



KOMISJA EUROPEJSKA

Bruksela, dnia 30.6.2010
KOM(2010) 352 wersja ostateczna

**KOMUNIKAT KOMISJI DO PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO, RADY,
EUROPEJSKIEGO KOMITETU EKONOMICZNO-SPOŁECZNEGO I KOMITETU
REGIONÓW**

**Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla
europejskiego sektora turystycznego**

**KOMUNIKAT KOMISJI DO PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO, RADY,
EUROPEJSKIEGO KOMITETU EKONOMICZNO-SPOŁECZNEGO I KOMITETU
REGIONÓW**

Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego

1. WPROWADZENIE

Turystyka jest ważnym sektorem gospodarki i wywiera znaczący pozytywny wpływ na wzrost gospodarczy i zatrudnienie w Europie. Rośnie również jej znaczenie w codziennym życiu europejskich obywateli, którzy coraz częściej podróżują, zarówno w celach rekreacyjnych, jak i zawodowych. Z turystyką związane są zagadnienia takie jak dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze, współczesne tradycje i kultury Unii Europejskiej. Jest ona również idealnym przykładem na to, że konieczne jest pogodzenie wzrostu gospodarczego ze zrównoważonym rozwojem, w tym również w wymiarze etycznym. Turystyka w dużej mierze przyczynia się też do poprawy wizerunku Europy na świecie, do propagowania naszych wartości i uwydatniania atrakcyjności europejskiego modelu, który jest owocem wielowiekowej wymiany kulturowej, różnorodności językowej oraz kreatywności.

Europejski sektor turystyczny znalazł się niedawno w trudnej sytuacji gospodarczej, którą dodatkowo pogorszyła jeszcze erupcja wulkanu Eyjafjöll. Okoliczności te uwydatniły zarówno chwiejność tej branży, jak i jej odporność, którą zawdzięczać należy temu, że Europejczycy tak dużą wagę przywiązują do podróży i wakacji. Kryzys gospodarczy i finansowy, który od 2008 r. odczuwalny jest we wszystkich państwach, w znaczącym stopniu wpłynął również na popyt na usługi turystyczne. Poważne straty dla linii lotniczych, biur podróży, organizatorów wyjazdów grupowych, a także dla samych turystów pociągnęło za sobą także niedawne zamknięcie przestrzeni powietrznej w kwietniu i maju 2010 r., spowodowane obecnością chmur pyłów wulkanicznych.

W tej trudnej dla sektora turystycznego sytuacji uwidoczniło się kilka wyzwań, jakim europejski sektor turystyki musi stawić czoła. W tym celu konieczna jest mobilizacja wszystkich podmiotów aktywnych w tej branży i ich pełna współpraca w skonsolidowanych ramach politycznych, w których uwzględnione zostaną nowe priorytety UE sformułowane w strategii „Europa 2020”. Europa powinna pozostać najpopularniejszym kierunkiem turystycznym na świecie, a także czerpać z bogactwa i różnorodności znajdujących się w jej granicach obszarów.

Poprzez niniejszy komunikat Komisja Europejska pragnie wspierać skoordynowane podejście inicjatyw związanych z turystyką i zdefiniować nowe ramy działań mających podnieść jej konkurencyjność i zwiększyć jej potencjał rozwojowy w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju. W tym celu Komisja przedstawia wiele inicjatyw o wymiarze europejskim lub transgranicznym, które pozwolą również w pełni wykorzystać na rzecz turystyki uprawnienia, jakie nadał Unii traktat lizboński.

2. EUROPEJSKI SEKTOR TURYSTYCZNY – GŁÓWNY BODZIEC DLA EUROPEJSKIEGO WZROSTU, KTÓRY ZNAJDUJE DZIŚ OPARCIE W PRZEJRZYSTYCH UPRAWNIENIACH

2.1. Coraz większe znaczenie gospodarcze

Turystyczny sektor działalności gospodarczej ma potencjał stymulowania wzrostu gospodarczego i wzrostu zatrudnienia w UE, a jednocześnie przyczynia się do rozwoju i integracji gospodarczej i społecznej, zwłaszcza na obszarach wiejskich, górskich, przybrzeżnych, wyspiarskich, w regionach peryferyjnych i najbardziej oddalonych lub podlegających konwergencji. Jako sektor obejmujący prawie 1,8 mln przedsiębiorstw, z których większość to MŚP, zatrudniający około 5,2 % całkowitej siły roboczej (czyli około 9,7 mln miejsc pracy, z których wiele zajmują ludzie młodzi) europejska branża turystyczna wytwarza ponad 5 % PKB Unii Europejskiej¹ i wskaźnik ten stale rośnie². Turystyka stanowi więc trzeci pod względem znaczenia obszar działalności społeczno-gospodarczej w UE, ustępując miejsca sektorowi handlu i dystrybucji oraz budownictwu. Jeśli wziąć pod uwagę również powiązane z turystyką sektory³, to ich całkowity udział w produkcji krajowym brutto jest o wiele wyższy: według szacunków łącznie wytwarzają one ponad 10 % PKB Unii Europejskiej oraz obejmują około 12 % wszystkich miejsc pracy. Z perspektywy ostatniego dziesięciolecia wzrost zatrudnienia w sektorze turystyki był niemal zawsze wyższy od tego w pozostałych sektorach gospodarki.

Co więcej, Unia Europejska umacnia się na pozycji najpopularniejszego kierunku turystycznego na świecie: w 2008 r. odwiedziło ją 370 mln turystów z całego świata, co odpowiada 40 % wszystkich przyjazdów w skali globalnej⁴, przy czym 7,6 mln pochodziło z krajów BRIC (Brazylia, Rosja, Indie i Chiny) – jest to znaczny wzrost w porównaniu z 4,2 mln w 2004 r. Przyjazdy te przyniosły ok. 266 mld euro wpływów, z czego 75 mld euro wygenerowanych zostało dzięki przyjazdom turystów spoza Unii⁵. Z kolei podróże obywateli UE przyniosły około 1,4 mld, z czego 90 % to wyjazdy w granicach Unii. Zgodnie z szacunkami Światowej Organizacji Turystyki (*United Nations World Tourism Organisation – UNWTO*) liczba przyjeżdżających do Europy turystów spoza UE będzie w najbliższych latach znacząco rosła. Europejczycy należą również do turystów najczęściej odwiedzających państwa trzecie, co wielu krajom zapewnia stałe i niezwykle istotne źródło dochodów. Czynniki te uzasadniają pogłębienie zewnętrznego wymiaru polityki turystycznej UE, którego celem jest utrzymanie napływu turystów z państw trzecich, a także wspieranie partnerów Unii, zwłaszcza w regionie Morza Śródziemnego.

