



Bruxelles, 20.2.2014
COM(2014) 85 final

2014/0043 (NLE)

Propunere de

RECOMANDARE A CONSILIULUI

privind principiile europene ale turismului de calitate

EXPUNERE DE MOTIVE

1. CONTEXTUL PROPUNERII

1.1. Istoricul dosarului

Turismul reprezintă, ca mărime, a treia activitate socioeconomică din UE în ceea ce privește contribuția la PIB și la ocuparea forței de muncă, după sectorul comerțului și distribuției și cel al construcțiilor. Acesta este unul dintre puținele sectoare economice care a înregistrat o creștere continuă, în pofida dificultăților economice și financiare, prezentând, prin urmare, un mare potențial de a contribui la strategia de creștere a UE pentru o economie inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii „Europa 2020”.

Cu aproximativ 1,8 milioane de întreprinderi, în special IMM-uri, acest sector¹ angajează aproximativ 3,3 % din forța de muncă din UE (aproximativ 8 milioane de locuri de muncă) și generează aproximativ 2,9 % din PIB-ul UE. Luând în considerare și sectoarele legate de turism², contribuția acestuia este și mai mare: se estimează că sectorul oferă 8,5 % din totalul locurilor de muncă (circa 18,8 milioane de angajați) și generează aproximativ 7,9 % din PIB-ul Uniunii Europene³. În ciuda concurenței în creștere din partea altor regiunii, UE este în continuare destinația turistică favorită la nivel mondial, cu 384,8 milioane de sosiri internaționale în 2011⁴.

După adoptarea Tratatului de la Lisabona, UE a dobândit competența de a completa acțiunea statelor membre în sectorul turismului, în special prin promovarea competitivității întreprinderilor Uniunii din acest sector⁵.

Ca răspuns la noile competențe acordate și la necesitatea unor noi măsuri pentru a stimula creșterea economică a UE, Comisia a adoptat în 2010 o comunicare privind *un nou cadru politic pentru turismul european*⁶. Acest cadru conturează un set ambițios de acțiuni menite (a) să stimuleze competitivitatea în sectorul european al turismului; (b) să promoveze dezvoltarea unui turism durabil, responsabil și de bună calitate; (c) să consolideze imaginea și profilul Europei ca gazdă a unor destinații turistice durabile și de bună calitate și (d) să maximizeze potențialul politicilor și instrumentelor financiare ale UE pentru dezvoltarea turismului.

Acțiunea 13 din comunicare preconizează în mod explicit dezvoltarea unei mărci europene a turismului de calitate, „pe baza experiențelor naționale existente, pentru a spori securitatea și încrederea consumatorului în produsul turistic și a recompensa demersurile riguroase ale profesioniștilor din domeniul turismului, al cărei scop este calitatea serviciilor turistice pentru satisfacerea clientului”.

¹ Furnizorii tradiționali de servicii de călătorie și turistice (hoteluri, restaurante, agenții de turism, închirieri de autovehicule, companii aeriene de tip charter, autocare turistice, nave de croazieră etc.) care oferă în mod direct bunuri și servicii pentru vizitatori.

² În special distribuția, construcțiile, societățile de transport în general (aerian, feroviar, maritim, cu autobuzul/autocarul etc.) și sectorul cultural (inclusiv industriile culturale și creative).

³ WTTC 2012 http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/european_union2012.pdf

⁴ Organizația Mondială a Turismului (UNWTO), Barometrul turismului mondial, mai 2012.

⁵ Articolul 6 litera (d) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene. În continuarea acestuia, articolul 195 din TFUE prevede următoarele: „În acest scop, acțiunea Uniunii urmărește: (a) să încurajeze crearea unui mediu favorabil dezvoltării întreprinderilor în acest sector; (b) să promoveze cooperarea între statele membre, în special prin schimbul de bune practici”.

⁶ „Europa, destinația turistică favorită la nivel mondial – un nou cadru politic pentru turismul european”, COM(2010) 352 final.

Ca răspuns la comunicare, Parlamentul European a invitat Comisia „[...] să evalueze, în cooperare cu părțile implicate din domeniul turismului, fezabilitatea unei mărci europene a turismului de calitate, [...] în scopul de a crea o marcă cuprinzătoare, complementară mărcilor naționale și recunoscută pe baza unei acreditări voluntare («opt-in»)”.⁷ Studiul din 2009 privind competitivitatea industriei turistice din UE a indicat că, deși numărul total de sosiri internaționale în Europa continuă să crească, Europa pierde în ultima vreme cote de piață în favoarea destinațiilor noi, care apar în întreaga lume. În plus, globalizarea, internetul și comportamentul în schimbare rapidă al consumatorului, precum și o preocupare din ce în ce mai mare cu privire la amprenta ecologică a activităților turistice au un impact puternic asupra industriei⁸.

