

Czwartek, 29 października 2015 r.

P8_TA(2015)0391

Nowe wyzwania i strategię w zakresie propagowania turystyki w Europie**Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 29 października 2015 r. w sprawie nowych wyzwań i koncepcji w zakresie promowania turystyki w Europie (2014/2241(INI))**

(2017/C 355/10)

Parlament Europejski,

- uwzględniając komunikat Komisji pt. „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego” (COM(2010)0352),
 - uwzględniając swoją rezolucję z dnia 27 września 2011 r. w sprawie Europy jako najpopularniejszego kierunku turystycznego na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego⁽¹⁾,
 - uwzględniając komunikat Komisji zatytułowany „Europejska strategia na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w turystyce przybrzeżnej i morskiej” (COM(2014)0086),
 - uwzględniając zieloną księgę Komisji Europejskiej „Bezpieczeństwo usług zakwaterowania turystycznego” COM(2014)0464,
 - uwzględniając komunikat Komisji pt. „Program UE – Lepsze wyniki dzięki lepszemu stanowiowi prawa” (COM(2015)0215),
 - uwzględniając swoją rezolucję z dnia 25 października 2011 r. w sprawie mobilności i integracji osób niepełnosprawnych oraz europejskiej strategii na rzecz osób niepełnosprawnych 2010–2020⁽²⁾,
 - uwzględniając rezolucję Rady z dnia 6 maja 2003 r. w sprawie dostępności infrastruktury i działalności kulturalnej dla osób niepełnosprawnych⁽³⁾,
 - uwzględniając Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE), w szczególności jego art. 195,
 - uwzględniając art.52 Regulaminu,
 - uwzględniając sprawozdanie Komisji Transportu i Turystyki oraz opinie Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów, jak również Komisji Kultury i Edukacji (A8-0258/2015),
- A. mając na uwadze, że środki podjęte na szczeblu UE na mocy art. 195 TFUE muszą uzupełniać działania państw członkowskich w sektorze turystyki, z wyłączeniem wszelkiej harmonizacji przepisów;
- B. mając na uwadze, że turystyka stanowi potencjalnie kluczowy obszar wzrostu europejskiej gospodarki, który – jeśli brać pod uwagę sektory związane z turystyką – generuje ponad 10 % unijnego PKB; mając na uwadze, że turystyka w znacznej mierze pobudza także zatrudnienie, ponieważ w sektorze tym zatrudnionych jest bezpośrednio 13 mln pracowników, co w rezultacie stanowi co najmniej 12 % miejsc pracy w UE;
- C. mając na uwadze, że Europa jest kierunkiem turystycznym numer jeden na świecie, którego udział w rynku wynosi 52 %; mając na uwadze, że według statystyk większość wyjazdów zagranicznych mieszkańców UE odbywa się w granicach UE oraz że według prognoz liczba międzynarodowych turystów przybywających do UE będzie w okresie do 2025 r. wzrastać co roku o 140 mln osób;

⁽¹⁾ Dz.U. C 56 E z 26.2.2013, s. 41.⁽²⁾ Dz.U. C 131 E z 8.5.2013, s. 9.⁽³⁾ Dz.U. C 134 z 7.6.2003, s. 7.

Czwartek, 29 października 2015 r.

- D. mając na uwadze, że turystyka stanowi ważny obszar aktywności społeczno-gospodarczej w Unii Europejskiej, wywierający szeroki wpływ na wzrost gospodarczy, zatrudnienie i rozwój społeczny, a w związku z tym może przyczynić się do przezwyciężenia obecnego kryzysu w dziedzinie gospodarki i zatrudnienia;
- E. mając na uwadze, że turystyka przybrzeżna i morska stanowi największą działalność morską prowadzoną w Europie; mając na uwadze, że reprezentuje ona ponad jedną trzecią gospodarki morskiej, wpływając bezpośrednio na wiele innych sektorów gospodarki UE i zapewniając zatrudnienie 3,2 mln ludzi, przede wszystkim w wieku od 16 do 35 lat; mając na uwadze, że należy również podkreślić, że sektor ten jest dźwignią wzrostu i tworzenia miejsc pracy, zwłaszcza w regionie Atlantyku i Morza Śródziemnego;
- F. mając na uwadze, że priorytety polityki turystycznej przyczyniają się do osiągnięcia co najmniej trzech priorytetów Komisji Junckera, tj. zrównoważonego wzrostu i zatrudnienia, połączonego jednolitego rynku cyfrowego oraz pogłębionego i bardziej sprawiedliwego rynku wewnętrznego;
- G. mając na uwadze, że działania zapowiadane w komunikacie Komisji z 2010 r. zatytułowanym „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie” popierają ambitny cel utrzymania dominującej pozycji Europy na świecie jako kierunku turystycznego;
- H. mając na uwadze, że w budżecie UE nie przeznaczono linii budżetowej na turystykę oraz że działania w tej dziedzinie są finansowane z wielu funduszy, w ramach projektów pilotażowych i działań przygotowawczych;
- I. mając na uwadze, że przemysł turystyczny w Europie boryka się z szeregiem nowych wyzwań, takich jak digitalizacja kanałów dystrybucji, rozwój nowego sektora gospodarki dzielenia się, rosnąca konkurencja ze strony nowopowstałych, tańszych kierunków w państwach trzecich, zmieniające się zachowania konsumentów, przejście na gospodarkę doznań, zapotrzebowanie na wysokiej jakości obsługę klienta, konieczność przyciągnięcia i utrzymania wysoko wykwalifikowanego personelu, zmiany demograficzne i sezonowość;
- J. mając na uwadze, że decydenci w sektorze turystyki mogą odpowiedzieć na takie wyzwania jak zmiany demograficzne i sezonowość w turystyce dzięki rozwijaniu produktów i usług, które spełniają określone potrzeby rosnącej liczby osób starszych mogących podróżować poza sezonem;
- K. mając na uwadze, że MŚP w sektorze turystyki borykają się z poważnymi trudnościami ze względu na duże obciążenie regulacyjne;
- L. mając na uwadze, że propagowanie Europy za pośrednictwem europejskiej promocji kierunków turystycznych oraz strategii marki stanowi istotne narzędzie służące umacnianiu wizerunku i profilu, a także wzmocnieniu konkurencyjności Europy jako zbioru zrównoważonych, wysokiej jakości kierunków turystycznych, umożliwia kierunkom europejskim wyróżnienie się na tle innych kierunków międzynarodowych oraz pomaga przyciągać zagranicznych turystów, zwłaszcza z nowopowstałych rynków państw trzecich;
- M. mając na uwadze, że konflikty w pobliżu granic UE, na przykład na Ukrainie i na Bliskim Wschodzie, wraz z zagrożeniami terrorystycznymi mają niekorzystny wpływ na sektor turystyki, co wymaga przeciwdziałania na poziomie krajowym i europejskim;
- N. mając na uwadze, że zrównoważona, dostępna i odpowiedzialna turystyka pozostająca w harmonii z naturą i krajobrazem oraz kierunkami miejskimi, a także polegająca na zasobooszczędności, zrównoważonej mobilności i ochronie klimatu pomaga chronić lokalne środowisko, zwłaszcza w regionach górskich, przybrzeżnych i na wyspach, przynosi trwałe rezultaty w zakresie rozwoju regionalnego, zaspokajają coraz większe oczekiwania podróżnych co do jakości oraz wspiera konkurencyjność przedsiębiorstw;
- O. mając na uwadze, że europejska turystyka kulturalna odgrywa ważną rolę, propagując bogactwo europejskiej różnorodności kulturalnej i wzmocniając europejską tożsamość oraz promuje wymianę kulturalną i porozumienie między kulturami;

Czwartek, 29 października 2015 r.

