**Komisja Europejska: Nowe ramy polityki turystycznej w UE**

<http://natura2000.org.pl/jak-skorzystac-na-naturze-2000/komisja-europejska-nowe-ramy-polityki-turystycznej-w-ue/>

[Natura 2000 a turystyka](http://natura2000.org.pl) > [Przykłady Jak skorzystać na Naturze 2000](http://natura2000.org.pl/jak-skorzystac-na-naturze-2000/) > Komisja Europejska: Nowe ramy polityki turystycznej w UE

### Komisja Europejska: Nowe ramy polityki turystycznej w UE

Dokument dyskusyjny: **Nowe ramy polityki turystycznej w UE**1

**I. OGÓLNY KONTEKST**

Turystyka jest jedną z dziedzin działalności, które mają największy potencjał generowania rozwoju gospodarczego i miejsc pracy w UE. Ponadto, turystyka przyczynia się do rozwoju i integracji społeczno-gospodarczej regionów wiejskich, peryferyjnych lub słabiej rozwiniętych. W 2006 roku udział turystyki, rozumianej zgodnie z jej węższą definicją2, w PKB UE wynosił około 5%. Działało w niej 1,8 mln firm, zatrudniających blisko 9,7 mln osób, czyli około 5,2% ludności czynnej zawodowo.3 Jednakże, pośredni udział turystyki w PKB UE jest znacznie większy: łącznie ze związanymi z nią sektorami4, turystyka pośrednio generuje ponad 10% PKB UE i pracuje w niej prawie 12% ogółu zatrudnionych. Względny przyrost miejsc pracy w turystyce jest większy niż średnia dla całej gospodarki unijnej. W ciągu ostatnich dziesięciu lat roczny przyrost zatrudnienia w sektorze turystyki prawie zawsze był większy niż zatrudnienia ogółem.

Z punktu widzenia danych statystycznych dotyczących przyjazdów turystów zagranicznych5, Unia Europejska niezmiennie okazuje się być najbardziej atrakcyjną destynacją na świecie, biorąc pod uwagę 380 mln przyjazdów turystów zagranicznych, stanowiących 42% całkowitej liczby przyjazdów turystów zagranicznych na świecie, jaką odnotowano w 2007 roku.6 Przychody generowane przez zagranicznych turystów na poziomie UE osiągnęły wartość 756 mld euro w 2007 roku.7 Z Unii Europejskiej również pochodzi wielu turystów: w 2008 roku liczba ich wyjazdów, niezależnie od ich destynacji i czasu trwania , przekroczyła 1 mld (1,4 mld wyjazdów).8 Pod względem wydatków UE zajmuje pierwsze miejsce na świecie, mianowicie obywatele Wspólnoty wydali w 2007 roku poza obszarem UE 94,2 mld euro.9

Jednakże, aby być w stanie utrzymać rolę i pozycję UE jako najbardziej atrakcyjnej destynacji na świecie turystyka europejska musi dostosować się do coraz większej ilości wyzwań (jak np. zdolności unijnych przedsiębiorstw turystycznych do wprowadzenia innowacji i nowych technologii, coraz większej konkurencji międzynarodowej itd.), aby uniknąć utraty udziału w rynku na rzecz innych regionów świata. Jednocześnie, istotne będzie zwiększenie atrakcyjności destynacji europejskich dla turystów unijnych, którzy stanowią 85-90% turystów zagranicznych w UE.10 Przyczyni się to do ugruntowania ich odczucia, że są obywatelami UE.

Podobnie jak wszystkie sektory gospodarcze, turystyka odczuła skutki gorszej koniunktury gospodarczej, okazało się jednak, że należy ona do najbardziej odpornych na kryzys dziedzin działalności. Wykonane w 2009 roku dwa badania Eurobarometru11 dotyczące turystyki pokazały, że turyści europejscy wciąż podróżują, mimo że mają skłonność do zmiany nastawienia , aby dostosować się do okoliczności. Podkreśla to fakt, że w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat turystyka stała się ważnym elementem zwyczajów obywateli UE.
Mianowicie w 2008 roku 53,9% ludności UE (w wieku od 15 lat) spędziło co najmniej 4 noclegi na wyjeździe w Europie lub poza nią.12

Komisja Europejska podjęła kilka inicjatyw w dziedzinie turystyki, w szczególności:

* EDEN – promującą najbardziej atrakcyjne destynacje w Europie,
* CALYPSO – zachęcającą do wymiany poza sezonem 4 kategorii turystów między państwami członkowskimi,
* „zrównoważonej turystyki” – promującą transgraniczne sieci rowerowe oraz dobre praktyki w zakresie sieci rowerowych i możliwości współpracy transgranicznej.

