



Testo a fronte

Legge regionale 5 aprile 2008, n. 8
“Riordino dell'organizzazione turistica regionale”

P.L. n. 344/10^
**“Norme in materia di Distretti turistici, zone a burocrazia zero e
nautica da diporto”**

Legge regionale 5 aprile 2008, n. 8: "Riordino dell'organizzazione turistica regionale"	P.L. n. 344/10[^] "Norme in materia di Distretti turistici, zone a burocrazia zero e nautica da diporto"
Art. 3 <i>Piano di sviluppo turistico.</i> 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: - lo scenario globale della domanda turistica e del sistema	Art. 3 <i>Piano di sviluppo turistico.</i> 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 Distretti Turistici. 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: - lo scenario globale della domanda turistica e del sistema distributivo;

distributivo; - il posizionamento competitivo dell'offerta e dei prodotti turistici regionali nel mercato nazionale e internazionale e individuare i segmenti di domanda più promettenti; - gli obiettivi e le strategie triennali e annuali per i segmenti di mercato e di domanda più promettenti; - la definizione dei Progetti Prodotto, dei Progetti Comunicazione e dei Progetti Interregionali; 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: - le aree e i prodotti regionali a maggiore attrattività turistica; - i prodotti e i servizi turistici congrui con un'efficace integrazione delle risorse marine con quelle naturalistiche e storicoculturali proprie delle aree interne e con le altre dotazioni turistiche strategiche regionali; - le azioni necessarie per migliorare l'accessibilità e la fruibilità delle aree delle destinazioni turistiche regionali; - gli itinerari tematici (naturalistici, culturali, enogastronomici) che permettono ai turisti di migliorare la conoscenza del patrimonio culturale, paesaggistico e ambientale della Calabria; - 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; - le azioni per realizzare nuove iniziative a carattere	- il posizionamento competitivo dell'offerta e dei prodotti turistici regionali nel mercato nazionale e internazionale e individuare i segmenti di domanda più promettenti; - gli obiettivi e le strategie triennali e annuali per i segmenti di mercato e di domanda più promettenti; - la definizione dei Progetti Prodotto, dei Progetti Comunicazione e dei Progetti Interregionali; 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: - le aree e i prodotti regionali a maggiore attrattività turistica; - i prodotti e i servizi turistici congrui con un'efficace integrazione delle risorse marine con quelle naturalistiche e storicoculturali proprie delle aree interne e con le altre dotazioni turistiche strategiche regionali; - le azioni necessarie per migliorare l'accessibilità e la fruibilità delle aree delle destinazioni turistiche regionali; - gli itinerari tematici (naturalistici, culturali, enogastronomici) che permettono ai turisti di migliorare la conoscenza del patrimonio culturale, paesaggistico e ambientale della Calabria; - 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; - le azioni per realizzare nuove iniziative a carattere sportivo a bassissimo impatto ambientale legate alle
---	---

sportivo a bassissimo impatto ambientale legate alle peculiarità della Calabria; - 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; - le azioni per il potenziamento e la qualificazione delle imprese di servizi al turismo, con priorità alle reti di imprese; - 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) le modalità operative per l'applicazione delle norme di cui all'articolo 1, comma n. 583 e seguenti che non hanno subito le censure della Corte Costituzionale, della legge 23 dicembre 2005, n. 266 (Legge Finanziaria 2006); d) i criteri di ripartizione delle risorse finanziarie.	peculiarità della Calabria; - 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; - le azioni per il potenziamento e la qualificazione delle imprese di servizi al turismo, con priorità alle reti di imprese; - 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) le modalità operative per l'applicazione delle norme di cui all'articolo 1, comma n. 583 e seguenti che non hanno subito le censure della Corte Costituzionale, della legge 23 dicembre 2005, n. 266 (Legge Finanziaria 2006); d) i criteri di ripartizione delle risorse finanziarie.
Art. 5 <i>Sistema dei finanziamenti.</i> 1. 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. 5 <i>Sistema dei finanziamenti.</i> 1. 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 Distretti Turistici.
Art. 6	Art. 6

<i>Sistema Turistico Locale.</i>	<i>Sistema Turistico Locale.</i>
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. Le Province promuovono, anche in accordo tra loro, i Sistemi Turistici Locali attraverso il coinvolgimento attivo di Comuni, Unione di Comuni, Comunità Montane, Camere di Commercio, Enti Parchi, altri Enti Locali, Associazioni di categoria di settore, nonché con altri soggetti pubblici e privati locali individuati dall'art. 1 del DPCM 13 settembre 2002. 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	ABROGATO