- P. mając na uwadze, że regiony odgrywają podstawową rolę pod względem rozwoju i wdrażania strategii politycznych związanych z turystyką na poziomie regionalnym;
- Q. mając na uwadze, że gospodarka dzielenia się stanowi zwrot w kierunku nowych modeli biznesowych, będący wynikiem szybko zmieniającej się nowej technologii oraz że wiele przedsiębiorstw działających w oparciu o gospodarkę dzielenia się wchodzi w skład sektora usług podróźniczych;
- R. mając na uwadze, że chociaż informacje są rozproszone i w związku z tym trudno jest wyciągnąć rzetelne wnioski, gospodarka dzielenia się najprawdopodobniej wywiera dodatni wpływ na wzrost gospodarczy i dobrobyt;
- S. mając na uwadze, że oferowanie usług o wysokim standardzie oraz ochrona praw konsumentów powinny stanowić absolutny priorytet dla wszystkich podmiotów świadczących usługi związane z turystyką, w tym w sektorze wymagającym dzielenia się najnowszą technologią internetową i korzystania z niej;
- T. mając na uwadze, że podróże i turystyka to jeden z sektorów w największym stopniu objętych digitalizacją, co otwiera szereg możliwości przed przedsiębiorstwami turystycznymi nie tylko w Europie, lecz także na całym świecie;

Ramy działania Komisji

1. apeluje do Komisji, by zdawała Parlamentowi sprawozdania z wdrażania działań określonych przez nią w komunikacie z 2010 r. oraz o wykorzystanie przydziałów budżetowych w ramach funduszy strukturalnych i odnośnych programów UE, zwłaszcza Programu ramowego na rzecz konkurencyjności i innowacji oraz Programu na rzecz konkurencyjności przedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw, a także ich odnośnych projektów pilotażowych i działań przygotowawczych w formie kontroli z punktu widzenia faktów obejmującej ocenę skuteczności działań związanych z promocją turystyki i konsolidacją konkurencyjności sektora turystyki w UE;
2. oczekuje, że Komisja dopilnuje, aby w przyszłości nadal możliwe było przyznawanie środków z różnych funduszy na działania promocyjne służące tworzeniu korzystnego środowiska dla przedsiębiorstw działających w sektorze turystyki w UE;
3. zdecydowanie zachęca Komisję do zbadania możliwości stworzenia – w kolejnych wieloletnich ramach finansowych – sekcji dedykowanej wyłącznie turystyce, ponieważ powinna ona być lepiej uwzględniana w budżecie i działaniach jako odrębna działalność gospodarcza, a nie finansowana z budżetów innych obszarów politycznych;
4. przypomina, że europejskie fundusze strukturalne i inwestycyjne to w niektórych państwach członkowskich nadal największe źródło zewnętrznego finansowania działań pobudzających sektor turystyki; apeluje zatem do Komisji o zapewnienie większej przejrzystości wykorzystania funduszy strukturalnych przez samorządy terytorialne;
5. zwraca się do Komisji, państw członkowskich, władz regionalnych i organów władzy odpowiedzialnych w dziedzinie turystyki, a także do przedsiębiorstw, zwłaszcza MŚP, aby maksymalnie wykorzystały ten nowy instrument finansowy w ramach europejskich funduszy strukturalnych i inwestycyjnych, w szczególności za pośrednictwem krajowych i regionalnych banków inwestycyjnych, w celu dokonania przeskoku jakościowego w działaniach UE na rzecz turystyki;
6. wzywa Komisję do promowania rozwoju projektów pilotażowych związanych z turystyką w ramach programu „Horyzont 2020”;
7. apeluje do Komisji o przetłumaczenie przewodnika w sprawie wsparcia finansowego na 24 języki urzędowe Unii Europejskiej, aby ułatwić dostęp do informacji na temat możliwości finansowania, zwłaszcza w przypadku MŚP, ponieważ trudności związane z dostępem do finansowania są jedną z przeszkód dla tego sektora;
8. wzywa Komisję do wyznaczenia niezależnych ekspertów, aby dokonać oceny wpływu innych strategii politycznych UE na turystykę, a także przeanalizować faktyczne i potencjalne zagrożenia dla turystyki wynikające z konfliktów w krajach i regionach sąsiadujących z UE oraz do zdawania Parlamentowi relacji w tej sprawie, a zarazem przedstawiania wniosków dotyczących środków służących wzmocnieniu pozytywnych oddziaływań na turystykę i ograniczaniu negatywnych;

Czwartek, 29 października 2015 r.

9. oczekuje od Komisji przedstawienia przeglądu aktualnych danych na podstawie nowego rozporządzenia w sprawie statystyk w dziedzinie turystyki;
10. zauważa, że potrzebne są dalsze wysiłki mające na celu opracowanie zintegrowanego podejścia do turystyki, zapewniającego uwzględnienie interesów i potrzeb tego sektora przy formułowaniu i wdrażaniu innych strategii politycznych UE (np. polityki dotyczącej transportu, obszarów wiejskich);
11. wzywa Komisję do przedstawienia nowej strategii dotyczącej turystyki w UE, która zastąpi lub zaktualizuje komunikat z 2010 r.;
12. oczekuje, że Komisja przedstawi szczegółowe środki wykonawcze dotyczące nowego zestawu wspólnych działań w kontekście kolejnego Europejskiego Forum Turystyki;
13. zdecydowanie zaleca, by Komisja oddelegowała wystarczającą liczbę pracowników do pracy nad realizacją jej polityki w dziedzinie turystyki, z uwagi na znaczenie turystyki, która stanowi kluczowy element wzrostu gospodarczego i tworzenia miejsc pracy w Europie; krytycznie odnosi się do faktu, że zagadnienie turystyki nie zostało ujęte wystarczająco wyraźnie na nowej stronie internetowej DG GROW, zaleca także, by strona ta była dostępna w wersji wielojęzycznej;
14. podkreśla znaczenie koordynacji między służbami i departamentami Komisji;
15. apeluje do Komisji o uwzględnienie nieproporcjonalnego obciążenia regulacyjnego niekorzystnie wpływającego na konkurencyjność MŚP w sektorze turystyki; apeluje do Komisji i państw członkowskich, aby ograniczyły obecne obciążenie regulacyjne, a nie przyczyniały się do jego zwiększenia;
16. przypomina Komisji, że turystyka jest kluczowym sektorem europejskiej gospodarki, w związku z czym konieczne jest znaczne usprawnienie koordynacji między państwami członkowskimi, władzami regionalnymi i lokalnymi oraz instytucjami finansowymi, a także stworzenie synergii między publicznym i prywatnym sektorem turystyki; wzywa Komisję, by zaangażowała się w wypracowanie mechanizmu skutecznej koordynacji i współpracy w tym sektorze;
17. uważa, że Unia Europejska – w ramach polityki współpracy i dobrego sąsiedztwa – powinna opracować działania w zakresie współpracy na rzecz rozwoju turystyki w państwach trzecich, aby umożliwić zrównoważony rozwój ich gospodarek, co jednocześnie pomoże zmniejszyć napięcia w ramach stosunków sąsiedzkich i zwiększy atrakcyjność regionu, a także spowoduje napływ turystów;
18. uważa, że ustanowienie europejskiego roku turystyki pomogłoby w promocji różnorodności turystyki europejskiej i podniosłoby rangę różnych zainteresowanych stron działających w sektorze turystyki; wzywa Komisję, by rozważyła taką inicjatywę;
19. wzywa Komisję do przedłożenia analizy mocnych i słabych stron utworzenia Europejskiej Agencji Turystyki;

Tworzenie marki/wspólna promocja Europy jako kierunku turystycznego

20. zdecydowanie zachęca Komisję do tego, by we współpracy z Europejską Komisją Turystyki (ETC), która zrzesza krajowe organizacje turystyczne, w dalszym ciągu promowała Europę jako najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie w ramach wspólnego europejskiego podejścia; apeluje przede wszystkim o wdrożenie długofalowej strategii zainicjowanej przez Komisję i ETC w lutym 2014 r. pod hasłem „Kierunek Europa 2020”, która obejmuje szereg działań marketingowych i promocyjnych, a także działań służących budowaniu wizerunku Europy jako kierunku turystycznego;
21. wzywa w szczególności do utworzenia marki „Kierunek turystyczny/kierunki turystyczne Europa” w celu uzupełnienia i wzmocnienia działań promocyjnych prowadzonych przez organizacje turystyczne działające na krajowych, regionalnych, międzynarodowych i lokalnych szczeblach, a także europejskiego przemysłu turystycznego, zwłaszcza na rynkach podróży dalszych, z korzyścią dla widoczności i konkurencyjności europejskich kierunków turystycznych; podkreśla, że marka „Kierunek turystyczny/kierunki turystyczne Europa” wymaga integracyjnego podejścia przynoszącego korzyści zarówno popularnym, jak i mniej znanym kierunkom europejskim, przy jednoczesnym zachowaniu nieodłącznej różnorodności regionów europejskich, które żyją z własnej marki terytorialnej; zaznacza, że musi ona w pełni szanować kompetencje państw członkowskich zgodnie z art. 195 TFUE;

Czwartek, 29 października 2015 r.

