

Advies van het Economisch en Sociaal Comité over de „Mededeling van de Commissie aan de Raad, het Europees Parlement, het Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's — Een gezamenlijke aanpak voor de toekomst van het Europese toerisme”

(2003/C 61/03)

De Commissie heeft op 15 november 2001 besloten, overeenkomstig de bepalingen van art. 262 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap, het Economisch en Sociaal Comité te raadplegen over de voornoemde mededeling.

De afdeling „Interne markt, productie en consumptie”, die met de voorbereiding van de desbetreffende werkzaamheden was belast, heeft haar advies op 11 september 2002 goedgekeurd. Rapporteur was de heer Liverani.

Het Economisch en Sociaal Comité heeft tijdens zijn 393e zitting (vergadering van 18 september 2002) het volgende advies uitgebracht, dat met 123 stemmen vóór, bij 2 onthoudingen, is goedgekeurd.

1. Globaal scenario: overwegingen over het begrip nabijheid

1.1. De recente dramatische gebeurtenissen en toegenomen internationale spanningen, met name in risicogebieden, sinds de terroristische aanslagen van 11 september, hebben aangetoond hoezeer vrede, onderling begrip en vreedzame coëxistentie tussen volkeren, alsook de veiligheid van vervoer en personen van invloed zijn op de ontwikkelingen in het toerisme.

1.1.1. Toeristenstromen zijn zeer gevoelig voor deze aspecten: indien zij ontbreken, leidt dit tot ernstige gevolgen die op korte termijn meetbaar zijn, maar op langere termijn ook tot een verandering van gewoonten, levensstijl en reis- en vakantiegewoonten.

1.1.2. Vrijetijds- en zakelijk toerisme bloeit op bij ontspannen internationale betrekkingen en als er een klimaat van broederschap, samenwerking en uitwisseling heerst onder volkeren en culturen.

1.1.3. Wereldwijd groeit een klimaat van diepe achterdocht en wantrouwen dat onherstelbare schade in de betrekkingen en contacten tussen volkeren en personen kan aanrichten. Voorkomen moet worden dat er tussen de landen in het noorden en het zuiden, het oosten en het westen onoverbrugbare kloven ontstaan. Integendeel, de tijd is rijp om bruggen te slaan om de internationale betrekkingen nieuw leven in te blazen en om vertrouwen en veiligheid te herstellen. Dat is een intelligent en doeltreffend antwoord op het internationale terrorisme, waarvan het criminele streven erop gericht is, paniek te zaaien en het gezonde verstand en dagelijks leven aan het wankelen te brengen.

1.2. Ongetwijfeld is er echter een periode begonnen waarin het toerisme naar exotische en verre bestemmingen (langeafstandstoerisme) zou kunnen afnemen (onveiligheid van luchtvervoer, politieke instabiliteit, enz.) ondanks de eerste tekenen van herstel. Daarom zal „korteafstandstoerisme” steeds meer

in trek zijn, ook dankzij de Europese eenheidsmunt. In dit verband krijgt de exploitatie van lokale bestemmingen en identiteiten een grotere impuls, die samen de buitengewone kaleidoscoop van Europa vormen. De Europese lokale toeristische structuren kunnen in deze moeilijke fase een belangrijke rol vervullen door:

- in lokale gemeenschappen het vertrouwen in het contact en de uitwisseling tussen verschillende culturen en mensen te herstellen;
- de rust terug te brengen op zowel de Europese als de overzeese markt, met een garantie van veiligheid van Europese bestemmingen en probleemloze vakanties;
- accommodatie in grote, middelgrote, kleine en zeer kleine Europese steden uit te breiden en de gastvrijheid daar te vergroten;
- de zeer talrijke lokale identiteiten, het cultureel en artistiek erfgoed, de lokale producten, onvermoede enogastronomische schatten, culinaire tradities, sociale en natuurlijke milieus, landschappen, levensstijlen en omgangsvormen en een ontspannender verhouding tot ruimte en tijd te exploiteren. Op deze manier wordt een gevoel van rust, vertrouwdheid en veiligheid overgedragen;
- de werkgelegenheid te bevorderen, en meer in het algemeen de andere economische sectoren, door middel van stimulering van het industrieel toerisme.

2. Betekenis en waarden van toerisme: nieuwe instrumenten voor de governance van het Europese toerisme

2.1. Het belang van het toerisme voor de Europese economische, sociale en culturele ontwikkeling is ondertussen algemeen erkend. Tegenover dit belang staat (en stond) geen passende invloed van deze sector op het EU-beleid. De

Commissie heeft zich zeer ingespannen om te pogen deze lacune aan te vullen, aangezien er onzekerheid bestaat over de rechtsgrondslag.

2.2. In onderhavige Mededeling van de Commissie is een strategie omschreven waarbij sprake is van meer openheid en een vernieuwende benadering van toerisme op Europees niveau. Die benadering krijgt gestalte in tien maatregelen om een proces op gang te brengen waardoor deze belangrijke economische en sociale activiteit beter tot haar recht komt in EU-programma's. De beginselen die aan die tien maatregelen ten grondslag liggen, zijn coördinatie en samenwerking tussen de diverse actoren voor toerismebeleid, harmonisatie van in de lidstaten geldende voorschriften voor toeristische activiteiten en de verspreiding van kwaliteitsbeleid, bekrachtiging van het recht van iedereen op vakantie en vergroting van de toegankelijkheid van vakantiebestemmingen, verbetering van onderzoek en kennis van ontwikkelingen in het toerisme uit statistisch, economisch en sociaal oogpunt, inspanningen om een informatiecultuur ingang te doen vinden en een netwerk te creëren door goede praktijken uit te wisselen, de waarde van vakantiebestemmingen te vergroten, opgevat als ontmoetingsplaats voor de verschillende publieke en particuliere actoren waar lokale natuurlijke rijkdommen in toeristische producten worden omgezet, en van de pluraliteit en verscheidenheid gebruik te maken die met inachtneming van het beginsel van subsidiariteit het hele Europese toeristische aanbod uitmaken.

