

## III

(Akty przygotowawcze)

## EUROPEJSKI KOMITET EKONOMICZNO-SPOŁECZNY

## 474. SESJA PLENARNA W DNIACH 21 I 22 WRZEŚNIA 2011 R.

**Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie komunikatu 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”**

COM(2010) 352 wersja ostateczna

(2011/C 376/08)

Sprawozdawca: **Panagiotis GKOFAS**

Dnia 30 czerwca 2010 r. Komisja, działając na podstawie art. 304 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, postanowiła zasięgnąć opinii Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie komunikatu 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”

COM (2010) 352 wersja ostateczna.

Sekcja Jednolitego Rynku, Produkcji i Konsumpcji, której powierzono przygotowanie prac Komitetu w tej sprawie, przyjęła swoją opinię 30 sierpnia 2011 r.

Na 474 sesji plenarnej w dniach 21–22 września 2011 r. (posiedzenie z 21 września) Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny stosunkiem głosów 121 do 14 – 8 osób wstrzymało się od głosu – przyjął następującą opinię:

**1. Wnioski i zalecenia**

1.1 Komitet z zadowoleniem przyjmuje komunikat Komisji w sprawie jej wniosku do Parlamentu Europejskiego „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego” i podkreśla, że mimo pewnych istotnych niedociągnięć zawiera on liczne pozytywne punkty do realizacji. Komitet jednocześnie przedstawia poniższe sugestie w celu wzmocnienia i wzbogacenia tej inicjatywy.

1.2 Ze względu na różnorodność podmiotów (administracja, organizacje, partnerzy społeczni), szczebli (lokalny, regionalny, krajowy i europejski) oraz dziedzin (transport, mieszkalnictwo, oferty uzupełniające itp.) w europejskim sektorze turystyki, wszystkie podmioty sektora powinny włączyć się w planowane inicjatywy. W tym kontekście EKES przypomina o możliwości utworzenia Europejskiej Agencji Turystyki, która poprzez efektywne monitorowanie danych oraz wspieranie i stymulowanie zaproponowanych działań łączyłaby wysiłki zmierzające konkretnie do opracowania kompleksowej europejskiej polityki turystycznej, uwzględniającej różnorodność i pluralizm europejskiej tożsamości w zakresie turystyki.

1.3 Zdaniem EKES-u należy wskazać i przyjąć następujące środki, by ustosunkować się do wyzwań opisanych w komunikacie i zrealizować przewidziane w nim konkretne działania:

- działać na rzecz utworzenia europejskiej platformy we wszystkich językach UE, na której drogą elektroniczną turyści mogliby dzielić się swoimi obserwacjami i wrażeniami z podróży; celem takiej platformy byłaby lepsza ocena i wykorzystanie produktów turystycznych, aby skuteczniej przyciągać turystów, a poza tym dzięki niej można by wykorzystywać nowe technologie (elektroniczne rezerwacje);
- podjąć się zbadania, zorganizowania i wspierania realizacji ram politycznych w konkretnych dziedzinach, a także zająć się takimi priorytetami jak promocja wewnątrz europejskiego produktu turystycznego, usług i placówek w całej Europie, na przykład przez zachęcanie właściwych władz i przedsiębiorstw do współpracy na rzecz poprawy jakości świadczeń i infrastruktury (harmonogramy);

- wspierać polepszenie połączeń w zakresie komunikacji i transportu drogowego, kolejowego, lotniczego, lecz również żeglugi przybrzeżnej w UE oraz rozpowszechnianie i aktualizowanie informacji na ich temat przez internet, także z uwzględnieniem nierentownych połączeń do oddalonych wysp;
- zwiększać promocję turystyki podejmowanej w celach leczniczych i pielęgnacyjnych, turystyki uzdrowiskowej, turystyki kulturowej (zwłaszcza skoncentrowanej na regionalnych festiwalach i przedstawieniach operowych, teatralnych, występach tanecznych, koncertach itd. oraz na wydarzeniach kulturalnych, takich jak np. wystawy), turystyki szkoleniowej lub kongresowej, turystyki kulinarnej i enoturystyki, turystyki historycznej lub religijnej, agroturystyki lub turystyki morskiej, z podkreśleniem walorów dziedzictwa kulturowego i gastronomii;
- zachęcać rządy krajowe do wspierania rozwoju lokalnych małych przedsiębiorstw i mikroprzedsiębiorstw w sektorze turystycznym, które odzwierciedlają tradycje społeczne, środowiskowe, historyczne i kulturalne danego miejsca lub regionu, oraz do jednoczesnej troski o lepsze zarządzanie formułami „all inclusive”;
- zachęcać osoby starsze, niepełnosprawne i osoby o szczególnych potrzebach do wybierania kierunków wewnątrz europejskich poprzez ulepszanie infrastruktury i usług oraz przez skuteczniejsze informowanie o usługach dostępnych dla takich osób w UE;
- sprzyjać polityce propagowania przez linie lotnicze wewnątrz europejskich kierunków turystycznych, tak by ich ceny nie przekraczały cen kierunków pozaeuropejskich, zachęcając jednocześnie znaczących operatorów turystycznych do priorytetowego traktowania tych kierunków;
- propagować i podkreślać poziom bezpieczeństwa panujący w UE w odróżnieniu od innych kierunków turystycznych, zarówno jeśli chodzi o podróz, pobyt, przestrzeganie praw człowieka, opiekę medyczną i szpitalną, jak również o ramy prawne;
- przyczynić się do opracowania dokładniejszego systemu gromadzenia danych statystycznych i harmonizacji działalności turystycznej i jej elementów, nie zwiększając przy tym obciążeń administracyjnych dla przedsiębiorstw i obywateli;
- działać na rzecz wspólnej kampanii reklamowej dla kierunków turystycznych w UE;
- podnosić jakość oferowanych usług poprzez szkolenie i stabilne zatrudnienie.