¹ Tradycyjni dostawcy usług transportowych i turystycznych (hotele, restauracje, biura podróży, wypożyczalnie samochodów, czarterowe linie lotnicze, przewoźnicy autokarowi, statki wycieczkowe itd.), którzy swoje towary i usługi dostarczają bezpośrednio podróżującym.

² Badanie na temat konkurencyjności unijnego sektora turystycznego z września 2009 r. (zob. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0).

³ Przede wszystkim sektory: dystrybucji, budownictwa, transportu – ogółem (transport lotniczy, kolejowy, morski, autobusowy itd.), a także sektor kultury (w tym sektor działalności kulturalnej i twórczej).

⁴ Barometr Światowej Organizacji Turystyki, tom 8, styczeń 2010 r.

⁵ Eurostat, *Statistics in Focus*, 23/2009 (Statystyki bilansu płatniczego).

2.2. Sprecyzowane przez traktat lizboński uprawnienia w oparciu o liczne dotychczasowe osiągnięcia

W porozumieniu z państwami członkowskimi i zrzeszeniami reprezentującymi tę branżę Komisja Europejska od wielu lat podejmuje intensywne działania dążące do rozwijania europejskiej turystyki i podniesienia jej konkurencyjności⁶. Komisja opracowała również zintegrowany i wszechstronny system ochrony pasażerów i konsumentów, w tym osób niepełnosprawnych i o ograniczonej mobilności, we wszystkich środkach transportu⁷.

W ciągu ostatnich lat Unia Europejska położyła fundamenty pod europejską politykę w zakresie turystyki, szczególnie wiele uwagi poświęcając czynnikom, które są decydujące dla jej konkurencyjności, a także uwzględniając wymogi zrównoważonego rozwoju. Wraz z wejściem w życie traktatu lizbońskiego rola turystyki została doceniona, a UE uzyskała uprawnienia, które umożliwiają jej wspieranie, koordynowanie oraz uzupełnianie działań podejmowanych przez państwa członkowskie. Stanowi to ogromny postęp, wnosi niezbędną przejrzystość i ułatwia wprowadzenie spójnych ram działania.

Zgodnie z art. 195 TFUE Unia Europejska może zatem:

- wspierać konkurencyjność przedsiębiorstw działających w tym sektorze oraz tworzyć warunki sprzyjające ich rozwojowi,
- wspierać współpracę między państwami członkowskimi, w szczególności przez wymianę dobrych praktyk,
- opracować zintegrowane podejście do turystyki i zapewnić uwzględnianie tego sektora w pozostałych obszarach polityki unijnej.

Owe nowe ramy prawne oferują prawdziwą szansę pomyślnej realizacji działań, które wniosą wysoką europejską wartość dodaną i które uwzględnią potrzebę ograniczenia obciążeń administracyjnych. Działania te przyniosą korzyści wszystkim państwom Unii Europejskiej, jako że każde z nich, choć może w różnym stopniu, zainteresowane jest rozwijaniem własnego potencjału turystycznego.

3. WYZWANIA STOJĄCE PRZED EUROPEJSKIM SEKTOREM TURYSTYCZNYM I NOWE MOŻLIWOŚCI

Europejski sektor turystyczny zмагаć się musi z dużymi wyzwaniami, które jednocześnie otwierają jednak przed nim nowe szanse. Z jednej strony branża ta musi przystosować się do zmian społecznych, które rzutują na popyt turystyczny, z drugiej natomiast boryka się z ograniczeniami wynikającymi z obecnej struktury tego sektora, jego szczególnym charakterem oraz kontekstem społeczno-gospodarczym.

Europejski sektor turystyczny ucierpiał niedawno ze względu na trudną sytuację gospodarczą, a sytuację dodatkowo pogorszyła jeszcze erupcja wulkanu Eyjafjöll.

⁶ Komunikat Komisji „Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej” COM(2007) 621 wersja ostateczna, „Odnowiona polityka turystyczna UE: Ku silniejszemu partnerstwu na rzecz turystyki europejskiej” COM(2006) 134 wersja ostateczna

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

Przede wszystkim – kryzys gospodarczy i finansowy, który od 2008 r. odczuwalny jest we wszystkich państwach w znaczącym stopniu wpłynął również na popyt na usługi turystyczne. Choć Europejczycy nie zarzucili podróżowania, to jednak dostosowali swoje zachowania do okoliczności, decydując się na krótsze, bliższe wyjazdy i ograniczając wydatki na miejscu⁸. W 2009 r. obroty w europejskiej branży turystycznej spadły więc o około 5,6 %. Za ową średnią kryje się jednak bardzo zróżnicowana rzeczywistość: niektóre regiony, zwłaszcza Europa Wschodnia i Północna, ucierpiały szczególnie, jako że spadek liczby odwiedzających netto wyniósł nawet do 8 %. Ta trudna sytuacja utrzymuje się, a ponowny wzrost obrotów w tym sektorze jest, jak na razie, niepewny. Tak więc, choć UNWTO przewiduje od 2010 r. nasilenie przyjazdów turystów z całego świata, to jednak w Europie na poprawę przyjdzie czekać nieco dłużej niż w innych regionach świata, takich jak Azja.

Turystykę dodatkowo pogrążyło zamknięcie przestrzeni powietrznej w kwietniu i maju 2010 r., spowodowane obecnością chmur pyłów wulkanicznych. Trudno o dokładne wycenienie szkód, jednak według niektórych szacunków z przyjazdu do Europy zrezygnowało ponad 2 mln odwiedzających z całego świata, co dla organizatorów wyjazdów grupowych oznacza bezpośrednią stratę prawie miliarda euro. W rachunku tym należy również uwzględnić uszczuplenie dochodów hoteli i innych związanych z turystyką sektorów, którego nie wyrównały dodatkowe dochody z innych usług, takich jak wynajem samochodów czy przewozy taksówkowe. Konsekwencje tego paralizu ruchu lotniczego, a także niektóre warianty działań, zostały przeanalizowane podczas wideokonferencji zorganizowanej przez Komisję Europejską z udziałem ministrów i sekretarzy stanu ds. turystyki w dniu 28 kwietnia 2010 r., której celem było ocenienie wpływu kryzysu „wulkanicznego” na branżę turystyczną.