22. uznaje, że należy jasno określić wspólne cele, a także dokonać analizy potencjalnej wartości i dodatkowych korzyści płynących z marki „Kierunek turystyczny/kierunki turystyczne Europa”, zgodnie z potrzebami i określonymi wymogami państw członkowskich; wyraża pogląd, że w celu osiągnięcia tych rezultatów należy przeprowadzić bardziej szczegółowe konsultacje z przedstawicielami branży, organizacjami turystycznymi, a także władzami regionalnymi i lokalnymi; zaleca utworzenie podręcznika tej marki, w którym należy określić uzgodnione sposoby promocji;

23. zaleca rozważenie sposobu, w jaki sektor prywatny może zaangażować się w strategię marketingową marki „Kierunek turystyczny/kierunki turystyczne Europa”, a także, jak może przyczynić się finansowo do rozwoju strategii i realizacji jej celów; podkreśla znaczenie partnerstw publiczno-prywatnych i w związku z tym sugeruje opracowanie programu specjalnego publiczno-prywatnego partnerstwa turystycznego; apeluje do państw członkowskich o zaangażowanie w ten proces swoich właściwych organów regionalnych i lokalnych, a także o konstruktywną współpracę z sektorem z myślą o realizacji tych celów;

24. wzywa do wzmocnienia marki „Kierunek turystyczny/kierunki turystyczne Europa” jako najbardziej przyjaznego rodzinom, dzieciom i różnym pokoleniom regionu wypoczynkowego na świecie;

25. zauważa, że jednym z kluczowych elementów marki „Kierunek turystyczny/kierunki turystyczne Europa” powinno być bezpieczeństwo turystów; wzywa w związku z tym władze państw członkowskich, aby w ścisłej współpracy z Komisją opracowały strategię (wraz z kampaniami informacyjnymi dla turystów) mające na celu zapewnienie turystom jak największego bezpieczeństwa podczas poznawania europejskich kierunków turystycznych;

26. podkreśla potrzebę zwrócenia większej uwagi politycznej na fakt, że promocja Europy w państwach trzecich służy jako narzędzie marketingowe w celu zwiększenia liczby napływających turystów, a co za tym idzie pomaga przynosić korzyści gospodarcze nie tylko mniej znanym kierunkom turystycznym i krajom zmagającym się z problemami gospodarczymi, lecz także całej UE; uważa, że surowa polityka wizowa hamuje napływ turystów z państw trzecich; z zadowoleniem przyjmuje środki przedstawione przez Komisję w 2014 r. mające na celu wydawanie nowych wiz turystycznych i ułatwianie przepływu turystów w strefie Schengen; zachęca w związku z tym Radę do szybkiego porozumienia z Parlamentem, aby UE mogła czerpać korzyści z większego napływu turystów z określonych państw trzecich, którzy potencjalnie są bardzo zainteresowani odwiedzaniem krajów Unii;

27. przypomina, że UE powinna zacząć inwestować, aby przygotować się na wykorzystanie potencjału państw trzecich o dużej liczbie mieszkańców oraz gospodarek wschodzących, w szczególności państw BRIC, w których rośnie liczba turystów wyjeżdżających za granicę; podkreśla potrzebę podejmowania inicjatyw promujących turystykę, a także potrzebę większej elastyczności i spójności przepisów o wizach turystycznych i przejściach granicznych; podkreśla, że promowanie większej liczby platform wiz turystycznych, w połączeniu z ostrożnym podejściem zmierzającym ku uproszczeniu kodeksu wizowego, stanowi ważny czynnik pozwalający na zwiększenie liczby turystów spoza Europy oraz rozpowszechnianie europejskich ośrodków turystycznych; podkreśla potencjał wiz objazdowych dla grup turystów, którzy odwiedzili już kiedyś dane państwo, a także znaczenie wdrożenia większej liczby umów o zniesieniu obowiązku wizowego, co pozwoli optymalnie wykorzystać napływ turystów z zagranicy; uznaje za wskazane, przy należyтым poszanowaniu prawa i jednocześnie obowiązku państw członkowskich do kontrolowania osób wjeżdżających na ich terytorium, aby instytucje europejskie i państwa członkowskie opracowały – w kontekście wspólnej polityki wizowej – długofalową strategię na rzecz bardziej skoordynowanych i uproszczonych procedur wizowych;

Paneuropejskie oraz ponadnarodowe produkty turystyczne

28. jest zdania, że zainteresowane strony o charakterze publicznym i prywatnym powinny nasilić swoje wysiłki w celu opracowania nowych transnarodowych europejskich produktów turystycznych, przy jednoczesnym pełnym uwzględnieniu roli strategii makroregionalnych w ich rozwoju; zauważa, że makroregiony, takie jak makroregion adriatycko-joński, oferują wyraźne podstawy przyrodnicze, kulturowe i historyczne dla opracowania takich produktów; wzywa zainteresowane podmioty publiczne i prywatne realizujące unijną strategię makroregionalną dla regionu Bałtyku, Dunaju, Morza Adriatyckiego i Jońskiego oraz Alp do opracowania – każdy na własnym obszarze – wspólnej strategii rozwoju turystyki;

29. zachęca do międzynarodowej współpracy na rzecz tworzenia międzynarodowych tematycznych tras (na szczeblu większej liczby europejskich krajów), aby intensyfikować doznania, które motywują do odwiedzania określonych miejsc (zdefiniowane na poziomie krajowym), zwiększać mobilność turystów, osiągać wyższe średnie wydatki oraz rozszerzać platformę promocyjną (w szczególności w odniesieniu do rynków przyjazdowej turystyki długopobytowej);

Czwartek, 29 października 2015 r.

30. podkreśla wzrost międzynarodowej konkurencji w związku z pojawianiem się kierunków turystycznych poza Europą; z tego względu uważa, że kluczowe znaczenie ma wspieranie większej współpracy między europejskimi kierunkami turystycznymi poprzez turystyczne klastry i sieci na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym i ponadnarodowym, a także w regionach basenów morskich;

31. uznaje znaczenie transnarodowych produktów turystycznych dla promowania spójności terytorialnej; jest w związku z tym przekonany, że inicjatywy realizowane w ramach zinstytucjonalizowanej współpracy powinny być poparte odpowiednimi zachętami;

32. wzywa państwa członkowskie do promowania nowych tras turystycznych poprzez modernizację niewykorzystywanych obszarów, opuszczonych dróg, linii kolejowych, szlaków, starych traktów;

33. apeluje do Komisji oraz do członków Europejskiej Komisji Turystyki o poparcie obowiązującego mandatu ETC w celu wsparcia opracowywania i promocji ukierunkowanych, ponadnarodowych i paneuropejskich produktów i usług turystycznych, z uwzględnieniem turystyki przybrzeżnej i morskiej, za pomocą zaawansowanego, udoskonalonego i w pełni dostępnego portalu Visiteurope.com; wzywa Komisję, by portal Visiteurope.com był dostępny również na wszystkich powszechnie używanych mobilnych i przenośnych urządzeniach końcowych za pomocą specjalnie zaprogramowanej aplikacji;

34. ponadto wzywa Komisję, aby wzmocniła swoją współpracę z Radą Europy, Europejską Komisją Turystyki, Światową Organizacją Turystyki ONZ i innymi partnerami międzynarodowymi w celu zwiększenia wysiłków na rzecz rozwoju nowych transnarodowych i ogólnoeuropejskich produktów turystycznych;

35. biorąc pod uwagę, że dzisiejsi konsumenci mają tendencję do poszukiwania doznań turystycznych raczej niż skupiania się na samym kierunku, podkreśla, że udana strategia marketingowa na rzecz promocji europejskich produktów turystycznych musi odpowiadać potrzebom różnych segmentów i rynków turystycznych w państwach trzecich;

36. podkreśla konieczność promowania przez biura podróży i organizatorów turystyki europejskiego numeru alarmowego 112 na odnośnych stronach internetowych i biletach elektronicznych, a także w głównych ośrodkach turystycznych;

37. z zadowoleniem przyjmuje inicjatywę na rzecz turystyki społecznej „Calypso”, która umożliwi seniorom, młodzieży, osobom o niższych dochodach i osobom niepełnosprawnym organizowanie wyjazdów wakacyjnych poza sezonem; podkreśla, że inicjatywa ta może potencjalnie rozwiązać problem sezonowości, zwłaszcza w przypadku mniej popularnych kierunków;