1.4 Na poziomie państw członkowskich należy podjąć analizę skutków zmiany klimatu dla turystyki oraz przyjąć właściwe środki dostosowawcze odpowiadające prognozom dotyczącym konsekwencji zmiany klimatu dla konkurencyjności.

1.5 Należy w dalszym ciągu tworzyć wyspecjalizowane formy turystyki, takie jak turystyka społeczna, kulturalna lub kulinarna, agroturystyka, czy też turystyka sportowa, zdrowotna, turystyka bez barier, turystyka kongresowa, religijna itp., w ramach zakrojonej na europejską skalę polityki dywersyfikacji oferty i uwzględniania nowo powstających rynków.

1.6 Komitet jest zdania, że projekty na szczeblu europejskim, takie jak inicjatywa „Calypso”, dowiodły skuteczności współpracy w różnych dziedzinach między instytucjami europejskimi, partnerami społecznymi i podmiotami w sektorze oraz miały pozytywny wpływ społeczny i gospodarczy. EKES wzywa Komisję i Parlament Europejski do utrzymania ich zobowiązań, zwłaszcza budżetowych, dotyczących tego rodzaju inicjatyw.

1.7 Wprowadzić należy pamiętać o potrzebie bezpieczeństwa, jednak kwestia wiz może utrudniać turystykę z krajów, które nie są stronami układu z Schengen. Niekiedy wynika to z nadmiernie zbiurokratyzowanych procedur stosowanych przez poszczególne państwa członkowskie. EKES wzywa Komisję do przedsięwzięcia konkretnych środków, aby rozwiązać te problemy.

1.8 EKES wzywa rządy krajowe do opracowania europejskiego certyfikatu turystycznego kształcenia zawodowego, który byłby uznawany we wszystkich krajach UE. EKES uważa, że szkolenia w branży turystycznej powinny nie tylko być uznawane w całej UE, ale należałoby też prowadzić je na wysokim poziomie, tak by kształcić prawdziwych profesjonalistów w dziedzinie turystyki, zgodnie z wytycznymi Komisji i CEDEFOP. Należy kłaść szczególny nacisk na wyniki kształcenia i ich weryfikację oraz podnosić poziom studiów turystycznych, włączając je w miarę możliwości w cykl studiów uniwersyteckich. Strategia „Europa 2020” powinna obejmować sektor turystyczny, w większym stopniu koncentrując się na nowych kompetencjach dla nowych miejsc pracy i pozostałych zaplanowanych inicjatywach, takich jak uznawanie doświadczenia zawodowego oraz kształcenie nieformalne i pozaformalne. Należy także uwzględnić konsekwencje, jakie dla turystyki powinien mieć komunikat z Brugii dotyczący szkolenia zawodowego, przyjęty przez ministrów edukacji UE i partnerów społecznych.

1.9 EKES podkreśla, że w turystyce nie ma uniwersalnego rozwiązania dla wszystkich przypadków i stwierdza, że każdy kierunek turystyczny ma inne potrzeby i przyciąga różne rynki niszowe. Zatem w ramach polityki na rzecz turystyki należy uwzględnić zróżnicowane potrzeby w sposób odpowiedni do sytuacji (regiony najbardziej oddalone, kontynentalne, przybrzeżne, wiejskie, wspiarskie, z dala od cywilizacji itp.).

1.10 Celem jest opracowanie, przyjęcie i realizacja na poziomie regionalnym strategicznego planu wspólnej europejskiej polityki turystycznej, który wspierałby trwałą konkurencyjność i jakość tego sektora oraz zapewniałby wysoki poziom ochrony konsumentów, uzupełniając działania państw członkowskich. Mimo to, ze względu na różnice między państwami członkowskimi, każde z nich powinno obowiązkowo przedstawiać własny strategiczny plan krajowej polityki turystycznej, zawierający konkretne działania do przeprowadzenia w każdym regionie, w co najmniej dziesięcioletniej perspektywie czasowej.

1.11 Komitet wzywa rządy krajowe do dostosowania podatków lokalnych i podjęcia starań na rzecz obniżenia stawki podatku VAT, którym są obecnie obciążone produkty turystyczne o charakterze społecznym. W ten sposób zwiększy się ich atrakcyjność, co w dłuższej perspektywie doprowadzi do rozwoju i większej dostępności usług związanych z turystyką.

Należy zadbać o to, by lokalna infrastruktura i usługi umożliwiały wysokiej jakości ofertę turystyczną, co wpłynie zarówno na poprawę jakości życia mieszkańców, jak i na warunki dla turystów.

1.12 UE potrzebuje strategii komunikacji, dzięki której zadba o utrzymanie dobrego wizerunku Europy i sektora turystycznego, a zarazem rozwiąże problem negatywnego wizerunku.

1.13 Należy podjąć środki pozwalające uniknąć bezrobocia strukturalnego w przedsiębiorstwach turystycznych, by poprawić jakość i stabilność zatrudnienia oraz rentowność przedsiębiorstw.

