



EUROPA-
KOMMISSIONEN

Bruxelles, den 20.2.2014
COM(2014) 85 final

2014/0043 (NLE)

Forslag til

RÅDETS HENSTILLING

om europæiske turismekvalitetsprincipper

BEGRUNDELSE

1. BAGGRUND FOR FORSLAGET

1.1. Baggrund

Turisme udgør den tredjestørste samfundsøkonomiske aktivitet i EU, hvad angår bidrag til BNP og beskæftigelse, efter handels- og distributionssektoren og bygge- og anlægssektoren. Turismesektoren er en af de få økonomiske sektorer, der oplever økonomisk vækst trods økonomiske og finansielle vanskeligheder, og kan dermed i høj grad bidrage til "Europa 2020", som er EU's vækststrategi for en intelligent, bæredygtig og inklusiv EU-økonomi.

Med 1,8 mio. virksomheder, først og fremmest SMV'er, giver denne sektor¹ beskæftigelse til ca. 3,3 % af EU's arbejdsstyrke (ca. 8 mio. job) og frembringer ca. 2,9 % af EU's BNP. Hvis man medtager de tilknyttede sektorer², er turismens indirekte bidrag endnu større, idet den skønnes at bidrage til den samlede beskæftigelse med ca. 8,5 % (ca. 18,8 mio. beskæftigede) og til Den Europæiske Unions BNP med ca. 7,9 %³. Trods øget konkurrence fra andre af verdens regioner er EU fortsat verdens førende rejsmål med 384,8 mio. besøgende fra hele verden i 2011⁴.

Med vedtagelsen af Lissabontraktaten har EU nu fået kompetence til at supplere medlemsstaternes indsats i turismesektoren, især ved at fremme EU-virksomhedernes konkurrenceevne inden for denne sektor⁵.

Som reaktion på de nye beføjelser, som Kommissionen har fået tillagt, og som svar på behovet for nye foranstaltninger til stimulering af EU's vækst vedtog Kommissionen i 2010 en meddelelse om *en ny turismepolitik for Europa*⁶. Heri beskrives en række ambitiøse foranstaltninger, der sigter mod a) at forbedre konkurrenceevnen i den europæiske turismesektor, b) at fremme en bæredygtig, ansvarlig og kvalitetspræget turisme, c) at styrke bevidstheden om Europa som et sted for bæredygtige rejsmål af høj kvalitet og d) at udnytte potentialet for turismeudvikling i EU's politikker og finansielle instrumenter.

Foranstaltning 13 i meddelelsen omhandler eksplicit *udviklingen af et europæisk mærke for turismekvalitet* "på grundlag af nationale erfaringer for at øge forbrugernes sikkerhed og tillid til turistproduktet og belønne fagfolk i turistbranchen, der gør en stor indsats for kvalitetsprægede turistydelser og kundetilfredshed".

Europa-Parlamentet opfordrede i sit svar på denne meddelelse Kommissionen til "[...] i samarbejde med turismeinteressenterne at vurdere muligheden for et europæisk mærke for kvalitetsturisme [...] med henblik på at skabe et paraplymærke, der skal være et supplement

¹ Traditionelle udbydere af rejser og turisttjenester (hoteller, restauranter, rejsebureauer, biludlejningsfirmaer, charterflyselskaber, turistbusser, krydstogtskibe osv.), som sælger varer og tjenesteydelser direkte til besøgende.

² Bl.a. distributionssektoren, bygge- og anlægssektoren, transportselskaberne i almindelighed (lufttransport, togtransport, søtransport, busser osv.) og kultursektoren (herunder kulturindustrien og de kreative industrier).

³ WTTC 2012 http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/european_union2012.pdf.

⁴ UNWTO World Tourism Barometer, maj 2012.

⁵ Artikel 6, litra d), i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde. Herudover hedder det i artikel 195 i TEUF, at "Med henblik herpå er målene for Unionens indsats: a) at tilskynde til tilvejebringelse af et gunstigt klima for udvikling af virksomhederne inden for denne sektor b) at fremme samarbejdet mellem medlemsstaterne, navnlig ved udveksling af god praksis.

⁶ *En ny turismepolitik for Europa – verdens førende rejsmål* (KOM(2010) 352 endelig).

til de nationale mærker og anerkendes på frivillig basis ("opt-in")⁷. I undersøgelsen af konkurrenceevnen i EU's turismeindustri fra 2009 fremgik det, at selv om det samlede antal internationale besøgende i Europa stadig stiger, har Europa for nylig tabt markedsandele til nye destinationer overalt i verden. Desuden har globaliseringen, internettet og den hurtige ændring af forbrugeradfærden samt den stigende bekymring over turismeaktiviteters miljøaftryk store konsekvenser for industrien⁸.

