



EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Bryssel den 30.6.2010  
KOM(2010) 352 slutlig

**MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET,  
RÅDET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN SAMT  
REGIONKOMMITTÉN**

**Europa, världens främsta resmål – en ny politisk ram för europeisk turism**

# **MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET, RÅDET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN SAMT REGIONKOMMITTÉN**

## **Europa, världens främsta resmål – en ny politisk ram för europeisk turism**

### **1. INLEDNING**

Turismen är en viktig näringsgren som bidrar till den ekonomiska utvecklingen och sysselsättningen i Europa. Den utgör också en allt viktigare aspekt av livet för den europeiska befolkningen, där alltfler reser, både privat och i arbetet. Turismen i EU omfattar både kulturarv och natur, både traditioner och modern kultur, och visar hur viktigt det är att jämka samman ekonomisk tillväxt och hållbar utveckling, även dess etiska dimension. Turismen är också ett viktigt medel att stärka Europabilden i världen, att sprida våra värderingar och att främja den europeiska modellen som är resultatet av århundraden av kulturellt utbyte, språklig mångfald och kreativitet.

Den europeiska turismen hamnade nyligen i en besvärlig ekonomisk situation som förvärrades av Eyjafjallajökulls utbrott och som visar hur sårbar den är, men också motståndskraftig, genom den betydelse som resor och semester har för Europas invånare. Finanskrisen, som drabbat samtliga ekonomier sedan 2008, har haft en relativt stor påverkan på efterfrågan inom näringen. Under april och maj 2010 var flygtrafiken avstängd på grund av moln av vulkanaska, vilket förstärkte påverkade resor i Europa och var till stort förfång för flygbolag, resebyråer och researrangörer liksom för turisterna själva.

I den besvärliga situation turismnäringen befinner sig i har det blivit uppenbart att den europeiska turismindustrin står inför ett antal utmaningar. Det krävs därför att alla aktörer inom sektorn samarbetar och att de verkar inom en förstärkt politisk ram där hänsyn tas till EU:s nya prioriteringar i Europa 2020-strategin: Europa måste förbli världens främsta resmål och framhäva de olika regionernas rikedom och mångfald.

Med detta meddelande har EU-kommissionen för avsikt att främja en samordning av initiativ inom turismen och att fastställa en ny handlingsram för att stärka sin konkurrenskraft och sina möjligheter till hållbar tillväxt. För att uppnå dessa mål föreslår kommissionen en rad europeiska eller internationella initiativ, där man drar full nytta av den behörighet på turismområdet som EU fått i Lissabonfördraget.

### **2. TURISMNÄRINGEN I EU, EN NYCKEL TILL EUROPEISK TILLVÄXT MED NYA KLARA BEFOGENHETER**

#### **2.1. Av växande ekonomisk betydelse**

Turismen är en näringsgren som kan bidra till tillväxt och sysselsättning i EU, samtidigt som den bidrar till utveckling och ekonomisk och social integrering, särskilt i landsbygds- och bergsområden, kustnära områden, öar, randområden, de yttersta randområdena och

konvergensområden. Inom EU:s turismsektor är ungefär 1,8 miljoner företag verksamma (framför allt små och medelstora företag) och den sysselsätter cirka 5,2 % av arbetskraften (motsvarande cirka 9,7 miljoner arbetstillfällen, varav många ungdomar)<sup>1</sup>. Sektorn genererar mer än 5 % av EU:s BNP och andelen ökar hela tiden<sup>2</sup>. Det innebär att turismen är den tredje största näringsgrenen i EU, efter handel och distribution och byggsektorn. Om man ser till närstående sektorer<sup>3</sup> står turismindustrin för en ännu större andel av BNP, nämligen drygt 10 % av EU:s BNP och ungefär 12 % av sysselsättningen. Om man ser till utvecklingen under de senaste tio åren har sysselsättningen inom turismsektorn nästan alltid ökat mer än i resten av ekonomin.

EU är fortfarande den främsta turistdestinationen i världen, med 370 miljoner internationella turister 2008, vilket utgör 40 % av det sammanlagda antalet<sup>4</sup>. Av turisterna i EU kom 7,6 miljoner från Brasilien, Ryssland, Indien och Kina, en tydlig ökning i förhållande till 2004 då de var 4,2 miljoner. De internationella turisterna skapade intäkter på ca 266 miljarder euro, varav turister från tredjeländer stod för 75 miljarder<sup>5</sup>. EU:s invånare stod för resor för ca 1,4 miljarder, varav 90 % ägde rum inom EU. Enligt Världsturismorganisationens uppskattningar kommer den internationella turismen i Europa att öka betydligt de närmaste åren. Européerna är också de som i störst utsträckning åker till tredjeländer, vilket ger viktiga intäkter för många länder. Allt detta innebär att det är väl värt att bygga ut den yttre dimensionen av EU:s turismpolitik, för att behålla flödet av turister från tredjeländer men också för att stödja EU:s partnerländer, bl.a. i Medelhavsområdet.

