



Bruxelles, le 20.2.2014
COM(2014) 85 final

2014/0043 (NLE)

Proposition de

RECOMMANDATION DU CONSEIL

sur les principes de qualité du tourisme européen

EXPOSÉ DES MOTIFS

1. CONTEXTE DE LA PROPOSITION

1.1. Contexte général

Le tourisme est la troisième activité socioéconomique de l'UE en termes de contribution au PIB et à l'emploi, après le secteur du commerce et de la distribution et celui de la construction. S'agissant de l'un des rares secteurs économiques qui enregistre une croissance continue malgré les difficultés économiques et financières, le tourisme présente un grand potentiel pour contribuer à «Europe 2020», la stratégie de l'UE pour une croissance intelligente, durable et inclusive.

Avec environ 1,8 million d'entreprises, essentiellement des PME, ce secteur¹ emploie près de 3,3 % de la population active de l'UE (ce qui représente quelque 8 millions d'emplois) et génère environ 2,9 % du PIB de l'UE. Lorsque l'on prend en compte les secteurs connexes au tourisme², la contribution indirecte de cette activité est encore plus importante puisque, selon les estimations, celle-ci fournirait près de 8,5 % de la totalité des emplois (soit quelque 18,8 millions de personnes employées) et générerait environ 7,9 % du PIB³ de l'UE. Bien que la concurrence avec d'autres régions du monde se soit intensifiée, l'UE demeure la première destination touristique mondiale avec 384,8 millions d'arrivées internationales en 2011⁴.

Avec l'adoption du traité de Lisbonne, l'UE est désormais compétente pour appuyer l'action des États membres dans le secteur du tourisme, notamment en favorisant la compétitivité des entreprises de l'Union dans ce secteur⁵.

Utilisant les nouveaux pouvoirs qui lui sont conférés et en réponse au besoin de nouvelles mesures pour stimuler la croissance de l'UE, la Commission a adopté en 2010 une communication sur un *nouveau cadre politique pour le tourisme européen*⁶. Ce cadre met en avant un éventail ambitieux d'actions visant a) à stimuler la compétitivité dans le secteur touristique en Europe, b) à promouvoir le développement d'un tourisme durable, responsable et de qualité, c) à consolider l'image et la visibilité de l'Europe comme un ensemble de destinations durables et de qualité et d) à maximiser le potentiel des politiques et instruments financiers de l'UE pour le développement du tourisme.

L'action n° 13 de la communication envisage clairement le *développement d'une marque européenne «Qualité Tourisme»*, sur la «base des expériences nationales existantes, pour accroître la sécurité et la confiance du consommateur dans le produit touristique et récompenser les démarches rigoureuses engagées par les professionnels du tourisme dont l'objectif est la qualité des services touristiques pour la satisfaction du client».

¹ Les opérateurs traditionnels du secteur du voyage et du tourisme (hôtels, restaurants, agences de voyages, agences de location de véhicules, compagnies aériennes charter, autocars de tourisme, bateaux de croisière, etc.) proposant des biens et des services directement aux visiteurs.

² En particulier la distribution, la construction, les compagnies de transport en général (transport aérien, ferroviaire, maritime, autobus/autocars, etc.) et le secteur culturel (y compris les industries culturelles et créatives).

³ Étude 2012 du WTTC (Conseil mondial du voyage et du tourisme) http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/european_union2012.pdf (en anglais).

⁴ Baromètre du tourisme mondial de l'OMT (Organisation mondiale du tourisme), mai 2012.

⁵ Article 6, point d), du «traité sur le fonctionnement de l'Union européenne». De plus, l'article 195 du TFUE prévoit qu'«à cette fin, l'action de l'Union vise: a) à encourager la création d'un environnement favorable au développement des entreprises dans ce secteur; b) à favoriser la coopération entre États membres, notamment par l'échange de bonnes pratiques».

⁶ *L'Europe, première destination touristique au monde - un nouveau cadre politique pour le tourisme européen*, COM(2010) 352 final.

En réaction à cette communication, le Parlement européen a invité la Commission «[...] à évaluer, en coopération avec les parties intéressées du secteur touristique, la faisabilité d'un label européen du tourisme de qualité [...] afin de créer un label général complémentaire des marques nationales et reconnu sur la base d'un agrément volontaire ("opt-in")⁷». D'après une étude de 2009 sur la compétitivité de l'industrie touristique européenne, bien que le nombre total d'arrivées internationales en Europe soit en augmentation, l'Europe perd depuis peu des parts de marché en faveur de nouvelles destinations émergentes à l'échelle internationale. Par ailleurs, la mondialisation, Internet, la rapidité des changements de comportements des consommateurs, ainsi que l'inquiétude grandissante relative à l'empreinte environnementale des activités touristiques sont autant de facteurs qui ont d'importantes répercussions sur cette industrie⁸.