Pe o astfel de piață din ce în ce mai competitivă, a crescut puternic importanța calității pentru întreprinderile din domeniul turismului, care sunt din ce în ce mai conștiente de ponderea calității ca sursă de avantaj concurențial. Prin urmare, accesul la informații fiabile, actualizate și relevante privind calitatea unui anumit serviciu turistic este esențială pentru turiști în vederea diferențierii între servicii concurente și a alegerii în cunoștință de cauză.

Această nevoie poate fi deosebit de accentuată în cazul turiștilor proveniți dintr-un alt stat membru al UE, pentru care incertitudinile pot fi puse și mai mult în evidență de dificultățile lingvistice, în cazul în care informațiile nu sunt disponibile într-o limbă pe care consumatorul să o înțeleagă.

În plus, având în vedere criza economică actuală, UE trebuie să depună toate eforturile pentru a atrage vizitatori din țări terțe. Asigurarea faptului că vizitatorii se pot baza pe un anumit nivel de calitate al serviciilor în întreaga Uniune Europeană este de o importanță crucială.

Informațiile furnizate consumatorilor cu privire la calitatea serviciilor turistice joacă un rol important în atragerea vizitatorilor din țări terțe, cu un imens potențial, în mare parte neexploatat până în prezent, de a spori numărul de turiști către destinații din UE și de a consolida competitivitatea UE în domeniul turismului. În 2011, cheltuielile turiștilor străini s-au ridicat la 330,44 miliarde EUR. Conform unor estimări recente, aceste cifre este probabil să ajungă la 20,4 milioane de locuri de muncă și la 427,31 miliarde EUR în 2022⁹.

Prin urmare, inițiativa actuală trebuie privită și în contextul inițiativei Comisiei de a crea o marcă ”Europa” în țările terțe¹⁰ și în cel al inițiativei „Destinație Europa 2020”¹¹, precum și în cel al politicii UE în domeniul vizelor¹², care facilitează călătoriile resortisanților țărilor terțe în UE¹³ pentru a ajuta Europa să rămână pe primul loc mondial ca destinație turistică.

⁷ P7_TA-PROV (2011) 0407 – Rezoluția Parlamentului European din 27/09/2011 referitoare la Europa, destinația turistică favorită la nivel mondial – un nou cadru politic pentru turismul european.

⁸ Ecorys (2009), p. 2.

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

¹⁰ COM (2010)352 final prevede crearea unei mărci „Europa”, care să completeze eforturile de promovare la nivel național și regional și să permită destinațiilor europene să se distingă mai bine de alte destinații internaționale (acțiunea 18).

¹¹ Desfășurată în cadrul unui grant ad-hoc în colaborare cu Comisia europeană a turismului, cu obiectivul general de a defini o strategie de branding și de marketing a Destinației Europa http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/international/index_en.htm

¹² COM(2012) 649 final.

¹³ În prezent, există 42 de țări și entități ai căror cetățeni nu au nevoie de viză pentru a călători în UE. Cetățenii din 16 state insulare din Caraibe și din Pacific ar trebui să poată în curând să călătorească în spațiul Schengen fără a avea nevoie de viză. Obiectivul este simplificarea călătoriilor în spațiul Schengen, precum și în Cipru, Bulgaria și România pentru cetățenii acestor țări. Propunerea Comisiei prevede că scutirea de viză va deveni reciprocă prin acorduri de scutire de vize, asigurând un regim de scutire totală de vize pentru toți cetățenii UE care doresc să călătorească în aceste țări. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1179_ro.htm

1.2. Situația actuală

În prezent, nu există o legislație specifică la nivelul UE care să reglementeze informațiile furnizate consumatorilor cu privire la calitatea serviciilor turistice¹⁴.

Anumite instrumente de informare existente, cum ar fi evaluarea online și site-urile de comparare, pot ajuta consumatorii în procesul de luare a deciziilor, cu condiția ca acestea să prezinte informații transparente și fiabile.

Anumite state membre administrează, pe teritoriul lor, sisteme publice de calitate naționale, subnaționale sau regionale, pe o bază voluntară. Există, de asemenea, o varietate largă de inițiative ale sectorului, la nivel transnațional, național și regional, care se concentrează în principal pe aspecte de calitate a serviciilor specifice subsectoarelor lor turistice sau zonelor lor geografice respective.

Așa cum a confirmat analiza de piață efectuată în contextul evaluării opțiunilor politice care însoțește prezenta propunere¹⁵, aceste sisteme din domeniul calității prezintă o mare diversitate și, prin urmare, nu pot fi comparate în mod coerent din perspectiva domeniului de aplicare la nivel sectorial, a acoperirii geografice, a guvernantei, a metodologiei de evaluare și a criteriilor de evaluare.

Numărul mare și diversitatea sistemelor de calitate private și publice existente duc la un grad ridicat de fragmentare a pieței în ceea ce privește evaluarea calității serviciilor turistice.

