

SL

SL

SL



EVROPSKA KOMISIJA

Bruselj, 30.6.2010
COM(2010) 352 konč.

**SPOROČILO KOMISIJE EVROPSKEMU PARLAMENTU, SVETU, EVROPSKEMU
EKONOMSKO-SOCIALNEMU ODBORU IN ODBORU REGIJ**

**Evropa, prva svetovna turistična destinacija – nov okvir evropske
turistične politike**

SPOROČILO KOMISIJE EVROPSKEMU PARLAMENTU, SVETU, EVROPSKEMU EKONOMSKO-SOCIALNEMU ODBORU IN ODBORU REGIJ

Evropa, prva svetovna turistična destinacija – nov okvir evropske turistične politike

1. UVOD

Turizem je pomembna gospodarska dejavnost z zelo pozitivnim vplivom na gospodarsko rast in zaposlovanje v Evropi. Hkrati ima vse pomembnejše mesto v življenju evropskih državljanov, saj ti vedno več potujejo, tako poklicno kot zasebno. Turizem ni povezan le s kulturno in naravno dediščino, ampak tudi s tradicionalnimi in sodobnimi kulturami Evropske unije, ter odlično ponazarja potrebo po uravnoteženju gospodarske rasti s trajnostnim razvojem, vključno z etično razsežnostjo. Prav tako lahko pomembno prispeva h krepitvi podobe Evrope v svetu ter je sredstvo za širjenje naših vrednot in privlačnosti evropskega modela, ki je sad stoletnih kulturnih izmenjav, jezikovne različenosti in ustvarjalnosti.

Evropski turizem se je pred nedavnim znašel v težkih gospodarskih razmerah, ki jih je še poslabšal izbruh vulkana Eyjafjöll. Pokazala se je ranljivost sektorja, vendar tudi njegova sposobnost preživetja zaradi pomena, ki ga imajo potovanja in počitnice v življenju Evropejcev. Posledice gospodarske in finančne krize iz leta 2008, ki je prizadela vsa gospodarstva, so očitne tudi v povpraševanju po turističnih storitvah. Nedavna prekinitev zračnega prometa aprila in maja 2010 zaradi oblaka vulkanskega pepela je močno prizadela potovanja po Evropi ter povzročila obilo škode letalskim prevoznikom, potovalnim agencijam in organizatorjem potovanj ter turistom samim.

Težke razmere za turistično industrijo so razkrile nekatere izzive, s katerimi se mora spoprijeti evropski turistični sektor. Pri odgovoru nanje je bistveno, da vsi akterji sektorja združijo svoja prizadevanja in sodelujejo na podlagi utrjenega okvira politike, v katerem bodo upoštevane nove prednostne naloge EU iz strategije „Evropa 2020“. Evropa mora ostati prva svetovna turistična destinacija, ki bo znala ovrednotiti svoje bogastvo in raznovrstnost svojega ozemlja.

Cilj sporočila Komisije je spodbuditi usklajevanje pobud, povezanih s turizmom, ter oblikovati akcijski okvir za povečanje konkurenčnosti evropske turistične industrije in okrepitev njene sposobnosti za trajnostno rast. Za doseg te ciljev Komisija predlaga različne pobude evropske ali večnacionalne razsežnosti, ki bodo v celoti omogočile izvajanje pristojnosti na področju turizma, ki jih Uniji daje Lizbonska pogodba.

2. EVROPSKA TURISTIČNA INDUSTRIJA, ODSLEJ PODPRTA Z JASNIMI PRISTOJNOSTMI, KOT KLJUČNI DEJAVNIK EVROPSKE RASTI

2.1. Vse večji gospodarski pomen

Turizem kot gospodarska dejavnost ustvarja rast in delovna mesta v Evropski uniji, hkrati pa prispeva k razvoju ter krepí ekonomsko in socialno povezanost, zlasti na podežlju, hribovitih in obalnih območjih, otokih, v oddaljenih in najbolj oddaljenih regijah ter konvergenčnih

regijah. Evropska turistična industrija¹ ustvarja več kot pet odstotkov BDP Evropske unije, ta delež pa se stalno povečuje. Turistični sektor EU sestavlja približno 1,8 milijona podjetij, zlasti MSP, ki zaposlujejo okrog 5,2 odstotka celotne delovne sile (približno 9,7 milijona delovnih mest) z velikim deležem mladih². Turizem je za trgovino ter distribucijo in gradbeništvo tretja največja družbeno-gospodarska dejavnost EU. Ob upoštevanju povezanih sektorjev³ je delež turizma v domačem bruto proizvodu še večji, kajti po ocenah ustvarja več kot 10 % BDP Evropske unije in približno 12 % vseh delovnih mest. Poleg tega je iz gibanja v zadnjih desetih letih razvidno, da je v turizmu zaposlovanje skoraj vedno raslo hitreje kot v preostalem gospodarstvu.

Evropska unija je še zmeraj prva turistična destinacija na svetu: leta 2008 jo je obiskalo 370 milijonov mednarodnih turistov, kar je 40 % vseh svetovnih turističnih obiskov⁴. Med mednarodnimi turisti v EU je bilo 7,6 milijona turistov iz držav skupine BRIC (Brazilija, Rusija, Indija in Kitajska), pri čemer je opaziti močno povečanje števila obiskov iz teh držav glede na leto 2004 (4,2 milijona). Ti obiski so ustvarili za 266 milijard EUR prihodkov, od tega je 75 milijard EUR treba pripisati obiskom turistov iz držav zunaj Evropske unije⁵. Število potovanj evropskih prebivalcev pa se ocenjuje na približno 1,4 milijarde, od tega 90 % znotraj EU. Po ocenah Svetovne turistične organizacije (STO) naj bi se število mednarodnih turistov v Evropi v prihodnjih letih močno povečalo. Navsezadnje so Evropejci tudi med najštevilnejšimi turisti v tretjih državah in so tako pogosto zelo pomemben vir prihodka. Navedeni podatki pričajo o potrebi po poglobitvi zunanje razsežnosti turistične politike EU ne le za ohranitev turističnih tokov iz tretjih držav, ampak tudi za podporo partnerjem EU, zlasti v Sredozemlju.