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 subregionali che subiscono particolari situazioni di emergenza che si riflettono sulle strutture turistico-alberghiere	
Art. 7 <i>Funzioni del Sistema Turistico Locale.</i> 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.	Art. 7 <i>Funzioni del Sistema Turistico Locale.</i> ABROGATO
Art. 8 <i>Marchio di qualità.</i> 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 (6). 2. La Regione di concerto con i Sistemi Turistici Locali	Art. 8 <i>Marchio di qualità.</i> 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 (6). 2. La Regione di concerto con i Distretti Turistici

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.	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. 9 <i>Comitato istituzionale.</i> 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	Art. 9 <i>Comitato istituzionale.</i> 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 Distretti Turistici 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.	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. 14 <i>Uffici Informazione e Accoglienza Turistica.</i> 1. Al fine di promuovere le diverse valenze territoriali che compongono l'offerta turistica calabrese, le Province istituiscono nell'ambito di ogni sistema locale gli uffici per l'Informazione ed Accoglienza Turistica, di seguito denominati IAT, organizzati in sedi periferiche funzionalmente dipendenti, che svolgono i compiti di seguito indicati: a) informazione ed accoglienza al turista, ivi compresa la prenotazione di servizi ricettivi e di intrattenimento; b) raccolta e trasmissione al Sistema informativo di cui all'articolo 10 dei dati sul movimento turistico e sul patrimonio ricettivo; c) vigilanza sulla qualità dell'offerta turistica e proposte ai Comuni per l'applicazione delle sanzioni; d) collaborazione tecnico-organizzativa ai Comuni per la realizzazione di eventi locali a rilevanza turistica. 2. Al fine di garantire la massima apertura al pubblico dell'Informazione e Accoglienza Turistica (IAT) la Provincia può, previa apposita convenzione, gestire gli stessi in collaborazione con: a) comuni; b) imprese turistiche associate o loro associazioni di categoria; c) associazioni Pro Loco iscritte nell'albo provinciale di cui all'articolo 16;	Art. 14 <i>Uffici Informazione e Accoglienza Turistica.</i> 1. Al fine di promuovere le diverse valenze territoriali che compongono l'offerta turistica calabrese, le Province istituiscono nell'ambito di ogni Distretto Turistico gli uffici per l'Informazione ed Accoglienza Turistica, di seguito denominati IAT, organizzati in sedi periferiche funzionalmente dipendenti, che svolgono i compiti di seguito indicati: a) informazione ed accoglienza al turista, ivi compresa la prenotazione di servizi ricettivi e di intrattenimento; b) raccolta e trasmissione al Sistema informativo di cui all'articolo 10 dei dati sul movimento turistico e sul patrimonio ricettivo; c) vigilanza sulla qualità dell'offerta turistica e proposte ai Comuni per l'applicazione delle sanzioni; d) collaborazione tecnico-organizzativa ai Comuni per la realizzazione di eventi locali a rilevanza turistica. 2. Al fine di garantire la massima apertura al pubblico dell'Informazione e Accoglienza Turistica (IAT) la Provincia può, previa apposita convenzione, gestire gli stessi in collaborazione con: a) comuni; b) imprese turistiche associate o loro associazioni di categoria; c) associazioni Pro Loco iscritte nell'albo provinciale di cui all'articolo 16;