Drept consecință a acestei fragmentări, turiștilor transfrontalieri nu li se furnizează informații coerente care să le permită să înțeleagă cu ușurință ce reprezintă diversele sisteme de calitate și să facă distincție între servicii concurente, ceea ce duce la confuzii. Această situație limitează capacitatea sistemelor de calitate de a informa în mod eficace consumatorii cu privire la nivelul de calitate al serviciilor turistice oferite, ceea ce afectează posibilitatea consumatorilor de a face alegeri în cunoștință de cauză, în special atunci când călătoresc într-un alt stat membru sau vin din țări terțe. Prin urmare, ele nu recompensează (prin favorizarea anumitor alegeri sau printr-o reputație mai bună) întreprinderile care investesc în calitate. Această situație descurajează industria, în special IMM-urile cu resurse financiare limitate, de la a acționa în acest sens. Ca urmare, industria turistică din UE este împiedicată să-și valorifice pe deplin avantajul concurențial în domeniul calității serviciilor și să-și realizeze potențialul economic prin mărirea vizibilității acestei calități. Până în prezent, părțile interesate din sectorul turismului nu au reușit să colaboreze cu prea mult succes pentru a reduce neconcordanța la nivelul UE dintre sistemele de calitate existente sau viitoare și nu există indicii privind vreo inițiativă privată sau publică care ar putea îmbunătăți această situație. Prin urmare, este urgent nevoie să se abordeze fragmentarea pieței la mai multe niveluri. Disparitățile actuale dintre sistemele de evaluare a calității generează confuzii și pot afecta în mod negativ competitivitatea turismului european.

2. REZULTATELE CONSULTĂRILOR CU PĂRȚILE INTERESATE ȘI ALE EVALUĂRII IMPACTULUI

2.1. Procedura de consultare

¹⁴ Există în schimb deja dispoziții legislative generale în UE cu privire la protecția consumatorilor, de exemplu Directiva 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor.

¹⁵ Impactul estimat al posibilelor opțiuni și instrumente juridice ale Etichetei sub egidă europeană a turismului de calitate, CEPS, septembrie 2012, disponibil on-line la: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=7655, denumit în continuare CEPS (2012).

După adoptarea comunicării din 2010, Comisia a început colectarea de informații cu privire la sistemele de calitate existente, cu ajutorul statelor membre și a părților interesate din industrie. În cursul anului 2011, s-au organizat două ateliere pentru schimb de informații privind experiențele existente și schimb de idei cu privire la posibilele principii comune în domeniul calității serviciilor turistice. La începutul anului 2011, Comisia a instituit un grup informal de experți cu participarea administratorilor sistemelor de calitate publice și private existente și a reprezentanților consumatorilor pentru a oferi asistență în elaborarea unui proiect de concept. Marea majoritate a părților interesate care au participat la ateliere și la grupul informal de experți au fost de acord că inițiativa UE ar trebui să urmeze o abordare de jos în sus, pe baza și prin recunoașterea inițiativelor existente sau viitoare ale statelor membre și ale industriei. Cu toate acestea, în ceea ce privește principiile comune și ce ar trebui să includă ele, părțile interesate au exprimat puncte de vedere diferite. În plus, includerea unor aspecte de durabilitate a mediului printre principii a generat, de asemenea, puncte de vedere diferite în rândul părților interesate.

În septembrie-octombrie 2011, a avut loc o consultare pentru a solicita opiniile unui cerc mai larg de părți interesate, care constă în principal în asociațiile și federațiile europene din domeniul turismului, asociațiile industriale conexe, organizațiile de consumatori, precum și autoritățile statelor membre. Această consultare a produs aceleași rezultate în ceea ce privește punctele de vedere ale părților interesate ca și atelierelor preliminare descrise mai sus.

Statele membre au fost și ele consultate în timpul reuniunilor periodice ale Comitetului consultativ pentru turism al Comisiei și au exprimat opinii divergente: unele au sprijinit ferm inițiativa, iar altele s-au opus ideii de a obliga administrațiile publice să participe la guvernarea unei astfel de inițiative a UE, invocând în principal nerespectarea principiului subsidiarității și impunerea de restricții temeiului juridic, precum și resursele limitate ale autorităților naționale.

Pentru a extinde consultarea părților interesate și colectarea de expertiză, Comisia a organizat o conferință deschisă în ianuarie 2012. Documentația și raportul conferinței pot fi consultate pe site-ul internet al Comisiei¹⁶. Discuțiile din cadrul conferinței nu au reflectat nicio schimbare în opiniile și pozițiile părților interesate din sectorul public și privat.