2.2. Izrecne pristojnosti, ki jih EU daje Lizbonska pogodba, dopolnjujejo dosedanje dosežke

Evropska komisija si v posvetovanju z državami članicami in združenji turističnega sektorja že več let močno prizadeva za sprejetje številnih ukrepov za okrepitev evropskega turizma in njegove konkurenčnosti⁶. Sočasno je pri vseh vrstah prevoza vzpostavila celovit in zelo razvit sistem za varstvo potnikov in potrošnikov, vključno z invalidi in osebami z omejeno mobilnostjo⁷.

Evropska unija je postopoma postavila temelje evropske turistične politike, pri čemer je posebno pozornost namenila odločilnim dejavnikom njene konkurenčnosti, hkrati pa spoštovala zahteve trajnostnega razvoja. Lizbonska pogodba priznava pomen turizma: Evropska unija ima odslej pristojnosti v politiki turizma, s katerimi lahko podpira, usklajuje in

¹ Klasični ponudniki potovanj in turističnih storitev (hoteli, restavracije, potovalne agencije, izposojevalnice vozil, čarterski letalski prevozniki, turistični avtobusi, križarke itd.), ki obiskovalcem neposredno ponujajo blago in storitve.

² Študija o konkurenčnosti turističnega sektorja v Evropski uniji iz septembra 2009 (glej http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0).

³ Zlasti sektorji distribucije, gradbeništva, prevozna podjetja na splošno (letalski, železniški, pomorski promet, linijski avtobusi itd.) in sektor kulture (vključno s kulturnimi in ustvarjalnimi industrijami).

⁴ Svetovni turistični barometer. STO, zvezek 8, januar 2010.

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

⁶ Sporočilo Komisije „Program za trajnostni in konkurenčni evropski turizem“, COM(2007)621 konč. in Sporočilo Komisije „Obnovljena turistična politika EU: Na poti k močnejšemu partnerstvu za evropski turizem COM(2006) konč.

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

dopolnjuje ukrepanje držav članic. To je pomemben napredek, saj omogoča potrebno jasnost in vzpostavitev enotnega okvira za ukrepanje.

V skladu s členom 195 Pogodbe o delovanju Evropske unije, lahko ta:

- spodbuja konkurenčnost podjetij sektorja in ustvarja okolje, naklonjeno njihovem razvoju,
- spodbuja sodelovanje med državami članicami, zlasti z izmenjavo dobre prakse,
- oblikuje celovit pristop k turizmu tako, da ta sektor upošteva pri drugih politikah.

Nov pravni okvir dejansko omogoča izvajanje ukrepov z veliko evropsko dodano vrednostjo, pri katerih je upoštevana potreba po zmanjšanju upravnega bremena. Od ukrepov morajo imeti koristi vse države članice Evropske unije, saj je razvoj turističnega potenciala v interesu vsake od njih, čeprav v različni meri.

3. IZZIVI IN PRILOŽNOSTI ZA EVROPSKO TURISTIČNO INDUSTRIJO

Evropski turizem se spoprijema z velikimi izzivi, ki pa so tudi priložnosti: industrija se mora prilagoditi družbenemu razvoju, ki bo vplival na turistično povpraševanje, hkrati pa upoštevati omejitve pri sedanjí strukturi turističnega sektorja, njegovih posebnostih in ekonomsko-socialnem okviru.

Evropski turizem se je pred nedavnim znašel v težkih gospodarskih razmerah, ki so se zaradi izbruha vulkana Eyjafjöll še poslabšale.

Najprej je gospodarska in finančna kriza iz leta 2008, ki je zajela vsa gospodarstva, močno prizadela tudi povpraševanje po turističnih storitvah. Čeprav Evropejci niso nehali potovati, so se prilagodili razmeram in se odločali za bližje destinacije oziroma omejili čas bivanja ter izdatke na cilju potovanja⁸. Tako je turistična dejavnost v Evropi leta 2009 upadla za približno 5,6 %. Vendar se v teh splošnih podatkih skrivajo velike razlike: nekatere regije, zlasti na vzhodu in severu Evrope, so bile še posebej prizadete in so občutile do 8-odstotni čisti upad turističnega obiska. Kriza še traja in obeti za rast turistične dejavnosti so še zmeraj slabi. Po ocenah STO naj bi od leta 2010 število mednarodnih turistov sicer začelo naraščati, vendar bo za ponovno oživitev turizma v Evropi verjetno potrebno več časa kot v drugih delih sveta, na primer v Aziji.

Razmere je dodatno poslabšala prekinitev zračnega prometa meseca aprila in maja 2010 zaradi oblaka vulkanskega pepela. Škodo je težko oceniti, vendar naj bi po nekaterih ocenah potovanje odpovedalo več kot 2 milijona mednarodnih turistov, kar naj bi organizatorjem potovanj povzročilo za skoraj milijardo evrov neposrednih stroškov. K temu je treba prišteti še izgube prihodka v hotelirstvu in drugih s turizmom povezanih dejavnostih, ki so se z dobičkom pri nekaterih storitvah, kot sta najem avtomobilov ali prevoz s taksiji, komaj izravnale. Posledice prekinitve letov in nekatere možnosti ukrepanja so bile preučene na videokonferenci z ministri in državnimi sekretarji za turizem, ki jo je 28. aprila 2010 organizirala Evropska komisija, da bi ocenila učinek „vulkanske“ krize na turizem.