På et stadig mere konkurrencepræget marked har kvalitet fået endnu større betydning for turismevirksomheder, som bliver mere og mere bevidste om betydningen af kvalitet som kilde til konkurrencemæssige fordele. Det er derfor afgørende, at turister har adgang til pålidelige, ajourførte, nøjagtige og relevante oplysninger om en bestemt turisttjenestes kvalitet, der gør det muligt at skelne mellem konkurrerende produkter og træffe et kvalificeret valg.

Dette kan især få betydning, når det drejer sig om turister fra et andet EU-land, idet uklarheder kan blive forstærket af, at de relevante oplysninger ikke findes på et sprog, som forbrugeren forstår.

I lyset af den aktuelle økonomiske krise skal EU endvidere gøre alt for at tiltrække besøgende fra tredjelande. Det er altafgørende, at disse besøgende kan stole på, at turisttjenester overalt i Europa har en høj kvalitet.

De oplysninger, der gives til forbrugerne, om kvaliteten af turisttjenester er en vigtig faktor for tiltrækningen af tredjelandsbesøgende, som har et betydeligt og hidtil stort set uudnyttet potentiale til at øge antallet af turister til EU-destinationer og forbedre EU-turismens konkurrenceevne. I 2011 brugte udenlandske besøgende 330,44 mia. EUR. Ifølge de seneste skøn vil disse tal stige til op imod 20,4 millioner job og 427,31 mia. EUR i 2022⁹.

Derfor skal det aktuelle initiativ også ses i sammenhæng med Kommissionens initiativ til branding af Europa i tredjelande¹⁰ og i forbindelse hermed initiativet "Destination Europe 2020"¹¹ samt EU's visumpolitik¹², som gør det nemmere for ikke-EU-borgere at rejse til EU¹³. Det er målet, at Europa skal vedblive med at være verdens førende rejsemål.

1.2 Den nuværende situation

Der findes for øjeblikket ingen specifik lovgivning på EU-plan, der regulerer de oplysninger, der gives til forbrugerne, om turisttjenesters kvalitet¹⁴.

⁷ P7_TA-PROV(2011)0407 – Europa-Parlamentets beslutning af 27. september 2011 om en ny turismepolitik for Europa – verdens førende rejsemål.

⁸ Ecorys (2009), s. 2.

⁹ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1177_da.htm.

¹⁰ I KOM(2010) 352 endelig forudses skabelsen af et "varemærke" for Europa, der vil skulle supplere den promoveringsindsats, der gøres på nationalt og regionalt plan, og give europæiske rejsemål mulighed for bedre at skille sig ud fra de øvrige rejsemål i verden (foranstaltning 18).

¹¹ Gennemføres inden for rammerne af hoc-tilskud i samarbejde med European Travel Commission med det overordnede mål at definere en branding- og markedsføringsstrategi for Europa som rejsemål http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/international/index_en.htm.

¹² COM(2012) 649 endelig.

¹³ Der findes i øjeblikket 42 lande og enheder, hvis borgere ikke behøver visum for at rejse til EU. Det bør snart være muligt for borgere i 16 lande i Caribien og Stillehavet at rejse ind i Schengenområdet uden visum. Målet er at gøre det lettere for borgere i disse lande at rejse til Schengenområdet samt til Cypern, Bulgarien og Rumænien. I Kommissionens forslag forudsættes det, at visumfritagelsen gøres gensidig ved hjælp af visumfritagelsesaftaler, som sikrer fuld visumfritagelse for alle EU-borgere, der ønsker at rejse til disse lande. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1179_da.htm?locale=da.

¹⁴ Der findes allerede en generel EU-forbrugerbeskyttelseslovgivning, f.eks. direktiv 2011/83/EU om forbrugerrettigheder.

Der findes visse informationsværktøjer, f.eks. onlineevaluering og sammenligningswebsteder, som kan hjælpe forbrugerne i deres beslutningsproces, forudsat at de oplysninger, der formidles, er gennemsigtige og pålidelige.

Visse medlemsstater driver på frivillig basis nationale, subnationale eller regionale offentlige kvalitetsordninger på deres område. Der findes også mange forskellige brancheinitiativer på regionalt, nationalt eller tværnationalt plan, der primært fokuserer på servicekvalitetsaspekter, som er specifikke for deres respektive turismeundersektorer eller for deres geografiske område.

Markedsanalyser, som er gennemført i forbindelse med analysen af de politikmuligheder, der ledsager dette forslag¹⁵, bekræfter, at disse kvalitetsordninger er meget forskellige og derfor meget lidt ensartede, når de sammenlignes, med hensyn til deres sektormæssige anvendelsesområde, geografiske dækning, styring, vurderingsmetoder og evalueringskriterier.

Der findes mange og forskellige private og offentlige kvalitetsordninger, hvilket fører til et højst fragmenteret marked med hensyn til evaluering af turisttjenesters kvalitet.