Jednakże, inicjatywy te zakończą się w 2011 roku (EDEN) i 2012 roku (dwie pozostałe).

Ponadto, w 2009 roku Komisja rozpoczęła cykl dyskusji z przedstawicielami państw członkowskich oraz różnych publicznych i prywatnych zainteresowanych podmiotów, aby zbadać możliwość wzmocnienia ram europejskiej polityki turystycznej. Dyskusje te pozwoliły na określenie kilku potencjalnych obszarów działań. Działy te zostały następnie potwierdzone i uzupełnione na podstawie wyników Studium konkurencyjności unijnego przemysłu turystycznego w UE, opublikowanego w październiku 2009 (w ramach tego studium przeprowadzono konsultacje z głównymi podmiotami działającymi w sektorze turystyki).13

Wreszcie, po wejściu w życie Traktatu Lizbońskiego, przewidującego nowe kompetencje UE w dziedzinie turystyki, zmienił się kontekst instytucjonalny turystyki europejskiej, stwarzając możliwości podjęcia przez Komisję inicjatywy politycznej w dziedzinie turystyki w 2010 roku.

**II. CELE**

W niniejszym dokumencie Dyrekcja Generalna ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu zaprasza do kontynuowania konsultacji rozpoczętych w 2009 roku, mając na względzie opracowanie w przyszłości Komunikatu Komisji. Komunikat ten określi wzmocnione ramy europejskiej polityki turystycznej. Nakreśli również działania, jakie podejmie Komisja w ścisłej współpracy z państwami członkowskimi i ich regionami, z przemysłem turystycznym i innymi podmiotami działającymi w sektorze turystyki oraz działania, jakie podmioty te mają same podjąć. Komisja Europejska będzie podejmować swoje działania zgodnie z zasadami pomocniczości i proporcjonalności, przewidywanymi przez Traktat Lizboński. Inicjatywy te będą miały na celu wspieranie, koordynowanie i uzupełnianie działań podjętych przez państwa członkowskie w ramach inicjatyw mających zakres europejski lub przynamniej z udziałem wielu krajów oraz przynoszących duże dodatkowe korzyści w porównaniu z inicjatywami czysto regionalnymi lub krajowymi.

Nowe ramy polityki turystycznej UE powinny zaproponować jako główne cele:

* pobudzenie konkurencyjności przemysłu turystycznego,
* wzmocnienie rozwoju zrównoważonej turystyki w Europie,
* promowanie Europy na głównych rynkach krajów trzecich.

Jaka jest opinia zainteresowanych podmiotów związanych z turystyką europejską na temat podjęcia szerszych działań na poziomie UE w odniesieniu do powyższych trzech celów?

**III. OBSZARY DZIAŁAŃ**

Mając na względzie wspieranie, koordynowanie i uzupełnianie działań podjętych w państwach członkowskich oraz ze stosownym poszanowaniem kierunków polityki turystycznej państw członkowskich i ich regionów, można by przewidzieć kilka głównych obszarów działań, jakie nakreślono poniżej.

