

Parere del Comitato economico e sociale europeo in merito alla Comunicazione della Commissione — Rinnovare la politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il turismo europeo

COM(2006) 134 def.

(2006/C 325/04)

La Commissione europea, in data 17 marzo 2006, ha deciso, conformemente al disposto dell'articolo 262 del Trattato che istituisce la Comunità europea, di consultare il Comitato economico e sociale europeo in merito alla proposta di cui sopra.

La sezione specializzata Mercato unico, produzione e consumo, incaricata di preparare i lavori del Comitato in materia, ha formulato il proprio parere in data 14 novembre 2006, sulla base del progetto predisposto dal relatore MENDOZA (correlatore: BARROS VALE).

Il Comitato economico e sociale europeo, in data 14 dicembre 2006, nel corso della 431a sessione plenaria, ha adottato il seguente parere con 75 voti favorevoli, 6 voti contrari e 14 astensioni.

1. Conclusioni e raccomandazioni

1.1 Il Comitato economico e sociale europeo accoglie favorevolmente e valuta in modo positivo la comunicazione della Commissione *Rinnovare la politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il turismo europeo* e condivide l'impegno della Commissione a potenziare in modo decisivo la strategia e la politica turistica dei prossimi anni.

1.2 Il Comitato riconosce lo sforzo che la Commissione ha fatto per sintetizzare un grande numero di documenti, pareri e dibattiti. Visto il risultato, si può affermare che l'obiettivo di illustrare in maniera chiara alla società la nuova politica turistica è stato egregiamente raggiunto.

1.3 Il CESE giudica corretti sia l'idea di fondare questa nuova politica sulla strategia di Lisbona rinnovata sia gli obiettivi previsti di miglioramento della competitività e della sostenibilità.

1.4 Il Comitato considera giuste tanto le sfide identificate dalla Commissione nella comunicazione in esame quanto la maniera proposta per affrontarle. La Commissione suggerisce in particolare la partecipazione di tutti gli operatori in base a diverse forme di partnership e di «collaborazione competitiva»; tale partecipazione deve essere considerata l'asse portante della nuova politica turistica.

1.5 È giusto che la Commissione si impegni a portare avanti questa nuova politica attraverso la cooperazione, l'adozione di misure di sostegno e il coordinamento tra gli operatori. Il CESE ritiene tuttavia necessario sviluppare maggiormente sia la metodologia concreta che gli strumenti di azione. La DG *Impresa* deve svolgere un ruolo più attivo e deve guidare l'attuazione di numerose iniziative di ambito europeo.

1.6 Per sviluppare tale politica di cooperazione, il CESE propone e raccomanda ancora una volta di istituire un **Consiglio consultivo europeo del turismo** e di valutare le condizioni per la creazione di una **Agenzia europea del turismo**.

1.7 La volontà mostrata dalla Commissione di migliorare l'uso degli strumenti finanziari a disposizione è senz'altro positiva, ma manca la proposta di un programma volto a far concretamente fronte alle sfide del turismo, già perfettamente individuate. Più precisamente, nell'ambito del turismo sociale il momento è opportuno per avviare, sotto forma di progetto pilota, alcune esperienze di carattere transnazionale.

1.8 Il CESE attende con grande speranza e fiducia il termine dei lavori, attualmente in corso, dell'Agenda 21 per il turismo, e si dichiara certo del fatto che questa iniziativa completerà e attuerà la politica generale di sostenibilità del turismo europeo. Anche la creazione di banche dati relative alle buone pratiche in materia di sostenibilità e di altri aspetti collegati alla qualità, alla creatività e alla competitività del turismo, è ritenuta uno strumento adeguato, che la Commissione dovrebbe promuovere.

1.9 In ambito statistico, il CESE propone di creare una rete di Osservatori del turismo che da un lato consentano di tener conto dei dati relativi al settore e dall'altro siano in grado di fornire una visione strategica e prospettica, anticipando azioni future.

1.10 Il CESE si offre di continuare ad operare nel settore del turismo seguendo gli orientamenti definiti nella comunicazione della Commissione e invita le altre istituzioni europee, gli Stati membri, le regioni e gli enti locali, gli operatori del settore, gli imprenditori, i sindacati e tutti i cittadini a collaborare per far conoscere e sostenere il turismo come un diritto universale e come un'attività economica d'importanza strategica per il futuro dell'Europa.

