

Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie: „Polityka turystyczna a współpraca między sektorem publicznym a prywatnym”

(2005/C 74/02)

29 stycznia 2004 r. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny działając na podstawie art. 29 ust. 2 swojego regulaminu wewnętrznego zdecydował się opracować opinię z własnej inicjatywy w sprawie: „Polityka turystyczna a współpraca między sektorem publicznym a prywatnym”.

Sekcja ds. Jednolitego Rynku, Produkcji i Konsumpcji, odpowiedzialna za przygotowanie prac Komitetu w tej dziedzinie, wydała swoją opinię w dniu 14 lipca 2004 r. Sprawozdawcą był **Juan Mendoza**.

Na 411 sesji plenarnej w dniach 15-16 września 2004 r. (posiedzenie z dn. 15 września) Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny stosunkiem głosów 148 do 1, przy 3 głosach wstrzymujących się, przyjął następującą opinię:

1. Wprowadzenie

1.1 W związku ze swoim zaangażowaniem na rzecz sektora turystycznego w Europie Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny przyjął na swojej sesji plenarnej w dniu 29 października 2003 r. opinię w sprawie: „*Na rzecz powszechnie dostępnej i zrównoważonej socjalnie turystyki*”.

1.1.1 Opinia ta była prezentowana na Europejskim Forum Turystycznym 2003 jako wkład w poprawę turystyki ogólnej oraz turystyki dostępnej dla osób niepełnosprawnych, w szczególności w kontekście Europejskiego Roku Ludzi Niepełnosprawnych.

1.2 Opinia ta stworzyła ogólne ramy analiz, zasad i propozycji dla zdefiniowania przyszłości sektora turystycznego w jego licznych i różnorodnych formach. W tym celu ustalono *dziesięć obszarów*, a dla każdego z nich zaproponowano *dziesięć inicjatyw*, co daje łącznie *100 konkretnych inicjatyw*, których – zarówno jednostkowym jak i ogólnym – celem jest stworzenie zrównoważonej i dostępnej turystyki XXI wieku.

1.3 Przyjmując te cele za punkt odniesienia Komitet proponuje w niniejszej opinii w sprawie: „*Polityka turystyczna a współpraca między sektorem publicznym a prywatnym*” określenie rodzajów niezbędnych działań i środków umożliwiających realizację tych celów w praktyce. Niniejsza opinia uwzględnia przy tym osoby indywidualne, sektory, organizacje, organy i instytucje, które są odpowiedzialne za realizację tych środków zarówno w ramach swoich własnych, specyficznych zakresów odpowiedzialności i zadań jak i we współpracy z innymi podmiotami.

1.4 Celem tej opinii jest dokonanie analizy i zaproponowanie metod współpracy pomiędzy sektorem publicznym a prywatnym, zwłaszcza pomiędzy organami administracji publicznej a firmami prywatnymi i zrzeszeniami pracodawców, przy jednoczesnym uwzględnieniu innych aspektów dotyczących pozostałych podmiotów sektora turystycznego (pracobiorców i związków zawodowych, organizacji konsumenckich itp.). Ostatecznie chodzi o to, by wszystkie podmioty działały w sposób odpowiedzialny w obrębie swoich własnych zadań. Jednocześnie należy wskazać mechanizmy i instrumenty, które można wykorzystać, aby koordynować działania z innymi organami zaangażowanymi w zarządzaniu turystyką i w poli-

tyce turystycznej w celu poprawienia konkurencyjności i zrównoważonego rozwoju sektora.

1.5 Należy zaznaczyć, że chociaż znaczenie turystyki oraz poziom jej rozwoju różni się znacząco w poszczególnych państwach Europy, to jednak wszędzie okazuje się, że współpraca publiczno-prywatna jest dobrym sposobem poprawy jakości i konkurencyjności turystyki oraz zapewniania jej zrównoważonego rozwoju.

1.6 Przesłuchanie publiczne, które odbyło się w Sewilli (Hiszpania) w dniu 15 kwietnia 2004 r. wyraźnie pokazało, że istnieje wiele pozytywnych przykładów współpracy publiczno-prywatnej i że należy kontynuować ten kierunek w celu osiągnięcia dalszej poprawy jakości i konkurencyjności sektora turystycznego oraz zapewnienia jego zrównoważonego rozwoju. Tego rodzaju posunięciom należy poświęcić nawet jeszcze więcej uwagi w rozszerzonej Europie, gdzie turystyka będzie w sposób oczywisty odgrywać kluczową rolę.

2. Definicja podmiotów oraz sektorów w przemyśle turystycznym: sektor publiczny i prywatny

2.1 Celem niniejszej opinii nie jest stworzenie dokładnej definicji sektora publicznego i prywatnego, jednakże w celu lepszego zilustrowania i skupienia się na analizie należy przedstawić ogólny zarys obu sektorów, aby wyjaśnić ich pozycję pod kątem współpracy w sektorze turystycznym.

2.2 Sektor publiczny składa się z różnych szczebli administracji - lokalnej, regionalnej, krajowej i międzynarodowej – jak również z organów i instytucji, które są w większości zależne od owych wymienionych wcześniej szczebli administracji i finansowane z podatków lub opłat. Sektor ten obejmuje tym samym szerokie spektrum instytucji, takich jak np. organizacje edukacyjne czy promocyjne, łącznie z przedsiębiorstwami prywatnymi czy mieszanymi, pod warunkiem że takowe posiadają jasno określone kompetencje. Ich rola w społeczeństwie podporządkowana jest ścisłym uregulowaniom a ich naczelnym celem jest wspieranie dobra publicznego. Za przykład mogą tutaj służyć doświadczenia podmiotów publicznych działających na rynku, takich jak *Paradores* w Hiszpanii i *Pousadas* w Portugalii. Ogólnie rzecz biorąc sektor publiczny dostarcza wielu podstawowych usług niezbędnych dla działalności przedsiębiorstw.

2.2.1 Szczególną rolę pełnią organizacje odpowiedzialne za promocję turystyki i informację turystyczną, ponieważ jest to obszar, gdzie niezbędna jest współpraca przy określaniu celów oraz wspólnych posunięć.

2.2.2 Jeśli chodzi o sektor publiczny, różne formy współpracy publiczno-prywatnej mogą umożliwiać nowe sposoby finansowania wielu rodzajów działań, w szczególności związanych z reklamą, rozbudową infrastruktury, poprawą jakości itp.