Ten stan rzeczy wymusza dostosowanie sektora do nowych wymagań. Na rozwój działalności turystycznej w Europie wpływa obecnie wiele czynników.

Jak każdy inny sektor gospodarki, również turystyka musi stawiać czoła coraz silniejszej konkurencji światowej, gdyż państwa o szybko rozwijającej się gospodarce oraz kraje rozwijające się również przyciągają coraz więcej odwiedzających. Mając takich konkurentów, Europa musi przedstawić zrównoważoną ofertę turystyczną o wysokiej jakości, czerpiąc ze swojej przewagi komparatywnej, a zwłaszcza uwydatniając swą różnorodność krajobrazową i niezwykle bogactwo kulturowe⁹. Unia powinna również zacieśnić współpracę z tymi krajami, których mieszkańcy skłonni są podróżować do Europy w miarę podnoszenia się ich poziomu życia.

Kolejne niebagatelne wyzwanie związane jest ze zmianami demograficznymi odnotowywanymi w Europie, a także wynikającymi z nich nowymi zachowaniami i oczekiwaniami turystów. Zmiany te wymagają od sektora turystyki szybkiego dostosowania się, tak by mógł on utrzymać swój poziom konkurencyjności. Jedną z najwyraźniejszych zmian jest to, iż do 2020 r. grupa osób w wieku powyżej 65 lat stanowić będzie 20 % społeczeństwa. Ta grupa społeczna, składająca się z osób dysponujących zarówno siłą nabywczą, jak i wolnym czasem, niesie ze sobą ogromny potencjał pod względem gospodarczym, lecz wymaga również pewnego dopasowania ze strony sektora, ze względu na jej specyfikę. Podobnie jest w przypadku rosnącej liczby turystów o ograniczonej mobilności

⁸ W 2009 r. liczba odwiedzających Europę turystów z całego świata spadła o około 5,6 %, lecz w niektórych regionach, przede wszystkim w Europie Wschodniej i Północnej wskaźnik ten spadł nawet o 8 %. (Barometr UNWTO, tom 8, styczeń 2010 r.)

⁹ 300 spośród 800 obiektów na liście Światowej Dziedzictwa UNESCO znajduje się w UE.

(wg niedawnych szacunków grupa ta liczy 127 mln osób), których szczególne potrzeby także należy uwzględnić w ofercie usług turystycznych.

W polityce turystycznej w pełni ujęte powinny zostać również inne wyzwania strukturalne. Oferta turystyczna powinna zatem wziąć pod uwagę trudności związane ze zmianą klimatu, a także niedobór zasobów wodnych i energetycznych, ryzyko utraty różnorodności biologicznej oraz zagrożenia, jakie dla dziedzictwa kulturowego niesie turystyka masowa. Przedsiębiorstwa tego sektora powinny ograniczyć konsumpcję wody pitnej w przypadku zagrożenia suszą, zmniejszyć swoje emisje gazów cieplarnianych oraz zminimalizować swój ślad ekologiczny.

W kolejnych latach zmiany warunków klimatycznych w Europie mogą spowodować gruntowne przekształcenie modeli podróżowania i wpłynąć na wybór kierunków turystycznych. Zmniejszenie pokrywy śnieżnej w górskich obszarach Europy może poza tym pociągnąć za sobą drastyczne ograniczenie popytu na turystykę zimową. Jednocześnie podniesienie się poziomu mórz może przeobrazić turystykę na obszarach przybrzeżnych. Polityka zarówno na szczeblu europejskim, jak i krajowym powinna uwzględniać wszystkie te zmiany strukturalne, za pomocą środków mających walczyć z bezrobociem strukturalnym, a także poprzez zadbanie o odpowiedni rozdział inwestycji w zakresie turystyki.

Na zmianę relacji między sektorem turystycznym i jego klientami znacząco wpłynął również rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych (TIK) i ich rosnąca popularność wśród konsumentów. Ocena poziomu świadomości, dostępności i stopnia wykorzystywania tych usług przez różne zaangażowane podmioty wskazała na to, że stosują one TIK w sposób zróżnicowany, w zależności od ich podstawowych umiejętności, rozmiaru i pozycji w łańcuchu turystycznym.

Wobec wszystkich tych wyzwań i możliwości przedsiębiorstwa sektora turystycznego, a zwłaszcza MŚP, nie zawsze są w stanie szybko się dostosować, co wynikać może z ograniczenia ich środków finansowych oraz z braku odpowiednich kwalifikacji ich pracowników.

Na dodatek pojawiają się też wyzwania szczególne, wynikające z charakteru europejskiego sektora turystycznego. Wyzwania te związane są z jednej strony z modelami konsumpcji, a w szczególności z rozmieszczeniem sezonowym i przepływami turystów, a, z drugiej strony, z modelami produkcji, czyli z łańcuchem wartości i kierunkami turystycznymi. Obecnie ogromna część popytu na usługi turystyczne przypada na lipiec i sierpień. Owa sezonowość oddziałuje nie tylko na przepływ dochodów, ale i powoduje nieoptymalne wykorzystanie istniejącej infrastruktury i siły roboczej.

4. AMBITNE CELE NOWYCH RAM DZIAŁANIA

Europejski sektor turystyczny musi się rozwijać, pomimo kryzysu i innych przeszkód coraz bardziej utrudniających jego funkcjonowanie. Konieczność ta wymusza wiele dostosowań, na wszystkich szczeblach. Unia Europejska powinna wnieść swój wkład i wspierać proaktywną politykę, która pozwoli przyspieszyć wzrost i podnieść atrakcyjność tego sektora.

Zgodnie z traktatem lizbońskim głównym zadaniem europejskiej polityki turystycznej jest stymulowanie konkurencyjności tego sektora, przy założeniu, że w perspektywie długoterminowej konkurencyjność ta opierać się będzie w dużej mierze na równowadze i

trwałości jego strategii rozwoju. Cel ten jest wyraźnie związany z nową strategią gospodarczą Unii – „Europa 2020”, a szczególnie z jednym z jej projektów przewodnich: „Polityka przemysłowa w erze globalizacji”. Co więcej, turystyka może również przyczynić się do powodzenia innych projektów przewodnich, takich jak „Unia innowacji”, „Europejska agenda cyfrowa”¹⁰ oraz „Program na rzecz nowych umiejętności i zatrudnienia”. Rozwój bardziej aktywnej polityki w zakresie turystyki, opartej szczególnie na pełnym wykorzystywaniu swobód zagwarantowanych przez traktaty, może ponadto w znacznym stopniu ułatwić ożywienie jednolitego rynku.

