Strategia Zrównoważonej Turystyki UE - wspólny kierunek dla europejskiej turystyki

2026-11-16

4 listopada 2026 r. Komisja Europejska przedstawiła nową Strategię Zrównoważonej Turystyki Unii Europejskiej (EU Sustainable Tourism Strategy). Dokument wyznacza wspólny kierunek rozwoju europejskiej turystyki i wskazuje działania, które mają wzmocnić konkurencyjność sektora, wspierać jego zrównoważony rozwój oraz zwiększyć odporność na kryzysy.

Strategia powstała w odpowiedzi na wyzwania, z którymi mierzy się obecnie europejska turystyka. Należą do nich m.in. zmiany klimatu, niedobory pracowników, napięcia geopolityczne oraz nierównomierne rozmieszczenie ruchu turystycznego. Potrzebę lepszej koordynacji działań na poziomie europejskim sygnalizowały wcześniej Parlament Europejski, Rada UE i przedstawiciele sektora. Skala europejskiej turystyki pokazuje, dlaczego potrzebne jest wspólne podejście na poziomie UE. W 2025 r. Europa przyjęła blisko 600 mln turystów międzynarodowych, co stanowiło niemal 40% wszystkich międzynarodowych przyjazdów turystycznych na świecie. Sektor turystyczny odpowiada za ok. 10% PKB Unii Europejskiej, zapewnia pracę dla ponad 20 mln osób i obejmuje około 5 mln przedsiębiorstw.

Celem działań opisanych w dokumencie jest utrzymanie pozycji Europy jako wiodącej destynacji turystycznej na świecie, a także rozwój modelu turystyki, który przynosi korzyści zarówno odwiedzającym, jak i mieszkańcom oraz lokalnym gospodarkom. Strategia nie jest aktem prawnym wprowadzającym nowe obowiązki dla państw członkowskich czy przedsiębiorców. Wyznacza wspólne priorytety, zawiera rekomendacje, narzędzia, propozycje zmian legislacyjnych oraz możliwości współpracy i finansowania. Jej realizacja ma opierać się na trzech głównych obszarach działań, obejmujących łącznie 10 planów działania (Action Areas).

1. Wzmocnienie konkurencyjności europejskiej turystyki

Pierwszy obszar działania koncentruje się na wzmacnianiu konkurencyjności europejskiego sektora turystycznego. Jednym z priorytetów w tym obszarze jest poprawa dostępu do wiarygodnych danych dotyczących turystyki. Komisja zapowiada rozwój wspólnej europejskiej platformy danych turystycznych (Common European Tourism Data Space). W planach jest również utworzenie europejskiego obserwatorium turystyki (EU Tourism Observatory), które będzie monitorować zmiany w sektorze, analizować trendy i dostarczać wiedzy na potrzeby polityki turystycznej. Strategia uwzględnia także wykorzystanie sztucznej inteligencji do wsparcia zrównoważonej turystyki kulturowej i wspieranie współpracy między start-upami turystycznymi a inwestorami.

Odpowiedzią na niedobory pracowników i luki kompetencyjne ma być utworzenie EU Tourism Academy. Inicjatywa będzie opierać się na współpracy organizacji turystycznych, uczelni, ośrodków kształcenia zawodowego i innych podmiotów. Jej zadaniem będzie rozwijanie wspólnych programów szkoleniowych i edukacyjnych.

Kolejny, istotny plan działania dotyczy poprawy połączeń między europejskimi destynacjami oraz

ułatwienia podróżowania różnymi środkami transportu. Komisja zamierza wspierać rozwój kolei, w tym połączeń dużych prędkości i nocnych, a także poprawiać możliwości planowania i rezerwowania podróży obejmujących kilka środków transportu, w tym obejmujących przewoźników z różnych krajów. Celem jest zapewnienie bardziej płynnych, dostępnych i zrównoważonych podróży.

2. Wzmocnienie zrównoważonego rozwoju i odporności turystyki na kryzysy

Drugi obszar dotyczy wpływu turystyki na środowisko, mieszkańców i funkcjonowanie destynacji. Szczególne znaczenie mają ograniczanie negatywnego oddziaływania działalności turystycznej, lepsze zarządzanie ruchem odwiedzających, dostępność usług oraz przygotowanie sektora na sytuacje kryzysowe.

Komisja chce wspierać przedsiębiorstwa turystyczne w ograniczaniu emisji, zużycia zasobów, ilości odpadów i zanieczyszczeń. Ważnym elementem jest rozwój modeli działalności opartych na gospodarce o obiegu zamkniętym, wykorzystaniu odnawialnych źródeł energii i ochronie zasobów naturalnych. W strategii zapowiedziano przygotowanie narzędzi i materiałów szkoleniowych dla małych i średnich przedsiębiorstw, które pomogą im wdrażać działania na rzecz klimatu i środowiska. Komisja planuje także aktualizację kryteriów unijnego oznakowania ekologicznego EU Ecolabel dla usług zakwaterowania turystycznego.

Jednym z najistotniejszych elementów strategii z punktu widzenia zarządzania destynacjami jest propozycja opracowania wspólnego, europejskiego modelu zarządzania turystyką (EU Model for Tourism Management), który stanowiłby dobrowolny punkt odniesienia dla państw, regionów i samorządów. Model ma pomóc w bardziej efektywnym uwzględnianiu turystyki w politykach rozwoju terytorialnego oraz w łączeniu celów gospodarczych, środowiskowych i społecznych. Ma również wspierać współpracę władz lokalnych, przedsiębiorców i społeczności.

