



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ  
ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Βρυξέλλες, 20.2.2014  
COM(2014) 85 final

2014/0043 (NLE)

Πρόταση

**ΣΥΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ**

**για τις αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού**

## ΑΙΤΙΟΛΟΓΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ

### 1. ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ

#### 1.1. Ιστορικό

Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει την τρίτη μεγαλύτερη κοινωνικοοικονομική δραστηριότητα στην ΕΕ από άποψη συμβολής στο ΑΕΠ και την απασχόληση, μετά τους τομείς του εμπορίου και της διανομής και των κατασκευών. Είναι ένας από τους λίγους τομείς της οικονομίας που καταγράφουν συνεχή ανάπτυξη, παρά τις οικονομικές και χρηματοπιστωτικές δυσχέρειες, παρουσιάζοντας έτσι μεγάλο δυναμικό συνεισφοράς στην «Ευρώπη 2020», την αναπτυξιακή στρατηγική της ΕΕ για δυναμική, βιώσιμη οικονομία της ΕΕ, χωρίς αποκλεισμούς.

Με 1,8 εκατομμύρια επιχειρήσεις περίπου, κυρίως ΜΜΕ, ο εν λόγω τομέας<sup>1</sup> απασχολεί περίπου το 3,3% του εργατικού δυναμικού της ΕΕ (περίπου 8 εκατομμύρια θέσεις εργασίας), ενώ παράγει περίπου το 2,9% του ΑΕΠ της ΕΕ. Λαμβάνοντας υπόψη τους τομείς που συνδέονται με αυτόν<sup>2</sup>, η έμμεση συνεισφορά του είναι ακόμα μεγαλύτερη: υπολογίζεται ότι παρέχει περίπου 8,5% όλων των θέσεων εργασίας (περίπου 18,8 εκατομμύρια εργαζόμενοι) και δημιουργεί περίπου 7,9% του ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης<sup>3</sup>. Παρά τον αυξανόμενο ανταγωνισμό από άλλες περιοχές του κόσμου, η ΕΕ είναι ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο, με 384,8 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις το 2011.<sup>4</sup>

Με την έγκριση της Συνθήκης της Λισαβόνας, εκχωρήθηκε στην ΕΕ η αρμοδιότητα να συμπληρώνει τη δράση των κρατών μελών στον τομέα του τουρισμού, ιδίως προάγοντας την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της Ένωσης στον τομέα αυτόν<sup>5</sup>.

Για να ανταποκριθεί στις νέες εξουσίες που της δόθηκαν καθώς και στην ανάγκη για νέα μέτρα για την τόνωση της ανάπτυξης της ΕΕ, η Επιτροπή εξέδωσε το 2010 μια ανακοίνωση για ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό<sup>6</sup>. Αυτό το πλαίσιο περιγράφει ένα φιλόδοξο σύνολο δράσεων με στόχο (α) την τόνωση της ανταγωνιστικότητας στον τομέα του ευρωπαϊκού τουρισμού, (β) την προώθηση της ανάπτυξης βιώσιμου, υπεύθυνου και ποιοτικού τουρισμού, (γ) την εδραίωση της εικόνας και του προφίλ της Ευρώπης ως τόπου με βιώσιμους και ποιοτικούς προορισμούς και (δ) τη μεγιστοποίηση του δυναμικού των πολιτικών και των χρηματοδοτικών μέσων της ΕΕ για την ανάπτυξη του τουρισμού.

Η Δράση 13 της ανακοίνωσης προβλέπει ρητά την ανάπτυξη ενός ευρωπαϊκού σήματος «Τουρισμός ποιότητας», «με βάση τις υφιστάμενες εθνικές εμπειρίες, για τη βελτίωση της ασφάλειας και της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στα τουριστικά προϊόντα και την ανταμοιβή των αυστηρών και συνετών προσεγγίσεων που υιοθετούν οι επαγγελματίες του

<sup>1</sup> Παραδοσιακοί προμηθευτές ταξιδιωτικών και τουριστικών υπηρεσιών (ξενοδοχεία, εστιατόρια, ταξιδιωτικά γραφεία, ενοικίαση αυτοκινήτου, εταιρείες που εκτελούν ναυλωμένες πτήσεις, τουριστικά πούλμαν, κρουαζιερόπλοια κ.λπ.), που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες απευθείας στους επισκέπτες.

<sup>2</sup> Ειδικότερα οι εταιρείες διανομής, κατασκευών και μεταφορών γενικά (εναέριες, σιδηροδρομικές, θαλάσσιες, λεωφορεία/πούλμαν κ.λπ.) και ο πολιτιστικός τομέας (συμπεριλαμβανομένων των κλάδων του πολιτισμού και της δημιουργίας).

<sup>3</sup> WTTC 2012 [http://www.wttc.org/site\\_media/uploads/downloads/european\\_union2012.pdf](http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/european_union2012.pdf)

<sup>4</sup> Παγκόσμιο Τουριστικό Βαρόμετρο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ), Μάιος 2012.

<sup>5</sup> Άρθρο 6 εδάφιο δ της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Επιπλέον, το άρθρο 195 της ΣΛΕΕ προβλέπει για την ΕΕ το εξής: «Προς τούτο, η δράση της Ένωσης έχει ως στόχο: α) να ενθαρρύνει τη δημιουργία περιβάλλοντος ευνοϊκού για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων στον εν λόγω τομέα, β) να ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ κρατών μελών, ιδίως με την ανταλλαγή ορθών πρακτικών».

<sup>6</sup> Η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό COM(2010) 352 τελικό.

τουρισμού με στόχο την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών για την ικανοποίηση των πελατών».

Απαντώντας στην εν λόγω ανακοίνωση, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο κάλεσε την Επιτροπή «[...] σε συνεργασία με τους παράγοντες στον τομέα του τουρισμού, να εκτιμήσει τη δυνατότητα υλοποίησης ενός ευρωπαϊκού σήματος για τον "Τουρισμό ποιότητας", [...], προκειμένου να δημιουργηθεί ένα γενικό σήμα συμπληρωματικό προς τα εθνικά σήματα το οποίο θα αναγνωρίζεται με βάση την εθελοντική διαπίστευση.»<sup>7</sup> Η μελέτη του 2009 για την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού κλάδου της ΕΕ διαπίστωσε ότι, παρά το γεγονός ότι ο συνολικός αριθμός διεθνών αφίξεων στην Ευρώπη εξακολουθεί να αυξάνεται, τελευταία η Ευρώπη χάνει μερίδιο αγοράς από νέους, αναδυόμενους παγκόσμιους προορισμούς. Επιπλέον, η παγκοσμιοποίηση, το Διαδίκτυο και η ταχέως μεταβαλλόμενη συμπεριφορά των καταναλωτών, καθώς και η αυξανόμενη ανησυχία για το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των τουριστικών δραστηριοτήτων έχουν ισχυρό αντίκτυπο στον κλάδο.<sup>8</sup>

Σε μια αυξανόμενα ανταγωνιστική αγορά, οι τουριστικές επιχειρήσεις συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο τη σημασία της ποιότητας ως πηγής ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Ως εκ τούτου, η πρόσβαση σε αξιόπιστες, επικαιροποιημένες, ακριβείς και σχετικές πληροφορίες για την ποιότητα μιας συγκεκριμένης τουριστικής υπηρεσίας είναι ουσιώδης για τους τουρίστες, προκειμένου να μπορούν να συγκρίνουν ανταγωνιστικά προϊόντα και να κάνουν συνειδητές επιλογές.

Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα έντονο στην περίπτωση των τουριστών που προέρχονται από άλλο κράτος μέλος της ΕΕ, όπου οι αβεβαιότητες μπορεί να τονίζονται από τις γλωσσικές δυσκολίες, στις περιπτώσεις όπου οι πληροφορίες δεν είναι διαθέσιμες σε γλώσσα που κατανοεί ο καταναλωτής.

Επιπλέον, με δεδομένη την τρέχουσα οικονομική κρίση, η ΕΕ πρέπει να καταβάλει κάθε προσπάθεια να προσελκύσει επισκέπτες από άλλες χώρες. Είναι εξαιρετικά σημαντικό να εξασφαλιστεί ότι αυτοί οι επισκέπτες μπορούν να στηριχθούν στο γεγονός ότι θα λάβουν συγκεκριμένο επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών σε όλη την ΕΕ.

Οι πληροφορίες που παρέχονται στους καταναλωτές σχετικά με την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προσέλκυση επισκεπτών από τρίτες χώρες, πράγμα που έχει τεράστιο και μέχρι στιγμής σε μεγάλο βαθμό ανεκμετάλλευτο δυναμικό για την ενίσχυση των τουριστικών αφίξεων προς προορισμούς της ΕΕ και την τόνωση της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού της ΕΕ. Το 2011, το ποσό που ξόδεψαν οι ξένοι επισκέπτες ανήλθε σε 330,44 δισεκατομμύρια ευρώ. Σύμφωνα με πρόσφατες εκτιμήσεις αυτοί οι αριθμοί ενδέχεται να αυξηθούν σε έως 20,4 εκατομμύρια θέσεις εργασίας και 427,31 δισεκατομμύρια ευρώ το 2022<sup>9</sup>.

Επομένως, η τρέχουσα πρωτοβουλία πρέπει επίσης να εξεταστεί στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας της Επιτροπής να προωθήσει την ευρωπαϊκή «σφραγίδα» σε τρίτες χώρες<sup>10</sup> και

<sup>7</sup> P7\_TA-PROV(2011)0407 – Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, της 27/09/2011, με θέμα «Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό».

<sup>8</sup> Ecorys (2009), σ. 2.

<sup>9</sup> [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-12-1177\\_el.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1177_el.htm)

<sup>10</sup> Το COM (2010)352 τελικό προβλέπει τη δημιουργία ενός «σήματος της Ευρώπης», που θα συμπληρώσει τις προσπάθειες προώθησης σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο και θα δώσει τη δυνατότητα στους ευρωπαϊκούς προορισμούς να ξεχωρίσουν από άλλους διεθνείς προορισμούς (δράση 18)

στο πλαίσιο αυτό της πρωτοβουλίας «Προορισμός: Ευρώπη 2020»<sup>11</sup>, καθώς και της πολιτικής της ΕΕ για τις θεωρήσεις<sup>12</sup> που διευκολύνει τα ταξίδια των υπηκόων τρίτων χωρών στην ΕΕ<sup>13</sup>, για να βοηθήσει την Ευρώπη να παραμείνει ο πρώτος τουριστικός προορισμός παγκοσμίως.

## 1.2 Η σημερινή κατάσταση

Επί του παρόντος δεν υπάρχει ειδική νομοθεσία σε επίπεδο ΕΕ που διέπει την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών.<sup>14</sup>

Ορισμένα υφιστάμενα εργαλεία ενημέρωσης, όπως οι δικτυακοί τόποι επιγραμμικής αξιολόγησης και σύγκρισης, μπορούν να βοηθήσουν τους καταναλωτές να αποφασίσουν, με την προϋπόθεση ότι παρουσιάζουν διαφανείς και αξιόπιστες πληροφορίες.

Ορισμένα κράτη μέλη διαθέτουν εθνικά, υποεθνικά ή περιφερειακά δημόσια συστήματα ποιότητας στο έδαφός τους σε εθελοντική βάση. Υπάρχει επίσης ευρεία ποικιλία πρωτοβουλιών του κλάδου σε περιφερειακό, εθνικό ή διακρατικό επίπεδο, οι οποίες ως επί το πλείστον εστιάζουν σε πτυχές της ποιότητας υπηρεσιών που αφορούν ειδικά τους αντίστοιχους υποτομείς του τουρισμού ή τη γεωγραφική περιοχή τους.

Όπως επιβεβαιώθηκε από την ανάλυση της αγοράς που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της αξιολόγησης των επιλογών πολιτικής η οποία συνοδεύει την παρούσα πρόταση<sup>15</sup>, τα εν λόγω συστήματα ποιότητας παρουσιάζουν σημαντική πολυμορφία και, επομένως, πολύ μικρή συνεκτικότητα όταν συγκρίνονται ως προς το τομεακό πεδίο εφαρμογής, τη γεωγραφική κάλυψη, τη διακυβέρνηση, τη μεθοδολογία αξιολόγησης και τα κριτήρια αξιολόγησής τους.

Ο τεράστιος αριθμός και η πολυμορφία των υφιστάμενων ιδιωτικών και δημόσιων συστημάτων ποιότητας έχουν ως αποτέλεσμα μια πολύ κατακερματισμένη αγορά σε ό,τι αφορά την αξιολόγηση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών.

Ως συνέπεια αυτού του κατακερματισμού, οι διασυνωριακοί τουρίστες δεν λαμβάνουν συνεκτικές πληροφορίες για να κατανοήσουν εύκολα τι εκπροσωπούν τα διάφορα συστήματα ποιότητας και να συγκρίνουν ανταγωνιστικές υπηρεσίες. Αυτό οδηγεί σε σύγχυση. Επίσης, περιορίζει τη δυνατότητα των συστημάτων ποιότητας να ενημερώνουν αποτελεσματικά τους καταναλωτές σχετικά με το επίπεδο ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται, πράγμα που παρεμποδίζει τη δυνατότητα των καταναλωτών να κάνουν

<sup>11</sup> Διεξάγεται στο πλαίσιο μιας επιδότησης ad hoc σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τουρισμού, με γενικότερο στόχο τον καθορισμό μιας στρατηγικής προώθησης εμπορικού σήματος και μάρκετινγκ για την πρωτοβουλία «Προορισμός: Ευρώπη» [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/international/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/international/index_en.htm)