2. La comunicazione della Commissione

Si sintetizzano qui di seguito il testo della comunicazione e i suoi principali contributi per meglio comprendere quanto la Commissione intende comunicare a tutti gli operatori e alle istituzioni europee.

2.1 Il turismo e la strategia di Lisbona rinnovata

2.1.1 La sfida della crescita e dell'occupazione. All'inizio della comunicazione, la Commissione collega la nuova politica comunitaria in materia di turismo alla necessità di portare a termine la strategia di Lisbona rinnovata. La Commissione riconosce pertanto espressamente il ruolo importante che svolge attualmente il turismo per il mantenimento e la creazione di posti di lavoro e conta giustamente su questo settore in quanto attività economica il cui contributo alla piena occupazione è costante o addirittura in aumento. Nella comunicazione, la Commissione analizza la composizione del settore e sottolinea la grande diversità dei servizi e delle professioni coinvolte nel suo sviluppo. Mette altresì in risalto la notevole partecipazione delle piccolissime, piccole e medie imprese al turismo nel suo complesso. La comunicazione, pur osservando che le caratteristiche specifiche del settore lo rendono particolarmente adatto a forme di flessibilità del lavoro, non trascura di menzionare la necessità di adottare misure compensative che garantiscano la sicurezza e la qualità dell'occupazione nel settore turistico.

Come indica la Commissione, il turismo svolge un ruolo importante nello sviluppo delle regioni europee e se sostenibile ha effetti positivi in diversi ambiti economici e sociali. In tale contesto, l'iniziativa attualmente elaborata dalla Commissione sotto il nome di «**Agenda 21 per il turismo**», sarà indubbiamente una guida e uno strumento idoneo per garantire lo sviluppo sostenibile del turismo.

Un altro fattore da considerare ai fini del contributo del turismo alla strategia di Lisbona è l'allargamento dell'Unione europea e l'impatto positivo che esso rappresenta per lo sviluppo e la creazione di posti di lavoro.

Ma perché tutto questo si realizzi, è necessaria la partecipazione e la collaborazione di tutti gli operatori pubblici e privati a qualsiasi livello. È su queste basi che poggia la nuova politica europea del turismo proposta dalla Commissione.

2.1.2 Le sfide del turismo. La comunicazione della Commissione individua per il turismo europeo una serie di sfide globali, determinate dai cambiamenti profondi nella società europea e mondiale.

La prima sfida proviene dalla struttura demografica. Le profonde trasformazioni in atto fanno supporre che aumenterà il numero dei viaggiatori, in particolare degli ultracinquantenni. Il turismo dovrà adattarsi alle nuove esigenze di questo settore.

Un'altra sfida importante è data dall'emergere di nuove destinazioni a livello mondiale, che impongono di adeguare i prodotti e i servizi a questa nuova realtà del mercato.

L'ultima sfida è la necessità di sviluppare il turismo in condizioni di sostenibilità economica, sociale, ambientale e culturale.

Nella comunicazione, la Commissione afferma che il miglioramento della competitività è il modo più adeguato per far fronte a queste sfide e contribuire al successo della strategia di Lisbona.

2.1.3 Dialogo e partnership. Per realizzare l'obiettivo di un miglioramento della competitività, la Commissione invoca il dialogo e la partnership tra tutti gli operatori. Tutte le partnership, a qualsiasi livello, sono necessarie e costituiscono un elemento centrale dell'attività in ambito turistico.

2.2 Rinnovare la politica europea per il turismo. La comunicazione propone di adottare una politica europea del turismo rinnovata, il cui obiettivo principale sia quello di migliorare la competitività e di creare più posti di lavoro e di qualità migliore in condizioni di sostenibilità, a livello europeo e mondiale. A tal fine raccomanda un dialogo, un coordinamento e una partnership a tutti i livelli.

2.2.1 Misure di integrazione relative al turismo. Nella comunicazione, la Commissione definisce tre gruppi di misure:

- misure relative ad una migliore regolamentazione, attraverso un più ampio uso della valutazione dell'impatto, un'analisi delle proposte legislative e la semplificazione della legislazione esistente,
- misure per il coordinamento di tutte le politiche comunitarie collegate al turismo attraverso il dialogo e la consultazione interattiva di tutte le parti interessate,
- misure per un uso più adeguato degli strumenti finanziari europei disponibili: FESR, Fondo di coesione, FSE, Fondo europeo agricolo e altri fondi in grado di contribuire allo sviluppo sostenibile del turismo.

