



*Comitato economico e sociale europeo*

**INT/529**

**Nuovo quadro politico per il  
turismo europeo**

Bruxelles, 4 marzo 2011

**PARERE**

della sezione specializzata Mercato unico, produzione e consumo  
in merito alla

**Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico  
e sociale europeo e al Comitato delle regioni - L'Europa, prima destinazione turistica mondiale -  
un nuovo quadro politico per il turismo europeo**

COM(2010) 352 definitivo

\_\_\_\_\_  
Relatore: **GKOFAS**  
\_\_\_\_\_

Amministratrice: Roxana MALITI

**Gruppo di studio:**

Nuovo quadro politico per il  
turismo europeo

**Presidente:** MENDOZA (ES-II)

**Relatore:** GKOFAS (EL-III) (art. 62 - PALMGREN)

**Membri:**

BOYLE (UK-II)

BURNS (UK-I)

ESPUNY MOYANO (ES-I)

GAJDOSIK (AT-III)

HEINISCH (DE-III)

MALOSSE (FR-I) (art. 62 - HUVELIN)

MORDANT (BE-II)

PELTOLA (FI-I)

POLYZOGOPOULOS (EL-II)

SHARMA (UK-I) (art. 62 - MORGAN)

SIBIAN (RO-III) (art. 62 - HOFFELT)

SIECKER (NL-II)

STERN (SK-III)

**Esperto:**

Grigoris KOUTRAKIS (per il relatore) (EL)

La Commissione europea, in data 30 giugno 2010, ha deciso, conformemente al disposto dell'articolo 304 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, di consultare il Comitato economico e sociale europeo in merito alla:

*Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni - L'Europa, prima destinazione turistica mondiale - un nuovo quadro politico per il turismo europeo*  
COM(2010) 352 definitivo.

La sezione specializzata Mercato unico, produzione e consumo, incaricata di preparare i lavori del Comitato in materia, ha formulato il proprio parere in data 4 marzo 2011.

Alla sua ...a sessione plenaria, dei giorni ... (seduta del ...), il Comitato economico e sociale europeo ha adottato il seguente parere con ... voti favorevoli, ... voti contrari e ... astensioni.

\*

\* \*

## 1. Conclusioni e raccomandazioni

1.1 Il Comitato economico e sociale europeo (CESE) concorda con la Commissione europea riguardo ai quattro assi attorno ai quali riunire le azioni in materia di turismo:

- a) stimolare la competitività del settore turistico in Europa;
- b) promuovere lo sviluppo di un turismo sostenibile, responsabile e di qualità;
- c) consolidare l'immagine e la visibilità dell'Europa come insieme di destinazioni sostenibili e di qualità;
- d) massimizzare il potenziale delle politiche e degli strumenti finanziari dell'UE per lo sviluppo del turismo.

1.2 La Commissione individua una serie di sfide che il settore turistico europeo deve affrontare, sfide che sono emerse o si sono aggravate negli ultimi anni. Tuttavia, le principali sfide rimaste invariate nel corso degli anni sono: la stagionalità del settore, il fatto che il turismo non sia considerato, nella pratica, come un'importante industria in crescita; le condizioni di lavoro precarie per i lavoratori del settore; la disoccupazione strutturale nelle imprese turistiche; il mancato accesso delle PMI a finanziamenti adeguati per rispondere al processo costante di trasformazione e sviluppo dell'industria turistica; l'innovazione nel settore. È indispensabile che la Commissione affronti le suddette sfide. In numerosi pareri il CESE ha sottolineato l'importanza di tenere conto di tali questioni, indicando le misure da adottare.

1.3 Il CESE riconosce che la creazione di un organismo europeo per la promozione del turismo e delle destinazioni europee sarebbe utile per sostenere questa industria in crescita. Tale organismo potrebbe realizzare azioni specifiche del quadro politico e affrontare priorità quali la promozione delle destinazioni europee, la vendita e la promozione incrociata di tali destinazioni, lo sviluppo dei mercati di nicchia e una pubblicità più mirata del "prodotto Europa" presso il pubblico europeo.