2.3. In vervolg op de conclusies van de Europese Raad van juni 1999 is een fase van versterkte samenwerking aangebroken tussen de belangrijkste betrokkenen (de lidstaten, degenen die in deze sector werkzaam zijn, het maatschappelijk middenveld en de Commissie), gebaseerd op de methode voor open coördinatie. Deze versterkte samenwerking komt tegemoet aan de aanbeveling van het Comité in een recent advies⁽¹⁾.

2.4. Blijkens het document van de Commissie strookt deze methode met de richtsnoeren van het recente Witboek over Europese governance, waarin toerisme beschouwd wordt als een zeer interessant proefgebied, vanwege de complexiteit en de onderlinge verwevenheid van de verschillende betrokken partijen.

2.5. Er moet echter op gewezen worden dat het ten behoeve van „good governance” van de sector van belang is een benadering van onderaf te hanteren („bottom up”), waarin de Europese lokale toeristische structuur wordt beschouwd als de directe gesprekspartner en aangewezen instantie voor de toepassing van de initiatieven van de Commissie, de ontwikkeling van samenhangende projecten en overeenkomsten tussen de lokale belanghebbenden (cfr. Resolutie van het Europees Parlement A5-0030/2000, punt N).

2.6. De door de Commissie toegepaste strategie is een weergave van de voorwaarden en standpunten die zijn vastgesteld tijdens de raadplegingen en discussies die zijn gevoerd aan de hand van bevindingen van de 5 sub-werkgroepen. Maar het belangrijke werk van deze jaren kan tot nog belangrijker resultaten leiden mits gevolg wordt gegeven aan de geciteerde resolutie en met name aan de punten G en H: „overwegende dat het Europees Parlement sedert geruime tijd bij de Raad krachtig pleit voor vaststelling van een meerjarenprogramma voor het toerisme, dat noodzakelijk is om enerzijds de synergie tussen de diverse communautaire initiatieven te stimuleren en anderzijds de coördinatie met het toerismebeleid van de lidstaten te verbeteren”.

3. Bestemming Europa

3.1. Het „keurmerk Europa”, met al zijn verscheidenheid en waarden, biedt een meerwaarde naast de aantrekkingskracht van de afzonderlijke staten, regio's en lokale vormen van toerisme in de Unie.

3.2. De gemeenschap Europa dient als toeristisch macrogebied haar concurrentievermogen en kracht om toeristen aan te trekken, te versterken. Er kunnen dus ook toeristen worden aangetrokken van andere continenten, die zich zullen verspreiden over de verschillende bestemmingen mits de status ervan verbeterd wordt, ook ten opzichte van de Europese interne markt.

3.3. Het huidige proces voor de totstandbrenging van een vrijhandelszone in het Middellandse-Zeegebied dient gericht te zijn op versterking van samenwerkingsprojecten voor de toeristische ontwikkeling van de landen aan de zuidkust van de Middellandse Zee. Deze projecten moeten afhankelijk worden gesteld van de naleving van communautaire regelgeving voor het toerisme en van het wederzijds erkennen van basisnormen jegens mens, natuur, cultuur en lokale tradities.

3.4. Binnen de EU, gezien als toeristisch macrogebied, dient te worden gestreefd naar ontwikkeling en het tot bloei brengen van perifere regio's, van het uiterste noorden van het continent tot de eilanden.

4. De centrale rol van lokale bestemmingen en identiteit bij samenwerking: stimulansen voor de ontwikkeling van lokaal toerisme

4.1. Door in haar Mededeling toerisme te omschrijven als factor voor lokale ontwikkeling vestigt de Commissie de aandacht terecht op de centrale rol van de toeristische bestemming voor dienstverlening en toeristische ervaringen: „De toeristische bestemming is de belangrijkste plaats van verbruik van deze toeristische diensten en dus de plaats waar de

⁽¹⁾ PB C 75 van 15.3.2000.

toeristische ondernemingen zijn gevestigd en hun bedrijf uitoefenen. De toerist vereenzelvt het product tegelijkertijd met de ondernemingen die hem een dienst verlenen en met de bezochte bestemming. De bestemming is de plaats waar de toeristische activiteit voornamelijk plaatsvindt en die een bepaald toeristisch beeld oproept. Hier interageren ondernemingen en overheid en komen bijna alle kleine en middelgrote toeristische bedrijven samen.”

Deze tendens spreekt ook uit de resolutie van de Raad van 21 mei 2002.

4.2. De identiteit van een gebied is het resultaat van een ingewikkeld geheel van factoren dat de oorspronkelijkheid ervan bepaalt: historische overblijfselen, economische mogelijkheden, netwerken van relaties en diensten, ontmoetingsmogelijkheden, karakter van de steden en het platteland en van de inwoners, landschappen, natuur, plaatselijke producten, voedsel, tradities, materiële cultuur, typische geuren en smaken, contacten en uitwisselingen, kunst, persoonlijkheden en kunstenaars die er wonen of hebben gewoond, atmosfeer, beschrijving hiervan in werken van kunstenaars.

4.3. De ziel van een plaats (*genius loci*) begint bij de identiteit: alles wat een plaats uniek, onherhaalbaar en onvervangbaar maakt. De identiteit is echter geen rigide en onveranderlijk gegeven, maar het resultaat van een voortdurende confrontatie van verschillende behoeften, verwachtingen en levensstijlen. Het gaat om veranderend zelfbewustzijn in relaties met anderen. Een ontmoetingsplaats dus, gekenmerkt door uitwisseling van relaties, verandert steeds, niet altijd zonder problemen, van samenstelling, neemt tendensen op, brengt modes voort, is altijd geneigd om mogelijkheden te bieden zodat iedereen er op een oorspronkelijke en persoonlijke manier kan leven. Het ontvangen van toeristen betekent dus het beste van zichzelf geven, trajecten van identiteit samenstellen, gericht op het delen en uitwisselen.