1.14 Komisja powinna zwiększyć swe bieżące starania, by ukazać rzeczywiste znaczenie wszystkich wymiarów turystyki, rozumianej jako doświadczenie umożliwiające wypoczynek fizyczny połączony z ożywieniem intelektualnym przez kontakt z dziełami sztuki stanowiącymi dziedzictwo kultury i cywilizacji. Kroki te należy zaplanować na szczeblu regionów, a działania promocyjne i komunikacyjne prowadzić zarówno na szczeblu regionalnym, krajowym oraz unijnym.

1.15 EKES stwierdza brak jasnego nawiązania do ram prawnych dotyczących praw konsumentów w sektorze turystycznym oraz brak jakiegokolwiek uzasadnienia dla niedopuszczalnego odłożenia w czasie przeglądu dyrektywy 90/314/EWG z 13 czerwca 1990 r., który najpierw miał się odbyć pod koniec 2010 r., a następnie został przełożony w programie prac Komisji na początek 2011 r. i dotychczas nie doczekał się realizacji.

1.16 EKES z zadowoleniem przyjmuje większe zaangażowanie Komisji, Parlamentu i europejskich podmiotów społecznych w określenie europejskiej polityki turystycznej. Komitet będzie się nadal angażował w realizację przekazywanych w swoich opiniach celów i wartości na rzecz europejskiego modelu turystyki.

## 2. Wstęp

2.1 Nowa polityka turystyczna wyróżnia trzy główne cele, na których zasadzają się nowe ramy, a mianowicie:

- konkurencyjność,
- zrównoważony rozwój,
- promocja turystyki.

Jeżeli wymienione trzy filary zostaną należycie wsparte odpowiednimi strukturami i zasobami, zagwarantuje to właściwą podstawę dla niezwykle solidnej i przynoszącej korzystne efekty polityki turystycznej.

2.2 Komisja zwraca uwagę na pewne wyzwania, stojące obecnie przed branżą turystyczną, które pojawiły się lub nasiliły w ciągu ostatnich kilku lat. Jednak najistotniejsze wyzwania, które od lat pozostają niezmiennie, to sezonowość charakteryzująca branżę turystyczną, niedocenianie turystyki jako

istotnej rozwijającej się dziedziny działalności, niepewne warunki pracy osób zatrudnionych w branży turystycznej, bezrobocie strukturalne w tym sektorze, brak dostępu MŚP do odpowiedniego finansowania na dostosowanie się do ciągłych zmian i rozwoju branży turystycznej, jak również innowacyjność w dziedzinie turystyki. Komisja musi koniecznie zająć się tymi problemami. EKES wielokrotnie podkreślał w swoich opiniach, jak ważne jest stawienie im czoła oraz podjęcie odpowiednich działań <sup>(1)</sup>.

2.3 Turystyka jest ważnym rodzajem działalności i wywiera szczególnie pozytywny wpływ na wzrost gospodarczy, zrównoważony rozwój i zatrudnienie w Europie. Odgrywa też ważną rolę w życiu codziennym Europejczyków.

2.4 Popyt na usługi turystyczne zmniejsza się od 2008 roku. Jeśli zatem Europa pragnie zachować swoją pozycję najpopularniejszego kierunku turystycznego na świecie i możliwość czerpania z bogactwa i różnorodności znajdujących się w jej granicach obszarów, powinna wypracować wspólną politykę turystyczną.

2.5 Jeżeli Komisja Europejska faktycznie zamierza propagować nowe ramy działań mających podnieść konkurencyjność turystyki w UE i zwiększyć jej potencjał rozwojowy w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju, zdaniem Komitetu powinna ona sprecyzować swoje propozycje, uznając, że w interesie każdego państwa leży opracowanie własnego modelu i dynamiki rozwoju turystyki. Ze względu na transnarodowy charakter branży turystycznej występuje wyraźna potrzeba opracowania ogólnounijnych ram polityki turystycznej, przy jednoczesnym zapewnieniu państwom członkowskim UE pełnej elastyczności w kształtowaniu własnej polityki krajowej w tym zakresie. Należy pamiętać, że wydarzenia zachodzące w jednej części Unii Europejskiej mogą oddziaływać na płaszczyźnie turystycznej w innym państwie UE.

2.6 Przykładowo, choć państw Europy Południowej nie dotknęło zamknięcie przestrzeni powietrznej zarządzone wiosną 2010 r. z powodu chmury pyłu wulkanicznego, odczuły one spadek aktywności turystycznej wskutek negatywnych doniesień stwarzających atmosferę niesprzyjającą wybieraniu tych krajów jako kierunku podróży.

2.7 Zdaniem Komitetu ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego muszą opierać się na jasnym zestawie praw i obowiązków różnych podmiotów tego sektora. W komunikacie całkowicie pominięto tę kwestię. Dla jej rozwiązania szczególnie znaczący jest przegląd dyrektywy 90/314/EWG z 13 czerwca 1990 r., który najpierw miał się odbyć pod koniec 2010 r., a następnie został przełożony w programie prac Komisji na początek 2011 r. i dotychczas nie doczekał się realizacji, mimo iż dyrektywa jest już całkowicie nieaktualna. Opóźnienie przeglądu pozbawia konsumentów ochrony i osłabia ich zaufanie, hamuje rozwój turystyki i jest kluczowym elementem ram prawnych brakującym do skonkretyzowania nowych uprawnień przyznanych UE w tej dziedzinie na mocy traktatu.

<sup>(1)</sup> Dz.U. C 32 z 5.2.2004, s. 1.