Som en konsekvens af denne fragmentering modtager grænseoverskridende turister ikke ensartede oplysninger, som gør det let at forstå, hvad de forskellige kvalitetsordninger står for, og skelne mellem konkurrerende tjenester. Dette skaber forvirring. Dette begrænser desuden kvalitetsordningernes evne til på effektiv måde at oplyse forbrugerne om kvalitetsniveauet for de tilbudte turisttjenester, hvilket svækker forbrugernes mulighed for at træffe kvalificerede valg, når de rejser til en anden medlemsstat eller rejser til EU fra tredjelande. Det betyder, at de virksomheder, der investerer i kvalitet, ikke belønnes (f.eks. ved at være den virksomhed, som turisterne vælger, eller ved at få et bedre ry). Denne situation afholder industrien, navnlig SMV'er med begrænsede finansielle ressourcer, fra at foretage sådanne investeringer. Som følge deraf er EU's turismeindustri udelukket fra at udnytte sine konkurrencemæssige fordele fuldt ud og udnytte sit økonomiske potentiale ved i højere grad at synliggøre servicekvaliteten. Det er hidtil ikke lykket for turismeinteressenterne at samarbejde på EU-plan om at reducere den manglende ensartethed i EU mellem eksisterende eller fremtidige kvalitetsordninger, og der er ikke tegn på, at der vil dukke et privat eller offentligt initiativ op, der vil kunne rette op på denne situation. Der er derfor akut behov for foranstaltninger på flere planer for at løse problemet med fragmenteringen af markedet. Den nuværende fragmentering af kvalitetsevalueringsordningerne skaber forvirring og påvirker europæisk turismes konkurrenceevne i negativ retning.

2. RESULTAT AF HØRINGER AF INTERESSEREDE PARTER OG KONSEKVENSANALYSER

2.1 Høringsproces

Efter vedtagelsen af 2010-meddelelsen begyndte Kommissionen at indsamle oplysninger om de eksisterende kvalitetsordninger med hjælp fra medlemsstaterne og interessenter fra turismeindustrien. Der blev afholdt to workshoper i løbet af 2011 med henblik på udveksling af oplysninger om hidtidige erfaringer og udveksling af idéer om mulige fælles kvalitetsprincipper for turisttjenester. Kommissionen nedsatte i begyndelsen af 2011 en uformel ekspertgruppe med deltagelse af ledere af eksisterende offentlige og private kvalitetsordninger og forbrugerrepræsentanter, der skulle hjælpe med at udvikle et

¹⁵ "Estimated Impacts of possible Options and Legal Instruments of the Umbrella European Tourism Quality Label", CEPS, september 2012, findes online på: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=7655, i det følgende benævnt CEPS (2012).

konceptudkast. Langt størstedelen af interessenterne, der deltog i workshopperne, og den uformelle ekspertgruppe var enige om, at EU-initiativet skulle følge en bottom-up-strategi, der bygger på og anerkender nuværende og fremtidige initiativer fra medlemsstaterne og industrien. Interessenterne var dog ikke enige om, hvad de fælles principper skulle omfatte. Endvidere var der blandt interessenterne forskellige holdninger til, om aspekter vedrørende miljømæssig bæredygtighed skulle indgå i principperne.

Der blev i september-oktober 2011 gennemført en målrettet høring af en bredere kreds af interessenter bestående af europæiske turistforeninger og -sammenslutninger, relaterede branchesammenslutninger, forbrugerorganisationer samt medlemsstaternes myndigheder med det formål at indhente deres synspunkter. Denne høring gav de samme resultater for så vidt angår interessenternes holdning som de ovenfor beskrevne indledende workshopper.

Medlemsstaterne blev også hørt på de regelmæssige møder i Kommissionens Rådgivende Udvalg for Turisme, hvor de gav udtryk for forskellige holdninger. Nogle medlemsstater udtrykte stærk støtte til initiativet, men var dog imod, at offentlige myndigheder blev pålagt at deltage i styringen af et sådant EU-initiativ, først og fremmest med den begrundelse, at det ikke var i overensstemmelse med nærhedsprincippet, at der var begrænsninger i retsgrundlaget, og at de nationale myndigheder rådede over begrænsede ressourcer.

For at udvide høringen af interessenter og indsamlingen af ekspertise afholdt Kommissionen en åben konference i januar 2012. Dokumentation og rapporten fra konferencen kan ses på Kommissionens websted¹⁶. Drøftelserne på konferencen afspejlede ingen ændringer i de private og offentlige interessenters synspunkter og holdninger.