La Commissione intende affidare ai propri servizi dei compiti fondamentali concernenti il coordinamento di iniziative prese a livello sia pubblico sia privato. In modo particolare, si raccomanda a tali servizi di mantenere aggiornata l'informazione interattiva del settore ed ottenere la piena collaborazione di tutte le parti affinché il turismo possa beneficiare dell'intera gamma degli strumenti finanziari della Comunità.

2.3 Promuovere la sostenibilità del turismo. L'elemento fondamentale della definizione di una nuova politica europea in materia di turismo è, per la Commissione, l'elaborazione di una Agenda 21 europea per il turismo, i cui lavori sono attualmente in corso e dovrebbero venir completati nel 2007.

In attesa di portare a termine questi lavori di carattere strategico, la Commissione prevede una serie di azioni specifiche immediate, tra le quali merita di essere sottolineata — in quanto oggetto di almeno sette pareri d'iniziativa del CESE — la promozione dello scambio di buone pratiche nell'ambito del turismo in relazione ad argomenti quali: l'accessibilità e la sostenibilità, lo sport, la cultura, la ripresa economica, l'ampliamento dell'UE, il partenariato pubblico-privato e il turismo sociale in Europa.

2.4 Migliorare la comprensione e la visibilità del turismo. La comunicazione definisce una serie di misure fondamentali per migliorare l'importanza strategica del turismo nella politica europea in generale. Tra esse figurano:

- una migliore messa a disposizione delle statistiche nel settore del turismo, tra le quali occorre citare i Conti satellite del turismo (CST),
- un sostegno alla promozione delle destinazioni turistiche europee, tra l'altro attraverso il portale Internet creato ad hoc dalla Commissione: in futuro quest'ultimo costituirà indubbiamente un potente strumento per la promozione di prodotti turistici, eventi culturali, o manifestazioni sportive e presenterà una vasta gamma di opportunità promozionali,

— una maggiore visibilità del turismo. Si tratta di un obiettivo comune, che dovrà essere realizzato mediante una serie di azioni congiunte con gli Stati membri tra le quali l'organizzazione del Forum annuale del turismo europeo, una pratica consolidata dal 2002. La Commissione ha espresso chiaramente la sua volontà di continuare ad operare per la diffusione delle sue proposte e delle sue conclusioni, o semplicemente per alimentare il dibattito sugli argomenti d'interesse per il settore. Allo stesso modo, bisogna sottolineare che in occasione di ciascuna presidenza del Consiglio sono state realizzate attività dirette ad incrementare la visibilità e la presenza del turismo in Europa.

2.5 Conclusione della comunicazione

La Commissione conclude la comunicazione constatando la necessità di una collaborazione completa di tutti gli operatori pubblici e privati nell'adozione e nella realizzazione pratica delle politiche turistiche. La Commissione raccomanda ancora una volta la creazione di partnership a tutti i livelli come condizione per migliorare la competitività e assicurare un turismo europeo sostenibile a lungo termine. L'obiettivo della comunicazione emerge pertanto con la massima evidenza.

3. Osservazioni generali

3.1 Il turismo è giustamente presente in molti documenti, sia strategici che operativi, elaborati da tutte le istituzioni europee; tale presenza tuttavia non riflette in modo adeguato l'importanza di questa attività sul piano economico e il suo potenziale futuro nell'ambito europeo. Tale importanza inoltre esula dall'aspetto puramente economico e riguarda anche precisi elementi di carattere sociale, culturale e patrimoniale nonché aspetti relativi all'integrazione della cittadinanza europea. Il turismo finisce così per essere un'attività trasversale collegata a numerose strategie, politiche e azioni comunitarie.

3.2 È importante sottolineare che anche in mancanza di una politica comunitaria in materia di turismo, diverse istituzioni europee definiscono azioni e misure che hanno ripercussioni sul turismo o si basano su quest'ultimo per raggiungere alcuni degli obiettivi principali dell'UE. Il nuovo Trattato costituzionale, attualmente ancora in attesa di essere adottato, fa un passo avanti in quanto riconosce al turismo un ruolo di complemento e coordinamento delle politiche nazionali a favore della competitività delle imprese e stabilisce la dimensione economica di questo settore.