2.3 Sektor prywatny natomiast składa się nie tylko z rozmaitych form przedsiębiorczości, takich jak firmy, spółdzielnie czy spółki, ale również - co bardzo ważne - z partnerów społecznych, do których należą związki zawodowe, stowarzyszenia przedsiębiorców oraz obywatele w roli konsumentów i podmiotów bezpośrednio zainteresowanych dobrobytem społecznym. Ich motywacje i cele mają przede wszystkim charakter osobisty i jednostkowy, uwzględniają jednak również cele społeczne, bowiem ich działania - bezpośrednio lub pośrednio - wpływają na społeczeństwo jako całość. Tym samym są one odpowiedzialne wobec społeczeństwa zarówno za swoje działania jak i za ich zaniechanie.

2.3.1 Warto podkreślić, że te liczne i różnorodne rodzaje przedsiębiorstw można również sklasyfikować wg wielkości: duże firmy, małe i średnie przedsiębiorstwa (MSE) oraz tzw. mikro-biznesy. Wielkość firmy wydaje się być istotna, kiedy definiowany jest zakres współpracy. Przeważnie MSE są bardziej zainteresowane współpracą, być może dlatego, że są bardziej zależne i dlatego potrzebują większego wsparcia do osiągnięcia swoich celów. Kolejnym istotnym czynnikiem może być zakres działań firm, przy założeniu że lokalne lub regionalne przedsiębiorstwa są bardziej skłonne do współpracy niż duże firmy międzynarodowe, które są zwykle mniej elastyczne ze względu na swoją scentralizowaną strukturę i homogeniczność systemów zarządzania i które mają bardziej zróżnicowane zainteresowania w poszczególnych miejscowościach turystycznych.

2.3.2 Podmioty gospodarcze i społeczne można podzielić na podstawie grup społecznych, które reprezentują, na pracodawców i pracobiorców. Jasnym jest, że ich stowarzyszenia są wyjątkowo ważne w procesie tworzenia partnerstwa publiczno-prywatnego. Co prawda bronią one przede wszystkim interesów indywidualnych, ale ich interesy zbiorowe są bardzo bliskie interesom sektora publicznego i dlatego łatwiejsze do koordynowania. Profesjonalizm ich przedstawicieli może być - i rzeczywiście zazwyczaj jest - czynnikiem kluczowym w procesie tworzenia udanego partnerstwa.

2.3.3 Sektor społeczny obejmuje wiele organizacji prywatnych i różnego rodzaju stowarzyszenia, które, tak jak podmioty gospodarcze i społeczne, zajmują się ochroną interesów indywidualnych i zbiorowych. Są to związki konsumenckie, zrzeszenia na rzecz ochrony środowiska i stowarzyszenia sąsiedzkie. Są one zwykle solidnymi partnerami w ramach projektów współpracy realizowanych w sektorze turystycznym i czasami mogą zmobilizować inne podmioty do udziału w danym projekcie.

2.3.4 Chociaż nie jest to ściśle rzecz biorąc przedmiotem niniejszej opinii, należy wskazać, że istnieją inne możliwe i pożądane rodzaje współpracy pomiędzy różnymi szczeblami administracji publicznej a poszczególnymi rodzajami firm. Taka współpraca może przyjąć formę wertykalną lub horyzontalną.

3. Sytuacja obecna

3.1 Obecny zakres możliwych relacji pomiędzy sektorem publicznym a prywatnym obejmuje cztery szeroko rozumiane alternatywne scenariusze, które co prawda rzadko występują w czystej postaci, ale które wskazują na pewne trendy w praktyce.

3.1.1 **Antagonizm.** Ten scenariusz obejmuje jedną z relacji konfrontacyjnych pomiędzy sektorem publicznym a prywatnym, kiedy to jedna strona postrzega drugą (albo sądzi, że ją tak postrzega) jako przeciwstawiającą się lub przeszkadzającą jej celom i interesom. Sektor prywatny często uważa, że sektor publiczny przeszkadza mu w realizacji jego celu - osiągnięciu zysku - poprzez zaniedbania w zakresie zapewnienia infrastruktury potrzebnej do właściwego rozwijania działalności sektora prywatnego oraz z powodu ubóstwa lub słabej jakości usług publicznych dla turystów lub przemysłu turystycznego. W innych przypadkach sektor prywatny postrzega władze publiczne wyłącznie jako organ ściągający podatki, który w coraz większym stopniu drenuje zasoby finansowe sektora prywatnego borykającego się z ostrą konkurencją cenową, co powoduje zniekształcenia konkurencyjności w stosunku do innych krajów, regionów czy obszarów z innymi systemami podatkowymi. Dlatego przedstawiciele sektora prywatnego apeluje o zharmonizowanie podatków takich jak np. VAT na usługi turystyczne. W efekcie sektor prywatny ma poczucie, że musi walczyć z sektorem publicznym, który zamiast prowadzić działania na rzecz wzmocnienia konkurencyjności tego sektora konkurencyjność tę osłabia.

3.1.1.1 W sytuacji potencjalnie antagonistycznych relacji pomiędzy sektorem publicznym a prywatnym władze publiczne mogą uważać, że sektor turystyki prywatnej stwarza problemy, zakłóca czy uniemożliwia realizację celów publicznych związanych z dobrobytem społecznym, ochroną i zachowaniem zasobów naturalnych, spójnością społeczną oraz odpowiedzialnością przedsiębiorstw wobec wspólnot lokalnych.

3.1.1.2 Dzięki mediom społeczeństwo jest bardziej lub mniej świadome wewnętrznych lub zewnętrznych napięć oraz konfliktów wynikających z tych relacji. Generowany jest klimat konfrontacji i utrzymującego się wzajemnego obwiniania, co nie pomaga ani prywatnemu ani publicznemu sektorowi w osiągnięciu ich celów.

3.1.1.3 Tego rodzaju klimat nie sprzyja oczywiście zrównoważonemu społecznie, ekonomicznie i środowiskowo rozwojowi turystyki oraz utrzymaniu konkurencyjności tego sektora; nie jest to także satysfakcjonujące ani z punktu widzenia konsumentów czy społeczności lokalnych ani z punktu widzenia przedsiębiorstw próbujących wykorzystać potencjał sektora turystycznego w celu tworzenia dobrobytu i dzielenia się nim.