Sur un marché caractérisé par une telle concurrence, la qualité revêt une importance de plus en plus prépondérante pour les entreprises du secteur, lesquelles sont d'autant plus conscientes de l'avantage concurrentiel que représente la qualité. C'est pourquoi il est essentiel que les touristes puissent avoir accès à des informations fiables, à jour, précises et pertinentes sur la qualité d'un service touristique en particulier, afin d'être en mesure de différencier les produits en concurrence et de faire des choix éclairés.

Cette possibilité s'avère d'autant plus importante pour les touristes en provenance d'autres États membres de l'UE, pour lesquels la barrière linguistique vient renforcer les incertitudes, notamment lorsque les informations concernant un service ne sont pas disponibles dans une langue qu'ils comprennent.

Par ailleurs, étant donné la crise économique actuelle, l'UE doit faire tout ce qui est en son pouvoir pour attirer les visiteurs des pays tiers. Garantir à ces visiteurs un certain niveau de qualité de service dans l'ensemble de l'UE est donc primordial.

Les informations fournies aux consommateurs sur la qualité des services de tourisme ont un rôle à jouer pour attirer les touristes des pays tiers, lesquels présentent un immense potentiel encore largement inexploité pour stimuler les arrivées touristiques dans les différentes destinations de l'UE et pour améliorer la compétitivité du tourisme européen. En 2011, les visiteurs étrangers ont dépensé 330,44 milliards d'EUR. D'après des estimations récentes, ces chiffres devraient progresser: en 2022, le secteur du tourisme devrait fournir 20,4 millions d'emplois et rapporter jusqu'à 427,31 milliards d'EUR⁹.

La présente proposition doit également être considérée dans le cadre de l'initiative de la Commission visant à promouvoir la marque Europe auprès des pays tiers¹⁰, notamment par le biais de la stratégie «Destination Europe 2020»¹¹, ainsi que de la politique de l'UE en matière de visas¹², qui facilite les voyages dans l'UE des ressortissants de pays tiers¹³ dans le but de conforter l'Europe dans son rang de première destination touristique mondiale.

⁷ P7_TA-PROV(2011)0407 – Résolution du Parlement européen du 27 septembre 2011 sur l'Europe, première destination touristique au monde - un nouveau cadre politique pour le tourisme européen.

⁸ Ecorys (2009), p. 2.

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

¹⁰ La communication COM (2010) 352 final prévoit la création d'une marque «Europe» destinée à compléter les actions promotionnelles aux niveaux national et régional et à permettre aux destinations européennes de se démarquer des autres destinations internationales (action 18).

¹¹ Menée grâce à une subvention ad hoc en coopération avec la Commission européenne du tourisme, avec l'objectif global de définir une stratégie de marque et de marketing pour la Destination Europe http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/international/index_fr.htm.

¹² COM(2012) 649 final.

¹³ On compte à l'heure actuelle 42 pays et territoires dont les citoyens n'ont pas besoin de visa pour se rendre dans l'UE. Les ressortissants de 16 États insulaires des Caraïbes et du Pacifique devraient bientôt pouvoir se rendre dans l'espace Schengen sans être détenteurs d'un visa. L'objectif est de simplifier les

1.2 État des lieux

Il n'existe actuellement aucune législation spécifique à l'échelle de l'UE qui réglemente les informations fournies aux consommateurs sur la qualité des services de tourisme¹⁴.

Certains outils, tels que les sites Internet d'évaluation et de comparaison en ligne peuvent néanmoins aider les visiteurs à faire leurs choix, à condition que les informations publiées soient transparentes et fiables.

Plusieurs États membres ont élaboré des systèmes de qualité publics à l'échelle nationale, infranationale ou régionale, mis en place sur la base du volontariat au sein de leurs territoires. Le secteur touristique est également à l'origine de nombreuses initiatives aux niveaux régional, national ou transnational, lesquelles se concentrent essentiellement sur les aspects qualitatifs de services spécifiques à certains segments ou régions géographiques.

Comme l'a confirmé l'analyse de marché menée dans le cadre de l'évaluation des options stratégiques accompagnant la présente proposition¹⁵, ces systèmes de qualité affichent d'importantes disparités et manquent donc de cohérence en termes de portée sectorielle, de couverture géographique, de gouvernance, de méthodes d'analyse et de critères d'évaluation employés.

Le grand nombre et la diversité de ces systèmes qualitatifs privés et publics entraînent une importante fragmentation du marché concernant l'évaluation de la qualité des services touristiques.

