre, a unei veritabile «mărci Europa», care poate întregi eforturile promoționale la nivel național și regional și poate permite destinațiilor europene să se distingă mai bine de alte destinații internaționale.
- (19) Promovarea portalului «visiteurope.com» pentru sporirea atractivității Europei ca ansamblu de destinații turistice durabile și de calitate, mai ales pentru țările emergente.
- (20) Favorizarea acțiunilor comune de promovare cu ocazia marilor evenimente internaționale sau la târgurile și saloanele turistice de mare amploare.
- (21) Consolidarea participării Uniunii Europene în forurile internaționale, mai ales în cadrul Organizației Mondiale a Turismului, OCDE, T20 și Euro-Med.

5.4. Ridicarea la maximum a potențialului politicilor și instrumentelor financiare ale UE pentru dezvoltarea turismului

Politica turismului se distinge prin caracterul său transversal. Un mare număr de alte politici europene au un impact direct sau indirect asupra turismului. Este cazul, în mod special, al politicilor în domeniul transporturilor (mobilitatea durabilă, drepturile și securitatea pasagerilor și calitatea transportului), în domeniul concurenței (concentrarea întreprinderilor, în special în cazul ofertei turistice pe internet, integrarea verticală și ajutoarele publice), în domeniul pieței interne, (libera înființare și prestarea liberă a serviciilor legate de turism, promovarea calității serviciilor, dezvoltarea comerțului electronic), în domeniul fiscalității (obstacole de natură fiscală în calea bunei funcționări a pieței interne, tratamentul fiscal al întreprinderilor din sector, de exemplu al agențiilor de voiaj, facilități fiscale), în domeniul protecției consumatorilor (drepturi care decurg din semnarea contractului, practici comerciale nelegitime, vânzare la distanță), în domeniul mediului, în domeniul ocupării locurilor de muncă și al formării, în domeniul culturii sau în domeniul politicilor de dezvoltare regională și rurală.

Comisia este decisă să asigure o mai bună integrare a turismului în diferitele sale politici și să vegheze ca buna aplicare a legislației existente să elibereze întregul potențial de competitivitate al acestui sector. Ea își va intensifica eforturile de coordonare între diferitele

politici implicate, în scopul de a facilita luarea în considerare deplină și completă a intereselor și necesităților industriei turismului în formularea și punerea în aplicare a politicilor sale.

Ținând de politica pieței interne, sectorul turismului ar trebui, prin urmare, să beneficieze pe deplin de integrarea pieței europene a serviciilor. Directiva 2006/123/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind serviciile în cadrul pieței interne va permite, în mod special, să se ajungă la o simplificare semnificativă a procedurilor aplicabile prestatorilor de servicii în sectorul turismului și la eliminarea numeroaselor obstacole juridice și administrative care limitau până acum accesul acestora la diferitele piețe ale statelor membre ale Uniunii Europene.

Comisia recunoaște importanța substanțială a turismului maritim și de coastă în calitate de catalizator al dezvoltării economice și intenționează să întreprindă, în cadrul politicii maritime integrate a UE, acțiuni de favorizare a dezvoltării acestuia. Diversificarea economică în sensul dezvoltării turismului reprezintă o prioritate pentru numeroase zone de coastă, în care declinul activității economice legate de pescuit și de construcția de nave, în mod special, a antrenat o diminuare a veniturilor și o creștere a șomajului. Această diversificare este susținută prin Fondul european pentru pescuit (FEP) în cadrul strategiei de dezvoltare locală. Va fi explorată, de asemenea, modalitatea în care se poate profita de potențialul industriei navale și de agrement pentru creșterea economică a insulelor și a regiunilor de coastă.

Politica de dezvoltare rurală a UE prezintă, de asemenea, o importanță considerabilă pentru sectorul turismului. Prin intermediul Fondului european agricol pentru dezvoltare rurală, Comisia poate susține, printre altele, înființarea de întreprinderi active în turismul rural, dezvoltarea și promovarea agro-turismului, precum și valorizarea patrimoniului cultural și natural al regiunilor rurale, inclusiv a zonelor de munte.

