

PROPOSTA DI LEGGE

N.ro 412/X¹

2^A COMM. CONSILIARE

Proposta di legge di iniziativa del consigliere regionale Orlandino Greco recante: "Riordino dell'organizzazione turistica regionale"

Reggio Calabria, li

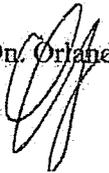
Consiglio Regionale della Calabria

PROTOCOLLO GENERALE

Prot. n. 6238 del 26.07.2018

Classificazione 02.05

On. Orlandino Greco



RELAZIONE

Il turismo rappresenta, per la Regione Calabria, il settore strategico con maggiore potenzialità di crescita economica grazie alla notevole estensione del patrimonio storico, artistico e culturale ed alla molteplicità delle tradizioni e dei folclori.

Ma affinché il turismo divenga “driver” di sviluppo economico è necessaria una strategia regionale che agisca su più livelli e con una visione di sistema che si ponga tra i principali obiettivi: l’incremento dell’incoming e della permanenza media, la destagionalizzazione dei flussi e un turismo sostenibile. Questi sono solo alcuni tra i principali obiettivi da perseguire per portare la Regione Calabria ai più alti livelli di competizione.

Il presente Progetto di Legge, può costituire un primo passo per indirizzare questa evoluzione verso una competitività della regione Calabria che contribuisca ad uno sviluppo del settore e che consenta agli addetti ai lavori di operare efficacemente nel mercato globale del turismo.

Il progetto, infatti, oltre ad accordare la nostra normativa di settore con le riforme introdotte a livello Nazionale ed Europeo, propone un approccio innovativo ai temi dello sviluppo introducendo una efficace riforma dell’assetto organizzativo ed un arricchimento delle finalità da realizzare.

Vengono rafforzate ed integrate le funzioni della Regione Calabria e definite quelle degli Enti di Area Vasta (Province), delle Città Metropolitane e dei Comuni, armonizzandone i principi con le riforme apportate sia dalla Legge 7 aprile 2014, n. 56, recante “Disposizioni sulle città metropolitane, sulle province, sulle unioni e fusioni di comuni”, sia dalla Legge Regionale 22 giugno 2015, n. 14 sulle “Disposizioni urgenti per l’attuazione del processo di riordino delle funzioni a seguito della legge 7 aprile 2014, n. 56.

Non solo, il Progetto tiene conto dell’importante evoluzione che negli ultimi anni ha profondamente modificato la normativa nazionale del settore e allineando principi e procedure alle nuove nozioni, rappresenta un chiaro e concreto riferimento per gli operatori.

Si pensi alle profonde riforme introdotte dal D.lgs n. 79 del 2011 “Codice del Turismo”; questo, *in primis*, introduce una maggiore tutela del turista quale utente finale di servizi, andando a disporre nell’ambito di una disciplina la cui regolamentazione, fino a pochissimo tempo fa, era affidata alle Regioni in regime di competenza residuale. Non solo, “il Codice del Turismo”, introduce profonde innovazioni anche in materia di agenzie di viaggio, direttori tecnici e relativi requisiti, di professioni turistiche, di albi professionali ed altro ancora.

In conseguenza, su tale scia, il presente Progetto, ridefinisce e adegua il concetto di Impresa Turistica e i contenuti tipici dell’attività stessa; aggiorna la definizione di “agenzia di viaggio e turismo” ed allinea gli standard per le cauzioni richieste; ed ancora, riformula le caratteristiche non ingannevoli che le denominazioni sociali delle agenzie in questione devono possedere e rinnova l’obbligo delle stesse di dotarsi di copertura assicurativa; infine, aggiorna i requisiti professionali

dei direttori tecnici di agenzia di viaggio e turismo e introduce la semplificazione di alcune procedure amministrative concernenti l'attività.

Inoltre, il Progetto raccoglie le novità introdotte dal recentissimo Dlgs n. 62 del 21 maggio 2018, che ha recepito la direttiva Ue 2015/2302 in materia dei "pacchetti turistici e servizi turistici collegati", che introduce regole più stringenti a tutela dei consumatori ed estende la portata applicativa delle disposizioni in materia di pacchetti turistici e di servizi collegati.

Il progetto, però, non si limita a riprodurre meramente la normativa vigente, ma fornisce una reale innovazione di metodo sia sotto l'aspetto della "governance" che in riferimento alle finalità da realizzare.

Viene, infatti, istituito l'organo "Agenzia regionale della Calabria per il marketing turistico e territoriale" con lo specifico obiettivo di promuovere lo sviluppo economico e occupazionale del territorio regionale attraverso la valorizzazione e lo sviluppo del sistema turistico

L'Agenzia fornirà una direzione chiara nella quale muoversi, coordinando tutti gli attori coinvolti, non potendo più, il turismo, essere vissuto come faccenda di esclusivo interesse degli addetti ai lavori. Inoltre, a sei anni di distanza dall'abolizione delle APT, l'Agenzia ne colmerà il vuoto e rappresenterà il punto di riferimento unico per le relazioni tra i territori e la Regione in materia di promozione turistica. Essa lavorerà, anche come "incubatore di qualità", supportando le best practice che arrivano dai territori e, in particolare, dai quei luoghi della Regione Calabria che ancora hanno ampi margini di sviluppo e che non fanno ancora parte dei circuiti del turismo.

Il Progetto, poi, rivolge una particolare attenzione, agli ambiti della promozione e della programmazione del settore turismo ispirandosi alle linee guida operative elaborate dal "Piano strategico nazionale di sviluppo del turismo 2017 - 2022", che ha l'obiettivo di porre il settore *turistico al centro dello sviluppo del Paese*.

Tra gli apporti più innovativi troviamo la promozione di un "ecosistema digitale della cultura e del turismo", per la gestione integrata dell'informazione, promozione ed eventuale commercializzazione; la creazione di nuove competenze e professionalità in funzione dei nuovi fabbisogni della domanda e delle nuove esigenze legate alla valorizzazione ed integrazione della filiera turistica; ma, sicuramente degno di nota, è l'obiettivo di indurre una differenziazione dei carichi turistici che consenta di accrescere lo sviluppo di destinazioni turistiche minori attraverso la promozione delle realtà socio-culturali di ambiti territoriali e settoriali ancora poco conosciuti.

A tal fine, viene introdotta la figura del "Prodotto Turistico Omogeneo", ossia: per realizzare un'offerta turistica di qualità, i Comuni possono associarsi per tipologia di prodotto turistico, mediante la stipula di una convenzione.

Più precisamente, per prodotto turistico omogeneo, s'intenderà l'insieme di beni e servizi di un territorio che compongono un'offerta in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica.

Il nostro territorio, infatti, si presenta in gran parte organizzato in borghi e città di piccole dimensioni, l'implementazione, ad esempio, di itinerari culturali e paesaggistici di particolare

rilievo, quali strade storiche, percorsi tematici o devozionali, permetterà di trarre il massimo rendimento dal territorio regionale ed al contempo costituirebbe un'opportunità efficace per valorizzare le destinazioni turistiche e culturali note e meno note, nonché un rapido sviluppo delle economie locali.

Quanto esposto rappresenta "l'innovazione" che il presente Progetto di Legge introduce nel settore turistico per imprimere lo slancio necessario all'economia della Regione Calabria al fine di incrementare crescita e occupazione.

Si passa ora ad illustrare il progetto di legge che si articola come segue:

TITOLO I Organizzazione territoriale

CAPO I Obiettivi

Art. 1. Principi e finalità.

Art. 2. Funzioni.

Capo II Programmazione regionale

Art. 3. Piano di sviluppo turistico.

Art. 4. Piano esecutivo annuale.

Art. 5. Sistema dei finanziamenti.

Art. 6. Sistema Turistico Locale.

Art. 7. Funzioni del Sistema Turistico Locale.

CAPO III Istituzione dell'Agenzia regionale della Calabria per il marketing turistico e territoriale

Art. 8. Agenzia regionale per il marketing turistico e territoriale

Art. 9. Organizzazione dell'Agenzia

Art. 10. Compiti dell'Agenzia

Art. 11. Organi dell'Agenzia

Art.12. Il Direttore

Art.13. Attribuzioni del Direttore

Art. 14. Controllo sugli atti dell'Agenzia

CAPO IV Organizzazione turistica

Art. 15. Marchio di qualità.

Art. 16. Comitato istituzionale

Art. 17. Sistema informativo turistico.

Art. 18. Carta dei servizi turistici.

Art. 19. Albergo diffuso

CAPO V Informazione, accoglienza e promozione turistica

Art.20. Programma di accoglienza del turista

Art. 21. Servizi di informazione e di accoglienza turistica

Art 22. Prodotto turistico omogeneo

Art 23. Associazioni pro-loco

TITOLO II Imprese turistiche

CAPO I Produzione, organizzazione ed intermediazione di pacchetti turistici

Art. 24. Imprese turistiche

Art. 25. Agenzie di viaggio e turismo.

Art. 26. Attività delle agenzie.

Art. 27. Apertura ed esercizio delle agenzie di viaggio e turismo.