⁸ Število mednarodnih turistov v Evropi se je v letu 2009 na splošno zmanjšalo za približno 5,6 %, v nekaterih regijah, zlasti na vzhodu in severu Evrope, pa celo do 8 %. (Svetovni turistični barometer. STO, zvezek 8, januar 2010).

Zaradi spremenjenih razmer je treba turistični sektor prilagoditi novim zahtevam. Razvoj turizma v Evropi je danes odvisen od več dejavnikov.

Kot drugi gospodarski sektorji se tudi turistična industrija spoprijema z vedno ostrejšo svetovno konkurenco, saj države v vzponu in države v razvoju pritegujejo vedno več turistov. Zato mora Evropa ponuditi trajnosten in kakovosten turizem, ki bo temeljil na njenih primerjalnih prednostih, zlasti raznovrstnosti ozemlja in izjemnega kulturnega bogastva⁹. Prav tako mora okrepiti sodelovanje z državami, ki so zaradi naraščajočega življenjskega standarda potencialni vir njenega turizma.

Drugi pomembni izziv so demografski razvoj v Evropi ter z njim povezane nove navade in pričakovanja turistov. Turistična industrija se mora hitro odzvati na te spremembe, da bi ostala konkurenčna. Leta 2020 bo v Evropi predvidoma 20 % prebivalcev, starejših od 65 let. Ta del prebivalstva ima pomemben tržni potencial zaradi kupne moči in prostega časa, vendar se mora turistični sektor prilagoditi njegovim potrebam. Enako velja za turiste z omejeno mobilnostjo, katerih število prav tako narašča (po sedanjih ocenah jih je 127 milijonov). Ti imajo posebne potrebe, ki jih je treba upoštevati pri oblikovanju turistične ponudbe.

V turistično politiko je treba vključiti še druge strukturne izzive. Tako je pri turistični ponudbi odslej treba upoštevati podnebne spremembe, omejenost vode in virov energije, tveganje izgube biotske raznovrstnosti ali tudi škodo, ki jo lahko množični turizem povzroči kulturni dediščini. Turistična podjetja morajo omejiti porabo pitne vode ob grožnji suše, zmanjšati emisije toplogrednih plinov in škodo, ki jo povzročajo okolju.

V naslednjih letih bi lahko spremenjene podnebne razmere zahtevale preoblikovanje vzorcev potovanja in prizadele nekatere destinacije. Poleg tega bi lahko stanjšana snežna odeja v goratih delih Evrope povzročila upad zimskega turizma, hkrati pa bi se lahko zaradi dviga morske gladine spremenil turizem obalnih območij. Pri evropski turistični politiki in nacionalnih turističnih politikah je treba upoštevati vse navedene strukturne spremembe ter oblikovati ukrepe za spopadanje s strukturno brezposelnostjo, pri tem pa upoštevati potrebo po učinkoviti porazdelitvi naložb v turističnem sektorju.

Razvoj informacijskih in komunikacijskih tehnologij (IKT) ter njihova vse bolj razširjena uporaba med potrošniki sta prav tako močno spremenila odnose med turistično industrijo in uporabniki turističnih storitev. Ocena ozaveščenosti glede IKT ter njihove dostopnosti in uporabe med različnimi zadevnimi akterji je pokazala, da se uporaba teh tehnologij pri ponudnikih turističnih storitev razlikuje in je odvisna od dejavnikov, kot so osnovna znanja, velikost in relativni položaj v verigi turističnih storitev.

Turistična podjetja, zlasti MSP, se zaradi omejenih finančnih virov in pomanjkanja usposobljenega osebja ne morejo zmeraj dovolj hitro prilagajati, da bi se odzvala na vse izzive in izkoristila vse priložnosti.

Evropski turistični sektor se poleg tega spoprijema še z dodatnimi izzivi, ki izhajajo iz njegovih značilnosti. Ti so povezani s potrošniškimi vzorci, zlasti sezonsko porazdelitvijo destinacij in počitniškimi potovanji, ter vzorci proizvodnje, tj. vrednostnimi verigami in turističnimi destinacijami. Turistično povpraševanje je največje julija in avgusta. Sezonskost evropskega turizma ne vpliva le na tok prihodkov, ampak pomeni tudi neoptimalno uporabo infrastrukture in osebja.

⁹ V EU je 300 od 800 krajev z Unescovega seznama svetovne dediščine.

4. AMBICIOZNI CILJI ZA NOV OKVIR UKREPANJA

Zaradi krize in vse večjih omejitev se mora evropski turizem spremeniti, to pa zahteva vrsto prilagoditev na vseh ravneh. Evropska unija mora k temu procesu prispevati z odločno politiko za pospešitev rasti in zagotovitev razmer, ki bodo povečale privlačnost evropskega turizma.

V skladu z Lizbonsko pogodbo je cilj evropske turistične politike spodbuditev konkurenčnosti turizma ob upoštevanju, da je njegova konkurenčnost dolgoročno tesno povezana s „trajnostjo“ njegovega razvojnega vzorca. Trajnost turizma je jasno umeščena v novo gospodarsko strategijo Unije „Evropa 2020“, zlasti v vodilno pobudo „Industrijska politika za dobo globalizacije“. Poleg tega lahko turizem prispeva tudi k izvajanju preostalih vodilnih pobud, zlasti pobud „Unija inovacij“, „Evropski program za digitalne tehnologije“¹⁰ in „Program za nova znanja in spretnosti ter nova delovna mesta“. Oblikovanje aktivnejše turistične politike, ki bo temeljila zlasti na celovitem uresničevanju svoboščin, ki jih zagotavljajo pogodbe, lahko močno prispeva k ponovnemu zagonu enotnega trga.