4.4. Dankzij de promotie van een bestemming kan de kwaliteit van het leven en van de persoonlijke contacten van een plaatselijke gemeenschap op een hoger niveau worden gebracht: hoe meer die kwaliteit eruit springt en hoe ongekunstelder de persoonlijke relaties, des te meer zal zo'n bestemming in trek zijn. Toerismebeleid is een aanzet tot voortdurende verbetering, uitbreiding en kwalificatie van infrastructuur en het dienstennetwerk, waarbij respect voor de toerist voorop staat. Aan de hand van „friendly” relaties en diensten wordt getracht om het degene die uit culturele belangstelling, voor zaken of recreatie — al is het tijdelijk — ergens verblijft, naar de zin te maken.

4.5. Wat een toeristische bestemming aantrekkelijk maakt, is dan ook het geheel van waardevolle elementen dat deze te

bieden heeft. Behalve aanbevelingen voor minimumkwaliteitsnormen dient de EU aan de hand van het beleid voor toerisme de identiteit en de lokale producten te stimuleren, thematische trajecten langs een netwerk van plaatsen op te stellen, waaruit duidelijk blijkt dat waarden gedeeld worden (de cultuur van gastvrijheid, gemeenschappelijke ervaringen, geschiedenis, kunst, culturele uitingen, monumenten, architectuur, levensstijlen, de natuurlijke omgeving, tradities, gastronomie, enz.) en de belangrijkste factor, de motivatie (met bijzondere aandacht voor toeristische nichemarkten). Tevens dient de opstelling te worden ondersteund van een lijst van goede praktijken betreffende gastvrijheid en exploitatie van lokale identiteiten, aan de hand van de vastlegging en bevordering van de steeds flexibeler en gerichtere vraag naar lokale, specifieke attracties. Zo'n lijst zou deel uit kunnen maken van een interactieve website voor Europees toerisme. In dit verband dient aandacht te worden geschonken aan de behoeften van zakenlieden en congresbezoekers, die samen met degenen die uit culturele overwegingen of voor vakantie op reis zijn, de basis vormen van het Europees toerisme.

4.6. Volgens het Comité dient de verspreiding te worden bevorderd van een vorm van toerisme die gebaseerd is op:

- a) de centrale plaats van en respect voor de toerist;
- b) het besef van de identiteit van een toeristische bestemming;
- c) verantwoordelijkheid en duurzaamheid;
- d) gastvrijheid.

4.7. Hier moet uiteraard verwezen worden naar de door de Wereldorganisatie voor Toerisme opgestelde gedragscode, die later zou kunnen uitmonden in de goedkeuring en verspreiding van een Europees Handvest van beginselen en waarden van het toerisme in de EU. Dit Handvest zou de voorloper kunnen vormen van een Handvest voor de kwaliteit van toeristische bestemmingen in Europa (zie par. 9.4). De redactie van dit Handvest zou kunnen worden toevertrouwd aan een werkgroep van experts uit de verschillende lidstaten. De bevindingen van deze werkgroep kunnen op één van de volgende Europese Fora voor toerisme ter discussie worden voorgelegd aan de actoren van het Europees toerisme.

5. Standpunt en overwegingen van het Comité over toerisme en werkgelegenheid

5.1. Veel van de in het vorige advies⁽¹⁾ door het Comité naar voren gebrachte punten hebben een centrale plaats gekregen in het werk van de Commissie en zijn verder

(1) PB C 75 van 15.3.2000.

uitgewerkt of tot interessante voorstellen opgebouwd. Andere punten van dat advies zijn echter nog niet zo diepgaand bestudeerd, met name verdient de herschikking van de vakantieperiodes nog nadere aandacht, om pieken te voorkomen. Een betere vakantiespreiding zou leiden tot optimale spreiding van de activiteiten van de ondernemingen en tot betere arbeidsomstandigheden in het toerisme. Sommige vormen van toerisme zijn bijzonder geschikt voor spreiding, zoals toerisme voor scholieren of ouderen. Voorts mag niet over het hoofd worden gezien dat er in Europa een tendens bestaat om arbeidstijden te herzien, waarbij het aantal gewerkte uren afneemt en nieuwe vormen van flexibiliteit worden geïntroduceerd (verticale part time over het gehele jaar, uitzendwerk, enz.). Met andere woorden: de beschikking over meer vrije tijd (mede door de grotere flexibiliteit van de werktijden) is niet altijd een stimulans om nieuwe plaatsen te gaan ontdekken, op zoek naar nieuwe mogelijkheden, enz. Er kan dus gesteld worden dat in de huidige samenleving de voorwaarden om de vakantieperiodes te herschikken, aanwezig zijn, doordat de oude schema's, die zijn voortgekomen uit de arbeidsorganisatie „à la Ford”, kunnen worden doorbroken.

5.2. Het EESC onderstreept het belang van een krachtig beleid ter ondersteuning van het MKB in het toerisme bij de totstandbrenging van de interne markt. Er dient te worden gewerkt aan meer convergentie en transparantie om ongelijkheden, scheve marktverhoudingen en oneerlijke concurrentie te voorkomen.

5.3. Alhoewel het Comité instemt met de transversale en intersectorale benadering die moet uitmonden in een samenhangende benutting van de communautaire programma's voor het toerisme, wijst het op de moeilijkheid om die algemene richtsnoeren in concrete resultaten om te zetten. Bijvoorbeeld: in het Commissiedocument is sprake van het jaar 2003 als Europees jaar van de gehandicapten, maar het besluit van de Raad van 3 december 2001 betreffende datzelfde Europese jaar van personen met een handicap⁽¹⁾, blijkt geen specifieke doelstellingen te bevatten voor toerisme voor personen met speciale behoeften.