<sup>12</sup> COM(2012) 649 τελικό

<sup>13</sup> Επί του παρόντος υπάρχουν 42 χώρες και οντότητες οι υπήκοοι των οποίων δεν χρειάζονται θεώρηση για να ταξιδέψουν στην ΕΕ. Πολίτες από 16 νησιά της Καραϊβικής και του Ειρηνικού θα πρέπει σύντομα να είναι σε θέση να εισέλθουν στον χώρο Σένγκεν χωρίς να χρειάζονται θεώρηση. Ο στόχος είναι να απλουστευτούν τα ταξίδια στον χώρο Σένγκεν, καθώς και στην Κύπρο, τη Βουλγαρία και τη Ρουμανία για τους πολίτες αυτών των χωρών. Η πρόταση της Επιτροπής προβλέπει ότι η απαλλαγή από την υποχρέωση θεώρησης θα είναι αμοιβαία με συμφωνίες απαλλαγής από την υποχρέωση θεώρησης, εξασφαλίζοντας καθεστώς πλήρους απαλλαγής από την υποχρέωση θεώρησης σε όλους τους πολίτες της ΕΕ που επιθυμούν να ταξιδέψουν στις εν λόγω χώρες. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-12-1179\\_en.htm?locale=en](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1179_en.htm?locale=en)

<sup>14</sup> Γενική νομοθεσία περί προστασίας των καταναλωτών της ΕΕ υπάρχει ήδη, για παράδειγμα η οδηγία 2011/83/ΕΕ σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών.

<sup>15</sup> Estimated Impacts of possible Options and Legal Instruments of the Umbrella European Tourism Quality Label for quality schemes (CEPS) (Εκτίμηση των συνεπειών των πιθανών επιλογών και νομικά μέσα του γενικού ευρωπαϊκού σήματος ποιότητας για τον τουρισμό για τα συστήματα ποιότητας) Σεπτέμβριος 2012, που διατίθεται στον ακόλουθο δικτυακό τόπο: [http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc\\_id=7655](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=7655), στο εξής CEPS (2012).

συνειδητές επιλογές ιδίως όταν ταξιδεύουν σε άλλο κράτος μέλος ή από τρίτες χώρες. Ως εκ τούτου, δεν επιβραβεύουν (ενδεχομένως ευνοώντας τις ή με καλύτερη φήμη) τις επιχειρήσεις που επενδύουν στην ποιότητα. Η κατάσταση αυτή αποθαρρύνει τον κλάδο, και ιδιαίτερα τις ΜΜΕ με περιορισμένους οικονομικούς πόρους, να πράξουν το ίδιο. Ως αποτέλεσμα, ο τουριστικός κλάδος της ΕΕ δεν μπορεί να εκμεταλλευτεί πλήρως το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα στην ποιότητα των υπηρεσιών και δεν μπορεί να εκπληρώσει το οικονομικό δυναμικό του, αυξάνοντας την προβολή της ποιότητας των υπηρεσιών του. Οι ενδιαφερόμενοι στον κλάδο του τουρισμού δεν έχουν μέχρι στιγμής κατορθώσει να συνεργαστούν επιτυχώς σε επίπεδο ΕΕ για τον περιορισμό της έλλειψης συνεκτικότητας στην ΕΕ μεταξύ των υφιστάμενων ή μελλοντικών συστημάτων ποιότητας και δεν υπάρχουν ενδείξεις ότι μπορεί να προκύψει κάποια ιδιωτική ή δημόσια πρωτοβουλία που θα βελτίωνε την κατάσταση αυτή. Ως εκ τούτου, είναι πολύ επείγον να αντιμετωπιστεί ο κατακερματισμός της αγοράς σε διάφορα επίπεδα. Ο υπάρχων κατακερματισμός στα συστήματα αξιολόγησης ποιότητας προκαλεί σύγχυση και μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την ανταγωνιστικότητα του ευρωπαϊκού τουρισμού.

## **2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΔΙΑΒΟΥΛΕΥΣΕΩΝ ΜΕ ΤΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ ΚΑΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΠΕΙΩΝ**

### **2.1 Διαδικασία διαβούλευσης**

Μετά την έκδοση της ανακοίνωσης του 2010, η Επιτροπή άρχισε να συγκεντρώνει πληροφορίες σχετικά με τα υφιστάμενα συστήματα ποιότητας με τη βοήθεια των κρατών μελών και των ενδιαφερόμενων παραγόντων του κλάδου. Κατά τη διάρκεια του 2011, διοργανώθηκαν δύο εργαστήρια για την ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με τις υπάρχουσες εμπειρίες και την ανταλλαγή ιδεών σχετικά με πιθανές κοινές αρχές ποιότητας για τις τουριστικές υπηρεσίες. Στις αρχές του 2011, η Επιτροπή δημιούργησε μια άτυπη ομάδα εμπειρογνομόνων με τη συμμετοχή των διαχειριστών των υφιστάμενων δημοσίων και ιδιωτικών συστημάτων ποιότητας και εκπροσώπων των καταναλωτών για την παροχή βοήθειας στην ανάπτυξη ενός σχεδίου γενικής ιδέας. Η συντριπτική πλειονότητα των ενδιαφερόμενων που συμμετέχουν στα εργαστήρια και της άτυπης ομάδας εμπειρογνομόνων συμφώνησε ότι η πρωτοβουλία της ΕΕ πρέπει να ακολουθήσει μια προσέγγιση από τη βάση, αξιοποιώντας και αναγνωρίζοντας τις υφιστάμενες και τις μελλοντικές πρωτοβουλίες των κρατών μελών και του κλάδου. Ωστόσο, σε ό,τι αφορά το τι θα πρέπει να περιλαμβάνουν οι κοινές αρχές, οι ενδιαφερόμενοι παράγοντες εξέφρασαν διαφορετικές απόψεις. Επιπλέον, η ένταξη θεμάτων περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στις αρχές οδήγησε επίσης σε διάσταση απόψεων μεταξύ των ενδιαφερόμενων.

Κατά την περίοδο Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου 2011, πραγματοποιήθηκε μια στοχευμένη διαβούλευση, η οποία ζητούσε τις απόψεις ενός ευρύτερου κύκλου ενδιαφερόμενων, που αποτελείται από τις κύριες ευρωπαϊκές τουριστικές ενώσεις και ομοσπονδίες, τις ενώσεις σχετικών κλάδων, οργανώσεις καταναλωτών, καθώς και τις αρχές των κρατών μελών. Όσον αφορά τις θέσεις των ενδιαφερόμενων, η εν λόγω διαβούλευση είχε τα ίδια αποτελέσματα με τα προκαταρκτικά εργαστήρια που περιγράφονται παραπάνω.

Κατά τις τακτικές συνεδριάσεις της συμβουλευτικής επιτροπής τουρισμού της Επιτροπής ζητήθηκε επίσης η γνώμη των κρατών μελών και εκφράστηκαν αποκλίνουσες απόψεις: κάποια κράτη μέλη εξέφρασαν ισχυρή υποστήριξη για την πρωτοβουλία, αντιτιθέμενα στην υποχρέωση των δημοσίων διοικήσεων να συμμετάσχουν στη διακυβέρνηση αυτής της πρωτοβουλίας της ΕΕ, με κύριο επιχειρήματός τη μη συμμόρφωση με την αρχή της επικουρικότητας και τους περιορισμούς της νομικής βάσης, καθώς και τους περιορισμένους πόρους των εθνικών αρχών.