Or, cette fragmentation a pour conséquence que les informations fournies aux touristes ne sont pas cohérentes, empêchant ces derniers d'avoir une vision d'ensemble claire des différents systèmes de qualité et d'être en mesure de comparer les divers services concurrents. Une confusion qui a pour effet de limiter la capacité des systèmes de qualité à informer les consommateurs de manière efficace sur le niveau de qualité des services touristiques proposés et qui entrave la capacité des consommateurs à prendre des décisions de manière informée, en particulier lorsqu'ils se rendent dans un autre État membre ou viennent d'un pays tiers. De ce fait, les entreprises qui investissent dans la qualité ne sont pas plus récompensées que les autres en termes de préférences ou de réputation. Cette situation dissuade les entreprises du secteur, et notamment les PME dont les ressources financières sont limitées, de mettre en place de tels systèmes. Par conséquent, le secteur touristique européen se trouve dans une situation qui ne lui permet pas de tirer les pleins bénéfices de son avantage comparatif en matière de qualité de service. Par ailleurs, les acteurs du tourisme à l'échelle de l'UE n'ont, jusqu'à présent, pas été en mesure d'établir une coopération efficace en vue de réduire ces incohérences au niveau européen entre les systèmes de qualité existants et à venir. En outre, rien ne semble indiquer la mise en œuvre prochaine d'initiatives privées ou publiques visant à améliorer cette situation. Il devient donc extrêmement urgent de régler ce problème de fragmentation des marchés à plusieurs niveaux. Cette disparité entre les différents systèmes

voyages vers l'espace Schengen, ainsi que vers Chypre, la Bulgarie et la Roumanie pour les citoyens de ces pays. La proposition de la Commission prévoit que les exemptions de visas soient réciproques, grâce à des accords d'exemption de visas garantissant un régime d'exemption totale de visa pour tous les citoyens de l'UE qui souhaitent se rendre dans ces pays. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1179_fr.htm?locale=fr.

¹⁴ Il existe toutefois une législation générale de l'UE en matière de protection des consommateurs, notamment la directive 2011/83/UE relative aux droits des consommateurs.

¹⁵ Estimated Impacts of Possible Options and Legal Instruments of the Umbrella European Tourism Label for Quality Schemes, CEPS, septembre 2012, disponible en ligne à l'adresse http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=7655 (en anglais), ci-après le «CEPS (2012)».

d'évaluation existants entraîne en effet une confusion et est susceptible d'affecter la compétitivité du tourisme européen.

2. RÉSULTATS DES CONSULTATIONS DES PARTIES INTÉRESSÉES ET DES ANALYSES D'IMPACT

2.1 Processus de consultation

À la suite de l'adoption de sa communication de 2010, la Commission a commencé à recueillir des informations sur les différents systèmes de qualité existants avec l'aide des États membres et des acteurs du secteur. Deux ateliers ont été organisés au cours de l'année 2011 afin d'échanger des informations sur les expériences actuelles ainsi que des idées sur d'éventuels principes communs de qualité pour les services relatifs au tourisme. Début 2011, la Commission a créé un groupe informel d'experts, composé notamment de responsables des systèmes de qualité publics et privés existant à l'heure actuelle ainsi que de représentants de consommateurs, afin que celui-ci contribue au développement d'un projet de concept. La grande majorité des parties prenantes participant aux ateliers et le groupe d'experts informel se sont accordés sur le fait que cette initiative devait suivre une approche ascendante s'appuyant sur les initiatives actuelles et futures des États membres et de l'industrie du tourisme. Toutefois, le contenu même de ces principes communs, tout comme la question de l'intégration de la dimension de durabilité environnementale dans ces derniers ont entraîné des divergences de points de vue parmi les parties intéressées.

Une consultation ciblée a donc été menée au cours des mois de septembre et octobre 2011, dans l'optique de sonder l'opinion d'un nombre plus important de parties prenantes, à savoir les principales associations et fédérations européennes de tourisme, les associations professionnelles du secteur, les associations de consommateurs ainsi que les pouvoirs publics des États membres. Cette consultation a abouti aux mêmes résultats que ceux obtenus lors des ateliers préliminaires en termes de différences de position des différents acteurs concernés.

Les États membres ont également été consultés à l'occasion des réunions régulières du Comité consultatif du tourisme et ont eux aussi exprimé des avis divergents: certains d'entre eux se sont montrés très favorables à l'initiative, mais se sont dits opposés à une participation obligatoire des administrations publiques à la gouvernance d'une telle initiative, invoquant principalement sa non-conformité avec le principe de subsidiarité, les limites de son fondement légal ainsi que les ressources limitées des autorités nationales.