## **2.2. Många goda resultat sedan tidigare och nu klara befogenheter tack vare Lissabonfördraget**

I flera år har EU-kommissionen i samråd med medlemsstaterna och branschorganisationerna, satsat på en rad åtgärder för att stärka den europeiska turismindustrin och dess konkurrenskraft<sup>6</sup>. Samtidigt har kommissionen infört ett integrerat och välutvecklat system för att skydda passagerare och konsumenter, även handikappade och rörelsehindrade, vid resor med alla typer av färdmedel<sup>7</sup>.

Under årens lopp har EU lagt grunden för en europeisk turismpolitik och särskilt inriktat sig på de faktorer som är avgörande för konkurrenskraften, samtidigt som man tagit hänsyn till vikten av en hållbar utveckling. Antagandet av Lissabonfördraget innebär ett erkännande av turismens betydelse: hädanefter har EU behörighet att stödja, samordna och komplettera medlemsstaternas åtgärder. Det är ett betydande framsteg som innebär ett nödvändigt klargörande av läget och som gör det möjligt att införa en sammanhängande åtgärdsram.

Enligt artikel 195 i EUF-fördraget kan EU nu

---

<sup>1</sup> Företag inom rese- och turismbranschen (hotell, restauranger, resebyråer, biluthyrare, charterbolag, turistbussar, kryssningsfartyg osv.) som tillhandahåller varor och tjänster direkt till besökarna.

<sup>2</sup> Studie om konkurrenskraften hos EU:s turismnäring, september 2009 (se [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> Det gäller bl.a. distribution, byggindustri, trafikföretag (lufttransport, järnvägstransport, sjötransport, linjebussar osv.) och kultur (den kulturella och den kreativa sektorn osv.).

<sup>4</sup> Världsturismorganisationens turismbarometer, volym 8, januari 2010.

<sup>5</sup> Eurostat, *Statistics in Focus*, 23/2009 (Balance of payments statistics).

<sup>6</sup> *Agenda för en hållbar och konkurrenskraftig europeisk turism*, KOM(2007) 621 slutlig, och *En ny turismpolitik för EU – Mot ett stärkt partnerskap för turismen i Europa*, KOM(2006) 134 slutlig.

<sup>7</sup> [http://ec.europa.eu/transport/passengers/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/transport/passengers/index_en.htm)

- främja konkurrenskraften hos unionens företag inom sektorn och skapa en miljö som är gynnsam för företagsutvecklingen,
- främja samarbetet mellan medlemsstaterna, särskilt genom utbyte av god praxis, och
- utveckla en integrerad turismstrategi genom att ta hänsyn till turismsektorns behov i sin politik på andra områden.

Denna nya rättsliga ram utgör en viktig möjlighet att genomföra åtgärder med ett stort europeiskt mervärde och som samtidigt kan bidra till att minska den administrativa bördan. Åtgärderna ska gagna samtliga EU-länder, eftersom de alla om än i olika grad behöver utveckla sin turismpotential.

### 3. UTMANINGAR OCH MÖJLIGHETER FÖR TURISMNÄRINGEN I EU

Den europeiska turismen står inför stora utmaningar som också innebär stora möjligheter. Å ena sidan måste branschen anpassas sig till samhällsutvecklingen som påverkar turisternas efterfrågan, å andra sidan måste den klara av de begränsningar som branschens struktur innebär, dess särdrag och dess sociala och ekonomiska förhållanden.

Den europeiska turismen hamnade nyligen i en besvärlig ekonomisk situation som förvärrades av Eyjafjallajökulls utbrott.

Finanskrisen, som drabbat samtliga ekonomier sedan 2008, har haft en relativt stor påverkan på efterfrågan inom näringen. Européerna fortsätter visserligen att resa men anpassar sig efter omständigheterna: de reser till mindre avlägsna destinationer, de stannar kortare tid och de gör av med mindre pengar<sup>8</sup>. Turismen i Europa minskade sålunda med ca 5,6 % under 2009. Siffran rymmer stora variationer: vissa områden, framför allt i Öst- och Nordeuropa, drabbades särskilt hårt och minskningen av antalet turister var där upp till 8 %. Krisen är varaktig och utsikterna till en ökning av turismen är fortfarande begränsade. Enligt Världsturismorganisationens uppskattningar kommer antalet internationella turister att öka från och med 2010, men återhämtningen verkar bli långsammare i Europa än i t.ex. Asien.

Situationen förvärrades då flygtrafiken avbröts i april och maj 2010 på grund av moln av vulkanaska. Skadan är svår att beräkna, men enligt vissa uppskattningar rör det sig om mer än 2 miljoner internationella turister som ställde in sina besök och en direkt kostnad för reseoperatörerna på nästan en miljard euro. Till det ska läggas uteblivna intäkter för hotellbranschen och andra turismberoende näringar, som knappt kompenseras av vinster inom andra näringar, t.ex. biluthyrning och taxitransporter. Följderna av flygavbrottet och vissa möjliga åtgärder diskuterades vid den videokonferens som kommissionen anordnade den 28 april 2010 med turismministrar och statssekreterare för att bedöma hur vulkanutbrottet påverkat turismen.