Προκειμένου να διευρύνει τη διαβούλευση με τους ενδιαφερόμενους και τη συλλογή εμπειρογνωμοσύνης, η Επιτροπή διοργάνωσε ανοικτή διάσκεψη τον Ιανουάριο του 2012. Η τεκμηρίωση και η έκθεση αυτής της διάσκεψης διατίθενται στον δικτυακό τόπο της Επιτροπής<sup>16</sup>. Στις συζητήσεις κατά τη διάσκεψη δεν διαφάνηκε καμία αλλαγή στις απόψεις και τις θέσεις των ιδιωτικών και των δημόσιων ενδιαφερόμενων.

Διενεργήθηκε δημόσια διαβούλευση, μεταξύ Μαΐου και Ιουλίου 2012 μέσω του δικτυακού τόπου της ΓΔ Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας «Η φωνή σας στην Ευρώπη» στη δικτυακή πύλη «Eurora» και μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που εστάλησαν σε ένα ευρύ φάσμα ιδιωτικών και δημόσιων ενδιαφερόμενων, καθώς και σε εκπροσώπους των κρατών μελών. Οι επαγγελματικές ενώσεις και ομοσπονδίες και οι δημόσιες διοικήσεις αποτέλεσαν το 90% των περισσότερων από 150 ερωτηθέντων. Το υπόλοιπο 10% ήταν τουριστικές επιχειρήσεις, τα δύο τρίτα των οποίων συμμετέχουν σε σύστημα ποιότητας. Τα τουριστικά συνδικάτα και οι εκπρόσωποι των καταναλωτών συμμετείχαν επίσης ενεργά στη διαδικασία διαβούλευσης. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες συμφώνησαν με την Επιτροπή όσον αφορά τον ορισμό του προβλήματος και την ανάγκη να αναληφθεί πρωτοβουλία από την ΕΕ στον εν λόγω τομέα. Τα αποτελέσματα της δημόσιας διαβούλευσης έχουν δημοσιευτεί στον δικτυακό τόπο της Επιτροπής<sup>17</sup>.

Στο πλαίσιο της αξιολόγησης των επιλογών πολιτικής, διενεργήθηκε μια μελέτη ιστορικού για την εμπειρία των επιχειρήσεων σχετικά με τη συμμετοχή σε σύστημα ποιότητας, όπου η εισροή των διαχειριστών ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος των υφιστάμενων συστημάτων ποιότητας και των επιχειρήσεων που συμμετείχαν σε αυτά πρόσφερε χρήσιμες πληροφορίες στην αξιολόγηση των συνεπειών της προτεινόμενης πρωτοβουλίας<sup>18</sup>.

## 2.2 Αξιολόγηση των επιλογών πολιτικής

Η Επιτροπή αξιολόγησε διάφορες επιλογές πολιτικής με σκοπό τη βελτίωση της συνεκτικότητας μεταξύ των υφιστάμενων και των μελλοντικών συστημάτων ποιότητας και, ως αποτέλεσμα, των πληροφοριών που παρέχονται στους καταναλωτές.

Εξετάστηκαν συνολικά επτά επιλογές πολιτικής μεταξύ των οποίων τέσσερις εξετάστηκαν κατά την αξιολόγηση. Σε αυτές περιλαμβάνεται η επιλογή της μη αλλαγής πολιτικής, η επιλογή αυτορρύθμισης βάσει του κλάδου και δύο επιλογές που συνεπάγονται την παρέμβαση της ΕΕ. Οι δύο τελευταίες επιλογές εξέτασαν τις συνέπειες της δυνατότητας συμπερίληψης στην έννοια ορισμένων αρχών, όπως εκείνες που σχετίζονται με πτυχές περιβαλλοντικής βιωσιμότητας. Οι εκτιμώμενες οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες των επιλογών αξιολογήθηκαν με βάση την αποτελεσματικότητά τους στην εκπλήρωση των στόχων πολιτικής, τη σχέση κόστους-αποδοτικότητας και τη συνεκτικότητά τους με άλλες πολιτικές της ΕΕ.

Η αξιολόγηση έδωσε ιδιαίτερη προσοχή στο γεγονός ότι η συμμετοχή του κλάδου είτε στην επιλογή που προτείνει αυτορρύθμιση ή σε εκείνη που προτείνει παρέμβαση της ΕΕ θα είναι εθελοντική. Επίσης, εξετάστηκε διεξοδικά η διατήρηση της μοναδικότητας και της πολυμορφίας της ευρωπαϊκής τουριστικής προσφοράς, ιδίως με γνώμονα την τεράστια ποικιλία των υποτομέων του τουρισμού στους οποίους θα μπορούσαν να εφαρμοστούν οι αρχές της ποιότητας των ευρωπαϊκών υπηρεσιών.

Τα συμπεράσματα της αξιολόγησης δεν ευνοούν μία μόνο επιλογή, επειδή η σύγκριση των επιλογών έδειξε ίση αποτελεσματικότητα, αποδοτικότητα και συνεκτικότητα τόσο για την επιλογή που περιλαμβάνει μόνο τις αρχές που αφορούν την ποιότητα υπηρεσιών όσο και για

<sup>16</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item\\_id=5642](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5642)

<sup>17</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/public-consultation-etq/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/public-consultation-etq/index_en.htm)

<sup>18</sup> CEPS (2012)

εκείνη που επεκτείνει την πληροφόρηση σε άλλες πτυχές, όπως η περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

### **3. ΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ**

#### **3.1 ΝΟΜΙΚΗ ΒΑΣΗ**

Η πρόταση βασίζεται στα άρθρα 195 και 292 της ΣΛΕΕ.

#### **3.2 ΑΡΧΗ ΕΠΙΚΟΥΡΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΟΓΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Το άρθρο 195 της ΣΛΕΕ προβλέπει ότι η ΕΕ «συμπληρώνει τη δράση των κρατών μελών στον τομέα του τουρισμού, ιδίως με την προαγωγή της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων της Ένωσης στον τομέα αυτό». Σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας, η προτεινόμενη δράση της ΕΕ θα έχει εθελοντικό χαρακτήρα. Η προτεινόμενη πρωτοβουλία δεν εξαλείφει τις υφιστάμενες πρωτοβουλίες των κρατών μελών ή του κλάδου.

Ο λόγος για την αναγκαιότητα ανάληψης ευρωπαϊκής δράσης έγκειται στον διεθνικό χαρακτήρα του προβλήματος. Αυτό συμβαίνει σε διασυνοριακά πλαίσια, όπου οι τουριστικές υπηρεσίες παρέχονται σε μια χώρα όπου οι τουρίστες δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, περιορίζοντας την προστιθέμενη αξία την οποία μπορούν να προσφέρουν τα συστήματα ποιότητας για τους διασυνοριακούς ταξιδιώτες, ιδίως όταν οι εν λόγω ταξιδιώτες προέρχονται εκτός της ΕΕ.