Der blev i maj-juli 2012 gennemført en offentlig høring gennem "Kom til orde i Europa" på webstedet for GD for Erhvervs politik på Europahjemmesiden, og der blev sendt e-mails til en bred vifte af private og offentlige interessenter samt til medlemsstaternes repræsentanter. Brancheorganisationer og -sammenslutninger og offentlige myndigheder udgjorde 90 % af de mere end 150 respondenter. De resterende 10 % var turismevirksomheder, hvoraf to tredjedele deltager i en kvalitetsordning. Fagforeninger inden for turisme og repræsentanter for forbrugerne deltog også aktivt i høringsprocessen. De fleste respondenter var enige i Kommissionens definition af problemet og i behovet for et initiativ fra EU på dette område. Resultaterne af de offentlige høringer er offentliggjort på Kommissionens websted¹⁷.

I forbindelse med analysen af politikmodellerne blev der gennemført en baggrundsundersøgelse af virksomhedernes erfaringer med at deltage i en kvalitetsordning, hvor input fra lederne af et repræsentativt udvalg af de eksisterende kvalitetsordninger og deres medlemsvirksomheder leverede nyttig viden til analysen af det foreslåede initiativs konsekvenser¹⁸.

2.2 Analyse af de politikmodeller

Kommissionen har analyseret forskellige politikmodeller, der kan gøre eksisterende og fremtidige kvalitetsordninger mere ensartede og dermed forbedre de oplysninger, der gives til forbrugerne.

Der blev i alt overvejet syv politikmodeller, hvoraf fire blev gennemgået i forbindelse med analysen. Det drejede sig om modellen med videreførelse af den nuværende politik, en model med industridrevne selvregulerende ordninger og to modeller, der indebærer EU-foranstaltninger. I forbindelse med sidstnævnte to modeller undersøgte man virkningerne af en mulig inddragelse af visse principper, f.eks. vedrørende miljømæssig bæredygtighed. De

¹⁶ http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5642.

¹⁷ http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/public-consultation-etq/index_en.htm.

¹⁸ CEPS (2012).

forventede økonomiske, sociale og miljømæssige virkninger af hver model blev analyseret på grundlag af deres effektivitet med hensyn til at opfylde politikmålsætningerne, deres omkostningseffektivitet og deres overensstemmelse med andre EU-politikker.

Der blev ved analysen lagt særlig vægt på, at turismeindustriens deltagelse i enten den politikmodel, der foreslår selvregulering, eller i den, der indebærer EU-foranstaltninger, vil være frivillig. Det blev også grundigt overvejet, hvordan man bevarer det europæiske turismeudbuds særpræg og mangfoldighed, navnlig i betragtning af de mange forskellige undersektorer inden for turisme, som europæiske servicekvalitetsprincipper vil kunne finde anvendelse på.

I analysen peges der ikke på en foretrukken politikmodel, da sammenligningen af modellerne viste samme effektivitet og konsistens, både hvad angår løsningen, der kun indebærer principper i relation til servicekvalitet, og løsningen, der indebærer, at forbrugerne også oplyses om andre aspekter som f.eks. miljømæssig bæredygtighed.

3. JURIDISKE ASPEKTER AF FORSLAGET

3.1 RETSGRUNDLAG

Forslaget bygger på artikel 195 og 292 i TEUF.

3.2 NÆRHEDS- OG PROPORTIONALITETSPRINCIPPET

I artikel 195 i TEUF fastsættes det, at EU "supplerer medlemsstaternes indsats i turistsektoren, især ved at fremme konkurrenceevnen for Unionens virksomheder inden for denne sektor". Den foreslåede EU-foranstaltning vil i overensstemmelse med nærhedsprincippet være baseret på frivillighed. Det foreslåede initiativ udelukker ikke eventuelle eksisterende initiativer, som er iværksat af medlemsstaterne eller industrien.

Begrundelsen for et EU-tiltag ligger i problemets grænseoverskridende karakter. Der er tale om en grænseoverskridende ramme, hvor turisttjenester leveres i et land, hvor turisten ikke har bopæl, hvilket begrænser den merværdi, som kvalitetsordninger kan tilbyde grænseoverskridende rejsende, især hvis disse rejsende kommer fra lande uden for EU.

Den nuværende situation (beskrevet i afsnit 1.2) for evaluering af turisttjenesters kvalitet i Europa bidrager ikke til lige vilkår i EU-industrien. Kvalitetsevalueringsordninger for turisttjenester er uensartede på nationalt og regionalt plan, hvilket forvirrer forbrugerne og skaber hindringer for det indre marked.

De enkelte medlemsstater har begrænset styrke og spillerum til alene at forsøge at gøre kvaliteten af de turisttjenester, der udbydes i EU, mere ensartet. Medlemsstaterne har indtil nu ikke iværksat nogen grænseoverskridende koordinering af turismekvalitetsprincipper, og der er ingen tegn på, at det kommer til at ske i fremtiden. Da der i øjeblikket ikke findes ret mange offentlige ordninger på nationalt plan, ville et sådant samarbejde under alle omstændigheder ikke føre til et større grænseoverskridende samarbejde. Desuden er de enkelte medlemsstater i øjeblikket ikke i stand til at skabe større sammenhæng mellem *private* ordninger fra andre medlemsstater. Derfor er EU-foranstaltninger nødvendige og begrundede.