Între mai și iulie 2012, s-a desfășurat o consultare publică prin „Vocea ta în Europa”, site-ul DG Întreprinderi și Industrie cu privire la Europa și e-mailuri expediate unei game largi de părți interesate din sectorul public și privat, precum și reprezentanților statelor membre. Asociațiile și federațiile profesionale și administrațiile publice au reprezentat 90 % din cei peste 150 de respondenți. Restul de 10 % din articole au fost întreprinderi din turism, din care două treimi participă la un sistem de calitate. Sindicatele din sectorul turismului și reprezentanții consumatorilor au fost, de asemenea, implicați în mod activ în procesul de consultare. Majoritatea respondenților au fost de acord cu definiția dată de Comisie problemei și cu necesitatea unei inițiative a UE în acest domeniu. Rezultatele consultării publice sunt publicate pe site-ul internet al Comisiei¹⁷.

În cadrul evaluării opțiunilor de politică, s-a realizat un studiu de fond privind experiența întreprinderilor legată de participarea la un sistem de calitate; opiniile administratorilor unui eșantion reprezentativ de sisteme de calitate existente și ale întreprinderilor participante la acestea au furnizat informații valoroase referitoare la evaluarea impactului inițiativei propuse¹⁸.

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

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

¹⁸ CEPS (2012)

2.2. Evaluarea opțiunilor de politică

Comisia a evaluat diferite opțiuni de politică în vederea îmbunătățirii coerenței sistemelor de calitate existente și viitoare și, prin urmare, a informațiilor furnizate consumatorilor.

În total, au fost analizate șapte opțiuni de politică, dintre care patru au fost examinate în cadrul evaluării. Acestea includ opțiunea de a nu se modifica politica, o opțiune de autoreglementare și două opțiuni care presupun intervenția UE. Ultimele două opțiuni au examinat impactul posibilității includerii în concept a anumitor principii, cum ar fi cele legate de aspecte de durabilitate a mediului. Impactul economic, social și ecologic estimat al fiecărei opțiuni au fost evaluate în funcție de eficiența în îndeplinirea obiectivelor de politică, de eficiența costurilor implicate și de coerența cu alte politici ale UE.

Evaluarea a acordat o atenție deosebită faptului că participarea industriei fie la opțiunea care propune autoreglementarea, fie la una care sugerează intervenția UE ar fi voluntară. S-a acordat toată atenția, de asemenea, conservării unicității și diversității ofertei europene de turism, în special având în vedere marea varietate de subsectoarele turistice cărora le-ar putea fi aplicate principiile europene de calitate a serviciilor.

Evaluarea nu are drept concluzie o singură opțiune favorabilă, întrucât compararea opțiunilor a indicat eficacitate, eficiență și coerență egale, atât pentru opțiunea care include numai principii referitoare la calitatea serviciilor, cât și pentru cea care prevede extinderea informațiilor oferite la alte aspecte, cum ar fi durabilitatea mediului.

3. ELEMENTELE JURIDICE ALE PROPUNERII

3.1. TEMEII JURIDICI

Propunerea se bazează pe articolele 195 și 292 din TFUE.

3.2. PRINCIPIUL SUBSIDIARITĂȚII ȘI PROPORȚIONALITĂȚII

Articolul 195 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene prevede că UE „completează acțiunea statelor membre în sectorul turismului, în special prin promovarea competitivității întreprinderilor Uniunii în acest sector”. În conformitate cu principiul subsidiarității, acțiunile UE propuse ar avea caracter voluntar. Propunerea de inițiativă nu elimină inițiativele existente puse în aplicare de statele membre sau de industrie.

Măsurile la nivelul UE se justifică prin natura transnațională a problemei. Turismul este prin natura sa transfrontalier, serviciul turistic fiind furnizat într-o țară în care turistul nu este rezident, ceea ce limitează valoarea adăugată pe care o pot oferi sistemele de calitate călătorilor transfrontalieri, cu atât mai mult în cazul în care aceștia vin din afara UE.

Situația actuală (descrisă la punctul 1.2) în ceea ce privește evaluarea calității serviciilor turistice din Europa nu duce la un nivel adecvat de concurență în industria de profil din UE. Neconcordanța sistemelor de evaluare a calității serviciilor turistice la nivel național și regional încurcă consumatorii și împiedică buna funcționare a pieței interne.

Statele membre au competențe și marje de manevră limitate dacă acționează singure în încercarea de a îmbunătăți coerența calității serviciilor turistice oferite pe întreg teritoriul UE. Până în prezent, statele membre nu au inițiat nicio coordonare transfrontalieră a principiilor referitoare la calitatea turismului și nu există niciun indiciu că vor face acest lucru în viitor. Având în vedere numărul în prezent redus de sisteme publice existente la nivel național, o astfel de cooperare nu ar duce oricum la o cooperare transfrontalieră pe scară largă. În plus, statele membre nu au în prezent posibilitatea de a îmbunătăți în mod individual coerența

dintre sistemele *private* din alte state membre. Prin urmare, acțiunea UE este necesară și justificată.

