

Giovedì 29 ottobre 2015

P8_TA(2015)0391

Nuove sfide e strategie per promuovere il turismo in Europa**Risoluzione del Parlamento europeo del 29 ottobre 2015 su nuove sfide e strategie per promuovere il turismo in Europa (2014/2241(INI))**

(2017/C 355/10)

Il Parlamento europeo,

- vista la comunicazione della Commissione dal titolo «L'Europa, prima destinazione turistica mondiale — un nuovo quadro politico per il turismo europeo» (COM(2010)0352),
 - vista la sua risoluzione del 27 settembre 2011 sull'Europa, prima destinazione turistica mondiale — un nuovo quadro politico per il turismo europeo ⁽¹⁾,
 - vista la comunicazione della Commissione dal titolo «Strategia europea per una maggiore crescita e occupazione nel turismo costiero e marittimo» (COM(2014)0086),
 - visto il Libro verde della Commissione dal titolo «Sicurezza dei servizi di ricettività turistica» (COM(2014)0464),
 - vista la comunicazione della Commissione dal titolo «Legiferare meglio per ottenere risultati migliori — Agenda dell'UE» (COM(2015)0215),
 - vista la sua risoluzione del 25 ottobre 2011 sulla mobilità e l'inclusione delle persone con disabilità e la strategia europea in materia di disabilità 2010-2020 ⁽²⁾,
 - vista la risoluzione del Consiglio del 6 maggio 2003 relativa all'accessibilità alle infrastrutture e attività culturali per le persone con disabilità ⁽³⁾,
 - visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea (TFUE), in particolare l'articolo 195,
 - visto l'articolo 52 del suo regolamento,
 - visti la relazione della commissione per i trasporti e il turismo e i pareri della commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori e della commissione per la cultura e l'istruzione (A8-0258/2015),
- A. considerando che le misure adottate a livello dell'UE in base all'articolo 195 TFUE devono essere complementari alle azioni degli Stati membri nel settore del turismo, escludendo qualsiasi armonizzazione delle legislazioni;
- B. considerando che il turismo è uno degli ambiti dell'economia europea con il maggior potenziale di crescita e che, includendo i settori dell'indotto, genera oltre il 10 % del PIL dell'UE; che il turismo è anche il motore di una solida occupazione, in quanto impiega direttamente 13 milioni di lavoratori che corrispondono ad almeno il 12 % dei posti di lavoro nell'UE;
- C. considerando che l'Europa è la meta turistica numero uno al mondo, con una quota di mercato pari al 52 %; che, secondo le statistiche, la maggior parte dei viaggi all'estero intrapresi dai residenti dell'UE continua ad essere effettuata all'interno dell'UE, e che il numero di arrivi di turisti internazionali nell'UE è destinato ad aumentare di 140 milioni l'anno sino al 2025;

⁽¹⁾ GU C 56 E del 26.2.2013, pag. 41.

⁽²⁾ GU C 131 E dell'8.5.2013, pag. 9.

⁽³⁾ GU C 134 del 7.6.2003, pag. 7.

Giovedì 29 ottobre 2015

- D. considerando che il turismo rappresenta una delle principali attività socioeconomiche dell'UE, con un impatto di vasta portata sulla crescita economica, sull'occupazione e sugli sviluppi sociali; che potrebbe, quindi, essere determinante per far fronte all'attuale crisi economica e occupazionale;
- E. considerando che il turismo marittimo e costiero è la principale attività marittima in Europa e che esso rappresenta oltre un terzo dell'economia marittima, incidendo direttamente su molti altri settori dell'economia dell'UE e dando lavoro a 3,2 milioni di persone, per la maggior parte di età compresa tra i 16 e i 35 anni; che, inoltre, questo settore è stato una leva per la crescita e la creazione di posti di lavoro, soprattutto nelle regioni atlantiche e mediterranee;
- F. considerando che le priorità della politica del turismo contribuiscono ad almeno tre priorità della Commissione Juncker, vale a dire la crescita sostenibile e l'occupazione, il mercato unico digitale connesso e un mercato interno più profondo e più equo;
- G. considerando che le azioni annunciate nella comunicazione della Commissione del 2010 intitolata «L'Europa, prima destinazione turistica mondiale» perseguono l'ambizioso obiettivo di mantenere la posizione dominante dell'Europa nel panorama turistico mondiale;
- H. considerando che il turismo non dispone di una linea dedicata nel bilancio UE, e che le azioni in tale ambito sono ripartite tra diversi fondi, progetti pilota e azioni preparatorie;
- I. considerando che l'industria del turismo in Europa si trova ad affrontare una serie di nuove sfide, tra cui la digitalizzazione dei canali di distribuzione, lo sviluppo della nuova economia del consumo collaborativo, la crescente concorrenza delle mete emergenti e meno costose di paesi terzi, il cambiamento del comportamento dei consumatori, il passaggio a un'economia dell'esperienza, la richiesta di servizi di qualità per la clientela, la necessità di attrarre e trattenere personale qualificato, i cambiamenti demografici e la stagionalità;
- J. considerando che i responsabili della politica del turismo possono far fronte a sfide quali i cambiamenti demografici e la stagionalità del turismo sviluppando prodotti e servizi che soddisfino le specifiche esigenze del crescente numero di anziani in grado di viaggiare durante la bassa stagione;
- K. considerando che le PMI del settore turistico attraversano notevoli difficoltà a causa dei pesanti oneri normativi;
- L. considerando che la promozione dell'Europa mediante una campagna di posizionamento come destinazione turistica e una strategia di marchio funge da importante strumento per rafforzarne l'immagine, il prestigio e la competitività quale insieme di mete turistiche sostenibili e di elevata qualità, consente alle destinazioni europee di distinguersi da altre mete internazionali e contribuisce ad attirare turisti internazionali, in particolare dai mercati terzi emergenti;
- M. considerando che i conflitti vicino alle frontiere dell'UE, come in Ucraina e in Medio Oriente, unitamente alle minacce terroristiche, hanno un impatto negativo sul settore del turismo e necessitano, quindi, di misure di contrasto a livello sia nazionale sia europeo;
- N. considerando che il turismo sostenibile, accessibile e responsabile in armonia con la natura, il paesaggio e le destinazioni urbane, basato sull'efficienza delle risorse, la mobilità sostenibile e la protezione climatica, concorre a preservare l'ambiente locale, in particolare nelle zone montane, costiere e insulari, e a conseguire risultati duraturi in termini di crescita regionale, soddisfa le esigenze di qualità sempre maggiori dei turisti e contribuisce alla competitività delle imprese;
- O. considerando che il turismo culturale europeo svolge un ruolo importante nella promozione della ricca diversità culturale europea, rafforza l'identità europea e incentiva gli scambi interculturali e la comprensione multiculturale;

Giovedì 29 ottobre 2015

- P. considerando che le regioni svolgono un ruolo fondamentale nello sviluppo e nell'attuazione di politiche inerenti al turismo a livello regionale;
- Q. considerando che l'economia del consumo collaborativo rappresenta una transizione verso nuovi modelli commerciali risultante dalle nuove tecnologie in rapida evoluzione, e che molti soggetti attivi nell'economia del consumo collaborativo operano nel settore dei servizi turistici;
- R. considerando che, nonostante le informazioni siano sparse e sia quindi difficile arrivare a una solida conclusione, è molto probabile che l'impatto economico del consumo collaborativo abbia un effetto positivo sulla crescita e sul benessere economici;
- S. considerando che la fornitura di servizi di alta qualità e la protezione dei diritti dei consumatori dovrebbero essere le massime priorità di tutti i fornitori di servizi legati al turismo, inclusi quelli che lavorano nel settore del consumo collaborativo e che si avvalgono delle tecnologie Internet più moderne;
- T. considerando che il settore dei viaggi e del turismo è uno dei comparti maggiormente interessati dalla digitalizzazione, e che ciò apre una serie di opportunità per le agenzie di viaggio non solo in Europa ma anche a livello globale;