1.4 Uno dei vantaggi competitivi offerti dall'UE rispetto ad altre destinazioni mondiali è la sicurezza. Il CESE ritiene che l'UE dovrebbe trarre profitto da questo vantaggio e rafforzarlo ulteriormente. A tal fine propone di creare una linea telefonica europea per assistere i turisti che si trovano in situazioni di emergenza all'estero.

1.5 Occorre sviluppare ulteriormente delle tipologie specifiche di turismo, ossia il turismo sociale, culturale, enologico, agricolo, sportivo, sanitario, ecc. Il quadro politico richiederebbe quindi, in pratica, di sviluppare e sostenere queste diverse nicchie di mercato.

1.6 L'obbligo di visto crea dei problemi ai paesi non-Schengen. Il CESE invita pertanto la Commissione ad adottare misure specifiche per risolvere tale problema, che costituisce un impedimento per il turismo in Europa.

1.7 Il CESE esorta la Commissione ad istituire una certificazione comune europea per la formazione professionale turistica, che coprirebbe sia i dipendenti che i lavoratori autonomi. Il CESE reputa necessario che la formazione impartita in tale ambito non soltanto sia riconosciuta in tutta l'UE ma sia anche di alto livello per formare veramente dei professionisti del settore.

1.8 Il CESE sottolinea che non esiste una soluzione universale in materia di turismo e riconosce che diverse destinazioni hanno esigenze differenti e attirano diverse nicchie di mercato. Il quadro per il turismo deve quindi tenere conto delle caratteristiche specifiche e adottare un approccio su misura, ad esempio, per le regioni periferiche, per quelle situate sulla terraferma, per le zone costiere, le aree rurali, ecc.

1.9 Il CESE riconosce che il turismo è uno strumento importante per promuovere il valore europeo e la diversità in Europa. Per questo motivo, la politica turistica dovrebbe essere considerata come un mezzo per comunicare in modo ancora più approfondito i valori dell'Europa e la sua natura multiculturale.

1.10 Il CESE ribadisce altresì che il turismo non dovrebbe essere visto come una politica a sé stante, bensì come una tematica orizzontale che subisce l'influsso delle varie altre politiche dell'UE, ossia quelle in materia di trasporti, istruzione, occupazione, ricerca e innovazione, cambiamenti climatici, mercato interno, sicurezza, consumatori, ecc. Pertanto, in realtà, la politica turistica non è una competenza esclusiva della DG Imprese ma è un tema che va affrontato in modo trasversale nelle diverse politiche dell'UE.

1.11 L'obiettivo è creare, conseguire e realizzare una programmazione strategica per una politica europea comune del turismo, in modo da favorire la competitività sostenibile in questo campo, integrando al tempo stesso l'azione degli Stati membri. Ciononostante, data la grande diversità degli Stati membri, ciascun paese dovrà presentare una programmazione strategica delle proprie politiche nazionali in materia di turismo che preveda azioni specifiche per ciascuna regione da realizzare in una prospettiva almeno decennale.

## **2. Introduzione**

2.1 Il turismo è un'attività economica di primo piano, che esercita un impatto decisamente positivo sulla crescita economica e l'occupazione in Europa e costituisce un elemento importante della vita dei cittadini europei. Il turismo illustra in modo esemplare la necessità di conciliare crescita economica e sviluppo sostenibile.

2.2 Il turismo europeo ha vissuto di recente una situazione economica difficile a causa della crisi economica e finanziaria, che dal 2008 ha avuto ripercussioni su tutte le economie europee, con effetti tangibili sulla domanda di prestazioni turistiche. L'Europa deve tuttavia restare la prima destinazione turistica al mondo e deve poter trarre vantaggio dalla ricchezza e dalla diversità delle regioni che la compongono, anche se ormai da anni non elabora una politica turistica comune.