În plus, acțiunile întreprinse de industrie, chiar și la nivel transnațional, sunt limitate la un anumit subsector (sau, eventual, la câteva subsectoare conexe), dar nu au cu adevărat un domeniu de aplicare orizontal. Acest lucru duce la oferirea către consumatori de informații inconsecvente, precum și la limitarea capacității informative a sistemelor de calitate și a întreprinderilor membre ale acestora în context transfrontalier în cadrul UE și față de călătorii din țări terțe. Nu se preconizează schimbări ale situației, ceea ce impune necesitatea unei acțiuni la nivelul UE.

Din motive legate de amploare, UE este mai în măsură să abordeze problemele legate de fragmentarea sectorială și geografică descrise mai sus. Un cadru UE care urmărește interesul general al promovării competitivității turismului Uniunii ar fi mai eficace în ceea ce privește vizibilitatea și credibilitatea transfrontaliere. Acest lucru poate fi realizat prin completarea muncii deja realizate de actori publici și privați din domeniul turismului, prin încurajarea lor și prin crearea unui mediu favorabil în care să își unească eforturile. Principiile europene ale turismului de calitate pot fi mai bine promovate prin acțiunea UE, atât în statele membre, cât și față de călătorii din țări terțe, ca parte a strategiei globale a UE de promovare a turismului. Valoarea adăugată a unei acțiuni coordonate pe scară largă la nivelul UE a fost confirmată de o majoritate clară a părților interesate.

În sfârșit, propunerea respectă principiul proporționalității. Inițiativa a fost elaborată pentru a limita costurile sale la ceea ce este necesar pentru atingerea obiectivelor de politică. Aplicarea principiilor de calitate propuse necesită, în principal, schimbări organizaționale, cu investiții limitate, care sunt estimate a fi compensate de avantajele care decurg din creșterea satisfacției consumatorilor și din acțiuni complementare ale UE.

Pentru a asigura respectarea competențelor statelor membre, se recomandă ca statele membre să coordoneze, să monitorizeze și să promoveze aplicarea principiilor europene ale turismului de calitate pe teritoriile lor respective, în cooperare cu Comisia. Cu aceste dispoziții, propunerea respectă principiul subsidiarității.

3.3. REZUMATUL PROPUNERII

3.3.1 Obiect și obiective

Principiile europene ale turismului de calitate stabilite în prezenta propunere sunt aplicabile serviciilor turistice oferite în Uniune direct către consumatori și se recomandă să fie respectate de către organizațiile publice și private care furnizează servicii în domeniul turismului.

Inițiativa își propune să îmbunătățească informațiile oferite consumatorilor, în special acelor care călătoresc într-un alt stat membru sau provin dintr-o țară terță, cu privire la calitatea serviciilor turistice, permițând astfel consumatorilor sensibili la calitate să facă alegeri mai bine informate. Acest lucru, la rândul său, reprezintă un stimulent pentru ca întreprinderile UE din domeniul turismului, în special IMM-urile, să continue să investească în calitate. Inițiativa urmărește să facă acest lucru prin îmbunătățirea coerenței în ceea ce privește calitatea serviciilor turistice la nivelul UE prin stabilirea unor principii europene pe care să le respecte organizațiile din domeniul turismului. Principiile provin din criteriile propuse de către părțile interesate și evaluate în consultarea deschisă.

Din punct de vedere operațional, scopul este ca, până la revizuirea inițiativei, un număr semnificativ de organizații turistice din UE să respecte principiile europene ale turismului de calitate.

Valoarea adăugată a inițiativei cuprinde mai multe aspecte: a) organizațiile din domeniul turismului care respectă aceste principii vor beneficia de pe urma acțiunilor de promovare și de informare desfășurate de Comisie. Acestea vor duce la o mai mare vizibilitate, ceea ce le va spori capacitatea de a se adresa consumatorilor și le va oferi posibilitatea de a își extinde activitatea pe piețe pe care altfel nu ar fi putut ajunge, în special în țările terțe; b) pentru consumatori, valoarea adăugată va fi reprezentată de siguranța că anumite principii de calitate europene vor fi îndeplinite, indiferent de statul membru pe care îl vizitează. În sfârșit, evidențierea și accentul pus pe calitatea superioară a serviciilor turistice europene va contribui la strategia globală a UE de îmbunătățire a fluxurilor turistice de călători în interiorul și din afara Europei, completând eforturile de a facilita cerințele în materie de vize pentru turiștii din țări terțe, precum și impunând marca Europa ca ansamblu de destinații durabile și de înaltă calitate.

În cele din urmă, inițiativa va contribui la o mai bună competitivitate a sectorului și îi va spori capacitatea de a genera creștere economică și locuri de muncă, în beneficiul statelor membre și al economiei UE în ansamblu.