Afin d'élargir la consultation avec les parties prenantes ainsi que le recueil d'expertise, la Commission a organisé une conférence publique en janvier 2012. La documentation et le rapport de cette conférence peuvent être téléchargés sur le site Internet de la Commission¹⁶. Les discussions menées lors de la conférence n'ont traduit aucun changement de points de vue et de positions parmi les acteurs privés et publics du secteur.

Une consultation publique a été organisée entre mai et juillet 2012 via le site de la DG Entreprises et industrie «Votre point de vue sur l'Europe» et l'envoi de courriels à un grand nombre de parties prenantes privées et publiques ainsi qu'à des représentants des États membres. 90 % des répondants (plus de 150) étaient des associations et fédérations professionnelles ainsi que des administrations publiques. Les 10 % restants étaient des entreprises de tourisme, dont les deux tiers participaient à un système de qualité. Les syndicats du secteur et les associations de consommateurs se sont également activement engagés dans le processus de consultation. La plupart des répondants ont confirmé le problème tel qu'il a été exposé par la Commission et ont reconnu la nécessité d'une initiative

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

de l'UE dans ce domaine. Les résultats de la consultation publique sont publiés sur le site Internet de la Commission¹⁷.

Dans le cadre de l'évaluation des options stratégiques, une étude préliminaire a été conduite sur l'expérience des entreprises en matière de participation à un système de qualité, au cours de laquelle les informations fournies par les responsables d'un échantillon représentatif de systèmes de qualité existants et leurs entreprises membres ont permis d'obtenir des renseignements précieux pour l'évaluation des impacts de l'initiative proposée¹⁸.

2.2 Évaluation des options stratégiques

La Commission a évalué diverses options stratégiques en vue d'améliorer la cohérence des systèmes de qualité actuels et futurs et donc des informations fournies aux consommateurs.

Au total, sept options stratégiques ont été considérées et parmi elles, quatre ont été examinées dans le cadre de l'évaluation. Ces options incluent la possibilité d'un statu quo, d'une politique d'autoréglementation du secteur ainsi que deux mesures faisant intervenir l'UE. Ces deux dernières options ont examiné les effets qu'aurait l'inclusion de certains principes dans le concept, notamment le principe de durabilité environnementale. Les répercussions économiques, sociales et environnementales de chaque option ont été évaluées au regard de leur efficacité à remplir les objectifs politiques, de leur rapport «coût-efficacité» ainsi que de leur cohérence avec les autres politiques de l'UE.

L'évaluation a accordé une attention particulière à la possibilité que la participation du secteur, qu'il s'agisse de l'option d'autoréglementation ou encore de celle suggérant l'intervention de l'UE, s'effectue sur la base du volontariat. Une large place a par ailleurs été réservée au maintien du caractère unique et de la diversité de l'offre touristique européenne, compte tenu, en particulier, de la grande variété de sous-secteurs touristiques auxquels ces principes de qualité de service pourraient s'appliquer.

La conclusion de l'évaluation ne penche pas en faveur d'une seule et unique solution, la comparaison des différentes options ayant révélé une efficacité, une efficience ainsi qu'une cohérence similaires, tant pour l'option prenant uniquement en compte les principes relatifs à la qualité des services touristiques que pour celle intégrant des aspects supplémentaires tels que la durabilité environnementale.

3. ÉLÉMENTS JURIDIQUES DE LA PROPOSITION

3.1 BASE JURIDIQUE

La proposition se fonde sur les articles 195 et 292 du TFUE.

3.2 PRINCIPE DE SUBSIDIARITE ET DE PROPORTIONNALITE

L'article 195 du TFUE prévoit que l'UE «complète l'action des États membres dans le secteur du tourisme, notamment en promouvant la compétitivité des entreprises de l'Union dans ce secteur». Conformément à ce principe de subsidiarité, la proposition d'action de l'UE reposerait sur le volontariat. L'initiative proposée ne supprime aucune initiative déjà mise en place par les États membres ou le secteur.

Une action au niveau de l'UE se justifie par la nature transnationale du problème. Celui-ci se situe dans un cadre transfrontière: le service touristique est fourni dans un pays dont le

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

¹⁸ CEPS (2012).

touriste n'est pas résident, ce qui limite la valeur ajoutée que les systèmes de qualité peuvent apporter pour des voyageurs étrangers, et d'autant plus lorsque ceux-ci viennent de pays extérieurs à l'UE.

La situation actuelle (décrite au point 1.2) concernant l'évaluation de la qualité du service touristique en Europe n'est pas propice à des conditions de concurrence équitables dans ce secteur dans l'UE. L'hétérogénéité des systèmes d'évaluation des services touristiques aux niveaux national et régional crée la confusion chez le consommateur et entrave le marché intérieur.