### 3. Uwagi szczegółowe

3.1 Unia Europejska powinna wnieść swój wkład w to przedsięwzięcie i wesprzeć proces kształtowania dynamicznej polityki, która przyspieszy wzrost i stworzy warunki do zwiększenia atrakcyjności Europy. Opracowanie wspólnych planów wraz z konkretnymi działaniami nie powinno już leżeć w gestii Komisji. Powinna tym się zająć inna instancja prowadząca jednoznaczną politykę, która nie odwoływałaby się do starych koncepcji i która gwarantowałaby udział i status członka wszystkim podmiotom turystycznym, takim jak organizacje przedsiębiorstw i podmiotów działających indywidualnie w branżach turystycznych, związki zawodowe pracowników sektora, regiony lub krajowe izby turystyki. Ważną rolę mogłaby odgrywać tu, wspierając instytucje europejskie, Europejska Agencja Turystyki, której utworzenie Komitet proponował we wcześniejszych opiniach.

3.2 Za sprawę kluczową uznaje się, by zarówno Komisja, jak i inne instytucje UE, egzekwowały zasadę inteligentnego stanowienia prawa oraz by wszystkie wnioski ustawodawcze obejmowały należyłą ocenę skutków proponowanych rozwiązań dla branży turystycznej. W zaproponowanych ramach działania na rzecz turystyki nie wspomina się o potrzebie dokonywania, za każdym razem gdy przedstawiany jest nowy wniosek ustawodawczy UE, należytej oceny skutków, która określałaby potencjalny wpływ na sektor turystyczny. Jest to szczególnie istotne w takich wypadkach, jak na przykład proponowane uregulowania dotyczące oznakowania żywności, praw pasażerów i praw konsumenckich.

3.3 Turystyki nie powinno się traktować jako niezależnej dziedziny polityki, ale jako kwestię horyzontalną, na którą wpływają różne inne aspekty polityki UE, w szczególności w dziedzinie transportu, edukacji, zatrudnienia, badań i innowacji, zmiany klimatu, jednolitego rynku, bezpieczeństwa, konsumentów itd. Polityka turystyczna nie należy więc wyłącznie do kompetencji Dyrekcji Generalnej ds. Przedsiębiorstw Komisji Europejskiej, lecz należy ją prowadzić jednocześnie z pozostałymi dziedzinami polityki UE.

3.4 Obecny sposób propagowania i rozwoju usług turystycznych w całej UE wskazuje na brak organizacji i koordynacji, co stwarza trudności tym osobom, które pragną podróżować. Planowanie przejazdu na całym terytorium UE z wykorzystaniem środków komunikacji publicznej stanowi nie lada przedsięwzięcie, które wymaga koordynacji między różnymi rozkładami jazdy kolei, promów, autobusów itp., co sprawia, że zwykle nie da się zagwarantować udanej podróży.

3.5 Turystyka musi stawić czoła coraz silniejszej konkurencji ze strony krajów wschodzących lub rozwijających się, które przyciągają coraz więcej turystów. Aby zachować konkurencyjność, Europa powinna zaproponować zrównoważoną politykę i wykorzystać swoje liczne atuty, takie jak bezpieczeństwo i pewność w odniesieniu do:

- warunków społecznych i środowiska,
- transportu i przemieszczania się,
- pobytu (w każdym aspekcie),
- transakcji bankowych, handlowych i innych,

- zdrowia i przepisów higieny,
- opieki medycznej,
- służb porządku prawnego i bezpieczeństwa,
- dostępu do infrastruktury dla osób niepełnosprawnych lub osób o szczególnych potrzebach,
- opieki i usług pielęgnacyjnych,
- jakości,
- profesjonalizmu oraz jakości bezpośrednich i pośrednich usług indywidualnych,
- praw obywatelskich.

3.6 Łatwo zapominać o tym, że zwiedzając UE jako turyści, cieszymy się tak podstawowymi przywilejami, jak pewność, że wszędzie jest woda pitna, że możemy jeść bez ryzyka zatrucia pokarmowego czy chodzić po ulicach i wyruszać w podróż bez eskorty ochrony. Należałoby więc podkreślać te oczywiste zalety turystyki europejskiej, gdyż zapewniają one turystom poziom bezpieczeństwa, który w praktyce nie ma sobie równych w żadnym z czołowych kierunków turystyki światowej i daje Europie przewagę konkurencyjną przy wyborze i promocji celów turystycznych.

3.7 Europa powinna rozbudować i poprawić swój wizerunek na rynkach światowych i wspierać współpracę z Chinami, Rosją, Indiami, Brazylią, Japonią, Stanami Zjednoczonymi i krajami śródziemnomorskimi. Aby działania takie były możliwe, należy jednak pobudzać przedsiębiorczość i innowacyjność i poprawiać jakość oferowanych produktów, tak aby świadczone przez nas usługi i oferowana infrastruktura dorównywały ofercie naszych międzynarodowych konkurentów. Należy zmniejszyć sezonowość i silne wahania popytu, konsolidując i różnicując ofertę usług turystycznych. UE powinna doskonalić i poświadczać kompetencje zawodowe wszystkich osób uczestniczących w branży turystycznej, wystawiając wspólne i uznawane na terytorium całej UE certyfikaty kształcenia zawodowego, kładąc szczególny nacisk na wyniki kształcenia i ich ocenę. Te wspólne i uznawane certyfikaty są konieczne i okażą się użyteczne zarówno dla przedsiębiorstw, jak i dla pracowników w całej UE.

