

## LA PROMOCIÓN DEL TURISMO EN EL MARCO DE LA UNIÓN EUROPEA

Germán Porras Olalla \*

**Resumen.** La cooperación en la promoción turística conjunta de Europa es una de las primeras manifestaciones del proceso de integración europea y de superación de las rivalidades que condujeron a las dos Guerras Mundiales. La Comisión Europea de Turismo (CET), que nace en 1948, es con la Unión Occidental (UO) y la Organización Europea de Cooperación Económica (OECE) la organización pionera del impulso de cooperación que evolucionará hacia la integración.

Sin embargo, la cooperación en materia de turismo se desarrolla al margen del marco de la Unión Europea, en cuyo seno predomina el criterio de la subsidiariedad respecto al turismo, que se considera competencia de los Estados miembros.

Solamente de forma gradual se ha ido abriendo camino en el seno de la Unión Europea el reconocimiento del peso del turismo como sector económico y su incidencia en el empleo. En este aspecto es significativa la diferencia de reacción de la Unión Europea ante los efectos en el turismo de los acontecimientos del 11 de septiembre, que contrasta con la indiferencia respecto a crisis turísticas anteriores provocadas por situación de tensión internacional como la Guerra del Golfo.

Esta nueva conciencia del peso económico del turismo (que representa el 12% del PIB europeo) ha permitido que el impulso dado por la presidencia española de la UE haya permitido poner las bases de un cierto grado de cooperación en materia de turismo.

En el campo de la promoción conjunta de Europa como destino turístico, y a la espera de que la UE acepte jugar un papel más activo teniendo en cuenta que la promoción turística conjunta contribuye al proceso de integración difundiendo la imagen de Europa como unidad cultural, la responsabilidad ha recaído en la CET.

La CET es la organización internacional que integra a los Órganos Nacionales de promoción turística de prácticamente todos los países europeos.

Su función es promover conjuntamente el turismo hacia Europa en los mercados transcontinentales. Su objetivo es consolidar a Europa como primer destino turístico mundial y luchar contra la pérdida de cuota de mercado que Europa está sufriendo.

En este trabajo se describe su estructura, su financiación y la labor que desarrolla. Finalmente, se apuntan las nuevas posibilidades que para la promoción turística conjunta de Europa que lleva a cabo la CET se abren con la disposición más favorable de la Unión Europea.

**Palabras clave:** Cooperación, Integración, Promoción turística conjunta de Europa, Competitividad, Cuota de mercado, Unión Europea, Comisión Europea de Turismo.

### I. INTRODUCCIÓN

El punto de partida para un análisis de la promoción conjunta del turismo de Europa en el marco de la Unión Europea es que tal promoción conjunta no existe.

Sin embargo, la Unión Europea sí concede ayudas a terceros países para su promoción turística, facilitando así su competencia con los destinos europeos en un mercado mundial

globalizado, en el que todos los destinos son concurrentes y competidores entre sí.

La explicación de esta paradoja ha de buscarse es la posición de algunos de los miembros más influyentes de la Unión Europea que mantienen que el turismo no está incluido en los tratados comunitarios y que por tanto no hay base jurídica para una política de turismo en el marco de la Unión Europea. Y ello a pesar de que el artículo 3 letra u) del Tratado

\* Actualmente, y desde mayo del año 2000, es Director del Instituto de Turismo de España (Turespaña). En mayo de 2001 fue elegido Presidente de la Comisión Europea de Turismo (CET), cargo que ostenta en la actualidad.

constitutivo de la Comunidad Europea hace una mención expresa al turismo como sector económico, haciendo referencia a las «medidas en el ámbito del turismo» como parte integrante de las actividades comunitarias que deben emprenderse para alcanzar los objetivos globales de la Comunidad. Estos países miembros invocan el principio de la subsidiaridad manteniendo que es a cada Estado miembro al que corresponde la definición y la ejecución de la política turística.

A este planteamiento corresponde la débil presencia del turismo en la estructura político-administrativa de la Comisión Europea, donde existe una Dirección de Servicios, Comercio y Turismo que se integra en la Dirección General de Empresas y en la que a una de las unidades le corresponde el ejercicio de las competencias en materia de turismo.

Por ello, y no obstante la sensibilidad de los responsables de esta estructura administrativa de la Comisión hacia el turismo, el campo de acción de la Comisión es limitado, y de manera específica en el campo de la promoción.

