

DEZVOLTAREA DURABILĂ ÎN TURISMUL EUROPEAN

*Conf. univ. dr. Roman Livandovschi, ASEM
email: roman_turism@yahoo.com*

The article "Sustainable development of European tourism" offers the definition of the concept of the sustainable development and sustainable tourism with respect to European tourism. It highlights the importance of this kind of tourism for the European countries and emphasizes on its major aspects in accordance with recommendations of different involved organizations, such as World Tourism Organization. Within the articles there is given the analysis of the European tourist arrivals and receipts in 2001 compared to the worldwide results. It also focuses on programs of certificating tourism services, such as Blue Flag etc.

Cuvinte-cheie: dezvoltare durabilă, turism durabil, ecoturism, turism verde, sosiri turistice internaționale, încasări turistice internaționale, politici economice, sociale și ambientale, sisteme de certificare a calității serviciilor turistice, dezvoltare turistică regională.

Dezvoltarea activității turistice presupune acordarea unei atenții deosebite calității mediului, prin măsuri de conservare și dezvoltare a calității sale în zonele intrate în circuitul turistic sau cele pe cale de a intra, precum și de analiză a consecințelor activității turistice, în vederea utilizării raționale a resurselor turistice. Dezvoltarea turistică trebuie să țină seama de sosirile de turiști, precum și de interesele gazdelor și vizitatorilor, dintr-o anumită zonă.

Conceptul de dezvoltare durabilă a luat naștere în anul 1972, ca răspuns la apariția problemelor de mediu și a crizei resurselor umane, mai ales a celor legate de energie. Ulterior, în anul 1983, își începe activitatea Comisia Mondială pentru Mediu și Dezvoltare, ca urmare a unei rezoluții adoptate de Adunarea Generală a Organizației Națiunilor Unite.

Termenul de „dezvoltare durabilă” a fost introdus în limbajul curent de Comisia Mondială pentru Mediu și Dezvoltare în anul 1987. Vorbind despre dezvoltare ca despre „satisfacerea nevoilor prezente, fără a compromite capacitatea generațiilor următoare de a-și asigura nevoile”, raportul Comisiei Brundtland, *Viitorul nostru comun*, a pus în evidență necesitatea de abordare concomitentă a imperativelor dezvoltării și mediului [5, p. 9].

Mediul ambiant, natural și antropic, constituie resursa de bază a industriei turistice. Dacă această resursă este folosită irațional și excesiv, se ajunge, până la urmă, la deteriorarea și chiar distrugerea ei. Turismul este privit adesea ca o formă inofensivă a dezvoltării industriale, comparativ cu alte industrii [7, p. 27].

Toate activitățile turistice dintr-o țară sau regiune trebuie să fie compatibile cu capacitatea de încărcare cu turiști și echipamente turistice ale mediului natural, asigurându-se astfel o funcționare ecologică și economică durabilă la toate nivelurile corespondente nevoilor de utilizare endogene și exogene.

Industria turistică a adoptat conceptul de dezvoltare durabilă, formulându-se noțiunea de *turism durabil*, care, potrivit Organizației Mondiale a Turismului (OMT), dezvoltă ideea satisfacerii nevoilor turiștilor actuali și a industriei turistice și, în același timp, a protejării mediului înconjurător și a oportunităților pentru viitor. Se are în vedere satisfacerea tuturor nevoilor economice, sociale, estetice, de loisir etc. ale turiștilor, menținându-se integritatea economică, diversitatea biologică, culturală și toate sistemele ce susțin viața [10].