Desuden er foranstaltninger, som industrien iværksætter, selv på tværnationalt plan, begrænset til en specifik undersektor (eller eventuelt nogle få forbundne undersektorer), og de har ikke et ægte horisontalt anvendelsesområde. Dette medfører, at turister ikke får konsistente oplysninger, og begrænser den informative styrke, som kvalitetsordninger og deres medlemsvirksomheder har i en grænseoverskridende kontekst inden for EU og i forhold til

rejsende fra tredjelande. Denne situation forventes ikke at ændre sig, og det er derfor nødvendigt med tiltag på EU-plan.

På grund af foranstaltningens omfang er EU bedre i stand til at tackle problemerne med sektormæssig og geografisk opsplitning, som er beskrevet ovenfor. En EU-ramme, som forfølger den almene interesse, der ligger i at fremme EU's konkurrenceevne på turismeområdet, vil være mere effektiv, hvad angår grænseoverskridende synlighed og troværdighed. Dette kan opnås ved at supplere det arbejde, som offentlige og private turismeaktører allerede har iværksat, og tilskynde til tilvejebringelse af et gunstigt miljø, som giver dem mulighed for at forene deres bestræbelser. Europæiske turismekvalitetsprincipper kan bedre fremmes ved hjælp af EU-foranstaltninger, både i medlemsstaterne og over for rejsende fra tredjelande, som del af en overordnet europæisk promovingsstrategi på turismeområdet. Et klart flertal af interessenterne har bekræftet merværdien af en storstilet indsats, der koordineres på EU-plan.

Endelig er forslaget i overensstemmelse med proportionalitetsprincippet. Dette initiativ blev udviklet, således at dets omkostninger begrænses til, hvad der er nødvendigt for at opnå politikmålene. Anvendelsen af de foreslåede kvalitetsprincipper kræver først og fremmest organisatoriske ændringer, der indebærer begrænsede investeringer, hvilket forventes at blive opvejet af de fordele, som følger af øget forbrugertilfredshed og supplerende EU-foranstaltninger.

For at sikre, at medlemsstaternes kompetence respekteres, anbefales det, at medlemsstaterne koordinerer, overvåger og fremmer anvendelsen af europæiske turismekvalitetsprincipper på deres respektive områder i samarbejde med Kommissionen. Med disse foranstaltninger overholder forslaget på behørig vis nærhedsprincippet.

3.3 OVERSIGT OVER FORSLAGET

3.3.1 Genstand og mål

De europæiske turismekvalitetsprincipper, der er fastlagt i dette forslag, finder anvendelse på turisttjenester, som i Unionen direkte udbydes til forbrugere, og det anbefales, at de følges af offentlige og private organisationer, der leverer tjenesteydelser på turismeområdet.

Initiativet sigter mod at forbedre den information om turisttjenesternes kvalitet, som gives til forbrugerne, navnlig de forbrugere, der rejser til en anden medlemsstat eller kommer rejsende fra et tredjeland, således at de kan træffe mere velinformerede valg. Dette giver til gengæld EU's turismevirksomheder, særlig SMV'er, større incitament til at investere yderligere i kvalitet. Initiativet sigter mod at gøre dette ved at sørge for, at kvaliteten af turisttjenester på EU-plan gøres mere ensartet ved hjælp af en række europæiske principper, som turismeorganisationer skal følge. Disse principper udspringer af de kriterier, som interessenter har foreslået og vurderet i den åbne høring.

I praksis er det målet, at der på det tidspunkt, hvor initiativet skal revideres, er et betydeligt antal turismeorganisationer i EU, der følger de europæiske turismekvalitetsprincipper.

Initiativet vil have en merværdi på mange forskellige områder: a) Turismeorganisationer, der følger disse principper, vil kunne drage fordel af de foranstaltninger, som Kommissionen gennemfører for at fremme og promovere initiativet. Det vil føre til øget synlighed, som vil forbedre deres evne til at nå ud til forbrugerne og give dem mulighed for at udvide deres aktiviteter til markeder, som de ellers ikke ville nå ud på, navnlig i tredjelande. b) For forbrugerne vil merværdien bestå i en garanti for, at visse europæiske kvalitetsprincipper vil

blive fulgt, uanset hvilken medlemsstat de besøger. Endelig vil understregningen af de europæiske turisttjenesters høje kvalitet bidrage til den samlede EU-strategi til forbedring af turiststrømmen af rejsende inden for og til Europa og supplere indsatsen for at lette visumkravene for turister fra tredjelande og brande Europa som et sted for bæredygtige rejsemål af høj kvalitet.