3.3.2 Aplicarea principiilor europene ale turismului de calitate

Domeniul de aplicare sectorială și geografică

Pentru o mai bună coerență a calității serviciilor turistice pe teritoriul UE, principiile europene ale turismului de calitate se pot aplica, fără restricții subsectoriale, tuturor organizațiilor publice sau private din domeniul turismului care funcționează la nivel național, regional, local sau transnațional și furnizează servicii turistice către consumatori în Uniune.

Coordonarea, monitorizarea și promovarea

În conformitate cu principiul subsidiarității, statele membre vor fi invitate să coordoneze, să monitorizeze și să promoveze principiile europene ale turismului de calitate pe teritoriile lor respective.

De asemenea, statelor membre li se va recomanda să coopereze între ele în ceea ce privește organizațiile turistice transnaționale. Ele vor fi, de asemenea, invitate să coopereze cu Comisia în cadrul Comitetului consultativ pentru turism, pentru a facilita monitorizarea și evaluarea inițiativei, care ar putea fi întreprinse, printre altele, prin sondaje dedicate realizate în rândul statelor membre, reprezentanților industriei și consumatorilor.

Programul pentru competitivitatea întreprinderilor și a IMM-urilor (COSME) 2014-2020 stabilește obiectivul specific de îmbunătățire a condițiilor-cadru pentru competitivitatea și durabilitatea întreprinderilor din Uniune din sectorul turismului. Cu obiectivul de a îmbunătăți imaginea și profilul Europei ca destinație durabilă, responsabilă și de calitate, Comisia va întreprinde activități de informare, comunicare și promovare, inclusiv crearea unui site internet dedicat furnizării de informații cu privire la principiile europene ale turismului de calitate. Comisia va facilita, de asemenea, schimbul de bune practici și experiențe.

3.3.3 Evaluare

Este prevăzută o evaluare a punerii în aplicare a prezentei recomandări după trei ani de la data publicării în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene. De asemenea, Comisia va evalua dacă sunt necesare măsuri suplimentare pentru îmbunătățirea constanței calității serviciilor din domeniul turismului.

4. IMPLICAȚII BUGETARE

Ar putea fi prevăzută o alocare bugetară corespunzătoare pentru promovarea principiilor europene ale turismului de calitate prin Programul pentru competitivitatea întreprinderilor și a IMM-urilor (COSME)¹⁹.

¹⁹ Regulamentul de instituire a unui program pentru competitivitatea întreprinderilor și a întreprinderilor mici și mijlocii 2014-2020, Regulamentul (UE) nr. 1287/2013, JO L 347, p. 33.

Propunere de

RECOMANDARE A CONSILIULUI

privind principiile europene ale turismului de calitate

CONSILIUL UNIUNII EUROPENE,

având în vedere Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, în special articolele 195 și 292,

având în vedere propunerea Comisiei Europene,

întrucât:

- (1) În comunicarea sa din 30 iunie 2010 intitulată „Europa, destinația turistică favorită la nivel mondial – un nou cadru politic pentru turismul european”²⁰, Comisia recunoaște necesitatea de a promova dezvoltarea unor turism durabil, responsabil și de calitate, ca parte a obiectivului general de promovare a Uniunii ca un ansamblu de destinații de înaltă calitate în țările terțe.
- (2) Promovarea înaltelor performanțe de mediu ale structurilor de cazare și ale campingurilor, precum și a celor mai bune practici de management ecologic din cadrul sectorului turistic este deja abordată la nivelul Uniunii prin aplicarea Regulamentului (CE) nr. 66/2010 al Parlamentului European și al Consiliului²¹ și a Regulamentului (CE) nr. 1221/2009 al Parlamentului European și al Consiliului²².
- (3) Există deja în Uniune o gamă largă de sisteme publice și private de calitate, care vizează furnizarea de informații către consumatori cu privire la calitatea serviciilor turistice și furnizarea de îndrumare profesioniștilor din domeniul turismului. Aceste sisteme prezintă o mare diversitate în ceea ce privește domeniul de aplicare, guvernanta, metodologia și criteriile. În plus, funcționarea lor este limitată la anumite subsectoare sau zone geografice, ceea ce are ca rezultat un mediu extrem de fragmentat în ceea ce privește evaluarea calității serviciilor turistice.
- (4) Din cauza acestei fragmentări și a lipsei unor evaluări coerente a sistemelor de calitate existente, consumatorii care călătoresc transfrontalier în Uniune sau vin în Uniune din țări terțe pot considera dificil să compare servicii incluse în sisteme de calitate diferite. Această lipsă de coerență limitează capacitatea consumatorilor de a face alegeri în deplină cunoștință de cauză.

²⁰ COM(2010) 352 final.

²¹ Regulamentul (CE) nr. 66/2010 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 noiembrie 2009 privind eticheta UE ecologică (JO L 27, 30.1.2010, p. 1).