Conceptul de turism durabil nu a avut un impact foarte mare la nivel macroeconomic, recomandându-se sub denumirea de *ecoturism în arii protejate*, cunoscut și sub denumirea de *turism verde* sau *turism blând* la nivel microeconomic. Pentru practicarea unui turism verde, cu valențe ecologice, este necesară implicarea mai multor factori decizionali [3, p. 218]. Statul se poate implica prin politica sa de dezvoltare, prin elaborarea unor planuri de dezvoltare durabilă. Totodată, trebuie să se implice și administrațiile locale în colaborare cu un șir de specialiști din agricultură, silvicultură și alți agenți de mediu, conștientizând populația locală, în acest context, în problematica mediului înconjurător.

Turismul durabil acoperă toate formele și activitățile din industria ospitalității, incluzând turismul convențional de masă, turismul cultural, turismul de afaceri, turismul de croazieră, turismul religios, turismul sportiv etc. Procesul de orientare către durabilitate trebuie să fie, în mod normal, coordonat la nivel național de către factorii guvernamentali și susținut de factorii locali, la nivelul comunităților locale [9, p. 14].

Plecând de la conceptul de sustenabilitate, turismul durabil poate fi definit ca un proces care satisface nevoile prezente ale turiștilor și comunităților-gazdă, fără a compromite nevoile generațiilor care vor urma.

Prin activitatea conjugată dintre Uniunea Internațională de Conservare a Naturii, Federația Mondială pentru Ocrotirea Naturii, Federația Europeană a Parcurilor Naționale și Naturale, încă din 1991, a fost

definit conceptul de turism durabil: dezvoltarea tuturor formelor de turism, managementul și marketingul turistic care să respecte integritatea naturală, economică și socială a mediului, cu asigurarea exploatarei resurselor naturale și culturale și pentru generațiile viitoare [6, p. 258]. Din această definiție rezultă că orice formă de turism trebuie să respecte principiile dezvoltării durabile, plecând de la ecoturism, turism verde și turism rural, până la turismul de afaceri sau cel automobilistic.

Turismul durabil reprezintă abilitatea destinației turistice de a rămâne competitivă în pofida tuturor problemelor apărute, de a atrage vizitatorii pentru prima dată și de a-i fideliza ulterior, de a rămâne unică din punct de vedere cultural și a fi într-un permanent echilibru cu mediul înconjurător. Astfel, turismul durabil trebuie să reflecte trei aspecte importante [2, p. 52]:

- *Calitate* – turismul durabil prevede o experiență valoroasă pentru vizitatori, îmbunătățind, în același timp, calitatea vieții comunității-gază și protejând mediul;
- *Continuitate* – turismul durabil asigură continuitatea resurselor naturale pe care se bazează și o continuitate a culturii comunității-gază cu experiențe satisfăcătoare pentru vizitatori;
- *Echilibru* – turismul durabil asigură un echilibru între nevoile industriei turistice, ale partizanilor mediului și ale comunității locale.

Scopul realizării unui turism durabil trebuie să fie subordonat planurilor naționale și regionale de dezvoltare economică și socială. Acțiunile pot acoperi scopuri economice (creșterea veniturilor, diversificarea și integrarea activităților, controlul, potențarea și zonarea dezvoltării), arii sociale (atenuarea sărăciei și a inegalității distribuției veniturilor, protecția patrimoniului socio-cultural indigen, participarea și implicarea comunităților locale) sau arii ecologice (protejarea funcțiilor ecosistemelor, conservarea și utilizarea durabilă a biodiversității) [9, p. 14-15].

Piața turismului internațional este segmentată pe tipuri de produse, clientelă și destinații turistice. Analiza pieței turistice pentru fiecare regiune din lume oferă informații generale cu privire la importanța intraregională a turismului în Europa. În consecință, are loc o concentrare puternică a turismului internațional pe regiuni.

Turismul european este o industrie foarte fragmentată, în care o mare pondere o au întreprinderile mici și mijlocii. Comisia Europeană a estimat că mai puțin de jumătate din angajații din turism activează în hotelărie și catering și că aproximativ 95% dintre firmele care activează în acest domeniu sunt întreprinderi mici [8, p. 112]. Industria turistică europeană este dominată de companii din sectorul privat, care își desfășoară activitatea într-un mediu mai mult sau mai puțin reglementat la nivel local, regional, național, european sau internațional.