3.1.2 Koegzystencja. W tym scenariuszu podmioty publiczne i prywatne tolerują się wzajemnie, ale działają niezależnie, aby osiągnąć swoje własne cele, respektując wzajemnie swoje zakresy kompetencji, wypełniają swoje prawne i społeczne zobowiązania oraz respektują prawa innych podmiotów w przemyśle turystycznym. Jest to scenariusz wzajemnej tolerancji, który – mimo iż lepszy od poprzedniego – jest w sposób oczywisty niewystarczający dla zrównoważonego rozwoju turystyki na miarę XXI wieku. Jest to dość powszechny scenariusz w rejonach, w których turystyka nie stanowi głównej gałęzi działalności gospodarczej, a jedynie uzupełnia dochód z innych sektorów, albo w miastach i gminach charakteryzujących się zróżnicowaną strukturą gospodarczą, w których turystyka stanowi jedynie mały procent lokalnej działalności gospodarczej.

3.1.3 Koordynacja. Ten scenariusz charakteryzuje się pewną koordynacją polityk, strategii i wykorzystywanych środków pomiędzy różnymi podmiotami publicznymi i prywatnymi w sektorze turystycznym, z których każdy ma swoje własne cele, ale zdaje sobie sprawę, że partnerstwo i wymiana informacji zwiększają komplementarność tychże celów, na czym zyskuje również społeczeństwo. Główne instrumenty tego scenariusza to informacja i komunikacja pomiędzy różnymi podmiotami w sektorze turystycznym, w odniesieniu zarówno do polityk jak i do sposobów działania. Komunikacja może odbywać się poprzez wspólne metody działania, takie jak grupy robocze, fora, spotkania informacyjne, itp. Taka forma wymaga większego stopnia współpracy publiczno-prywatnej; według Komitetu przyczynia się ona do osiągnięcia celu, jakim jest zrównoważony pod względem ekonomicznym, społecznym i środowiskowym rozwój turystyki. Forma ta występuje zwykle w typowych środowiskach turystycznych lub miejscowościach, w których turystyka rozwija się dynamicznie i w których różne podmioty, zarówno publiczne jak i prywatne, są świadome znaczenia turystyki dla lokalnej społeczności.

3.1.4 Kooperacja. W tym scenariuszu każdy podmiot publiczny lub prywatny ma swoje własne cele, ale jednocześnie istnieje zgoda co do celów wspólnych, odnoszących się zarówno do praktyki jak i strategii, a nawet i do odpowiednich polityk. Warunkiem ku temu jest tożsamość przedmiotowych celów i dogłębną, lecz trudną do zrealizowania wizja turystyki, wymagająca konsekwentnego zastosowania kryteriów zrównoważonego rozwoju ekonomicznego, społecznego oraz środowiskowego, i to zarówno w krótkiej, średniej jak i dłuższej perspektywie czasowej. W opinii Komitetu ten scenariusz ma najbardziej postępowy charakter i w tym kierunku powinna iść nowa koncepcja zrównoważonej turystyki, jeśli sektor ten ma przetrwać jako przemysł przynoszący korzyści gospodarcze, społeczne i środowiskowe.

3.1.4.1 Dla osiągnięcia tej formy współpracy można stosować różne instrumenty: spółki joint venture, izby turystyczne, fundacje, wspólne instytucje, rady, partnerstwa itp. Ale w każdym przypadku połączenie doświadczeń, wiedzy i długoterminowych projektów inwestycyjnych stanowi kluczowy aspekt współpracy i optymalizacji efektów. Należy tutaj zwrócić uwagę na fakt, że taka współpraca jest najbardziej efektywna na poziomie lokalnym, gdzie interesy publiczne i prywatne zbiegają się w sposób najbardziej konkretny i bezpośredni. To właśnie tutaj można stworzyć odpowiednie środowisko dla turystyki, które może stymulować lokalny rozwój, tworząc wykwalifikowane i zrównoważone społecznie miejsca pracy.

3.1.4.2 Jednym z rodzajów działalności, gdzie ten rodzaj współpracy występuje najczęściej, jest wspólne kreowanie produktów turystycznych przez sektor publiczny i prywatny. Istnieją przykłady bardzo udanych produktów stworzonych na bazie takiej współpracy.

3.2 Obserwując obecną sytuację można stwierdzić, iż wszystkie cztery opisane wyżej scenariusze rzeczywiście występują w praktyce – czasami w „czystej formie”, ale najczęściej częściej w postaci kombinacji cech, tworzących różne sytuacje pośrednie. Niniejsza opinia proponuje model kooperacji jako możliwy do osiągnięcia i pożądaną cel dla europejskiego i globalnego przemysłu turystycznego, ponieważ forma ta przyczynia się do wzrostu konkurencyjności i optymalizacji zrównoważonego rozwoju turystyki. Poza tym należy brać pod uwagę oraz ulepszać sprawdzone praktyki działania stosowane w branży turystycznej, zarówno w Europie jak i w innych krajach świata, wypracowane wzgl. wspierane czasami z inicjatywą sektora publicznego lub też – w wielu przypadkach – z inicjatywą sektora publicznego.

3.3 Ogólnie mówiąc można stwierdzić, że w przypadku takich miejscowości turystycznych oraz działań w sektorze turystyki, gdzie kooperacja publiczno-prywatna stanowi podstawę dla poprawy jakości, planowania rozwoju, reagowania na sytuacje kryzysowe itp., skuteczność oraz opłacalność danych posunięć jest znacznie wyższa, co przyczynia się do tego, że dana miejscowość lub dany rodzaj działalności jest bardziej konkurencyjny.

3.3.1 Natomiast w sytuacjach nacechowanych – świadomie lub nieświadomie – atmosferą konfrontacji, braku koordynacji lub po prostu ignorancji istniejące problemy ulegają zaostrzeniu, proces ich rozwiązywania opóźnia się oraz spada konkurencyjność i rentowność.

3.3.2 Różne badania wykazały i potwierdziły fakt, że zdaniem turystów jakość usług podczas podróży czy urlopu zależy w 50 % od usług dostarczanych przez sektor publiczny i w 50 % od usług oferowanych przez sektor prywatny (w tym zwłaszcza przez przedsiębiorstwa prywatne, lub dokładniej mówiąc – przez pracowników tych przedsiębiorstw). Sposób, w jaki turyści postrzegają różne wskaźniki jakości oraz ich wpływ na całościową percepcję jakości produktu był przedmiotem różnych badań (przeprowadzonymi na przykład przez władze miasta Calvià oraz innych miejscowości w Hiszpanii w ramach planów udoskonalania sektora turystyki).