3.3 Il turismo forma oggetto di dibattito in diversi ambiti istituzionali europei:

— Nel **Parlamento europeo**, il quale ha in varie occasioni adottato risoluzioni sulle diverse forme del turismo e sul suo impatto sull'occupazione e l'economia. Basti citare le risoluzioni su «Turismo e sviluppo» e su «Nuove prospettive e nuove sfide per un turismo europeo sostenibile».

— Nel **Consiglio dell'Unione europea**, il quale si è spesso occupato del turismo nelle sue conclusioni e nei suoi programmi d'azione, sostanzialmente per sottolineare l'esigenza che esso si conformi ai principi di sostenibilità, competitività e capacità di creare posti di lavoro. Merita ricordare in particolare le conclusioni del Consiglio del 7 luglio 2006, che accolgono favorevolmente la comunica-

zione in esame ed invitano la Commissione a svolgere un ruolo attivo di coordinamento delle diverse politiche.

— Nella **Commissione europea**, attraverso le sue diverse comunicazioni, attraverso la creazione, il potenziamento e la gestione dei Forum europei del turismo, attraverso l'organizzazione di convegni su argomenti diversi quali il turismo sociale o l'Agenda 21 per il turismo e infine attraverso tantissime altre attività.

— Nel **Comitato delle regioni**, che ha elaborato inter alia dei pareri in merito alle comunicazioni della Commissione *Un approccio di cooperazione per il futuro del turismo europeo e Orientamenti di base per la sostenibilità del turismo europeo*

— Nel **Comitato economico e sociale europeo**, che ha sempre nutrito e continua a nutrire un particolare interesse nei confronti del turismo, come dimostrano gli oltre 11 pareri adottati dal 1999 ad oggi, il pieno coinvolgimento nei diversi Forum europei del turismo organizzati dalla Commissione, e infine la partecipazione alle diverse giornate promosse per discutere i vari aspetti del turismo, ad esempio la Giornata mondiale del turismo svoltasi a Bruxelles nel 2005 ed a Leon (Spagna) nel 2006. Particolarmente importante è la collaborazione tra il CESE e le altre istituzioni comunitarie per quanto concerne le iniziative via via intraprese nell'ambito del turismo.

3.4 Il presente parere non intende solamente valutare in maniera più o meno critica la comunicazione della Commissione e illustrare le raccomandazioni che potrebbero emergere da un successivo dibattito in merito, ma anche analizzare le iniziative già esistenti ed avanzare chiare proposte. In questo senso, il Comitato valuta positivamente la comunicazione della Commissione ma coglie anche l'occasione per proporre di concentrarsi su un certo numero di azioni specifiche che, prese nel loro complesso, configurano una politica del turismo. Nella politica europea attuale vi sono determinati elementi che pur non potendo essere considerati turistici in senso stretto hanno tuttavia ripercussioni vitali sullo sviluppo di questo settore: la libera circolazione di persone, servizi e merci, i trasporti, l'ambiente, e così via. Una politica del turismo competitiva e sostenibile deve basarsi su tutti questi fattori.

3.5 In linea di massima, con il presente parere il CESE intende affermare e sottolineare quanto segue:

— il turismo è un diritto di tutti i cittadini, come si afferma nel Codice etico mondiale per il turismo, e ciò comporta una serie di obblighi in termini di buone pratiche,

— tale diritto produce inoltre ricchezza e redditività diretta e indiretta in particolare tra le micro, piccole e medie imprese, configurando per l'Europa una industria strategica che ha dimostrato la sua stabilità,

— la qualità delle prestazioni degli agenti del turismo e la responsabilità dei consumatori nei confronti degli enti locali sono valori da preservare per garantire la sopravvivenza del settore,

— a livello locale e regionale il turismo ha, o comunque deve avere, un impatto positivo sul piano economico, sociale, culturale e ambientale. In tal senso, esso si rivela uno strumento per conoscere altre culture e modi diversi di essere e di agire e di cooperare a livello interregionale,

- il turismo è un settore dinamico in grado di creare, sia nell'immediato che in futuro, posti di lavoro di qualità e stabili, nel rispetto dei diritti,
- il turismo non è esente da problemi, ad esempio la massificazione ed il carattere stagionale, i quali possono provocare una perdita di competitività,
- è necessario elaborare un'Agenda 21 per il turismo europeo con una visione chiara e obiettivi ambiziosi,
- il modello turistico europeo è una necessità per l'Europa e può essere un riferimento a livello mondiale, se verrà basato non su un numero maggiore di disposizioni normative, bensì sui valori della qualità, della sostenibilità, dell'accessibilità e così via, fatti propri su base volontaria dalle destinazioni turistiche e da tutti gli operatori del settore,
- il modello turistico europeo si alimenta e poggia sulla varietà delle sue destinazioni, sulla gamma delle concezioni esistenti al proposito e sulla diversità delle sue forme di espressione,
- il modello turistico europeo può rappresentare uno strumento efficace a favore della pace e della comprensione tra i popoli.