Art 28. SCIA e comunicazioni di variazioni

Art. 29. Periodo di apertura.

Art. 30. Redazione e diffusione dei programmi.

- Art. 31. Polizze assicurative
- Art.32. Sospensione dell'attività
- Art. 33. Cessazione dell'attività.
- Art. 34. Banca Dati delle agenzie di viaggio e turismo
- Art. 35. Direttore tecnico
- Art. 36. Requisiti professionali del direttore tecnico, esami e riconoscimento
- Art. 37. Albo Regionale dei direttori tecnici
- CAPO II Professioni Turistiche
- Art. 38 Professioni turistiche
- Art. 39. L'autorizzazione Regionale e tesserino di riconoscimento
- Art. 40. Divieti
- Art. 41. Sospensione e revoca delle autorizzazioni.
- Art. 42. Sanzioni amministrative pecuniarie.
- Art. 43. Reclami e vigilanza.
- Art. 44. Inapplicabilità.
- TITOLO III Norme finali
- Art. 45. Abrogazione di norme.
- Art. 46. Disposizioni Finanziarie
- Art. 47. Entrata in vigore.

Relazione tecnico finanziaria

Quadro di riepilogo analisi economico finanziaria

Titolo : Legge regionale recante “Riordino dell'organizzazione turistica regionale ”

Dall'attuazione della presente legge non derivano nuovi o maggiori oneri per il bilancio regionale.

La presente proposta di legge contiene infatti soltanto previsioni a carattere ordinamentale e procedurale, che non riguardano aspetti di carattere finanziario.

Le specifiche disposizioni, contenute nel capo III (Artt. 8-14) sulla istituzione dell'Agenzia regionale della Calabria per il marketing turistico e territoriale, non prevede oneri a carico del bilancio regionale essendo istituita all'interno del Dipartimento Turismo della Regione Calabria, ed essendo il Direttore (Art. 12) una figura interna al Dipartimento che non percepisce alcun emolumento e od onere aggiuntivo.

In particolare:

gli Artt. 1-45 della presente proposta di legge non comportano nuovi o maggiori oneri a carico del bilancio regionale poiché contengono previsioni a carattere ordinamentale e procedurale.

L'Art. 46 contiene clausola di invarianza finanziaria e dispone che dall'attuazione della legge medesima non derivano nuovi o maggiori oneri a carico del bilancio regionale.

L' Art. 47 della proposta di legge regionale dispone l'entrata in vigore della stessa il giorno successivo a quello della pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.

Quadro di riepilogo analisi economico - finanziaria

Tabella 1- Oneri finanziari:

| Articoli | Descrizione spese | Tipologia | Carattere | Importo |
|----------|-------------------|-----------|-----------|---------|
|----------|-------------------|-----------|-----------|---------|

| | | I o C | Temporale A o P | |
|------|---|-------|--------------------|------|
| 1-45 | Non generano nuovi o maggiori oneri in quanto recano norme di natura ordinamentale e/o procedurale | | | 0,00 |
| 46 | Reca la clausola di invarianza finanziaria che giustifica l'assenza di un impatto finanziario sulla finanza regionale | | | 0,00 |
| 47 | Dispone l'entrata in vigore della presente legge e quindi si configura di natura ordinamentale | | | 0,00 |

Criteri di quantificazione degli oneri finanziari

La presente legge non comporta alcun riflesso finanziario a carico del bilancio regionale.

Tabella 2 Copertura finanziaria:

| Programma/Capitolo | Anno 2019 | Anno 2020 | Anno 2021 | Totale |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| Totale | _____ | _____ | _____ | 0,00/_____ |

PROPOSTA DI LEGGE

TITOLO I

Organizzazione territoriale

Capo I - Obiettivi

Art. 1. Principi e finalità.

1. La Regione promuove e sostiene il turismo come settore prioritario per lo sviluppo socio-economico e sostenibile della Calabria, nel rispetto delle componenti identitarie caratterizzanti il territorio, l'ambiente naturale, il paesaggio, il patrimonio archeologico e storico, la cultura, la componente umana e le tradizioni.
2. La Regione riconosce:
 - a) il ruolo strategico del turismo quale sistema per lo sviluppo integrato di vocazioni e risorse presenti nel territorio della Calabria, nonché il ruolo e l'importanza delle figure professionali della filiera del turismo.
 - b) il ruolo degli Enti Locali e delle Comunità Locali nelle loro diversificate espressioni culturali, etniche ed associative;
 - c) l'importanza della sostenibilità ambientale delle attività turistiche da conseguire attraverso l'applicazione degli strumenti di certificazione ambientale e i marchi di qualità territoriale;
 - d) la valorizzazione di ogni forma di sviluppo turistico sostenibile;
 - e) la promozione di analisi e studi del sistema turistico regionale e la realizzazione di sistemi informativi di supporto alla pianificazione del comparto turistico;
 - f) la promozione della ricerca di sistemi informativi, di documentazione e studio del fenomeno turistico;
 - g) la promozione di azioni di tutela del turista;
 - h) la promozione dell'immagine della Calabria in ambito nazionale, comunitario, internazionale anche attraverso il sostegno all'innovazione tecnologica, digitale e organizzativa del settore;
 - i) l'importanza della valorizzazione turistica delle risorse ambientali, paesaggistiche e culturali della Calabria anche attraverso il sostegno a nuove e innovative forme di ricettività e servizi al turismo.
3. La Regione riconosce inoltre il diritto alla vacanza e al godimento del tempo libero di tutti i cittadini e sostiene l'insieme delle forme di turismo possibili rivolte anche alla piena valorizzazione delle risorse regionali e alla destagionalizzazione dei flussi turistici.

Art. 2. Funzioni

1. Oltre alle funzioni attribuite con la presente legge, la regione, le province quali enti di area vasta e i Comuni esercitano quelle dettagliatamente disciplinate dalle leggi in vigore in materia.

2. La Regione è titolare delle generali potestà normative di programmazione, indirizzo e controllo, ed esercita tali funzioni nel rispetto della normativa comunitaria ed in coordinamento con le iniziative nazionali di settore. Le sono, inoltre, riservate le funzioni e i compiti concernenti:

- a) la programmazione dello sviluppo sostenibile e competitivo del turismo;
- b) innovazione dell'offerta turistica regionale;
- c) l'omogeneità dei servizi e delle attività collegate all'offerta turistica regionale;
- d) le attività di promozione turistica e, in particolare, dell'immagine unitaria della Regione in Italia e all'estero, attraverso le relazioni internazionali oltre che mediante l'utilizzo di piattaforme digitali;
- e) la diffusione della conoscenza sulle caratteristiche dell'offerta turistica del territorio regionale;
- f) l'attuazione e il finanziamento di specifici progetti d'interesse regionale, definiti ai sensi della legislazione vigente, e il sostegno agli operatori del settore;
- g) l'organizzazione della raccolta, della elaborazione e della comunicazione delle statistiche regionali del turismo, delle rilevazioni e delle informazioni concernenti l'offerta e la domanda turistica;
- h) il coordinamento delle attività di accoglienza e informazione turistica esercitata dagli enti locali;
- i) l'organizzazione di servizi di informazione e accoglienza turistica di rilievo regionale;
- j) la formazione e la qualificazione professionale degli operatori turistici, ai sensi della normativa regionale di settore;
- k) attuazione di politiche di incentivazione e sostegno alle imprese dirette al miglioramento degli standard organizzativi e delle politiche commerciali e di marketing dei servizi al fine di favorire il turismo nell'intero anno solare;
- l) orienta le politiche in materia di infrastrutture e servizi a favore di un turismo sostenibile e ne promuove la realizzazione.

3. Province-enti di area vasta. La Regione Calabria ai sensi della Legge 22 Giugno 2015 n. 14, riassume, nell'ambito delle proprie competenze amministrative, le funzioni già trasferite alle Province sulla base della legge regionale 12 agosto 2002, n. 34

4. Sono attribuite alla Città metropolitana le funzioni amministrative in materia di:

- a) agenzie di viaggio e turismo;
- b) classificazione delle strutture ricettive;
- c) istituzione e tenuta dell'albo delle associazioni pro-loco;
- d) raccolta ed elaborazione dei dati statistici riguardanti il turismo.

Le funzioni di accoglienza e informazione turistica a carattere sovra comunale sono esercitate dalla Città metropolitana

5. Sono attribuite ai comuni le funzioni amministrative in materia di:

- a) esercizio delle strutture ricettive;
- b) esercizio delle attività professionali;
- c) accoglienza e informazione relativa all'offerta turistica del territorio comunale

- d) valorizzazione delle risorse turistiche mediante la cura dell'offerta turistica locale, l'espletamento dei servizi turistici di base e l'organizzazione di manifestazioni ed eventi;
- e) supporto alla Regione nell'organizzazione e nello sviluppo del prodotto turistico anche attraverso la valorizzazione dei centri storici ed il mantenimento del decoro urbano;
- f) per i comuni capoluogo di provincia "istituzione e tenuta dell'albo delle associazioni pro-loco.

Capo II

Programmazione regionale

Art. 3.

Piano di sviluppo turistico.