Prednostni cilj evropskega akcijskega okvira je spodbuditi razcvet turizma v Evropi. Vendar mora biti namenjena tudi reševanju socialnih vprašanj in vprašanj, povezanih s teritorialno kohezijo ter varstvom in ovrednotenjem naravne in kulturne dediščine. Akcijski okvir je namenjen tudi krepitevi odpornosti turizma proti učinkom podnebnih sprememb in njegove sposobnosti za spoprijemanje z morebitnimi strukturnimi spremembami, ki jih sam poraja. Poleg tega turizem posredno krepi občutek evropskega državljanstva s spodbujanjem stikov in izmenjav med govorniki različnih jezikov ter pripadniki različnih kultur in izročil. V zvezi s tem je pomembno tudi, da evropski državljani poznajo svoje pravice in jih uveljavljajo pri potovanjih znotraj ali zunaj Evropske unije: treba jim je omogočiti, da svoje pravice kot evropski državljani enako preprosto uveljavljajo kot doma. Komisija bo predlagala, kako najbolje odpraviti ovire, s katerimi se srečujejo evropski državljani pri dostopanju do turističnih storitev zunaj svoje države.

Zahteve, ki jih mora izpolnjevati ambiciozna evropska politika, so potrdili na neuradnem ministrskem srečanju o turizmu, ki je potekalo 15. aprila 2010 na pobudo španskega predsedstva EU. To srečanje je sledilo konferenci na visoki ravni v Madridu 14. aprila 2010, ki je bila prava „splošna skupščina“ evropskega turizma. Bilo je odločilno, saj je spodbudilo zavezo Unije in vseh njenih držav članic k razvoju konkurenčnega, trajnostnega, sodobnega in družbeno odgovornega turističnega sektorja. Ministri EU so tako podprli „Madridsko deklaracijo“, ki vsebuje vrsto priporočil za izvajanje utrjene evropske turistične politike. Deklaracija poudarja potrebo po okrepitvi trajnostne konkurenčnosti sektorja in priznava dodano vrednost ukrepov EU v turizmu, ki s celovitim pristopom koristno dopolnjujejo prizadevanja držav članic.

Za dosego teh ciljev se ukrepi za spodbujanje turizma lahko delijo na štiri sklope:

- (1) ukrepi za okrepitev konkurenčnosti evropskega turističnega sektorja,
- (2) ukrepi za spodbujanje trajnostnega, odgovornega in kakovostnega turizma,
- (3) ukrepi za utrditev podobe in okrepitev razpoznavnosti Evrope kot skupnosti trajnostnih in kakovostnih turističnih destinacij,

¹⁰ Sporočilo Komisije „Evropska digitalna agenda“ COM(2010) 245.

- (4) ukrepi za čim boljši izkoristek potenciala politik in finančnih instrumentov EU pri razvoju turizma.

Ti štirje sklopi so ogrodje novega akcijskega okvira za turizem, ki ga bo Komisija izvajala v tesnem posvetovanju z državami članicami in najpomembnejšimi akterji turistične industrije.

5. AKCIJSKI OKVIR, KI BO KOS IZZIVOM

V skladu z navedenimi cilji in novim institucionalnim okvirom Lizbonske pogodbe je Evropska komisija prepričana, da je možno izvesti nekatere ukrepe evropske ali večnacionalne razsežnosti, pri tem pa upoštevati načelo subsidiarnosti, kakor je določeno v Pogodbi, ter nacionalne pristojnosti v turizmu.

5.1. Okrepiti konkurenčnost evropskega turističnega sektorja

Povečanje konkurenčnosti turizma v EU je ključna za okrepitev sektorja naproti dinamični in trajnostni rasti. Za doseg tega cilja je treba razviti sposobnost inovacij v turizmu, izboljšati kakovost turistične ponudbe v vseh pogledih ter strokovno usposobljenost zaposlenih v turističnem sektorju, obvladati učinke sezonskosti povpraševanja, razvejiti turistično ponudbo ter prispevati k izboljšanju statističnih podatkov in analiz v zvezi s turizmom. Turistični sektor ima velik potencial za razvoj podjetništva, kajti sestavljajo ga zlasti mala in srednja podjetja (MSP). Poleg tega v povezavi z rokodelstvom in umetnostno obrtjo ustvarja sinergije, ki lahko prispevajo k varstvu kulture dediščine in razvoju lokalnih gospodarstev.

Razvejitev turistične ponudbe

Evropska unija lahko prispeva k razvejitvi turistične ponudbe tako, da spodbuja turistične tokove znotraj EU z ovrednotenjem tematskih turističnih proizvodov na evropski ravni. Dejansko lahko nadnacionalne sinergije izboljšajo promocijo in razpoznavnost turizma. Tako omogočajo vključitev celotne dediščine v vsej svoji raznovrstnosti: kulturne dediščine (vključno s kulturnimi potmi), sodobnega kulturnega ustvarjanja, zaščitene naravnih območij, turizma wellness in zdravstvenega turizma (vključno s topliškim turizmom), izobraževalnega, eno-gastronomskega, zgodovinskega, športnega in verskega turizma, turizma na kmetiji, podeželskega turizma ali turizma za ovrednotenje pomorske in podvodne kulturne dediščine, industrijske dediščine ali gospodarskega tkiva regij.