Solamente a raíz de los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 (11-S), que tuvieron un efecto profundo en el turismo, en especial en los viajes transcontinentales hacia Europa, con caídas del orden del 30%, la UE empezó a tomar conciencia del peso del sector turístico en la economía europea, en la que representa en torno al 12% del PIB y del empleo europeo y entre el 3% y el 12% del PIB de los miembros de la UE.

La Comisión Europea realizó una serie de valoraciones del impacto del 11-S en la eco-

nomía turística europea. En el Informe de la Comisión sobre seguimiento del Consejo Europeo de 21 de septiembre sobre la situación del sector turístico europeo (COM (2001) 668 final) se analizan las consecuencias negativas según los subsectores (transporte aéreo, operadores y agentes de viaje, alojamiento, etc.) y según tipos de viaje y destinos, señalando que el mayor impacto negativo afectaba al turismo de ciudad, al turismo de cruceros y al turismo de negocios y reuniones (congresos, convenciones e incentivos). Asimismo el Informe recogía en su apartado IV las demandas del sector turístico europeo sobre la «necesidad de coordinar, en estas circunstancias especialmente, la promoción de Europa en los mercados transcontinentales» y solicitaba de la Comisión «que juegue un papel activo en la promoción de Europa como destino seguro» (1) (2).

En el apartado de Conclusiones la Comisión reconocía que «El reto consistirá, por tanto, en desarrollar una estrategia para el sector turístico europeo que responda a medio y largo plazo a los condicionamientos económicos y políticos futuros». Este reto y la demanda del sector turístico europeo para una mayor integración y cooperación debería ser respondido por un nuevo enfoque cooperativo para la industria turística, que se plasmará en la Comunicación de la Comisión titulada «Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo» (13 de noviembre de 2001) (3).

Esta nueva percepción ha servido para avanzar hacia una mas abierta aproximación de la UE al sector turístico, que culmina durante la primera Reunión Informal de Ministros de Turismo que se celebró en Santander durante la

Presidencia española (4 de mayo de 2002). En ella se formuló una Resolución, adoptada formalmente en el Consejo de Ministros de Comercio Interior, Consumidores y Turismo, celebrado el 21 de mayo de 2002 (4).

Esta Resolución que supone un paso muy significativo en el proceso iniciado en Vila-moura durante la Presidencia portuguesa de la UE, y la nueva actitud de la unidad responsable de turismo de la Comisión Europea constituyen sólidos puntos de partida para una nueva consideración del turismo en el marco de la UE.

Sin embargo, la promoción turística conjunta de Europa no se agota en estas consideraciones sino que hay que ponerla en relación con la existencia y la labor de la Comisión Europea de Turismo (CET) nacida en 1948, y que a lo largo de más de 50 años ha desarrollado una tarea de promoción en los mercados transcontinentales de América, Asia, África y Oceanía.

Por tanto, y para analizar la promoción turística de Europa es imprescindible referirse a la CET, considerando su naturaleza, sus funciones, su labor y finalmente, su relación con la Comisión Europea, para tratar de que la UE juegue un papel más activo en este campo.

Como paso previo a este análisis es oportuna una reflexión sobre competencia y cooperación en el sector turístico, y en concreto, en el ámbito de la promoción.

## **II. TURISMO: COMPETENCIA Y COOPERACIÓN**

El turismo es uno de los sectores más competitivos de la economía. Esta competitividad

no es sólo el resultado de la globalización, en virtud de la cual todos los destinos compiten entre sí, una vez que el transporte aéreo y la organización de los viajes han convertido en asequibles para el turista todos los destinos del mundo.

El resultado es la dificultad de cooperación que se da a todos los niveles, local, regional, nacional e internacional.

Para que esta cooperación se produzca es necesario superar el recelo inicial y percibir las ventajas que se derivan de sumar recursos para conseguir objetivos comunes. Los destinos turísticos han avanzado considerablemente en esta dirección, y a ello han ayudado las exigencias de las etapas de crisis, en las que los esfuerzos individuales se muestran insuficientes.

Como luego se analizará, al exponer las funciones y las tareas de la CET, la cooperación se enfrenta a retos mayores cuando los intereses de los cooperantes son solamente relativamente coincidentes en cuanto a prioridades respecto a los mercados sobre los que actuar y a los segmentos de clientela a atraer en función de los productos de cada destino.