Unia Europejska chce przeciwdziałać nadmiernej koncentracji ruchu turystycznego poprzez promowanie podróży poza głównym sezonem oraz zwiększanie zainteresowania mniej znanymi destynacjami. W tym celu zapowiada przygotowanie rekomendacji Rady UE dotyczącej zrównoważonego zarządzania turystyką oraz wspólnego zestawu narzędzi (EU Toolbox for Balanced Tourism), zawierającego rozwiązania i dobre praktyki możliwe do dostosowania do lokalnych warunków.

Komisja zapowiada także działania na rzecz poprawy informacji o dostępnej turystyce. Na platformie turystycznej UE mają powstać specjalne punkty informacyjne dotyczące praw turystów i dostępności usług. W dokumencie podkreślono również znaczenie przystępności cenowej podróżowania i ochrony praw pasażerów oraz konsumentów.

Turystyka jest szczególnie podatna na skutki kryzysów geopolitycznych, zmian klimatu, zakłóceń transportowych, zagrożeń cyberbezpieczeństwa i sytuacji związanych ze zdrowiem publicznym. W odpowiedzi na te zagrożenia Komisja planuje utworzenie europejskiej sieci koordynacji kryzysowej w turystyce (EU Tourism Crisis Coordination Network). Ma ona łączyć przedstawicieli Komisji Europejskiej, państw członkowskich i regionów, ułatwiać wymianę informacji oraz wspierać przygotowanie sektora na sytuacje kryzysowe. Istotnym elementem będzie również wzmacnianie odporności turystyki na zmiany klimatu, w tym przygotowanie na fale upałów i inne ekstremalne

zjawiska pogodowe.

3. Wzmocnienie współpracy międzynarodowej oraz promocji Europy na rynkach zagranicznych

Trzeci obszar dotyczy umacniania pozycji Europy jako wiodącej destynacji turystycznej oraz rozwijania współpracy z partnerami międzynarodowymi. Dokument wskazuje również na potrzebę lepszej koordynacji działań i zapewnienia odpowiednich warunków finansowych dla realizacji strategii.

Komisja chce zwiększyć zaangażowanie Unii Europejskiej w międzynarodowe organizacje i fora zajmujące się turystyką. Zapowiada m.in. zacieśnienie współpracy z UN Tourism (Światową Organizacją Turystyki Narodów Zjednoczonych) oraz rozwijanie dialogu turystycznego z kluczowymi regionami i partnerami.

Ważnym elementem strategii jest rozwój inicjatywy Destination Europe Framework, której celem jest skoordynowana promocja Europy na rynkach zagranicznych. Ma ona uzupełniać działania promocyjne prowadzone na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym. W strategii zaplanowano także wspieranie i tworzenie wspólnych tras obejmujących różne europejskie destynacje, zachęcających turystów do dłuższych pobytów i odkrywania mniej znanych miejsc.

Ostatni plan działania koncentruje się na zapewnieniu odpowiednich warunków organizacyjnych i finansowych do wdrażania strategii. Jedną z najważniejszych zapowiedzi jest utworzenie europejskiego sojuszu turystycznego (EU Tourism Alliance), który ma skupiać przedstawicieli państw członkowskich, regionów, samorządów lokalnych, sektora prywatnego i Komisji Europejskiej. Jego zadaniem będzie koordynowanie współpracy i wspieranie realizacji założeń strategii.

Wśród planowanych inicjatyw znalazło się ponad to przygotowanie nowej nagrody European Capitals of Tourism Award, wyróżniającej destynacje za osiągnięcia w rozwoju turystyki a także organizacja wydarzenia Tourism Europe Days, które ma odbywać się co dwa lata i służyć wymianie doświadczeń oraz wzmacnianiu współpracy w europejskim sektorze turystycznym.

Ważnym zagadnieniem pozostaje finansowanie. Komisja wskazuje na możliwość wykorzystania środków dostępnych w obecnej perspektywie finansowej UE na lata 2021–2027, a także, w dłuższej perspektywie w ramach budżetu unijnego na lata 2028–2034.

Co oznacza nowa strategia dla europejskiej turystyki?

Nowa Strategia Zrównoważonej Turystyki UE wyznacza kierunek, w którym powinien rozwijać się europejski sektor w najbliższych latach. Łączy kwestie konkurencyjności przedsiębiorstw turystycznych, ochrony środowiska, dostępności usług, praw turystów oraz zarządzania ruchem odwiedzających.

Szczególnie istotne jest zwrócenie uwagi na potrzebę bardziej zrównoważonego rozmieszczenia ruchu turystycznego, zarówno pomiędzy poszczególnymi destynacjami, jak i porami roku. Strategia podkreśla znaczenie danych, współpracy między różnymi szczeblami administracji oraz uwzględniania potrzeb mieszkańców w planowaniu rozwoju turystyki.

Warto zaznaczyć, że dokument nie wprowadza bezpośrednio nowych obowiązków dla samorządów i przedsiębiorców. Przedstawia natomiast zestaw inicjatyw i kierunków działań, których realizacja będzie wymagała współpracy instytucji europejskich, państw członkowskich, samorządów i całej branży turystycznej. Ostateczne znaczenie strategii będzie zależało od sposobu wdrażania zapowiedzianych działań, dostępnych instrumentów finansowych oraz możliwości dostosowania wspólnych rozwiązań do specyfiki poszczególnych destynacji turystycznych.

Pełny dokument „EU Sustainable Tourism Strategy” jest dostępny do pobrania w języku angielskim. Pod linkiem znajduje się również skrócona wersja opracowania (factsheet).