6. Werkgelegenheid in het toerisme

6.1. De verhouding toerisme-werkgelegenheid heeft een spilfunctie in het EU-beleid voor toerisme. Een eigentijds beleid voor toerisme is dan ook gericht op het scheppen van nieuwe arbeidsplaatsen, stimuleert de oprichting van nieuwe ondernemingen, het ontstaan van nieuwe beroepen en nieuwe omschrijvingen van bestaande beroepsprofielen, zowel in de openbare als in de particuliere sector. Wat de ontwikkeling van de werkgelegenheid in het toerisme betreft, moet echter niet alleen de vraag worden gesteld hoeveel arbeidsplaatsen het toerisme kan scheppen, maar ook welke nieuwe beroeps mogelijkheden er zijn en aan welke beroepen er behoefte zal

zijn. Daarbij kunnen de nu bestaande beroepsprofielen worden aangepast of zelfs vervangen. In dit verband acht het Comité het voorstel van de Commissie voor „professionaliseringsstructuren” zeer welkom.

6.2. Toerisme wordt gekenmerkt door de sterke nadruk op intermenselijke relaties. Daarom staat de menselijke factor centraal (die vrijwel niet te vervangen is door technologie). Werkgelegenheidsbeleid voor het toerisme dient hand in hand te gaan met opleiding. Het beleid voor gastvrijheid, dienstverlening en exploitatie van het cultureel en natuurlijk erfgoed van de bestemmingen in Europa kan nieuwe, gekwalificeerde arbeid opleveren.

6.3. Dergelijk beleid moet erop gericht zijn om de arbeidsonzekerheid die de werkgelegenheid in deze sector kenmerkt (seizoensgebondenheid, lage opleiding, zwart werk, onzekere arbeidsomstandigheden, enz.) op te heffen, horizontale en verticale mobiliteit in toeristische ondernemingen te bevorderen, ook richtlijnen inzake gelijke kansen toe te passen, met dien verstande dat kinderarbeid en uitbuiting van minderjarigen wordt uitgesloten.

6.4. Bevordering van nieuwe vormen van toerisme (cultuur-, milieu-, plattelands-, congres-, jongeren-, sporttoerisme en toerisme voor ouderen) kan leiden tot spreiding van de activiteiten van de ondernemingen. Als gevolg hiervan kan het aantal werkdagen toenemen en de werkgelegenheid stabiel worden.

6.5. Het Comité stemt in met de door werkgroep B gestelde prioriteiten. Die prioriteiten zijn dat:

- a) bekwame arbeidskrachten moeten worden aangetrokken;
- b) die werknemers in dienst moeten worden gehouden;
- c) lokale en regionale microbedrijven moeten worden geholpen om hun concurrentievermogen te vergroten.

6.6. Verder lijkt het nuttig stappen te ondernemen voor de verbetering van de arbeidsomstandigheden in het toerisme, waarbij flexibiliteit niet moet worden verward met arbeidsonzekerheid: op de eerste plaats gaat het erom de arbeidsomstandigheden te verbeteren, aan de hand van vernieuwende organisatiestructuren en door het MKB te stimuleren (bv. door belastingfaciliteiten) tot organisatievormen die aansluiten bij de vermelde doelstellingen.

6.7. Ten slotte is het zinvol de inhoud van de beroepskwalificaties te harmoniseren en te optimaliseren door te zorgen voor een betere sociale vertegenwoordiging en rechtspositie van de beroepen en vakken in het toerisme waarvoor ook speciale bewustmakingscampagnes kunnen worden gevoerd.

⁽¹⁾ PB L 335 van 19.12.2001.

7. Opleiding

7.1. Er dient een netwerk te komen van opleidingscentra, terwijl universiteiten en onderzoekscentra het verzoek krijgen voorgelegd om de ontwikkelingen in het toerisme te volgen en instrumenten uit te werken om die ontwikkelingen bij te sturen.

7.2. Om jongeren die de arbeidsmarkt betreden optimaal in hun keuze te begeleiden en toeristische beroepen aantrekkelijk te maken, moet er een doeltreffende samenwerking komen tussen scholen en werkgevers, waarbij permanente instrumenten voor beroepskeuzebegeleiding en opleidingsmogelijkheden worden ingezet. Het accent dient vooral te worden gelegd op beroepskwalificaties en mogelijkheden tot bijscholing.

7.2.1. In aansluiting op de eisen voor verschillende beroepsprofielen in het toerisme dienen er opleidingsnormen te worden vastgelegd. De desbetreffende onderwijs- en opleidingscurricula in de Gemeenschap moeten op elkaar afgestemd worden en behalve de vereiste vakbekwaamheid, ook talenkennis, communicatieve vaardigheden en (eventueel in andere lidstaten opgedane) praktijkervaring omvatten. In dit verband dient er te worden toegewerkt naar wederzijdse erkenning van beroepskwalificaties en diploma's ⁽¹⁾.

Deze maatregelen op het gebied van de opleiding kunnen zowel de mobiliteit van de werknemers als op termijn de kwaliteitsnorm in het Europese toerisme ten goede komen.

7.3. Er is dus behoefte aan permanente opleidingen (van werknemers, ondernemers en leidinggevend personeel), waardoor de voorwaarden worden geschapen voor de kwaliteitsverbetering van de werkgelegenheid. Sterke uitbreiding van opleidingen is gunstig voor de opvolging van de oudere generatie en maakt een heuse modernisering van de sector mogelijk door meer sociale en praktisch-technische vaardigheden ten behoeve van een duurzame ontwikkeling van het toerisme.