Situationen gör det nödvändigt för näringen att anpassa sig till nya begränsningar. Det är nämligen flera faktorer som påverkar turismens utveckling i Europa idag.

---

<sup>8</sup> Sett till hela Europa minskade antalet internationella turister med ca 5,6 % under 2009, men i vissa områden, framför allt i Öst- och Nordeuropa var minskningen upp till 8 %. (Världsturistorganisationens turismbarometer, volym 8, januari 2010.)

Liksom övriga branscher är turismbranschen utsatt för en allt skarpare global konkurrens, och länderna med tillväxtekonomi och utvecklingsländerna drar till sig allt fler turister. Inför denna konkurrens måste EU erbjuda hållbar turism av hög kvalitet, genom att satsa på sina komparativa fördelar, särskilt sina varierade naturtyper och sin enastående kulturella rikedom. EU måste också öka samarbetet med de länder vars invånare kan vara intresserade av att besöka Europa allteftersom deras levnadsstandard ökar.

En annan stor utmaning hänger samman med befolkningsutvecklingen i Europa och de nya vanor och förväntningar som den leder till. Förändringarna kräver en snabb anpassning av branschen om den ska förbli konkurrenskraftig. År 2020 kommer den andel av befolkningen som är över 65 år att uppgå till 20 %. Denna grupp består av individer med både köpkraft och ledig tid. Den utgör en mycket viktig marknadsandel, men kräver samtidigt en anpassning till gruppens särskilda behov. Samma sak gäller för att man ska kunna ta emot det ökande antalet rörelsehindrade turister (nyligen uppskattat till 127 miljoner personer), vars särskilda behov man måste ta hänsyn till i utbudet av turismtjänster.

Det finns också andra strukturella utmaningar som man måste ta hänsyn till i turismpolitiken. Man måste i utbudet på turismområdet beakta klimatförändringarna liksom de knappa vatten- och energiresurserna, påfrestningarna på den biologiska mångfalden liksom även den fara som massturismen utgör för kulturarvet. Turismföretagen måste minska sin användning av dricksvatten vid risk för torka, de måste sänka sina utsläpp av växthusgaser och de måste minska sitt ekologiska fotavtryck.

Under de kommande åren kan ett förändrat klimat i Europa leda till en omstrukturering av sättet att resa och påverka vissa turistdestinationer. Dessutom kan snötäcket minskade utbredning i Europas bergsområden leda till färre vinterturister. En höjning av havsytans nivå skulle kunna innebära förändringar för turismen i kustområdena. Både i EU:s och medlemsstaternas turismpolitik måste man ta hänsyn till alla dessa strukturella förändringar, för att motverka strukturell arbetslöshet och också för att fördela investeringarna i branschen på ett effektivt sätt.

Utvecklingen av IKT och konsumenternas ökade användning av den har i grunden förändrat förhållandet mellan turismnäringen och dess kunder. En utvärdering har gjorts av berörda parter kunskaper om, tillgång till och användning av dessa tjänster, och den visar att de använder IKT på mycket olikartade sätt, beroende på kompetens, storlek och position i turistkedjan.

Inför dessa utmaningar och möjligheter är det inte alltid så lätt för företagen, särskilt de små och medelstora företagen, att anpassa sig snabbt, eftersom deras ekonomi och de anställdas kompetens sätter begränsningar.

Till detta kommer särskilda utmaningar som hänger samman med den europeiska turismnäringens särdrag. Dessa hänger samman dels med konsumtionsmönstren, särskilt när det gäller den säsongsmässiga variationen och turistresorna, och dels med produktionsmönstren, dvs. värdekedjan och turistdestinationerna. Efterfrågan är för närvarande starkt koncentrerad till juli och augusti. Denna säsongsbundenhet påverkar inte bara inkomstflödena utan leder också till ett ineffektivt utnyttjande av infrastruktur och personal.

#### 4. AMBITIÖSA MÅL FÖR DEN NYA HANDLINGSRAMEN

För att möta krisen och de begränsningar som drabbar verksamheten allt hårdare måste EU:s turismindustri utvecklas. Det kräver anpassningar på alla nivåer. EU måste bidra och bedriva en aktiv politik för att påskynda tillväxten och öka attraktionskraften.

I enlighet med Lissabonfördraget är huvudsyftet med EU:s turismpolitik att stimulera sektorns konkurrenskraft, samtidigt som man är medveten om att den bara kan vara konkurrenskraftig på lång sikt om den utvecklas på ett hållbart sätt. Denna målsättning står i nära samband med EU:s nya ekonomiska strategi Europa 2020, och särskilt med huvudinitiativet ”Industripolitik för en globaliserad tid”. Turismen kan också bidra till andra viktiga initiativ, t.ex. Innovationsunionen, En digital agenda för Europa<sup>9</sup> och En agenda för ny kompetens och nya arbetstillfällen. Utvecklingen av en mer aktiv turismpolitik, som bygger på de friheter som garanteras i fördragen, kan dessutom vara ett viktigt bidrag till nystarten för den inre marknaden.