3.8 Obecne metody zbierania i analizy danych statystycznych są niedoskonałe. Luki w uzyskanych informacjach powodują, że podczas ustalania wytycznych podejmowane są niekompletne lub błędne decyzje. W związku z tym w komunikacie Komisji podkreśla się znaczenie, jakie ma poprawa jakości danych statystycznych i analiz dotyczących turystyki. Komisja uznaje to za konieczne w celu rozbudowania na poziomie europejskim bazy wiedzy społeczno-gospodarczej na temat turystyki. Zorganizowane gromadzenie danych statystycznych pozwoli nie tylko na informowanie i podejmowanie racjonalnych wyborów, ale pobudzi również do interdyscyplinarnej współpracy badawczej oraz do wymiany poglądów i doświadczeń. Bezwzględnie należy poprawić metody statystyczne i ich wyniki, oczywiście przy założeniu, że zbieranie danych nie może pociągać za sobą zwiększenia obciążeń administracyjnych w przedsiębiorstwach i wśród obywateli.

3.9 Ponad połowa państw członkowskich UE wprowadziła rachunek satelitarny turystyki, który okazał się niezwykle skutecznym narzędziem. Komisja powinna poszukać sposobów, którymi można by zachęcić pozostałe kraje do przyjęcia tej metody, oraz pomagać im w jej stosowaniu, co będzie również korzystne z punktu widzenia analizy porównawczej szczegółowych wyników. Ma to kluczowe znaczenie z uwagi na istotne zmiany tendencji i modeli zachowań w turystyce, jakich obecnie doświadcza Europa.

3.10 Prawdziwym bogactwem turystyki europejskiej jest różnorodność. Szeroka paleta wrażeń, których można doświadczyć w poszczególnych państwach europejskich, przyciąga zwiedzających, którzy wybierają je do celów turystycznych. Zróżnicowanie ich dziedzictwa kulturowego, przyrody, specjalów kulinarnych, win i historii sprawia, że każde z nich oferuje zwiedzającym inne doznania. Zachowanie tych różnic jest ważne i stanowi istotny atut przy promocji Europy w innych częściach świata.

3.11 Jako że znakomita większość firm turystycznych to małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP), należy wykorzystać ich dynamikę i wspomóc finansowo rozwój ich działalności gospodarczej. Powinniśmy skoncentrować się na ich wkładzie w zachowanie dziedzictwa kulturowego, jak również w rozwój społeczności lokalnej. To właśnie MŚP wchłaniają bezrobocie podstawowe (imigranci zarobkowi, osoby niewykwalifikowane) i wpływają na jego znaczny spadek, zatrudniając duży odsetek siły roboczej, a także przyczyniając się do zmniejszenia wykluczenia społecznego. Sektor prywatny musi być stroną w takich kwestiach jak marketing usług turystycznych oraz wsparcie zatrudnienia. Należy również wspierać powstawanie sieci między przedsiębiorstwami sektora.

3.12 Polityka turystyczna ma przekrojowy charakter. Szczególny wpływ wywiera na politykę transportową (prawa i bezpieczeństwo pasażerów oraz jakość transportu), pomoc państwa, rynek wewnętrzny (swoboda przedsiębiorczości i swoboda świadczenia usług związanych z turystyką, propagowanie usług wysokiej jakości, rozwój handlu elektronicznego), a także na opodatkowanie, często z negatywnym skutkiem (przeszkody podatkowe dla właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego, polityka podatkowa wobec MŚP sektora turystycznego, ulgi podatkowe). Należy więc wspierać ten sektor za pomocą konkretnych działań finansowych i odwrotnie, przedsiębiorstwa branży turystycznej powinny zaangażować się w inwestycje i zapewnić oraz zwiększyć zatrudnienie.

3.13 EKES z przekonaniem popiera mechanizm, który poprawi i wzmocni wymianę turystyczną między państwami członkowskimi i który umożliwi niektórym grupom społecznym – takim jak młodzież, osoby starsze, osoby o ograniczonej sprawności ruchowej i rodziny o niskich dochodach – podróżowanie, szczególnie poza sezonem. Równocześnie należy w większym stopniu skoordynować terminy wakacji szkolnych w państwach członkowskich. Państwa członkowskie, których gospodarka nie jest nakierowana na turystykę, powinny wspierać państwa, które są w odmiennej sytuacji, poprzez promowanie wśród swoich obywateli celów podróży znajdujących się w granicach UE. Europejscy przewoźnicy lotniczy powinni zrozumieć, że nie przyczyniają się do rozwoju turystyki i jednolitego rynku, oferując mieszkańcom Europy Północnej bilety do Azji w cenach często korzystniejszych niż bilety do Europy Południowo-Wschodniej.

3.14 Komitet uznaje, że należy wypracować specjalną, wspólną i nowatorską politykę wobec osób starszych i emerytów (oczekuje się, że grupa ta będzie stanowić 20 % ogółu społeczeństwa w 2020 r.), jak też osób niepełnosprawnych i o specjalnych potrzebach oraz osób o ograniczonej możliwości poruszania się, których liczba według ostatnich szacunków sięga 127 mln, przyciągając je produktem turystycznym skrojonym na ich miarę. Należy prowadzić specjalne szkolenia w celu sprostania potrzebom tych osób. Uwzględniając fakt, że w skład tych grup wchodzi także osoby, które często mają jednocześnie dużą siłę nabywczą, odpowiedni poziom kultury i wiele wolnego czasu, a ich potencjał na rynku jest nadzwyczaj istotny, UE powinna szczególnie propagować wspólną politykę skierowaną do nich, aby im pomóc w korzystaniu z przysługujących im praw i – bez dyskryminacji – z oferty turystycznej. Wysiłkom tym muszą jednak towarzyszyć działania ze strony sektora prywatnego, aby zapewnić odpowiednią infrastrukturę dla tego rynku.