²² Regulamentul (CE) nr. 1221/2009 al Parlamentului European și al Consiliului din 25 noiembrie 2009 privind participarea voluntară a organizațiilor la un sistem comunitar de management de mediu și audit (EMAS) și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 761/2001 și a Deciziilor 2001/681/CE și 2006/193/CE ale Comisiei (JO L 342, 22.12.2009, p. 1).

- (5) Din cauza lipsei unor evaluări coerente a sistemelor de calitate existente, întreprinderile din turism au avut, până în prezent, o capacitate limitată de a dobândi vizibilitate în fața consumatorilor și de a beneficia de acțiuni coordonate. Acest lucru este valabil mai ales pentru microîntreprinderi și întreprinderile mici, care de multe ori nu dispun de instrumente și resurse adecvate pentru a se autopromova și a promova serviciile de înaltă calitate pe care le furnizează.
- (6) Pentru a crește competitivitatea industriei turismului, este necesar ca întreprinderile de turism din Uniune să devină atractive pentru resortisanții țărilor terțe.
- (7) Prin urmare, este utilă definirea unui set de principii europene ale turismului de calitate care să fie recunoscute de consumatori și de industrie.
- (8) Pentru a asigura acoperirea unui număr cât mai mare de subsectoare turistice și, în același timp, pentru a păstra diversitatea ofertei turistice a Uniunii, principiile europene ale turismului de calitate ar trebui să fie de natură generală, dar să ofere o valoare adăugată în conformitate cu așteptările consumatorilor în ceea ce privește serviciile turistice de calitate.
- (9) Pentru a asigura furnizarea în condiții satisfăcătoare a serviciilor turistice, este necesar să se prevadă o formare adecvată a angajaților relevanți pentru sarcinile care le sunt încredințate. Din același motiv, cursurile de formare urmate sunt înregistrate într-un registru de formare.
- (10) În vederea facilitării îmbunătățirii continue a calității serviciilor turistice pentru a răspunde cerințelor consumatorilor, este important să se realizeze anchete în rândul consumatorilor și să se dea curs reclamațiilor.
- (11) Pentru a promova autenticitatea și diversitatea ofertei turistice a Uniunii, este necesar să se pună la dispoziția consumatorilor informații actualizate despre obiceiurile locale, patrimoniu, tradiții, produse și servicii.
- (12) Pentru a spori gradul de informare cu privire la principiile europene ale turismului de calitate și a câștiga, prin urmare, încrederea consumatorilor, este esențial ca organizațiile de turism să le furnizeze consumatorilor informații și îndrumări referitoare la aceste principii.
- (13) În scopul de a facilita aplicarea principiilor europene ale turismului de calitate pe teritoriul lor, precum și coordonarea acțiunilor lor, statele membre ar trebui să coordoneze, să monitorizeze și să promoveze principiile europene ale turismului de calitate în mod transparent.
- (14) Pentru a asigura faptul că principiile europene ale turismului de calitate sunt aplicate în mod voluntar de către organizațiile de turism care funcționează în mai multe state membre (organizații transnaționale), este esențial ca statele membre să coopereze între ele în vederea aplicării principiilor europene ale turismului de calitate de către aceste organizații.
- (15) Pentru a facilita aplicarea consecventă a principiilor europene ale turismului de calitate, precum și pentru coordonarea, monitorizarea și promovarea lor în întreaga Uniune, statele membre sunt invitate să efectueze schimburi de informații și experiență. Comisia ar trebui să faciliteze aceste schimburi de informații.
- (16) Pentru a completa acțiunea statelor membre în promovarea competitivității sectorului turismului, este importantă informarea consumatorilor și sensibilizarea lor cu privire la principiile europene ale turismului de calitate, prin intermediul unor acțiuni promoționale și de informare în cadrul Uniunii, dar și în țările terțe sau mai ales în

acestea, având în vedere obiectivul de a promova Uniunea ca set de destinații de înaltă calitate. În plus, pentru a încuraja crearea unui mediu favorabil pentru dezvoltarea sectorului turistic, este, de asemenea, important ca principiile europene ale turismului de calitate să fie atractive pentru organizațiile din turism. Prin urmare, este important ca statele membre și Comisia să coopereze în acest sens.

- (17) Pentru a facilita monitorizarea și evaluarea aplicării principiilor europene ale turismului de calitate, statele membre au rolul important de a informa Comisia cu privire la aplicarea principiilor europene ale turismului de calitate pe teritoriul lor, în special în cadrul reuniunilor Comitetului consultativ pentru turism.
- (18) Pentru a reacționa la modificările rapide ale condițiilor pieței în domeniul turismului și pentru a asigura valoarea adăugată a principiilor europene ale turismului de calitate pe termen lung, Comisia ar trebui să monitorizeze aplicarea acestora și să evalueze punerea în aplicare a prezentei recomandări după trei ani de la publicarea în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene. Din același motiv, Comisia ar trebui să evalueze, de asemenea, dacă sunt necesare măsuri suplimentare pentru a asigura realizarea obiectivelor reflectate în prezenta recomandare,

RECOMANDĂ:

1. OBIECT ȘI DOMENIU DE APLICARE

Prezenta recomandare stabilește o serie de principiile europene ale turismului de calitate (denumite în continuare „principiile”) care trebuie să fie aplicate de către organizațiile din domeniul turismului.