Den europeiska handlingsramen syftar framför allt till att få turismen i Europa att blomstra. Men den bör också bidra till socialpolitiken, till den territoriella sammanhållningen och till att skydda och dra nytta av natur- och kulturarvet. Dessutom bör den ge branschen mer motståndskraft mot klimatförändringar och större förmåga att klara av de strukturomvandlingar som turismen kan leda till. Turismen bidrar indirekt till att stärka samhörighetskänslan i Europa, genom att främja kontakter och utbyte mellan invånarna bortom olikheter i språk, kultur och tradition. Det är också viktigt att invånarna i EU känner till sina rättigheter för att kunna utnyttja dem vid resor inom eller utanför EU – de måste kunna använda sin rättigheter som EU-medborgare lika lätt som i hemlandet. Kommissionen kommer att lägga fram förslag på hur man bäst kan undanröja de hinder som drabbar EU:s invånare när de försöker köpa turismtjänster utanför sitt hemland.

Dessa krav på en ambitiös europeisk politik ställdes vid det informella ministermötet om turism som rådets spanska ordförandeskap anordnade den 15 april 2010. Vid ministermötet, som följde direkt på en konferens på hög nivå om turism den 14 april i Madrid, tog EU och medlemsstaterna ett viktigt steg på vägen mot en konkurrenskraftig, hållbar, modern och socialt ansvarstagande turismindustri. EU-ministrarna stödde den s.k. Madriddeklarationen, som innehåller en rad rekommendationer om genomförandet av en förstärkt europeisk turismpolitik och där man framhåller att sektorns hållbara konkurrenskraft måste förstärkas och erkänner att EU:s integrerade turismstrategi har ett mervärde som kompletterar medlemsstaternas åtgärder.

De turistfrämjande åtgärderna för att uppnå dessa mål kan delas in i följande fyra områden:

- (1) Stimulera den europeiska turismsektorns konkurrenskraft.
- (2) Främja utvecklingen av en hållbar och ansvarsfull turism av hög kvalitet.
- (3) Förstärka bilden av Europa som en rad hållbara turistdestinationer av hög kvalitet
- (4) Öka potentialen för EU:s politik och finansiella instrument på turismområdet.

---

<sup>9</sup> En digital agenda för Europa, KOM(2010) 245.

Dessa fyra områden utgör stommen i den nya handlingsram för turism som kommissionen kommer att genomföra i nära samråd med medlemsstaterna och de viktigaste aktörerna i turismindustrin.

## **5. EN NY HANDLINGSRAM SOM SVARAR MOT UTMANINGARNA**

Med tanke på de ovannämnda målen och på den nya institutionella ram som Lissabonfördraget medför vill EU-kommissionen genomföra en rad europeiska och internationella åtgärder, samtidigt som man beaktar subsidiaritetsprincipen i fördraget och medlemsstaternas behörighet på turismområdet.

### **5.1. Stimulera den europeiska turismsektorns konkurrenskraft**

För att stärka EU:s turismsektor och uppnå en dynamisk och hållbar tillväxt är det av yttersta vikt att förbättra dess konkurrenskraft. Vill man uppnå detta måste turismen bli mer innovativ, kvaliteten öka i alla aspekter av utbudet, yrkeskunskaperna på området förbättras, efterfrågan göras mindre säsongsberoende, utbudet diversifieras och statistiken och analysen på området förbättras. Turismsektorn har en viktig potential när det gäller att utveckla företagandet, eftersom en stor del av företagen i branschen är små eller medelstora. Dessutom kan man uppnå viktiga synergieffekter med hantverk och konst som kan bidra till att bevara kulturarvet och till att utveckla den lokala ekonomin.

#### *Bredda utbudet*

EU kan bidra till att bredda utbudet genom att uppmuntra inomeuropeisk turism, genom att på europeisk nivå främja tematiska turismprodukter. Internationella synergieffekter kan bidra till en bättre marknadsföring och en ökad synlighet för utbudet. De kan omfatta natur- och kulturarvet i hela dess mångfald: kulturarvet (inklusive kulturvägar), modern kultur, skyddade naturområden, välbefinnande och hälsovård (inklusive kurorter), kurser, vin och mat, historia, sport och religion, jordbruk och landsbygd, hav och kulturarv under vatten samt industri och lokal ekonomisk struktur.

Kommissionen har redan inlett ett samarbete med Europarådet i fråga om kulturturism för att lättare kunna bedöma resultaten och öka synligheten. Andra gränsöverskridande initiativ har genomförts de senaste åren, som europeiska cykelvägar och pilgrimsvägar, t.ex. Via Francigena och vägen till Santiago de Compostella. Kommissionen anser att flera av dessa initiativ skulle gagnas av ett erkännande på europeisk nivå, som garanterar deras gränsöverskridande karaktär. Ett sådant europeiskt erkännande skulle kunna leda till samma dynamik som när det gäller de europeiska kulturhuvudstäderna. De har fungerat som en katalysator för lokal utveckling och turism genom att genomföra ambitiösa och attraktiva kulturprogram<sup>10</sup>. Denna erfarenhet skulle också kunna utvidgas till att omfatta de regioner som ingår i Natura 2000, som omfattar drygt 17 % av det europeiska territoriet och som är av intresse ur turismsynpunkt, under förutsättning att man följer principerna om bevarande av områdena.