Η παρούσα κατάσταση (περιγράφεται στο σημείο 1.2) σχετικά με την αξιολόγηση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών στην Ευρώπη δεν προάγει επαρκή ισότητα ανταγωνισμού στον κλάδο της ΕΕ. Η έλλειψη συνεκτικότητας των συστημάτων αξιολόγησης της ποιότητας για τις τουριστικές υπηρεσίες σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο προκαλεί σύγχυση στους καταναλωτές και δημιουργεί εμπόδια στην εσωτερική αγορά.

Τα μεμονωμένα κράτη μέλη δεν διαθέτουν τις κατάλληλες εξουσίες και το πεδίο εφαρμογής ώστε να ενεργήσουν αυτόνομα για να βελτιώσουν τη συνεκτικότητα της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται σε όλη την ΕΕ. Μέχρι στιγμής, τα κράτη μέλη δεν έχουν ξεκινήσει κανέναν διασυνοριακό συντονισμό των αρχών ποιότητας του τουρισμού και δεν υπάρχουν ενδείξεις ότι θα το πράξουν στο μέλλον. Δεδομένου του τρέχοντος χαμηλού αριθμού των υφιστάμενων δημόσιων συστημάτων σε εθνικό επίπεδο, η συνεργασία αυτή σε καμία περίπτωση δεν οδηγεί σε μεγάλης κλίμακας διασυνοριακή συνεργασία. Επιπλέον, τα κράτη μέλη, σε μεμονωμένη βάση, δεν είναι σε θέση αυτήν τη στιγμή να βελτιώσουν τη συνεκτικότητα μεταξύ *ιδιωτικών* συστημάτων από άλλα κράτη μέλη. Συνεπώς, η δράση της ΕΕ είναι αναγκαία και δικαιολογημένη.

Επιπροσθέτως, οι δράσεις που έχουν αναληφθεί από τον κλάδο, ακόμη και σε διακρατικό επίπεδο, περιορίζονται σε ειδικό υποτομέα (ή ίσως σε λίγους σχετικούς), αλλά δεν έχουν πραγματικό οριζόντιο πεδίο εφαρμογής. Αυτό οδηγεί στη μη συνεκτική πληροφόρηση του καταναλωτή και περιορίζει την ενημερωτική ισχύ των συστημάτων ποιότητας και των επιχειρήσεων που συμμετέχουν σε αυτά σε διασυνοριακό πλαίσιο εντός της ΕΕ και προς ταξιδιώτες που προέρχονται από τρίτες χώρες. Η κατάσταση αυτή δεν αναμένεται να αλλάξει, επομένως απαιτείται δράση σε επίπεδο ΕΕ.

Για λόγους κλίμακας, η ΕΕ βρίσκεται σε καλύτερη θέση να αντιμετωπίσει τα προβλήματα τομεακού και γεωγραφικού κατακερματισμού που περιγράφονται παραπάνω. Η ύπαρξη πλαισίου σε επίπεδο ΕΕ υπέρ του γενικού συμφέροντος της προώθησης της ανταγωνιστικότητας του τουρισμού της Ένωσης θα είναι αποτελεσματικότερη ως προς τη

διασυνοριακή προβολή και αξιοπιστία. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί συμπληρώνοντας το έργο που έχει ήδη εκτελεστεί από τους δημόσιους και ιδιωτικούς τουριστικούς παράγοντες, ενθαρρύνοντας και δημιουργώντας ένα ευνοϊκό περιβάλλον για αυτούς ώστε να ενώσουν τις προσπάθειές τους. Οι αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού μπορούν να προωθηθούν καλύτερα με δράση της ΕΕ, τόσο στα κράτη μέλη όσο και προς τους ταξιδιώτες από τρίτες χώρες, ως μέρος της συνολικής στρατηγικής προώθησης της ΕΕ για τον τουρισμό. Η προστιθέμενη αξία μιας δράσης ευρείας κλίμακας συντονισμένης σε επίπεδο ΕΕ έχει επιβεβαιωθεί από τη μεγάλη πλειονότητα των ενδιαφερόμενων.

Τέλος, η πρόταση είναι σύμφωνη με την αρχή της αναλογικότητας. Η πρωτοβουλία αναπτύχθηκε με σκοπό τον περιορισμό του κόστους στο αναγκαίο για την επίτευξη των στόχων πολιτικής. Η εφαρμογή των προτεινόμενων αρχών ποιότητας απαιτεί κυρίως οργανωτική αλλαγή, η οποία συνεπάγεται περιορισμένες επενδύσεις, που αναμένεται να αντισταθμιστούν από τα οφέλη που προκύπτουν από την αυξημένη ικανοποίηση των καταναλωτών και από συμπληρωματικές δράσεις της ΕΕ.

Για να διασφαλιστεί ότι οι αρμοδιότητες των κρατών μελών γίνονται σεβαστές, συνιστάται τα κράτη μέλη να συντονίζονται, να παρακολουθούν και να προωθούν την εφαρμογή των αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού στα αντίστοιχα εδάφη τους, σε συνεργασία με την Επιτροπή. Με τα μέτρα αυτά, η πρόταση σέβεται δεόντως την αρχή της επικουρικότητας.

### **3.3 ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ**

#### **3.3.1 Αντικείμενο και στόχοι**

Οι αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού που καθορίζονται στην παρούσα πρόταση εφαρμόζονται στις τουριστικές υπηρεσίες που προσφέρονται στην Ένωση απευθείας στους καταναλωτές και συνιστάται να ακολουθούνται από τους δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς που παρέχουν υπηρεσίες στον τομέα του τουρισμού.

Η πρωτοβουλία στοχεύει να βελτιώσει την πληροφόρηση των καταναλωτών, ιδίως για εκείνους που ταξιδεύουν σε άλλο κράτος μέλος ή προέρχονται από τρίτη χώρα, σχετικά με την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών, επιτρέποντας στους καταναλωτές με ποιοτικές απαιτήσεις να κάνουν πιο συνειδητές επιλογές. Αυτό, με τη σειρά του, ενισχύει τα κίνητρα για τις τουριστικές επιχειρήσεις της ΕΕ, ιδίως τις ΜΜΕ, να επενδύσουν περαιτέρω στην ποιότητα. Στοχεύει να το κάνει αυτό βελτιώνοντας τη συνεκτικότητα της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών σε επίπεδο ΕΕ με τη θέσπιση ευρωπαϊκών αρχών με τις οποίες θα συμμορφώνονται οι οργανισμοί τουρισμού. Οι αρχές αυτές προέρχονται από τα κριτήρια που προτείνονται από τους ενδιαφερόμενους και θα αξιολογηθούν στην ανοικτή διαβούλευση.

Με επιχειρησιακούς όρους, ο στόχος είναι, μέχρι την αναθεώρηση της πρωτοβουλίας, ένας σημαντικός αριθμός οργανισμών τουρισμού στην ΕΕ να ακολουθούν τις αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού.