Il quadro d'azione della Commissione

1. invita la Commissione a riferire al Parlamento in merito all'attuazione degli interventi definiti nella suddetta comunicazione del 2010 e all'utilizzo delle dotazioni di bilancio a titolo dei Fondi strutturali e dei programmi UE pertinenti, con particolare riferimento al programma quadro per la competitività e l'innovazione (CIP) e al programma per la competitività delle imprese e delle piccole e medie imprese (COSME), nonché ai rispettivi progetti pilota e alle azioni preparatorie, sotto forma di un esame fattuale contenente una valutazione dell'efficacia delle azioni volte a promuovere il turismo e a consolidare la competitività del settore turistico dell'UE;
2. si attende che la Commissione provveda a che in futuro permanga la possibilità di stanziare risorse a titolo di vari fondi che promuovono la creazione di un ambiente favorevole per le imprese operanti nel settore turistico dell'UE;
3. esorta vivamente la Commissione a valutare la possibilità di creare una sezione dedicata esclusivamente al turismo nel prossimo quadro finanziario pluriennale, in quanto il turismo dovrebbe essere meglio riconosciuto come un'attività economica distinta in termini di bilancio e di interventi, anziché essere finanziato dai bilanci di altri settori politici;
4. ricorda che in taluni Stati membri i Fondi strutturali e di investimento europei (fondi SIE) sono ancora la principale fonte di finanziamento esterno per le attività intese a stimolare il turismo; esorta pertanto la Commissione europea a garantire una maggiore trasparenza sull'uso dei Fondi strutturali da parte delle amministrazioni locali;
5. invita la Commissione, gli Stati membri, le regioni e le autorità responsabili del turismo, unitamente alle imprese, in particolare le PMI, a sfruttare al massimo le nuove opportunità di finanziamento a titolo del Fondo europeo per gli investimenti strategici, specialmente attraverso le banche d'investimento nazionali e regionali, così che l'azione dell'UE a favore del turismo compia un salto di qualità;
6. esorta la Commissione a incentivare lo sviluppo di scenari pilota relativi al turismo nel quadro del programma Orizzonte 2020;
7. invita la Commissione a tradurre gli orientamenti in materia di sostegno finanziario nelle 24 lingue ufficiali dell'Unione al fine di agevolare l'acquisizione di informazioni relative ai possibili finanziamenti, segnatamente per le PMI, in quanto l'accesso ai finanziamenti rappresenta uno degli ostacoli che caratterizzano il settore;
8. invita la Commissione a nominare degli esperti indipendenti che valutino l'impatto sul turismo di altre politiche dell'UE e analizzino le minacce reali e potenziali per il turismo dovute ai conflitti nei paesi e nelle regioni limitrofe all'UE, e a riferire al Parlamento al riguardo, proponendo misure volte a incrementare l'impatto positivo e a ridurre quello negativo sul turismo;

Giovedì 29 ottobre 2015

9. si attende che la Commissione presenti una rassegna di dati aggiornati, sulla base del nuovo regolamento sulle statistiche del turismo;
10. osserva che è necessario un ulteriore sforzo per sviluppare un approccio integrato al turismo, garantendo che gli interessi e le esigenze di tale settore siano presi in considerazione nella formulazione e nell'attuazione delle altre politiche dell'UE (ad esempio, la politica dei trasporti e la politica rurale);
11. invita la Commissione a presentare una nuova strategia sul turismo dell'UE, che andrà a sostituire o ad aggiornare la comunicazione del 2010;
12. si attende che la Commissione presenti dettagliate misure di esecuzione relative alla nuova serie di azioni comuni in occasione del prossimo Forum europeo del turismo;
13. raccomanda vivamente che la Commissione trasferisca risorse umane sufficienti verso i servizi preposti alla politica del turismo, alla luce dell'importanza del turismo quale fattore essenziale per la crescita economica e l'occupazione in Europa; deplora che al tema del turismo non venga data sufficiente visibilità nel nuovo sito web della DG GROW; raccomanda altresì che quest'ultimo diventi multilingue;
14. sottolinea l'importanza del coordinamento tra i servizi e i dipartimenti della Commissione;
15. esorta la Commissione a valutare l'opportunità di ridurre il carico normativo sproporzionato, che ha un impatto negativo sulla competitività delle PMI nel settore del turismo; invita la Commissione e gli Stati membri a ridurre e a non aumentare il carico normativo esistente;
16. ricorda alla Commissione che il turismo è un settore chiave dell'economia europea e che è pertanto necessario migliorare significativamente il coordinamento tra gli Stati membri, le autorità regionali e locali e le istituzioni finanziarie, nonché creare sinergie tra i settori del turismo pubblico e privato; invita la Commissione a impegnarsi nella ricerca di un meccanismo che consenta un coordinamento e una cooperazione efficaci in tale comparto;
17. ritiene che l'UE debba mettere a punto, nel quadro della politica di cooperazione e di buon vicinato, azioni di cooperazione per lo sviluppo del turismo nei paesi terzi, onde consentire uno sviluppo equilibrato delle loro economie che contribuisca anche a ridurre le tensioni nell'area del vicinato e a migliorare l'attrattiva della regione e l'afflusso di turisti nella stessa;
18. ritiene che la proclamazione di un Anno europeo del turismo contribuirebbe a promuovere la diversità del turismo europeo e a incrementare il prestigio dei diversi soggetti attivi nel settore del turismo; chiede alla Commissione di prendere in considerazione tale iniziativa;
19. invita la Commissione a presentare un'analisi dei vantaggi e degli svantaggi della creazione di un'agenzia europea del turismo;

Marchio e promozione comune dell'Europa come destinazione turistica

20. incoraggia vivamente la Commissione, in cooperazione con la commissione europea del turismo (CET) che riunisce le organizzazioni turistiche nazionali, a portare avanti e a intensificare la promozione dell'Europa quale prima destinazione turistica mondiale nell'ambito di un approccio comune a livello europeo; chiede in particolare che venga attuata la strategia a lungo termine «Destinazione Europa 2020», lanciata nel febbraio 2014 dalla Commissione e dalla CET, che prevede una serie di azioni di marketing, sviluppo del marchio e promozione dell'Europa come destinazione turistica;
21. chiede nello specifico la creazione di un marchio «destinazione/i Europa», volto a completare e a valorizzare le attività promozionali delle organizzazioni turistiche operanti a livello nazionale, regionale, transfrontaliero e locale, e dell'industria del turismo europeo, a vantaggio della visibilità e della competitività delle destinazioni turistiche europee, soprattutto sui mercati di lungo raggio; sottolinea che il marchio «destinazione/i Europa» necessita di un approccio inclusivo che comporti vantaggi sia per le mete europee consolidate sia per quelle meno conosciute, preservando nel contempo la naturale specificità delle varie regioni europee che vivono di un proprio marchio territoriale, e che esso deve rispettare appieno le competenze degli Stati membri a norma dell'articolo 195 TFUE;