3.4 Na szczęście daje się zaobserwować stały trend polegający na zmierzaniu w kierunku kooperacji i odchodzeniu od konfrontacji, która prawdopodobnie była bardziej powszechna we wczesnych latach przemysłu turystycznego, to jest w okresach gwałtownego wzrostu, kiedy to nie istniały ograniczenia w zakresie rozwoju najlepszych lokalizacji turystycznych na wybrzeżu czy w obszarach wiejskich. Były to czasy, w których chęć osiągnięcia szybkich zysków mogła przyćmić pewne aspekty zrównoważonego rozwoju i w których nawet sektor publiczny nie był w stanie ich odpowiednio uwzględnić, włączyć w swoją strategię i rozwijać we współpracy z sektorem prywatnym.

3.4.1 Obserwuje się wzrost społecznej świadomości długoterminowych czynników i ograniczeń, zwłaszcza w odniesieniu do ochrony zasobów naturalnych oraz fakt, że praktyki sektora turystycznego jest znacznie bardziej zgodna z celami społecznymi niż miało to miejsce w przeszłości.

4. Cele współpracy publiczno-prywatnej na dzień dzisiejszy

4.1 Generalnie rzecz biorąc można powiedzieć, że podstawowym celem współpracy winno być wspieranie i przyłączanie się do celów, które są integralną częścią zadań każdej ze stron, ich strategii oraz planów i które tworzą jej „rację bytu” w społeczeństwie, teraz i w przyszłości. Każda ze stron winna wnosić swoje własne cele – zarówno indywidualne jak i zbiorowe – i angażować się na rzecz ich koordynacji z celami partnerów.

4.2 Możemy zidentyfikować różne rodzaje celów w odniesieniu do współpracy w zakresie turystyki.

4.2.1 **Cele sektorowe.** Jak już - wielokrotnie i na różne sposoby – wykazano, przemysł turystyczny ma strategiczne znaczenie dla osiągnięcia różnorodnych podstawowych celów Unii Europejskiej, jej polityk i jej woli uczynienia Europy lepszym miejscem do życia, teraz i dla przyszłych pokoleń.

4.2.1.1 Ponieważ rozwój turystyki ma bezpośredni wpływ na gospodarkę, społeczeństwo i środowisko, może on, czy wręcz musi być priorytetowym instrumentem poprawy jakości życia obywateli Europy. Jednakże aby zapewnić wykorzystanie tego potencjału w praktyce w kategoriach długoterminowych, turystyka musi spełniać szereg wymogów w zakresie zrównoważonego rozwoju przestrzeganych przez wszystkie zainteresowane podmioty (organy publiczne, prywatne, przedsiębiorstwa i konsumentów). Podstawowym celem współpracy publiczno-publicznej może i musi być długofalowe zapewnienie rozwoju i konkurencyjności sektora turystycznego.

4.2.1.2 Należy w szczególności zauważyć, że współpraca publiczno-prywatna okazała się bardzo skuteczna w opanowywaniu recesji czy nawet kryzysu w turystyce w miejscowościach stricte turystycznych, zagrożonych utratą potencjału przynoszącego im dobrobyt. Wspólne i niezbędne działanie ze strony wszystkich podmiotów zwiększa skuteczność i widoczność podjętych środków.

4.2.1.3 Poza tym oczywistym jest, że w sytuacjach wyjątkowych, takich jakie miały miejsce **11 września** w Nowym Jorku albo niedawno **11 marca** w Madrycie, konieczne jest wezwanie wszystkich podmiotów publicznych i prywatnych oraz decydentów do połączenia sił w celu złagodzenia negatywnego wpływu takich tragedii na turystykę.

4.2.1.4 Jednym z obszarów, w którym sojusze i współpraca publiczno-prywatna w środowisku sektorowym może okazać się skuteczna, jest transport, gdzie masowy wzrost tanich linii lotniczych doprowadził do ogólnej obniżki kosztów transportu. W zakresie tego rodzaju ofert sojusze publiczno-prywatne muszą zatem dbać o zabezpieczenie jakości usług, miejsc pracy i bezpieczeństwa.

4.2.1.5 I chociaż zapewnianie szkoleń dla personelu pracującego w danym sektorze jest samo przez się zrozumiałym celem wszelkiej działalności ludzkiej, to kwestia ta ma szczególne

znaczenie w takim sektorze jak turystyka, wyraźnie charakteryzującym się ważnym składnikiem relacji międzyludzkich. Współpraca publiczno-prywatna jest w tym obszarze niezbędna, gdyż podnoszenie jakości szkoleń i profesjonalizmu pracowników leży w interesie obu sektorów.

4.2.2 **Cele społeczne.** Nie jest możliwe wyznaczenie celów współpracy publiczno-prywatnej bez uwzględnienia celów społecznych, które pociąga za sobą każda ludzka działalność. Uściślając, rozwój lokalny i tworzenie miejsc pracy są podstawowymi celami w sektorze turystycznym i zatem równocześnie celami współpracy w tym sektorze.

4.2.2.1 Fakt, że turystyka jest działalnością gospodarczą opartą przede wszystkim na usługach prywatnych oznacza, że każda nowa działalność turystyczna stwarza miejsca pracy; jednakże zrównoważony rozwój turystyki i jej wysoka jakość możliwa jest jedynie na bazie kwalifikowanych miejsc pracy.

4.2.2.2 Poprawa warunków socjalnych w regionach odwiedzanych przez turystów z pewnością musi być jednym z celów skutecznej współpracy pomiędzy sektorami publicznym a prywatnym. Szereg regionów europejskich odczuje wpływ i będzie musiało dostosować się do ostatnich i przyszłych zmian Wspólnej Polityki Rolnej. Promowanie agroturystyki może być sposobem na połączenie tradycyjnej działalności rolniczej z działalnością nową (turystyką), stwarzającą perspektywy dodatkowych źródeł dochodu. Rozważyć należy także promowanie turystyki jako potencjalnie nowej działalności w obszarach dotkniętych restrukturyzacją przemysłu, górnictwa itp. Analiza tego rodzaju alternatyw dla przedmiotowych regionów będzie przedmiotem opinii z inicjatywy własnej Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego.