Η προστιθέμενη αξία της πρωτοβουλίας θα είναι πολλαπλή: α) οι οργανισμοί τουρισμού που ακολουθούν αυτές τις αρχές θα είναι σε θέση να επωφεληθούν από τη δράση προώθησης και ευαισθητοποίησης που διεξάγει η Επιτροπή. Αυτό θα οδηγήσει σε αυξημένη προβολή, πράγμα που θα ενισχύσει την ικανότητά τους να προσεγγίσουν τους καταναλωτές και θα τους παράσχει τη δυνατότητα να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε αγορές που διαφορετικά δεν θα μπορούσαν να προσεγγίσουν, ιδίως σε τρίτες χώρες· β) Για τους καταναλωτές, η προστιθέμενη αξία θα είναι η διαβεβαίωση ότι πληρούνται ορισμένες ευρωπαϊκές αρχές ποιότητας, ανεξάρτητα από το κράτος μέλος που επισκέπτονται. Τέλος, η επισήμανση και η έμφαση στην υψηλή ποιότητα των ευρωπαϊκών τουριστικών υπηρεσιών θα συμβάλει στη



γενικότερη στρατηγική της ΕΕ για τη βελτίωση των τουριστικών ροών ταξιδιωτών εντός και εκτός Ευρώπης, συμπληρώνοντας τις προσπάθειες διευκόλυνσης των απαιτήσεων θεώρησης για τουρίστες τρίτων χωρών και προωθώντας την Ευρώπη ως σύνολο βιώσιμων και ποιοτικών προορισμών.

Σε τελευταία ανάλυση, αυτό θα συνεισφέρει στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τομέα και θα ενισχύσει την ικανότητά του να δημιουργήσει οικονομική ανάπτυξη και απασχόληση, προς όφελος των κρατών μελών και της συνολικής οικονομίας της ΕΕ.

### **3.3.2 Εφαρμογή των αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού**

#### ***Τομεακό και γεωγραφικό πεδίο εφαρμογής***

Προκειμένου να επιτευχθεί καλύτερη συνεκτικότητα της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών σε ολόκληρη την ΕΕ, μπορούν να εφαρμοστούν οι αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού, χωρίς υποτομεακό περιορισμό, σε όλους τους δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς τουρισμού που λειτουργούν σε εθνικό, περιφερειακό, τοπικό ή διακρατικό επίπεδο, παρέχοντας τουριστικές υπηρεσίες στην Ένωση προς τους καταναλωτές.

#### ***Συντονισμός, παρακολούθηση και προώθηση***

Σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας, τα κράτη μέλη θα κληθούν να συντονίζονται, να παρακολουθούν και να ενθαρρύνουν τις αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού στο έδαφός τους.

Επίσης, τα κράτη μέλη θα κληθούν να συνεργάζονται όσον αφορά τους διακρατικούς οργανισμούς τουρισμού. Θα κληθούν επίσης να συνεργάζονται με την Επιτροπή στο πλαίσιο της συμβουλευτικής επιτροπής τουρισμού, για να διευκολυνθεί η παρακολούθηση και η αξιολόγηση της πρωτοβουλίας, που μπορεί να πραγματοποιηθεί, μεταξύ άλλων, με ειδικές έρευνες μεταξύ των κρατών μελών, εκπροσώπων της βιομηχανίας και των καταναλωτών.

Το πρόγραμμα για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και τις ΜΜΕ (COSME) 2014-2020 θέτει τον ειδικό στόχο της βελτίωσης των συνθηκών πλαισίου για την ανταγωνιστικότητα και τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων της Ένωσης στον τομέα του τουρισμού. Με στόχο τη βελτίωση της εικόνας και του κύρους της Ευρώπης ως βιώσιμου, υπεύθυνου και ποιοτικού προορισμού, η Επιτροπή θα αναλάβει δραστηριότητες πληροφόρησης, επικοινωνίας και προώθησης, περιλαμβανομένης της δημιουργίας ενός ειδικού δικτυακού τόπου που παρέχει πληροφορίες σχετικά με τις αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού. Η Επιτροπή θα διευκολύνει επίσης την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών και εμπειριών.

### **3.3.3 Αξιολόγηση**

Αξιολόγηση της υλοποίησης της παρούσας σύστασης προβλέπεται τρία έτη μετά τη δημοσίευσή της στην Επίσημη Εφημερίδα. Η Επιτροπή θα αξιολογήσει επίσης κατά πόσον είναι αναγκαία περαιτέρω μέτρα για την προώθηση της συνεκτικής ποιότητας υπηρεσιών στον τουρισμό.

## **4. ΔΗΜΟΣΙΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ**

Κατάλληλο κονδύλιο του προϋπολογισμού δύναται να προβλεφθεί για την προώθηση των αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού, μέσω του προγράμματος για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και τις ΜΜΕ (COSME)<sup>19</sup>.

<sup>19</sup> Κανονισμός για τη θέσπιση προγράμματος για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και τις ΜΜΕ 2014-2020, Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1287/2013, ΕΕ L 347, σ. 33.

Πρόταση

**ΣΥΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ**

**για τις αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού**

ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ,

Έχοντας υπόψη τη Συνθήκη για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και ιδίως τα άρθρα 195 και 292,

Έχοντας υπόψη την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής,

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

- (1) Στην ανακοίνωσή της, της 30ής Ιουνίου 2010, με τίτλο «Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο – ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό»<sup>20</sup>, η Επιτροπή αναγνωρίζει την ανάγκη προώθησης της ανάπτυξης ενός βιώσιμου, υπεύθυνου και ποιοτικού τουρισμού, στο πλαίσιο του γενικότερου στόχου προώθησης της Ένωσης ως συνόλου ποιοτικών προορισμών σε τρίτες χώρες.
- (2) Η προώθηση υψηλών περιβαλλοντικών επιδόσεων των τουριστικών καταλυμάτων και χώρων κατασκήνωσης και οι βέλτιστες πρακτικές περιβαλλοντικής διαχείρισης του τουριστικού τομέα εξετάζονται ειδικά σε ενωσιακό επίπεδο μέσω της εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 66/2010 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου<sup>21</sup> και με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1221/2009 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου<sup>22</sup>.
- (3) Στην Ένωση υπάρχει ήδη ένα ευρύ φάσμα δημόσιων και ιδιωτικών συστημάτων ποιότητας, με σκοπό την παροχή πληροφοριών στους καταναλωτές σχετικά με την ποιότητα των τουριστικών υπηρεσιών και την παροχή καθοδήγησης προς τους επαγγελματίες του τομέα του τουρισμού. Τα εν λόγω συστήματα παρουσιάζουν σημαντική πολυμορφία όσον αφορά το πεδίο εφαρμογής, τη διακυβέρνηση, τη μεθοδολογία και τα κριτήρια. Επιπλέον, η λειτουργία τους περιορίζεται σε ορισμένους υποτομείς ή γεωγραφικές περιοχές, με αποτέλεσμα ένα πολύ κατακερματισμένο περιβάλλον όσον αφορά την αξιολόγηση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών.
- (4) Εξαιτίας αυτού του κατακερματισμού και της έλλειψης συνεκτικής αξιολόγησης μεταξύ των υφιστάμενων συστημάτων ποιότητας, οι καταναλωτές που ταξιδεύουν εντός της ΕΕ ή από τρίτες χώρες στην Ένωση μπορεί να δυσκολεύονται να

<sup>20</sup> COM(2010) 352 τελικό.