2.3 La Commissione europea intende favorire un approccio coordinato alle iniziative in materia di turismo e definire un nuovo quadro d'azione per rafforzare la competitività di tale settore e la sua capacità di crescere in modo sostenibile. Per conseguire gli obiettivi previsti, tuttavia, essa deve precisare le proprie proposte, sfruttando le competenze dell'UE relative alla collaborazione e all'attuazione della politica turistica.

2.4 Il nuovo quadro giuridico offre una vera opportunità per realizzare tali azioni, di cui beneficeranno tutti i paesi dell'UE dal momento che ciascuno di essi, in misura diversa, ha interesse a sviluppare il proprio potenziale turistico.

2.5 Il CESE sottolinea che un gran numero di iniziative politiche europee producono ripercussioni dirette o indirette sul turismo. La Grecia, ad esempio, pur non essendo direttamente interessata dalla chiusura dello spazio aereo europeo dovuta alla nuvola di cenere vulcanica nella primavera 2010, ha comunque registrato un calo dell'attività turistica per via di pubblicazioni economiche che hanno creato un clima negativo rispetto alla scelta di tale paese come destinazione turistica.

## **3. Osservazioni specifiche e commenti a sostegno delle conclusioni**

3.1 L'Unione europea deve dare un contributo a queste azioni e favorire la definizione di una politica volontaristica intesa ad accelerare la crescita e a creare le condizioni per migliorare il suo potere di attrazione turistica. L'elaborazione di una programmazione comune che preveda azioni precise non deve più essere effettuata dalla Commissione, bensì da un altro organo, di cui facciano parte gli

operatori turistici, le regioni, gli uffici nazionali del turismo, grazie ad una politica che non faccia discorsi fumosi o tenda a riesumare idee ormai vecchie.

3.2 È essenziale istituire un organismo europeo per la promozione e la pubblicità del turismo che coordini le diverse azioni e realizzi, com'è naturale, le proposte di cui sopra. Lo stesso organismo dovrà favorire una politica promozionale comune in armonia con la programmazione strategica di ciascuno Stato membro in materia di pubblicità. Ad esempio, dovrà promuovere, da un lato, la pubblicazione di mappe stampate comuni di itinerari che attraversano più paesi con indicazioni chiare dei percorsi, contenenti le proposte e informazioni di cui sopra e, dall'altro, l'inserimento di tutte queste informazioni su carte elettroniche e GPS. L'organismo in questione dovrà anche preoccuparsi di armonizzare la promozione delle destinazioni intraeuropee da parte dei grandi *tour operator*. Essa dovrà garantire che questi ultimi non vendano destinazioni extraeuropee sfruttando in modo opportunistico gli svantaggi e le debolezze degli Stati membri o li costringano a svendite forzate.

3.3 Come qualsiasi altro settore economico, l'industria del turismo deve far fronte a una concorrenza mondiale sempre più vivace, con i paesi emergenti o in via di sviluppo che attirano un numero crescente di turisti. Per rispondere a questa concorrenza, l'Europa deve proporre un'**offerta turistica** sostenibile e **di qualità puntando sui propri vantaggi comparativi**, come la sicurezza in termini di spostamenti, soggiorno, transazioni, circuiti, controllo di polizia, rispetto della legge e dell'ordine, diritti dei cittadini, assistenza sanitaria, prevenzione delle malattie contagiose, quadro giuridico, ecc.

3.4 Tali vantaggi dell'UE rispetto ad altre destinazioni - nel momento in cui il turista sceglie la meta del proprio viaggio - si danno spesso per scontati, mentre non lo sono e svolgono invece un ruolo importante quando si tratta di optare o meno per una determinata destinazione. Tutti questi aspetti andrebbero evidenziati in quanto danno ai turisti un senso di sicurezza e non si ritrovano in quasi nessun'altra delle principali destinazioni turistiche al mondo.