Turismul se află între activitățile economice care dețin cea mai mare capacitate de a genera dezvoltarea și crearea locurilor de muncă în Uniunea Europeană (UE). În definiția sa strictă, turismul contribuie, în prezent, cu circa 4% din Produsul Intern Brut (PIB) al Uniunii Europene, variind între aproximativ 2% în mai multe state noi membre și 12% în Malta. Totuși, merită menționat faptul că contribuția sa indirectă la formarea PIB-ului este mult superioară, deoarece turismul produce, în mod indirect, mai mult de 10% din PIB-ul european și reprezintă aproape 12% din totalul locurilor de muncă [1].

Continental european reprezintă prima destinație turistică a lumii, atrăgând în prezent, chiar și în condițiile multiplicării destinațiilor turistice în restul continentelor, aproximativ 55% din sosirile turistice internaționale. Astfel, în 2011, pentru prima dată în istorie, sosirile turistice în Europa au depășit pragul de jumătate de miliard (504 milioane de sosiri turistice), dintre care peste 2/3 din sosiri (385 milioane) au avut loc în cadrul Uniunii Europene, conform datelor furnizate de OMT (vezi tabelul 1) [11]. Destinațiile turistice europene se mențin pe primul loc și sunt în continuă creștere, deși ponderea acestora în totalul sosirilor internaționale este în scădere (în 1990, ponderea a fost de 60%, în 2000 – 57%, iar în 2011 – 51%).

În anul 2011, Europa a depășit toate așteptările, înregistrând un număr de sosiri turistice internaționale în creștere cu 6%, ceea ce o face cea mai dinamică regiune turistică mondială, alături de regiunea turistică Asia și Pacific (vezi tabelul 1).

Sporirea accentuată a numărului de sosiri turistice internaționale în Europa de Sud și Mediteraneană (19% din turismul mondial) este datorată, în principal, marilor destinații turistice: Grecia (+10%), Turcia, Portugalia și Croația (+9% fiecare), Spania (+8%) și Italia (+6%). Însă și alte destinații turistice mai mici au înregistrat o creștere de două cifre, în special San Marino (+30%), Macedonia (+25%), Serbia (+12%), Muntenegru și Cipru (+10% fiecare).

Sosiri turistice internaționale

	Sosiri turistice internaționale (milioane)				Cota de piață (%)	Creșterea anuală medie (%) 2005-2011
	1990	2000	2005	2011	2011	
MONDIAL	435	674	799	983	100	3,5
Economii avansate	296	417	455	523	53,2	2,4
Economii emergente	139	256	344	460	46,8	5,0
din care:						
EUROPA	261,5	385,0	440,7	504,0	51,3	2,3
Europa de Nord	28,6	43,4	56,1	59,3	6,0	0,9
Europa de Vest	108,6	139,7	141,7	159,0	16,2	1,9
Europa Centrală și de Est	33,9	69,3	90,4	103,5	10,5	2,3
Europa de Sud și Mediteraneană	90,3	132,6	152,5	182,2	18,5	3,0
Din care UE-27	230,1	323,7	352,4	385,0	39,2	1,5

Sursa: Completat după datele OMT, 2012 [11].

Creșterea în Europa de Sud și Mediteraneană rezultă, în parte, dintr-o reorientare a fluxurilor turistice în detrimentul Orientului Mijlociu și al Africii de Nord, dar destinațiile turistice mediteraneene au profitat în mod egal și de sporirea fluxului piețelor emitente, precum cele din Scandinavia, Germania și Federația Rusă.