Komisija je zato že začela sodelovati s Svetom Evrope na področju kulturnega turizma, da bi lažje ocenila njegov učinek in izboljšala njegovo razpoznavnost. V zadnjih letih so nastale še druge čezmejne pobude, npr. evropske kolesarske poti ali romarske poti, kot sta Via Francigena in Santiago de Compostela. Komisija meni, da bi bilo treba več od teh pobud uradno priznati in jih utemeljiti na evropski ravni, saj bi se tako potrdila njihova nadnacionalnost. Priznanje evropskega poslanstva takih pobud bi lahko sprožilo podobno dinamiko kot uspeh evropskih prestolnic kulture, ki so se z izvajanjem vsakoletnih velikopoteznih in privlačnih kulturnih programov na evropski ravni izkazale za spodbujevalca lokalnega razvoja in turizma¹¹. To izkušnjo bi lahko razširili na regije mreže „Natura 2000“, ki se razprostirajo čez več kot 17 % evropskega ozemlja in so zanimive za razvoj turizma ob upoštevanju načel ohranitve zadevnih naravnih območij.

¹¹ V povprečju so v obdobju 1995–2004 mesta, ki so v danem letu nosila naziv evropskih prestolnic kulture, beležila 12-odstotno povečanje števila nočitev glede na leto prej.

PREDVIDENI UKREPI:

- (1) Oblikovanje skladne strategije za razvejeno promocijo turistične ponudbe ter boljše ovrednotenje skupne evropske dediščine, ki bo podprta zlasti z „znakom evropske dediščine“ ter drugimi ukrepi, kot sta Dnevi evropske kulturne dediščine in Nagrada Evropske unije za kulturno dediščino.
- (2) Spodbuditev vključevanja „naravne dediščine“, ki bo prav tako imela koristi od pobud za podeljevanje znakov, v turistične strategije.

Spodbuditi inovacije v turistični industriji

Inovacije in nove informacijske tehnologije so odslej odločilne za konkurenčnost turistične industrije ter okrepitev izmenjav s preostalimi povezanimi sektorji. S pobudami za ozaveščanje in partnerstvo ter ustrezno uporabo različnih nacionalnih in evropskih programov je treba okrepiti njihovo uporabo med javnimi in zasebnimi akterji turističnega sektorja, zlasti MSP. Prav tako je treba pospešiti vključevanje instrumentov in storitev informacijske družbe v vse turistične dejavnosti, zlasti tiste, ki jih izvajajo MSP, ter olajšati dostop različnih akterjev turističnega sektorja do ustreznih finančnih instrumentov.

PREDVIDENI UKREPI:

- (3) Komisija bo oblikovala informacijsko-telekomunikacijsko turistično platformo zainteresiranih strani za olajšanje prilagajanja turističnega sektorja in turističnih podjetij razvoju trga informacijske in komunikacijske tehnologije (IKT) ter izboljšanje konkurenčnosti turistične industrije z izkoriščanjem sinergij, ki nastajajo med turističnim sektorjem in sektorjem IKT.
- (4) Pri pripravi prihodnjega sporočila o elektronskem trgovanju na notranjem trgu, namenjenega oceni izvajanja Direktive o elektronskem trgovanju, bo Komisija ocenila možnosti za boljšo vključitev turističnega sektorja v to področje.

Izboljšati usposobljenost zaposlenih v turističnem sektorju

Posodobitev turistične dejavnosti je treba podpreti s prizadevanji za izboljšanje usposobljenosti zaposlenih v turističnem sektorju, zlasti za olajšanje njihovega prilaganja novim tehnologijam in novim pričakovanjem trga, na primer na področju zdravja in dobrega počutja, ter spodbuditev njihove mobilnosti. Prizadevanja v tej smeri bi spadala v okvir strategije „Evropa 2020“, zlasti v njeno vodilno pobudo „Program za nova znanja in spretnosti ter nova delovna mesta“.

PREDVIDENI UKREPI:

- (5) Za podporo izobraževanju v turističnem sektorju bo Komisija poskrbela za promocijo različnih programov EU, kot sta Leonardo ter okvirni program za konkurenčnost in inovacije (CIP) s sklopoma „Erasmus za mlade podjetnike“ in „E-znanja za inovativnost“.

Spodbujati podaljšanje turistične sezone

Z boljšo uporabo turistične infrastrukture in človeških virov v nizki sezoni bi lahko podjetja izboljšala izkoriščenost infrastrukture in povečala produktivnost, hkrati pa zmanjšala fluktuacijo delovne sile ter povečala njeno motiviranost. Prvi korak v tej smeri je bila pobuda „CALYPSO“¹², pri kateri je bil izdelan seznam dobrih praks v državah članicah.

PREDVIDENI UKREPI:

- (6) Olajšati prostovoljne turistične izmenjave med državami članicami¹³ in nekaterim ključnim skupinam, kot so mladi, starejši, osebe z omejeno mobilnostjo in družine z nizkimi dohodki, omogočati potovanja zlasti v nizki sezoni.
- (7) Oblikovati prostovoljni mehanizem za izmenjavo informacij na spletu za boljše usklajevanje šolskih počitnic med državami članicami ob upoštevanju njihovih različnih kulturnih navad.

Utrditi nabor socio-ekonomskega znanja o turizmu

Komisija meni, da je za povečanje konkurenčnosti turističnega sektorja bistven boljši nabor socio-ekonomskega znanja o turizmu in njegovi povezanosti z okoljem. Pri tem je pregled Direktive 95/57/ES o zbiranju statističnih podatkov na področju turizma pomemben korak, ker bo upošteval razvoj turizma v Evropi in potrebe uporabnikov turističnih storitev.