3.15 Komitet wyraża przekonanie, że należy wspierać współpracę na szczeblu międzynarodowym, a zwłaszcza na rynkach, które są istotne dla UE. Trzeba zapewnić warunki sprzyjające uproszczeniu procedury wydawania wspólnej wizy europejskiej, aby przyciągnąć więcej osób z państw, które nie są stronami układu z Schengen. Turyści powinni mieć możliwość przemieszczania się z jednego kraju UE do drugiego, w związku z czym należy odpowiednio uprościć rozporządzenia i dyrektywy.

3.16 Na poziomie regionów należy zapewnić lepszą promocję, wzmacniając i wspierając następujące elementy europejskiego produktu turystycznego: szlaki kulturowe, współczesne dziedzictwo kulturowe, rezerwy przyrody, konserwację i propagowanie tradycyjnych budowli i rzemiosła, turystykę zdrowotną i pielęgnacyjną, turystykę uzdrowiskową, edukacyjną, winiarsko-gastronomiczną, historyczną lub religijną, agroturystykę, turystykę skupiającą się na morzu, promowanie i zachowywanie tradycji kulturalnych i gastronomicznych (tradycyjne restauracje i przedsiębiorstwa mające bezpośredni związek z historią danego regionu) oraz podwodne dziedzictwo kulturowe. Nie zawsze trzeba zwiększać liczbę miejsc noclegowych, należy raczej inwestować w poprawę jakości usług i infrastruktury w ośrodkach poprzez inwestowanie w nowe oferty, jak np. ośrodki kuracji zdrowotnych, zabiegów relaksacyjnych itp. Nigdzie we wniosku Komisji nie ma mowy o sposobie realizacji powyższych działań, a w szczególności nie są uwypuklone priorytety ani też harmonogram ich realizacji przez każde państwo członkowskie – z uwzględnieniem regionów – tak by działania te stanowiły wspólną europejską politykę turystyczną. Nie przewidziano też – a należałoby to zrobić – wspólnej akcji promocyjnej, która w tym kontekście wydaje się niezbędną inicjatywą.

3.17 EKES zgadza się z ideą utworzenia znaku europejskiego dziedzictwa kulturowego i proponuje równocześnie ustanowienie znaku europejskiego dziedzictwa gastronomicznego, z którym szłaby w parze ocena punktów żywienia i wspólne zharmonizowane przyznawanie im gwiazdek i certyfikatów, z odpowiednim wykorzystaniem różnych programów krajowych i europejskich, jak również z równoległym podejmowaniem innych działań, takich jak Europejskie Dni Dziedzictwa Kulturowego i Nagroda Unii Europejskiej związana z Dziedzictwem Kulturowym. Ponadto EKES proponuje zharmonizować przyznawanie gwiazdek hotelom w UE oraz ujednolicić system ich certyfikacji. Komitet zachęca Komisję, by

utrzymała Europejskie Forum Turystyki jako przestrzeń spotkań i analiz dla wszystkich podmiotów w sektorze, właściwych podmiotów krajowych, władz lokalnych i regionalnych oraz podmiotów społecznych w celu promowania europejskiej tożsamości w zakresie turystyki, która uwzględniałaby różnorodność i pluralizm.

3.18 Przedstawione ramy polityczne zawierają również propozycję opracowania europejskiej marki turystyki wysokiej jakości i oznakowania „Turystyka wysokiej jakości”, które wymagają poprawy standardów usług w całej branży. Rozwiązanie takie należy przyjąć z zadowoleniem. Jednak oznaczeniom jakości towarzyszyć powinny właściwe mechanizmy finansowania organizatorów turystyki, by mogli oni rozwijać swoją ofertę produktową i inwestować w podnoszenie standardu swojej bazy turystycznej i jakości świadczonych usług, a także w szkolenie i lepsze kwalifikacje personelu.

3.19 Połączenie gastronomii, punktów żywienia i turystyki stanowi wyraźną, alternatywną formę turystyki wysokiej jakości, która umożliwia turystom bezpośredni kontakt z gastronomią każdego państwa członkowskiego. W ten sposób następuje zróżnicowanie dostarczanych usług. Coraz liczniejsi turyści podróżujący po UE interesują się gastronomią. W ten sposób kuchnia staje się narzędziem promowania produktów europejskich i przyjemności jedzenia. Należy koniecznie propagować artykuły spożywcze i napoje, przepisy kulinarne oraz „szlaki przysmaków i win”, wspierając skoordynowaną współpracę, zapewniającą w sposób alternatywny wartość dodaną i wzmocnienie więzi między jedzeniem a turystyką.