În Europa Centrală și de Est (+8%), mari destinații turistice, precum Federația Rusă (+12%) și Polonia (+7%), au contribuit la rezultatele excelente obținute de această subregiune. Georgia (+39%) afișează cea mai mare creștere în raport cu destinațiile emergente, ca urmare a ritmurilor de creștere ridicate pe care aceasta le are în ultimii ani. Azerbaidjanul (+22%) și Kazahstanul (+21%) înregistrează și ele o creștere puternică, urmate de Republica Moldova (+18%), Estonia (+16%), România (+13%), Armenia (+11%) și Slovacia (+10%).

În Europa de Nord (+6%), țările scandinave, precum Islanda (+16%) și Finlanda (+14%) au beneficiat de o creștere de două cifre în fața Norvegiei, în care numărul sosirilor turistice a crescut cu 9% în 2010. Marea Britanie, care este cea mai mare destinație turistică a subregiunii, a fost o creștere susținută de 3% în 2010. Irlanda, de asemenea, și-a regăsit creștere pozitivă, care a atins 8%.

Europa de Vest (+3%) a înregistrat o creștere relativ mai modestă, cu cinci milioane de sosiri suplimentare în 2011. Un scor bun au înregistrat marile destinații turistice, precum Germania (+6%) și Austria (+5%), care au devansat asemenea destinații, ca Olanda, Belgia (+4% în fiecare caz) și Franța (+3%).

Încasările turistice europene au constituit, în 2011, 333 miliarde de euro (463 miliarde de dolari americani), în creștere cu 5%, față de 2010 (dintre care 82% în cadrul Uniunii Europene), ceea ce reprezintă 45% din totalul încasărilor turistice internaționale, care s-au ridicat la 740 de miliarde de euro, cota de piață a Uniunii Europene fiind de 37% din acest total. Această creștere se explică prin rezultatele Europei Centrale și de Est și cele ale Europei de Sud și Mediteraneene (+8% în ambele cazuri) (vezi tabelul 2).

Turismul se manifestă ca un factor activ al dezvoltării durabile, contribuind la menținerea și îmbunătățirea calității mediului. Impacturile economic, socio-cultural și ecologic negative ale turismului pot fi contracarate cu ajutorul unor mijloace specifice, precum valorificarea echilibrată a tuturor resurselor naturale, sistem de depozitare și reciclare a deșeurilor corespunzător normelor ecologice, interzicerea activităților de exploatare a lemnului și a braconajului neautorizate, reorganizarea activităților turistice, dezvoltarea mijloacelor de transport nepoluante etc.

Conștientă de rolul crucial pe care îl joacă turismul în economia europeană, Comisia Comunităților Europene a adoptat, în martie 2006, o nouă politică a turismului al cărei obiectiv principal este acela de a contribui la îmbunătățirea competitivității industriei europene a turismului și la crearea de mai multe locuri de muncă, prin dezvoltarea durabilă a turismului în Europa și în restul lumii.

Obiectivul major al politicii comunitare de mediu este de a contribui la dezvoltarea durabilă. Investițiile în obiectivele turistice, care iau în considerare protecția mediului înconjurător, oferă premise pentru o creștere durabilă, atât din punct de vedere economic, cât și din punct de vedere ecologic. Dezvoltarea turismului poate fi durabilă numai prin respectarea principiilor turismului durabil.

Încasările turistice internaționale

	Încasări turistice internaționale						Cota de piață (%)
	Dolari americani			Euro			
	Încasări (miliarde)		Încasări per sosire	Încasări (miliarde)		Încasări per sosire	
	2010	2011	2011	2010	2011	2011	
MONDIAL	927	1.030	1.050	699	740	750	100
Economii avansate	589	644	1.270	444	477	910	64,5
Economii emergente	338	366	800	255	263	570	35,5
din care:							
EUROPA	409,3	463,4	920	308,8	332,9	660	45,0
Europa de Nord	61,4	70,3	1.190	46,3	50,5	850	6,8
Europa de Vest	142,2	160,4	1.010	107,2	115,2	720	15,6
Europa Centrală și de Est	48,1	56,1	540	36,3	40,3	390	5,4
Europa de Sud și Mediteraneeană	157,6	176,7	970	118,9	126,9	700	17,1
Din care UE-27	335,0	377,5	980	252,7	271,2	700	36,6

Sursa: Completat după datele OMT, 2012 [11].