Les États membres ont peu de pouvoir et de marge de manœuvre pour tenter seuls d'améliorer l'homogénéité de la qualité des services touristiques à travers l'UE. Jusqu'à présent, les États membres n'ont initié aucune coordination transnationale des principes de qualité dans le secteur du tourisme, et rien ne semble indiquer qu'ils le feront à l'avenir. Quand bien même ils le feraient, compte tenu du faible nombre de systèmes de qualité publics existant au niveau national, une telle initiative ne résulterait pas en une coopération transnationale à grande échelle. De plus, à leur niveau individuel, les États membres ne sont pas actuellement en position d'améliorer la cohérence entre les systèmes *privés* d'autres États membres. Par conséquent, une action de l'UE est nécessaire et justifiée.

En outre, les actions entreprises par le secteur, même à l'échelle transnationale, restent cantonnées à un seul sous-secteur (ou éventuellement quelques-uns), mais n'ont en tout cas pas de véritable dimension transversale. Par conséquent, l'information communiquée aux consommateurs est hétérogène, et la capacité d'information des systèmes de qualité et des entreprises participantes dans un contexte transnational, tant vis-à-vis des voyageurs de l'UE que de ceux venant de pays tiers, s'en trouve limitée. Cette situation ne devrait pas évoluer, d'où la nécessité d'une action à l'échelon de l'UE.

Pour des questions d'échelle, l'UE est donc mieux placée pour s'attaquer aux problèmes de fragmentation sectorielle et géographique décrits ci-dessus. Un cadre européen d'intérêt général conçu pour favoriser la compétitivité touristique de l'Union dans son ensemble serait plus efficace en termes de visibilité et de crédibilité internationales. Il est possible d'y parvenir en complétant les travaux déjà entrepris par les acteurs touristiques publics et privés, en créant un environnement propice à la mise en commun de leurs efforts et en les encourageant dans cette voie. Les principes de qualité du tourisme européen bénéficieraient d'une meilleure promotion dans le cadre d'une action européenne, tant au sein des États membres que vis-à-vis des voyageurs des pays tiers. Cette action s'intégrerait dans la stratégie européenne globale de promotion touristique. La valeur ajoutée d'une action à grande échelle coordonnée au niveau de l'UE a été confirmée par une majorité nette de parties prenantes.

Enfin, la proposition respecte le principe de proportionnalité. L'initiative a été développée dans le souci de limiter les coûts au strict minimum nécessaire pour atteindre les objectifs politiques. La mise en œuvre des principes de qualité proposés requiert principalement un remaniement organisationnel, nécessitant peu d'investissements, lesquels devraient être compensés par les bénéfices attendus de la meilleure satisfaction des clients et des actions complémentaires de l'UE.

Afin de garantir le respect des compétences des États membres, il est recommandé que ceux-ci coordonnent, surveillent et promeuvent l'application des principes de qualité du tourisme européen sur leurs territoires respectifs, en coopération avec la Commission. Grâce à de telles mesures, la proposition respectera strictement le principe de subsidiarité.

3.3 GRANDES LIGNES DE LA PROPOSITION

3.3.1 Objet et objectifs

Les principes de qualité du tourisme européen définis dans la présente proposition sont applicables aux services touristiques proposés directement aux consommateurs dans l'Union. Leur application est recommandée aux organisations publiques et privées offrant des services dans le secteur du tourisme.

L'initiative vise à améliorer l'information relative à la qualité des services touristiques communiquée aux consommateurs, en particulier ceux qui voyagent vers un autre État membre ou qui viennent d'un pays tiers, permettant ainsi aux consommateurs intéressés par la qualité de faire des choix éclairés. Par ricochet, l'initiative renforce les incitations pour les entreprises européennes du tourisme, notamment les PME, à investir davantage dans la qualité. Pour atteindre cet objectif, l'initiative mise sur l'amélioration de l'homogénéité de la qualité des services touristiques au niveau de l'UE, en définissant des principes européens auxquels devront se conformer les organisations de tourisme. Ces principes découlent des critères proposés par les parties prenantes et évalués à l'occasion de la consultation ouverte.

En termes opérationnels, l'objectif est, au moment de la révision de l'initiative, d'atteindre un nombre significatif d'organisations de tourisme de l'UE se conformant aux principes de qualité du tourisme européen.