Giovedì 29 ottobre 2015

22. riconosce la necessità di definire chiaramente obiettivi comuni e di analizzare il potenziale e il valore aggiunto del marchio «destinazione/i Europa», sulla base delle esigenze e dei requisiti specifici espressi dagli Stati membri; è del parere che, per ottenere tali risultati, occorra procedere ulteriormente ad approfondite consultazioni con l'industria, le organizzazioni turistiche e le autorità regionali e locali; raccomanda l'elaborazione di una guida al marchio che specifichi le modalità promozionali convenute;

23. raccomanda di esaminare in che modo il settore privato possa essere coinvolto nella strategia di marketing del marchio «destinazione/i Europa» e come possa contribuire finanziariamente allo sviluppo e agli obiettivi della strategia; sottolinea l'importanza dei partenariati pubblico-privato e suggerisce pertanto l'elaborazione di un programma di partenariato pubblico-privato speciale per il turismo (SPOT); invita gli Stati membri a coinvolgere nel processo le rispettive autorità regionali e locali e a cooperare costruttivamente con l'industria allo scopo di conseguire tali obiettivi;

24. invita a rafforzare il marchio «destinazione/i Europa» quale meta di vacanze più accogliente al mondo per famiglie, bambini e tutte le generazioni;

25. ritiene fondamentale che il marchio «destinazione/i Europa» abbia, tra i suoi elementi chiave, la sicurezza del turista; invita in tal senso le autorità degli Stati membri, in stretta collaborazione con la Commissione, ad attuare strategie (incluse campagne di informazione per i turisti) intese a offrire ai turisti un'esperienza che sia quanto più sicura possibile nelle destinazioni turistiche europee;

26. sottolinea la necessità di accrescere la consapevolezza politica del fatto che la promozione dell'Europa nei paesi terzi costituisce uno strumento di marketing finalizzato all'aumento del numero di turisti in entrata, e che essa apporta di conseguenza vantaggi economici non solo alle destinazioni meno conosciute e ai paesi che attraversano difficoltà economiche, ma anche all'UE nel suo complesso; ritiene che una politica rigida in materia di visti freni l'afflusso di turisti provenienti da paesi terzi; si compiace delle misure presentate dalla Commissione nel 2014 nell'ottica di rilasciare nuovi visti turistici e di agevolare il transito dei turisti nell'area Schengen; esorta a tal fine il Consiglio a pervenire rapidamente a un accordo con il Parlamento europeo affinché l'UE possa beneficiare di un afflusso più consistente di turisti provenienti da determinati paesi terzi che hanno potenzialmente un grande interesse a visitare l'UE;

27. ricorda che l'UE dovrebbe iniziare a investire, in modo da essere pronta a sfruttare il potenziale dei paesi terzi altamente popolati con un'economia emergente, in particolare i paesi BRIC, nei quali il numero di turisti in uscita è in aumento; segnala la necessità di adottare iniziative finalizzate alla promozione del turismo e di introdurre una maggiore flessibilità e coerenza nel regime dei visti turistici e negli attraversamenti delle frontiere; sottolinea che lo sviluppo di un maggior numero di piattaforme per i visti turistici, associato a un approccio prudente per quanto riguarda la semplificazione del codice dei visti, è un fattore importante per incrementare il numero di turisti provenienti da paesi extraeuropei e rafforzare la visibilità delle destinazioni turistiche europee; mette in evidenza il potenziale dei visti di circolazione per gruppi di turisti che sono già stati in un paese e l'importanza di attuare più accordi di esenzione dal visto onde sfruttare appieno gli arrivi di turisti internazionali; ritiene opportuno, nel rispetto del diritto e del dovere degli Stati membri di controllare l'accesso alle rispettive frontiere, che le istituzioni europee e gli Stati membri elaborino, nel quadro della politica comune in materia di visti, una strategia a lungo termine per un migliore coordinamento e la semplificazione delle procedure di rilascio dei visti;

Prodotti turistici paneuropei e transnazionali

28. è del parere che i soggetti interessati del settore pubblico e privato debbano intensificare gli sforzi per elaborare nuovi prodotti turistici europei transnazionali, tenendo pienamente conto del ruolo delle strategie macroregionali nel loro sviluppo; osserva che le macroregioni, quali la macroregione adriatico-ionica, offrono basi naturali, culturali e storiche peculiari per lo sviluppo di tali prodotti; invita i soggetti interessati pubblici e privati della strategia macroregionale dell'UE per le regioni del Baltico, del Danubio, adriatico-ionica e alpina a elaborare, ciascuno nel proprio settore, strategie comuni per lo sviluppo del turismo;

29. è fautore della cooperazione internazionale nella creazione di itinerari tematici transnazionali (a livello di un numero maggiore di paesi europei), allo scopo di amplificare gli elementi esperienziali che motivano le visite verso determinate destinazioni (definite a livello statale), incrementare la mobilità dei vacanzieri, far aumentare la spesa media e ampliare la piattaforma promozionale (in particolare per quanto concerne i visitatori provenienti dai mercati a lungo raggio);

Giovedì 29 ottobre 2015

30. sottolinea l'incremento della concorrenza internazionale con l'emergere di destinazioni al di fuori dell'Europa; ritiene fondamentale, per questo motivo, favorire una maggiore cooperazione tra le destinazioni europee attraverso cluster turistici e reti a livello locale, regionale, nazionale e transnazionale e all'interno dei bacini marittimi;

31. riconosce l'importanza dei prodotti turistici transnazionali per la promozione della coesione territoriale; è pertanto convinto dell'opportunità di sostenere tramite adeguati incentivi le iniziative realizzate nell'ambito di quadri di cooperazione istituzionalizzati;

32. invita gli Stati membri a promuovere nuovi percorsi turistici tramite la riqualificazione di aree in disuso, strade, ferrovie, sentieri abbandonati e vecchi tragitti;

33. invita la Commissione e i membri della CET a sostenere l'attuale mandato di quest'ultima al fine di coadiuvare lo sviluppo e la promozione di prodotti e servizi turistici transnazionali e paneuropei mirati, nonché il turismo costiero e marittimo, tramite un portale «Visiteurope.com» all'avanguardia, ottimizzato e pienamente accessibile; invita la Commissione a rendere disponibile il portale «Visiteurope.com» anche su tutti i dispositivi mobili e portatili d'uso comune attraverso una specifica applicazione (app);

34. invita altresì la Commissione a rafforzare la propria cooperazione con il Consiglio d'Europa, con la CET e l'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite e gli altri partner internazionali per incrementare lo sviluppo dei prodotti turistici paneuropei e transnazionali;

35. sottolinea, tenendo conto del fatto che i consumatori di oggi tendono a cercare un'esperienza turistica, anziché una semplice destinazione, che una strategia di marketing di successo per la promozione dei prodotti turistici europei deve corrispondere alle esigenze dei diversi segmenti e mercati di viaggio nei paesi terzi;

36. sottolinea la necessità che gli agenti di viaggio e gli operatori turistici promuovano il numero di emergenza europeo 112 sui pertinenti siti web e i biglietti elettronici, così come nelle principali destinazioni turistiche dell'UE;

37. accoglie con favore l'iniziativa «Calypso — Turismo per tutti», che consente ad anziani, giovani, persone a basso reddito e disabili di andare in vacanza al di fuori dell'alta stagione; sottolinea che l'iniziativa ha il potenziale di risolvere il problema della stagionalità, segnatamente nelle mete meno conosciute;