Europejskie ramy działania mają bowiem na celu przede wszystkim tworzenie korzystnych warunków dla rozwoju turystyki w Europie. Muszą jednak jednocześnie uwzględnić problematyczne zagadnienia społeczne, te związane ze spójnością terytorialną oraz z ochroną i waloryzacją dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. Powinny na przykład przyczynić się do wzmocnienia odporności tego sektora na skutki zmian klimatycznych, a także zwiększyć jego elastyczność wobec zmian strukturalnych, jakie może powodować turystyka. Pośrednio turystyka wywiera również pozytywny wpływ na poczucie obywatelstwa europejskiego, jako że sprzyja kontaktom i wymianom między obywatelami, wykraczając poza bariery językowe, kulturowe i te związane z tradycjami. W tym kontekście ważne jest też, by europejscy obywatele znali swoje prawa i mogli z nich korzystać podczas podróży w obrębie granic Unii Europejskiej oraz poza jej terytorium: powinni mieć możliwość korzystania z praw obywateli europejskich w równym stopniu, co w swoim rodzinnym kraju. Komisja proponuje kroki mające na celu zniesienie przeszkód, z jakimi borykają się europejscy obywatele, gdy pragną korzystać z usług turystycznych poza granicami własnego kraju.

Te wymogi stanowiące punkt wyjścia dla ambitnej polityki europejskiej zostały uznane podczas nieformalnego posiedzenia ministerialnego poświęconego turystyce, a zorganizowanego z inicjatywy przewodniczącej pracom Rady Hiszpanii w dniu 15 kwietnia 2010 r. Owo nieformalne posiedzenie odbyło się bezpośrednio po konferencji wysokiego szczebla poświęconej europejskiemu sektorowi turystycznemu, która odbyła się w Madrycie 14 kwietnia 2010 r. i której waga pozwala porównać ją do „zgromadzenia ogólnego” europejskiej turystyki, i symbolizuje zaangażowanie Unii i wszystkich państw członkowskich na rzecz konkurencyjności, stabilności, nowoczesności i społecznej odpowiedzialności sektora turystycznego. Ministrowie UE podpisali bowiem deklarację madrycką, w której zawarli szereg zaleceń co do wdrażania skonsolidowanej europejskiej polityki turystycznej, podkreślili konieczność podniesienia konkurencyjności tego sektora w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju, a także potwierdzili, iż działania UE na rzecz turystyki niosą ze sobą wartość dodaną i, poprzez zintegrowane podejście do turystyki, stanowią uzupełnienie działań podejmowanych przez państwa członkowskie.

W związku z powyższym konieczne są działania na rzecz turystyki, które skupiać się powinny wokół czterech filarów:

- (1) stymulowanie konkurencyjności sektora turystycznego w Europie;
- (2) wspieranie rozwoju zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki wysokiej jakości;
- (3) konsolidacja wizerunku i widoczności Europy jako zbioru kierunków turystycznych wysokiej jakości i opartych na zasadach zrównoważonego rozwoju;

¹⁰ Komunikat Komisji „Europejska agenda cyfrowa” COM(2010) 245

- (4) pełne wykorzystanie potencjału różnych obszarów polityki i instrumentów finansowych UE na rzecz rozwoju turystyki.

Te cztery cele stanowią podstawę nowych ram działania w zakresie turystyki, które Komisja ma zamiar wprowadzić w życie w szeroko zakrojonej współpracy z państwami członkowskimi oraz najważniejszymi podmiotami sektora turystycznego.

5. NOWE RAMY DZIAŁANIA NA MIARĘ WYZWAŃ

Zgodnie z celami wymienionymi powyżej oraz w pełni uwzględniając nowe ramy instytucjonalne ustanowione w traktacie lizbońskim Komisja Europejska jest przekonana, że wiele działań o wymiarze europejskim lub transgranicznym można podjąć w pełnym poszanowaniu zdefiniowanej w traktacie zasady pomocniczości oraz kompetencji państw członkowskich w zakresie turystyki.

5.1. Stymulowanie konkurencyjności sektora turystycznego w Europie

Podnoszenie konkurencyjności turystyki w UE ma kluczowe znaczenie dla umocnienia jego pozycji w kontekście dynamicznego i zrównoważonego wzrostu. W tym celu należy rozwinąć innowacje w turystyce, udoskonalić ogólną jakość oferty, podnieść kompetencje zawodowe pracowników tego sektora, znaleźć rozwiązanie dla problemu sezonowości popytu, zróżnicować ofertę turystyczną, a także zadbać o poprawę jakości danych statystycznych i analiz dotyczących turystyki. W sektorze turystycznym drzemią ogromne możliwości rozwoju dla przedsiębiorstw. Większość firm aktywnych w tej branży to MŚP. Turystyka ma również rozległe związki z rzemiosłem i zawodami twórczymi, które mogą przyczynić się do zachowania dziedzictwa kulturowego oraz do rozwoju lokalnych gospodarek.

Zachęcanie do różnicowania oferty turystycznej

Unia Europejska może wnieść swój wkład w różnicowanie oferty, wspierając przepływy w obrębie Europy poprzez waloryzowanie na skalę europejską tematycznych produktów turystycznych. Ponadnarodowe synergie mogą bowiem pomagać przy promowaniu i podnoszeniu widoczności turystyki, mogą również objąć całość niezwykle bogatego dziedzictwa: dziedzictwo kulturowe (w tym szlaki kulturowe), współczesna twórczość artystyczna, chronione obiekty przyrodnicze, turystyka wypoczynkowa i zdrowotna (w tym obiekty termalne), turystyka edukacyjna, winiarsko-gastronomiczna, historyczna, sportowa lub religijna, agroturystyka, turystyka wiejska, a nawet turystyka skupiająca się na dziedzictwie kulturowym morskim i podwodnym czy też na dziedzictwie przemysłowym lub strukturze gospodarczej poszczególnych regionów.