En estos casos se hace necesaria una mayor amplitud de visión en la que se contemplen quienes son realmente los competidores, distinguiéndose claramente de los concurrentes: se trata con la acción cooperativa de atraer el turismo hacia una zona o región, frente a otras, que son las competidoras, quedando para un segundo estadio la distribución del turismo captado entre los diferentes destinos concurrentes de la zona o región se-

gún sus productos y peculiaridades, y conforme a su mayor o menor iniciativa. En todo caso la dificultad de cooperación es directamente proporcional al número y a la diversidad de los destinos concurrentes.

Corresponde ahora examinar cuál es la situación competitiva de Europa en el turismo mundial como base en la que fundamentar la cooperación entre los países europeos para promover el turismo hacia Europa.

### III. EUROPA EN EL TURISMO MUNDIAL

Se suele afirmar con evidente autosatisfacción que Europa es el primer destino turístico del mundo y efectivamente nuestro continente ha sido capaz de atraer un número creciente de millones de viajeros, de modo que en el año 2000 Europa representó el 58,9% del total de llegadas del turismo internacional, o sea 323,1 millones.

#### Europa y el turismo mundial Llegadas internacionales por regiones

	Cuota de Mercado (%)		
	1985	2000	2020
África	3,0	4,1	5,0
América	19,7	19,5	18,1
<b>Europa</b>	<b>64,8</b>	<b>58,9</b>	<b>45,9</b>
Oriente Medio	2,3	2,7	4,4
Sudeste Asiático	0,8	0,8	1,2



Fuente: OMT Turismo Panorama 2020.

Pero un hecho tan aparentemente satisfactorio oculta una realidad preocupante que se manifiesta en tres hechos:

- a) La posición predominante de Europa en el panorama turístico mundial se debe

fundamentalmente al turismo intrarregional, es decir al turismo generado en la propia Europa. El 88,8% de las llegadas turísticas que recibe Europa provienen de la propia Europa. No hay región que sea más dependiente del mercado interior.

### Europa y el turismo mundial Llegadas intraregionales e interregionales

	Intraregional	Interregional
África	62,1%	37,9%
América	76,0%	24,0%
Asia-Pacífico	75,0%	25,0%
Oriente Medio	43,0%	57,0%
Sudeste Asiático	23,5%	76,5%
<b>Europa</b>	<b>88,8%</b>	<b>11,2%</b>



Fuente: OMT Turismo Panorama 2020.

b) Cada vez más europeos tomarán sus vacaciones fuera de Europa. De hecho, Europa está doblando el porcentaje de viajes a otras regiones. Según los datos

de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el porcentaje de viajes europeos a otras regiones pasará del 11,9% al 22,6%.

### Europa y el turismo mundial

	Llegadas Internacionales a Europa por Región (millones)		Turismo Emisor por Región (millones)	
	2000	2020	2000	2020
África	4,2	11,4	20 (35,0)	62 (33,7)
América	33,1	43,6	127 (27,1)	232 (31,1)
Asia-Pacífico	11,7	45,4	89 (25,7)	405 (23,8)
<b>Europa</b>	<b>323,1</b>	<b>564,3</b>	<b>374 (11,9)</b>	<b>729 (22,6)</b>
Oriente Medio	2,4	5,3	12 (35,5)	35 (28,7)
Sudeste Asiático	1,0	2,7	6 (77,8)	17 (83,2)
Otros	26,1	44,3	40	81



Fuente: OMT Turismo Panorama 2020.

c) La tasa del crecimiento del turismo hacia Europa es más baja que en el resto de las regiones turísticas, pasando del 5,9% en el período 1985-1990, al 3,7%

en los años 1990-1995; y al 3% durante 1995 a 2000, mientras que la tasa de crecimiento para el turismo mundial es, respectivamente, de 6,9; 4,3 y 4,1%.

### Europa y el turismo mundial Llegadas internacionales por región

	Crecimiento Anual Medio (%)		
	1985-1990	1990-1995	1995-2020
África	9,0	6,1	5,5
América	7,6	3,3	3,9
Asia-Pacífico	11,9	8,3	6,5
<b>Europa</b>	<b>5,9</b>	<b>3,7</b>	<b>3,0</b>
Oriente Medio	3,7	6,6	7,1
Sudeste Asiático	4,8	5,9	6,2
<b>TOTAL</b>	<b>6,9</b>	<b>4,3</b>	<b>4,1</b>

Fuente: OMT Turismo Panorama 2020.



La consecuencia es que Europa está perdiendo cuota de mercado en el turismo mundial; aunque siga creciendo en cifras absolutas. Por tanto, su competitividad disminuye y su capacidad para atraer turismo de otras regiones se va relativamente debilitando en relación con otros destinos.