7.4. De permanente opleidingen dienen op het volgende te zijn gericht:

- a) uitwerking van nieuwe beroepsprofielen,
- b) definitie van nieuwe bekwaamheden,
- c) scheppen van nieuwe kansen op werk,
- d) totstandbrenging van een Europees, nationaal, regionaal en lokaal netwerk van instanties en personen, dat streeft naar vernieuwing van opleidingen en onderzoek ten behoeve van de duurzame ontwikkeling van het toerisme,

- e) bevordering van samenwerking met het basis-, gespecialiseerd en beroepsonderwijs, vereist voor de samenstelling van nieuwe leerprogramma's om leerlingen op de beroepsvereisten in het toerisme voor te bereiden.

8. Het MKB

8.1. De overgrote meerderheid van de Europese ondernemingen die in het toerisme actief zijn, behoort tot het midden- en kleinbedrijf (als het al geen microbedrijven zijn). In de toeristische sector dient niet uit het oog verloren te worden dat veel ondernemingen van ambachtelijke aard zijn, ongeacht of het om goederenproductie of dienstverlening gaat. Daarom dient het MKB in het toerisme in alle opzichten te worden gelijkgesteld aan soortgelijke ondernemingen uit andere productiesectoren, waarbij het accent op hun specifieke kenmerken wordt gelegd.

8.2. Het strategische belang van het MKB in het Europese toerisme vloeit niet alleen voort uit de economische betekenis en de aanzienlijke mogelijkheden voor de ontwikkeling van de werkgelegenheid. Middelgrote en kleine bedrijven staan ook garant voor de handhaving en toename van het welzijn van lokale gemeenschappen, het behoud van gastvrijheid en de plaatselijke identiteit, die kenmerkend zijn voor de grote verscheidenheid en de originaliteit van het toeristische aanbod van de diverse Europese regio's.

8.3. De globalisering van de economie en de samenleving kan voor het MKB in het toerisme zowel mogelijkheden als risico's bevatten doordat ze blootstaan aan de gevaren die voortvloeien uit de concentratievorming en de mondialisering van de markten. Met het beleid ter ondersteuning van het concurrentievermogen van het MKB in het toerisme dienen dus activiteiten en processen voor samenwerking te worden gestimuleerd tussen toeristische ondernemingen, ook in de vorm van coöperaties en consortia.

8.4. De EU dient zich daarom meer in te zetten voor het MKB in het toerisme. Daartoe moeten de in mei 1998 tijdens de conferentie van Llandudno (Wales, VK) vastgelegde en in 2000 tijdens de conferentie van Rijsel (F) en in 2001 in Brugge verder uitgewerkte actielijnen worden bijgewerkt en in praktijk gebracht.

8.5. Het MKB dient te worden voorgelicht over zijn mogelijkheden om van de programma's van de Gemeenschap gebruik te maken en moet daarover advies krijgen. In dit verband wordt verwezen naar de paragraaf over de oprichting van een netwerk van PICT (informatie- en adviescentra voor toerisme).

8.6. Verder moet de verhoging van de kwaliteit van het MKB in het toerisme worden aangemoedigd via de verspreiding op Europese schaal van instrumenten voor vergelijkbare certificatie (ISO, EFQM, enz.). Daarvoor dienen ad-hocmaatregelen in het kader van Europese programma's en subsidies voor het MKB te worden genomen.

⁽¹⁾ CES 1020/2002, SOC.

8.7. Gezien de ontwikkeling van de toeristische vraag en de kennelijke nieuwe behoeften zijn er andere, vernieuwende ondernemingen nodig. Daarom lijkt het zinvol om ondernemers te ondersteunen, met name jongeren en vrouwen, met behulp van advies en assistentie bij de voorbereiding en de oprichting van nieuwe bedrijven. Tegelijkertijd is het nodig organisatievormen goed te keuren die tot doel hebben om de werkomstandigheden, de meerwaarde en het creatieve gehalte van ondernemingen te verbeteren, ook aan de hand van een aangepast beleid voor kredietverlening ter ondersteuning van innovatie en bijscholing.

9. De gastvrije stad: kwaliteit van de diensten en sociale contacten — een Handvest voor de kwaliteit van toeristische bestemmingen in Europa

9.1. Een toeristisch product is een mengeling van goederen, diensten en ervaringen dat tot stand komt dankzij de ondernemingen en overheidsinstanties in een bepaalde regio. Grondgebied en bedrijfsleven verhogen beurtelings elkaars waarde. Het toeristische aanbod kan namelijk niet zonder de meerwaarde die het ontleent aan zijn typische, streekgebonden karakter en de plaatselijke identiteit.

9.2. De bestemming is dus het laboratorium waarin de assemblage en vormgeving van toeristische producten plaatsvindt. De kwaliteit is de lakmoesproef voor de coördinatie van het handelen van de openbare instanties en de activiteiten van de privésector. Hun gezamenlijke inspanningen hebben een synergiewerking op de aantrekkelijkheid, ook in economische zin, van een toeristische bestemming. Kwaliteit is een ondoorzichtig proces waarbij de verschillende geleidingen van het toeristische aanbod betrokken zijn. De voortgebrachte goederen, diensten en geboden ervaringen zijn dus in de eerste plaats gericht op de behoeftebevrediging van toeristen, hoe dezen hun ervaringen ook wensen op te doen.

9.3. Twee woorden vatten deze begrippen goed samen: verantwoordelijkheid en gastvrijheid. Waar verantwoordelijkheid staat voor een nieuwe ethiek voor kopen (een andere consumptiebewuste houding) en verkopen, opent gastvrijheid nieuwe mogelijkheden voor de interpretatie van de betrekkingen tussen plaatsen en degenen die er, zij het tijdelijk, verblijven. Anders gezegd: er dienen nieuwe strategieën te worden uitgestippeld om de gastvrijheid van bestemmingen te verhogen en om dagelijks toe te zien op de uitvoering van experimenten met programma's en concrete acties die kunnen bijdragen tot de verspreiding van een kwaliteitscultuur (voor toeristische bestemmingen op maat gesneden kwaliteitsstelsel).