38. ritiene, tuttavia, che per contrastare la stagionalità in Europa occorra concentrarsi maggiormente sullo sviluppo di prodotti turistici mirati che offrano ai viaggiatori una particolare esperienza turistica e soddisfino le loro esigenze specifiche; invita la Commissione, di conseguenza, a incoraggiare e sostenere gli Stati membri e l'industria del turismo affinché sviluppino prodotti maggiormente diversificati e mirati, incentrati su determinate tematiche quali il patrimonio rurale, culturale e industriale, la storia, la religione, la salute, le esperienze termali e di benessere, lo sport, l'enogastronomia, la musica e l'arte quali forme di turismo alternativo che contribuiscono ad apportare valore aggiunto all'area interessata diversificandone l'economia e riducendo la dipendenza dell'occupazione dalla stagionalità; esorta gli Stati membri, a tale scopo, a fare un uso appropriato dei fondi dell'UE e invita la Commissione a estendere di conseguenza gli obiettivi di intervento nell'ambito del programma COSME; ritiene che gli eventi sportivi, musicali e artistici abbiano enormi potenzialità di mobilitare turisti dall'Europa e dall'estero;

39. mette in evidenza che la diversità e il multiculturalismo dell'Europa offrono un grande potenziale per lo sviluppo del turismo a tema e consentono la promozione coordinata del turismo sostenibile e alternativo e degli scambi culturali; è fautore delle iniziative volte a collegare tra loro i siti turistici per creare prodotti e itinerari turistici a tema, su scala europea, nazionale, regionale e locale, sfruttando la complementarità e le peculiarità dei diversi siti turistici europei al fine di offrire la migliore esperienza possibile ai turisti;

Giovedì 29 ottobre 2015

40. sottolinea la necessità di promuovere e valorizzare il ricco patrimonio culturale dell'Europa, utilizzando la lista dei patrimoni mondiali dell'UNESCO come una proposta commerciale unica, ma anche includendo siti potenzialmente meno conosciuti o non facilmente raggiungibili, in particolare alla luce del fatto che il turismo culturale rappresenta circa il 40 % del turismo europeo e contribuisce pertanto in modo sostanziale alla crescita economica, all'occupazione, all'innovazione sociale e allo sviluppo locale, regionale, urbano e rurale, riducendo nel contempo l'impatto della stagionalità; pone l'accento, al riguardo, sul ruolo chiave svolto dal mecenatismo, che contribuisce alla conservazione del patrimonio europeo e aiuta gli Stati membri a sostenerne i costi;

41. sottolinea che la promozione di eventi culturali a vari livelli potrebbe accrescere l'attrattiva delle destinazioni turistiche e suggerisce in tal senso di valutare la possibilità di creare un calendario europeo di eventi da pubblicare sul portale «Visiteurope.com», nell'ottica di migliorare i servizi di informazione per i turisti;

42. invita le organizzazioni turistiche nazionali a fornire un'adeguata visibilità online alle iniziative e premi che danno risalto al patrimonio europeo e a incentivare le iniziative e le attività promozionali collegate (ad esempio il marchio del patrimonio europeo e gli itinerari culturali europei);

43. ribadisce l'importanza di tutelare e preservare il patrimonio culturale dai possibili effetti nocivi dei cambiamenti strutturali causati dal turismo e dai rischi che comporta il turismo di massa, in particolare durante l'alta stagione; antepone la qualità dei lavori svolti al loro costo; sottolinea a tale proposito il ruolo che il mecenatismo può svolgere per contribuire alla conservazione del patrimonio europeo e compensare la diminuzione delle risorse pubbliche stanziata a tal fine;

44. chiede alla Commissione e agli Stati membri di realizzare le azioni volte a proteggere i momenti e siti europei in pericolo, allo scopo di salvaguardare e promuovere il patrimonio culturale e incoraggiare così il turismo culturale;

45. sottolinea l'importante ruolo esercitato dal turismo culturale europeo quale strumento di crescita personale e di conoscenza, in particolare tra i giovani, quale mezzo per promuovere la ricchezza, nazionale e locale, della diversità e del patrimonio culturale europei e contribuire all'apprendimento interculturale, nonché come occasione per stabilire contatti, rafforzare l'identità europea ed esprimere valori europei;

46. sottolinea il potenziale del turismo culturale ai fini della riduzione della povertà; chiede, a tal proposito, la promozione delle industrie creative degli Stati membri e del turismo rurale, nell'ottica di promuovere la straordinaria ricchezza culturale dell'Europa e lottare contro la povertà e la disoccupazione;

47. sottolinea che sarebbe opportuno facilitare l'acquisto congiunto di documenti di viaggio e di biglietti nella prospettiva di sostenere le manifestazioni culturali;

48. sottolinea che la varietà delle lingue europee — ufficiali, coufficiali, minoritarie e meno conosciute — costituisce il fondamento su cui si basa il patrimonio culturale dell'Europa ed è la chiave di un turismo sostenibile e responsabile;

49. prende atto delle opportunità offerte da importanti eventi e siti storici, come la coalizione dei «Sites of Conscience», per affrontare le sfide contemporanee attraverso un'interpretazione sensibile e programmi educativi; è fautore dell'uso del patrimonio e del turismo culturali per promuovere il dialogo interculturale e avvicinare tra loro i popoli d'Europa;

50. sottolinea il potenziale del turismo sportivo, che in futuro potrebbe diventare uno dei settori più dinamici per la crescita del comparto europeo dei viaggi, e chiede l'introduzione di apposite politiche per incentivarne e sostenerne lo sviluppo; ricorda l'importanza delle attività sportive ai fini dell'attrattiva turistica delle regioni europee; pone l'accento sulle opportunità offerte dagli spostamenti di atleti e spettatori alla vigilia e nel corso degli eventi sportivi, che possono richiamare turisti anche nelle regioni più periferiche; sottolinea che le potenzialità del turismo sportivo non sono ancora adeguatamente sfruttate;

Giovedì 29 ottobre 2015

Qualità

51. è convinto che il turismo europeo necessiti di una transizione da un modello di crescita quantitativa a un modello qualitativo che si traduca in uno sviluppo costante e sostenibile, e che occorra in realtà costruire un'industria del turismo che consenta la creazione di posti di lavoro più qualificati e adeguatamente retribuiti; ritiene che la diversificazione economica del turismo nelle aree rurali e costiere offra la possibilità di creare nuovi posti di lavoro sostenibili;

52. prende atto della diversità degli standard di qualità dei servizi turistici e ritiene che gli standard di qualità siano importanti in quanto strumento che offre agli operatori pari condizioni e accresce la trasparenza per i consumatori, rafforzando in tal modo la fiducia di tutte le parti coinvolte; chiede a tutti i soggetti interessati di far avanzare il dibattito sul modo in cui l'UE può promuovere standard di qualità concordati per i servizi turistici;

53. invita la Commissione a istituire un marchio europeo per il turismo di qualità che premi gli sforzi rigorosi compiuti dai professionisti del settore a sostegno della qualità dei servizi turistici sulla base del massimo rispetto per il patrimonio culturale e naturale, migliorando la qualità dell'occupazione nel turismo, incrementando l'accessibilità per tutti e promuovendo le tradizioni culturali delle comunità locali;

54. invita la Commissione a rafforzare la collaborazione tra gli Stati membri al fine di migliorare la qualità dei prodotti tramite la tutela della dicitura «made in»;