Por tanto, el objetivo de la promoción turística conjunta de Europa es aumentar la cuota de mercado en el turismo mundial y evitar el deslizamiento negativo, disminuyendo la dependencia del turismo intrarregional, que aunque puede amortiguar las coyunturas como la producida a raíz del 11-S, implica una menor competitividad en la captación del turismo interregional.

Éste es el papel de la Comisión Europea de Turismo, de la que a continuación se consideran su evolución histórica, su composición, estructura y funciones, para finalmente analizar su relación con la Unión Europea.

#### IV. LA COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO (CET), AVANZADA DE LA INTEGRACIÓN EUROPEA

La CET se adelanta al proceso de integración europea siendo una de sus primeras manifestaciones, ya que se constituye en el año 1948.

Con la creación de la CET se pone una vez más de manifiesto que el turismo es el sector que va por delante en el entendimiento entre los países y las sociedades, sustituyendo la confrontación por la convivencia. La CET es una de las primeras manifestaciones de la reacción que se produce en Europa después de los dos grandes conflictos, dirigida a hacer posible una nueva confrontación, en el futuro. Se pone así en marcha un proceso cuyas etapas adoptan formas de siglas que representan organizaciones de cooperación, que a su vez van evolucionando pasando de la cooperación a la integración:

- 1948 - CET (Comisión Europea de Turismo)  
    UO (Unión Occidental)  
    OECE (Organización Europea de Cooperación Económica)
- 1949 - Consejo de Europa
- 1950 - UEP (Unión Europea de Pagos)
- 1951 - CECA (Comunidad Económica del Carbón y del Acero)  
    CED (Comunidad Europea de Defensa)
- 1953 - CEIN (Consejo Europeo para la Investigación Nuclear)
- 1955 - AME (Acuerdo Monetario Europeo)
- 1957 - CEE (Comunidad Económica Europea)
- 1960 - AELC (Asociación Europea de Libre Cambio)
- 1961 - OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico)
- 1993 - UE Unión Europea.

Es evidente que el grado de integración alcanzado en turismo es limitado, mucho menos que en otros sectores, pero sí sirve para llamar la atención sobre el decisivo papel que el turismo ha desempeñado en el proceso de superar el desconocimiento, los prejuicios y el resentimiento entre los pueblos europeos.

No hay otro fenómeno social similar al turismo que haya contribuido de manera tan decisiva al conocimiento mutuo de los europeos. Solamente en el año 2000, como antes se ha indicado, se produjeron 323,1 millones de viajes de europeos desde sus lugares de residencia a otros países europeos.

## **V. LA COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO: COMPOSICIÓN, ESTRUCTURA Y FUNCIONES (5)**

### **Composición**

La CET está integrada por las Organizaciones Nacionales de Turismo (ONT) de los países europeos, responsables de la promoción turística.

En la actualidad forman parte de la CET 31 miembros, los 15 países que integran la Unión Europea, y 16 que todavía no son parte de la misma. No existe por tanto otra organización europea tan amplia, en especial teniendo en cuenta que los países europeos que todavía no son miembros (Estonia, Letonia, etcétera) han manifestado su voluntad de formar parte de la misma, estando prevista su integración en un corto período de tiempo.

### **Estructura**

La CET se estructura en los siguientes órganos:

- La Asamblea General, integrada por todos los miembros y que es el órgano soberano.
- El Consejo de Directores, que es el órgano ejecutivo.
- El Presidente, que asume la representación de la ETC y preside la Asamblea y el Consejo
- El Director Ejecutivo, que es el órgano gestor de la ETC.

## Presupuesto

Todos los miembros tienen idénticos derechos, siendo uno de los principios inspiradores de la Organización el equilibrio entre sus miembros, de modo que todos se sientan representados e involucrados en las tareas de la CET, en el proceso de toma de decisiones y en la obtención de servicios (información de mercados, promoción, intercambio de mejores prácticas, etc.).

La financiación de la CET se basa en la aportación de los países miembros, que se determina conforme a criterios del volumen de turistas transoceánicos que se reciben. Existe una financiación adicional de las actividades promocionales que se desarrollan en los mercados emisores, aportada por las empresas de cruceros, etc. Esta financiación adicional, que en algunos mercados cuadruplica o quintuplica los fondos propios de la CET es la prueba de la credibilidad de la Organización en el sector turístico.

## Funciones

El objetivo fundamental de la CET es la promoción de Europa como destino turístico en los mercados extraeuropeos.