9.4. De kwaliteitsverhogende factoren en bijbehorende indicatoren vormen samen met de beginselen en de waarde van gastvrijheid (visie van de gastvrije stad) de bouwstenen van het „Handvest voor de kwaliteit van toeristische bestemmingen in Europa”. Het door de actoren van de diverse toeristische bestemmingen in Europa op basis van vrijwilligheid onderschreven Handvest dient te worden gezien als een heus kwaliteitspact tussen de diverse lokale actoren onderling

(overheidsinstanties en particuliere ondernemingen), en tussen die actoren en de toeristen. Het vormt de basis voor een vergelijkende evaluatie op Europese schaal (benchmarking), een fundamenteel onderdeel van het kenmerk Europa en een meerwaarde voor de afzonderlijke bestemmingen. In de resolutie van de Raad van de EU (Brussel, 21 mei 2002) wordt in punt 11 uitdrukkelijk naar dit thema verwezen: „... het gebruik van kwaliteitsindicatoren van toeristische bestemmingen actief te bevorderen op basis van een door alle lidstaten goedgekeurd Europees handboek ... te werken aan instrumenten en methoden voor kwaliteitsbenchmarking en de toepassing daarvan op vrijwillige basis ...”.

9.5. De interactie tussen leverancier en gebruiker is in het toerisme bijzonder intensief. Het „pact” dat de betrekkingen tussen hen regelt, heeft te maken met echt burgerschap (de toerist is een tijdelijke inwonende burger, met alle rechten en plichten van dien).

9.6. Derhalve is het belangrijk dat de inhoud van het pact gepubliceerd wordt en bekend is bij de toerist. De tekst dient begrijpelijk te zijn en zo te zijn opgesteld dat de toerist de uitvoering ervan kan beoordelen.

9.7. De kwaliteitsverhogende factoren en indicatoren maken een vergelijkende analyse mogelijk van het kwaliteitsstelsel voor toeristische bestemmingen en vormen tegelijkertijd een dynamisch overzicht van mogelijke verbeteringen van de geboden faciliteiten voor toeristen en lokale actoren (overheidsinstanties of particuliere ondernemingen). Grotendeels zijn deze criteria vergelijkbaar met die voor het meten van de kwaliteit van plaatsen en van de levenskwaliteit van inwoners (het is geen toeval dat de meest bezochte toeristische plaatsen de gebieden zijn met de hoogste levenskwaliteit).

9.8. Aan de uitdaging op lokaal niveau zitten tegenwoordig heel wat haken en ogen. De actoren van de diverse toeristische bestemmingen moeten op verschillende niveaus met inzicht te werk gaan; met name dient de identiteit en het authentieke karakter van het aanbod te worden benadrukt door samen te werken via gecoördineerde en in netwerk uitgevoerde acties. De kwaliteit van het aanbod en de cultuur van dienstverlening moeten worden verbeterd, waarbij de persoon steeds centraal moet staan.

10. Toerisme voor iedereen en toegankelijkheid van diensten en plaatsen

10.1. Iedereen heeft recht op vakantie. Bijna de helft van de Europese bevolking kan tegenwoordig niet volledig van dit recht genieten vanwege lichamelijke en/of sociaal-economische belemmeringen. Met name dient eraan te worden herinnerd dat het aantal personen met bijzondere behoeften (verspreiding van bijzondere ziekten, tijdelijke en/of permanente handicaps, ook in verband met de vergrijzing van de bevolking, enz.) sterk stijgt.

10.2. De toeristische bestemmingen en ondernemingen dienen doeltreffend te kunnen inspelen op de wensen van personen met bijzondere behoeften. Laatstgenoemden mogen niet als tweederangsburgers worden beschouwd.

10.3. Dat iedereen recht heeft op vakantie is een keuze waaraan de toeristische bestemming haar waarde ontleent en waarvoor belangrijke ethische overwegingen de doorslag geven. Gelet op het groeiende aantal mensen met speciale behoeften, gaat het daarbij echter ook om een zeer belangrijke markt.

10.4. De Europese Unie dient het voortouw te nemen en de opheffing van natuurlijke, culturele en sociale belemmeringen te stimuleren die de maximale benutting van toeristische rijkdommen in de weg staan.

10.5. Een belangrijke gelegenheid voor de voltooiing van acties ter ondersteuning van het toerisme voor iedereen zijn de programma's die momenteel in voorbereiding zijn voor 2003, het Europees jaar voor gehandicapten.

11. Impact van toerisme op het milieu/duurzaamheid

11.1. Het streven naar duurzaamheid in de ontwikkeling van het toerisme dient ruim te worden opgevat: daarbij moet het niet alleen gaan om het behoud en de reproduceerbaarheid van natuurlijke hulpbronnen, maar ook om de analyse en het beheer van de sociale en culturele gevolgen van toerisme voor bepaalde bestemmingen en voor de referentiewaarden van de plaatselijke gemeenschap.

11.2. Slecht beheerd massatoerisme heeft negatieve en soms desastreuze gevolgen voor de natuurlijke en sociale omgeving van een bestemming. Bij de plaatselijke bevolking kan dit leiden tot een houding die toerisme afwijst.

11.3. De opstelling van een Europese Agenda 21 voor het toerisme dient te worden versneld.

12. Toerisme en cultuur

12.1. In een moderne visie op toerisme spreekt het voor zich dat gebruik wordt gemaakt van de culturele rijkdommen van een gebied, in de brede zin van het woord (historisch-artistiek, enogastronomisch en industrieel erfgoed, natuurlijke omgeving, kunstzinnige ambachten, tradities, plaatselijke folklore, enz.).