1. Per l'attuazione dei principi di cui all'articolo 1, la Giunta regionale elabora il Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile con l'obiettivo di aumentare in maniera sostenibile la competitività nazionale e internazionale delle destinazioni turistiche regionali, migliorando la qualità dell'offerta e l'orientamento al mercato dei pacchetti turistici territoriali e valorizzando gli specifici vantaggi competitivi locali, in primo luogo le risorse naturali e culturali.
2. Il Piano, che ha durata triennale e può essere aggiornato annualmente, è approvato dal Consiglio regionale entro il 30 giugno dell'anno precedente il triennio di riferimento. Il Piano mantiene la sua validità fino all'approvazione del successivo.
3. Il Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile è articolato in Progetti ed è elaborato anche sulla base dei Piani e dei Progetti proposti dai Sistemi Turistici Locali ai sensi del successivo articolo 6.
4. Il Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile deve contenere:
 - a) la definizione della strategia di mercato e alle azioni di marketing per il posizionamento e la promozione dell'offerta turistica regionale - Piano di Marketing Turistico Regionale -.In particolare il Piano di Marketing deve individuare:
 - i) lo scenario globale della domanda turistica e del sistema distributivo;
 - ii) il posizionamento competitivo dell'offerta e dei prodotti turistici regionali nel mercato nazionale e internazionale e individuare i segmenti di domanda più promettenti;
 - iii) gli obiettivi e le strategie triennali e annuali per i segmenti di mercato e di domanda più promettenti;
 - iv) la definizione dei Progetti Prodotto, dei Progetti Comunicazione e dei Progetti Interregionali;
 - v) gli strumenti e le azioni efficaci ed innovative per l'armonizzazione dei piani di promozione regionali in coerenza con progetti di valenza interregionali;

Il piano marketing dovrà utilizzare in modo prioritario gli strumenti digitali, essendo la rete determinante per l'ingaggio della domanda, della promozione e della commercializzazione dei prodotti turistici.

b) la definizione della strategia e l'individuazione delle azioni per migliorare la competitività e la sostenibilità ambientale delle destinazioni e dei prodotti turistici regionali.

In particolare il Piano, a partire dall'analisi dello stato e delle tendenze in atto nell'offerta turistica regionale, deve identificare e definire:

- i) le aree e i prodotti regionali a maggiore attrattività turistica;
 - ii) i prodotti e i servizi turistici congrui con un'efficace integrazione delle risorse marine con quelle naturalistiche e storico culturali proprie delle aree interne e con le altre dotazioni turistiche strategiche regionali;
 - iii) le azioni necessarie per migliorare l'accessibilità e la fruibilità delle aree delle destinazioni turistiche regionali;
 - iv) gli itinerari tematici (naturalistici, culturali, enogastronomici) che permettono ai turisti di migliorare la conoscenza del patrimonio culturale, paesaggistico e ambientale della Calabria;
 - v) le azioni per la promozione dell'utilizzo a finalità ricettive, soprattutto nelle aree interne, degli edifici di pregio non utilizzati presenti nei centri storici e nei borghi rurali anche attraverso il sostegno alla realizzazione di alberghi diffusi;
 - vi) le azioni per realizzare nuove iniziative a carattere sportivo a bassissimo impatto ambientale legate alle peculiarità della Calabria;
 - vii) gli orientamenti per finalizzare il sistema degli incentivi alle imprese turistiche prioritariamente alla realizzazione di interventi di riqualificazione e di adeguamento delle strutture ricettive per innalzare gli standard di qualità dei servizi e ampliare la stagione turistica e per la incentivazione della domanda turistica individuale;
 - viii) le azioni per il potenziamento e la qualificazione delle imprese di servizi al turismo, con priorità alle reti di imprese;
 - ix) i criteri per la realizzazione di un sistema di contabilità ambientale e per l'implementazione di strumenti di valutazione della capacità di carico, in rapporto alla valutazione di costi e benefici derivanti da interventi turistici sulle risorse naturali;
- c) i criteri di ripartizione delle risorse finanziarie.

Il Piano dovrà, inoltre, promuovere:

- 1) l'adozione di strategie ed azioni in grado di indurre una differenziazione dei "carichi" turistici, al fine di accrescere lo sviluppo delle destinazioni turistiche minori. L'offerta turistica delle destinazioni prevalenti e dei principali prodotti turistici (quali il balneare, il congressuale, termale ed enogastronomico) integrata ed ampliata dall'offerta di territori e prodotti emergenti (città

- d'arte, borghi, parchi, aree protette, aree rurali ed interne), sarà il punto da cui partire per conoscere l'enorme patrimonio storico, artistico e paesaggistico diffuso sul territorio regionale;
- 2) la diversificazione dell'offerta turistica, anche attraverso la costruzione di itinerari e prodotti turistici interregionali
 - 3) la creazione di un "ecosistema digitale della cultura e del turismo", per la gestione integrata dell'informazione, promozione ed eventuale commercializzazione, e l'interoperabilità tra portali turistici dei diversi livelli di destinazione anche attraverso la realizzazione di una piattaforma digitale.
 - 4) favorire la mobilità delle destinazioni turistiche agendo sui sistemi di trasporto rapido di massa, sul rilancio del trasporto pubblico e sui servizi di mobilità condivisa (car-sharing/bike-sharing), sia attraverso il sostegno di progetti strategici per la mobilità ai fini turistici (ciclovie, cammini, servizi ferroviari turistici, mobilità slow) e sia attraverso le reti d'impresa in grado di sopperire alla carenza di mobilità nei comuni a domanda debole
 - 5) la creazione di nuove competenze e professionalità in funzione dei nuovi fabbisogni della domanda e delle nuove esigenze legate alla valorizzazione ed integrazione della filiera turistica. Ciò attraverso la diffusione di metodologie innovative di formazione: percorsi il più possibile individualizzati (tour esperenziali ecc.), istituti professionali, alta formazione universitaria e post universitaria, nonché adozione di sistemi di formazione continua e sviluppo delle c.d. "soft skill" anche per la formazione degli imprenditori;
 - 6) la definizione di un quadro normativo, regolamentare ed organizzativo che intervenga su molteplici aspetti direttamente ed indirettamente legati alla competitività delle imprese turistiche.

Art. 4. Piano esecutivo annuale.

1. Il Piano di cui al precedente articolo 3 si attua attraverso Programmi Annuali di attuazione predisposti e approvati dalla Giunta regionale entro il 30 settembre dell'anno antecedente a quello di riferimento. I Programmi Annuali devono contenere:
 - a) le schede dei Progetti da avviare e previsti dal Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile;
 - b) il rapporto di monitoraggio e valutazione sullo stato di attuazione dei Progetti in corso di realizzazione o conclusi nell'anno precedente e previsti dal Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile.
2. La Giunta regionale invia alla competente Commissione consiliare, prima dell'approvazione, i Programmi Annuali di Attuazione per acquisirne il parere.
3. La Giunta regionale informa semestralmente la competente Commissione consiliare sullo stato di attuazione del Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile e dei Programmi Annuali di Attuazione.

Art. 5.

Sistema dei finanziamenti.

h) Per l'attuazione del Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile e dei Programmi Annuali di Attuazione, la Regione destina risorse finanziarie sia per la realizzazione dei progetti di interesse regionale sia per i progetti di interesse locale proposti nell'ambito dei Sistemi Turistici Locali di cui al successivo articolo 6.

Art. 6.

Sistema Turistico Locale.

1. Per Sistemi Turistici Locali (STL) si intendono le aggregazioni dei soggetti pubblici e privati rappresentativi che operano per lo sviluppo della filiera economica turistica, attraverso la realizzazione di iniziative di promozione e valorizzazione turistica dei territori nonché di qualificazione e innovazione dei prodotti e dei servizi turistici locali e del sistema integrato di offerta turistica. I Sistemi Turistici Locali operano nell'ambito di contesti turistici omogenei caratterizzati dall'offerta integrata di luoghi, beni culturali ed ambientali, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, e dalla presenza diffusa di imprese e attività turistiche singole o associate.

2. Gli enti locali o soggetti privati, singoli o associati, promuovono i sistemi turistici locali attraverso forme di concertazione con gli enti funzionali, con le associazioni di categoria che concorrono alla formazione dell'offerta turistica, nonché con i soggetti pubblici e privati interessati

3. La Giunta regionale riconosce i Sistemi Turistici Locali, ai sensi dell'articolo 5, comma 3 della legge 29 marzo 2001, n. 135 (Riforma della legislazione nazionale del turismo).

4. I criteri e le modalità per il cofinanziamento regionale delle iniziative di promozione e valorizzazione dei territori e delle destinazioni turistiche del Sistema Turistico Locale di appartenenza sono stabiliti dalla Giunta regionale, acquisito il parere della competente Commissione consiliare. Tra detti criteri e modalità di cofinanziamento la Giunta regionale terrà conto prioritariamente della capacità di autofinanziamento da parte dei Sistemi Turistici Locali (STL) dei progetti di valorizzazione e sviluppo turistico locale, nonché delle aree sub regionali che subiscono particolari situazioni di emergenza che si riflettono sulle strutture turistico alberghiere.