W związku z tym Komisja rozpoczęła już współpracę z Radą Europy w dziedzinie turystyki kulturalnej, tak by móc lepiej ocenić jej skutki i zapewnić jej większą widoczność. W ciągu ostatnich lat pojawiło się też wiele innych projektów transgranicznych, takich jak europejskie szlaki rowerowe czy też trasy pielgrzymkowe („Via Francigena” czy droga św. Jakuba). Komisja jest zdania, że wiele z tych projektów jest za mało znanych i że należy podkreślać ich europejski charakter, który z kolei pozwoli zapewnić ich transgraniczny wymiar. Uznanie ich europejskiego charakteru może okazać się tak stymulujące, jak w przypadku uwieńczonej sukcesem inicjatywy Europejskich Stolic Kultury, która pobudza lokalny rozwój i turystykę i dzięki której co roku czerpać możemy z ambitnego i atrakcyjnego programu kulturalnego na

skale europejską¹¹. Idea ta mogłaby również zostać rozszerzona na regiony wchodzące w skład sieci „Natura 2000”, obejmującej ponad 17 % obszaru naszego kontynentu. Regiony te są niezwykle interesujące z punktu widzenia turystyki, nie wolno jednak zapominać o ich ochronie.

PLANOWANE DZIAŁANIA:

- (1) Opracowanie spójnej strategii promowania zróżnicowanej oferty turystycznej i intensywniejszego waloryzowania wspólnego europejskiego dziedzictwa, która opierać się będzie między innymi na znaku dziedzictwa europejskiego oraz innych działaniach, takich jak Europejskie Dni Dziedzictwa oraz Nagroda Unii Europejskiej związana z Dziedzictwem Kulturowym.
- (2) Wspieranie integracji strategii turystycznych w zakresie dziedzictwa przyrodniczego, w kontekście którego również planowane jest wprowadzenie wspólnych znaków.

Rozwijanie innowacji w sektorze turystycznym

Innowacje oraz nowe technologie informacyjne stały się wyznacznikiem konkurencyjności sektora turystycznego i odgrywają podstawową rolę we wzmacnianiu jego związków z innymi, powiązаныmi sektorami. Do ich stosowania należy zachęcać publiczne i prywatne podmioty aktywne w turystyce, a zwłaszcza MŚP. W tym celu niezbędne będą inicjatywy informacyjne i partnerstwa, a także odpowiednie wykorzystywanie krajowych i europejskich programów. Należy również przyspieszyć proces integrowania narzędzi i usług społeczeństwa informacyjnego we wszystkich rodzajach działalności związanej z turystyką, w szczególności w działalności MŚP, a także ułatwić dostęp poszczególnych podmiotów tego sektora do stosownych instrumentów finansowych.

PLANOWANE DZIAŁANIA:

- (3) Z myślą o zaangażowanych w turystykę podmiotach Komisja uruchomi platformę „TIK i Turystyka”, która będzie miała za zadanie ułatwić przystosowanie sektora turystycznego i aktywnych w nim przedsiębiorstw do rozwijającego się rynku nowych technologii informacyjnych oraz podniesienie ich konkurencyjności przy maksymalnym wykorzystaniu synergii między tymi dwoma sektorami.
- (4) W ramach przygotowywania komunikatu o handlu elektronicznym na rynku wewnętrznym, w którym przedstawiona zostanie ocena wdrożenia dyrektywy o handlu elektronicznym, Komisja przeanalizuje możliwości lepszego uwzględnienia sektora turystycznego w tym zakresie.

Podnoszenie kwalifikacji zawodowych

Modernizacji działalności turystycznej towarzyszyć powinno więcej działań na rzecz podnoszenia kwalifikacji zawodowych pracowników tego sektora, zwłaszcza w celu przygotowania ich na nowe technologie i nowe oczekiwania ze strony rynku, chociażby pod względem zdrowia czy samopoczucia, oraz ułatwianie ich mobilności. Tego rodzaju działania

¹¹ W latach 1995-2004 liczba noclegów w miastach, które w danym roku nosiły to miano, była wyższa od liczby noclegów w roku poprzednim średnio o 12 %.

w pełni wpisująby się w założenia strategii „Europa 2020”, szczególnie w kontekście jednego z jej projektów przewodnich „Program na rzecz nowych umiejętności i zatrudnienia”.

PLANOWANE DZIAŁANIA:

- (5) Aby zachęcać pracowników sektora turystycznego do szkoleń, Komisja będzie się starała informować o możliwościach, jakie oferują różne programy UE, takie jak Leonardo czy program ramowy na rzecz konkurencyjności i innowacji i jego części: „Erasmus dla młodych przedsiębiorców” oraz „E-umiejętności na rzecz innowacji”.

Działania na rzecz przedłużenia sezonu turystycznego

Lepsze wykorzystanie istniejącej infrastruktury turystycznej oraz siły roboczej poza sezonem mogłoby umożliwić przedsiębiorstwom pełniejsze wykorzystanie ich infrastruktury i podniesienie ich wydajności, a także zapewnić więcej stabilności pracownikom sektora i zwiększyć ich motywację. Pierwszym krokiem w tym kierunku było uruchomienie inicjatywy CALYPSO¹², dzięki której powstał spis dobrych praktyk stosowanych w państwach członkowskich.

PLANOWANE DZIAŁANIA:

- (6) Usprawnienie mechanizmu dobrowolnej wymiany turystycznej między państwami członkowskimi¹³, umożliwiającej przede wszystkim kilku grupom docelowym, takim jak ludzie młodzi, osoby starsze, osoby o ograniczonej mobilności oraz rodziny o niskich dochodach podróżowanie przede wszystkim poza sezonem turystycznym.
- (7) Opracowanie mechanizmu dobrowolnej internetowej wymiany informacji, który usprawni koordynowanie terminów wakacji szkolnych pomiędzy państwami członkowskimi, z uwzględnieniem tradycji kulturowych państw członkowskich.

Rozbudowanie bazy wiedzy społeczno-gospodarczej na temat turystyki

Aby podnieść konkurencyjność tego sektora, zdaniem Komisji konieczne jest rozbudowanie, na poziomie europejskim, bazy wiedzy społeczno-gospodarczej na temat turystyki oraz jej wpływu na środowisko. Dlatego też ogromne znaczenie ma trwający przegląd dyrektywy 95/57/WE w sprawie zbierania informacji statystycznych w dziedzinie turystyki, ponieważ

¹² CALYPSO to działanie przygotowawcze przyjęte przez Parlament Europejski w 2008 r. na okres trzech lat. Jego założeniem jest wspieranie partnerstw: między sektorem publicznym, prywatnym oraz gospodarką społeczną, inspirowanych przez Komisję Europejską. CALYPSO skupiać się będzie na pozasezonowych przepływach turystów należących do czterech grup docelowych (młodzi, osoby starsze, osoby o ograniczonej mobilności i rodziny o niskich dochodach), przy czym przepływy te obejmować muszą przynajmniej dwa państwa członkowskie lub kraje kandydujące.