4. Osservazioni specifiche

4.1 Nella comunicazione, la Commissione illustra nelle grandi linee le basi, le sfide, le politiche, le azioni principali e la metodologia generale di una nuova politica turistica per l'Europa. Inserire tutti questi elementi in una comunicazione non eccessivamente lunga ha indubbiamente comportato un grande sforzo di sintesi nonché il ricorso al contributo analitico di numerosi documenti, pareri e dibattiti. Considerando il risultato si può affermare che la Commissione è riuscita a comunicare chiaramente alla società le sue opinioni fondamentali rispetto al turismo, illustrando le azioni da compiere in questo settore complesso.

4.2 La Commissione sembra aver ragione nel basare la nuova politica in materia di turismo sulla strategia di Lisbona rinnovata e sulle due sue grandi componenti: la crescita e l'occupazione. Dato che la strategia comunitaria si fonda essenzialmente sul raggiungimento di questi due obiettivi, definire il contributo del turismo a detta strategia significa senza dubbio potenziare il suo ruolo e gettare le basi corrette per il suo sviluppo.

4.3 Forse la Commissione avrebbe però dovuto analizzare nel suo testo anche il posto occupato dal turismo nelle grandi dichiarazioni della Comunità e nella Costituzione europea, per cercare di capire in che modo si articoli l'attuale politica europea del turismo e come venga configurata quella futura. Non bisogna dimenticare che le regioni e gli Stati hanno in diverse occasioni affermato la volontà di mantenere le loro competenze in questo campo, senza che ciò significhi che l'Unione europea debba rinunciare a promuovere alcuni aspetti comuni che possono migliorare la competitività del turismo europeo. La creazione e il mantenimento di un portale europeo per la promozione del nostro continente come destinazione turistica è, ad esempio, una risposta ad una antica richiesta e un passo in avanti. In un'epoca in cui le frontiere interne diventano sempre meno rigide, si fa sentire l'esigenza di azioni comuni.

4.4 La Commissione illustra le principali sfide alle quali il turismo dovrà far fronte nei prossimi decenni. Forse l'elenco potrebbe essere ampliato, però la sfida fondamentale, e cioè quella di migliorare la competitività, è senz'altro sufficientemente ampia per comprenderne altre importanti, come ad esempio il miglioramento della qualità, la problematica del carattere stagionale o la necessità di una maggiore professionalità degli addetti. La formazione professionale e l'innalzamento delle qualificazioni degli addetti del settore turistico nel quadro del programma d'azione integrato per l'apprendimento permanente sono particolarmente importanti, poiché consentiranno di rafforzare la competitività del settore e di garantire l'elevata qualità dei servizi forniti.

4.5 Nella comunicazione, la Commissione fa continui richiami alla partnership dato che, come indica lo stesso titolo, il suo potenziamento rappresenta l'asse portante e identificatore della nuova politica turistica. È importante in particolare sottolineare il ruolo delle organizzazioni sindacali e dei datori di lavoro, le quali devono essere incluse nel processo di partnership, intervenire a tutti i dibattiti e forum e partecipare all'attuazione delle misure generali per il miglioramento del settore. Sarebbe inoltre interessante creare una banca dati relativa alle buone pratiche nell'attività turistica che possa servire per lo scambio delle esperienze positive nell'ambito della partnership tra tutti gli operatori. Sarebbe anche opportuno potenziare le reti delle città e delle destinazioni turistiche già consolidate, create con la volontà comune di migliorare la competitività. Il Comitato accoglie favorevolmente il concetto di *Destinazione turistica eccellente* e insiste sulla necessità che ciò includa una corretta gestione delle relazioni di lavoro e la partecipazione delle organizzazioni sindacali e imprenditoriali alla scelta delle destinazioni.