En la consecución de este objetivo, la CET desarrolla una serie de funciones (6):

### a) *Estudio y seguimiento de los mercados*

El *Grupo de Estudios* de la CET recopila información acerca de la estructura de los principales mercados emisores (EE.UU., mer-

cados iberoamericanos, Canadá, Japón, Australia), así como de los mercados emergentes y potenciales (China, Sudeste Asiático, Sudáfrica). Asimismo, realiza estudios de productos específicos (turismo de reuniones) y realiza un seguimiento de la coyuntura de los mercados, que resulta especialmente valioso para los miembros cuando se producen acontecimientos especiales, o cuando se detectan cambios en las tendencias de la demanda.

### b) *El Grupo de Nuevas Tecnologías, de reciente creación, ha dado un importante impulso a la utilización de los nuevos recursos tecnológicos a través de tres iniciativas:*

– Seminario sobre estrategia de utilización de los nuevos medios y puesta en común de las mejores prácticas.

– Academia de comercio electrónico para personal de los organismos de promoción de los países miembros.

– Portal sobre los nuevos medios destinado a los profesionales con novedades sobre los recientes desarrollos en tecnología de la información en los principales mercados emisores.

### c) *Promoción de los mercados*

En cada uno de los principales mercados se ha constituido un *Grupo de Operaciones* encargado de planificar y ejecutar la acción promocional de conformidad con las líneas aprobadas por la ETC y aplicando los recursos asignados por el Consejo Directivo y la Asamblea General.



Esta promoción incluye campañas de publicidad cooperativa de Europa, actividades promocionales, y la utilización de las nuevas tecnologías para la información turística de Europa (WWW.VisitEurope.com).

La creación de un Portal del Turismo Europeo, partiendo de esta página web, se ha constituido en el proyecto básico de la promoción conjunta de Europa que lleva a cabo la CET, tal como se ha decidido en la Asamblea General celebrada en Biarritz en octubre de 2002. Este proyecto concuerda con los planteamientos de la Comisión Europea, que en 2003 convocará un concurso para otorgar ayuda financiera a la creación del Portal.

*d) Intercambio de experiencias y mejores prácticas*

Es otra de las áreas funcionales de la ETC, estando en elaboración un manual de evaluación de las mejores prácticas de las organizaciones nacionales de turismo.

*e) Cooperación con otras Organizaciones internacionales*

- La OMT. Con la Organización Mundial de Turismo la CET ha firmado un Acuerdo de Cooperación. Sobre esta base se realizan, a través del Departamento de Estudios de Mercado y Técnicas de Promoción, estudios conjuntos con cofinanciación (turismo emisor chino, eficacia de las campañas de promoción y marketing, que será publicado en forma de «Manual de las mejores prácticas de las metodologías de evaluación de las Orga-

nizaciones Nacionales de Turismo», y los turismos de conferencias, exposiciones y de incentivos-MICE).

- La OCDE. La cooperación de la CET se realiza a través del Comité de Turismo de la OCDE, que está centrado en mejorar la comprensión de la economía del turismo y de las políticas de turismo de los países miembros. La CET participa regularmente en los trabajos del Comité y es invitada a tomar parte de proyectos específicos de interés mutuo.

## **VI. LA COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO Y LA UNIÓN EUROPEA**

La promoción conjunta del turismo de Europa coadyuva a los propósitos y objetivos de la UE al transmitir una imagen de Europa como unidad cultural, que integra armoniosamente la diversidad y peculiaridad de cada uno de los países europeos en una misma identidad cultural básica, que proporciona el substrato común a la múltiple personalidad de cada uno de los países miembros de Europa.

Aunque como se ha indicado al comienzo de este trabajo no existe una promoción conjunta del turismo europeo en el marco de la UE y la actitud de miembros de la Unión con especial peso en la toma de decisiones es contraria a la existencia de una política turística de la Unión Europea, se han ido dando pasos, tanto por la Dirección de Servicios, Comercio y Turismo de la Comisión Europea, como por algunos de los países miembros, en el reconocimiento de la promoción conjunta de Europa, cuya manifestación más significati-

va hasta el momento ha tenido lugar durante la Presidencia española del Consejo de la Unión Europea. En la Reunión Informal de Ministros de Turismo, que tuvo especial significado por ser la primera vez que una reunión de este rango se ha celebrado en la historia de la Unión Europea, la Presidencia de la CET que actualmente corresponde a España, tuvo la oportunidad de exponer a los Ministros europeos de Turismo la situación del turismo en Europa, el impacto de los acontecimientos del 11 de septiembre, la tendencia hacia la pérdida de la cuota de mercado de Europa como destino en el turismo mundial y la conveniencia de contrarrestarla con un reforzamiento de la promoción conjunta en los mercados transcontinentales, que es precisamente la función de la CET, aprovechando las nuevas tecnologías.