¹³ Istniejące dobre praktyki, zwłaszcza z Półwyspu Iberyjskiego, udowadniają, że sektor publiczny może finansować takiego rodzaju mechanizmy i uzyskać pozytywny zwrot z inwestycji (ponad 1,5 euro za każde wydane euro), jeśli uwzględnić zyski wynikające z tworzenia nowych miejsc pracy, dodatkowe możliwości dla sektora prywatnego oraz przychody z podatków uzyskane dzięki nasileniu działalności gospodarczej. Korzyści te mają również pozytywny wpływ na kraj pochodzenia.

dyrektywa w nowym kształcie uwzględni zmiany, jakie przechodzi turystyka w Europie, oraz potrzeby jej użytkowników.

Nie należy jednak na tym zaprzestawać. Trzeba wspierać odbywającą się na szczeblu europejskim współpracę między państwami członkowskimi, regionami przyciągającymi turystów, przedstawicielami sektora oraz podmiotami prywatnymi i publicznymi, tak by poszerzyć wiedzę statystyczną na temat tego sektora i pogłębić dotyczące go analizy. W tym celu Komisja uznała za właściwe rozwijanie sieci wiedzy skupiających placówki badawcze, uniwersytety oraz publiczne i prywatne instytuty monitorujące i czynić to będzie w ścisłej współpracy z władzami regionalnymi i krajowymi, krajowymi biurami turystycznymi, urzędami statystycznymi i innymi podmiotami, przy czym rola koordynatora wszelkiej działalności statystycznej na poziomie europejskim niezmiennie przypada Eurostatowi. Koordynacja i rozwój badań w dziedzinie turystyki na poziomie europejskim są konieczne, by móc opracować bardziej zintegrowane podejście, obejmujące synergie na większą skalę. Podejście to wymaga również współpracy z organizacjami europejskimi i międzynarodowymi, takimi jak OECD i UNWTO.

PLANOWANE DZIAŁANIA:

- (8) W ramach swojego corocznego komunikatu pt. „Tablica wyników dla rynków konsumenckich” Komisja obserwować będzie rynek, mierząc zadowolenie europejskich konsumentów z różnorodnych usług turystycznych (transport, wynajem, zakwaterowanie, podróże, wakacje i wycieczki).
- (9) W perspektywie krótkoterminowej Komisja opracuje projekt pilotażowy na rzecz tworzenia sieci ośrodków badawczych, uniwersytetów, publicznych i prywatnych instytutów monitorujących, władz regionalnych i krajowych oraz krajowych biur turystycznych.
- (10) W perspektywie średnioterminowej i w oparciu o wyniki projektu pilotażowego Komisja propagować będzie uruchomienie „Wirtualnego obserwatorium turystyki”, którego zadaniem będzie wspieranie i koordynowanie w ramach sieci działalności badawczej poszczególnych krajowych ośrodków badawczych i dostarczanie na poziomie europejskim danych o charakterze społeczno-gospodarczym na temat turystyki.

5.2. Wspieranie rozwoju zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki wysokiej jakości

Konkurencyjność turystyki jest ściśle związana z zachowaniem zasad zrównoważonego rozwoju, ponieważ jakość obiektów turystycznych jest w ogromnej mierze uzależniona od ich otoczenia przyrodniczego i kulturalnego oraz od stopnia ich zakorzenienia w społeczności lokalnej. Zachowanie zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce obejmuje wiele aspektów: odpowiedzialne wykorzystywanie zasobów naturalnych, uwzględnienie wpływu aktywności turystycznej na środowisko (produkcja odpadów, uszczuplenie zasobów wodnych, wpływ na jakość gleb i na różnorodność biologiczną itd.), stosowanie „czystych” źródeł energii, ochrona dziedzictwa, zachowanie spójności przyrodniczej i kulturowej regionów turystycznych, jakość i trwałość tworzonych miejsc pracy, skutki gospodarcze z perspektywy społeczności lokalnych, czy też jakość usług. Zasady te zostały w większości uwzględnione w

ramach strategii turystycznych realizowanych na poziomie krajowym i regionalnym, natomiast w niewystarczającym stopniu przekładają się one na konkretne działania.

Na szczeblu UE Komisja Europejska stworzyła szereg narzędzi, które ułatwiają przedsiębiorstwom właściwe zarządzanie środowiskiem. Do narzędzi tych należą między innymi europejskie oznakowanie ekologiczne (ekoetykieta UE) oraz wspólnotowy system ekozarządzania i audytu (EMAS). Reakcje na kwestie związane z ochroną środowiska ze strony aktywnych w sektorze turystyki przedsiębiorstw były jednak bardzo zróżnicowane w poszczególnych krajach Europy. Komisja udostępniła również państwom członkowskim dokumenty ułatwiających wdrożenie europejskich przepisów w zakresie ochrony środowiska, zarówno w ramach indywidualnych projektów, jak i planowania strategicznego¹⁴.

Aby opracować system wskaźników usprawniających zrównoważone zarządzanie regionami przyciągającymi turystów, Komisja będzie mogła czerpać z inicjatywy zrealizowanej we współpracy z siecią konkurencyjnych i rozwijających się zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju regionów turystycznych NECSTouR, a także z sieci EDEN. Ten sposób postępowania należy rozszerzyć, tak by umożliwić waloryzację europejskich kierunków turystycznych, które stosują skuteczne praktyki propagujące zasady zrównoważonego rozwoju w turystyce. W związku z tym konieczne jest sprzyjanie inicjatywom na rzecz odpowiedzialnego zarządzania zasobami (energia, woda, surowce itd.), gwarantującym optymalne warunki usług i bezpieczeństwa, zwłaszcza w kontekście przyjmowania osób starszych i osób o ograniczonej mobilności.