38. uważa jednak, że aby walczyć z sezonowością w Europie, należy skupić większą uwagę na rozwijaniu ukierunkowanych produktów turystycznych, które oferują turystom określone doznania turystyczne i odpowiadają na ich konkretne potrzeby; apeluje w związku z tym do Komisji, by zachęcała i wspierała państwa członkowskie oraz branżę turystyczną do tworzenia bardziej zróżnicowanych i ukierunkowanych produktów w określonych blokach tematycznych, takich jak agroturystyka, kultura i dziedzictwo przemysłowe, historia, religia, zdrowie, zabiegi spa i odnowa biologiczna, sport, wino i żywność, muzyka i sztuka jako form alternatywnej turystyki, które przyczynią się do zapewnienia dodatkowych korzyści w odnośnych obszarach poprzez dywersyfikację gospodarki i większe uniezależnienie zatrudnienia od sezonowości; w związku z tym zachęca państwa członkowskie do właściwego wykorzystania funduszy UE i apeluje do Komisji o odpowiednie rozszerzenie celów działania w ramach programu COSME; dostrzega duży potencjał wydarzeń sportowych, muzycznych i artystycznych dla mobilizacji turystów z Europy i zagranicy;

39. podkreśla, że różnorodność i wielokulturowość Europy są źródłem wielkiego potencjału dla rozwoju turystyki tematycznej, a także umożliwiają skoordynowane promowanie alternatywnej i zrównoważonej turystyki oraz wymiany kulturalnej; zachęca do podejmowania inicjatyw mających na celu wzajemne łączenie obiektów turystycznych w celu tworzenia turystycznych produktów i szlaków tematycznych na szczeblu europejskim, krajowym, regionalnym i lokalnym, z wykorzystaniem komplementarności i specyfiki poszczególnych obiektów turystycznych w Europie, aby zagwarantować turystom jak najlepsze wrażenia;

Czwartek, 29 października 2015 r.

40. podkreśla potrzebę promowania i podkreślania bogatego dziedzictwa kulturowego Europy poprzez Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO jako wyjątkowej oferty handlowej, a także poprzez zamieszczanie miejsc, które mogą być mniej znane i nie tak łatwo dostępne, zwłaszcza z uwagi na fakt, że turystyka kulturalna stanowi około 40 % turystyki europejskiej, a co za tym idzie w znacznym stopniu przyczynia się do wzrostu gospodarczego, tworzenia miejsc pracy, innowacji społecznych oraz rozwoju lokalnego, regionalnego, a także rozwoju obszarów miejskich i wiejskich, ograniczając jednocześnie wpływ sezonowości; w tym kontekście podkreśla także kluczową rolę mecenasów sztuki w utrzymaniu dziedzictwa europejskiego i pomocy państwom członkowskim w zmniejszeniu obciążenia finansowego;

41. podkreśla, że promocja wydarzeń kulturalnych na różnych szczeblach mogłaby przyczynić się do zwiększenia atrakcyjności kierunków turystycznych i w związku z tym sugeruje, by rozważyć możliwość stworzenia ogólnounijnego kalendarza wydarzeń, który byłby zamieszczany na portalu VisitEurope.com, w celu poprawy jakości usług informacji turystycznej;

42. wzywa krajowe organizacje turystyczne do zapewnienia odpowiedniej widoczności w internecie inicjatywom i nagrodom podkreślającym europejskie dziedzictwo oraz do wspierania powiązanych inicjatyw i działań promocyjnych (np. znaku dziedzictwa europejskiego czy europejskich szlaków kultury);

43. ponownie zwraca uwagę na znaczenie ochrony i zachowania dziedzictwa kulturowego przed ewentualnymi szkodliwymi skutkami zmian strukturalnych powodowanych przez turystykę oraz przed zagrożeniami, jakie niesie ze sobą turystyka masowa, zwłaszcza w szczycie sezonu; nadaje priorytet jakości wykonanej pracy, a nie kosztom poniesionym na jej wykonanie; podkreśla w związku z tym rolę, jaką może odegrać mecenat w pielęgnowaniu europejskiego dziedzictwa i rekompensowaniu ograniczenia środków publicznych przeznaczonych na ten cel;

44. zwraca się do Komisji i państw członkowskich o wdrożenie działań na rzecz ochrony zagrożonych pomników i miejsc dziedzictwa w Europie w celu zabezpieczenia i promowania dziedzictwa kulturowego, a tym samym stymulowania turystyki kulturalnej;

45. podkreśla istotną rolę europejskiej turystyki kulturalnej jako instrumentu sprzyjającego rozwojowi osobistemu i wiedzy, zwłaszcza wśród młodzieży, poprzez propagowanie bogactwa krajowej i lokalnej różnorodności kulturalnej Europy oraz jej dziedzictwa, przyczynianie się do wzajemnego poznawania się kultur, stwarzanie szans na zawieranie znajomości, wzmacnianie tożsamości europejskiej i wyrażanie europejskich wartości;

46. podkreśla potencjał turystyki kulturalnej w kontekście ograniczania ubóstwa; wzywa w związku z tym do wspierania w państwach członkowskich przemysłu kreatywnego i agroturystyki w celu promowania niezwykle bogactwa kulturowego Europy i zwalczania ubóstwa oraz bezrobocia;

47. podkreśla potrzebę uproszczenia wspólnego zakupu biletów komunikacyjnych oraz biletów wstępu w ramach wsparcia wydarzeń kulturalnych;

48. podkreśla, że różnorodność języków w Europie – urzędowych, współobowiązujących, języków mniejszości i mniej znanych języków – stanowi fundament europejskiego dziedzictwa kulturowego i sama w sobie ma kluczowe znaczenie dla zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki;

49. zwraca uwagę na szanse, jakie niosą ze sobą istotne wydarzenia historyczne i miejsca dziedzictwa historycznego, takie jak miejsca pamięci, w zakresie rozwiązywania bieżących problemów dzięki wrażliwej interpretacji i programom edukacyjnym; zachęca do wykorzystywania dziedzictwa kulturowego i turystyki do pielęgnowania dialogu międzykulturowego i wzajemnego zbliżania obywateli Europy;

50. podkreśla potencjał turystyki sportowej, która w przyszłości może stać się jednym z najbardziej dynamicznych sektorów w rozwijającej się branży turystycznej w Europie, a także wzywa do przyjęcia konkretnych strategii politycznych, aby promować i wspierać jej rozwój; przypomina o ważnej roli aktywności sportowej w podnoszeniu atrakcyjności turystycznej regionów europejskich; podkreśla możliwości wynikające z podróżowania sportowców i widzów przed wydarzeniami sportowymi oraz w ich trakcie, co może spowodować napływ turystów do nawet najbardziej odległych miejsc; podkreśla, że potencjał turystyki sportowej nie został jeszcze w wystarczającym stopniu wykorzystany;

Czwartek, 29 października 2015 r.

Jakość

51. jest przekonany, że w europejskiej turystyce musi dokonać się przejście od modelu wzrostu ilościowego do modelu jakościowego, który dąży do stałego i zrównoważonego rozwoju, a także że w rzeczywistości istnieje konieczność rozwinięcia branży turystycznej, która umożliwi tworzenie większej liczby miejsc pracy wymagających kwalifikacji, które będą należycie wynagradzane; uważa, że obranie kierunku dywersyfikacji gospodarczej umożliwi turystyce na obszarach wiejskich i nadbrzeżnych tworzenie nowych, stałych miejsc pracy;

52. przyznaje, że istnieje różnica w standardach jakości usług w turystyce i jest zdania, że te standardy jakości mają istotne znaczenie dla zapewnienia równych warunków działania dla podmiotów gospodarczych oraz zwiększenia przejrzystości z myślą o konsumentach, pomagając w ten sposób wzmocnić zaufanie do wszystkich stron; wzywa wszystkie zainteresowane strony do podjęcia dalszej dyskusji na temat sposobu, w jaki UE może propagować uzgodnione standardy jakości w dziedzinie usług turystycznych;

53. wzywa Komisję do ustanowienia europejskiego znaku jakości w turystyce w celu nagrodzenia wzmoczonych wysiłków profesjonalistów z branży turystycznej na rzecz wspierania jakości usług turystycznych w oparciu o najwyższy szacunek dla dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, poprawy jakości miejsc pracy w turystyce, wzmocnienia dostępności dla wszystkich oraz promowania tradycji kulturowych społeczności lokalnych;

54. wzywa Komisję do wzmocnienia współpracy między państwami członkowskimi w celu polepszenia jakości produktów poprzez ochronę pochodzenia;

55. wzywa Komisję i państwa członkowskie do współpracy i ustanowienia wspólnie ze stowarzyszeniami turystycznymi ogólnego europejskiego systemu klasyfikacji infrastruktury turystycznej (hotele, restauracje itp.); jest zdania, że podjęta przez stowarzyszenie Hotelstars Union inicjatywa zmierzająca do stopniowej harmonizacji systemów klasyfikacji hoteli w Europie powinna być w większym stopniu promowana, co pozwoli na lepsze porównywanie oferty noclegowej w Europie, a przez to przyczyni się do wypracowania wspólnych kryteriów jakości usług;