12.2. Duurzaam en verantwoordelijk toerisme is een op zichzelf staand cultureel verschijnsel, omdat daarmee de wederzijdse kennis en het contact tussen volken worden bevorderd en dit een belangrijke factor is voor bewust toerisme, de waarden van het Europees burgerschap en het gevoel deel uit te maken van een gemeenschappelijke beschaving. Als

integendeel de ontwikkeling van het toerisme op haar beloop wordt gelaten, kan speculatief en op winstbejag gericht gedrag de overhand krijgen, met ernstige gevolgen voor de natuurlijke en sociale omgeving.

12.3. Culturele manifestaties bevorderen de mobiliteit van toeristen, maar ook de spreiding van toerisme over het hele jaar. Verder versterken zij de plaatselijke identiteit en benadrukken zij de verschillen. Zo neemt het besef toe van het omvangrijke Europese culturele erfgoed, dat in zijn eenheid een zo grote verscheidenheid vertoont.

13. Vrijtijdsbesteding en aanpassing van de vakantieperioden aan de reorganisatie van de werktijden

13.1. De huidige samenleving is op een keerpunt beland: voor de eerste keer in de geschiedenis van de mens is werk niet langer het algemene kenmerk dat bepalend is voor de rol van het individu en de gemeenschap. Het is de vrije tijd en het vermogen om daaraan zinvol inhoud te geven, die de culturele en economische bestemming van de mens bepalen.

13.2. De reorganisatie van het werk levert steeds meer vrije tijd op. Tegelijkertijd zullen de verlenging van de gemiddelde levensduur en het stijgend aantal mensen dat niet meer direct betrokken bij het productieproces, maar toch actief en vitaal is, bijdragen tot een nieuwe sociale samenstelling van de toeristenpopulatie en tot een herschikking van de vakantieperioden.

13.3. Om deze buitengewone beschikbaarheid van vrije tijd te besteden en om te vormen tot bewust en verantwoord toerisme dient het toeristische aanbod meer inhoud, waarde en authenticiteit te krijgen. Verder moet het dichter bij het dagelijks leven komen te staan en moet er het gehele jaar gebruik van kunnen worden gemaakt.

13.4. De EU-actie is wellicht een bijdrage tot de opheffing van het seizoensgebonden karakter van toerisme, dat een ernstige belemmering vormt voor een volwaardige ontwikkeling van deze sector. Op grond daarvan kunnen nieuwe producten voor het gehele jaar worden ontwikkeld (toerisme voor scholieren, ouderen, cultureel en sportief toerisme, actieve vakanties, enz.) en kan het aanbod worden verruimd. Dit zal de stress verlichten gedurende het hoogseizoen in toeristische plaatsen en de werkgelegenheid en de bedrijfsactiviteit stabiel maken. Het Comité onderstreept het belang van dit onderwerp in het kader van een Europees beleid voor toerisme.

14. Het vermogen om het verschijnsel „toerisme” te analyseren, vergroten door onderzoek te steunen en te bevorderen

14.1. De voor Europa beschikbare gegevens om de betekenis van toerisme in de nationale en regionale economieën te beoordelen, lijken ontoereikend, zowel in kwalitatief als kwantitatief opzicht. Daarom is het een zinvol voorstel

om een Europees waarnemingscentrum voor toerisme op te richten, voortvloeiend uit een gecoördineerd optreden in het kader van een netwerk Europese onderzoekscentra.

14.2. De taak van dat waarnemingscentrum wordt dan statistische en economische gegevens en gegevens over de gevolgen van nationaal toerismebeleid te vergaren, waarbij tevens moet worden gekeken naar de resultaten van de diverse communautaire programma's voor het toerisme.

14.3. De satellietrekeningen voor het toerisme zijn het aangewezen instrument voor de beoordeling van de economische en sociale gevolgen van het toerisme.

15. Het toerisme als proeftuin voor het toepassen en testen van nieuwe communicatietechnologie

15.1. Het toerisme is bij uitstek geschikt om te fungeren als proeftuin voor het testen en uitvoeren van nieuwe scenario's die zijn ontstaan met de opkomst van de informatiemaatschappij.

15.2. Dankzij de nieuwe informatie- en communicatietechnologie zijn er meer mogelijkheden voor actoren van toeristische systemen en bedrijven, die immers kunnen experimenteren met nieuwe vormen van informatieuitwisseling en nieuwe methoden voor het op de markt brengen van hun producten, om zichzelf nieuwe technieken aan te leren.

15.3. Het Comité waardeert het onderzoek en de daarbij betrokken conclusies van groep E, waarbij is aangegeven welke diensten in aanmerking komen voor uitwisseling in netwerken en de hieruit voortvloeiende acties B2B en B2C.

15.4. Volgens het Comité moet het Zesde Kaderprogramma voor technologische vernieuwing en ontwikkeling maatregelen voor toerisme omvatten waartoe ondernemingen en toeristische bestemmingen toegang hebben.

16. De complexiteit en het horizontale karakter van de productieketen voor dienstverlening en toeristische ervaringen: totstandbrenging van een Europees net van informatie- en adviescentra voor toerisme (PICT)

16.1. Toerisme is een bijzonder complexe activiteit, waarvan de diverse onderdelen van de hele productieketen in hoge mate van elkaar afhankelijk zijn. De productieketen voor dienstverlening en toeristische ervaringen is heel gevoelig voor kritieke situaties, ook al geldt die slechts voor één aspect van het toerisme.