PLANOWANE DZIAŁANIA:

- (11) Opracowanie, w oparciu o sieci *NECSTouR* i *EDEN*, zestawu wskaźników dla zrównoważonego zarządzania kierunkami turystycznymi. Na podstawie takiego zestawu wskaźników Komisja opracuje oznakowanie służące promowaniu kierunków turystycznych.
- (12) Organizowanie kampanii uświadamiających dla europejskich turystów, które obejmą kwestie wyboru kierunków turystycznych, środków transportu, ich związku z miejscową ludnością w odwiedzanych regionach oraz walkę z wykorzystywaniem dzieci i kobiet.
- (13) Utworzenie europejskiego oznakowania „Turystyka wysokiej jakości”, na podstawie dotychczasowych doświadczeń państw członkowskich. Jego celem będzie zwiększenie bezpieczeństwa i zaufania konsumentów do oferty turystycznej oraz nagradzanie tych przedsiębiorców, którzy w trosce o wysoką jakość usług i zadowolenie klientów podejmują daleko idące środki.
- (14) Pomaganie europejskiemu sektorowi turystycznemu w identyfikowaniu zagrożeń związanych ze zmianą klimatu, co pozwoli uniknąć nietrafionych inwestycji i zbadać nowe możliwości rozwijania alternatywnej oferty turystycznej.
- (15) Zaproponowanie karty zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki oraz utworzenie europejskiej nagrody dla przedsiębiorstw i obiektów turystycznych, które najlepiej wypełniają będą zawarte w tej karcie założenia.

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

- (16) Zaproponowanie strategii dla zrównoważonej turystyki przybrzeżnej i morskiej.
- (17) Nawiązanie lub zacieśnienie współpracy między Unią Europejską i największymi gospodarkami wschodzącymi (Chiny, Rosja, Indie, Brazylia) oraz krajami regionu Morza Śródziemnego na rzecz propagowania modeli rozwoju zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki oraz wymiany najlepszych praktyk.

5.3. Konsolidacja wizerunku i widoczności Europy jako zbioru zrównoważonych kierunków turystycznych wysokiej jakości

Wizerunek i postrzeganie Europy jako zbioru kierunków turystycznych są ściśle związane z konkurencyjnością sektora turystyki¹⁵. Biorąc pod uwagę presję ze strony światowej konkurencji, jak również potencjał, jaki kryją w sobie liczne państwa trzecie jako kraje, z których turyści napływają do Europy, należy pomyślnie przeprowadzić działania stymulujące popyt na wakacje w Europie. W 2006 r. został już uruchomiony portal internetowy – odgrywający ważną rolę w promowaniu Europy poza jej granicami – „visiteurope.com”, którym zarządza Europejska Komisja Podróży, przy wsparciu Komisji Europejskiej.

Wizerunek Europy i jej postrzeganie jako zbioru zrównoważonych kierunków turystycznych wysokiej jakości należy udoskonalić. Podniesienie atrakcyjności europejskich kierunków turystycznych oraz ich większa widoczność przyniosą znaczące korzyści gospodarcze poprzez zwiększenie liczby odwiedzających Europę turystów spoza jej granic. Powinny również rozbudzić zainteresowanie podróżami po kontynencie samych Europejczyków.

W celu przeanalizowania najlepszych sposobów wspólnego przedstawiania europejskiej oferty turystycznej Komisja uznała za niezbędne propagowanie takiego wizerunku na światowych rynkach, zwłaszcza w państwach trzecich (np. Stanach Zjednoczonych, Japonii, Chinach, Rosji, Indiach i Brazylii), za pomocą projektów realizowanych wspólnie z państwami członkowskimi i europejskim przemysłem.

W związku z tym należy zastanowić się nad różnymi sposobami waloryzowania i zwiększenia widoczności różnych produktów tematycznych o wymiarze europejskim lub transgranicznym, na przykład podczas targów lub salonów turystycznych na dużą skalę, a także waloryzowanie ważnych imprez kulturalnych i sportowych, takich jak Europejskie Stolicy Kultury, Europejskie Dni Dziedzictwa, igrzyska olimpijskie czy wystawy światowe, które również niosą ze sobą potencjał rozwijania turystyki w Europie.

PLANOWANE DZIAŁANIA:

- (18) Utworzenie, we współpracy z państwami członkowskimi, prawdziwej europejskiej marki, która wspomogłoby działania promocyjne na poziomie krajowym i regionalnym oraz umożliwi europejskim kierunkom turystycznym wyróżnienie się spośród innych atrakcyjnych dla turystów miejsc na świecie.
- (19) Promocja portalu „visiteurope.com” w celu podniesienia atrakcyjności Europy jako

¹⁵ Badanie na temat konkurencyjności unijnego sektora turystycznego z września 2009 r. (zob. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0).

zbioru zrównoważonych kierunków turystycznych wysokiej jakości, zwłaszcza w stosunku do wschodzących gospodarek.

(20) Wspieranie wspólnych działań promocyjnych podczas dużych imprez międzynarodowych lub podczas zakrojonych na szeroką skalę targów i salonów turystycznych.

(21) Zwiększanie aktywności Unii Europejskiej na arenie międzynarodowej, zwłaszcza w odniesieniu do Światowej Organizacji Turystyki, OECD, T20 oraz Euro-Med.

5.4. Pełne wykorzystanie potencjału różnych obszarów polityki i instrumentów finansowych UE na rzecz rozwoju turystyki

Politykę turystyczną charakteryzuje przekrojowość. Bezpośredni lub pośredni wpływ na turystykę ma wiele różnych innych polityk europejskich. Dotyczy to przede wszystkim polityki transportowej (zrównowazona mobilność, prawa i bezpieczeństwo pasażerów, jakość środków transportu), polityki konkurencji (kwestie koncentracji przedsiębiorstw, zwłaszcza w odniesieniu do internetowej sprzedaży usług turystycznych, pionowa integracja i pomoc państwa), polityki rynku wewnętrznego (swoboda przedsiębiorczości i swoboda świadczenia usług związanych z turystyką, promowanie wysokiej jakości usług, rozwój handlu elektronicznego), polityki podatkowej (przeszkody podatkowe dla właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego, polityka fiskalna wobec przedsiębiorstw tego sektora, takich jak biura podróży, ulgi podatkowe), polityki ochrony konsumentów (prawa wynikające z podpisania umowy, nieuczciwe praktyki handlowe, sprzedaż na odległość), a także politykami w zakresie ochrony środowiska, zatrudnienia i szkoleń, kultury oraz polityki rozwoju regionalnego i rozwoju obszarów wiejskich.

Komisja podejmie wszelkie konieczne kroki, aby zapewnić pełniejsze uwzględnienie turystyki w pozostałych obszarach swojej polityki i skuteczniejsze wykonywanie obowiązujących przepisów mogących stanowić podstawę do podniesienia konkurencyjności tego sektora. Wzmocni ona również swoje wysiłki na rzecz koordynacji poszczególnych związanych z turystyką obszarów polityki, tak by ułatwić kompleksowe ujęcie interesów i potrzeb sektora turystycznego przy określaniu kierunków polityki i ich wdrażaniu.