#### **PLANERADE ÅTGÄRDER**

<sup>10</sup> Under perioden 1995–2004 har antalet övernattningar i de städer som varit kulturhuvudstad under året ökat med i genomsnitt 12 % i förhållande till föregående år.

- (1) Utveckla en sammanhängande strategi för att mångsidigt marknadsföra utbudet på turismområdet och att bättre framhålla Europas gemensamma kulturarv, bl.a. genom en europeisk kulturarvsmärkning och andra åtgärder, t.ex. de europeiska kulturarvsdagarna och EU:s kulturarvspris.
- (2) Integrera naturvärden i turismstrategierna och skapa en särskild märkning för naturarvet.

#### *Främja innovation inom turismnäringen*

Innovation och IT har blivit avgörande faktorer för turismnäringens konkurrenskraft och för att öka utbytet med närstående sektorer. Både offentliga och privata turismaktörer, särskilt de små och medelstora företagen, borde få hjälp att använda dem, genom informations- och partnerskapskampanjer och genom en lämplig användning av olika nationella och europeiska program. Inom all turismverksamhet är det också nödvändigt att skynda på integreringen av IT-verktyg och tjänster, särskilt hos de små och medelstora företagen, och att förbättra de olika turismaktörernas tillgång till lämpliga finansiella instrument.

#### PLANERADE ÅTGÄRDER

- (3) Kommissionen kommer att skapa en plattform för IKT och turism med berörda parter, för att underlätta turismnäringens och turismföretagens anpassning till ny informationsteknik och för att öka deras konkurrenskraft genom att skapa största möjliga synergieffekter mellan de båda sektorerna.
- (4) När kommissionen utarbetar sitt meddelande om e-handel på den inre marknaden, med en bedömning av genomförandet av direktivet om e-handel, kommer den också att undersöka möjligheterna att förstärka integrationen av turismsektorn.

#### *Öka yrkeskunskapen*

Samtidigt som turismen moderniseras måste yrkeskunskaperna öka inom sektorn, framför allt för att underlätta anpassningen till ny teknik och nya förväntningar på marknaden, t.ex. när det gäller hälsa och välbefinnande, och för att främja rörlighet. Åtgärderna passar därför in i Europa 2020, särskilt i huvudinitiativet En agenda för ny kompetens och nya arbetstillfällen.

#### PLANERADE ÅTGÄRDER

- (5) För att stödja utbildningen inom turismsektorn kommer kommissionen att främja EU:s olika program, t.ex. Leonardo och ramprogrammet för konkurrenskraft och innovation, med delprogrammen Erasmus för unga företagare och E-kompetens för innovation.

#### *Förlänga turistsäsongen*

Ett bättre utnyttjande av befintlig turisminfrastruktur och av de anställda under lågsäsong skulle göra det möjligt för företagen att använda en mer stabil och mer motiverad arbetskraft och därmed förbättra användningen av infrastrukturen och höja produktiviteten. Ett första steg



i denna riktning är initiativet Kalypso<sup>11</sup>, där man gjort en inventering av bästa praxis i medlemsstaterna.

#### PLANERADE ÅTGÄRDER

- (6) Underlätta införandet av ett system för frivilligt turismutbyte mellan medlemsstaterna<sup>12</sup> som gör det möjligt för vissa nyckelgrupper, t.ex. ungdomar, äldre, rörelsehindrade och familjer med låg inkomst att resa särskilt under lågsäsong.
- (7) Utveckla ett frivilligt system för direktutbyte av information, för att bättre kunna samordna skolloven mellan medlemsstaterna, utan att bryta mot de traditioner som finns.

#### *Förbättra de socioekonomiska kunskaperna om turismen*

För att öka turismbranschens konkurrenskraft anser kommissionen att det är viktigt att på europeisk nivå ha tillgång till bättre socioekonomisk kunskap om turismen och om dess förhållande till miljön. Den pågående översynen av direktiv 95/57/EG om insamling av statistisk information rörande turism är ett viktigt steg, eftersom man därvid beaktar turismens utveckling i Europa och användarnas behov.

Men man måste gå ännu längre och främja samarbete på europeisk nivå mellan medlemsstater, turistdestinationer, branschföreträdare och privata och offentliga aktörer, för att konsolidera de statistiska uppgifterna och analyserna om sektorn. För att uppnå detta, samtidigt som Eurostat fortsätter att samordna den statistiska verksamheten på EU-nivå, anser kommissionen att man måste utveckla kunskapsnätverk med deltagande av forskningsinstitut, universitet och offentliga och privata observationscentrum, i nära samarbete med regionala och nationella myndigheter, nationella turismkontor, statistiska institut och andra aktörer. Det krävs samordning och utveckling på europeisk nivå av forskningen på turismområdet för att man ska få en mer integrerad strategi och större synergieffekter. Det krävs också samarbete med europeiska och internationella organisationer som OECD och Världsturismorganisationen.