4.2.2.3 Ochrona dziedzictwa kulturowego, archeologicznego i architektonicznego jest być może tym celem społecznym, któremu najlepiej może posłużyć współpraca publiczno-prywatna. Widocznym tego przykładem są *Red de Paradores* w Hiszpanii i *Pousadas* w Portugalii, dzięki którym odnowiono i otworzono dla zwiedzających dużą liczbę zabytków, stwarzając przy tym znaczne źródła dochodów dla okolic, w których się one znajdują. Jest to sposób na utrzymanie dóbr publicznych w rękach państwowych zapewniający jednocześnie ich praktyczne wykorzystanie i docenienie. Podobnie rzecz się ma z obszarami wiejskimi otwierającymi wielu małym i średnim przedsiębiorstwom perspektywę działalności gospodarczej. Inicjatorem tego rodzaju działań nie muszą być jednak koniecznie podmioty publiczne. Wręcz przeciwnie, istnieje wiele przykładów pałaców i zabytków, które zostały odnowione prywatnie i teraz przynoszą dochody dzięki turystyce, co mogliśmy sami stwierdzić podczas wizyty zorganizowanej w związku z przesłuchaniem w Sewilli. Nowe kraje członkowskie UE mają niezwykle dziedzictwo kulturowe, któremu trzeba jeszcze przywrócić pierwotny blask, co stwarza nową, ogromną szansę połączenia turystyki z kwestią ochrony zabytków. Współpraca publiczno-prywatna we wszystkich swoich formach ma do odegrania bardzo ważną rolę w osiągnięciu tego celu.

4.2.2.4 Branża turystyczna może odnosić korzyści ze współpracy publiczno-prywatnej również w innych dziedzinach. Ma to na przykład miejsce w sektorze gastronomicznym przyczyniającym się do wzbogacania dziedzictwa kulturowego i turystycznego, gdzie ściślejsza współpraca publiczno-prywatna mająca na celu rozszerzenie oferty wysoko gatunkowych środków żywności oraz produktów regionalnych wpłynie z pewnością w przyszłości również na paletę produktów turystycznych.

4.2.2.5 Pozytywnym krokiem mogłoby być powszechne wdrożenie Kodeksu Turystyki Etycznej przyjętego kilka lat temu przez Światową Organizację Turystyki, gdyż podkreśliłoby to potrzebę współpracy publiczno-prywatnej.

4.2.3 **Cele ekonomiczne.** Jest ogólnie przyjęte, że aspekt ekonomiczny odgrywa w sektorze turystycznym kluczową rolę. Jak już zauważono, przemysł turystyczny okazał się być silnym motorem tworzenia miejsc pracy i generowania dobrobytu praktycznie na całym świecie, w tym szczególnie w Europie (przede wszystkim w krajach śródziemnomorskich). Dla zrównoważonego rozwoju tego sektora konieczna jest w tym zakresie strategiczna, długofalowa – a nie krótko lub średnio-termiowa – wizja; mówiąc praktycznie, oznacza to rozwój produktów turystycznych z myślą o obecnej i przyszłej konkurencyjności, które będą w stanie przynosić krótko-, średnio- i długofalowe zyski oraz stwarzać pewne, kwalifikowane i niezależne od sezonów miejsca pracy w kategoriach krótko-, średnio- i długofalowych. W tym kontekście do wspólnych celów skutecznej współpracy zalicza się więc stwarzanie i utrzymywanie konkurencyjności oraz rentowności sektora turystycznego.

4.2.3.1 Technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT) są kolejnym obszarem ekonomicznych celów sektora turystycznego, w odniesieniu do których potrzebna jest współpraca zmierzająca do osiągnięcia celów zarówno miejscowości turystycznych (zazwyczaj reprezentowanych przez sektor publiczny) jak i działalności gospodarczej, jaką jest sprzedawanie usług turystycznych (zazwyczaj reprezentowanej przez przedsiębiorstwa prywatne). W celu zapewnienia konkurencyjności sektora niezbędna jest więc powszechnie dostępna (tj. nie wyłączająca regionów peryferyjnych) informacja turystyczna.

4.2.3.2 Mając na uwadze ekonomiczne cele współpracy należy pamiętać, że interwencje sektora publicznego są niezbędne, aby z jednej strony zapobiegać nieuczciwej konkurencji, a z drugiej strony aby ujednoczyć warunki ramowe działania konkurencji (np. przepisy podatkowe ograniczające transparentę rynkową).

4.2.4 **Cele środowiskowe.** Turystyka jest - być może jedynym - przemysłem, którego podstawowym produktem jest „naturalna atrakcyjność” składająca się z zespołu czynników, w ramach którego percepcja natury z jej różnorodnością krajobrazów, fauny i flory oraz ochrona środowiska odgrywają ważną rolę w zapewnianiu jakości i atrakcyjności produktu, którego szukają konsumenci (tj. turyści). Zarówno podmioty publiczne jak i prywatne są jak najbardziej w stanie tak pokierować współpracą, aby utrzymywać warunki zapewniające zarówno zrównoważenie zasobów naturalnych jak i ich racjonalne, wyważone wykorzystywanie, umożliwiające osiągnięcie zysków.

4.2.4.1 Ochrona środowiska jest jednym z obszarów, w którym współpraca publiczno-prywatna może okazać się instrumentem pozwalającym na utrzymanie jakości środowiska. Ostatnie wydarzenia, takie jak katastrofa ekologiczna spowodowana awarią tankowca *Prestige* wskazują, że ochrona środowiska musi być obszarem zainteresowania zarówno sektora prywatnego jak i publicznego.

4.3 Wreszcie ewentualne cele odpowiedniej współpracy publiczno-prywatnej muszą zawsze być zgodne z koncepcją zrównoważenia, obejmującą z jednej strony trzy wymiary ekonomii, (gospodarka, społeczeństwo, przyroda) a z drugiej strony trzy aspekty czasowe (krótko-, średnio- i długofalowy) oraz jako czynnik łączący - partycypacja w działaniach wszystkich podmiotów sektora turystycznego. Polityka zrównoważonego rozwoju i odpowiednie posunięcia są podstawą tej formy współpracy.

5. Zasady i kryteria współpracy

5.1 Współpraca pomiędzy sektorem publicznym a prywatnym w odniesieniu do turystyki musi się opierać o szereg zasad.

5.1.1 Kompetencje. Jasnym jest, że aby ustanowić stabilne, trwałe partnerstwo, poszczególne podmioty muszą być w stanie niezależnie dążyć do swoich wspólnie ustalonych celów, a ich kompetencje muszą zatem być uznane albo w formie jasnego mandatu prawnego, pełnomocnictwa albo też formalnej czy nieformalnej reprezentacji.

5.1.2 Współodpowiedzialność. Poszczególne podmioty muszą być bezpośrednio lub pośrednio zainteresowane albo zaangażowane w sytuację, dla której utworzono dane partnerstwo.