55. invita la Commissione e gli Stati membri a collaborare con le associazioni turistiche e a definire congiuntamente un sistema comune europeo per la classificazione delle infrastrutture turistiche (alberghi, ristoranti ecc.); ritiene che l'iniziativa di «Hotelstars Union» volta ad armonizzare progressivamente i sistemi di classificazione delle strutture ricettive in Europa debba essere promossa ulteriormente, permettendo così di meglio comparare le offerte di alloggi in Europa e contribuendo all'utilizzo di criteri comuni di qualità dei servizi;

56. ritiene che il mantenimento di standard di sicurezza nel settore dei servizi turistici nell'UE sia un elemento essenziale della buona qualità; plaude pertanto al Libro verde della Commissione dal titolo «Sicurezza dei servizi di ricettività turistica»; prende atto del contributo di molti gruppi di consumatori, organizzazioni per la sicurezza antincendio e organizzazioni del settore turistico che sostengono l'azione a livello dell'UE in materia di sicurezza del turismo; invita dunque la Commissione a presentare proposte di norme minime di sicurezza del turismo nell'UE, in particolare nel settore della sicurezza antincendio e della sicurezza contro il monossido di carbonio negli alloggi per vacanze; mette in rilievo la necessità di una raccolta sistematica di dati sulla sicurezza degli alloggi;

57. sottolinea che i servizi turistici di alta qualità sono garantiti se associati a una formazione adeguata e a condizioni di lavoro dignitose e che è controproducente ignorare o intaccare le competenze necessarie e le conquiste sociali nel settore;

58. è del parere che investire nella formazione e nell'istruzione sia essenziale per garantire servizi di qualità in un settore che impiega soprattutto giovani di età generalmente compresa tra i 16 e i 35 anni; esorta vivamente la Commissione a collaborare con gli enti privati e altri organismi pubblici nella messa a punto di programmi di formazione e tirocinio durante la bassa stagione, al fine di rendere il settore più attraente e meno stagionale; ritiene che tali formazioni dovrebbero porre l'accento su qualifiche più elevate e sullo sviluppo di competenze trasversali per migliorare le prospettive di lavoro nell'intero settore; invita pertanto la Commissione a sostenere gli sforzi del settore turistico volti a migliorare le abilità e le competenze dei datori di lavoro e dei lavoratori onde anticipare le prossime tendenze e le future necessità in termini di competenze; è del parere che sia opportuno migliorare le statistiche sull'occupazione nel settore turistico;

59. invita la Commissione, a tale proposito, a sostenere l'industria del turismo, colmando le lacune di competenze e aumentando la rilevanza per il mercato dell'istruzione e della formazione professionale; propone che la Commissione pubblici e distribuisca una guida sulle migliori pratiche e sull'offerta formativa nell'UE, che agevoli il conseguimento di una professionalità più elevata e una maggiore mobilità volontaria tra i professionisti dell'UE;

Giovedì 29 ottobre 2015

60. sottolinea l'importanza di migliorare il riconoscimento reciproco, da parte degli Stati membri, delle qualifiche professionali nel settore del turismo, al fine di consentire ai lavoratori di identificare le migliori prospettive di carriera e incoraggiarne così la mobilità;

61. accoglie con favore gli strumenti di mobilità e progetti di cooperazione quali le alleanze della conoscenza e le alleanze delle abilità settoriali nell'ambito di Erasmus+, quali strumenti efficaci per consentire agli addetti del settore turistico che partecipano ad attività di istruzione e formazione, a tutti i livelli, di scambiare le migliori prassi, migliorare le proprie competenze linguistiche e acquisire conoscenze pratiche nel campo del turismo culturale; esprime tuttavia preoccupazione dinanzi allo scarso interesse che i giovani nutrono per i percorsi professionali in taluni comparti del turismo; sottolinea i vantaggi del sistema d'istruzione «duale» nel settore del turismo e l'importanza di abbinare apprendimento ed esperienza pratica, migliorando così sia la conoscenza teorica che le competenze pratiche; invita gli Stati membri e le autorità locali e regionali a sfruttare appieno le opportunità offerte dal Fondo sociale europeo e da altri fondi unionali, nazionali, regionali e locali per promuovere la formazione professionale.

62. invita gli Stati membri a investire nella formazione di qualità delle guide turistiche e a favorire un approccio multilinguistico per una migliore valorizzazione dei siti di interesse da parte dei turisti stranieri; invita altresì la Commissione e gli Stati membri a definire standard europei di qualità per le guide turistiche, prevedendo il rispetto di requisiti minimi di formazione;

63. invita la Commissione a condurre uno studio sull'impatto che le imposte e le tasse sui prodotti e sui servizi turistici a livello locale, regionale, nazionale ed europeo esercitano sulla competitività dell'Europa come destinazione turistica; invita gli Stati membri a riconoscere l'importanza di ridurre le aliquote IVA sui servizi di viaggio e di turismo per contribuire a sviluppare le economie locali e a sostenere la crescita e l'occupazione, nonché di aiutare l'Europa a rimanere competitiva sul mercato globale;

Sfruttare appieno il potenziale del turismo costiero e marittimo

64. riconosce l'importanza che riveste per le zone costiere e insulari la Strategia europea per una maggiore crescita e occupazione nel turismo costiero e marittimo (in linea con la Strategia per la crescita blu e la Strategia Europa 2020), che presenta una serie di risposte comuni alle numerose sfide cui si deve far fronte;

65. esorta con forza la Commissione a presentare un piano d'azione volto ad accompagnare le 14 azioni descritte nella soprammenzionata Strategia per il turismo costiero e marittimo, con obiettivi e calendari concreti, e a riferire al Parlamento in merito ai progressi compiuti in relazione a tali azioni;

66. invita la Commissione a condurre un seminario annuale, con la partecipazione degli Stati membri costieri e marittimi e delle rispettive regioni, al fine di promuovere un dialogo paneuropeo e agevolare la condivisione delle migliori prassi e l'attuazione di una strategia di lungo termine;

67. ricorda l'importanza della connettività e dell'accessibilità, e osserva che esse differiscono in funzione dell'alta o della bassa stagione nelle regioni ultraperiferiche e nelle isole, che dipendono in larga misura dal trasporto marittimo e aereo; sottolinea altresì l'importanza di mettere a punto piani regionali che promuovano la mobilità tra le destinazioni; chiede alla Commissione che l'azione 12 della soprammenzionata Strategia per il turismo costiero e marittimo tenga anche conto dell'efficacia degli aiuti di Stato nelle regioni costiere e marittime;

68. incoraggia con fermezza la Commissione nonché gli Stati membri e i soggetti interessati nel settore del turismo nautico e marittimo a valutare la necessità di creare strategie intelligenti e innovative quale soluzione per contrastare la stagionalità, che siano adeguate ai periodi di alta e bassa stagione e che tengano conto dei vari gruppi obiettivo; invita i soggetti interessati ad adoperarsi per creare esperienze, prodotti e servizi complementari integrati con i prodotti locali, segnatamente legati alla cultura e al patrimonio marittimi, agli sport acquatici, alla nautica da diporto, all'osservazione della vita e della natura marine, alle attività balneari, alla pesca artigianale, all'alimentazione e alla salute;

Giovedì 29 ottobre 2015

69. sottolinea l'importanza del turismo da crociera per la crescita del settore del turismo in Europa; invita pertanto la Commissione e gli Stati membri a valutare le risorse necessarie e le infrastrutture portuali e nautiche esistenti, nonché a standardizzare la raccolta differenziata e il riciclaggio, al fine di creare azioni di pianificazione innovative per tali settori sviluppando il concetto di città portuale intelligente;

70. sottolinea che una pianificazione comune e un'azione congiunta sono necessarie sia per l'accettazione del turismo tra la popolazione sia per il suo sviluppo sostenibile;