#### PLANERADE ÅTGÄRDER

- (8) I det årliga meddelandet *Resultattavla för konsumentmarknaden* kommer kommissionen att övervaka marknaden genom att mäta hur nöjda EU:s konsumenter är med olika tjänster inom sektorn (transport, uthyrning, övernattning, resor, semestrar och paketarrangemang).
- (9) På kort sikt kommer kommissionen att i ett pilotprojekt försöka koppla samman

<sup>11</sup> Kalypso är en förberedande åtgärd som antogs av Europaparlamentet 2008 för en treårsperiod. Syftet är att främja partnerskap mellan offentlig och privat sektor och den sociala ekonomin, med kommissionen som drivande kraft. Det huvudsakliga målet är säsongsoberoende utbyten av turister som tillhör Kalypsos fyra särskilda målgrupper (ungdomar, äldre, rörelsehindrade och familjer med låg inkomst) mellan minst två medlemsstater eller kandidatländer.

<sup>12</sup> God praxis, särskilt i Spanien och Portugal, visar att den offentliga sektorn kan finansiera den här typen av utbyten med god avkastning (mer än 1,5 euro per investerad euro), om man räknar med alla typer av vinster: ökad sysselsättning, ökade möjligheter för den privata sektorn och skatteintäkter på grund av ökad aktivitet. Dessa vinster gagnar också ursprungslandet.

forskningsinstitut, universitet, offentliga och privata övervakningsorgan, regionala och nationella myndigheter samt de nationella turistkontoren.

- (10) På medellång sikt kommer kommissionen att utifrån resultaten från pilotprojektet inrätta ett virtuellt observationscentrum för turism, för att i nätverksarbete stödja och samordna forskningsverksamhet vid de olika nationella forskningsinstituten och för att tillhandahålla socioekonomiska uppgifter om turismen på europeisk nivå.

## 5.2. Främja utvecklingen av hållbar och ansvarsfull turism av hög kvalitet

Turismindustrins konkurrenskraft hänger nära samman med dess hållbarhet, eftersom turistdestinationernas kvalitet beror på deras natur- och kulturmiljö och på integreringen i lokalsamhället. Många aspekter ingår i hållbar turism: en ansvarsfull användning av naturresurser, hänsyn till verksamhetens miljöpåverkan (generering av avfall, påfrestningar på vatten, mark och biologisk mångfald osv.), användning av ”ren” energi, skydd av kulturarvet och bevarande av natur och kultur på destinationsorterna, kvaliteten på de arbetstillfällena som skapas, lokal ekonomiska effekter och mottagandets kvalitet. Dessa principer återspeglas i nationella och regionala turismstrategier, även om de inte avspeglar sig tillräckligt i konkreta åtgärder.

På EU-nivå har kommissionen infört flera verktyg för att underlätta en sund miljövänlig förvaltning hos företagen, t.ex. EU:s miljömärkning och Emas (gemenskapens miljölednings- och miljörevisionsordning). Turismföretagens intresse för hållbarhet varierar dock mycket inom EU. Kommissionen har också försett medlemsstaterna med dokument för att underlätta genomförande av EU:s miljölagstiftning, både när det gäller enskilda projekt och strategisk planering<sup>13</sup>.

Kommissionen kan därvid stödja sig på ett initiativ som genomförts i samarbete med Necstour (en organisation för europeiska regioner som utvecklar en hållbar turism) och Eden (ett nätverk för framstående europeiska resmål) för att utveckla ett system med indikatorer för en hållbar förvaltning av turistdestinationerna. Denna verksamhet bör byggas ut för att göra det möjligt att uppvärdera de europeiska turistdestinationer som effektivt främjar en hållbar turism. Det är särskilt viktigt att man uppmuntrar initiativ som främjar en ansvarsfull hushållning med resurserna (energi, vatten, råvaror osv.) och som bedriver sin verksamhet på bästa möjliga och säkra sätt, t.ex. när det gäller att ta emot äldre och rörelsehindrade.

### PLANERADE ÅTGÄRDER

- (11) Med utgångspunkt i Necstour och Eden, utveckla ett system med indikatorer för en hållbar förvaltning av turistmålen. Utifrån detta system kommer kommissionen att utarbeta en märkning för att främja turistdestinationerna.
- (12) Anordna informationskampanjer för europeiska turister om val av resmål och transportsätt, om kontakter med lokalbefolkningen och om bekämpning av utnyttjande av barn och kvinnor.
- (13) Ta fram en europeisk märkning för kvalitetsturism, utifrån medlemsstaternas

<sup>13</sup> [http://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/index_en.htm)

erfarenheter, för att öka säkerheten för konsumenterna och deras förtroende för turismprodukten och för att belöna seriöst arbete inom turismnäringen för att erbjuda kunderna turismtjänster av hög kvalitet.