5.1.3 Dobrowolny charakter współpracy. Tylko podmioty, które zgłosiły dobrowolny akces do udziału w partnerstwie, są zobowiązane do wypełniania zobowiązań związanych z tym partnerstwem.

5.1.4 Demokracja. Zasady podejmowania decyzji i reprezentacji muszą być klarowne i zgodne z zasadami demokracji uczestniczącej.

5.2 Do operacyjnych kryteriów partnerstwa zapewniających jego skuteczną realizację należą:

5.2.1 Konkretny cele. tj. wyraźne, zdefiniowane w zakresie merytorycznym i - jeśli to możliwe - wymierne w kategoriach ekonomicznych, z ustalonym planem czasowym oraz oparte na porozumieniach.

5.2.2 Znaczenie. Cele muszą być - bezpośrednio lub pośrednio - ważne dla wszystkich zaangażowanych podmiotów

5.2.3 Monitoring wyników. Ważnym jest, by wszystkie podmioty były w stanie w sposób jednoznaczny rozpoznać rezultaty swojego uczestnictwa w danym partnerstwie - w przeciwnym wypadku tracą one bowiem zainteresowanie współpracą i wycofują się z niej.

5.2.4 Proporcjonalność. Istotne jest, aby zaangażowanie podmiotów było proporcjonalne do skali danego zadania.

6. Instrumenty i rodzaje stowarzyszeń i współpracy

6.1 Aby opisać instrumenty i rodzaje stowarzyszeń, trzeba najpierw stworzyć optymalny poziom współpracy, tj. poziom, na którym ma ona sens; polega to na przeanalizowaniu i zdefiniowaniu kontekstu, z którego wynika dane zadanie, w oparciu o który można znaleźć rozwiązanie i w którym można zużytkować wiedzę fachową wszystkich podmiotów. Zatem kontekst będzie lokalny, jeśli problem jest czysto lokalny i jeśli prerogatywy do analizy i zastosowania rozwiązań znajdują się na szczeblu lokalnym. To samo dotyczy szczebli regionalnych i państwowych.

6.2 Inną podstawową cechą jest inkluzywność. Ważnym jest, by wszystkie podmioty miały możliwość wniesienia swojego wkładu do danego rozwiązania w formie środków, informacji czy koordynacji działań.

6.3 Konkretnymi rodzajami partnerstwa mogą być na przykład:

6.3.1 Partnerstwa nieformalne. Podmioty zakładają nieformalny strategiczny sojusz, grupę roboczą, forum lub podobne porozumienie (bez osobowości prawnej). Decyzje są podejmowane przez większość, ale nie powinny być wiążące lub tworzyć zobowiązań dla zaangażowanych stron (za wyjątkiem zobowiązań dobrowolnych).

6.3.2 Partnerstwa formalne. Takie porozumienia mogą przybrać formę konsorcjów, fundacji, jednostek publicznych, joint ventures, stowarzyszeń itd. Partnerstwa takie opierają się o uregulowania, które ustanawiają warunki zawierania i wdrażania porozumień.

6.3.3 Zaangażowanie podmiotów gospodarczych i społecznych w definiowanie trwałych ram stosunków pracy w oparciu o prawa i rozwój procedur negocjacji dotyczących umów zbiorowych będzie miało pozytywny wpływ na konkurencyjność, opłacalność, stabilność oraz społeczną i ekonomiczną wydajność turystyki. Obok władz i instytucji publicznych w dialog społeczny muszą być włączane podmioty gospodarcze i społeczne, kiedykolwiek kwestie do dyskusji wymagają takiego trójstronnego dialogu.

7. Rola sieci interesariuszy: miast i gmin, przedsiębiorstw, konkretnych projektów

7.1 W dobie globalizacji działalność gospodarcza na świecie nie może być prowadzona w izolacji; zasada ta znajduje również zastosowanie w odniesieniu do miast i gmin oraz - w naszym przypadku - do miejscowości turystycznych i różnych innych podmiotów. W opinii ekspertów w tej dziedzinie nowa gospodarka światowa będzie się opierać w aspekcie terytorialnych o sieci miast i gmin mających na celu ułatwienie koordynacji działań. Chociaż we wczesnej fazie decydenci w miejscowościach turystycznych stosują konkurencyjne strategie, aby przyciągnąć fundusze, zwiększyć obroty i wzmocnić swój międzynarodowy prestiż - czyli mówiąc krótko, poszczególne miejscowości starają się być lepsze, bardziej konkurencyjne i bardziej dynamiczne pod względem rozwoju gospodarczego niż inne, o tyle w późniejszej fazie uświadamiają sobie oni potrzebę nawiązania więzi z innymi miejscowościami w celu wspólnej promocji i lobbingu na płaszczyźnie rządów narodowych i/lub organizacji międzynarodowych.

7.2 Narasta przekonanie, że aby osiągnąć wspólne cele, do których należy zrównoważony rozwój i konkurencyjność, konieczna jest wymiana doświadczeń między miejscowościami turystycznymi na całym świecie. Wiąże się z tym wiele pozytywnych aspektów, szczególnie zaś umiejętność zapobiegania błędom strategicznym i implementacja najlepszych instrumentów zrównoważonego zarządzania zasobami. Sieci mogą być uzupełniającą i alternatywną formą zorganizowanego sposobu reprezentowania miast, przedsiębiorstw lub instytucji. Przydatne mogą być przy tym technologie z zakresu komunikacji i informatyki umożliwiające utrzymywanie nieformalnych, bezpośrednich i wartościowych stosunków przez członków danej sieci.

7.3 Zakładanie sieci nie zawsze pozbawione jest problemów i negatywnych aspektów: czasami dochodzi do konfliktów interesów, które utrudniają współpracę, czasami najsilniejsi członkowie sieci są tymi podmiotami, które czerpią z niej największą korzyść.

7.4 Zarówno dla przedsiębiorstw jak i dla gmin sieci są skutecznym narzędziem udostępniania i wymiany informacji, zwiększania konkurencyjności oraz wzmocnienia ich pozycji wobec instytucji publicznych.

7.5 Na sieciach opiera się szereg konkretnych projektów turystycznych. Przykładem jest tu program URB-AL Unii Europejskiej, którego celem jest tworzenie sieci miast mających na celu współpracę w dziedzinie gospodarczej, społecznej i urbanistycznej. Owe dziedziny współpracy wspierają czasami również wymianę doświadczeń w zakresie zrównoważonego rozwoju turystyki.