Art. 7.

Funzioni del Sistema Turistico Locale.

1. Il Sistema Turistico Locale è finalizzato a:

- a) sviluppare moderne potenzialità turistiche;
- b) irrobustire la qualità dei prodotti turistici esistenti;
- c) integrare differenti tipologie e forme di turismo per valorizzarne la destagionalizzazione;
- d) realizzare interventi infrastrutturali, di riqualificazione urbana e territoriale;
- e) promuovere e sostenere l'innovazione tecnologica;

- f) favorire la crescita della professionalità degli operatori e lo sviluppo delle competenze manageriali;
- g) valorizzare il patrimonio naturalistico e dei parchi per un'elevata sostenibilità e qualità ecologica dello sviluppo turistico;
- h) incrementare e sviluppare la domanda turistica.

CAPO III

ISTITUZIONE DELL'AGENZIA REGIONALE DELLA CALABRIA PER IL MARKETING TURISTICO E TERRITORIALE

Art. 8

Agenzia regionale per il marketing turistico e territoriale

1. È istituita l'Agenzia regionale della Calabria per il marketing turistico (di seguito Agenzia).
2. L'Agenzia, preposta allo svolgimento di interventi di interesse regionale in materia di promozione dell'immagine unitaria della Calabria, persegue lo sviluppo economico e occupazionale del territorio regionale attraverso la valorizzazione e lo sviluppo del sistema turistico regionale.

Art. 9

Organizzazione dell'Agenzia

1. L'organizzazione e il funzionamento dell'Agenzia sono disciplinati dal regolamento adottato dal Direttore generale su proposta dell'Assessore al turismo.
2. La sede dell'Agenzia è stabilita all'interno del Dipartimento Turismo della Regione Calabria.

Art. 10

Compiti dell'Agenzia

1. L'agenzia, nel rispetto degli indirizzi, delle direttive e dei programmi della Regione sulla promozione turistica calabrese, anche in raccordo con l'Associazione nazionale dei comuni italiani (ANCI):
 - a) promuove la conoscenza e l'attrattività del territorio, nelle sue componenti naturali, paesaggistiche e culturali, materiali e immateriali, valorizzandone le eccellenze;
 - b) favorisce lo sviluppo di occupazione stabile nell'ambito del turismo, anche attraverso iniziative di sensibilizzazione per contrastare il lavoro sommerso e irregolare, promuove raccordi con il sistema della formazione professionale e con le università al fine di avviare un complessivo processo di qualificazione degli operatori e degli addetti del settore turistico;
 - c) promuove e qualifica l'offerta di destinazione turistica regionale, favorendone la competitività sui mercati nazionale ed internazionali e sostenendo la cooperazione tra pubblico e privato nell'ambito degli interventi di settore;

- d) promuove l'incontro fra il sistema di offerta regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo;
- e) promuove lo sviluppo del turismo sostenibile, slow, giovanile nonché di quello sociale e la valorizzazione degli indotti connessi;
- f) sviluppa e coordina gli interventi a fini turistici per la fruizione e la promozione integrata a livello territoriale del patrimonio culturale, delle aree naturali protette e delle attività culturali nel quadro della vocazioni produttive dell'intero territorio regionale, valorizzando l'artigianato locale e i prodotti tipici calabresi attraverso l'individuazione di percorsi di turismo enogastronomico;
- g) assicura alle strutture regionali competenti in materia di promozione turistica strumenti operativi a supporto e consulenza tecnico – amministrativa;
- h) promuove processi di digitalizzazione a sostegno dell'offerta turistica regionale;
- i) favorisce la diffusione di un'ampia cultura dell'ospitalità tra gli operatori pubblici e privati e la popolazione locale;
- j) coordina il sistema a rete degli uffici di informazione e accoglienza ai turisti (IAT), anche nel loro raccordo con le associazioni pro loco;
- k) collabora con il sistema delle camere di commercio e, ai fini della predisposizione di specifici studi, piani e progetti, può avvalersi della collaborazione di istituzioni universitarie e di ricerca, amministrazioni, enti pubblici, organismi e agenzie specializzate;
- l) svolge ogni attività a essa affidata dalla normativa, dagli indirizzi strategici e dagli strumenti programmatori della Regione Calabria anche in riferimento a leggi nazionali e a programmi interregionali e comunitari;
- m) attua il Piano regionale di sviluppo turistico sostenibile e il Programma esecutivo annuale di cui agli articoli 3 e 4 della presente legge e relaziona annualmente alla Giunta e al Consiglio regionale;
- n) gestisce il marketing, la promozione all'estero del turismo, i progetti speciali, la comunicazione e tutte le altre attività connesse con la promozione di progetti e iniziative turistiche, sia in Italia che all'estero, della Regione Calabria, di concerto con i dirigenti degli altri dipartimenti regionali interessati;
- o) offre ausilio tecnico-scientifico per le decisioni della Regione in materia di turismo;
- p) coordina la fornitura di servizi di supporto all'internazionalizzazione delle imprese turistiche;
- q) gestisce il personale assegnato dalla Regione i cui oneri restano a carico della stessa Regione.

Art. 11

Organi dell'Agenzia

1. Sono organi dell'Agenzia:

- a) il Direttore.

Art.12

Il Direttore

1. Il Direttore è nominato dal Presidente della Giunta regionale, su conforme deliberazione della medesima adottata su proposta dell'Assessore al turismo.
2. Il Direttore è scelto tra i dirigenti del Dipartimento Turismo della Regione Calabria, pertanto non percepisce alcun emolumento.
3. Il Direttore resta in carica per quattro anni, salvo conferma.

Art.13

Attribuzioni del Direttore

1. Il Direttore generale rappresenta legalmente l'Agenzia ed è responsabile della gestione complessiva della medesima nel rispetto degli indirizzi della Giunta regionale.
2. Il Direttore, in particolare, adotta:
 - a) la relazione previsionale e programmatica;
 - b) annualmente, una proposta di programma operativo, che la Giunta regionale approva entro il 31 dicembre di ogni anno, in attuazione delle attività di promozione turistica previste dai piani di cui agli articoli 3 e 4 della l.r. 8/2008;
 - c) tutti gli ulteriori atti necessari alla gestione delle attività dell'Agenzia.

Art. 14

Controllo sugli atti dell'Agenzia

1. La Giunta regionale, avvalendosi del dipartimento competente, esercita le funzioni di vigilanza e controllo sul funzionamento dell'Agenzia in conformità delle disposizioni in materia di controllo sugli atti degli enti strumentali della Regione Calabria.

CAPO IV

Art. 15

Marchio di qualità.

1. La Regione istituisce un Marchio di qualità regionale quale strumento di promozione che caratterizza l'impegno a realizzare, in ambito turistico, una rete di servizi pubblici e privati tra loro omogenei, coordinati, complementari e non sovrapponibili.
2. La Regione di concerto con i Sistemi Turistici Locali istituisce un numero limitato di Marchi Territoriali caratterizzanti i territori più significativi, con una chiara delimitazione rispetto al Marchio di qualità regionale.
3. I criteri e le modalità per l'istituzione dei Marchi di cui ai precedenti commi 1 e 2 sono stabiliti dalla Giunta regionale, acquisito il parere della competente Commissione consiliare.

Art. 16

Comitato istituzionale

1. È istituito il Comitato Istituzionale per le politiche turistiche, presieduto dall'Assessore regionale competente per il settore, composto da:

- a) Assessori Provinciali al Turismo;
- b) Assessori al Turismo delle Città capoluogo;
- c) Presidenti degli Enti Parco;
- d) Rappresentante di Confindustria regionale;
- e) il Rappresentante della Confcommercio e di Confesercenti;
- f) il Direttore Generale del Dipartimento Turismo;
- g) il Direttore Generale del Dipartimento Ambiente.

2. Il Comitato, oltre al compito di coordinare, raccordare, monitorare e supportare i diversi Sistemi Turistici Locali (STL) della Regione, assicura, attraverso il supporto del Sistema Informativo di cui al successivo articolo 13, il coordinamento in ordine a:

- a) valorizzazione e promozione del territorio e dei prodotti turistici;
- b) funzionalità dell'assetto organizzativo e gestionale del turismo calabrese;
- c) modalità di partecipazione alle iniziative regionali del sistema delle autonomie locali, degli operatori e delle associazioni di imprese, anche per quanto riguarda lo svolgimento di funzioni di commercializzazione.

3. La Giunta regionale approva un regolamento che ne disciplini il funzionamento.

Art. 17

Sistema informativo turistico.

1. La Giunta regionale, entro sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, istituisce presso il Dipartimento del Turismo, una struttura per la gestione del sistema informativo turistico regionale utilizzando procedure di acquisizione, produzione, elaborazione e gestione di dati e di informazioni, finalizzati alla conoscenza del sistema turistico calabrese ed al conseguimento degli obiettivi di sviluppo del turismo. Il sistema, che deve assicurare la standardizzazione delle procedure, l'omogeneità e la diffusione delle informazioni, fa parte integrante del sistema informativo regionale.