3.20 **Szkolenie pracowników sektora turystycznego** stanowi niewątpliwie znaczącą inwestycję w turystykę europejską, w szczególności dla MŚP. Wprowadzenie nowych technologii i metod pracy stworzyło popyt na wyspecjalizowany personel. Objęcie pracowników sektora turystycznego unijnymi programami doskonalenia zawodowego i szkolenia stosowanymi już w innych branżach jest pozytywnym działaniem, które ułatwi przystosowanie do nowych uwarunkowań technologicznych dominujących w tym sektorze. Należy również opracować ogólnoeuropejski certyfikat szkolenia zawodowego, opierający się na wspólnych wynikach kształcenia i wspólnym „zakresie obowiązków”, który można wykorzystać w sposób autonomiczny i niezależny, dzięki krajowym lub lokalnym procedurom zatwierdzania, z odniesieniem do istniejących krajowych ram certyfikacyjnych. Szkolenie zakończone przyznaniem certyfikatu szkolenia zawodowego powinno być obowiązkowe w branży turystycznej. Zdaniem Komitetu impuls nadany przez komunikat z Brugii o ściślejszej europejskiej współpracy w dziedzinie kształcenia i szkolenia zawodowego ma duże znaczenie dla kształcenia w sektorze turystyki. Będzie ono szczególnie atrakcyjne, jeśli uczestnicy będą mogli liczyć na stabilne i dobre warunki pracy.

3.21 Plan szkoleń i rozwoju zdolności interpersonalnych powinien obowiązkowo obejmować naukę języków obcych wśród pracowników sektora turystycznego, z uwzględnieniem specyfiki kulturowej. Jednocześnie należy przyznawać certyfikaty szkolenia zawodowego odpowiadające wytycznym Komisji Europejskiej i Europejskiego Centrum Kształcenia Zawodowego. Należałoby zwrócić szczególną uwagę na zawody związane z turystyką, takie jak zawód przewodnika, które bezpośrednio dotyczą dziedzictwa kulturowego, a których przedstawiciele powinni posiadać wykształcenie w danej dziedzinie i być

w stanie odpowiednio ukazywać jakość tego dziedzictwa. Dlatego też powinni oni uzyskiwać certyfikat wydawany przez władze lokalne, znaczący zabytki regionu, w którym chcą pracować, nawet jeśli jest to praca czasowa, i posiadać niezbędną znajomość języka, którym mówi się w tym regionie, oraz języka osób przez siebie oprowadzanych, zgodnie z obowiązującymi przepisami – przed rokiem 1975 była to norma CEN (EN 13809 z 2003 r.), a od tamtej pory – dyrektywy 75/368/WE i 92/51/WE. Odpowiednie świadectwa powinny dotyczyć wszystkich zawodów branży turystycznej, np. kelnerów, kucharzy, animatorów i ogólnie wszystkich osób pozostających w kontakcie z turystami.

3.22 EKES sądzi, że należałoby poważnie zastanowić się nad strategią „all inclusive”, realizowaną przez liczne przedsiębiorstwa w wielu państwach członkowskich, której ostateczne efekty są całkowicie odwrotne do oczekiwanych. Niestety bardzo wyraźnie widać pogłębienie się problemów, przed którymi stoją MŚP w rejonach położonych w pobliżu klubów „all inclusive” i dużych kompleksów hotelowych.

3.23 Bezwzględna konkurencja między wielkimi zagranicznymi operatorami turystycznymi a hotelami, które starają się sprzedawać „pakiety” w celu zapewnienia sobie rezerwacji wszystkich dostępnych miejsc, doprowadziła do obniżenia jakości świadczonych usług, w wyniku czego niektóre regiony turystyczne zyskały sobie za granicą złą sławę. Wobec takiej presji małe i średnie przedsiębiorstwa zmuszone są do świadczenia usług po cenach niższych od ponoszonych kosztów, co prowadzi do ich zniknięcia z rynku lub bankructwa.

3.24 Nie należy kategorycznie odrzucać systemu „all inclusive”, ponieważ prawdopodobnie zaspokaja on potrzeby określonego segmentu popytu w turystyce, trzeba jednak wdrażać go, podobnie jak i pozostałe produkty turystyczne, przestrzegając prawa i zasad uczciwej konkurencji między ofertami, w sposób kontrolowany, korzystając z własnych zasobów i z wykluczeniem pomocy państwa. Dochody z turystyki powinny być dystrybuowane jak najszerzej, tak aby rozwijały się również „okolice” dobrego hotelu. Turysta powinien mieć możliwość wyboru, gdzie wydać swoje pieniądze: w samym hotelu czy w jego okolicy. Niemniej ten segment rynku należy do niewielu, które odnotowały wzrost, pomimo spadku obrotów obserwowanego w ostatnich latach w przypadku tradycyjnych organizatorów turystyki. Chociaż najważniejsza zawsze powinna być jakość, trzeba jednak docenić fakt, iż pojawiają się całe ośrodki, którym udało się rozwinąć na tym rynku w ostatnich latach. Należy więc opracować jasną definicję rynku „all inclusive”, która odpowiedzialaby produktowi wysokiej jakości, tak aby wyeliminować z rynku produkty i usługi niższej jakości sprzedawane pod znakiem „all inclusive”.