La valeur ajoutée de l'initiative se manifestera à plusieurs niveaux: a) les organisations de tourisme respectant les principes bénéficieront des actions de promotion et de sensibilisation menées par la Commission. Cela leur donnera davantage de visibilité et renforcera leur capacité à toucher un certain public, leur permettant ainsi de déployer leurs activités sur des marchés qui leur auraient été inaccessibles autrement, en particulier dans les pays tiers; b) pour les consommateurs, la valeur ajoutée résidera en l'assurance du respect de certains principes de qualité du tourisme européen, quel que soit l'État membre visité. Enfin, souligner et mettre en avant la haute qualité des services touristiques européens servira la stratégie européenne globale d'augmentation du flux de voyageurs en provenance de l'UE et des pays tiers, viendra compléter les efforts de facilitation des demandes de visa pour les touristes venant de pays tiers et assoira la réputation de l'UE comme celle d'un ensemble de destinations de haute qualité et s'inscrivant dans une démarche durable.

Enfin, l'initiative contribuera à améliorer la compétitivité du secteur et à renforcer sa capacité à créer de la croissance économique et des emplois, au bénéfice des États membres et de l'économie de l'UE dans son ensemble.

3.3.2 Application des principes de qualité du tourisme européen

Portée sectorielle et géographique

Afin d'atteindre une meilleure homogénéité de la qualité des services touristiques dans l'UE, les principes de qualité du tourisme européen peuvent être appliqués, sans limitation sous-sectorielle, à toutes les organisations publiques ou privées opérant au niveau national, régional, local ou transnational et offrant des services touristiques aux consommateurs au sein de l'Union.

Coordination, suivi et promotion

En vertu du principe de subsidiarité, les États membres seront invités à coordonner, surveiller et promouvoir l'application des principes de qualité du tourisme européen sur leur territoire.

Il sera également recommandé aux États membres de coopérer entre eux en ce qui concerne les organisations de tourisme transnationales. Ils seront par ailleurs invités à coopérer avec la

Commission dans le cadre du Comité consultatif du tourisme, afin de faciliter le suivi et l'évaluation de l'initiative, qui pourront être réalisés, entre autres, via des enquêtes spécifiques auprès des États membres, des représentants du secteur et des consommateurs.

Le programme pour la compétitivité des entreprises et des PME (COSME) 2014-2020 fixe comme objectif spécifique l'amélioration des conditions cadre pour la compétitivité et la durabilité des entreprises du secteur touristique de l'Union. Avec l'objectif d'améliorer l'image et la réputation de l'Europe comme destination durable, responsable et de qualité, la Commission entreprendra des activités d'information, de communication et de promotion, y compris la création d'un site web dédié proposant des informations sur les principes de qualité du tourisme européen. La Commission facilitera également l'échange de bonnes pratiques et d'expériences.

3.3.3 Évaluation

Une évaluation de la mise en œuvre de la présente recommandation est prévue trois ans après sa publication au Journal officiel. La Commission évaluera également la nécessité éventuelle de mesures supplémentaires pour renforcer l'homogénéité de la qualité du service dans le secteur touristique.

4. INCIDENCE BUDGÉTAIRE

Une enveloppe budgétaire appropriée pourrait être prévue pour la promotion des principes de qualité du tourisme européen par le truchement du programme pour la compétitivité des entreprises et des PME (COSME)¹⁹.

¹⁹ Règlement (UE) n° 1287/2013 du Parlement européen et du Conseil établissant un programme pour la compétitivité des entreprises et des petites et moyennes entreprises (2014–2020), JO L 347 du 20.12.2013, p. 33.

Proposition de

RECOMMANDATION DU CONSEIL

sur les principes de qualité du tourisme européen

LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et notamment ses articles 195 et 292,

vu la proposition de la Commission européenne,

considérant ce qui suit:

- (1) Dans sa communication du 30 juin 2010 intitulée «L'Europe, première destination touristique au monde - un nouveau cadre politique pour le tourisme européen»²⁰, la Commission reconnaît la nécessité de stimuler le développement d'un tourisme durable, responsable et de qualité dans le cadre de l'objectif plus large visant à promouvoir auprès des pays tiers l'image de l'Union comme celle d'un ensemble de destinations de qualité.
- (2) La promotion de performances environnementales élevées pour les hébergements de tourisme et les campings ainsi que de bonnes pratiques de gestion de l'environnement dans le secteur du tourisme fait déjà l'objet d'une gestion spécifique à l'échelle de l'Union via l'application du règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement européen et du conseil²¹ et du règlement (CE) n° 1221/2009 du Parlement européen et du Conseil²².
- (3) Un grand nombre de systèmes de qualité publics et privés sont déjà en place dans l'Union, lesquels visent à fournir des informations aux visiteurs sur la qualité des services touristiques, d'une part, et des orientations aux professionnels du tourisme, d'autre part. Ces systèmes révèlent une large diversité en termes de portée, de gouvernance, de méthodologie et de critères. En outre, leur fonctionnement est limité à certains sous-secteurs ou zones géographiques, ce qui entraîne une fragmentation importante en ce qui concerne l'évaluation de la qualité des services touristiques.
- (4) En raison de cette fragmentation et de l'absence d'évaluation harmonisée entre les différents systèmes de qualité existants, les visiteurs voyageant entre les pays de l'Union ou venant de pays tiers peuvent rencontrer des difficultés pour comparer les services offerts dans le cadre de différents systèmes de qualité. Le manque d'homogénéité limite donc la capacité des clients à faire des choix éclairés.