- (14) Göra det lättare för den europeiska turismnäringen att identifiera riskerna med klimatförändringar, för att undvika förlustbringande investeringar och för att undersöka möjligheterna att utveckla ett alternativt utbud.
- (15) Lägga fram en stadga för hållbar och ansvarsfull turism och inrätta ett europeiskt pris för turismföretag och turistdestinationer som följer stadgan.
- (16) Föreslå en strategi för en hållbar kust- och havsturism.
- (17) Inleda samarbete eller förstärka befintligt samarbete mellan EU, de viktigaste länderna med tillväxtekonomi (Kina, Ryssland, Indien och Brasilien) och Medelhavsländerna för att främja modeller för en hållbar och ansvarsfull utveckling inom turismnäringen och för utbyte av bästa praxis.

### 5.3. Stärka bilden av Europa som en samling hållbara resmål av hög kvalitet

Bilden av Europa som en samling turistdestinationer hänger nära samman med turismbranschens konkurrenskraft<sup>14</sup>. Den globala konkurrensen är hård men det finns samtidigt en stor turistpotential i många tredjeländer, och därför är det viktigt att man försöker stimulera efterfrågan på turistdestinationer i Europa. Internetportalen [visiteurope.com](http://visiteurope.com), som startade 2006 och som sköts av ETC (European Travel Commission) med stöd av Europeiska kommissionen, är ett viktigt initiativ för att marknadsföra Europa i tredjeländer.

Det är viktigt att se till att Europa i högre grad uppfattas som en samling hållbara turistdestinationer av hög kvalitet. Om man gör de europeiska resmålen mer attraktiva och synliga borde det få goda ekonomiska effekter genom att man lockar fler icke-europeiska turister, men också att européerna blir mer intresserade av att upptäcka sin egen världsdel.

För att på bästa möjliga sätt gemensamt presentera det europeiska turismutbudet anser kommissionen att man måste marknadsföra bilden av Europa på världsmarknaden, särskilt i vissa tredjeländer (t.ex. USA, Japan, Kina, Ryssland, Indien och Brasilien), genom gemensamma initiativ med medlemsstaterna och den europeiska turismbranschen.

Det är lämpligt att utforska flera olika vägar för hur man ska kunna framhäva och synliggöra olika europeiska och internationella tematiska turismprodukter, t.ex. vid stora internationella evenemang och turismmässor. Man borde också bättre marknadsföra stora kultur- och idrottsevenemang, t.ex. de europeiska kulturhuvudstäderna, de europeiska kulturarvsdagarna, olympiska spel och världsutställningar, som skulle kunna stimulera turismutvecklingen i Europa.

### PLANERADE ÅTGÄRDER

<sup>14</sup> Studie om konkurrenskraften hos EU:s turismnäring, september 2009 (se [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)).

- (18) Bygga varumärket ”Europa” i samarbete med medlemsstaterna, för att komplettera marknadsföringen på nationell och regional nivå och göra det lättare för de europeiska destinationerna att särskilja sig från andra internationella resmål.
- (19) Marknadsföra portalen visiteurope.com för att göra Europa mer attraktivt som en samling hållbara resmål av hög kvalitet, särskilt i tillväxtländerna.
- (20) Främja gemensamma marknadsföringsåtgärder vid stora internationella evenemang och turismmässor.
- (21) Öka EU:s deltagande i internationella organisationer, bl.a. i Världsturismorganisationen, OECD, T20 (turismministrarna från G20) och Europa-Medelhavspartnerskapet

#### **5.4. Öka potentialen för EU:s politik och finansiella instrument på turismområdet**

Turismpolitiken spänner över många områden. Det innebär att EU:s politik på dessa områden direkt eller indirekt inverkar på turismen. Det gäller särskilt transport (hållbara transporter, passagerarnas rättigheter och säkerhet samt transporternas kvalitet), konkurrens (frågor som rör företagskoncentrationer, särskilt när det gäller att marknadsföra utbudet på Internet, vertikal integration och statligt stöd), den inre marknaden (fritt tillhandahållande av turismtjänster, marknadsföring av tjänsternas kvalitet, utveckling av e-handel), skatter (skattemässiga hinder på den inre marknaden, skattemässig behandling av företag i branschen, t.ex. resebyråer, och skattelättnader), konsumentskydd (rättigheter när man skrivit under ett avtal, otillbörliga affärsmetoder, distansförsäljning), miljö, sysselsättning och utbildning, kultur, regional utveckling och landsbygdsutveckling.

Kommissionen har för avsikt att bättre ta hänsyn till turismen i sin politik på andra områden och att genom en god tillämpning av gällande lagstiftning frigöra sektorns hela konkurrenskraft. Vidare kommer kommissionen att öka sina ansträngningar för att samordna olika berörda politikområden för att lättare kunna ta full hänsyn till turismnäringens behov i samband med utformningen av sin politik.

När det gäller politiken för den inre marknaden borde turismsektorn härnäst kunna dra full nytta av den integrerade inre marknaden för tjänster. Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/123/EG av den 12 december 2006 om tjänster på den inre marknaden kommer att leda till en betydande förenkling av förfarandena för tjänsteleverantörer i turistsektorn och till att man undanröjer en mängd rättsliga och administrativa hinder för deras tillträde till medlemsstaternas marknader.