56. uważa, że utrzymanie standardów bezpieczeństwa w usługach turystycznych w UE stanowi podstawowy aspekt dobrej jakości; w związku z tym z zadowoleniem przyjmuje zieloną księgę Komisji dotyczącą bezpieczeństwa usług zakwaterowania turystycznego; dostrzega wkład wielu grup konsumentów, organizacji bezpieczeństwa przeciwpożarowego oraz organizacji sektora turystyki wspierających działania na poziomie UE w obszarze bezpieczeństwa turystyki; wzywa zatem Komisję do wystąpienia z wnioskami dotyczącymi minimalnych standardów bezpieczeństwa turystyki w UE, w szczególności w dziedzinie bezpieczeństwa przeciwpożarowego i zagrożenia tlenkiem węgla w obiektach zakwaterowania wakacyjnego; podkreśla potrzebę systematycznego gromadzenia danych dotyczących bezpieczeństwa zakwaterowania;

57. podkreśla fakt, że wysokiej jakości usługi turystyczne będą zapewnione, jeśli towarzyszyć im będą właściwe szkolenia i godne warunki pracy oraz podkreśla, że nieuwzględnianie w tym sektorze wymaganych umiejętności i osiągnięć socjalnych, bądź osłabianie ich, przyniosłoby skutki odwrotne do zamierzonych;

58. jest zdania, że inwestycje w szkolenia i kształcenie są kluczowym elementem zapewniania usług wysokiej jakości w sektorze, który zatrudnia przede wszystkim młodych ludzi najczęściej w wieku od 16 do 35 lat; zdecydowanie zachęca Komisję do współpracy z podmiotami prywatnymi i innymi organami publicznymi w celu tworzenia programów szkoleń i staży poza sezonem, aby uczynić ten sektor bardziej atrakcyjnym i mniej sezonowym; uważa, że takie szkolenia powinny kłaść nacisk na rozwój wyższych kwalifikacji i umiejętności miękkich, prowadzący do poprawy perspektyw zawodowych w całej branży; wzywa zatem Komisję do wsparcia wysiłków sektora turystyki zmierzających do poprawy umiejętności i kompetencji pracodawców i pracowników w sposób odpowiadający przyszłym tendencjom i potrzebom pod względem umiejętności; jest zdania, że należy poprawić statystyki dotyczące zatrudnienia w sektorze turystyki;

59. wzywa w związku z tym Komisję do wsparcia branży turystycznej poprzez eliminację niedoborów kwalifikacji i lepsze dostosowanie kształcenia i szkolenia zawodowego do potrzeb rynku; sugeruje, aby Komisja wydała i rozpowszechniła wytyczne w zakresie najlepszych praktyk i ofert różnych możliwości kształcenia w UE, które w większym stopniu ułatwią profesjonalizację i zapewnią większą dobrowolną mobilność fachowców w UE

Czwartek, 29 października 2015 r.

60. podkreśla znaczenie poprawy wzajemnego uznawania przez państwa członkowskie kwalifikacji zawodowych w branży turystycznej w celu umożliwienia pracownikom tej branży określenia najlepszych możliwych perspektyw rozwoju kariery, a tym samym wsparcia ich mobilności;

61. z zadowoleniem przyjmuje wprowadzenie narzędzi na rzecz mobilności, a także projektów współpracy, takich jak sojusze na rzecz wiedzy oraz sojusze na rzecz umiejętności sektorowych w ramach programu Erasmus+ i Erasmus dla młodych przedsiębiorców, jako efektywnych środków wymiany najlepszych praktyk, poprawy umiejętności językowych i zdobycia praktycznej wiedzy z zakresu turystyki kulturalnej dla pracowników sektora turystycznego zajmujących się edukacją i szkoleniem na wszystkich szczeblach; niepokoi się jednak brakiem zainteresowania wśród młodzieży karierą zawodową w niektórych sektorach turystyki; podkreśla zalety dwutorowego systemu edukacji w sektorze turystyki, a także znaczenie łączenia zdobywania wiedzy ze zdobywaniem doświadczenia praktycznego, co pozwala zwiększyć zarówno wiedzę teoretyczną, jak i umiejętności praktyczne; wzywa państwa członkowskie oraz władze lokalne i regionalne do pełnego wykorzystywania szans, jakie stwarzają Europejski Fundusz Społeczny oraz inne unijne, krajowe i regionalne fundusze na rzecz promowania szkolenia zawodowego;

62. wzywa państwa członkowskie do inwestowania w wysokiej jakości szkolenia przewodników turystycznych oraz do promowania wielojęzyczności w celu zapewnienia turystom zagranicznym możliwości docenienia wartości atrakcji turystycznych; ponadto wzywa Komisję i państwa członkowskie do ustanowienia europejskich standardów jakości dla przewodników turystycznych, przewidujących konieczność spełnienia minimalnych wymogów w zakresie kształcenia;

63. wzywa Komisję do przeprowadzenia badania dotyczącego wpływu podatków i opłat pobieranych od produktów i usług turystycznych na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym i europejskim na konkurencyjność Europy jako kierunku turystycznego; apeluje do państw członkowskich, aby uznały znaczenie obniżenia stawek VAT od usług przewozowych i turystycznych, co ułatwi rozwój lokalnych gospodarek oraz pomoże w zapewnieniu zrównoważonego wzrostu i miejsc pracy, a także przyczyni się do utrzymania konkurencyjności Europy na rynku globalnym;

Uwolnienie potencjału turystyki przybrzeżnej i morskiej

64. uznaje znaczenie obszarów przybrzeżnych i wyspiarskich w Europejskiej strategii na rzecz turystyki przybrzeżnej i morskiej (zgodnie ze strategią błękitnego wzrostu i strategią „UE 2020”), która oferuje szereg wspólnych rozwiązań dla wielu problemów, z jakimi obszary muszą się zmagać;

65. zdecydowanie zachęca Komisję do przedstawienia planu działania, który będzie towarzyszył 14 opisanym działaniom w ramach wyżej wspomnianej strategii na rzecz turystyki przybrzeżnej i morskiej, z konkretnymi celami i harmonogramami, a także do składania Parlamentowi sprawozdań z postępów w realizacji tych działań;

66. wzywa Komisję do zorganizowania corocznego seminarium z udziałem nadmorskich państw członkowskich oraz odnośnych regionów, aby promować ogólnoeuropejski dialog, a także ułatwić dzielenie się najlepszymi praktykami i realizację strategii długoterminowej;

67. przypomina znaczenie połączeń i dostępności i zauważa, że są one różne w sezonie wysokim i niskim w najbardziej oddalonych regionach i na wyspach w znacznym stopniu uzależnionych od transportu morskiego i lotniczego; podkreśla również znaczenie tworzenia regionalnych planów promujących mobilność w ramach kierunków turystycznych; apeluje do Komisji, by działanie 12 w ramach wspomnianej wyżej strategii na rzecz turystyki przybrzeżnej i morskiej uwzględniło także efektywność pomocy państwa w regionach nadmorskich;

68. zdecydowanie zachęca Komisję, wraz z państwami członkowskimi oraz zainteresowanymi stronami w sektorze turystyki żeglarskiej i morskiej, aby oceniły potrzebę stworzenia inteligentnych i innowacyjnych strategii jako rozwiązania w walce z sezonowością dostosowanego do okresów wysokiego i niskiego sezonu z uwzględnieniem różnych grup docelowych; wzywa zainteresowane strony do podejmowania wysiłków w celu zapewniania doznań, produktów i usług uzupełniających zintegrowanych z lokalnymi produktami, w szczególności związanych z dziedzictwem morskim i kulturą morską, sportami wodnymi, żeglarstwem rekreacyjnym, obserwacją życia morskiego i przyrody morskiej, spędzaniem czasu na słońcu i na plaży, tradycyjnym łodziowym rybołówstwem przybrzeżnym, żywnością i zdrowiem;

Czwartek, 29 października 2015 r.