²⁰ COM(2010) 352 final.

²¹ Règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE (JO L 27 du 30.1.2010, p. 1).

²² Règlement (CE) n° 1221/2009 du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 concernant la participation volontaire des organisations à un système communautaire de management environnemental et d'audit (EMAS), abrogeant le règlement (CE) n° 761/2001 et les décisions de la Commission 2001/681/CE et 2006/193/CE (JO L 342 du 22.12.2009, p. 1).

- (5) En raison de l'absence d'évaluation harmonisée entre les différents systèmes de qualité existants, les entreprises du secteur du tourisme n'ont jusqu'à présent eu que des opportunités limitées de gagner en visibilité vis-à-vis des clients et de bénéficier d'actions coordonnées. C'est notamment le cas des micro et petites entreprises, qui bien souvent ne disposent pas des outils et des ressources adaptés pour promouvoir leur activité et les services de qualité qu'ils proposent.
- (6) Afin de favoriser la compétitivité du secteur du tourisme, il est indispensable de rendre les entreprises touristiques de l'Union attractives aux yeux des ressortissants de pays tiers.
- (7) Il paraît donc approprié de définir un ensemble de principes de qualité du tourisme européen reconnus à la fois par les consommateurs et le secteur tout entier.
- (8) En vue garantir que le plus grand nombre possible de sous-secteurs du tourisme seront couverts tout en préservant la diversité de l'offre touristique de l'Union, les principes de qualité du tourisme européen doivent être de nature générale et proposer une valeur ajoutée répondant aux attentes des consommateurs en matière de services de tourisme de grande qualité.
- (9) Afin de garantir que les services de tourisme sont fournis de manière satisfaisante, il est nécessaire de proposer une formation adaptée aux personnels concernés pour les tâches qui leur incombent. Pour la même raison, les formations suivies doivent être consignées dans un registre prévu à cet effet.
- (10) Pour faciliter l'amélioration continue de la qualité des services de tourisme et ainsi répondre aux exigences des consommateurs, il importe de réaliser des enquêtes auprès de ces derniers et d'apporter des réponses à leurs plaintes.
- (11) Afin de promouvoir l'authenticité et la diversité de l'offre touristique de l'Union, il est nécessaire que les consommateurs aient accès à des informations à jour sur les coutumes, le patrimoine, les traditions, les services et les produits locaux.
- (12) Afin de sensibiliser les consommateurs aux principes de qualité du tourisme européen et ainsi de gagner leur confiance, il est indispensable que les organisations de tourisme leur fournissent des informations et des orientations à propos de ces principes.
- (13) Pour faciliter l'application des principes de qualité du tourisme européen au sein de leur territoire ainsi que la coordination de leurs actions, les États membres devraient coordonner, surveiller et promouvoir lesdits principes de manière transparente.
- (14) Il est essentiel que les États membres coopèrent en vue d'assurer que les organisations de tourisme travaillant dans plus d'un État membre (organisations transnationales) appliquent les principes de qualité du tourisme européen sur la base du volontariat.
- (15) Afin de faciliter l'application cohérente des principes de qualité du tourisme européen et leur coordination, leur surveillance et leur promotion à travers l'Union, les États membres sont invités à échanger des informations ainsi que leur expérience en la matière. La Commission devrait faciliter ces échanges d'informations.
- (16) En complément de l'action des États membres pour promouvoir la compétitivité du secteur touristique, il convient d'informer les consommateurs et de les sensibiliser aux principes de qualité du tourisme européen par le truchement d'actions promotionnelles et de campagnes d'information appropriées dans l'Union, mais aussi et surtout dans les pays tiers, dans l'optique de promouvoir l'Union comme un ensemble de destinations de qualité. De plus, afin d'encourager la création d'un environnement favorable au développement du secteur touristique, il importe également de convaincre

les organisations de tourisme de l'intérêt des principes de qualité du tourisme. La coopération entre les États membres et la Commission dans ce domaine est donc essentielle.