1. **Pobudzenie konkurencyjności sektora turystycznego w Europie**Proponowane działania:
	* Przedłużenie sezonu turystycznego: zachęcanie do podróży w dni wolne od pracy i wymiany turystów poza sezonem (aby lepiej wykorzystać obiekty turystyczne i zapewnić bardziej stabilnych i umotywowanych pracowników), zwłaszcza w odniesieniu do czterech grup docelowych: młodzieży, osób starszych, osób niepełnosprawnych oraz rodzin o niskich dochodach.
	* Podniesienie świadomości przemysłu turystycznego, zwłaszcza przedsiębiorstw małych i mikroprzedsiębiorstw, dotyczącej znaczenia innowacji.
	* Rozszerzenie zakresu korzystania z nowych technologii, zwłaszcza informatycznych i telekomunikacyjnych (ICT), przez publiczne i prywatne podmioty prowadzące działalność turystyczną, w szczególności MŚP.
	* Promowanie różnych instrumentów finansowych istniejących na poziomie UE wśród rożnych podmiotów prowadzących działalność turystyczną, w szczególności MŚP.
	* Wzmocnienie współpracy z organizacjami europejskimi i międzynarodowymi (ETC, OECD, UNWTO, UNEP etc.) oraz z podmiotami „tworzącymi wiedzę” (uniwersytetami, instytucjami badawczymi, obserwatoriami publicznymi i prywatnymi).
	* Wspieranie i zachęcanie do tworzenia sieci instytucji badawczych, uniwersytetów oraz obserwatoriów regionalnych i krajowych, z większym udziałem władz krajowych/regionalnych oraz krajowych organizacji turystycznych.
	* Rozszerzenie wiedzy na temat sektora turystyki, w szczególności poprzez gromadzenie europejskich danych statystycznych i regularne przeprowadzanie badań krótkookresowych trendów w zakresie podaży i popytu w odniesieniu do turystyki w Europie.
2. **Rozwijanie zrównoważonej turystyki w Europie**
Proponowane działania:
	* Dalsza realizacja inicjatywy EDEN dotyczącej najbardziej atrakcyjnych destynacji europejskich, w ścisłej współpracy z krajowymi organizacjami turystycznymi i zainteresowanymi władzami regionalnymi.
	* Wspieranie rozwoju innych form zrównoważonej turystyki.
	* Zachęcanie do stosowania systemu wskaźników dla zrównoważonego zarządzania destynacjami, umożliwiającego lepszy monitoring z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju na poziomie lokalnym i regionalnym.
	* Zachęcanie do podejmowania inicjatyw promujących stosowanie odpowiedzialnych praktyk przez europejskie przedsiębiorstwa turystyczne w ich działalności w obrębie UE oraz w krajach trzecich.
	* Promowanie odpowiedzialnego nastawienia turystów europejskich poprzez organizowanie kampanii podnoszenia świadomości społeczeństwa (dotyczącej ich wyboru destynacji i środków transportu oraz ich relacji z miejscową ludnością w odwiedzanych destynacjach). Kampanie podnoszenia świadomości społeczeństwa powinny również objąć walkę z wykorzystywaniem dzieci i kobiet.
3. **Promowanie „europejskiego regionu turystycznego” w głównych krajach trzecich**Aby być w stanie lepiej wykorzystać potencjał licznych wyłaniających się gospodarek głównych krajów trzecich jako rynków wyjazdów turystów do Europy, istotna jest poprawa wizerunku Europy i jej postrzegania jako docelowego regionu turystycznego, znanego ze swojej różnorodności, znakomitej jakości i zrównoważonego charakteru jej ośrodków turystycznych.

Proponowane działania:

* + Poprawa wizerunku Europy na głównych rynkach krajów trzecich (Stanów Zjednoczonych, Japonii, Chinach, Rosji, Indiach, Brazylii itd.) poprzez stworzenie i promowanie marki „Europa”, w ścisłej współpracy z państwami członkowskimi oraz innymi publicznymi i prywatnymi podmiotami działającymi w dziedzinie turystyki (stowarzyszeniami europejskimi i międzynarodowymi, krajowymi organizacjami turystycznymi, organizacjami pozarządowymi i przedstawicielami europejskiego przemysłu turystycznego). Marka „Europa” powinna w odpowiedni sposób odzwierciedlać główne atuty i wartości Europy (różnorodność, jakość, historię, kulturę, bezpieczeństwo itd. ) i ją odróżniać od innych destynacji na świecie;
	+ Wzmocnienie współpracy, na poziomie władz publicznych i przemysłu turystycznego, z głównymi wyłaniającymi się gospodarkami (Chinami, Rosją, Indiami, Brazylią itd.) oraz z pozaeuropejskimi krajami regionu EUROMED i innymi krajami rozwijającymi się lub regionami traktowanymi jako priorytetowe z punktu widzenia UE.