2. La struttura di cui al comma precedente:

- a) effettua analisi dei movimenti turistici con riferimento alle politiche turistiche regionali;
- b) effettua studi e pubblicazioni sulle evoluzioni della struttura ricettiva e dell'apparato dei servizi e delle attività di interesse turistico;
- c) verifica l'andamento delle principali variabili economiche e sociali che influenzano il fenomeno turistico;
- d) elabora indici di misurazione dei risultati ottenuti dai destinatari dei finanziamenti regionali;

- e) effettua, attraverso ricerche di mercato, analisi della domanda turistica dei principali mercati di affluenza del movimento turistico che interessa la regione;
- f) rileva avvalendosi anche delle associazioni dei consumatori riconosciute a livello regionale o nazionale i disservizi e reclami segnalati, la loro tipologia, nonché le qualità percepite ed attese dal cliente consumatore;
- g) organizza e sviluppa servizi per favorire l'incontro tra domanda e offerta individuale;
- h) promuove intese con Federazioni, Associazioni e Consorzi per l'organizzazione delle attività di cui al presente articolo.

3. La struttura, inoltre, avrà funzioni di:

- i) Monitoraggio dell'imposta di soggiorno prevista a carico di tutti i soggetti che alloggiano nelle strutture ricettive del territorio calabrese;
- ii) Valutazione dei risultati ottenuti dai processi attivati dalle politiche, dai piani di sviluppo e valorizzazione turistica previsti dal Piano di Sviluppo Sostenibile del Turismo.

4. In fase di prima applicazione, e per consentire l'immediato avvio delle attività del sistema informativo, il Dipartimento del Turismo si avvale, anche mediante contratti di collaborazione e previa verifica comparativa dei relativi curricula secondo le norme vigenti, delle professionalità già impegnate nelle attività dell'Osservatorio del Turismo alla data del 31 dicembre 2007.

5. Le attività di cui al comma 2 sono rese al Consiglio regionale che può richiedere lo svolgimento di specifiche attività di ricerca ed elaborazione dati.

Art. 18

Carta dei servizi turistici.

1. In coerenza con quanto previsto dall'art.66 del Decreto Legislativo 23 Maggio 2011, n. 79 (Codice del Turismo), le amministrazioni di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, nell'ambito delle attività istituzionali, adottano la carta dei servizi turistici da esse erogati.

2. Le carte definiscono quali servizi turistici si intendono erogare, con quali modalità e quali standard di qualità si intendono garantire.

3. Le carte dei servizi di cui al comma 1 sono trasmesse alla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo.

4. Il Presidente del Consiglio dei Ministri o il Ministro delegato, previa intesa con la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano, determina con proprio decreto i livelli essenziali delle prestazioni dei servizi turistici concernenti i diritti civili e sociali, sulla base di parametri stabiliti con legge dello Stato.

5. La procedura di mediazione, finalizzata alla conciliazione delle controversie in materia di turismo, è disciplinata dal decreto legislativo 4 marzo 2010, n. 28, e costituisce condizione di

procedibilità della domanda giudiziale o arbitrale se ciò è previsto da una clausola del contratto di fornitura dei servizi. Tale clausola deve essere specificamente approvata per iscritto dal turista.

6. Resta salva la facoltà del turista di ricorrere a procedure di negoziazione volontaria o paritetica o alla procedura di conciliazione innanzi alle commissioni arbitrali o conciliative per la risoluzione delle controversie tra imprese e consumatori ed utenti inerenti la fornitura di servizi turistici, istituite ai sensi dell'articolo 2, comma 4, lettera a), della legge 29 dicembre 1993, n. 580. Nella procedura di conciliazione i turisti hanno facoltà di avvalersi delle associazioni dei consumatori. Tale procedura di conciliazione è disciplinata dagli articoli 140 e 141 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206.

7. Il Dipartimento del Turismo, a tutela del consumatore e dell'immagine turistica regionale svolgerà compiti di coordinamento, ispettivi e di controllo in relazione alla qualità ed efficienza dei servizi erogati dalle imprese turistiche nonché delle attività ed iniziative sostenute dalla Regione.

Art. 19

Albergo diffuso.

1. La Regione, al fine di realizzare un sistema di accoglienza e di permanenza rivolto ad una domanda interessata a soggiornare in un contesto urbano di pregio a contatto con i residenti, assume il modello dell'Albergo diffuso quale strumento di sviluppo basato sulla riqualificazione urbana, sul recupero del patrimonio edilizio esistente e teso a valorizzare la tradizione dell'ospitalità.
2. È definito Albergo diffuso una struttura ricettiva unitaria, situata nei centri storici, le cui componenti possono essere dislocate in edifici diversi, vicini tra loro, e con servizi di bar, ristorazione, sala TV preferibilmente ubicati nello stesso stabile dov'è localizzata la reception.
3. L'albergo diffuso può assumere un tema distintivo che ne caratterizzi la proposta ospitale.
4. La Regione incentiva la realizzazione dell'Albergo diffuso nei centri storici.
5. La Giunta regionale, entro 60 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, con apposito regolamento e previa acquisizione del parere della Commissione permanente, disciplina gli standard qualitativi e quantitativi dell'Albergo diffuso.

Capo V

INFORMAZIONE, ACCOGLIENZA E PROMOZIONE TURISTICA

ART.20

Programma di accoglienza del turista

1. Le attività di informazione e accoglienza turistica nei confronti dei turisti sono svolte secondo criteri di imparzialità, omogeneità, trasparenza, qualità, professionalità e pari rappresentatività di tutto il territorio e della sua offerta, fornendo informazioni e servizi, finalizzati alla migliore

fruizione delle strutture ricettive, dei trasporti e dell'offerta complessiva delle risorse e dei prodotti del territorio.

2. La Regione sovrintende e coordina le azioni dei soggetti che concorrono alle attività di informazione e accoglienza turistica, previ processi di informatizzazione e digitalizzazione e attraverso l'emanazione di apposite direttive che individuano:

- a) gli standard minimi di informazione e accoglienza, le caratteristiche e i segni distintivi, anche in relazione alla tipologia dei servizi offerti;
- b) le modalità di coordinamento, anche informativo e telematico, delle attività fra i soggetti del territorio;
- c) il sistema di valutazione e di monitoraggio del servizio erogato e percepito dal cliente turista.

ART. 21

Servizi di informazione e di accoglienza turistica

1. I servizi di informazione e di accoglienza turistica assicurano l'informazione sulle attrattive turistiche proprie del territorio di riferimento e sul relativo patrimonio turistico, paesaggistico, culturale, storico, artistico ed enogastronomico. A tal fine, in particolare, forniscono informazioni e materiale informativo sull'organizzazione dei servizi, sulla disponibilità ricettiva, di ristorazione e sull'offerta di servizi turistici, di itinerari di visita ed escursione nel territorio.
2. I servizi di informazione e di accoglienza turistica sono svolti dagli IAT secondo criteri di imparzialità e trasparenza.
3. I servizi di informazione e di accoglienza turistica possono comprendere la prenotazione dei servizi turistici e del pernottamento presso le strutture ricettive. Tali servizi possono essere erogati dagli IAT o dai soggetti abilitati a tale scopo, secondo quanto stabilito nel regolamento, esclusivamente nei confronti dei turisti che accedono agli uffici medesimi.
4. Le strutture d'informazione e accoglienza turistica raccolgono i questionari di gradimento dell'offerta turistica
5. Con deliberazione di Giunta regionale, sentita la commissione competente, vengono stabiliti i criteri per la istituzione delle strutture d'informazione e accoglienza turistica, la programmazione, le modalità di svolgimento dei loro servizi e la loro localizzazione minima necessaria per garantire una adeguata copertura territoriale e i criteri per la redazione del modello unico regionale del questionario di gradimento dell'offerta turistica di cui al comma 4. La direzione competente per materia, in base alla verifica dei criteri di cui al primo periodo, provvede al riconoscimento delle strutture d'informazione e accoglienza turistica.

Art 22

Prodotto turistico omogeneo

1. Per garantire il raccordo e il coordinamento dei territori della Calabria al fine della realizzazione di un'offerta turistica di qualità, i comuni possono associarsi per tipologia di prodotto turistico omogeneo mediante la stipulazione di una convenzione.
2. Per prodotto turistico omogeneo si intende l'insieme di beni e di servizi di un territorio che compongono un'offerta in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica.
3. Gli standard minimi per la realizzazione del prodotto turistico omogeneo sono individuati dalla Giunta regionale, previo parere della commissione consiliare competente.
4. La stipulazione della convenzione di cui al comma 1 comporta:
 - a) l'individuazione di un comune capofila;
 - b) la stipulazione di una convenzione con l'Agenzia Regionale per il Marketing Turistico e Territoriale;
 - c) la realizzazione del collegamento con la piattaforma informatica regionale;
 - d) il coordinamento dei servizi di informazione e accoglienza turistica dei singoli comuni.