Jeśli chodzi o politykę rynku wewnętrznego, sektor turystyczny powinien od tej chwili w pełni korzystać z integracji europejskiego rynku usług. Dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym przede wszystkim znacznie uprości procedury stosowane wobec usługodawców w sektorze turystycznym, a także usunie liczne przeszkody prawne i administracyjne, które dotychczas ograniczały ich dostęp do rynków poszczególnych państw członkowskich Unii Europejskiej.

Według Komisji nie ulega wątpliwości, iż turystyka morska i przybrzeżna ma ogromne znaczenie dla stymulowania rozwoju gospodarczego. Aby rozwijać te rodzaje turystyki, Komisja planuje podjęcie działań w ramach zintegrowanej polityki morskiej UE. Zróżnicowanie gospodarcze stymulujące turystykę stanowi priorytet dla wielu obszarów przybrzeżnych, gdzie spadek aktywności gospodarczej związanej przede wszystkim z rybołówstwem i przemysłem stoczniowym spowodował obniżenie dochodów i wzrost bezrobocia. Na wspieranie takiego zróżnicowania przekazywane są środki Europejskiego Funduszu Rybackiego w ramach strategii rozwoju lokalnego. Zbadane zostaną również

sposoby wykorzystania potencjału przemysłu morskiego i sektora żeglarskiego na rzecz wzrostu gospodarczego na wyspach, obszarach przybrzeżnych i w regionach nadmorskich.

Unijna polityka rozwijania obszarów wiejskich również pełni ważną rolę dla sektora turystycznego. Poprzez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) Komisja może wspierać, między innymi, nowe przedsiębiorstwa w sektorze turystyki wiejskiej, rozwój i promocję agroturystyki, a także waloryzację dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego obszarów wiejskich, w tym również terenów górskich.

W obecnym okresie programowania Komisja będzie w dalszym ciągu wspierała i intensywnie wykorzystywała instrumenty i programy pomocy wspólnotowej sprzyjające turystyce. Realizacja konkretnych projektów będzie nadal finansowana ze środków takich instrumentów jak europejskie fundusze strukturalne (EFRR, EFS), Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW), Europejski Fundusz Rybacki, a także program ramowy w zakresie badań i rozwoju technologicznego. Również program ramowy na rzecz konkurencyjności i innowacji ma spore znaczenie dla turystyki, jako że od 2008 r. wykorzystywany jest, by wspierać tworzenie europejskich sieci na rzecz konkurencyjnej i zrównoważonej turystyki. Jeżeli chodzi o okres po 2013 r., to możliwości wspierania turystyki w ramach rozmaitych funduszy europejskich oraz przez konsolidowanie już podjętych działań przygotowawczych w tej dziedzinie, uzależnione będą od decyzji, jakie zostaną podjęte w świetle priorytetów działań Unii Europejskiej i ograniczeń budżetowych.

Do znaczących postępów europejskiej turystyki zaliczyć należy rozwój w zakresie praw pasażerów linii lotniczych i kolei, a wynika on z ram prawnych chroniących turystów, których podróż została zakłócona. Zamierzeniem Komisji jest, by pasażerowie podróżujący drogą morską, a także autobusami i autokarami, objęci zostali podobną ochroną. Trwający przegląd dyrektywy w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek to kolejny pozytywny sygnał, który wzmocni zaufanie konsumentów do sektora turystycznego. Komisja kontynuować będzie również ścisłą współpracę z państwami członkowskimi, sektorem turystycznym oraz organizacjami zrzeszającymi różne podmioty w nim aktywne, której celem jest podniesienie bezpieczeństwa w obiektach służących zakwaterowaniu turystów, w tym pod względem zabezpieczeń przeciwpożarowych.

Ponieważ Komisja świadoma jest tego, że rośnie znaczenie turystyki w Europie, co odnosi się również do turystów z krajów poza Unią, przeanalizuje rozmaite możliwości i instrumenty związane z polityką wizową i przekraczaniem granic zewnętrznych w celu ich optymalnego wykorzystania.

Aby umożliwić europejskiemu sektorowi turystycznemu dalszy konkurencyjny i zrównoważony rozwój zgodnie ze strategią „Europa 2020” oraz traktatem lizbońskim, Komisja zbada możliwości wzmocnienia działań wspierających i koordynujących na rzecz europejskiej turystyki.

6. PODSUMOWANIE

Europejska polityka turystyczna potrzebuje nowego impulsu. Wobec stojących przed nią wyzwań, które wymagają konkretnych odpowiedzi i elastyczności, podmioty aktywne w europejskim sektorze turystyki muszą zdecydować się na zjednoczenie sił i podjęcie współpracy w obrębie skonsolidowanych ram politycznych, w których uwzględniono nowe priorytety Unii Europejskiej. Biorąc pod uwagę nowe uprawnienia UE w zakresie turystyki,

niniejszy komunikat określa ambitne ramy, dzięki którym europejska turystyka stanie się konkurencyjna, nowoczesna, zrównoważona i odpowiedzialna. Komisja planuje wiele konkretnych inicjatyw, które zapewnią turystyce środki potrzebne do przystosowania się i do rozwoju. Działania te stanowią uzupełnienie polityk państw członkowskich i mają na celu koordynowanie prac, a jednocześnie służą określeniu środków, które wnoszą realną europejską wartość dodaną. Powodzenie tej strategii zależy będzie w znacznej mierze od zaangażowania wszystkich zainteresowanych stron oraz od ich zdolności do współpracy przy jej realizacji.

W odniesieniu do wszelkich inicjatyw mających związek z turystyką Komisja nadal wspierać będzie regularną, konkretną i przejrzystą wymianę poglądów z państwami członkowskimi i sektorem turystycznym. W realizacji tego celu Komisję wspierać będzie Komitet Doradczy ds. Turystyki. Pozwoli to również samym administracjom publicznym na regularne informowanie o inicjatywach Komisji różnych stron zainteresowanych na szczeblu krajowym i regionalnym.

Skonsolidowane ramy prawne to zaledwie pierwszy krok. Dlatego też Komisja nie zaprzestanie refleksji nad projektami, jakie można zrealizować w zakresie turystyki, i przy okazji Europejskiego Forum Turystyki w listopadzie 2010 r. podda pod dyskusję państwom członkowskim oraz publicznym i prywatnym aktorom europejskiego sektora turystycznego bardziej szczegółowy plan działania. Następnie przeprowadzi średnioterminową ocenę tej strategii, co pozwoli ocenić jej skuteczność i czynić dalsze postępy.