3.25 **Sezonowość turystyki**, wynikająca z podaży turystycznej nadmiernie skoncentrowanej w lipcu i sierpniu, ogranicza możliwości rozwojowe tego sektora i ich przenikanie do całej gospodarki, co odbija się na przepływie dochodów i zapobiega optymalnemu wykorzystaniu istniejącej infrastruktury i personelu. Działania mające na celu zwiększenie zdolności do zatrudnienia personelu oraz rentowności infrastruktury poza sezonem doprowadzą do bardziej aktywnego i produktywnego zarządzania zasobami ludzkimi, natomiast skoordynowanie wykorzystania struktur hotelowych, również poza sezonem, przez pewne grupy społeczne lub przez szkoły

zdecydowanie wydłuży sezon turystyczny i przyniesie wynikające z tego korzyści. Istotnym wkładem w złagodzenie skutków sezonowości byłoby lepsze rozłożenie w czasie wakacji pracowników, przy zastosowaniu odpowiednich środków zachęty. Dzięki zwiększonemu wykorzystaniu istniejącej infrastruktury turystycznej i zasobów ludzkich w okresie poza sezonem przedsiębiorcy mogliby wydajniej korzystać ze swoich obiektów i zwiększyć ich produktywność oraz mieć oparcie w bardziej stałym i aktywnym personelu. EKES docenia fakt, że inicjatywa „Calypso” była pierwszym krokiem w tym kierunku. Wzywa Komisję i Parlament Europejski do promowania tej inicjatywy, przede wszystkim poprzez zobowiązania budżetowe, ze względu na jej wpływ na społeczeństwo i turystykę w Europie.

3.26 Komitet uważa, że turystyka jest silnie powiązana ze środowiskiem naturalnym i że istnieją wszelkie powody, by je chronić i wspierać. Przy właściwym planowaniu i realizacji odpowiedniej polityki turystycznej ruch turystyczny nie będzie niszczył krajobrazów, nie będzie pożerał zasobów ani zmieniać procesów przyrodniczych. To właśnie dzięki turystyce wyeksponowano i rekultywowano wiele rejonów przedtem uważanych za miejsca, których lepiej unikać, jak np. strefa doków w Londynie czy też plaża w Barcelonie koło portu, co równocześnie stworzyło miliony miejsc pracy w UE.

3.27 Komisja słusznie stwierdziła, że w dłuższej perspektywie wyzwanie związane ze zmianą klimatu będzie źródłem poważnych przemian w branży turystycznej i hotelarskiej. Podmioty gospodarcze uwzględniły już zmianę wzorców w zakresie opracowywania, komponowania i sprzedaży produktów turystycznych, polegającą na ekologizacji procedur obowiązujących w tej branży. Na poziomie państw członkowskich należy podjąć analizę skutków zmiany klimatu dla turystyki oraz przyjąć właściwe środki dostosowawcze odpowiadające prognozom dotyczącym konsekwencji zmiany klimatu dla konkurencyjności.

3.28 Planowane działania Komisji zmierzające do zróżnicowania produktu turystycznego uwzględniają dynamiczny charakter tego sektora, który jest w bezpośrednim kontakcie z klientami i reaguje na ich liczne żądania. Wspieranie nietypowych form turystyki i ich systematyczniejsze propagowanie pozwoli automatycznie lepiej wykorzystać miejscowe warunki naturalne i wyjątkowe atuty każdego regionu.

3.29 UE musi również zmierzyć się z problematyką dotyczącą sfery socjalnej, spójności terytorialnej i jej ochrony.

3.30 Również **działania zmierzające do większej mobilizacji środków finansowych** UE na rozwój turystyki wywołają dynamikę tego sektora, nadając priorytetowe znaczenie regionom w fazie dezindustrializacji, które mają perspektywy turystyczne.

3.31 Turystyka morska i w rejonach nadmorskich ma zasadnicze znaczenie jako katalizator rozwoju gospodarczego. Należy realizować działania na rzecz jej rozwoju w ramach zintegrowanej polityki morskiej UE. Dywersyfikacja działalności gospodarczej w kierunku turystyki ma priorytetowe znaczenie w wielu obszarach nadmorskich, w których tendencja spadkowa gospodarki, szczególnie związanej z rybołówstwem i przemysłem stoczniowym, rolnictwem lub przemysłem wydobywczym, przyczyniła się do zmniejszenia dochodów i wzrostu bezrobocia. Przedsiębiorstwa sektora turystycznego, zwłaszcza małe przedsiębiorstwa i mikroprzedsiębiorstwa, są często aktywne na wybrzeżach lub w podobnych strefach turystycznych i dlatego nie tylko posiadają wymiar biznesowy i społeczny, lecz reprezentują również długoletnie tradycje, które w niektórych państwach członkowskich sięgają przeszło półwiecza, i również dla ludności lokalnej stanowią prawdziwe dziedzictwo kulturowe. Dlatego też, w poszanowaniu przepisów UE i kierując się dbałością o dziedzictwo kulturowe, wysoką jakością i historię wszystkich miejsc, w których działają te rodzinne firmy, można zaproponować podjęcie pewnych inicjatyw w celu ochrony tych lokalnych firm.

3.32 UE musi zwracać uwagę na publikacje dotyczące jej państw członkowskich, ponieważ mogą one sprawiać, że potencjalny turysta spoza UE będzie negatywnie odnosić się do perspektywy odwiedzenia danego kraju i zwiększać jego poczucie niepewności, co miałyby bardzo niekorzystne skutki dla promocji turystyki. UE powinna powołać specjalną grupę ds. zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych w dziedzinie turystyki europejskiej i zlecić każdemu z państw członkowskich, by utworzyło analogiczną strukturę i zapewniło jej sprawne funkcjonowanie.

3.33 Europejska polityka turystyczna oraz działania poszczególnych krajów w tej dziedzinie powinny uwzględniać wszelkie zmiany strukturalne i dążyć do zapobiegania bezrobociu strukturalnemu, a także zapewnić korzystne rozłożenie inwestycji związanych z turystyką.

Bruksela, 21 września 2011 r.

Przewodniczący  
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego  
Staffan NILSSON