Turismo sostenibile, responsabile e sociale

71. invita la Commissione a continuare a promuovere un turismo sostenibile, responsabile ed ecologico, in cooperazione con partner strategici quali la CET e altri soggetti interessati, sviluppando nuovi prodotti specifici e promuovendo quelli esistenti, e propone la creazione di una piattaforma web di portata europea, pienamente accessibile, che riunisca in una banca dati consultabile tramite il portale «Visiteurope.com» le informazioni esistenti su prodotti certificati, nuove forme di turismo, destinazioni e itinerari, nonché su servizi specifici quali mezzi di trasporto e guide turistiche;

72. ritiene che si debbano destinare (co)finanziamenti maggiori a progetti turistici sostenibili nel quadro del programma COSME;

73. sollecita la Commissione a finalizzare la Carta europea del turismo sostenibile e responsabile nonché a continuare a sostenere economicamente importanti iniziative e reti quali le Destinazioni europee di eccellenza (EDEN) e gli itinerari culturali europei;

74. incoraggia le organizzazioni turistiche nazionali, sulla base di norme proposte dalla Commissione, a creare un portale unico a livello nazionale dedicato al turismo sostenibile e responsabile, al fine di consentire ai clienti di effettuare una scelta informata tra destinazioni e prodotti mirati nazionali e transnazionali;

75. sottolinea l'importanza di garantire lo sviluppo di un turismo sostenibile, responsabile e accessibile, nell'ambito del quale l'idea di «destinazione intelligente» dovrebbe avere un ruolo centrale nello sviluppo delle destinazioni, e che dovrebbe combinare gli aspetti della sostenibilità, del turismo esperienziale e dell'uso adeguato delle risorse naturali con le nuove tecnologie, inclusi gli aspetti dell'accessibilità fisica e in termini di comunicazione; è convinto che le reti di informazione sui progetti in materia di turismo dolce offrano buone opportunità di sostenere le PMI, lo sviluppo locale sostenibile, posti di lavoro sostenibili ed economie stabili;

76. invita la Commissione a condurre uno studio sui certificati di sostenibilità per i servizi del turismo dolce, tra cui un'analisi degli strumenti volontari che indichi quali di essi hanno avuto successo;

77. invita a promuovere e sviluppare ulteriormente le offerte rivolte a bambini e famiglie nel settore del turismo, ad esempio attraverso la creazione di un marchio europeo per il turismo a misura di famiglia;

78. sottolinea l'importanza di incentivare programmi per consentire la riqualificazione di vecchie strutture alberghiere secondo criteri di turismo eco-sostenibile;

79. sottolinea il ruolo cruciale svolto dal turismo europeo nella rivitalizzazione delle aree rurali e urbane, nella prospettiva di uno sviluppo sostenibile locale e regionale;

80. chiede lo sviluppo di servizi turistici sostenibili in quelle località che, pur avendo un forte potenziale culturale e turistico, hanno subito danni di immagine a seguito della maggiore messa in evidenza e dello sviluppo di altri settori, compreso quello industriale;

81. sottolinea l'importanza di tenere presente che l'attività turistica non dovrebbe incidere negativamente sulla vita quotidiana dei residenti e che, al contrario, è necessario integrare positivamente e partecipativamente la popolazione residente nel fenomeno del turismo;

Giovedì 29 ottobre 2015

82. evidenzia che il patrimonio naturale e culturale e la protezione della biodiversità rappresentano una risorsa preziosa per il settore turistico e sostiene pertanto gli Stati membri, le autorità regionali e le imprese turistiche nella promozione dell'ecoturismo e nel rispetto della legislazione ambientale dell'UE in sede di adozione e di esecuzione di progetti infrastrutturali; invita gli Stati membri a integrare le iniziative in materia di patrimonio naturale nelle loro strategie turistiche nazionali e regionali;

83. sottolinea l'importanza del turismo sostenibile e responsabile per la tutela e la promozione del patrimonio naturale e culturale regionale; è convinto, quindi, che è opportuno sostenere e promuovere, mediante misure adeguate, i prodotti turistici regionali e i soggiorni di breve durata;

84. invita la Commissione e gli Stati membri a sviluppare reti di itinerari verdi che comprendano aree rurali, boschive e siti naturali minori integrando le reti infrastrutturali di trasporto esistenti con nuove soluzioni ecosostenibili;

85. sottolinea che il turismo sostenibile legato alla pesca può offrire un contributo importante all'economia delle zone rurali d'Europa; osserva che questa forma di turismo può continuare a esistere soltanto se le specie ittiche minacciate delle acque interne europee vengono gestite in modo più sostenibile;

86. osserva che il turismo rurale è una delle forme più elementari di turismo alternativo nell'UE e invita la Commissione, in cooperazione con gli Stati membri, a sostenere azioni volte a fornire incentivi a favore dell'ulteriore sviluppo delle infrastrutture e dell'accessibilità di questo settore;

87. invita la Commissione a mettere maggiormente in risalto i territori e le specialità locali, incoraggiandone la promozione e garantendo la protezione di prodotti locali quali le indicazioni geografiche protette agricole e non agricole (IGP);

88. ritiene che regioni sensibili come quelle insulari, costiere e montane, e in particolare le regioni remote e ultraperiferiche, spesso dipendano fortemente dal settore turistico e che siano le prime a essere colpite dai cambiamenti climatici; è pertanto convinto che la protezione del clima debba rappresentare una priorità ed essere maggiormente integrata nelle politiche dei trasporti e del turismo a livello europeo, nazionale e regionale, tra l'altro mettendo l'accento sull'efficienza energetica, l'energia rinnovabile, i trasporti sostenibili e la gestione dei rifiuti; invita la Commissione a effettuare una valutazione d'impatto per stabilire in che misura i cambiamenti climatici influenzino il turismo in queste regioni sensibili — sotto il profilo economico, ambientale e sociale — e quale sarà la loro influenza in futuro;

89. sottolinea la necessità di promuovere le potenzialità turistiche delle aree remote rurali, insulari, costiere e montane, incoraggia lo sviluppo del turismo marittimo e marino sostenibile nell'UE e invita gli Stati membri a sviluppare infrastrutture sostenibili e a migliorare la connettività transfrontaliera quale mezzo per valorizzare la loro attrattiva e accessibilità;

90. sottolinea che le isole hanno i loro problemi, soprattutto in termini di collegamenti tra le isole minori e la terraferma, e invita la Commissione a proporre misure volte a stimolare gli investimenti in tale settore;

91. ritiene che l'introduzione di «controlli ambientali» volontari per il miglioramento della qualità ambientale in ambito turistico sia un contributo importante del settore e raccomanda di premiare le aziende che dimostrano particolare impegno;

92. invita le autorità e gli operatori responsabili a intensificare gli sforzi sul piano nazionale, regionale e locale per promuovere gli itinerari di turismo dolce, quali le reti europee di percorsi a cavallo, cammini percorribili a piedi, itinerari di pellegrinaggio o piste ciclabili, in combinazione con tutti i servizi ferroviari transfrontalieri, compresi i treni ad alta velocità e i treni notturni; ricorda che occorre prendere sempre in considerazione anche l'interoperabilità con le altre modalità di trasporto; raccomanda di eliminare il sovrapprezzo del biglietto nelle tratte transfrontaliere, che rappresenta una delle barriere a un maggiore utilizzo delle ferrovie da parte dei turisti nelle aree di confine;