3.5 Il CESE propone di sviluppare e/o rafforzare la cooperazione tra l'UE e i paesi del gruppo Cina, Russia, India, Brasile e Giappone, nonché con i paesi del Mediterraneo, allo scopo di individuare le modalità migliori per una presentazione comune del prodotto turistico europeo, promuovendo questa immagine sui mercati mondiali, soprattutto in paesi come gli Stati Uniti o quelli citati in precedenza, tramite iniziative congiunte con gli Stati membri.

3.6 Occorre sviluppare l'imprenditorialità e l'innovazione, rafforzare la qualità dei prodotti (perché siano veramente europei) e dei servizi offerti, migliorare le competenze professionali nel settore e attestarle obbligatoriamente mediante certificati di formazione comuni riconosciuti in tutta l'UE, limitare la stagionalità e le forti fluttuazioni della domanda, diversificare l'offerta turistica e migliorare infine i metodi di analisi e di valutazione dei dati statistici, tenendo conto al tempo stesso dei fattori che esistono o si applicano ai paesi in via di sviluppo o in Asia. Occorre altresì creare un sito Internet sul turismo che elenchi e pubblicizzi tutte le destinazioni nei diversi Stati membri dell'UE. Dato che le piccole e medie imprese (PMI) costituiscono la maggioranza delle imprese impegnate in questo settore, è necessario sfruttare il loro dinamismo e assisterle economicamente nello sviluppo della loro attività, tenuto conto del loro contributo alla conservazione del patrimonio culturale e allo sviluppo

delle comunità locali. Sono proprio le PMI che assorbono la disoccupazione primaria (migranti economici, persone prive di formazione), riducendola in misura significativa. Al tempo stesso queste imprese impiegano una gran parte della popolazione attiva e pongono un freno alla criminalità.

3.7 La politica del turismo è caratterizzata dalla sua natura trasversale. Essa influisce in particolare sulla politica dei trasporti (diritti e sicurezza dei passeggeri e qualità dei trasporti), sugli aiuti di Stato, sul mercato interno (libertà di stabilimento e di prestazione dei servizi connessi al turismo, promozione della qualità dei servizi, sviluppo del commercio elettronico) e sulla fiscalità (ostacoli di natura fiscale al corretto funzionamento del mercato interno, trattamento fiscale delle PMI del settore turistico, agevolazioni fiscali).

3.8 Il CESE approva l'idea di promuovere un meccanismo di scambi turistici volontari tra Stati membri, che consenta in particolare ad alcuni gruppi specifici, come i giovani, gli anziani, le persone con mobilità ridotta e le famiglie a basso reddito, di viaggiare soprattutto durante la bassa stagione, e migliorando, al tempo stesso, il coordinamento delle vacanze scolastiche tra gli Stati membri. I paesi le cui economie non sono orientate verso il settore del turismo dovranno favorire quelli che invece puntano su questo settore, promuovendo tra i loro cittadini le destinazioni intraeuropee. Le compagnie aeree europee dovranno rendersi conto che non favoriscono il turismo e il mercato interno quando offrono ai cittadini del Nord Europa biglietti per paesi asiatici a tariffe spesso più vantaggiose di quelli per destinazioni situate nell'Europa sudorientale.

3.9 Il CESE ritiene necessario elaborare una specifica politica comune, di impronta innovatrice, mirata alla fascia d'età degli ultra 65enni e alle persone con esigenze specifiche allo scopo di attrarre questi gruppi sociali, offrendo un prodotto turistico concepito appositamente, ma anche servizi che prevedano la formazione dei lavoratori a contatto con essi. Dal momento che gli individui appartenenti a questa fascia della popolazione spesso dispongono sia di potere d'acquisto che di tempo libero, oltre a rappresentare un potenziale di mercato particolarmente significativo, l'UE dovrà promuovere in particolare la politica comune ad essi destinata.