I sidste ende vil dette bidrage til at forbedre sektorens konkurrenceevne og styrke dens evne til at skabe økonomisk vækst og beskæftigelse til gavn for den samlede EU-økonomi.

3.3.2 Anvendelse af de europæiske turismekvalitetsprincipper

Sektormæssigt og geografisk anvendelsesområde

For at gøre kvaliteten af turisttjenester i EU mere ensartet kan der anvendes europæiske turismekvalitetsprincipper, der ikke er begrænset til visse undersektorer, i alle offentlige eller private organisationer, som opererer på nationalt, regionalt, lokalt eller tværnationalt plan, og som udbyder turisttjenester i Unionen til forbrugere.

Koordinering, overvågning og fremme

I overensstemmelse med nærhedsprincippet vil medlemsstaterne blive opfordret til at koordinere, overvåge og fremme de europæiske turismekvalitetsprincipper på deres områder.

Det henstilles også til medlemsstaterne, at de samarbejder med hinanden for så vidt angår tværnationale turismeorganisationer. De vil også blive opfordret til at samarbejde med Kommissionen inden for rammerne af Det Rådgivende Udvalg for Turisme for at lette overvågningen og vurderingen af initiativet, hvilket bl.a. kan foregå ved hjælp af målrettede undersøgelser blandt medlemsstaterne, repræsentanter for industrien og forbrugerne.

I programmet for virksomheders konkurrenceevne og SMV'er (Cosme) 2014-2020 er der fastsat et specifikt mål om at forbedre rammebetingelserne for konkurrenceevne og bæredygtighed for Unionens virksomheder i turismesektoren. For at styrke bevidstheden om Europa som et sted for bæredygtige, ansvarlige og kvalitetsprægede rejsemål vil Kommissionen iværksætte informations-, kommunikations- og promoveringsaktiviteter, herunder oprettelse af et særligt websted med oplysninger om de europæiske turismekvalitetsprincipper. Kommissionen vil også fremme udvekslingen af god praksis og erfaringer.

3.3.3 Evaluering

Efter planen skal der foretages en evaluering af gennemførelsen af denne meddelelse tre år efter offentliggørelsen i Den Europæiske Unions Tidende. Kommissionen vil også vurdere, om der er brug for yderligere foranstaltninger for at fremme en ensartet servicekvalitet på turismeområdet.

4. VIRKNINGER FOR BUDGETTET

Der kan forudses passende budgetmidler til fremme af de europæiske turismekvalitetsprincipper via programmet for virksomheders konkurrenceevne og SMV'er (COSME)¹⁹.

¹⁹ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1287/2013 om et program for virksomheders konkurrenceevne og små og mellemstore virksomheder (Cosme) (2014-2020) (EUT L 347 af 20.12.2013, s. 33).

Forslag til

RÅDETS HENSTILLING

om europæiske turismekvalitetsprincipper

RÅDET FOR DEN EUROPÆISKE UNION HAR -

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, særlig artikel 195 og 292,

under henvisning til forslag fra Europa-Kommissionen, og

ud fra følgende betragtninger:

- (1) Kommissionen anerkender i sin meddelelse af 30. juni 2010 "Europa, verdens førende rejsemål – en ny politisk ramme for turisme i Europa"²⁰, at det er nødvendigt at fremme en bæredygtig, ansvarlig og kvalitetspræget turisme som led i den overordnede målsætning om at fremme Unionen som en række bæredygtige og kvalitetsprægede rejsemål.
- (2) Fremme af indkvartering og campingpladser med høje miljøpræstationer og bedste praksis for miljøledelse i turismesektoren behandles allerede specifikt på EU-plan gennem anvendelsen af Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 66/2010²¹ og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 1221/2009²².
- (3) Der findes allerede mange forskellige offentlige og private kvalitetsordninger i Unionen, der tager sigte på at informere forbrugerne om turisttjenesters kvalitet og vejlede fagfolk inden for turismeerhvervet. Disse ordninger er meget forskellige med hensyn til anvendelsesområde, styring, metodologi og kriterier. Desuden er deres anvendelse begrænset til visse undersektorer eller geografiske områder, hvilket fører til et højst fragmenteret miljø med hensyn til evaluering af kvaliteten af turisttjenester.
- (4) På grund af denne fragmentering og manglen på ensartede vurderingskriterier, som omfatter alle eksisterende kvalitetsordninger, kan det være svært for forbrugere, der rejser på tværs af grænserne i Unionen, eller som rejser til Unionen fra tredjelande, at sammenligne de tjenester, som de forskellige kvalitetsordninger dækker. Denne manglende ensartethed begrænser forbrugernes mulighed for at træffe kvalificerede valg.

²⁰ KOM(2010) 352 endelig.

²¹ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 66/2010 af 25. november 2009 om EU-miljømærket (EUT L 27 af 30.1.2010, s. 1).

²² Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 1221/2009 af 25. november 2009 om organisationers frivillige deltagelse i en fællesskabsordning for miljøledelse og miljørevision (EMAS) og om ophævelse af forordning (EF) nr. 761/2001 og Kommissionens beslutning 2001/681/EF og 2006/193/EF (EUT L 342 af 22.12.2009, s. 1).

- (5) Fordi der ikke findes en ensartet vurdering, der omfatter alle kvalitetsordninger, har det indtil nu været svært for turismevirksomheder at opnå synlighed over for forbrugerne og drage fordel af koordinerede foranstaltninger. Dette gælder især for mikrovirksomheder og små virksomheder, som ofte ikke råder over de redskaber og ressourcer, der er nødvendige for at promovere sig selv og de kvalitetstjenester, de udbyder.
- (6) For at forbedre turismeindustriens konkurrenceevne er det nødvendigt at gøre Unionens turismevirksomheder attraktive for tredjelandsstatsborgere.
- (7) Der bør derfor fastlægges en række europæiske turismekvalitetsprincipper, som anerkendes af forbrugerne og industrien.
- (8) For at sikre, at flest mulige undersektorer på turismeområdet er omfattet, og samtidig bevare mangfoldigheden i Unionens turismeudbud bør de europæiske turismekvalitetsprincipper være af generel karakter, men give en merværdi, som svarer til forbrugernes forventninger til turisttjenester af en høj kvalitet.
- (9) For at sikre et tilfredsstillende udbud af tjenester er det nødvendigt, at de relevante medarbejdere får en passende uddannelse, så de kan varetage de opgaver, de får pålagt. Af samme grund bør den uddannelse, som gennemføres, registreres i et uddannelsesregister.
- (10) For at fremme den løbende forbedring af kvaliteten af turisttjenester, som opfylder forbrugernes krav, er det vigtigt at gennemføre forbrugerundersøgelser og sikre, at der følges op på klager.
- (11) For at fremme ægtheden og mangfoldigheden i Unionens turismeudbud er det nødvendigt, at forbrugerne får ajourførte oplysninger om den lokale kulturarv samt om lokale sædvaner, traditioner, tjenester og produkter.
- (12) For at øge bevidstheden om de europæiske turismekvalitetsprincipper og dermed opnå forbrugernes tillid er det vigtigt, at turismeorganisationer stiller information og vejledning til rådighed for forbrugerne om disse principper.
- (13) For at gøre det lettere at anvende de europæiske turismekvalitetsprincipper på deres områder og samordne deres aktioner bør medlemsstaterne koordinere, overvåge og fremme de europæiske turismekvalitetsprincipper på en gennemsigtig måde.
- (14) For at sikre, at de europæiske turismekvalitetsprincipper anvendes på frivillig basis af turismeorganisationer, der opererer i mere end én medlemsstat (tværnationale organisationer), er det afgørende, at medlemsstaterne samarbejder med hinanden med henblik på disse organisationers anvendelse af de europæiske turismekvalitetsprincipper.
- (15) For at lette en ensartet anvendelse af de europæiske turismekvalitetsprincipper og af deres koordinering, overvågning og fremme i hele Unionen opfordres medlemsstaterne til at udveksle oplysninger og erfaringer. Kommissionen bør fremme en sådan udveksling af oplysninger.
- (16) For at supplere medlemsstaternes indsats for at fremme turismesektorens konkurrenceevne er det vigtigt at informere forbrugerne og øge deres kendskab til de europæiske turismekvalitetsprincipper ved hjælp af passende promoverings- og informationsforanstaltninger i Unionen, men også - og især - i tredjelande, med det mål at fremme Unionen som en række bæredygtige og kvalitetsprægede rejsemål. Endvidere er det for at tilskynde til, at der skabes et gunstigt miljø for udvikling af turismesektoren, også vigtigt at gøre de europæiske turismekvalitetsprincipper

attraktive for turismeorganisationer. Det er derfor vigtigt, at medlemsstaterne og Kommissionen samarbejder herom.

- (17) For at fremme overvågningen og vurderingen af anvendelsen af de europæiske turismekvalitetsprincipper er det vigtigt, at medlemsstaterne informerer Kommissionen om anvendelsen af de europæiske turismekvalitetsprincipper på deres område, navnlig på møderne i Det Rådgivende Udvalg for Turisme.
- (18) For at reagere på de hastigt ændrede markedsvilkår på turismeområdet og sikre merværdien af de europæiske turismekvalitetsprincipper på lang sigt bør Kommissionen overvåge deres anvendelse, og den bør evaluere gennemførelsen af denne henstilling tre år efter dens offentliggørelse i Den Europæiske Unions Tidende. Af samme grund bør Kommissionen også vurdere, om der er brug for supplerende foranstaltninger for at sikre, at de målsætninger, der er afspejlet i denne henstilling, opfyldes —

VEDTAGET AT HENSTILLE:

1. GENSTAND OG ANVENDELSESOMRÅDE

I denne henstilling fastsættes der en række europæiske turismekvalitetsprincipper (i det følgende benævnt "principper"), der skal anvendes af turismeorganisationer.