Giovedì 29 ottobre 2015

93. riconosce che il turismo urbano sostenibile è un'attività in rapida crescita e che la politica in materia di mobilità e di trasporti nei centri turistici delle città dovrebbe essere efficiente, sostenibile e generare situazioni vantaggiose sia per i visitatori sia per gli abitanti locali;

94. sostiene lo sviluppo di forme integrate di trasporto multimodale per i turisti, mediante la creazione di biglietti che permettano l'utilizzo di diversi mezzi di trasporto a seconda delle differenti esigenze; sottolinea che i progressi a livello dei servizi di biglietteria integrata sarebbero un forte incentivo per il turismo transfrontaliero;

95. sottolinea che i veicoli elettrici rappresentano una soluzione sempre più attraente in termini di nuova mobilità flessibile per il turismo sia rurale che urbano, e che tale opzione di mobilità dovrebbe essere offerta con maggiore frequenza nelle località turistiche;

96. sottolinea l'importanza di agevolare l'uso dei mezzi di trasporto pubblici da parte degli utenti della bicicletta;

97. esorta la Commissione a valutare la possibilità di trasformare il sistema europeo di indicatori per il turismo (ETIS) in uno strumento dell'UE volto ad aiutare le destinazioni turistiche a controllare, gestire, valutare e migliorare le loro prestazioni in termini di sostenibilità;

98. invita gli Stati membri a trasferire all'estero le esperienze positive in termini di gestione del turismo sostenibile nel quadro della collaborazione internazionale;

99. è del parere che la piena accessibilità e la convenienza economica del turismo siano parte integrante della sostenibilità del settore; afferma che il principio del «turismo per tutti» consente e autorizza le persone, in particolare quelle con esigenze particolari (ad esempio, le persone con disabilità o a mobilità ridotta, i giovani, gli anziani, le famiglie a basso reddito e quelle con figli), a godere dei loro diritti di cittadini, e che di conseguenza deve essere il punto di riferimento per qualsiasi azione legata al turismo a livello nazionale, regionale, locale o europeo; invita gli Stati membri a rivolgere particolare attenzione all'uso delle nuove tecnologie nello sviluppo di concetti turistici per gli anziani e per le persone con disabilità specifiche;

100. raccomanda agli Stati membri di sviluppare un sistema di identificazione uniforme e trasparente a livello europeo per le opzioni accessibili e di realizzare le relative piattaforme Internet; invita la Commissione a presentare suggerimenti in tal senso;

101. raccomanda agli Stati membri di introdurre l'accessibilità quale criterio di ammissibilità nel quadro dei programmi di sviluppo economico del settore turistico;

102. sottolinea che la fiducia dei consumatori nelle imprese che forniscono servizi nel settore del turismo implica altresì che le imprese mettano a loro disposizione strumenti di risoluzione delle controversie semplici, efficaci e rapidi, e proteggano i dati personali e finanziari dei consumatori;

103. è dell'avviso che, al fine di rendere accessibile il turismo in Europa, le compagnie aeree debbano porre fine alla pratica distorta e spesso diffusa di assegnare maggiori spazi alle classi business piuttosto che a quelle economy;

104. sottolinea il contributo della società civile alla promozione di nuove forme di turismo, attraverso i social network, le organizzazioni di volontari, le associazioni culturali e sportive, i gruppi d'azione civica e le organizzazioni che rappresentano i giovani, le donne e le comunità di espatriati;

105. chiede un maggior riconoscimento del ruolo essenziale svolto dal volontariato nello sviluppo e nella promozione del settore turistico attraverso il volontariato culturale;

106. esorta la Commissione e gli Stati membri a prestare attenzione e a sostenere le potenzialità dell'economia sociale in termini di sviluppo del turismo sostenibile e responsabile;

Giovedì 29 ottobre 2015

107. ritiene che il turismo rivesta un importante valore sociale per i giovani, i lavoratori e i pensionati, e invita gli Stati membri a utilizzare i fondi dell'UE per lo sviluppo del turismo sanitario e ricreativo;

108. sottolinea che la perdurante crisi dell'immigrazione in Europa colpisce soprattutto le zone costiere, dove il turismo rappresenta un elemento importante per il reddito degli abitanti; invita la Commissione a elaborare una relazione sull'impatto che l'afflusso incontrollato di migranti verso l'Unione europea ha sul settore del turismo;

Economia del consumo collaborativo

109. accoglie con favore le opportunità offerte dal consumo collaborativo per le start-up e le imprese innovative nel settore del turismo; riconosce la complementarità di questi servizi con le altre offerte turistiche per quanto concerne la loro ubicazione e le persone a cui si rivolgono;

110. ricorda che l'economia collaborativa, o consumo collaborativo, è un nuovo modello socioeconomico decollato grazie alla rivoluzione tecnologica, con Internet che mette in comunicazione le persone attraverso piattaforme online su cui le transazioni di beni e servizi possono essere condotte in modo sicuro e trasparente;

111. evidenzia che l'attuale legislazione non è adatta all'economia del consumo collaborativo e che per questa ragione i governi locali e nazionali hanno iniziato a esaminare siffatte piattaforme online cercando di regolamentarne gli effetti, spesso applicando misure sproporzionate, che sono alquanto disparate all'interno dell'Unione; esorta la Commissione a collaborare con gli Stati membri nell'analisi delle migliori iniziative da prendere a livello europeo, nazionale, regionale e locale; raccomanda di considerare l'introduzione di un quadro normativo appropriato nell'ambito della strategia globale per il mercato unico digitale dell'UE;

112. sottolinea che prima dell'adozione di misure di regolamentazione va innanzitutto analizzata la risposta all'espansione dell'economia collaborativa; ritiene, tuttavia, che qualsiasi azione da parte delle autorità pubbliche debba essere proporzionata e flessibile onde consentire un quadro normativo che garantisca condizioni paritarie alle imprese e, in particolare, un contesto imprenditoriale positivo favorevole alle PMI e all'innovazione nel settore; ritiene inoltre che, nell'interesse della protezione del consumatore, la regolamentazione in materia di sicurezza e di salute applicabile al settore del turismo tradizionale dovrebbe applicarsi anche ai servizi turistici offerti su base commerciale nell'ambito del consumo collaborativo;

113. sottolinea che le attività dei fornitori devono essere correttamente classificate, così da operare una chiara distinzione tra la collaborazione ad hoc o permanente e i servizi professionali alle imprese, ai quali andrebbero applicate norme pertinenti;

114. sottolinea altresì che le piattaforme devono essere pienamente accessibili e che, consultando i siti, i consumatori devono ricevere un'informazione corretta e non fuorviante, e la protezione dei dati che li riguardano deve essere tutelata; sottolinea l'importanza di un sistema di riesame praticabile e trasparente, nonché l'importanza di far sì che i consumatori non siano penalizzati dai fornitori di servizi per il fatto di aver lasciato recensioni negative;

115. evidenzia che le imprese del settore tecnologico che fungono da intermediarie devono informare i rispettivi fornitori dei loro obblighi, in particolare per quanto riguarda la protezione dei diritti dei consumatori, e presentare in modo accurato e comprensibile tutte le commissioni e i costi occulti legati alla gestione dell'impresa, come anche il modo in cui operare in piena conformità con le leggi locali, specialmente per quanto attiene al diritto tributario e al rispetto delle norme in materia di sicurezza dei consumatori, nonché alle condizioni di lavoro applicabili ai fornitori di servizi turistici;