69. podkreśla znaczenie turystyki rejsowej dla rozwoju sektora turystyki w Europie; w związku z tym wzywa Komisję wraz z państwami członkowskimi do dokonania oceny wymaganych zasobów i istniejącej infrastruktury portowej i żeglarskiej oraz do ustandaryzowania kwestii sortowania odpadów i recyklingu, aby tworzyć innowacyjne działania w zakresie planowania dla tych obszarów przez rozwijanie koncepcji inteligentnego miasta portowego;

70. podkreśla, że wspólne planowanie i działanie na rzecz akceptacji turystyki wśród ludności jest tak samo konieczne, jak na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki;

Zrównoważona, odpowiedzialna i społeczna turystyka

71. apeluje do Komisji, by nadal promowała zrównoważoną, odpowiedzialną i przyjazną środowisku turystykę we współpracy z partnerami strategicznymi, takimi jak ETC i inne zainteresowane strony, poprzez opracowywanie nowych konkretnych produktów i promowanie produktów już dostępnych; sugeruje utworzenie ogólnoeuropejskiej, w pełni dostępnej platformy internetowej gromadzącej w jednej bazie danych dostępnej na portalu Visiteurope.com informacje na temat certyfikowanych produktów, nowych form turystyki oraz kierunków i szlaków turystycznych;

72. uważa, że w ramach programu COSME należy wyasygnować zwiększone kwoty (współ)finansowania do celów projektów w zakresie zrównoważonej turystyki;

73. wzywa Komisję do sfinalizowania Europejskiej Karty Zrównoważonej i Odpowiedzialnej Turystyki oraz do dalszego udzielania wsparcia finansowego istotnym inicjatywom i sieciom, takim jak EDEN (Modelowe Ośrodki Turystyczne Europy) oraz Europejskie szlaki kulturalne;

74. zachęca krajowe organizacje turystyczne do ustanowienia na poziomie krajowym, na podstawie standardów zaproponowanych przez Komisję, specjalnych portali poświęconych zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyce w celu umożliwienia konsumentom dokonywania świadomych wyborów spośród odpowiednich krajowych i transnarodowych produktów i kierunków;

75. podkreśla znaczenie zapewnienia rozwoju zrównoważonej, odpowiedzialnej i dostępnej turystyki, w ramach której pojęcie „inteligentnego kierunku” powinno mieć centralne miejsce w rozwoju kierunku turystycznego, przy jednoczesnym połączeniu aspektów związanych z trwałością, turystyką doznaniową, a także właściwym wykorzystaniem zasobów naturalnych oraz nowych technologii z uwzględnieniem aspektów fizycznej i informacyjno-komunikacyjnej dostępności; jest przekonany, że sieci informacyjne dotyczące projektów ekoturystycznych oferują dobre możliwości wsparcia MŚP, lokalnego zrównoważonego rozwoju, zrównoważonego zatrudnienia i stabilnej gospodarki;

76. wzywa Komisję do przeprowadzenia badania dotyczącego certyfikatów zrównoważoności dla usług ekoturystycznych, w tym analizy dobrowolnych instrumentów oraz tego, które instrumenty odniosły sukces;

77. wzywa do promowania i dalszego rozwoju przyjaznych dzieciom i rodzinom ofert turystycznych, np. poprzez stworzenie europejskiego znaku jakości w turystyce przyjaznej rodzinom;

78. podkreśla znaczenie wspierania programów modernizacji starych obiektów hotelowych w oparciu o kryteria zrównoważonej pod względem środowiskowym turystyki;

79. podkreśla kluczową rolę, jaką europejska turystyka odgrywa w rewitalizacji obszarów wiejskich i miejskich, w procesie zapewniania zrównoważonego rozwoju w wymiarze lokalnym i regionalnym;

80. wzywa do rozwoju zrównoważonych usług turystycznych w tych regionach, które, mając duży potencjał kulturowy i turystyczny, poniosły szkodę na swoim wizerunku z powodu większej koncentracji i rozwoju innych sektorów, w tym sektora przemysłu;

81. podkreśla, że istotne jest, aby działalność turystyczna nie wpływała w sposób negatywny na codzienne życie mieszkańców, a wręcz przeciwnie, powinna w sposób pozytywny i partycypacyjny angażować społeczność mieszkańców w zjawisko turystyki;

Czwartek, 29 października 2015 r.

82. podkreśla, że ochrona dziedzictwa naturalnego i kulturowego oraz bioróżnorodności to cenny kapitał sektora turystyki, a w związku z tym wspiera państwa członkowskie, organy regionalne i przedsiębiorstwa turystyczne w propagowaniu ekoturystyki i przestrzeganiu unijnych przepisów w dziedzinie środowiska przy podejmowaniu decyzji dotyczących projektów infrastrukturalnych oraz przy realizacji tych projektów; wzywa państwa członkowskie do uwzględnienia inicjatyw w zakresie dziedzictwa naturalnego w swoich krajowych i regionalnych strategiach turystycznych;

83. podkreśla znaczenie zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki dla ochrony i promowania regionalnego dziedzictwa naturalnego i kulturowego; jest w związku z tym przekonany, że należy wspierać i promować za pomocą odpowiednich środków regionalne produkty turystyczne i krótkie pobyty;

84. wzywa Komisję i państwa członkowskie do rozwijania sieci zielonych szlaków, obejmującej obszary wiejskie i leśne oraz mniejsze atrakcje przyrodnicze, poprzez uzupełnianie istniejącej sieci transportu o nowe zrównoważone pod względem środowiskowym rozwiązania;

85. podkreśla, że zrównoważona turystyka wędkarska może wносить istotny wkład w gospodarkę obszarów wiejskich Europy; zaznacza, że ta forma turystyki może przetrwać tylko wtedy, gdy zarządzanie zagrożonymi gatunkami ryb żyjącymi w wodach śródlądowych Europy będzie bardziej zrównoważone;

86. zauważa, że agroturystyka jest jedną z najbardziej podstawowych form turystyki alternatywnej w UE i wzywa Komisję do wspierania, we współpracy z państwami członkowskimi, działań mających na celu zapewnienie zachęt do dalszego rozwijania infrastruktury i dostępności w tym sektorze;

87. wzywa Komisję do jeszcze większej promocji lokalnych obszarów i specjalności poprzez zachęcanie do prezentowania charakterystycznych produktów, takich jak produkty rolne i nierolne z chronionym oznaczeniem geograficznym, i zapewnianie ich ochrony;

88. uważa, że regiony znajdujące się w trudnej sytuacji, takie jak wyspy, regiony przybrzeżne i górskie, a zwłaszcza regiony odległe i najbardziej oddalone, często w dużym stopniu zależne są od branży turystycznej i najbardziej odczuwają skutki zmiany klimatu; w związku z tym jest przekonany, że ochrona klimatu powinna stanowić priorytet i powinna być wyraźniej uwzględniana w europejskich, krajowych i regionalnych strategiach politycznych w dziedzinie turystyki i transportu, m.in. poprzez położenie nacisku na racjonalne wykorzystanie energii, energię ze źródeł odnawialnych, zrównoważony transport i zarządzanie odpadami; apeluje do Komisji, by dokonała oceny skutków zmiany klimatu na turystykę w regionach znajdujących się w trudnej sytuacji gospodarczej, środowiskowej i społecznej, a także jej przyszłego wpływu;

89. podkreśla konieczność promowania potencjału turystycznego oddalonych obszarów wiejskich, wyspiarskich, przybrzeżnych i górskich, zachęca do rozwijania zrównoważonej turystyki morskiej w UE oraz wzywa państwa członkowskie do rozwijania zrównoważonej infrastruktury i poprawy połączeń transgranicznych jako sposobu na wzmocnienie ich atrakcyjności i dostępności;

90. podkreśla fakt, że wyspy borykają się z własnymi problemami, w szczególności dotyczącymi połączeń między mniejszymi wyspami a kontynentem i wzywa Komisję do zaproponowania środków mających pobudzić inwestycje w tym obszarze;

91. uważa wprowadzenie w sektorze turystycznym dobrowolnych kontroli środowiskowych mających na celu poprawę jakości środowiska naturalnego za pozytywny wkład sektora i zaleca wyróżnianie tych przedsiębiorstw, które wykazują szczególne zaangażowanie;

92. wzywa właściwe organy i podmioty odpowiedzialne na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym do podjęcia bardziej zdecydowanych działań mających na celu propagowanie sieci szlaków rekreacyjnych, takich jak europejskie sieci szlaków konnych, pieszych i rowerowych oraz trasy pielgrzymek, w połączeniu ze wszystkimi transgranicznymi usługami kolejowymi, w tym szybkimi i nocnymi pociągami; przypomina, że należy również zawsze uwzględniać interoperacyjność z innymi rodzajami transportu; zaleca zniesienie podwyższonych cen za przejazd na odcinkach transgranicznych, które są jedną z barier uniemożliwiających szersze wykorzystywanie kolei przez turystów w strefach przygranicznych;

Czwartek, 29 października 2015 r.