2. DEFINITIONER

I denne henstilling forstås ved:

- a) "turismeorganisation": en offentlig eller privat organisation, der er etableret i Unionen, og som leverer tjenesteydelser på turismeområdet på lokalt, regionalt, nationalt og tværnationalt plan
- b) "tværnational turismeorganisation": en turismeorganisation, der gennemfører aktiviteter på mere end en medlemsstats område eller dele heraf.

3. EUROPÆISKE TURISMEKVALITETSPRINCIPPER

Hvor det er hensigtsmæssigt i forhold til størrelsen eller forretningskonceptet, henstilles det til turismeorganisationer at anvende følgende principper i forbindelse med deres aktiviteter:

- a) Sørge for uddannelse af medarbejdere, herunder
 - i) uddannelse af alle medarbejdere, der arbejder med at levere tjenesteydelser direkte til forbrugerne, for at sikre en tilfredsstillende varetagelse af de opgaver, der er pålagt dem
 - ii) registrering af den uddannelse, som medarbejderne har gennemført, i et uddannelsesregister, der er oprettet til dette formål
 - iii) udpegelse af en kvalitetskoordinator for at sikre en sammenhængende tilgang til kvalitetsstyring af de tjenesteydelser, der udbydes, og inddragelse af de relevante medarbejdere i kvalitetsprocessen.
- b) Anvende en forbrugertilfredshedspolitik, herunder følgende:

- i) etablering af en mekanisme for håndtering af forbrugerklager på stedet, hvor tjenesteydelsen leveres, eller via internettet
 - ii) sikring af, at klager straks besvares
 - iii) gennemførelse af forbrugertilfredshedsundersøgelser og hensyntagen til resultaterne heraf for at forbedre tjenesteydelsens kvalitet.
- c) Have og følge en dokumenteret plan for rengøring og vedligeholdelse af faciliteter eller udstyr, hvor det er relevant.
- d) Stille oplysninger til rådighed for forbrugere, herunder:
- i) oplysninger om den lokale kulturarv og om lokale sædvaner, traditioner, tjenesteydelser og produkter
 - ii) oplysninger om tilgængelighed med hensyn til de tjenesteydelser, der udbydes
 - iii) oplysninger om bæredygtighedsaspekter med hensyn til de tjenesteydelser, der udbydes
 - iv) oplysninger om principperne.
- e) Sikre, at disse oplysninger er korrekte, pålidelige, tydelige og tilgængelige på mindst de mest relevante fremmedsprog, hvis det er hensigtsmæssigt i forhold til beliggenhed og forretningskoncept.

4. MEDLEMSSTATERNES AKTIVITETER

- 4.1. Medlemsstaterne bør koordinere, overvåge og fremme anvendelsen af principperne på deres område. Med henblik herpå opfordres medlemsstaterne til:
- a) at overvåge turismeorganisationers anvendelse af de i punkt 3 fastsatte principper
 - b) sammen med de øvrige medlemsstater at overvåge de aktiviteter, der vedrører principperne og deres anvendelse
 - c) at fremme principperne blandt turismeorganisationer
 - d) i samarbejde med de øvrige medlemsstater at sikre, at passende oplysninger og vejledning om principperne stilles til rådighed for turismeorganisationer
 - e) at samarbejde med hinanden med henblik på at lette tværnationale turismeorganisationers anvendelse af principperne.
- 4.2. Det henstilles også, at der sikres gennemsigtighed i gennemførelsen af medlemsstaternes aktiviteter.

5. SAMARBEJDE MELLEM MEDLEMSSTATERNE OG KOMMISSIONEN

Medlemsstaterne opfordres til at informere Kommissionen om de i punkt 4 nævnte aktiviteter og til at samarbejde med Kommissionen dels om deres overvågning og vurdering, dels om deres oplysnings- og promoveringsinitiativer.

6. OVERVÅGNING OG VURDERING

- 6.1. Kommissionen bør vurdere gennemførelsen af denne henstilling senest [*date to be defined 3 years after the publication of the Recommendation in the Official Journal*]

6.2. Kommissionen bør også vurdere, om der bør foreslås yderligere foranstaltninger til at skabe større ensartethed i kvaliteten af medlemsstaternes turisttjenester, således som det afspejles i denne henstilling.

7. AFSLUTTENDE BESTEMMELSER

Denne henstilling offentliggøres i *Den Europæiske Unions Tidende*.

Udfærdiget i Bruxelles, den [...].

På Rådets vegne
Formand