Art 23

Associazioni pro-loco

1. La Regione riconosce le associazioni pro-loco quali soggetti che concorrono alla promozione dell'accoglienza turistica.
2. Le associazioni pro-loco cooperano con gli enti locali per:
 - a) la realizzazione di iniziative idonee a favorire la conoscenza, la tutela e la valorizzazione delle risorse turistiche locali;
 - b) la realizzazione di iniziative idonee a favorire la promozione del patrimonio artistico e delle tradizioni e cultura locali;
 - c) la realizzazione di iniziative atte a migliorare le condizioni di soggiorno dei turisti;
 - d) la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica eventualmente affidati.
3. Il riconoscimento delle associazioni pro-loco avviene tramite l'iscrizione agli albi delle associazioni pro-loco istituiti dalla Regione
4. L'iscrizione agli albi delle associazioni pro-loco è subordinata alle seguenti condizioni:
 - a) lo statuto dell'associazione deve sancire un ordinamento interno a base democratica e un'organizzazione funzionale conforme alle norme del libro I, titolo II, capo II del codice civile;
 - b) le entrate per le quote associative e per contributi vari di enti, associazioni e privati, nonché le eventuali altre entrate derivanti dallo svolgimento di attività attinenti ai compiti delle pro-loco, devono essere adeguate al perseguimento delle finalità statutarie dell'ente.
5. Le modalità e le procedure per il riconoscimento sono definite con il regolamento.

TITOLO II

IMPRESE TURISTICHE

Capo I

Produzione, organizzazione ed intermediazione di pacchetti turistici

Art. 24

Imprese turistiche

1. Sono imprese turistiche quelle che esercitano attività economiche, organizzate per la produzione, la commercializzazione, l'intermediazione e la gestione di prodotti, di servizi, tra cui gli stabilimenti balneari, di infrastrutture e di esercizi, compresi quelli di somministrazione facenti parte dei sistemi turistici locali, concorrenti alla formazione dell'offerta turistica.
2. Le associazioni senza scopo di lucro che operano nel settore del turismo giovanile e per finalità ricreative, culturali, religiose, assistenziali o sociali, sono autorizzate ad esercitare le attività di cui al precedente comma, nel rispetto delle medesime regole e condizioni, esclusivamente per gli associati, anche se appartenenti ad associazioni straniere aventi finalità analoghe e legate fra di loro da accordi di collaborazione. Le associazioni assicurano il rispetto dei diritti del turista tutelati dall'ordinamento internazionale e dell'Unione europea.

Art. 25

Agenzie di viaggio e turismo.

1. Sono considerate agenzie di viaggio e turismo le imprese che svolgono, anche esclusivamente on line e senza utilizzo di locali aperti al pubblico, l'attività di cui al successivo articolo 18.
2. Sono, altresì, considerate agenzie di viaggio le imprese esercitanti in via principale l'attività del trasporto terrestre, marittimo, aereo, lacuale e fluviale, quando siano situate nel territorio regionale e assumano direttamente l'organizzazione di viaggi, crociere, gite ed escursioni comprendendo prestazioni e servizi aggiuntivi rispetto a quelli strettamente necessari al trasporto, ed altresì quelle che esercitano attività locali e territoriali di noleggio, nonché ogni altra impresa che svolge attività ricollegabili alle precedenti.

Non rientra nell'ambito di applicazione del presente capo la mera attività di distribuzione di titoli di viaggio, nonché le persone fisiche o giuridiche che effettuano la vendita e la distribuzione dei cofanetti, o voucher, regalo che permettono di usufruire di servizi turistici anche disaggregati.

La qualifica di agenzia di viaggio o turismo compete esclusivamente a chi emette e produce i predetti cofanetti, o voucher, regalo.

Art. 26

Attività delle agenzie.

1. Le agenzie di viaggio e turismo esercitano congiuntamente e disgiuntamente attività di produzione, organizzazione di viaggi e soggiorni, intermediazione nei predetti servizi o anche entrambe le attività, ed ogni altra forma di prestazione turistica a servizio dei clienti ivi compresi i compiti di assistenza e di accoglienza ai turisti, con o senza vendita diretta al pubblico, in

conformità al decreto Legislativo 23 maggio 2011 n. 79, nonché al D.lgs. del 21/5/2018 n. 62 che recepisce la Direttiva (UE) del 25 Novembre 2015 n. 2302.

2. Sono connesse all'attività di agenzia di viaggi e turismo le seguenti attività:

- a) la prenotazione dei posti, l'emissione e la vendita di biglietti anche per mezzo di terminali elettronici od altre macchine emettitrici, per conto delle imprese nazionali ed estere che esercitano trasporti ferroviari, automobilistici, marittimi ed aerei ed altri tipi di trasporto;
- b) l'organizzazione di escursioni individuali o collettive e giri di città con ogni mezzo di trasporto e con personale autorizzato ai sensi delle norme vigenti;
- c) l'accoglienza, il trasferimento e l'accompagnamento da e per i porti, aeroporti, stazioni di partenza e di arrivo di mezzi collettivi di trasporto e l'assistenza ai propri clienti nel rispetto delle norme che disciplinano l'esercizio delle attività professionali di guida ed accompagnatore turistico;
- d) la prenotazione di servizi degli alberghi e delle altre strutture ricettive, dei servizi di ristorazione ovvero la vendita di buoni di credito per detti servizi emessi anche da altri operatori nazionali ed esteri;
- e) l'attività di informazione e pubblicità di iniziative turistiche;
- f) la raccolta di adesioni a viaggi e crociere per l'interno e per l'estero.

3. Le agenzie di viaggio possono, inoltre, svolgere con le prescritte autorizzazioni, ove necessarie, le seguenti operazioni comunque connesse alle attività di offerta turistica:

- a) l'assistenza per il rilascio di passaporti e visti consolari;
- b) l'inoltro, il ritiro ed il deposito di bagagli per conto e nell'interesse dei propri clienti;
- c) la prenotazione di autovetture da noleggio e di altri mezzi di trasporto;
- d) il rilascio ed il pagamento di assegni turistici e di assegni circolari od altri titoli di credito per i viaggiatori, di lettere di credito e cambio di valuta;
- e) le operazioni di emissione, in nome e per conto di imprese di assicurazioni, di polizze a garanzia degli infortuni ai viaggiatori e dei danni alle cose trasportate;
- f) la distribuzione e la vendita di pubblicazioni utili al turismo, quali guide, piante, opere illustrate e simili;
- g) la prenotazione e la vendita di biglietti per spettacoli, fiere e manifestazioni;
- h) l'organizzazione di convegni e congressi.

4. Le agenzie di viaggio, stipulano contratti "tutto compreso" o "pacchetti turistici", e offrono "servizi turistici collegati" secondo quanto previsto dal D.lgs. del 21/5/2018 n. 62 che recepisce la Direttiva (UE) del 25 Novembre 2015 n. 2302.

5. Le agenzie di viaggio e turismo, nell'esercizio delle loro attività, stipulano contratti per il turismo organizzato nel rispetto delle disposizioni di cui al Titolo VI, Capo I, del decreto legislativo n. 79/2011, nonché nel rispetto delle disposizioni di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229).

Art. 27

Apertura ed esercizio delle agenzie di viaggio e turismo.

1. L'apertura, il trasferimento e le modifiche concernenti l'operatività delle agenzie di viaggio e turismo, a carattere annuale o stagionale, sono soggette a Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) ai sensi dell'articolo 19 della legge 7 agosto 1990, n. 241 (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi) e successive modifiche ed integrazioni.
2. La SCIA è presentata dal soggetto interessato ad aprire l'attività allo Sportello Unico per le Attività Produttive (SUAP) del Comune territorialmente competente su modulistica adottata dal Dipartimento regionale competente in materia di turismo.
3. La SCIA di cui al comma precedente contiene le seguenti dichiarazioni:
 - a) che il soggetto interessato ad aprire l'attività non abbia riportato condanne penali a carico, per le tipologie di reato rilevanti per l'attività di intermediazione turistica, tali da comportare l'interdizione, anche temporanea, all'esercizio della professione, fatto salvo il caso dell'eventuale riabilitazione successivamente intervenuta;
 - b) di non trovarsi in stato di liquidazione, fallimento ed insolvenza e di non aver presentato domanda di concordato;
 - c) in caso di cambio di titolarità, la dichiarazione, da parte del cedente, di non avere pendenze derivanti da precedenti esercizi delle attività dell'agenzia stessa.
4. Le agenzie che operano esclusivamente per via telematica possono esercitare l'attività senza disporre di locali commerciali.
5. È vietato l'uso, nella ragione o nella denominazione sociale ai soggetti che non svolgono l'attività di cui al comma 1 art. 18, o in qualsiasi comunicazione al pubblico, delle parole: 'agenzia di viaggio', 'agenzia di turismo', 'tour operator', 'mediatore di viaggio ovvero di altre parole e locuzioni, anche in lingua straniera, idonee ad indurre confusione sulla legittimazione allo svolgimento dell'attività di cui al comma 1.
6. Chiunque contravviene alle disposizioni di cui al comma precedente è punito con la sanzione amministrativa pecuniaria stabilita dalla regione.
7. L'apertura di filiali, succursali e altri punti vendita di agenzie già legittimate ad operare, non è soggetta a SCIA autonoma ma a comunicazione al comune ove sono ubicati i locali in cui viene svolta l'attività, nonché al comune a cui è stata inviata la SCIA dell'agenzia principale e non necessita della nomina di un nuovo direttore tecnico.
8. Le agenzie di viaggio e turismo che operano con strumenti di comunicazione a distanza (on line) sono soggette a tutte le disposizioni del presente titolo e per le stesse non è richiesta la destinazione d'uso commerciale dei locali.
9. Le agenzie di viaggio fisiche ed on line, sono obbligate alla sottoscrizione di un fondo di garanzia a tutela del consumatore.