Vendar je prizadevanja treba okrepiti in spodbujati sodelovanje na evropski ravni med državami članicami, turističnimi destinacijami, predstavniki industrije ter akterji zasebnega in javnega sektorja, da bi izboljšali statistične podatke in analize na tem področju. Po mnenju Komisije je v ta namen treba razvijati mreže znanja med raziskovalnimi ustanovami, univerzami ter javnimi in zasebnimi opazovalnicami v tesnem sodelovanju z regionalnimi in nacionalnimi organi, nacionalnimi turističnimi uradi, statističnimi inštituti in drugimi akterji, hkrati pa ohraniti usklajevalno vlogo Eurostata pri pripravi statistik na evropski ravni. Celovitejši pristop zahteva usklajevanje in razvoj raziskav v turizmu na evropski ravni, kar bi omogočalo tudi nastanek še večjih sinergij. Hkrati pa je potrebno sodelovanje med evropskimi in mednarodnimi organizacijami, kot sta OECD in STO.

PREDVIDENI UKREPI:

- (8) V letnem sporočilu o pregledu stanja potrošniških trgov bo Komisija spremljala trg, tako da bo merila zadovoljstvo evropskih potrošnikov pri različnih turističnih storitvah (prevoz, najem, prenočišča, potovanja, organizirane počitnice in izleti).
- (9) Komisija bo kratkoročno pripravila pilotni projekt mreženja med raziskovalnimi ustanovami, univerzami, javnimi in zasebnimi opazovalnicami, nacionalnimi in

¹² „CALYPSO“ je pripravljalni ukrep, ki ga je Evropski parlament sprejel leta 2008 na pobudo Komisije za obdobje treh let, da bi spodbujali partnerstva med javnim in zasebnim sektorjem ter sektorjem socialne ekonomije. Glavni cilj ukrepa so izmenjave turistov, ne glede na sezonska gibanja, iz štirih skupin Calypso (mladi, starejši, osebe z omejeno mobilnostjo in družine z nizkimi dohodki) med vsaj dvema državama članicama in/ali državama kandidatama.

¹³ Dobre prakse, zlasti tiste z Iberskega polotoka, kažejo, da se lahko taki mehanizmi financirajo z javnimi sredstvi, saj so naložbe donosne (donos več kot 1,5 EUR na evro vloženega kapitala), če upoštevamo koristi, povezane z ustvarjanjem delovnih mest, novimi možnostmi za zasebni sektor ter davčnimi prihodki zaradi povečanja števila dejavnosti. Te koristi prav tako pozitivno vplivajo na državo izvora.

regionalnimi organi ter nacionalnimi turističnimi uradi.

- (10) Srednjeročno bo na podlagi rezultatov pilotnega projekta spodbujala izvajanje „spletne opazovalnice turizma“, da bi na evropski ravni z mreženjem podpirala in usklajevala raziskovalne dejavnosti različnih nacionalnih raziskovalnih ustanov ter zagotavljala socio-ekonomske podatke o turizmu.

5.2. Spodbujati razvoj trajnostnega, odgovornega in kakovostnega turizma

Konkurenčnost turizma je tesno povezana z njegovo trajnostjo, saj je kakovost turističnih destinacij močno odvisna od naravnega in kulturnega okolja in njihovega vključevanja v lokalno dinamiko. Trajnost turizma je povezana s številnimi vidiki: odgovorna raba naravnih virov, upoštevanje okoljskega učinka dejavnosti (nastanek odpadkov, breme za vodo, tla, biotska raznovrstnost itd.), uporaba „čistih“ tehnologij, varstvo dediščine ter ohranitev naravne in kulturne nedotaknjenosti destinacij, kakovost in trajnost ustvarjenih delovnih mest, učinki na lokalno gospodarstvo, kakovost sprejema. Ta načela so jasno vsebovana v turističnih strategijah na nacionalni in regionalni ravni, vendar se premalokrat praktično izvajajo.

Komisija je na ravni EU oblikovala vrsto instrumentov za olajšanje dobrega okoljskega upravljanja za podjetja, kot je na primer evropski okoljski znak (znak EU za okolje) ali sistem Skupnosti za okoljsko ravnanje in presojo (EMAS). Vendar turistična podjetja po Evropi zelo različno obravnavajo vprašanje trajnosti. Komisija je državam članicam prav tako dala na voljo gradivo ki olajša izvajanje evropske okoljske zakonodaje na podlagi posameznih projektov ali strateških načrtov¹⁴.

Komisija se bo za oblikovanje sistema kazalnikov za trajnostno upravljanje destinacij lahko opirala na pobudo, ki se izvaja v sodelovanju z mrežo evropskih regij za konkurenčen in trajnosten turizem (NECSTouR), ter na mrežo destinacij EDEN. To prakso je treba razširiti, da se omogoči ovrednotenje evropskih turističnih destinacij, ki sprejemajo učinkovite ukrepe za spodbujanje trajnostnega turizma. Pri tem je bistveno podpirati pobude, ki spodbujajo odgovorno upravljanje virov (energija, voda, surovine itd.) in zagotavljajo čim boljše razmere na področju storitev in varnosti, zlasti pri sprejemu starejših in oseb z omejeno mobilnostjo.

PREDVIDENI UKREPI:

- (11) Razviti sistem kazalnikov za trajnostno upravljanje destinacij z uporabo mrež NECSTouR in EDEN. Na podlagi tega sistema kazalnikov bo Komisija oblikovala znak za promocijo turističnih destinacij.
- (12) Organizirati kampanje za ozaveščanje evropskih turistov, in sicer v zvezi z izbiro destinacij in načini prevoza, njihovimi stiki z lokalnim prebivalstvom v obiskanih krajih, bojem proti izkoriščanju otrok in žensk.
- (13) Na podlagi nacionalnih izkušenj oblikovati evropsko blagovno znamko „kakovostni turizem“, da se povečata varnost in zaupanje potrošnikov v turistične proizvode ter nagradi zavzetost poklicnih delavcev v turizmu, ki morajo za doseganje kakovosti

¹⁴

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

turističnih storitev in zagotavljanje zadovoljstva strank spoštovati stroge zahteve.