3.10 **L'introduzione dell'innovazione** nell'industria turistica con la creazione di una piattaforma dell'UE su Internet renderà il turismo europeo automaticamente più competitivo e accessibile. L'applicazione senza impedimenti dei programmi europei, nonché una maggiore fluidità consentiranno agli operatori turistici di ricorrere alle nuove tecnologie (prenotazione on-line) e di trarre vantaggio dalle iniziative innovatrici.

3.11 Il CESE ritiene che occorra incoraggiare la cooperazione - a livello UE, ossia tra Stati membri, ma anche su scala internazionale - tra destinazioni, rappresentanti dell'industria turistica e operatori del settore pubblico e privato. Vanno creati i presupposti per una procedura semplificata di rilascio di un visto europeo comune allo scopo di attrarre turisti provenienti da paesi che non appartengono allo spazio Schengen. I turisti dovranno avere la possibilità di muoversi all'interno dei paesi dell'UE e andranno semplificati in questo senso i regolamenti e le direttive.

3.12 La Commissione ritiene che vada garantita una maggiore visibilità turistica rafforzando e promuovendo, in quanto prodotto turistico europeo, gli itinerari culturali, la creazione culturale contemporanea, i siti naturali protetti, tutelando e valorizzando gli edifici e le imprese tradizionali, il turismo legato al benessere e alla salute (compreso il turismo termale), il turismo d'istruzione, il turismo enogastronomico, storico o religioso, il turismo rurale o che valorizza il patrimonio marittimo, con particolare enfasi sulle tradizioni culturali e sulla gastronomia (ristoranti tradizionali e aziende strettamente legate alla storia locale) che vanno pertanto tutelate, e non da ultimo il patrimonio culturale subacqueo. Il CESE osserva che nella comunicazione della Commissione non si fa mai riferimento alle modalità di realizzazione delle azioni di cui sopra né, in particolare, alle priorità, né - naturalmente - al piano con cui dovrebbero essere realizzate da parte di ciascuno Stato membro, tenendo conto delle regioni, al fine di dar vita a una politica europea del turismo. Inoltre non è previsto uno sforzo pubblicitario comune, che sarebbe invece necessario.

3.13 Il CESE condivide l'idea di creare un *marchio del patrimonio culturale europeo* a cui propone di associare un *marchio del patrimonio gastronomico europeo* con, al tempo stesso, una valutazione e il conferimento di stelle secondo un sistema comune armonizzato e la certificazione dei luoghi di ristorazione, mediante il ricorso - secondo criteri appropriati - ai vari programmi nazionali ed europei, parallelamente ad altre azioni come le Giornate europee del patrimonio e il premio dell'Unione europea per il patrimonio culturale. Il CESE propone inoltre di armonizzare il sistema di assegnazione delle "stelle" e la certificazione degli alberghi nell'UE.

3.14 La correlazione tra gastronomia, ristorazione e turismo fornisce un'alternativa chiara per un turismo di qualità, a motivo del contatto diretto che esiste tra la gastronomia offerta da ciascuno Stato membro e il turista, che in questo modo è in grado di distinguere il servizio ottenuto. I turisti che percorrono l'Europa mossi da interessi gastronomici sono in continuo aumento. La cucina diventa così uno strumento di promozione delle materie prime europee e dei piaceri della tavola. È indispensabile promuovere gli alimenti e le bevande, le ricette e le "strade del cibo e del vino", favorendo le collaborazioni coordinate che offrono forme alternative di valore aggiunto per consolidare il rapporto tra alimentazione e turismo.

3.15 **La formazione dei lavoratori del settore turistico** costituisce di certo il maggior investimento per il turismo europeo, e in particolare per le PMI. A seguito dell'introduzione di nuove tecnologie e di nuovi metodi di lavoro, molti datori di lavoro hanno incontrato delle difficoltà nella ricerca di personale qualificato. L'estensione dei programmi UE di perfezionamento e formazione ai lavoratori del settore turistico, così come si è fatto per altri ambiti, costituisce un'azione positiva destinata a facilitare l'adattamento ai nuovi dati tecnologici che caratterizzano il settore. Occorre mettere a punto un certificato paneuropeo di formazione professionale, che sia fondato su "imperativi" comuni e possa essere utilizzato in modo autonomo e indipendente pur facendo riferimento alle qualifiche nazionali esistenti. Per il settore turistico, il conseguimento di una formazione professionale certificata deve diventare obbligatorio.