2. DEFINIȚII

În sensul prezentei recomandări, se aplică următoarele definiții:

- (a) „organizație din domeniul turismului” înseamnă o organizație publică sau privată, stabilită în Uniune și care furnizează servicii către consumatori în domeniul turismului, la nivel local, regional, național sau transnațional;
- (b) „organizație transnațională din domeniul turismului” înseamnă o organizație din domeniul turismului care desfășoară activități pe teritoriul sau în părți ale teritoriului mai multor state membre.

3. PRINCIPIILE EUROPENE ALE TURISMULUI DE CALITATE

Dacă este adecvat având în vedere dimensiunea și conceptul de afaceri, se recomandă organizațiilor din domeniul turismului să aplice următoarele principii în activitățile desfășurate:

- (a) să asigure formarea profesională a lucrătorilor, inclusiv următoarele:
 - i) formarea tuturor angajaților implicați în furnizarea de servicii în mod direct către consumatori, pentru a asigura îndeplinirea în condiții satisfăcătoare a sarcinilor încredințate;
 - ii) înregistrarea de către angajați a cursurilor de formare la care au participat într-un registru de formare instituit în acest scop;

- iii) numirea unui coordonator de calitate pentru a asigura o abordare coerentă în ceea ce privește managementul calității serviciilor furnizate și implicarea angajaților relevanți în calitatea procesului;
- (b) să aplice o politică de satisfacție a consumatorilor, inclusiv următoarele:
 - i) instituirea unui mecanism de gestionare a reclamațiilor consumatorilor la locul furnizării serviciului sau prin internet;
 - ii) garantarea oferirii unui răspuns neîntârziat la reclamațiile depuse;
 - iii) realizarea de anchete privind gradul de satisfacție al consumatorilor și, ținând seama de rezultatele acestora, îmbunătățirea calității serviciului;
- (c) să țină și să respecte un plan de curățare și întreținere documentat al instalațiilor sau echipamentelor, după caz;
- (d) să pună la dispoziția consumatorilor informații, inclusiv următoarele:
 - i) informații privind obiceiurile locale, patrimoniul, tradițiile, serviciile și produsele;
 - ii) informații privind accesibilitatea serviciilor oferite;
 - iii) informații privind aspectele de durabilitate ale serviciilor oferite;
 - iv) informații privind principiile;
- (e) să se asigure că informațiile menționate sunt corecte, fiabile, clare și accesibile în cel puțin cea mai relevantă limbă străină, dacă acest lucru este adecvat ținând seama de amplasare și de conceptul de afaceri.

4. ACTIVITĂȚI CARE LE REVIN STATELOR MEMBRE

- 4.1. Statele membre ar trebui să coordoneze, să monitorizeze și să promoveze aplicarea principiilor pe teritoriile lor respective. În acest scop, statele membre sunt invitate:
 - (a) să monitorizeze aplicarea principiilor stabilite la punctul 3 de către organizațiile din domeniul turismului;
 - (b) să își coordoneze cu celelalte state membre activitățile legate de principii și de aplicarea lor;
 - (c) să promoveze principiile în rândul organizațiilor din domeniul turismului;
 - (d) să se asigure, în cooperare cu alte state membre, că organizațiilor din domeniul turismului li se pun la dispoziție informațiile și orientările adecvate cu privire la principii;
 - (e) să coopereze între ele pentru a facilita aplicarea principiilor de către organizațiile transnaționale din domeniul turismului.
- 4.2. Se recomandă, de asemenea, ca modul în care își desfășoară activitățile statele membre să garanteze transparența.

5. COOPERAREA ÎNTRE STATELE MEMBRE ȘI COMISIE

Statele membre sunt invitate să informeze Comisia cu privire la activitățile menționate la punctul 4 și să coopereze cu Comisia la monitorizarea și evaluarea acestora, precum și în cadrul inițiativelor de sensibilizare și de promovare.

6. MONITORIZAREA ȘI EVALUAREA

- 6.1. Comisia ar trebui să evalueze punerea în aplicare a prezentei recomandări *până la [dată care urmează a fi stabilită la 3 ani de la publicarea în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene]*
- 6.2. De asemenea, Comisia ar trebui să evalueze dacă ar trebui propuse măsuri suplimentare pentru a îmbunătăți coerența calității serviciilor turistice în statele membre.

7. DISPOZIȚII FINALE

Prezenta recomandare se publică în *Jurnalul Oficial al Uniunii Europene*.

Adoptată la Bruxelles,

*Pentru Consiliu
Președintele*