93. uznaje, że zrównoważona turystyka miejska stanowi szybko rozwijający się obszar działalności gospodarczej oraz że polityka w zakresie mobilności i transportu w turystycznych centrach miast powinna być efektywna, zrównoważona i korzystna zarówno dla odwiedzających, jak i dla mieszkańców;
94. popiera rozwój zintegrowanych form transportu multimodalnego dla turystów poprzez stworzenie biletów umożliwiających korzystanie z różnych środków transportu w zależności od potrzeb; podkreśla, że postępy w zakresie zintegrowanej sprzedaży biletów stanowiłyby silną zachętę dla turystyki transgranicznej;
95. podkreśla, że pojazdy elektryczne stanowią bardzo atrakcyjne rozwiązanie w zakresie nowej elastycznej mobilności zarówno dla turystyki wiejskiej, jak i miejskiej oraz że taka oferta mobilności powinna być w zwiększonym stopniu dostępna w miejscowościach wypoczynkowych;
96. podkreśla, jak ważne jest ułatwienie użytkownikom rowerów korzystania z transportu publicznego;
97. zdecydowanie zachęca Komisję do oceny możliwości stworzenia europejskiego systemu wskaźników turystycznych (ETIS) – unijnego instrumentu mającego pomóc kierunkom turystycznym w kontrolowaniu, ocenie i doskonaleniu ich działań, a także zarządzaniu nimi pod względem zrównoważonego rozwoju;
98. wzywa państwa członkowskie do dalszego przekazywania pozytywnych doświadczeń dotyczących zrównoważonego zarządzania turystyką w ramach współpracy międzynarodowej;
99. uważa, że dostępność i przystępność cenowa w turystyce to integralne składniki jej zrównoważoności; potwierdza, że zasada „turystyka dla wszystkich” umożliwi ludziom, zwłaszcza osobom o szczególnych potrzebach (takim jak osoby niepełnosprawne, osoby o ograniczonej możliwości poruszania się, młodzież, osoby starsze, rodziny o niskich dochodach i rodziny z dziećmi), korzystanie z praw obywatelskich, a także zachęca ich do tego; zauważa, że zasada ta musi być punktem odniesienia dla wszelkich krajowych, regionalnych, lokalnych lub europejskich działań związanych z turystyką; wzywa państwa członkowskie do położenia szczególnego nacisku na wykorzystanie nowych technologii przy opracowywaniu koncepcji turystyki dla seniorów i osób z ograniczoną sprawnością;
100. zaleca państwom członkowskim opracowanie jednakowego w całej Europie i przejrzystego systemu oznaczania dostępnych ofert i utworzenie odpowiednich platform internetowych; wzywa Komisję do przedstawienia propozycji zgodnych z tymi zaleceniami;
101. zaleca państwom członkowskim wprowadzenie w sektorze turystyki wymogu powszechnej dostępności jako kryterium przyznania wsparcia w ramach programów rozwoju gospodarczego;
102. podkreśla, że zaufanie konsumentów do przedsiębiorstw świadczących usługi w sektorze turystyki zależy także od tego, czy przedsiębiorstwa zapewniają konsumentom proste, skuteczne i szybkie środki alternatywnego rozstrzygnięcia sporów konsumenckich oraz czy chronią dane osobowe i finansowe konsumentów;
103. uważa, że w celu zapewnienia dostępności turystyki w Europie konieczne jest, aby linie lotnicze położyły kres przewrotnej i często nagminnej praktyce przeznaczania większej przestrzeni dla klasy biznesowej kosztem klasy ekonomicznej;
104. podkreśla wkład społeczeństwa obywatelskiego w promowanie nowych form turystyki za pośrednictwem sieci społecznościowych, organizacji działających na zasadzie wolontariatu, stowarzyszeń kulturalnych i sportowych, obywatelskich grup działania i organizacji reprezentujących młodzież, kobiety i środowiska ekspatriantów;
105. wzywa do większego uznania kluczowej roli wolontariatu w procesie rozwoju i wspierania sektora turystyki poprzez wolontariat kulturalny;
106. wzywa Komisję i państwa członkowskie do zwrócenia uwagi na potencjał gospodarki społecznej w zakresie rozwoju zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki oraz do wsparcia tego potencjału;

Czwartek, 29 października 2015 r.

107. uważa, że turystyka ma istotną wartość społeczną dla młodzieży, pracowników i emerytów; wzywa państwa członkowskie do korzystania z funduszy UE w celu rozwijania turystyki zdrowotnej i rekreacyjnej;

108. podkreśla, że trwający w Europie kryzys imigracyjny dotyka w szczególności obszary nadmorskie, gdzie turystyka jest ważnym elementem kształtowania dochodów mieszkańców; wzywa Komisję do opracowania raportu o wpływie, jaki na branżę turystyczną wywołuje niekontrolowany napływ imigrantów do Unii Europejskiej;

Gospodarka dzielenia się

109. z zadowoleniem przyjmuje możliwości, jakie gospodarka dzielenia się przyniosła przedsiębiorstwom typu start-up oraz innowacyjnym firmom w sektorze turystyki; dostrzega uzupełniający charakter tych usług wobec innych usług turystycznych pod względem ich lokalizacji i grupy osób, do której są adresowane;

110. przypomina, że gospodarka dzielenia się lub wspólna konsumpcja to nowy model społeczno-gospodarczy, który ukształtował się dzięki rewolucji technologicznej i internetowi łączącemu ludzi przez platformy internetowe, gdzie można prowadzić handel towarami i usługami w bezpieczny i przejrzysty sposób;

111. podkreśla, że obowiązujące przepisy nie są dostosowane do gospodarki dzielenia się i z tego powodu instytucje samorządowe i krajowe rozpoczęły badanie takich platform internetowych i próbują regulować ich wpływ, często stosując nieproporcjonalne środki w obrębie Unii; wzywa Komisję, aby we współpracy z państwami członkowskimi dokonała analizy najlepszych inicjatyw podejmowanych na poziomie europejskim, krajowym, regionalnym i lokalnym; zaleca rozważenie utworzenia odpowiednich ram regulacyjnych w ramach ogólnej strategii UE dotyczącej jednolitego rynku cyfrowego;

112. podkreśla, że zanim środki regulacyjne zostaną podjęte, należy najpierw dokonać analizy reakcji na rozwój gospodarki dzielenia się; uważa jednak, że każde działanie ze strony organów publicznych musi być proporcjonalne i elastyczne, aby zapewnić ramy regulacyjne, które zagwarantują równe warunki działania dla przedsiębiorstw, a zwłaszcza stworzą przyjazne i pozytywne środowisko biznesowe dla MŚP oraz dla innowacji w przemyśle; uważa ponadto, że z uwagi na ochronę konsumentów regulacje w zakresie bezpieczeństwa i zdrowia mające zastosowanie do tradycyjnego sektora turystyki powinny mieć także zastosowanie do usług świadczonych komercyjnie w gospodarce dzielenia się;

113. podkreśla, że działalność organizatorów musi zostać właściwie zaklasyfikowana w celu wyraźnego odróżnienia dzielenia się ad hoc i stałego od profesjonalnych usług biznesowych, do których zastosowanie powinny mieć odpowiednie uregulowania;

114. podkreśla również, że platformy muszą być w pełni dostępne oraz że konsumenci korzystający z takich stron muszą być prawidłowo informowani, a nie wprowadzani w błąd, a ich dane muszą być chronione; podkreśla znaczenie możliwego do zrealizowania przejrzystego systemu wystawiania opinii, a także zapewnienia, aby usługodawcy nie karali klientów za wystawienie negatywnej opinii;

115. podkreśla, że przedsiębiorstwa technologiczne działające jako pośrednicy powinny informować swoich usługodawców o spoczywających na nich obowiązkach, szczególnie w zakresie ochrony praw konsumentów, a także rzetelnie i w przystępny sposób informować o wszystkich opłatach i ukrytych kosztach związanych z prowadzeniem działalności oraz o tym, czego wymaga przestrzeganie lokalnych przepisów, szczególnie w zakresie prawa podatkowego i przestrzegania norm w dziedzinie bezpieczeństwa konsumentów, a także warunków pracy osób świadczących usługi turystyczne;

116. apeluje do Komisji o dokonanie oceny ekonomicznych i społecznych skutków gospodarki dzielenia się oraz jej wpływu na branżę turystyczną, konsumentów, przedsiębiorstwa technologiczne i organy publiczne, a także o zdawanie Parlamentowi sprawozdań z wyników realizacji podjętych już inicjatyw, w tym działalności grupy roboczej powołanej przez DG GROW;

Czwartek, 29 października 2015 r.