Pentru perioada de programare actuală, Comisia va continua să promoveze și să mobilizeze instrumente și programe de susținere comunitară pentru turism. Printre aceste instrumente, diferitele fonduri structurale europene (FEDER, FSE), Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală (FEADER), Fondul european pentru pescuit (FEP), precum și Programul-cadru de cercetare și dezvoltare vor putea continua să finanțeze realizarea de proiecte concrete. În sfârșit, programul-cadru pentru competitivitate și inovare (PCI) prezintă o importanță specială pentru turism în măsura în care, din 2008, intervine pentru a susține crearea de rețele europene pentru un turism competitiv și durabil. Pentru perioada de după 2013, posibilitățile de susținere a turismului prin diferitele fonduri europene, precum și prin consolidarea acțiunilor pregătitoare deja existente în acest domeniu, vor depinde de orientările care vor fi adoptate în ceea ce privește prioritățile de acțiune ale Uniunii Europene, ținându-se cont de constrângerile bugetare.

Evoluția drepturilor pasagerilor pe liniile aeriene și feroviare reprezintă o realizare importantă pentru turismul european, datorită unui cadru juridic care protejează turiștii care întâlnesc dificultăți în timpul călătoriei. Comisia intenționează ca pasagerii care călătoresc pe mare, precum și cu autobuzul sau autocarul, să beneficieze de drepturi comparabile. Revizia în curs a directivei privind călătoriile, vacanțele și circuitele turistice constituie, de asemenea, un element pozitiv pentru consolidarea încrederii consumatorilor în industria turistică. În plus, Comisia își va întări cooperarea strânsă cu statele membre, industria turistică și organizațiile părților interesate din sector pentru ameliorarea condițiilor de securitate în structurile de cazare, între altele, în ceea ce privește aspectele legate de riscurile de incendiu.

De asemenea, conștientă de importanța crescândă a turismului pentru Europa, inclusiv cel originar din țări terțe, Comisia va examina diferitele posibilități și instrumente din cadrul politicii de vize și de trecere a frontierelor externe, pentru utilizarea optimă a acestora.

Pentru a se permite turismului european să continue să se dezvolte competitiv și durabil, în conformitate cu strategia «Europa 2020» și tratatul de la Lisabona, Comisia va examina mijloacele de consolidare a acțiunilor de susținere și de coordonare în favoarea turismului european.

6. CONCLUZIE

Politica europeană a turismului are nevoie de un nou elan. Confrunțați cu probleme care cer răspunsuri concrete și eforturi de adaptare, actorii din industria turismului european ar trebui să poată să își asocieze eforturile și să lucreze într-un cadru politic consolidat care ține cont de noile priorități ale UE. Luând în considerare noile competențe ale Uniunii Europene în privința turismului, prezenta comunicare definește un cadru ambițios pentru a face din turismul european o industrie competitivă, modernă, durabilă și responsabilă. Comisia vizează mai multe inițiative concrete pentru a oferi sectorului turismului european mijloace de a se adapta și de a se dezvolta. Aceste acțiuni completează politicile statelor membre și vizează coordonarea eforturilor acestora, determinând măsurile care aduc o valoare adăugată europeană reală. Succesul acestor strategii va depinde de angajamentul tuturor părților interesate și de capacitatea acestora de a lucra împreună la punerea ei în aplicare.

Pe viitor, Comisia își va continua eforturile pentru a realiza schimburi de opinii regulate, rapide și transparente cu statele membre și industria turistică privind inițiativele care au influență asupra turismului. În acest scop, ea se va baza mai ales pe comitetul consultativ asupra turismului. Administrațiile publice vor fi, astfel, ele însele în măsură să informeze în mod regulat diversele părți interesate la nivel național și regional cu privire la inițiativele Comisiei.

Acest cadru consolidat reprezintă o primă etapă. De aceea, Comisia va continua să reflecteze asupra inițiativelor care pot fi asumate în privința turismului până la Forumul european al turismului din luna noiembrie 2010, cu ocazia căruia s-ar putea discuta, cu statele membre și actorii publici și privați din turismul european, un plan de acțiune mai detaliat. Apoi ea va realiza, pe termen mediu, un bilanț al acestei strategii pentru evaluarea succesului acesteia și pentru stabilirea modalităților de continuare.