8. Pozytywne przykłady współpracy publiczno-prywatnej w sferze turystyki europejskiej

8.1 Różnorodne pozytywne przykłady współpracy publiczno-prywatnej rozpatrywano podczas przesłuchania publicznego, które odbyło się w Sewilli 15 kwietnia 2004 roku. Następujące przykłady są szczególnie godne wymienienia:

8.1.1 **Turisme de Barcelona.** Firma ta została założona w 1993 r. przez Izbę Handlową w Barcelonie, Radę Miasta Barcelony i Fundację Barcelona Promoció z myślą o promowaniu Barcelony jako atrakcji turystycznej. W ciągu ostatnich dziesięciu lat firma Turisme de Barcelona pomogła poprawić zarówno wizerunek miasta jak i jego infrastrukturę. Ten pozytywny rozwój odzwierciedla się we wzroście podaży i popytu, wyższym stopniu obłożenia hoteli oraz w różnych innych wskaźnikach. Jednakże najbardziej ciekawym aspektem jest być może fakt, że przez te dziesięć lat udział subwencji publicznych w budżecie Turisme de Barcelona spadł z 70 % do zaledwie 20 %, przy czym pozostałe dochody uzyskano wewnętrznie przez własną działalność firmy jako pośrednika na rynku pokoi hotelowych. Godnymi wymienienia jest poza tym kilka innych udanych produktów turystycznych, takich jak Turystyczny Autobus Barceloński, Karta Barcelońska, Paszport Barceloński itp., czy takie programy jak *Barcelona Convention Bureau*, *Barcelona Shopping Line* itp. Niewątpliwie produkty te zawdzięczają swój sukces klimatowi bliskiej współpracy i zrozumienia pomiędzy przedsiębiorstwami turystycznymi a władzami publicznymi, które wspólnie angażują się na rzecz poprawy infrastruktury turystycznej w Barcelonie.

8.1.2 **Instytut ds. Hiszpańskiej Turystyki (ICTE).** Geneza ICTE sięga wczesnych lat 90-tych, kiedy to tworzono różnorodne instrumenty przyczyniające się do aktywnej poprawy jakości. W 2000 r. w Hiszpanii założono Instytut ds. Turystyki Kwalifikowanej w odpowiedzi na fakt, że nowe cele turystyczne pojawiające się nad Morzem Śródziemnym, na Karaibach itd. zaczęły stanowić zagrożenie dla wiodącej pozycji hiszpańskiego przemysłu. Określono jasną strategię powszechnej poprawy jakości, opierającą się na konieczności współpracy wszystkich podmiotów sektora turystycznego. Instytut w ramach swojej działalności zawsze uwzględnia wszystkie podmioty związane sektorem turystycznych (hotele, restauracje, biura podróży, firmy transportowe, organizatorzy agroturystyki, kluby golfowe, uzdrowiska, miasta i regiony). Dzisiaj ponad 250 stowarzyszeń biznesowych, instytucji rządowych, wspólnot autonomicznych i rad miejskich oraz ponad 3 tys. firm turystycznych otrzymujących wsparcie techniczne jak również 463 firm i instytucji z certyfikatem turystyki kwalifikowanej uczestniczy w Hiszpanii w Zintegrowanym Systemie Kwalifikowanych Miejsowości Turystycznych. W przypadku Barcelony ICTE jest pozytywnym przykładem współpracy publiczno-prywatnej jako sposobu poprawy ogólnej jakości, która jest kluczowym elementem działalności turystycznej.

8.1.3 Inne przykłady podane podczas przesłuchania w Sewilli to: Andaluzijski model współpracy publiczno-prywatnej, który istnieje już od 20 lat i dzięki któremu powstało pięć porozumień o współpracy obejmujących wszystkie sektory produkcji, w tym turystykę. Model ten oparty jest na współpracy pomiędzy administracją publiczną Wspólnoty Autonomicznej, Konfederacją Pracodawców Andaluzijskich i głównymi andaluzyjskimi związkami zawodowymi, Generalnym Związkiem Pracowników (UGT) i *Comisiones Obreras* (CCOO) oraz stworzył klimat zaufania i stabilności, który jest niezbędny dla działalności turystycznej.

8.2 Innym pozytywnym przykładem polityki lokalnej jest zdaniem Komitetu fakt, że podczas przesłuchania w Sewilli w sprawie współpracy pomiędzy sektorem publicznym a prywatnym burmistrz Sewilli ponownie zaapelował do podmiotów gospodarczych i społecznych oraz ogólnie do sektora turystycznego o zawarcie paktu mającego na celu zapewnienie pełnego zaangażowania wszystkich podmiotów w kształtowanie, projektowanie, planowanie, wdrażanie i ocenianie polityki turystycznej w interesujących je obszarach działania. Inicjatywa ta - wraz z innymi opracowanymi obecnie inicjatywami - mogłaby być swego rodzaju wzorcem dla dużych miast oraz gmin w ramach promowania współpracy na poziomie lokalnym.

8.3 Jest wiele przykładów owocnej współpracy w dziedzinie turystyki socjalnej, która umożliwia szerokiej rzeszy osób dostęp do aktywności rekreacyjno-turystycznych. Wymienić tu należy szczególnie tzw. „bony wakacyjne” (franc. *Cheques-vacances*) organizowane we Francji przez Narodową Agencję ds. Bonów Wakacyjnych (ANCV) czy też przez Narodowe Towarzystwo ds. Organizacji Czasu Wolnego na Węgrzech. Dalszymi godnymi wymienienia przykładami są programy turystyki dla seniorów Narodowego Pracowniczego Instytutu Organizacji Czasu Wolnego (INATEL) w Portugalii, wspieranie schronisk młodzieżowych w Brukseli przez Francuską Komisję Wspólnotowa (COCOF) oraz wspieranie publicznych programów edukacyjnych jak również remontów ośrodków

wakacyjnych należących do takich organizacji, jak np. Centrum Turystyki Młodzieżowej (CTG) we Włoszech.

8.4 Istnieje bez wątpienia wiele innych pozytywnych przykładów współpracy publiczno-prywatnej w całej Europie i na świecie. Na uwagę zasługują w tym kontekście przykłady wymienione w doskonałej publikacji Światowej Organizacji Turystyki (WTO) i kanadyjskiej Komisji Turystyki zatytułowanej **Współpraca i partnerstwo w turystyce – perspektywa globalna**, którą wydano w 2003 r. Publikacja ta zawiera 18 pozytywnych przykładów współpracy w turystyce na poziomie globalnym, które mogą służyć za godny uwagi wzór sprawdzonych metod.