116. invita la Commissione a valutare l'impatto economico e sociale del consumo collaborativo e le sue implicazioni per l'industria del turismo, i consumatori, le imprese del settore tecnologico e le pubbliche amministrazioni, e a riferire al Parlamento in merito ai risultati delle iniziative che ha intrapreso sino a quel momento, compresi i lavori della task force istituita dalla DG GROW;

Giovedì 29 ottobre 2015

Digitalizzazione

117. invita la Commissione a definire, d'intesa con l'industria e le associazioni turistiche, una tabella di marcia intelligente che preveda iniziative incentrate sul contesto più ampio dell'innovazione (processo, TIC e ricerca) e sulle competenze necessarie al fine di incoraggiare le imprese del settore dei viaggi e del turismo ad adottare strumenti digitali e a utilizzarli in modo più efficace; è del parere che la Commissione potrebbe fare uno sforzo concentrato per diffondere le migliori prassi al riguardo;

118. accoglie con favore la piattaforma per il turismo digitale della Commissione e i suoi obiettivi che prevedono: i) il rafforzamento delle capacità d'innovazione e della digitalizzazione delle PMI legate al turismo per dinamizzare il settore, e ii) la raccolta di proposte in vista dell'adeguamento e della definizione di politiche sostenibili, competitive e orientate al consumatore finalizzate a sviluppare ulteriormente il settore del turismo; incoraggia il ricorso a tecnologie innovative, la condivisione delle migliori prassi e l'approfondimento della cooperazione a livello regionale, al fine di rendere il settore europeo del turismo più attraente e competitivo; ritiene che la promozione dell'apprendimento online e il crescente impiego delle tecnologie digitali stimolerebbero il conseguimento di tale obiettivo;

119. è consapevole del fatto che le PMI (la maggior parte delle quali è rappresentata da microimprese) e le start-up operanti nel settore del turismo affrontano notevoli difficoltà nel promuovere i loro servizi all'estero e nell'adattarsi a condizioni di mercato in rapida evoluzione; osserva che nuovi strumenti informatici come il «Tourism Business Portal» sviluppato dalla Commissione e i seminari web possono aiutarle a sfruttare le opportunità della digitalizzazione; sottolinea che la messa a disposizione del «Tourism Business Portal» in tutte le lingue degli Stati membri promuoverebbe ulteriormente i vantaggi territoriali di tali azioni; incoraggia l'adozione di iniziative analoghe a livello locale, regionale e nazionale;

120. invita la Commissione a continuare a promuovere la collaborazione tra i soggetti interessati, pubblici e privati, del settore dei viaggi e del turismo al fine di agevolare la ricerca e l'adozione di soluzioni digitali da parte delle imprese europee; evidenzia in particolare la necessità di un migliore coordinamento tra le amministrazioni pubbliche del turismo a livello nazionale, regionale e locale, i tour operator, il settore ricettivo e le imprese digitali;

121. invita la Commissione ad aiutare il settore a predisporre strumenti che consentano di monitorare la destinazione dei visitatori, di conoscere il profilo degli stessi e di tracciare la loro mobilità, così che si possano conoscere i loro interessi e sviluppare prodotti adeguati, nonché creare gli strumenti che offrano destinazioni «à la carte» e il monitoraggio delle reti, al fine di conoscere il parere di chi visita l'Europa;

122. si aspetta che la Commissione presenti una relazione globale comprensiva di una valutazione dello stato attuale della digitalizzazione sul mercato del turismo dell'UE, con lo scopo di individuare e di raccogliere le sfide e le opportunità per il pubblico e per gli attori privati a livello nazionale, regionale e locale; ritiene che una relazione di questo tipo dovrebbe includere raccomandazioni appropriate volte a garantire una concorrenza leale e condizioni di parità per tutti gli attori nonché a proteggere i consumatori offrendo trasparenza, neutralità e accessibilità;

123. constata l'espansione delle compravendite di servizi turistici su Internet concluse direttamente dall'utente e i potenziali rischi che tale pratica comporta per i consumatori, che spesso ignorano quali siano i loro diritti e la legislazione applicabile; chiede alla Commissione di perseguire in maniera rigorosa i possibili abusi in questo settore, segnatamente in relazione agli acquisti combinati con diversi fornitori di servizi (il biglietto aereo con il noleggio dell'auto, ad esempio) e di adattare e sviluppare, durante la prossima revisione della direttiva sui viaggi «tutto compreso», queste nuove forme di compravendita di servizi;

124. accoglie positivamente la recente conclusione dei negoziati di trilogia su una revisione della direttiva sui viaggi «tutto compreso»; chiede che essa sia recepita e applicata in modo rapido ed efficace al fine di trasformare il settore e proteggere i consumatori nel contesto digitale;

Giovedì 29 ottobre 2015

125. invita la Commissione a riorientare i finanziamenti e i programmi allo scopo di migliorare il sostegno alla digitalizzazione delle imprese europee operanti nel turismo;

126. invita la Commissione a garantire che i fornitori di servizi abbiano un accesso equo e paritario ai dati pertinenti messi a disposizione dagli operatori di viaggio e trasporti, nella prospettiva di agevolare la creazione di servizi digitali di informazione e biglietteria per gli spostamenti multimodali; rileva l'importanza dei sistemi di trasporto intelligenti (STI) nel fornire dati precisi e in tempo reale relativamente al traffico e alla mobilità per lo sviluppo di servizi integrati di mobilità che potrebbero giovare allo sviluppo del turismo europeo;

127. invita gli Stati membri a identificare e sostenere iniziative a livello di Unione che favoriscano l'uso di infrastrutture digitali e l'interoperabilità tra diverse piattaforme; invita gli Stati membri, in tale contesto, a fornire l'accesso gratuito al Wi-Fi nelle zone turistiche e ad abolire, in base alla decisione adottata, i costi dei servizi di roaming entro il 15 giugno 2017 nonché il blocco geografico;

128. invita gli Stati membri e le autorità locali a dotare tutte le stazioni e piattaforme di arrivo, partenza e scambio sia di uffici informativi con personale competente che possano fornire indicazioni su principali mete, modalità di trasporto e strutture turistiche, che di sistemi digitali di informazione multilingua con accesso gratuito e libero alle reti Wi-Fi, fruibili anche da persone con disabilità;

129. sottolinea che i viaggiatori continuano a confrontarsi con prezzi, requisiti e condizioni diversi quando prenotano pernottamenti o mezzi di trasporto online; accoglie pertanto con favore la comunicazione della Commissione «Strategia per il mercato unico digitale in Europa»; invita la Commissione ad adottare una proposta di ampio respiro volta a porre fine all'ingiustificato blocco geografico all'accesso a beni, servizi e migliori tassi disponibili sulla base della posizione geografica o del paese di residenza;

130. sollecita gli Stati membri a incoraggiare a titolo prioritario l'accesso a reti a banda larga ad alta velocità in zone turistiche remote e ultraperiferiche, come le isole e le zone costiere, montane e rurali, al fine di favorire la crescita delle imprese turistiche e di ridurre il divario digitale nell'UE;

131. invita gli Stati membri e gli operatori interessati, in tutti i comparti turistici e in particolare nell'ambito della digitalizzazione, a elaborare misure efficaci contro la carenza di lavoratori qualificati nel settore;

132. teme che molti dei vantaggi economici della distribuzione online non siano sfruttati appieno in Europa; è del parere che i governi europei dovrebbero adoperarsi maggiormente per valorizzare lo spirito imprenditoriale e, in particolare, le soluzioni orientate alla tecnologia in Europa;

o

o o

133. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio e alla Commissione.