**IV. KONSULTACJE**

Dyrekcja Generalna ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu będzie wdzięczna wszystkim podmiotom publicznym (regionalnym/krajowym) i prywatnym (przemysłowi turystycznemu, związkom zawodowym, społeczeństwu obywatelskiemu, uniwersytetom itd.) za uwagi i dodatkowe propozycje odnoszące się do proponowanych działań przedstawionych w niniejszym dokumencie dyskusyjnym do dnia 26 lutego 2010 roku, ze wskazaniem stopnia ich priorytetowości i podaniem orientacyjnego harmonogramu ich realizacji przez wszystkie zainteresowane strony.

Szczególnie ważne będzie uzyskanie następujących informacji:

* Jaka jest opinia zainteresowanych podmiotów działających w sektorze turystyki na temat działań proponowanych w niniejszym dokumencie?
* Jakie możliwości realizacji proponują zainteresowane podmioty związane z turystyką?
* Jakie inne inicjatywy można by sobie wyobrazić, uwzględniając różne dobre praktyki istniejące w państwach członkowskich i w całym przemyśle turystycznym?

Komisja dokona szczegółowej analizy wyników obecnych konsultacji, aby przygotować, razem z Prezydencją Hiszpańską, konferencję europejską z udziałem ministrów/sekretarzy stanu właściwych do spraw turystyki oraz przedstawicieli wysokiego szczebla prywatnych i publicznych zainteresowanych podmiotów działających w dziedzinie turystyki europejskiej. Konferencja odbędzie się w Madrycie w dniach 14 – 15 kwietnia 2010 roku, przed nieformalnym spotkaniem ministrów turystyki, planowanym w dniu 15 kwietnia.

Na podstawie tych różnych konsultacji, Komisja opracuje Komunikat w sprawie nowych ram europejskiej polityki turystycznej, który byłby przyjęty w 2010 roku i skierowany do Rady i Parlamentu Europejskiego oraz Komitetu Gospodarczo-Społecznego i Komitetu Regionów.

1 Niniejszy tekst jest tłumaczeniem dokumentu: “Discussion document: A new framework for the tourism policy in the EU”. Komisja Europejska. Dyrekcja Generalna ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu, 2010 – <http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5639&userservice_id=1&request.id=0>2 Tradycyjni usługodawcy w zakresie podróży i turystyki (hotele, restauracje, kawiarnie, biura podróży, wypożyczalnie samochodów, linie lotnicze itd.) bezpośrednio dostarczający dóbr i świadczący usługi przyjezdnym.
3 Study on the Competitiveness of the EU tourism industry [Studium konkurencyjności unijnego przemysłu turystycznego]; wrzesień 2009 (zob. [http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?acti on=display&doc\_id=5257&userservice\_id=1&request.id=0](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?acti%20on=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0))
4 Mianowicie, sektory dystrybucji i budownictwa oraz firmy transportowe w ogóle (transportu morskiego, kolejowego, morskiego, autobusowego między miastami itd. ).
5 Pojęcie “turystów zagranicznych” obejmuje turystów spoza UE oraz turystów wewnątrzwspólnotowych/ przyjazdowych, którzy odwiedzają inny kraj niż kraj zamieszkania.
6 UNWTO, Tourism 2020 Vision [Wizja turystyki do 2020 roku] , Tourism Highlights 2008.
7 Eurostat, Statistics in Focus, 23/2009.
8 Eurostat, Tourism Statistics , 2008.
9 Eurostat, Statistics in Focus, 23/2009.
10 Eurostat, Statistics in Focus, 25/2007.
11 Badania Eurobarometru dotyczące nastawienia Europejczyków wobec turystyki, marzec i październik 2009:
<http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5302&userservice_id=1&request.id=0>
12 Eurostat, Tourism Statistics , 2008.
13 Study on the Competitiveness of the EU tourism industry [Studium konkurencyjności unijnego przemysłu turystycznego]; wrzesień 2009. (zob. <http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=5257&userservice_id=1&request.id=0>)