Por tanto España, durante su presidencia del Consejo, ha dejado planteada la conveniencia de que se abra un debate en la UE para analizar la necesidad de una promoción conjunta, en especial, a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Es de esperar que esta favorable actitud de los miembros de la UE, plasmada en la Resolución del Consejo de 21 de mayo de 2002 sobre el futuro del turismo europeo (2002/C 135/01 DOCE de 6 de junio del 2002), así como la disposición de la Dirección de Servicio, Comercio, Turismo, E-business e IDA de la Dirección General de Empresas, de la Comisión Europea, permita avanzar de forma significativa en el diseño y ejecución de una acción conjunta de promoción turística de Europa en la que la CET está llamada a ejercer un papel fundamental.

En efecto la Resolución del Consejo de 21 de mayo de 2002 sobre el futuro del turismo europeo representa un paso significativo de la Unión Europea en la cooperación en el ámbito turístico.

La Resolución, en lo que se refiere a la promoción parte de dos consideraciones:

- La consideración 1 reconoce que «el turismo ayuda a conseguir... una mejor integración europea».
- La consideración 5 señala que «aunque el principal destino turístico de los ciudadanos europeos es la propia Europa la posición de ésta como destino turístico a nivel internacional decae ligeramente, como muestran los informes y previsiones de la Organización Mundial del Turismo»

Asimismo la Resolución destaca que «a fin de contribuir a la *mejora de la imagen global de la Unión Europea en el mundo*, interesa analizar la imagen actual y debatir las posibilidades de mejorarla, por ejemplo a través de las nuevas tecnologías de la información, estableciendo cotas de referencia de mejores prácticas, o a través de la *coordinación de ciertas actividades combinadas de promoción* desarrolladas por las Autoridades de turismo o por la industria, garantizando al mismo tiempo que la competencia entre los Estados miembros no se vea distorsionada».

La Resolución destaca también que «*es necesario fomentar una estrecha cooperación entre la Comunidad Europea y las Organizaciones internacionales que actúan en el sector turismo*».

Como resultado de estas consideraciones la Resolución «invita a la Comisión, a los Estados miembros y a los demás interesados en el sector turístico a:

- «reflexionar sobre los distintos medios de fortalecer la posición y la imagen de Europa como conjunto de destinos atractivos y variados y sobre el futuro del crecimiento sostenible del turismo en Europa».
- «hacer el mejor uso posible de las tecnologías de la información y la comunicación a efectos de la puesta en práctica de las actividades mencionadas».

La Comisión Europea de Turismo considera que estos términos de la «Resolución del Consejo sobre el futuro del turismo europeo» son un reconocimiento de las tesis mantenidas por la CET, y, consecuentemente, recoge la propuesta de cooperación de la Comunidad Europea con las organizaciones internacionales que actúan en el sector turismo. La CET es precisamente la organización internacional turística cuya función es la imagen de Europa como destino turístico y cuya tarea es la «coordinación de actividades combinadas de promoción».

Por tanto, la CET valora la Resolución como una invitación y como un reto para formular a la Comisión Europea, a través de la Dirección de Servicios, Comercio y Turismo, iniciativas sobre:

- Análisis y valoración de la imagen de Europa como destino turístico.
- Reforzar la acción para fortalecer dicha imagen.
- Reforzar las actividades coordinadas de promoción.

Todo ello con el fin de consolidar la posición de liderazgo de Europa en el turismo mundial.

## NOTAS

(1) Informe global de la de la acción de la UE en respuesta a los acontecimientos del 11 de septiembre y evaluación de su incidencia económica [COM (2001)-611].

(2) Informe de la Comisión sobre el seguimiento del Consejo Europeo de 21 de septiembre sobre la situación del sector turístico europeo [COM (2001) 668].

(3) Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones sobre «Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo» [COM-(2001) 665 final].

(4) Resolución del Consejo de 21 de mayo de 2002 sobre el futuro del turismo europeo (2002/C 135/01), DOCE de 6 de junio de 2002.

(5) Estatutos de la CET adoptados por la Asamblea General n.º 51 celebrada en el Castillo de Ashford (Irlanda) el 22 de octubre de 1996. Registrados según la ley belga el 18 de mayo de 1998.

(6) Memoria anual de la CET, 2001.