9. Wspieranie współpracy na szczeblu europejskim

9.1 Poszerzona Europa jest pod każdym względem bardzo dynamicznym środowiskiem podatnym na wahania wynikające z wzajemnego oddziaływania między popytem a podażą – dotyczy to szczególnie sektora turystyki. Na Szczycie Lizbońskim uchwalono strategię przekształcenia Unii w przeciagu następných lat w najbardziej konkurencyjną i dynamiczną, opartą na wiedzy strefę gospodarczą na świecie, zdolną do generowania trwałego wzrostu gospodarczego i większej ilości lepszych miejsc pracy oraz zapewniającą większą spójność społeczną. Aby osiągnąć ten ambitny cel niezbędna jest szersza współpraca zarówno na szczeblu instytucjonalnym jak i na szczeblu sektora publicznego oraz prywatnego. W przeszłości przymysł turystyczny okazał się być motorem wzrostu zatrudnienia i dobrobytu; tak też powinno być nadal w Unii liczącej 25 – lub więcej - państw członkowskich. Komitet apeluje dlatego do Komisji o zbadanie możliwości stworzenia **Europejskiej Rady Konsultacyjnej ds. Turystyki** będącej konkretną platformą realizacji zasady współpracy na szczeblu europejskim.

9.2 Rada ta mogłaby się składać z przedstawicieli instytucji europejskich (Komisji, Parlamentu, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów), Europejskiej Rady Młodzieży, Państw Członkowskich, zrzeszeń pracodawców oraz związków zawodowych (reprezentowanych na zasadzie parytetu), przedstawicieli europejskich organizacji konsumenckich i ekologicznych, reprezentantów organizacji zrzeszających osoby niepełnosprawne jak również przedstawicieli zrzeszeń zajmujących się turystyką socjalną, reprezentantów uczelni wyższych oraz renomowanych ekspertów.

9.3 Europejska Rada Konsultacyjna ds. Turystyki mogłaby zbierać i analizować dane dotyczące dotychczasowego oraz przyszłego rozwoju branży turystycznej, przedstawiać propozycje dotyczące możliwości wspierania wzgl. udziału w działaniach Komisji, przedłożyć referencyjne ramy współpracy, których dalszym rozwojem zajęłyby się różne podmioty innych sektorów turystycznych w Unii, przygotowywać Europejskie Forum Turystyki jak również nadzorować zawarte tam porozumienia.

9.4 W razie zaaprobowania tej propozycji przez Komisję EKES wyraża gotowość udzielenia wsparcia przy tworzeniu Europejskiej Rady ds. Turystyki, by Rada ta mogła w pełni zacząć funkcjonować jeszcze przed obradami Europejskiego Forum Turystyki 2005.

10. Uwagi końcowe

10.1 Żyjemy co prawda w zglobalizowanym, ale mimo to jednak wyspecjalizowanym świecie, który zmusza nas do przemyślenia modeli, na których oparte są nasze działania gospodarcze, społeczne, planowanie przestrzenne i rozwój obszarów miejskich. Odnosi się to także do turystyki, która stwarza wiele wyzwań w kategoriach jakości, zrównoważonego rozwoju i konkurencyjności dla wszystkich działających w tym sektorze podmiotów.

10.2 EKES jest zdania, że jeśli tylko poszczególne podmioty publiczne i prywatne przyjmą pozytywną postawę w zakresie współpracy, uda się stawić czoła wszelkim wyzwaniom, na jakie napotyka działalność ludzka, szczególnie w mającym strategiczne znaczenie sektorze turystycznym cechującym się świadczeniem usług dla ludności i umożliwiającym wymianę kulturalną.

10.3 Współpraca publiczno-prywatna jest coraz ważniejszym aspektem pozytywnych posunięć w sektorze turystycznym. Należy do niej zachęcać na wiele możliwych sposobów, gdyż przyczynia się ona do realizacji celów sektorowych. W obliczu obecnych zmian globalnych aspekt ten powinien być uwzględniany przez wszystkie zainteresowane podmioty w ramach ich strategii działania.

10.4 EKES z zadowoleniem przyjmuje do wiadomości inicjatywę Komisji Europejskiej zmierzającą do kontynuowania corocznej organizacji Europejskiego Forum Turystyki, gdyż jest to platforma, na której wytyczne i kryteria współpracy można zdefiniować na poziomie europejskim przy szerokim udziale podmiotów tego sektora (w szczególności podmiotów gospo-

darczych i społecznych, władz i innych organów), co powinno doprowadzić do podobnych inicjatyw w różnych państwach członkowskich, regionach i miastach UE, a nawet pomiędzy poszczególnymi sektorami i regionami.

10.5 EKES pragnie wnieść wkład we współpracę w sektorze turystycznym poprzez wspieranie spotkań, dialogu i porozumienia pomiędzy przedstawicielami sektora turystyki, w szczególności między podmiotami gospodarczymi i społecznymi, narodowymi, regionalnymi i lokalnymi władzami i organami oraz stowarzyszeniami zaangażowanymi na rzecz zrównoważonego rozwoju, takimi jak organizacje konsumenckie, ekologiczne społecznie i zrzeszenia osób niepełnosprawnych. Będzie także nadal współpracować ze Światową Organizacją Turystyki (WTO) i Międzynarodowym Biurem Turystyki Socjalnej (BITS). EKES ponawia zatem swoją ofertę służenia jako swojego rodzaju forum dla wszystkich stron, które postrzegają turystykę jako indywidualne prawo, które musi być postrzegane nie tylko w kategoriach działalności gospodarczej czy ekonomicznej, ale także jako element osobistego i ludzkiego rozwoju oraz zrozumienia, pojednania i pokoju między ludźmi.

10.6 EKES zamierza wspierać w formie dorocznej deklaracji Światowy Dzień Turystyki zainicjowany przez Światową Organizację Turystyki. Tegorocznym wkładem EKES do Światowego Dnia Turystyki oraz do Europejskiego Forum Turystycznego 2004 odbywającego się w Budapeszcie jest niniejsza opinia, którą można uznać za „Sewilską deklarację w sprawie polityki turystycznej oraz współpracy między sektorem publicznym a prywatnym”.

Bruksela, dnia 15 września 2004 r.

Przewodniczący
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego
Roger BRIESCH