16.2. In het toerisme vallen productie- en consumptieplaats in tijd en ruimte samen: dit is het specifieke aspect van deze

sector ten opzichte van andere productiesectoren, waarbij het zwaartepunt komt te liggen bij het grondgebied en het streekgebonden karakter, en bij de noodzaak van publiek-private samenwerking

16.3. Er dient dus een klimaat tot stand te worden gebracht voor de uitvoering van gezamenlijke acties van de publiek-private sector.

16.4. Voorts is er dringend behoefte aan afstemming van de rechts- en fiscale voorschriften voor (de werkgelegenheid in) het toerisme, met het oog op de concrete verwezenlijking van de interne markt voor toerisme.

16.5. Het Comité meent dat het essentieel is dat actoren in het toerisme toegang krijgen tot informatie over mogelijkheden om gebruik te maken van Europese programma's ter ondersteuning van hun activiteiten: tegelijkertijd dienen producenten in deze sector advies te krijgen over de beste manier om van die mogelijkheden gebruik te maken. In dit verband acht het Comité het nuttig een Europees netwerk op te richten van informatie- en adviescentra voor toerisme (PICT), dat ondernemingen en actoren in de sector samenbrengt met het reeds bestaande Infopoint, waarbij de PICT in de belangrijkste Europese toeristische bestemmingen zouden moeten worden gevestigd.

17. Conclusies en voorstellen

Onder verwijzing naar de in de voorgaande paragrafen verwoorde argumenten en de reeds over toerisme uitgebrachte adviezen, komt het Comité tot de volgende conclusies:

17.1. het onderschrijft de mededeling van de Commissie en waardeert het tot nu toe verrichte werk, waarmee zowel methodologisch als inhoudelijk een degelijke basis is gelegd voor een versterkt toerismebeleid van de Europese Unie;

17.2. het stemt eveneens in met de conclusies en de voorstellen van de vijf werkgroepen van door de lidstaten, verenigingen van ondernemers uit de sector en het maatschappelijk middenveld aangewezen internationale experts;

17.3. is ingenomen met de resolutie van de Raad van 21 mei 2002, betreffende de Mededeling van de Commissie „Een gezamenlijke aanpak voor de toekomst van het Europese toerisme”, omdat daarmee opnieuw uitdrukking is gegeven aan de politieke wil om tot een Europees beleidskader voor toerisme te komen;

17.4. het verzoekt de Commissie en bovenal de Raad daarom de vereiste rechtsgrondslag te verschaffen voor een versterkte communautaire strategie voor toerisme, die dringend noodzakelijk is gezien het belang van deze sector voor de economie en de Europese samenleving, de inmiddels voltooide Europese economische ruimte, het huidige uitbreidingsproces en het voornemen om in het Middellandse-Zeegebied een vrijhandelszone te verwezenlijken.

17.5. Met de rechtsgrondslag kunnen de mogelijkheden van de sector verder worden uitgebuit en kan er een kaderprogramma voor het toerisme worden uitgewerkt, een instrument waarmee ter ondersteuning van het toerisme communautaire programma's en acties voor andere sectoren kunnen worden geformuleerd, maar die duidelijk verband houden met toerisme. De Commissie dient, met de grootst mogelijke consensus van het maatschappelijk middenveld, de sociale partners en de nationale en communautaire instellingen, strategieën en

uitvoeringsmaatregelen te ontwikkelen die tijdens de geplande jaarlijkse Europese Fora worden besproken.

17.6. Als concrete bijdrage aan het eerste Europees Forum voor toerisme, dat in december 2002 in Brussel plaatsvindt, wijst het Comité opnieuw op de noodzaak om te zorgen voor:

- a) tijdelijke uitbreiding van de financiële en personele middelen voor de administratieve eenheid toerisme van de Commissie, in afwachting van de uitstippeling van een breder communautair beleid voor toerisme;
- b) oprichting van een netwerk van informatie- en adviescentra voor toerisme (PICT);
- c) nadere uitwerking door een groep deskundigen van een Handvest voor de kwaliteit van toeristische bestemmingen in Europa en de coördinatie van de toepassing daarvan.

Brussel, 18 september 2002.

De voorzitter

van het Economisch en Sociaal Comité

G. FRERICHS

Advies van het Economisch en Sociaal Comité over de „Mededeling van de Commissie aan de Raad, het Europees Parlement, het Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's „Biowetenschappen en biotechnologie — een strategie voor Europa”"

(2003/C 61/04)

De Raad heeft op 25 januari 2002 besloten, overeenkomstig de bepalingen van art. 262 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap, het Economisch en Sociaal Comité te raadplegen over de voornoemde mededeling.

De afdeling „Interne markt, productie en consumptie", die met de voorbereiding van de desbetreffende werkzaamheden was belast, heeft haar advies op 11 september 2002 goedgekeurd. Rapporteur was de heer Bedossa.

Het Economisch en Sociaal Comité heeft tijdens zijn 393e zitting van 18 en 19 september 2002 (vergadering van 18 september) het volgende advies uitgebracht, dat met 124 stemmen vóór, bij 1 onthouding, is goedgekeurd.

1. Inleiding

1.1. Na de mededeling die de resultaten van de raadpleging over een strategische visie op biowetenschappen en biotechnologie bevatte en waarover het ESC op 20 februari 2002 een advies uitbracht⁽¹⁾ doet de Commissie de EU-instellingen nu een document toekomen waarin deze strategie precies uiteen wordt gezet.

1.2. Het EESC kan zich vinden in dit initiatief, aangezien de strategie vergezeld gaat van een goed gestructureerd, duidelijk, dynamisch en vastberaden actieplan.

1.3. Bij de brede raadpleging waarop de Commissie zich baseert, heeft zij zich gehouden aan de governance-regels, die bedoeld zijn om de afstand te verkleinen tussen de EU-instellingen en het maatschappelijk middenveld, ONG's en alle

(1) PB C 94 van 18.4.2002.