Cadrul comunitar existent pentru dezvoltarea politicilor economice, sociale și ambientale, fondat pe parteneriatul pentru dezvoltare și locuri de muncă și pe strategia pentru dezvoltare durabilă, oferă condiții adecvate pentru realizarea următoarelor obiective: prosperitate economică, echitate și coeziune socială, protecția mediului și a culturii [13]. Aceste obiective trebuie să ghideze actorii turismului european în acțiunilor lor cu privire la impactul turismului emitent din Europa și în promovarea turismului ca instrument pentru dezvoltarea durabilă a țărilor receptoare. În urmărirea acestor obiective, trebuie realizate mai multe sarcini dificile specifice sectorului turistic. Printre acestea, figurează, înainte de toate, protecția și gestiunea durabilă a resurselor naturale și culturale, diminuarea cât mai mult posibilă a utilizării resurselor și a poluării în siturile turistice, inclusiv producerea deșeurilor, gestiunea schimbării în interesul bunăstării comunității locale, reducerea caracterului sezonier al cererii turistice, considerarea impactului asupra mediului înconjurător al transporturilor în interes turistic, răspândirea turismului fără discriminare și ameliorarea calității locurilor de muncă din turism, în special tratând problema rezidenților din țările din lumea a treia cu ședere ilegală în cadrul politicii Comisiei cu privire la imigrare [13]. Totodată, în această ordine de idei, siguranța turiștilor și a comunităților locale, unde sunt oferite prestațiile turistice, este o provocare suplimentară și una din condițiile fundamentale ale dezvoltării turistice. Aceste provocări nu sunt permanente, nici în spațiu, nici în timp. Prioritatea care li se va acorda, modul în care vor fi abordate și ocaziile sesizate pot diferi de la un loc la altul.

Organizația Mondială a Turismului [15] precizează că există în lume, în prezent, peste 80 de programe de certificare turistică durabilă și ecoturistică, în competențele cărora se regăsesc aspecte cu referire la impactul turismului asupra mediilor economic, socio-cultural și ambiental. Majoritatea acestor programe evaluează cazarea, și numai câteva certifică sectoarele și alte aspecte ale industriei turistice.

Printre cele mai importante sisteme de certificare a calității serviciilor turistice, enumerăm următoarele sisteme:

- *Blue Flag* este un ecolabel (certificat ecologic) acordat exclusiv plajelor și porturilor care îndeplinesc anumite cerințe, în astfel de domenii, ca: educația și informarea privind mediul – avertizare în cazuri de poluare, informații despre zone naturale sensibile, minimum cinci activități de educare ecologică pe plajă etc.; calitatea apei – respectarea directivei Uniunii Europene pentru apa de îmbăiere, nu trebuie să existe deversări de ape uzate în zona plajei, planuri de urgență în caz de poluare accidentală etc.; managementul mediului – existența unui plan de amenajare teritorială, curățarea zilnică a plajei, acces sigur pe plajă etc.; securitate și servicii – avertizarea populației cu privire la calitatea serviciilor, salvamari și echipe de salvare în număr suficient, sursă de apă potabilă etc. În prezent, peste 3.000 de plaje și porturi din 36 de țări din Europa, Africa, America ș.a. beneficiază de acest certificat din anul 2007 [14].

- *European Union Ecolabel (European Flower)* certifică serviciile de cazare turistică și spațiile pentru camping din Uniunea Europeană și alte țări din Europa. Pagina web [12] conține informații utile pentru firmele turistice interesate care conține și un instrument de autocontrol.