4.6 La Commissione si impegna a portare avanti questa nuova politica attraverso la cooperazione, il lancio di azioni specifiche di sostegno e il coordinamento tra gli operatori: forse però sarebbe necessario precisare ulteriormente le forme concrete in cui si realizzerà ciascuna di queste tre metodologie di azione. A parere del CESE, la DG *Impresa* svolge un ruolo fondamentale in questa azione di coordinamento di tutte le politiche europee che riguardano il turismo in maniera più o meno diretta: ovviamente però spetta alla Commissione determinare quale debba essere l'organo responsabile di tale funzione. Inoltre, la Commissione dovrebbe intervenire più attivamente nella realizzazione delle iniziative di livello europeo. Merita ricordare che il CESE ha varie volte proposto l'eventuale creazione di un **Consiglio consultivo europeo del turismo** e raccomandato di analizzare le condizioni per l'istituzione di una **Agenzia europea del turismo**.

4.7 La comunicazione afferma molto chiaramente che l'obiettivo da raggiungere è l'incremento della competitività del settore turistico europeo. La crescente concorrenza a livello mondiale erode la redditività degli operatori europei. Per tale motivo, al fine di mantenere la leadership mondiale dell'Europa in ambito turistico, in futuro sarà necessario intraprendere ingenti sforzi per innovare, promuovere la qualità e la creatività e migliorare la produttività di tutti i fattori e di tutti gli operatori.

4.8 A parere del Comitato, nella comunicazione la Commissione non attribuisce un'attenzione sufficiente al ruolo delle Tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) all'interno del nuovo scenario turistico, dal punto di vista dei consumatori, delle imprese e degli agenti del settore. Gli sforzi nel campo della ricerca e sviluppo, volti a migliorare l'utilizzo di dette tecnologie in ambito turistico, dovranno essere una priorità per gli anni a venire.

4.9 Il CESE accoglie favorevolmente la proposta dalla Commissione di garantire «una migliore regolamentazione» ma raccomanda di tener conto del fatto che un numero minore di norme non sempre significa norme migliori. Per adeguare la normativa e regolamentare il settore sul piano occupazionale è necessario potenziare la negoziazione collettiva nei settori stabiliti dalle parti sociali.

4.10 È importante il fatto che la Commissione abbia espresso la volontà di adottare misure concrete e, soprattutto, di utilizzare meglio gli strumenti finanziari europei disponibili. Ma è necessario dar prova di maggiore concretezza proponendo un programma specifico volto a realizzare le sfide importanti del turismo europeo, sfide che la Commissione individua perfettamente nella comunicazione. È pertanto necessario che i fondi destinati al turismo conseguano i propri obiettivi in maniera efficace ed efficiente.

4.11 La Commissione assegna un ruolo rilevante alla cosiddetta **Agenda 21 per il turismo europeo**, documento desti-

nato a dare un quadro alle strategie, ai programmi e alle azioni nell'ambito dello sviluppo sostenibile del settore turistico. È lecito attendersi un documento importante, in grado di gettare luce su diverse questioni e diversi equilibri economici, sociali e ambientali. Il documento dovrebbe esaminare con attenzione temi importanti quali i limiti della crescita, il ritmo sostenibile della crescita delle destinazioni turistiche, o la protezione delle coste e di altri spazi naturali sensibili — allo scopo di formulare proposte praticabili e sostenibili.

4.12 La Commissione assegna alle statistiche turistiche un ruolo di grande rilievo: tali statistiche tuttavia dovrebbero essere affiancate da studi aventi una chiara visione strategica e prospettica, in grado di definire tendenze, ricavare risultati e prevedere azioni future. La concezione di uno o più Osservatori del turismo di ambito europeo — organizzati in rete — potrebbe essere un valido contributo a questa esigenza. È altresì necessario che le statistiche nel campo del turismo attribuiscono maggiore importanza alle variabili concernenti l'occupazione.

4.13 Nella comunicazione, la Commissione illustra con estrema chiarezza la necessità di migliorare la visibilità, la comprensione e l'accettazione del turismo nella società europea. Come sottolineato dal CESE nei suoi pareri *Dichiarazione di Katowice* e *Turismo e cultura: due forze al servizio della crescita* e in altri documenti, risultano necessarie anche opportune campagne d'informazione e motivazione destinate a tutti i cittadini europei, ma in particolar modo ai giovani.

Bruxelles, 14 dicembre 2006

Il Presidente
del Comitato economico e sociale europeo
Dimitris DIMITRIADIS