<sup>21</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 66/2010 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Νοεμβρίου 2009, για το οικολογικό σήμα της ΕΕ (ΕΕ L 27, της 9.12.2010, σ. 1).

<sup>22</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1221/2009 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Νοεμβρίου 2009, για την εκούσια συμμετοχή οργανισμών σε κοινοτικό σύστημα οικολογικής διαχείρισης και οικολογικού ελέγχου (EMAS) και για την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 761/2001 και των αποφάσεων της Επιτροπής 2001/681/ΕΚ και 2006/193/ΕΚ (ΕΕ L 342 της 22.12.2009, σ. 1).

συγκρίνουν τις υπηρεσίες που καλύπτονται από διαφορετικά συστήματα ποιότητας. Αυτή η έλλειψη συνεκτικότητας περιορίζει την ικανότητα των καταναλωτών να κάνουν απόλυτα συνειδητές επιλογές.

- (5) Λόγω της έλλειψης συνεκτικής αξιολόγησης μεταξύ των υφιστάμενων συστημάτων ποιότητας, οι τουριστικές επιχειρήσεις είχαν μέχρι τώρα περιορισμένη δυνατότητα να κάνουν αισθητή την παρουσία τους στους καταναλωτές και να επωφεληθούν από συντονισμένες δράσεις. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τις πολύ μικρές και τις μικρές επιχειρήσεις, που συχνά δεν διαθέτουν τα κατάλληλα εργαλεία και πόρους για την προώθηση των ιδίων και των ποιοτικών υπηρεσιών που παρέχουν.
- (6) Προκειμένου να τονωθεί η ανταγωνιστικότητα του τουριστικού κλάδου, είναι αναγκαίο να γίνουν οι τουριστικές επιχειρήσεις της Ένωσης ελκυστικές για τους υπηκόους τρίτων χωρών.
- (7) Συνεπώς, είναι σκόπιμο να οριστεί μια σειρά αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού, η οποία θα αναγνωρίζεται από τους πελάτες και τον κλάδο.
- (8) Προκειμένου να εξασφαλιστεί η κάλυψη του μεγαλύτερου δυνατού φάσματος υποτομέων τουρισμού και ταυτόχρονα να διατηρηθεί η πολυμορφία της τουριστικής προσφοράς της Ένωσης, οι αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού θα πρέπει να έχουν γενικό χαρακτήρα, αλλά να προσφέρουν προστιθέμενη αξία σε ευθυγράμμιση με τις προσδοκίες των καταναλωτών για τουριστικές υπηρεσίες υψηλής ποιότητας.
- (9) Προκειμένου να εξασφαλιστεί η ικανοποιητική παροχή τουριστικών υπηρεσιών, είναι απαραίτητη η παροχή επαρκούς κατάρτισης στους εργαζομένους του κλάδου σχετικά με τα καθήκοντα που τους ανατίθενται. Για τον ίδιο λόγο, η κατάρτιση που παρακολουθούν οι εργαζόμενοι εγγράφεται σε μητρώο κατάρτισης.
- (10) Για να διευκολυνθεί η συνεχής βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών ώστε να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των καταναλωτών, είναι σημαντικό να διεξάγονται έρευνες καταναλωτών και να εξασφαλίζονται απαντήσεις σε καταγγελίες.
- (11) Προκειμένου να προωθηθεί η γνησιότητα και η πολυμορφία της τουριστικής προσφοράς της Ένωσης, είναι απαραίτητο να παρέχονται στους καταναλωτές ενημερωμένες πληροφορίες σχετικά με τα τοπικά έθιμα, την κληρονομιά, τις παραδόσεις, τις υπηρεσίες και τα προϊόντα.
- (12) Για να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση σχετικά με τις αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού και, ως εκ τούτου, να κερδηθεί η εμπιστοσύνη των καταναλωτών, είναι σημαντικό οι οργανισμοί τουρισμού να παρέχουν πληροφορίες και καθοδήγηση στους καταναλωτές σε σχέση με τις αρχές αυτές.
- (13) Προκειμένου να διευκολύνουν την εφαρμογή των αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού στο έδαφός τους, καθώς και τον συντονισμό των ενεργειών τους, τα κράτη μέλη θα πρέπει να συντονίζονται, να παρακολουθούν και να ενθαρρύνουν τις αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού κατά τρόπο διαφανή.
- (14) Προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι οι αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού εφαρμόζονται σε εθελοντική βάση από τους οργανισμούς τουρισμού που δραστηριοποιούνται σε περισσότερα από ένα κράτη μέλη (διακρατικοί οργανισμοί), είναι σημαντικό τα κράτη μέλη να συνεργάζονται με σκοπό την εφαρμογή των αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού από τους οργανισμούς αυτούς.
- (15) Προκειμένου να διευκολύνουν τη συνεκτική εφαρμογή των αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού και τον συντονισμό, την παρακολούθηση και την προώθησή τους σε όλη την Ένωση, τα κράτη μέλη καλούνται να ανταλλάσσουν πληροφορίες και

εμπειρίες. Η Επιτροπή θα πρέπει να διευκολύνει την εν λόγω ανταλλαγή πληροφοριών.

- (16) Προκειμένου να συμπληρωθεί η δράση των κρατών μελών για την προώθηση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα, είναι σημαντικό να ενημερωθούν οι καταναλωτές και να ευαισθητοποιηθούν για τις αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού μέσω κατάλληλων δράσεων προώθησης και πληροφόρησης στο εσωτερικό της Ένωσης, αλλά επίσης και ιδίως σε τρίτες χώρες, λαμβάνοντας υπόψη τον στόχο της προώθησης της Ένωσης ως συνόλου ποιοτικών προορισμών. Επιπλέον, για να ενθαρρυνθεί η δημιουργία περιβάλλοντος ευνοϊκού για την ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, είναι επίσης σημαντικό να καταστούν οι αρχές ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού ελκυστικές για τους οργανισμούς τουρισμού. Συνεπώς, είναι σημαντικό τα κράτη μέλη και η Επιτροπή να συνεργάζονται για τον σκοπό αυτό.
- (17) Για να διευκολυνθεί η παρακολούθηση και η αξιολόγηση της εφαρμογής των αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού, τα κράτη μέλη έχουν καίριο ρόλο, ενημερώνοντας την Επιτροπή σχετικά με την εφαρμογή των αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού στο έδαφός τους, ιδίως στο πλαίσιο των συνεδριάσεων της συμβουλευτικής επιτροπής τουρισμού.
- (18) Για να ανταποκριθεί στις ταχέως μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς στον τομέα του τουρισμού και να εξασφαλίσει την προστιθέμενη αξία των αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού μακροπρόθεσμα, η Επιτροπή θα πρέπει να παρακολουθεί την εφαρμογή τους και θα πρέπει να αξιολογήσει την υλοποίηση της παρούσας σύστασης μετά τριετία από τη δημοσίευσή της στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για τον ίδιο λόγο, η Επιτροπή θα πρέπει επίσης να εκτιμήσει εάν απαιτούνται συμπληρωματικά μέτρα για να εξασφαλιστεί η επίτευξη των στόχων της παρούσας σύστασης.