3.16 Il CESE concorda pienamente con l'idea di sostenere la formazione degli operatori del settore turistico allo scopo di accrescere il valore dei servizi offerti. È indispensabile integrare nei programmi



formativi l'acquisizione e lo sviluppo di competenze comportamentali, nonché l'apprendimento obbligatorio delle lingue straniere da parte del personale impiegato nel settore turistico, senza mai dimenticare le caratteristiche culturali, prevedendo al tempo stesso il rilascio di certificati di formazione professionale sotto la supervisione del Cedefop.

3.17 Il CESE ritiene al pari della Commissione che il turismo possa contribuire anche ad altre iniziative faro, tra cui in particolare *Un'agenda digitale europea* e *Un'agenda per nuove competenze e nuovi posti di lavoro*. Inoltre, lo sviluppo, la messa in evidenza e il sostegno ad una politica del turismo più attiva, fondata in particolare sul pieno esercizio e sulla promozione delle libertà garantite dai Trattati, possono contribuire significativamente al rilancio del mercato unico.

3.18 Il CESE ritiene che si debba tener debito conto del fatto che la politica dell'*all-inclusive* (tutto compreso) attuata da numerose aziende in tanti Stati membri finisce per produrre risultati diametralmente opposti a quelli attesi. È purtroppo evidente l'aggravarsi dei problemi per le PMI situate in prossimità di club che adottano la formula *all-inclusive* o dei grandi complessi alberghieri.

3.19 L'aspra concorrenza tra i grandi *tour operator* stranieri, da un lato, e gli alberghi che offrono "pacchetti" per riempire le stanze disponibili ha condotto a un abbassamento della qualità dei servizi offerti, il che si traduce anche nel discredito, all'estero, di determinate mete turistiche. Di fronte a queste pressioni, le PMI sono costrette ad operare sotto costo e vanno in perdita o in fallimento.

3.20 Il sistema *all-inclusive* non va rifiutato "in blocco" in quanto risponde forse alle esigenze di una certa fetta di turisti, ma va applicato in modo controllato e sulla base di fondi propri, escludendo gli aiuti di Stato. È necessaria una distribuzione per quanto possibile ampia delle entrate prodotte dal turismo, anche "intorno", quindi, agli alberghi di lusso. Il visitatore deve poter scegliere quanto consumerà all'interno o all'esterno dell'albergo, una libertà, questa, che viene eliminata dalla pratica dell'*all-inclusive*.

3.21 Particolarmente significativo è **l'intreccio di azioni riguardanti la base di conoscenza del settore turistico** in Europa. La raccolta strutturata di **dati statistici** non soltanto consentirà di informare e di effettuare scelte razionali, ma incoraggerà anche la collaborazione interdisciplinare tra studiosi e ricercatori e lo scambio di vedute e di esperienze. Il monitoraggio statistico dell'economia turistica dell'UE è carente in quanto diversi paesi non si preoccupano di raccogliere, trattare e presentare i dati in tempo utile. L'UE deve pertanto occuparsi della questione e introdurre l'obbligo di perseguire gli obiettivi, prevedendo delle sanzioni in caso di adempienza.