- (17) Pour faciliter la surveillance et l'évaluation de l'application des principes de qualité du tourisme européen, les États membres ont un rôle important à jouer en informant la Commission de l'application de ces principes sur leurs territoires respectifs, notamment dans le cadre des réunions du Comité consultatif du tourisme.
- (18) En vue de répondre à l'évolution rapide du marché du tourisme et d'assurer la valeur ajoutée des principes de qualité du tourisme européen sur le long terme, la Commission devrait surveiller l'application de ces derniers et évaluer la mise en œuvre de la présente recommandation trois ans après sa publication au Journal officiel de l'Union européenne. Pour ces mêmes raisons, la Commission devrait également examiner si des mesures supplémentaires sont nécessaires pour atteindre les objectifs mentionnés dans la présente recommandation,

RECOMMANDE:

1. OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

La présente recommandation établit un ensemble de principes de qualité du tourisme européen (ci-après les «principes») à faire appliquer par les organisations de tourisme.

2. DEFINITIONS

Aux fins de la présente recommandation, on entend par:

- a) «organisation de tourisme» toute organisation publique ou privée établie dans l'Union et fournissant aux consommateurs des services dans le domaine du tourisme au niveau local, régional, national ou transnational;
- b) «organisation transnationale de tourisme» toute organisation de tourisme menant des activités sur le territoire, ou certaines parties du territoire, de plus d'un État membre.

3. PRINCIPES DE QUALITÉ DU TOURISME EUROPÉEN

Lorsque leur taille et leur concept le permettent, il est recommandé aux organisations de tourisme d'appliquer les principes suivants à leurs activités:

- a) garantir la formation des personnels, et notamment:
 - i) la formation de tous les personnels concernés par la prestation de services directement aux consommateurs, afin de garantir l'exécution satisfaisante des tâches qui leur sont confiées;
 - ii) la consignation des formations suivies par les personnels dans un registre mis en place à cet effet;
 - iii) la nomination d'un coordinateur qualité afin de garantir une approche cohérente de la gestion de la qualité des services fournis ainsi que la participation des personnels concernés au processus de qualité;
- b) appliquer une politique de satisfaction des consommateurs, comprenant notamment:

- i) la mise en place d'un mécanisme pour la prise en charge des plaintes des consommateurs sur le lieu de prestation du service ou via Internet;
- ii) l'assurance que les plaintes sont traitées sans délais;
- iii) la réalisation d'enquêtes de satisfaction des consommateurs et la prise en compte des résultats obtenus pour améliorer la qualité du service;
- c) suivre et respecter un plan de nettoyage et de maintenance documenté pour les installations ou les équipements, le cas échéant;
- d) tenir les informations à la disposition des consommateurs, et notamment:
 - i) des informations sur les coutumes, le patrimoine, les traditions, les services et les produits locaux;
 - ii) des informations sur l'accessibilité des services fournis;
 - iii) des informations sur les aspects de durabilité des services fournis;
 - iv) des informations sur les principes de qualité du tourisme européens;
- e) s'assurer que ces informations sont correctes, fiables, claires et accessibles au moins dans la langue étrangère la plus pertinente, lorsque le lieu et le concept de l'activité s'y prêtent.

4. ACTIVITES DES ETATS MEMBRES

4.1. Les États membres doivent coordonner, surveiller et promouvoir l'application des principes au sein de leurs territoires respectifs. À cette fin, les États membres sont invités à:

- a) surveiller l'application, par les organisations de tourisme, des principes énoncés au point 3;
- b) coordonner, avec les autres États membres, les activités relatives aux principes et leur application;
- c) promouvoir les principes auprès des organisations de tourisme;
- d) s'assurer, en coopération avec les autres États membres, que les informations et les orientations adéquates concernant les principes sont à la disposition des organisations de tourisme;
- e) coopérer entre eux en vue de faciliter l'application des principes par les organisations de tourisme transnationales.

4.2. Par ailleurs, il est recommandé aux États membres de garantir la transparence lors de la conduite de leurs activités.

5. COOPERATION ENTRE LES ETATS MEMBRES ET LA COMMISSION

Les États membres sont invités à informer la Commission des activités visées au point 4 et à coopérer avec la Commission dans l'optique de préparer leur surveillance et leur évaluation, ainsi que leurs initiatives de sensibilisation et de promotion.

6. SUIVI ET EVALUATION

- 6.1. La Commission devra évaluer la mise en œuvre de la présente recommandation *au plus tard [date à définir: 3 ans après la publication de la recommandation au Journal officiel]*.
- 6.2. La Commission devra également juger s'il convient de proposer des mesures supplémentaires visant à améliorer l'homogénéité de la qualité des services touristiques dans les États membres, conformément à l'objet de la présente recommandation.

7. DISPOSITIONS FINALES

La présente recommandation est publiée au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Fait à Bruxelles, le

*Par le Conseil
Le président*