## ΣΥΝΙΣΤΑ:

### 1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΙ ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Η παρούσα σύσταση προβλέπει μια σειρά αρχών ποιότητας του ευρωπαϊκού τουρισμού (εφεξής «αρχών») που θα εφαρμόζονται από τους οργανισμούς τουρισμού.

### 2. ΟΡΙΣΜΟΙ

Για τους σκοπούς της παρούσας σύστασης ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί:

- α) «οργανισμός τουρισμού»: δημόσιος ή ιδιωτικός οργανισμός, που είναι εγκατεστημένος στην Ένωση και παρέχει υπηρεσίες προς τους καταναλωτές στον τομέα του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διακρατικό επίπεδο
- β) «διακρατικός οργανισμός τουρισμού»: οργανισμός τουρισμού που δραστηριοποιείται στο έδαφος -ή σε συγκεκριμένα μέρη- περισσότερων του ενός κρατών μελών.

### 3. ΑΡΧΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι οργανισμοί τουρισμού, όταν έχουν το κατάλληλο μέγεθος και την επιχειρηματική ιδέα, συνιστάται να εφαρμόζουν τις ακόλουθες αρχές στις δραστηριότητές τους:

- α) Εξασφάλιση της κατάρτισης των εργαζομένων, συμπεριλαμβανομένων των ακόλουθων:
  - i) κατάρτιση όλων των εργαζομένων που συμμετέχουν στην παροχή υπηρεσιών απευθείας στους καταναλωτές για να εξασφαλιστεί η ικανοποιητική εκτέλεση των καθηκόντων που τους έχουν ανατεθεί·
  - ii) εγγραφή της κατάρτισης που παρακολούθησαν οι εργαζόμενοι σε ένα μητρώο κατάρτισης που έχει δημιουργηθεί για τον σκοπό αυτό·
  - iii) διορισμός συντονιστή ποιότητας ώστε να εξασφαλιστεί μια συνεκτική προσέγγιση όσον αφορά τη διαχείριση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και τη συμμετοχή των αρμοδίων υπαλλήλων στη διαδικασία της ποιότητας.
- β) Εφαρμογή πολιτικής για την ικανοποίηση των καταναλωτών, συμπεριλαμβανομένων των ακόλουθων:
  - i) δημιουργία ενός μηχανισμού για τον χειρισμό των καταγγελιών των καταναλωτών στο σημείο παροχής της υπηρεσίας ή μέσω του Διαδικτύου·
  - ii) εξασφάλιση ότι η απάντηση στις καταγγελίες γίνεται χωρίς καθυστέρηση·
  - iii) διενέργεια ερευνών για την ικανοποίηση των καταναλωτών και εξέταση των αποτελεσμάτων τους για βελτίωση της ποιότητας της εξυπηρέτησης·
- γ) Τήρηση και συμμόρφωση ενός τεκμηριωμένου σχεδίου καθαρισμού και συντήρησης για τις εγκαταστάσεις ή τον εξοπλισμό, όπου είναι απαραίτητο·
- δ) Διάθεση πληροφοριών στους καταναλωτές, συμπεριλαμβανομένων των ακόλουθων:
  - i) πληροφορίες για τα τοπικά έθιμα, την κληρονομιά, τις παραδόσεις, τις υπηρεσίες και τα προϊόντα·
  - ii) πληροφορίες προσβασιμότητας για τις υπηρεσίες που παρέχονται·
  - iii) πληροφορίες για τις πτυχές βιωσιμότητας όσον αφορά τις υπηρεσίες που παρέχονται·
  - iv) πληροφορίες για τις αρχές·
- ε) Διασφάλιση ότι αυτές οι πληροφορίες είναι σωστές, αξιόπιστες, σαφείς και προσβάσιμες τουλάχιστον στην επικρατέστερη ξένη γλώσσα, αν αυτό έχει εφαρμογή για την τοποθεσία και την επιχειρηματική ιδέα.

#### 4. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ

- 4.1. Τα κράτη μέλη θα πρέπει να συντονίζουν, να παρακολουθούν και να προωθούν την εφαρμογή των αρχών στο έδαφός τους. Για τους σκοπούς αυτούς, τα κράτη μέλη καλούνται:
  - α) να παρακολουθούν την εφαρμογή των αρχών που ορίζονται στο σημείο 3 από τους οργανισμούς τουρισμού·
  - β) να συντονίζουν με τα άλλα κράτη μέλη τις δραστηριότητες που συνδέονται με τις αρχές και την εφαρμογή τους·

- γ) να προωθούν τις αρχές στους οργανισμούς τουρισμού·
  - δ) να εξασφαλίζουν, σε συνεργασία με τα άλλα κράτη μέλη, ότι διατίθενται στους οργανισμούς τουρισμού επαρκείς πληροφορίες και οδηγίες σχετικά με τις αρχές·
  - ε) να συνεργάζονται με σκοπό τη διευκόλυνση της εφαρμογής των αρχών από διακρατικούς οργανισμούς τουρισμού.
- 4.2. Συνιστάται επίσης η διεξαγωγή των δραστηριοτήτων του κράτους μέλους να εγγυάται τη διαφάνεια.

## 5. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Τα κράτη μέλη καλούνται να ενημερώσουν την Επιτροπή σχετικά με τις δραστηριότητες που αναφέρονται στο σημείο 4 και να συνεργάζονται με την Επιτροπή με σκοπό την παρακολούθηση και την αξιολόγησή τους, καθώς και τις πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης και προώθησής τους.

## 6. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- 6.1. Η Επιτροπή θα πρέπει να αξιολογήσει την υλοποίηση της παρούσας σύστασης *μέχρι τις [date to be defined 3 years after the publication of the Recommendation in the Official Journal]*
- 6.2. Η Επιτροπή θα πρέπει επίσης να αξιολογήσει κατά πόσον θα πρέπει να προταθούν πρόσθετα μέτρα, τα οποία περιγράφονται στην παρούσα σύσταση, για τη βελτίωση της συνεκτικότητας της ποιότητας των τουριστικών υπηρεσιών στα κράτη μέλη.

## 7. ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Η παρούσα σύσταση δημοσιεύεται στην *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*.  
Βρυξέλλες,

*Για το Συμβούλιο  
Ο Πρόεδρος*