3.22 **La stagionalità del turismo** che deriva da una domanda turistica eccessivamente concentrata nei mesi di luglio e agosto limita le potenzialità di sviluppo del settore e i loro effetti sull'economia nel suo complesso; la stagionalità incide di conseguenza sui flussi di entrate e comporta un utilizzo non ottimale delle infrastrutture esistenti e del personale. Le azioni che valorizzano non solo il personale, ma anche le infrastrutture in bassa stagione favoriranno la creazione di un potenziale umano più attivo e produttivo, mentre il coordinamento effettuato per consentire l'utilizzo delle infrastrutture a determinati gruppi sociali o alle scuole, anche nei periodi "morti", servirà ad allungare

di molto il periodo turistico, con tutti i vantaggi che ciò comporta. Una migliore distribuzione, nel corso dell'anno, delle vacanze dei dipendenti pubblici tramite il ricorso ad incentivi appropriati contribuirà in modo determinante all'attenuazione della stagionalità. Un migliore impiego delle infrastrutture turistiche esistenti e del personale in bassa stagione potrebbe permettere alle imprese di migliorare l'utilizzo delle loro infrastrutture e la loro produttività, grazie ad una manodopera più stabile e più motivata. Un primo passo in questa direzione è stato compiuto grazie all'iniziativa Calypso.

3.23 Il turismo è un'attività che modifica progressivamente il funzionamento dell'ambiente naturale e della società locale. Esso, inoltre, modifica le modalità d'uso e talvolta trasforma i paesaggi. La Commissione ritiene che il turismo sia un grande consumatore di risorse naturali e produca un importante quantitativo di rifiuti, fino spesso a superare le capacità degli ecosistemi. Da parte sua, il CESE ritiene che il turismo consideri l'ambiente come un elemento importante e abbia tutte le ragioni per proteggerlo e valorizzarlo. Non è certo il turismo che distrugge i paesaggi ed esaurisce le risorse, bensì la cattiva programmazione e l'incapacità di realizzare una politica razionale in questo campo. È infatti il turismo che ha messo in luce e valorizzato intere zone prima considerate come "luoghi da evitare", come i *Docks* di Londra, la spiaggia di Barcellona nei pressi del porto e altre ancora, al tempo stesso offrendo lavoro a milioni di cittadini dell'UE.

3.24 Le azioni previste dalla Commissione per diversificare il prodotto turistico tengono conto della dinamica propria a tale settore, in quanto industria direttamente legata alla persona e alle sue molteplici esigenze. Il sostegno del turismo alternativo tramite una promozione più sistematica condurrà automaticamente a una migliore valorizzazione delle caratteristiche naturali locali e dei vantaggi comparativi di ciascuna regione.

3.25 Inoltre l'UE deve rispondere a problematiche riguardanti la società come pure la coesione territoriale e la sua protezione.

3.26 Infine, **le azioni volte a rafforzare la mobilitazione delle risorse finanziarie** dell'UE a favore dello sviluppo del turismo libereranno il potenziale del settore dando priorità alle regioni che sono interessate dal fenomeno della deindustrializzazione dell'economia e hanno prospettive in campo turistico.

3.27 Il turismo marittimo e costiero riveste particolare importanza in quanto catalizzatore dello sviluppo economico. Sarà necessario realizzare azioni volte a promuoverne lo sviluppo nell'ambito della politica marittima integrata dell'UE. La diversificazione dell'economia verso il turismo è una priorità per molte zone costiere in cui il declino delle attività economiche legate in particolare alla pesca e alla costruzione navale ha determinato una diminuzione dei redditi e un aumento della disoccupazione.

3.28 L'UE deve fare attenzione ai contenuti delle pubblicazioni riguardanti i suoi Stati membri, in quanto trasmettono al potenziale visitatore extraeuropeo un'immagine negativa e un senso di incertezza quanto all'opportunità di visitarli, con notevoli conseguenze negative per la loro offerta

turistica. L'UE deve costituire un gruppo specifico per la gestione della comunicazione di crisi riguardo al turismo europeo e imporre agli Stati membri di costituire e far funzionare un gruppo analogo per ciascun paese.

3.29 La politica europea e le politiche nazionali in materia di turismo dovranno tener conto di tutti questi cambiamenti strutturali adottando misure intese a evitare la disoccupazione strutturale, ma anche garantendo una ripartizione efficace degli investimenti destinati al turismo.

---