Kommissionen erkänner havs- och kustturismens stora betydelse som katalysator för den ekonomiska utvecklingen och har för avsikt att agera inom EU:s integrerade ram för havspolitik för att främja dess utveckling. För många kustområden är ekonomisk diversifiering mot turism en prioritering, när fiske och varvsindustri drabbats av ekonomisk nedgång och lett till minskade inkomster och ökad arbetslöshet. Europeiska fiskerifonden stöder en sådan diversifiering inom strategierna för lokal utveckling. Man ska också undersöka hur varv och båtbyggerier kan bidra till öarnas och kustområdenas ekonomiska tillväxt.

EU:s politik för landsbygdsutveckling är också den mycket viktig för turismsektorn. Genom Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling (EJFLU) kan kommissionen bl.a. stödja företagande inom landsbygdsturism, utveckling och marknadsföring av jordbruksturism samt ett bättre utnyttjande av natur- och kulturarv i landsbygds- och bergsområden.

Under den innevarande programplaneringsperioden kommer kommissionen att fortsätta att främja och att använda EU:s olika instrument och stödprogram för turismen. Strukturfonderna (Eruf och Europeiska socialfonden), EJFLU, Europeiska fiskerifonden och ramprogrammet för forskning och utveckling kommer att fortsätta att finansiera genomförandet av konkreta projekt. Ramprogrammet för konkurrenskraft och innovation är särskilt viktigt för turismen eftersom det sedan 2008 stöder inrättandet av europeiska nätverk för en konkurrenskraftig och hållbar turism. Efter 2013 kommer möjligheterna till stöd för turismen via de olika europeiska fonderna, och även konsolideringen av de förberedande åtgärder som redan finns på detta område, att vara beroende av EU:s prioriteringar och budgetbegränsningar.

De förbättrade rättigheterna för lufttrafik- och järnvägspassagerare är en viktig framgång för europeisk turism, och beror på att det nu finns en rättslig ram som skyddar de turister som råkar ut för svårigheter i samband med sin resa. Kommissionens mål är att passagerare som reser till havs, med stadsbuss eller med långfärdsbuss ska ha lika rättigheter. Den pågående översynen av direktivet om paketresor, semesterpaket och andra paketarrangemang kommer också att bidra till konsumenternas förtroende för turismbranschen. Vidare kommer kommissionen att fortsätta sitt nära samarbete med medlemsstaterna, turismbranschen och berörda organisationer inom sektorn för att förbättra säkerheten i boende för turister, bl.a. när det gäller brandrisken.

Kommissionen är medveten om turismens, och även tredjelandsurismens, växande betydelse för Europa, och kommer därför att undersöka hur man på bästa sätt ska kunna utnyttja de olika möjligheterna och instrumenten inom ramen för politiken för visering och möjligheter att korsa de yttre gränserna.

För att göra det möjligt för den europeiska turismen att fortsätta att utvecklas på ett konkurrenskraftigt och hållbart sätt i enlighet med Europa 2020 och Lissabonfördraget tänker kommissionen undersöka hur man kan stärka stöd- och samordningsåtgärderna för turismen.

## **6. SLUTSATS**

EU:s turismpolitik behöver en nytändning. Branschaktörerna står inför utmaningar som kräver konkreta svar och anpassning och de måste samverka och arbeta inom en förstärkt politiskt ram som tar hänsyn till EU:s nya prioriteringar. Detta meddelande tar hänsyn till EU:s nya behörighet på turismområdet, och fastställer ambitiösa planer för att göra den europeiska turismen till en konkurrenskraftig, modern, hållbar och ansvarsfull näring. Kommissionen planerar flera konkreta initiativ för att göra det möjligt för EU:s turismsektor att anpassa sig och utvecklas. Dessa åtgärder kompletterar medlemsstaternas politik och syftar till att samordna deras arbete genom att avgöra vilka åtgärder som har ett verkligt europeiskt mervärde. Om strategin ska bli framgångsrik beror på samtliga berörda parter och hur väl de kan samarbeta för att genomföra den.

I framtiden kommer kommissionen att fortsätta att hålla regelbundna, snabba och genomsynliga samråd med medlemsstaterna och turismbranschen om de initiativ som berör turismen. Kommissionen kommer därvid att ta hjälp av den rådgivande kommittén om turism.

Detta kommer att göra det möjligt för de offentliga förvaltningarna att själva hålla de olika berörda parterna på nationell och regional nivå underrättade om kommissionens initiativ.

Denna förstärkta ram utgör en första etapp. Kommissionen kommer att fortsätta diskutera initiativ på turismområdet fram till det europeiska forumet om turism i november 2010. Vid forumet skulle en mer detaljerad handlingsplan kunna diskuteras med medlemsstaterna och offentliga och privata aktörer inom den europeiska turismbranschen. På medellång sikt kommer sedan kommissionen att utvärdera strategin för att bedöma resultaten och för att kunna fortsätta arbetet.