- (14) Industriji evropskega turizma omogočiti prepoznavanje tveganj, povezanih s podnebnimi spremembami, da se preprečijo izgube pri naložbah ter preučijo možnosti za razvoj alternativne turistične ponudbe.
- (15) Oblikovati listino o trajnostnem in odgovornem turizmu ter določiti evropsko nagrado za turistična podjetja in destinacije, ki spoštujejo vrednote listine.
- (16) Oblikovati strategijo za trajnostni obalni in pomorski turizem.
- (17) Vzpostaviti ali okrepiti sodelovanje med Evropsko unijo in najpomembnejšimi državami v vzponu (Kitajska, Rusija, Indija in Brazilija) ter sredozemskimi državami za promocijo razvojnih vzorcev trajnostnega in odgovornega turizma ter izmenjavo najboljših praks.

5.3. Utrditi podobo in okrepitev razpoznavnosti Evrope kot skupnosti trajnostnih in kakovostnih turističnih ciljev

Podoba in zaznavanje Evrope kot skupnosti turističnih destinacij sta tesno povezana s konkurenčnostjo turizma¹⁵. Ob upoštevanju močne svetovne konkurence ter potenciala številnih tretjih držav kot izvornih trgov evropskega turizma je bistveno izvajati ukrepe za spodbujanje turističnega povpraševanja po evropskih destinacijah. Pomembna pobuda za promocijo Evrope v tretjih državah je spletni portal „visiteurope.com“, ki ga upravlja Evropska komisija za turizem (ETC) in je bil vzpostavljen leta 2006 ob podpori Evropske komisije.

Podobo Evrope in njeno razpoznavnost kot skupnost trajnostnih in kakovostnih turističnih destinacij je treba izboljšati. Povečanje privlačnosti evropskih destinacij in njihova boljša razpoznavnost bi morala imeti pomemben gospodarski učinek, saj bi morala spodbuditi obiske neevropskih turistov, hkrati pa povečati zanimanje Evropejcev za potovanja po lastni celini.

Komisija je mnenja, da je za preučitev najboljših načinov skupne predstavitve evropske turistične ponudbe treba promovirati podobo Evrope kot turistične destinacije na svetovnih trgih, zlasti v nekaterih tretjih državah (ZDA, Japonska, Kitajska, Rusija, Indija, Brazilija itd.), in sicer s skupnimi pobudami z državami članicami in evropsko turistično industrijo.

V ta namen je primerno preučiti več možnosti, da se ovrednotijo različni tematski proizvodi evropske ali večnacionalne razsežnosti in zagotovi njihova razpoznavnost, zlasti na pomembnejših turističnih sejnih in razstavah, oziroma da se še bolje ovrednotijo veliki kulturni in športni dogodki, kot so „Evropske prestolnice kulture“, „Dnevi evropske kulturne dediščine“, olimpijske igre in svetovne razstave, ki so potencialen vzvod za večji razvoj evropskega turizma.

PREDVIDENI UKREPI:

¹⁵ Študija o konkurenčnosti turističnega sektorja v Evropski uniji iz septembra 2009 (glej http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0).

- (18) V sodelovanju z državami članicami oblikovati pristno „evropsko blagovno znamko“, ki naj dopolni nacionalna in regionalna prizadevanja za promocijo turizma ter olajša prepoznavnost evropskih turističnih destinacij med drugimi mednarodnimi destinacijami.
- (19) Promovirati portal „visiteurope.com“ za povečanje privlačnosti Evrope kot skupnosti trajnostnih in kakovostnih turističnih ciljev, zlasti v državah v vzponu.
- (20) Spodbuditi skupne promocijske ukrepe v sklopu velikih mednarodnih dogodkov ali na pomembnejših turističnih sejmih in razstavah.
- (21) Okrepiti sodelovanje Evropske unije v mednarodnih forumih, zlasti Svetovni turistični organizaciji, OECD, T20 in Euro-Meda.

5.4. Čim bolje izkoristiti potencial politik in finančnih instrumentov EU pri razvoju turizma

Turistično politiko zaznamuje njena večstranskost. Na turizem neposredno ali posredno vpliva veliko število evropskih politik. To posebej velja za politiko prometa (trajnostna mobilnost, pravice in varnost potnikov in kakovost prevoza), politiko konkurence (vprašanja združitve podjetij, zlasti pri spletnih turističnih ponudbah, vertikalne integracije in javnih pomoči), politiko notranjega trga (svoboda ustanavljanja in svoboda opravljanja storitev, povezanih s turizmom, promocija kakovostnih storitev, razvoj elektronskega trgovanja), davčno politiko (davčne ovire za nemoteno delovanje notranjega trga, davčni režim za sektorska podjetja, npr. potovalne agencije, davčne olajšave), politiko varstva potrošnikov (pravice, ki izhajajo iz sklenitve pogodbe, nepoštena trgovinske prakse, prodaja na daljavo), okoljsko politiko, politiko zaposlovanja in izobraževanja, kulturno politiko ali politiko regionalnega razvoja in razvoja podeželja.

Komisija se odločno zavezuje k zagotavljanju boljšega vključevanja turizma v različne politike in k spremljanju dobrega izvajanja veljavne zakonodaje, da se sprostí ves konkurenčni potencial turističnega sektorja. Okrepila bo prizadevanja za usklajevanje različnih zadevnih politik za spodbujanje celovitega upoštevanja interesov in potreb turistične industrije pri oblikovanju in izvajanju politik.