Art 28

SCIA e comunicazioni di variazioni

1. I titolari delle agenzie di viaggio e turismo hanno l'obbligo di comunicare preventivamente al comune la modificazione di titolarità a seguito di mera variazione del legale rappresentante, il trasferimento di sede nello stesso comune, la sostituzione del direttore tecnico e l'estensione di attività.
2. Deve essere presentata una nuova SCIA per la variazione di denominazione dell'agenzia di viaggio e turismo, per il trasferimento di sede in altro comune, per il cambio di titolarità, ogni qual volta si modifica la persona giuridica, la ragione sociale o la denominazione societaria, nonché per la cessione d'azienda o di ramo d'azienda, per il conferimento o la fusione.
3. Le agenzie di viaggio e turismo devono esporre in modo visibile l'autorizzazione all'esercizio dell'attività oppure la SCIA, anche per la pubblicità delle iniziative, in qualsiasi forma realizzata e diffusa.
4. La chiusura delle agenzie di viaggio e turismo deve essere comunicata al comune competente.

Art. 29

Periodo di apertura.

1. Le agenzie di viaggio e turismo e le loro filiali hanno periodi di apertura annuali o stagionali.
2. Il periodo stagionale non può essere inferiore a sei mesi per anno.

Art. 30

Redazione e diffusione dei programmi.

1. I programmi concernenti viaggi, crociere, gite ed escursioni, con o senza prestazioni relative al soggiorno, prodotti o organizzati dalle agenzie di viaggio e turismo, sia per l'Italia che per l'estero, riportano, anche ai fini della loro pubblicazione sotto ogni forma cartacea, elettronica e trasmessa via telematica, le indicazioni relative a:
 - a) il soggetto produttore o organizzatore;
 - b) le date di svolgimento;
 - c) la durata complessiva e il numero dei pernottamenti;
 - d) le quote di partecipazione, con l'indicazione del prezzo globale corrispondente a tutti i servizi forniti, con menzione di quelli esclusi, e dell'eventuale acconto da versare all'atto dell'iscrizione nonché delle scadenze per il versamento del saldo;
 - e) la qualità e quantità dei servizi, con riferimento all'albergo o altro tipo di alloggio, al numero dei pasti, ai trasporti, alle presenze di accompagnatori e guide e a quant'altro è compreso nella quota di partecipazione; in particolare, per quanto concerne i mezzi di trasporto, dovranno essere indicate le tipologie e le caratteristiche dei vettori, e per quanto concerne l'albergo o altro tipo di alloggio dovranno essere indicati l'ubicazione, la categoria o classificazione o livello di comfort;
 - f) i termini per le iscrizioni e per le relative rinunce;

- g) le condizioni di rimborso di quote pagate, sia per rinuncia o per recesso del cliente che per annullamento del viaggio da parte dell'agenzia o per cause di forza maggiore o per altro motivo prestabilito;
- h) i termini, le modalità, il soggetto nei cui riguardi si esercita il diritto di recesso ai sensi degli articoli da 54 a 57 del d.l. 206/2015, nel caso di contratto negoziato fuori dei locali commerciali o a distanza;
- i) il periodo di validità del programma;
- j) gli estremi della garanzia assicurativa di cui all'articolo 10, con l'indicazione dei rischi coperti, delle eventuali polizze assicurative facoltative a copertura delle spese sostenute dal turista per l'annullamento del contratto o per il rimpatrio in caso di incidente o malattia, nonché delle eventuali ulteriori polizze assicurative sottoscritte dal turista in relazione al contratto; nonché, gli estremi del fondo di garanzia a tutela del consumatore sottoscritto.
- k) il numero minimo dei partecipanti eventualmente richiesto per effettuare il viaggio e la data limite entro cui l'utente va informato del suo annullamento per mancato raggiungimento del numero stesso o per altri motivi;
- l) le misure igieniche e sanitarie richieste nonché le informazioni di carattere generale in materia di visti e passaporti necessarie all'utente dei servizi turistici per fruire delle prestazioni previste dai programmi di viaggio.

2. Le informazioni sui programmi di viaggio, nel rispetto di quanto stabilito dall'articolo 38 del d.lgs. 79/2011, così come pubblicate in maniera cartacea o sotto altra forma elettronica nonché trasmesse per via telematica, vincolano l'organizzatore e l'intermediario in relazione alle rispettive responsabilità, fatto salvo che ogni eventuale modifica delle condizioni ivi indicate non sia comunicata per iscritto al turista contraente prima della stipula del contratto, o che venga concordata dai contraenti, dopo la conclusione del primo contratto, mediante apposito accordo scritto.

Art. 31

Polizze assicurative

1. Le agenzie di viaggio sono tenute a stipulare polizze assicurative di responsabilità civile a favore del turista, nel rispetto delle disposizioni di cui agli articoli 19 e 50, comma 1, del d.lgs. 79/2011, per il risarcimento dei danni di cui agli articoli 44, 45 e 47 del medesimo decreto.
2. Le agenzie di viaggio sono altresì tenute a stipulare polizze assicurative o a fornire garanzie bancarie ai sensi dell'articolo 50, comma 2, del d.lgs. 79/2011.
3. Entro il 31 dicembre di ogni anno le agenzie di viaggio presentano al comune capoluogo di provincia o alla Città metropolitana comunicazione di avere adempiuto a quanto richiesto dai commi 1 e 2

Art.32

Sospensione dell'attività

1. L'attività di agenzia di Viaggio e turismo può essere sospesa per un periodo non superiore ai centottanta giorni:

- a) per iniziativa del titolare quando si tratti di cause di forza maggiore e imprevedibili, mediante comunicazione al comune competente per territorio immediatamente dopo l'evento; in tale ipotesi la sospensione può essere motivatamente prorogata, una sola volta, per altri sei mesi;
- b) per iniziativa della Regione quando si tratti di misura cautelare o sanzionatoria.

2. In caso di sospensione di cui al comma 1 lettera a) non consentita o prolungata oltre i termini previsti, la Provincia provvede all'assunzione di ordinanza di immediata chiusura dell'esercizio e alla pronuncia del provvedimento di decadenza dell'autorizzazione.

Art. 33

Cessazione dell'attività.

1. La cessazione dell'attività può avvenire prima della scadenza del periodo stabilito per iniziativa del titolare quando si tratti di cause di forza maggiore e imprevedibili, mediante comunicazione all'ente competente per territorio o per chiusura dell'esercizio disposta dalla regione a seguito di revoca o decadenza dell'autorizzazione.

Art. 34

Banca Dati delle agenzie di viaggio e turismo.

1. Le agenzie di viaggio e turismo operanti nel territorio regionale ai sensi della presente legge, nonché le rispettive filiali, succursali o uffici, sono registrate dai Comuni ove operano nella banca dati nazionale istituita dalla Direzione generale per le politiche del turismo del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo denominata INFOTRAV.

2. Nella banca dati nazionale di cui al comma 1 sono riportate le informazioni utili a verificare:

- a) la corretta operatività delle agenzie di viaggio;
- b) l'eventuale adozione di provvedimenti di sospensione o revoca delle autorizzazioni all'esercizio dell'attività;
- c) la titolarità e la direzione tecnica;
- d) la regolarità della posizione assicurativa dell'agenzia di viaggi.

3. I Comuni/città metropolitane provvedono ad aggiornare tempestivamente le informazioni presenti nella banca dati delle agenzie di viaggio e turismo di cui al comma 1.

Art. 35

Direttore tecnico

1. Il titolare di agenzia di viaggio o il rappresentante legale in caso di società o, in loro vece, il preposto, deve essere in possesso della qualifica di direttore tecnico di agenzia di viaggio.

La responsabilità tecnica dell'agenzia di viaggio e turismo è affidata a un direttore tecnico iscritto nel registro di cui all'art. 30.

2. La qualifica di cui al comma 1 si ottiene al ricorrere di una delle seguenti ipotesi:

a) sussistenza di adeguate conoscenze o capacità professionali, come definite nel regolamento in conformità alle disposizioni statali vigenti;

b) superamento dell'esame di cui all'articolo 29 bis o dell'equivalente esame previsto dalle leggi delle altre regioni.

3. Il possesso della qualifica è richiesto al momento della presentazione della SCIA per l'apertura di una nuova agenzia o della comunicazione della variazione della persona che ha la direzione tecnica della medesima.

4. Qualora l'attività della persona preposta alla direzione tecnica di un'agenzia di viaggio sia sospesa per un periodo superiore a sessanta giorni continuativi in un anno, o venga definitivamente a cessare, il titolare è tenuto a darne comunicazione allo SUAP competente per territorio entro trenta giorni, provvedendo, entro il medesimo termine, alla designazione di altra persona in possesso della qualifica.