Digitalizacja

117. wzywa Komisję, by wspólnie z przedstawicielami branży i stowarzyszeniami turystycznymi opracowała rozsądny plan realizacji inicjatyw skupiających się na szerszym zakresie innowacji (procesy, ICT, badania), a także na wymaganych umiejętnościach w celu zachęcania przedsiębiorstw działających w sektorze podróży i turystyki do przyjęcia narzędzi cyfrowych i ich skuteczniejszego wykorzystania; uważa, że Komisja mogłaby podjąć wzmożone wysiłki, aby rozpowszechnić najlepsze praktyki w tym obszarze;

118. z zadowoleniem przyjmuje uruchomioną przez Komisję platformę turystyki cyfrowej i jej cele w zakresie (i) rozwoju potencjału innowacyjności i digitalizacji MŚP z branży turystyki w celu pobudzenia sektora turystyki, oraz (ii) opracowania propozycji na temat sposobów dostosowania i kształtowania zrównoważonych, konkurencyjnych i skoncentrowanych na konsumencie strategii politycznych ukierunkowanych na dalszy rozwój sektora turystyki; zachęca do wykorzystania innowacyjnych technologii, upowszechniania najlepszych praktyk i pogłębiania współpracy na szczeblu regionalnym, tak aby podnieść atrakcyjność i konkurencyjność europejskiego sektora turystyki; jest zdania, że promowanie e-uczenia się, a także zwiększone możliwości wykorzystania technologii cyfrowych, przyczynią się w jeszcze większym stopniu do przybliżenia tego celu;

119. jest świadomy faktu, że MŚP (z których większość to mikroprzedsiębiorstwa) i przedsiębiorstwa typu start-up w sektorze turystyki borykają się z poważnymi trudnościami związanymi z promowaniem swoich usług za granicą i z dostosowywaniem się do szybko zmieniających się warunków rynkowych; zauważa, że nowe narzędzia IT, takie jak opracowany przez Komisję portal biznesowy w dziedzinie turystyki, a także seminaria internetowe mogą pomóc im w czerpaniu korzyści z możliwości cyfrowych; podkreśla, że udostępnienie portalu biznesowego w dziedzinie turystyki we wszystkich językach państw członkowskich dodatkowo zwiększyłoby korzyści terytorialne płynące z takich działań; zachęca do podejmowania podobnych inicjatyw na szczeblu lokalnym, regionalnym i krajowym;

120. wzywa Komisję, by w dalszym ciągu wspierała współpracę między publicznymi i prywatnymi zainteresowanymi stronami w sektorze podróży i turystyki w celu ułatwienia poszukiwania oraz przyjmowania rozwiązań cyfrowych przez europejskie przedsiębiorstwa; podkreśla w szczególności potrzebę lepszej koordynacji między publicznymi urzędami turystyki na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym, organizatorami turystyki, sektorem usług hotelarskich oraz branżą internetową;

121. wzywa Komisję do udzielenia pomocy sektorowi w zakresie tworzenia narzędzi, które umożliwią monitorowanie kierunków podróży odwiedzających, poznanie ich profili oraz śledzenie ich mobilności w celu zapoznania się z ich zainteresowaniami i opracowania odpowiednich produktów, a także do tworzenia narzędzi oferujących kierunki „à la carte” lub monitorowania sieci w celu poznania opinii osób odwiedzających;

122. oczekuje, że Komisja sporządzi kompleksowe sprawozdanie obejmujące ocenę aktualnego stanu digitalizacji unijnego rynku turystyki, by określić wyzwania i szanse dla różnych podmiotów prywatnych i publicznych na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym, a także stawić czoła tym wyzwaniom i szansom; uważa, że takie sprawozdanie powinno obejmować stosowne zalecenia, aby zapewnić sprawiedliwą konkurencję i równe warunki działania dla wszystkich podmiotów, a także w celu ochrony konsumentów poprzez zapewnienie przejrzystości, neutralności i dostępności;

123. zauważa wzrost liczby przypadków bezpośredniego zamawiania przez użytkowników usług turystycznych przez internet i ryzyko, jakie może to oznaczać dla konsumenta, który wielokrotnie nie zna swoich praw ani mającego zastosowanie prawa; zwraca się do Komisji o szczegółowe badanie ewentualnych nadużyć, do których może dochodzić w tej dziedzinie, w szczególności w przypadku połączonych zakupów od różnych usługodawców (przykładowo biletu lotniczego i wynajmu samochodu), oraz o dostosowanie i rozwinięcie przy okazji kolejnego przeglądu dyrektywy w sprawie zorganizowanych podróży tego typu nowych sposobów zamawiania usług;

124. z zadowoleniem przyjmuje wyniki negocjacji trójstronnych na temat zmienionej dyrektywy w sprawie zorganizowanych podróży; wzywa do jej rychłej aktualizacji oraz skutecznej transpozycji i realizacji w celu transformacji sektora oraz ochrony konsumentów w środowisku cyfrowym;

Czwartek, 29 października 2015 r.

125. wzywa Komisję do ukierunkowania na nowo funduszy i programów w celu lepszego wspierania digitalizacji europejskich biur podróży;

126. wzywa Komisję do dopilnowania, by przewoźnicy i organizatorzy turystyki zapewnili usługodawcom sprawiedliwy i równy dostęp do właściwych danych w celu ułatwienia uruchomienia cyfrowych multimodalnych usług informacyjnych i zakupu biletów; dostrzega znaczenie inteligentnych systemów transportowych dla zapewnienia w czasie rzeczywistym precyzyjnych danych o ruchu i podróży do celów opracowania zintegrowanych usług w zakresie mobilności z korzyścią dla rozwoju turystyki europejskiej;

127. wzywa państwa członkowskie do określenia i wsparcia ogólnoeuropejskich inicjatyw propagujących wykorzystanie infrastruktury cyfrowej oraz interoperacyjność różnych platform; w związku z tym apeluje do państw członkowskich o zapewnienie bezpłatnego dostępu do sieci Wi-Fi w regionach turystycznych oraz o zniesienie, zgodnie z podjętą decyzją, opłat roamingowych do dnia 15 czerwca 2017 r., a także zaniechanie blokowania geograficznego;

128. wzywa państwa członkowskie i władze lokalne do wyposażenia dworców, przystanków do wsiadania i wysiadania oraz węzłów przesiadkowych zarówno w punkty informacji obsługiwane przez kompetentnych pracowników, którzy mogą udzielić informacji na temat głównych kierunków, środków transportu i obiektów turystycznych, jak i w wielojęzyczne cyfrowe systemy informacyjne z bezpłatnym i nieograniczonym dostępem do sieci Wi-Fi, przystosowane również do potrzeb osób niepełnosprawnych;

129. podkreśla, że podróżni, rezerwując noclegi lub środki transportu przez internet, wciąż muszą liczyć się z odmiennymi cenami i warunkami; w związku z tym z zadowoleniem przyjmuje komunikat Komisji pt. „Strategia jednolitego rynku cyfrowego dla Europy”; wzywa Komisję do przyjęcia kompleksowego wniosku zmierzającego do położenia kresu nieusprawiedliwionemu blokowaniu geograficznemu dostępu do towarów, usług i najkorzystniejszej dostępnej ceny w zależności od położenia geograficznego lub kraju zamieszkania;

130. wzywa państwa członkowskie do promowania dostępu do szybkich sieci szerokopasmowych jako priorytetowego działania na obszarach odległych i najbardziej oddalonych, takich jak wyspy oraz obszary przybrzeżne, górskie i wiejskie, w celu wzmocnienia rozwoju przedsiębiorstw turystycznych i zmniejszenia przepaści cyfrowej w UE;

131. wzywa państwa członkowskie oraz zainteresowane podmioty do opracowania we wszystkich obszarach sektora turystyki – zwłaszcza w dziedzinie digitalizacji – skutecznych środków zapobiegających niedoborowi wykwalifikowanej siły roboczej;

132. jest zaniepokojony tym, że wiele gospodarczych korzyści dystrybucji online nie jest uzyskiwanych w Europie; jest zdania, że europejskie rządy powinny uczynić więcej, by wzmocnić przedsiębiorczość oraz, w szczególności, ukierunkowane na technologie rozwiązania w Europie;

o

o o

133. zobowiązuje swojego przewodniczącego do przekazania niniejszej rezolucji Radzie oraz Komisji.