Kot del politike notranjega trga naj bi turistični sektor že užival vse koristi od povezovanja evropskega trga storitev. Direktiva 2006/123/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 12. decembra 2006 o storitvah na notranjem trgu bo omogočila zlasti znatno poenostavitev postopkov, ki se uporabljajo za ponudnike storitev v turističnem sektorju, in odpravo številnih pravnih in upravnih ovir, ki so dotlej ovirale dostop do različnih trgov držav članic Evropske unije.

Komisija priznava bistveni pomen pomorskega in obalnega turizma kot spodbujevalcev gospodarskega razvoja in načrtuje ukrepe v okviru celostne pomorske politike EU za spodbujanje njunega razvoja. Gospodarska razvejitev v turizmu je prednostna naloga številnih obalnih območij, na katerih je upad gospodarskih dejavnosti, zlasti ribolova in ladjedelništva, povzročil zmanjšanje prihodkov in povečanje brezposelnosti. Tako diverzifikacijo podpira Evropski sklad za ribištvo (ESR) v strategijah lokalnega razvoja. Preučil se bo tudi način izkoriščanja možnosti navtične industrije in navtičnega turizma za gospodarsko rast otokov ter obalnih in pomorskih območij.

Politika EU za razvoj podeželja je prav tako ključna za turistični sektor. Z Evropskim kmetijskim skladom za razvoj podeželja (EKSRP) lahko Komisija med drugim podpre ustanovitev podjetij na področju podeželskega turizma, razvoj in promocijo turizma na kmetiji in ovrednotenje kulturne in naravne dediščine podeželja, vključno z goratimi predeli.

Komisija bo v tekočem programskem obdobju še naprej spodbujala in uporabljala instrumente ter programe podpore Skupnosti v korist turizma. Oblikovanje konkretnih projektov bodo še naprej financirali različni evropski strukturni skladi (Evropski sklad za razvoj podeželja – ESRP, Evropski socialni sklad – ESS), Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja (EKSRP), Evropski sklad za ribištvo (ESR) in okvirni program za raziskave in razvoj. Okvirni program za konkurenčnost in inovacije (PKI) ima poseben pomen za turizem, saj od leta 2008 spodbuja ustvarjanje evropskih mrež za konkurenčen in trajnosten turizem. V obdobju po letu 2013 bodo možnosti za podporo turizmu z različnimi evropskimi skladi, pa tudi okrepitvijo že obstoječih pripravljanih ukrepov na tem področju odvisne od smernic za prednostne naloge Evropske unije ob upoštevanju proračunskih omejitev.

Razvoj pravic letalskih in železniških potnikov je pomembna pridobitev za evropski turizem, saj uveljavlja pravni okvir, ki varuje turiste, ki med potovanjem naletijo na težave. Komisija bo poskrbela, da bodo potniki v pomorskem ter avtobusnem prometu (mestnem in medkrajevnem) uživali primerljive pravice. Trenutni pregled direktive o paketnem potovanju, organiziranih počitnicah in izletih lahko prav tako okrepi zaupanje potrošnikov v turistično industrijo. Poleg tega bo Komisija še naprej tesno sodelovala z državami članicami, turistično industrijo in sektorskimi organizacijami zainteresiranih strani za izboljšanje varnosti prenočitvene infrastrukture, npr. v zvezi s požarno varnostjo.

Komisija se zaveda vse večjega pomena turizma za Evropo, vključno s turizmom iz tretjih držav, in bo zato pri vizumski politiki in politiki vstopa v EU preučila različne instrumente in možnosti, da se zagotovi njihova čim boljša uporaba.

Da bi se evropski turizem lahko še naprej razvijal konkurenčno in trajnostno v skladu s strategijo „Evropa 2020“ in Lizbonsko pogodbo, bo Komisija preučila načine za okrepitev ukrepov za podporo in usklajevanje v korist evropskega turizma.

6. SKLEP

Evropska turistična politika potrebuje nov zagon. Ob izzivih, ki zahtevajo stvarne rešitve in prilagajanje, morajo biti akterji evropske turistične industrije sposobni združiti svoja prizadevanja in delovati usklajeno v utrjenem okviru politik, ki mora upoštevati nove prednostne naloge EU. Ob upoštevanju novih pristojnosti Evropske unije v turizmu to sporočilo določa ambiciozen okvir, ki bo pripomogel k uveljavitvi evropskega turizma kot konkurenčne, sodobne, trajnostne in odgovorne industrije. Komisija načrtuje več konkretnih pobud, ki naj bi turizmu dale na voljo sredstva za prilagoditev in razvoj. Te pobude dopolnjujejo ukrepe držav članic in so namenjene usklajevanju prizadevanj z oblikovanjem ukrepov z resnično dodano evropsko vrednostjo. Uspeh strategije bo odvisen od zavzetosti vseh zadevnih strani in njihove zmožnosti za sodelovanje pri izvajanju konkretnih ukrepov.

V prihodnje si bo Komisija še naprej prizadevala za redno, hitro in pregledno izmenjavo mnenj z državami članicami in turistično industrijo o pobudah, povezanih s turizmom. Pri tem bo sodelovala s posvetovalnim odborom za turizem, kar bo javnim upravam omogočilo, da o pobudah Komisije redno obveščajo različne zainteresirane strani na nacionalni in regionalni ravni.

Utrjeni okvir je prvi korak na tej poti. Zato bo Komisija do Evropskega turističnega foruma, ki bo potekal novembra 2010, še naprej razmišljala o pobudah, ki bi jih bilo treba oblikovati v turizmu. Forum bo možnost za razpravo z državami članicami ter javnimi in zasebnimi akterji evropskega turističnega sektorja o podrobnejšem akcijskem načrtu. Srednjeročno bo Komisija ocenila izvajanje strategije, da bi ugotovila, ali je dovolj učinkovita, ter bo razmislila o prihodnjih pobudah.