3. Il direttore tecnico presta la propria attività lavorativa con carattere di esclusività in una sola agenzia.

Art. 36

Requisiti professionali del direttore tecnico, esami e riconoscimento

1. La Giunta regionale con deliberazione conforme alla disciplina statale vigente in materia, definisce:

a) i requisiti professionali per il rilascio dell'abilitazione;

b) le modalità di svolgimento dell'esame di idoneità;

c) il contenuto delle prove d'esame e ogni altra modalità di attuazione delle stesse;

d) la composizione e il funzionamento della commissione d'esame;

e) le modalità di iscrizione e di cancellazione al registro regionale.

Art. 37

Albo Regionale dei direttori tecnici

1. Sono iscritti all'albo regionale dei direttori tecnici:

a) coloro che hanno superato l'esame di cui all'articolo 29;

b) i direttori tecnici che hanno conseguito l'abilitazione in altre province o in altre regioni e operano presso agenzie di viaggio aventi sede nella provincia;

c) i cittadini di tutti gli stati membri dell'Unione europea, residenti in una provincia della Calabria, in possesso dei requisiti e delle condizioni di cui all'articolo 4 del D.Lgs. 23 novembre 1991, n. 392;

d) I cittadini residenti in una delle provincie calabresi che ricoprono da almeno cinque anni il ruolo di amministratore di un'agenzia di viaggio con almeno cinque dipendenti e che opera da almeno dieci anni.

f) i direttori tecnici, residenti in una delle province della Calabria, cittadini di stati non appartenenti all'Unione europea, in possesso di titolo abilitante equiparato, in base al principio di reciprocità, a quello previsto dal presente testo unico.

2. L'albo è pubblico. Le risultanze dell'albo regionale sono pubblicate a cura della regione entro il mese di febbraio di ciascun anno nel Bollettino Ufficiale della Regione.

Capo II

Professioni Turistiche

Art. 38

1. È guida turistica chi, per professione, accompagna persone singole o gruppi di persone, nelle visite a opere d'arte, a musei, a gallerie, a scavi archeologici illustrandone le attrattive storiche, artistiche, monumentali, paesaggistiche e naturali.

L'esercizio della professione è consentito ai sensi dell'art. 3, comma 1, della legge 6 Agosto 2013, n. 97 (Disposizioni per l'adempimento degli obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia all'Unione europea - Legge europea 2013), indipendentemente dall'ambito territoriale in cui è stata conseguita l'abilitazione.

2. Per l'esercizio dell'attività nei siti di particolare interesse storico, artistico o archeologico di cui al decreto del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo 7 aprile 2015, è necessario il conseguimento della specifica abilitazione ai sensi del decreto del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo 11 dicembre 2015 (Individuazione dei requisiti necessari per l'abilitazione allo svolgimento della professione di guida turistica e procedimento di rilascio dell'abilitazione), adottato in attuazione dell'articolo 3, comma 3, della l. 97/2013.

2. Nell'ambito della definizione delle professioni turistiche di cui all'articolo 6 del d.lgs. 79/2011 e nelle more della definizione da parte dello Stato del relativo profilo professionale, è accompagnatore turistico, chi per professione, accoglie ed accompagna persone singole o gruppi di persone in viaggi sul territorio nazionale o estero, curando l'attuazione del pacchetto turistico predisposto dagli organizzatori, prestando completa assistenza ai turisti con la conoscenza della lingua degli accompagnati, fornendo elementi significativi e notizie di interesse turistico sulle zone di transito.

3. È animatore turistico chi, per professione, organizza il tempo libero di gruppi di turisti con attività ricreative, sportive, culturali.

4. E' guida ambientale escursionistica chi, per attività professionale, accompagna persone singole o gruppi di persone in gite ed escursioni, con il compito di illustrare gli aspetti naturalistici, ambientali e paesaggistici con particolare riferimento alle aree protette regionali ed ai fenomeni naturali, ad esclusione delle specifiche competenze delle guide Alpine

Art. 39

L'autorizzazione Regionale e tesserino di riconoscimento

1. La Regione Calabria esercita le funzioni relative a:
 - a) rilascio del tesserino di riconoscimento;
 - d) pubblicizzazione delle tariffe per le prestazioni delle professioni turistiche.
2. I titolari di autorizzazione Regionale per l'esercizio delle professioni turistiche hanno l'obbligo di portarla con sé e di esibirla ad ogni controllo.
3. Le guide turistiche, le guide naturalistiche, gli accompagnatori turistici, gli animatori turistici e i titolari, i legali rappresentanti qualificati, i direttori tecnici e dipendenti qualificati delle agenzie di viaggio e turismo, autorizzati a svolgere attività di accompagnatore turistico esclusivamente per i clienti dell'agenzia, nell'esercizio della loro attività devono portare in evidenza il tesserino di riconoscimento.

Art. 40

Divieti.

1. È fatto divieto alle guide turistiche, agli accompagnatori turistici, agli animatori turistici ed alle guide escursionistiche ambientali di svolgere nei confronti dei turisti attività commerciali o comunque estranee alla professione, anche quando queste siano esercitate con carattere di occasionalità e congiuntamente ad altre attività non incompatibili.

Art. 41

Sospensione e revoca delle autorizzazioni.

1. L'autorizzazione Regionale può essere sospesa per un periodo non superiore a sei mesi:
 - a) per iniziativa del titolare quando si tratti di cause di forza maggiore e imprevedibili, mediante comunicazione fatta al Comune entro sessanta giorni dall'evento;
 - b) per iniziativa del Comune, sentito l'interessato, quando si tratti di misura cautelare o sanzionatoria e nel caso di violazione dei divieti di cui all'articolo 34.
2. La sospensione può essere motivatamente prorogata, una sola volta, per altri sei mesi.
L'autorizzazione Regionale è revocata, in qualsiasi momento, per gravi motivi di interesse pubblico. I provvedimenti relativi alla sospensione e revoca dell'autorizzazione provinciale sono adottati dal Comune e comunicati, oltre che all'interessato, alle Province.

Art. 42

Sanzioni amministrative pecuniarie.

1. Chiunque eserciti, anche occasionalmente, le professioni di cui all'articolo 31, senza essere in possesso della relativa autorizzazione provinciale, è soggetto a sanzione amministrativa da euro 1.000,00 a euro 4.000,00.
2. Chiunque eserciti le professioni turistiche, in possesso di una autorizzazione Regionale non debitamente rinnovata, è soggetto a sanzione amministrativa da euro 250,00 a euro 500,00.

3. Chiunque nell'esercizio delle professioni turistiche non esibisca l'autorizzazione Regionale a un controllo o non tenga in evidenza l'apposito tesserino di riconoscimento è soggetto a sanzione amministrativa da euro 50,00 a euro 250,00.
4. Chiunque applichi tariffa diversa da quella comunicata ai sensi dell'articolo 32 è soggetto a sanzione amministrativa da euro 1.000,00 a euro 5.000,00.
5. Chiunque per l'espletamento dell'attività delle professioni turistiche di cui all'articolo 31 si avvalga di soggetti non muniti di autorizzazione Regionale, è soggetto a sanzione amministrativa da euro 1.000,00 a euro 5.000,00, raddoppiabile in caso di recidiva.
6. Le sanzioni sono comminate dal Comune competente e le somme introitate sono trattenute dallo stesso ente.

Art. 43

Reclami e vigilanza.

1. I clienti delle guide turistiche, delle guide naturalistico ambientali, degli accompagnatori turistici e animatori turistici, che riscontrino irregolarità nelle prestazioni pattuite, possono presentare, entro trenta giorni dall'evento, documentato reclamo alla Regione.
2. La Regione Calabria, sentito il titolare dell'autorizzazione Regionale, decide sul reclamo entro sessanta giorni.
3. Qualora il reclamo risulti fondato, la guida, animatore o accompagnatore è soggetto al pagamento di una sanzione amministrativa da euro 250,00 a euro 500,00.
4. La vigilanza sull'osservanza delle norme sulle professioni turistiche è esercitata dal Comune competente per territorio.

Art. 44

Inapplicabilità.

1. Le disposizioni relative alle professioni turistiche non si applicano alle attività di semplice accompagnamento di visitatori per conto delle associazioni Pro-Loce svolte occasionalmente e gratuitamente da soggetti appartenenti alle Pro-Loce stesse nelle località di competenza delle medesime e con esclusione dei comuni nei quali si trovano i siti che possono essere illustrati ai visitatori solo da guide specializzate così come individuati dal decreto del Presidente della Repubblica 13 dicembre 1995, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale del 28 febbraio 1996, n. 49.

TITOLO III

Norme finali

Art. 45

Abrogazione di norme.

1. E' abrogata la Legge regionale 5 aprile 2008 n. 8

Art. 46

(Clausola d'invarianza finanziaria)

1. Dall'attuazione della presente legge non derivano nuovi o maggiori oneri a carico del bilancio regionale.

Art. 47

Entrata in vigore.

1. La presente legge entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nel Bollettino Ufficiale della Regione.