Pentru a îmbunătăți competitivitatea și durabilitatea turismului, trebuie să se ia în considerare caracteristicile specifice ale destinațiilor turistice. Se recomandă ca, la elaborarea politicilor și propunerilor în domeniul turismului, să se țină cont de particularitățile acelor state membre care depind, în mare măsură, de turism și să se acorde atenția cuvenită nevoilor diferitelor teritorii. Concomitent, merită de menționat că turismul către destinații îndepărtate poate avea un impact deosebit de puternic asupra schimbărilor climatice, prin efectele și emisiile produse de călătoriile pe distanțe lungi. În perspectivă, ar trebui pus mai mult accentul pe avantajele pe care le presupune selectarea unor destinații turistice mai apropiate de locul de reședință a turiștilor, care pot fi atinse cu emisii de carbon mai reduse.

Dezvoltarea turistică regională ocupă un loc important în cadrul strategiilor de dezvoltare a turismului, majoritatea țărilor europene promovând dezvoltarea acestei ramuri în zonele rămase în urmă din punct de vedere economic și social, în scopul ameliorării structurii economice regionale.

Regionalizarea este o tendință comună a evoluției organizării teritoriale a statelor europene. Regiunile tind să devină colectivități publice la nivel intermediar pentru a răspunde nevoilor de teritorializare a anumitor politici comunitare și a asigura baza unei convergențe instituționale a statelor membre ale Uniunii Europene [4, p. 57].

Dezvoltarea regională trebuie să coreleze și să integreze turismul european prin celelalte componente ale economiei, ținând seama de faptul că această industrie nu afectează mediul și, de regulă, nu presupune investiții foarte mari. Turismul poate aduce atât avantaje, cât și dezavantaje unei regiuni. Printr-o planificare riguroasă, turismul poate crea noi locuri de muncă și poate duce la creșterea veniturilor.

Locul turismului european în dezvoltarea durabilă este atribuit de rolul său ca industrie care comercializează mediul fizic și uman în calitate de produse ale sale. Turismul reprezintă una din industriile care trebuie să se implice activ în dezvoltarea durabilă ca industrie a resurselor, dependentă de dotările naturii și de patrimoniul cultural și istoric al fiecărei țări. Turismul comercializează aceste resurse ca parte a produsului său și, în același timp, partajează anumite resurse cu alți utilizatori, inclusiv cu populația locală.

Bibliografie:

1. Agenda pentru un turism european durabil și competitiv, Comisia Comunității Europene, Bruxelles, 2007.
2. Băltărețu A., *Ecoturism și dezvoltare durabilă*, Editura Prouniversitaria, București, 2007.
3. Bran Fl., Dinu M., Simon T., *Economia turismului și mediul înconjurător*, Editura Economică, 1998.
4. Căndea M., Bran Fl., Cimpoeu I., *Organizarea, amenajarea și dezvoltarea durabilă a spațiului geografic*, Editura Universitară, București, 2006.
5. Dachin A., *Evaluări ale dezvoltării durabile în România*, Editura ASE, București, 2003.
6. Istrate I., Bran Fl., Roșu A. G., *Economia turismului și mediul înconjurător*, Editura Economică, 1996.
7. Popescu D., *Amenajarea turistică durabilă a litoralului*, Editura Matrix Rom, 2003.
8. Stănciulescu G., Ababei D., Țală M., Talpeș A., Lungu C., *Evaluarea întreprinderii hoteliere. Oferta hotelieră mondială*, Editura Uranus, București, 2003.
9. Stănciulescu G., *Managementul turismului durabil în centrele urbane*, Editura Economică, București, 2004.
10. WTO, WTTC, The Earth Council –Agenda 21 for Travel and Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development, 1995.
11. http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights12_fr_lr.pdf
12. <http://ec.europa.eu/environment/ecolabe>
13. <http://eur-lex.europa.eu>
14. www.blueflag.org
15. www.unwto.org