d) associazioni iscritte nel registro regionale delle organizzazioni di volontariato aventi come finalità statutaria prevalente, anche se non esclusiva, le attività di informazione, accoglienza e assistenza turistica; e) consorzi o altre strutture con finalità turistiche, non finanziate dalla Regione.	d) associazioni iscritte nel registro regionale delle organizzazioni di volontariato aventi come finalità statutaria prevalente, anche se non esclusiva, le attività di informazione, accoglienza e assistenza turistica; e) consorzi o altre strutture con finalità turistiche, non finanziate dalla Regione.
Art. 15 <i>Pro-LoCo.</i> 1. La Regione, nel quadro della valorizzazione turistica e culturale della Calabria, riconosce alle associazioni Pro-LoCo ed ai loro Consorzi, basate sul volontariato, il ruolo di strumenti di base per la tutela dei valori naturali, artistici e culturali delle località ove sorgono e di promozione dell'attività turistica e culturale, che si estrinseca in (9): a) iniziative rivolte a favorire la valorizzazione turistica, culturale e di salvaguardia del patrimonio storico culturale, folcloristico e ambiente della località; b) iniziative rivolte ad attrarre il movimento turistico verso la località e a migliorare le condizioni generali di soggiorno; c) iniziative idonee a favorire, attraverso la partecipazione popolare, il raggiungimento degli obiettivi sociali del turismo; d) attività di assistenza e informazione turistica; e) attività ricreative e di spettacolo (10); f) attività di socialità civica (11). 2. Le Province, con regolamento da approvarsi entro 60 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, trascorsi infruttuosamente i quali il Dipartimento Turismo attiverà, previa diffida, i poteri sostitutivi con oneri a carico delle Amministrazioni inadempienti, sentita l'UNPLI,	Art. 15 <i>Pro-LoCo.</i> 1. La Regione, nel quadro della valorizzazione turistica e culturale della Calabria, riconosce alle associazioni Pro-LoCo ed ai loro Consorzi, basate sul volontariato, il ruolo di strumenti di base per la tutela dei valori naturali, artistici e culturali delle località ove sorgono e di promozione dell'attività turistica e culturale, che si estrinseca in (9): a) iniziative rivolte a favorire la valorizzazione turistica, culturale e di salvaguardia del patrimonio storico culturale, folcloristico e ambiente della località; b) iniziative rivolte ad attrarre il movimento turistico verso la località e a migliorare le condizioni generali di soggiorno; c) iniziative idonee a favorire, attraverso la partecipazione popolare, il raggiungimento degli obiettivi sociali del turismo; d) attività di assistenza e informazione turistica; e) attività ricreative e di spettacolo (10); f) attività di socialità civica (11). 2. Le Province, con regolamento da approvarsi entro 60 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, trascorsi infruttuosamente i quali il Dipartimento Turismo attiverà, previa diffida, i poteri sostitutivi con oneri a carico delle Amministrazioni inadempienti, sentita l'UNPLI,

definiscono (12): a) le modalità e i limiti di costituzione delle Pro-Loce e dei loro Consorzi, localizzate nei territori compresi nel Sistema Turistico Locale, che deve avvenire per atto pubblico o privato registrato (13); b) lo schema-tipo di statuto che disciplina, tra l'altro, i sistemi di elezione degli organi; c) le procedure per la iscrizione all'albo di cui al successivo articolo 16, le cause che possono determinare la cancellazione e/o la estinzione, nel qual caso il patrimonio è devoluto al Comune che li destinerà per le finalità di cui alla legge n. 383/2000 (14); d) le modalità per la richiesta, concessione, erogazione, rendicontazione e revoca dei contributi; e) l'esercizio delle funzioni ispettive per la vigilanza, il controllo delle attività, anche ai fini di provvedimenti di commissariamento degli Organi nei casi di violazioni normative e contabili. 3. La Regione assicura la ripartizione delle risorse disponibili tra le Province sulla base della media dei contributi concessi alle associazioni Pro-Loco di ogni ambito provinciale nel triennio 2004 - 2006, che viene assunto quale dato storico. 4. La Regione riconosce l'unione Nazionale Pro-Loco d'Italia (UNPLI) nelle sue articolazioni e le sue attività. La Regione può sostenere l'attività dell'UNPLI concedendo contributi su progetti coerenti con le strategie Regionali e Provinciali	definiscono (12): a) le modalità e i limiti di costituzione delle Pro-Loce e dei loro Consorzi, localizzate nei territori compresi nel Distretto Turistico, che deve avvenire per atto pubblico o privato registrato (13); b) lo schema-tipo di statuto che disciplina, tra l'altro, i sistemi di elezione degli organi; c) le procedure per la iscrizione all'albo di cui al successivo articolo 16, le cause che possono determinare la cancellazione e/o la estinzione, nel qual caso il patrimonio è devoluto al Comune che li destinerà per le finalità di cui alla legge n. 383/2000 (14); d) le modalità per la richiesta, concessione, erogazione, rendicontazione e revoca dei contributi; e) l'esercizio delle funzioni ispettive per la vigilanza, il controllo delle attività, anche ai fini di provvedimenti di commissariamento degli Organi nei casi di violazioni normative e contabili. 3. La Regione assicura la ripartizione delle risorse disponibili tra le Province sulla base della media dei contributi concessi alle associazioni Pro-Loco di ogni ambito provinciale nel triennio 2004 - 2006, che viene assunto quale dato storico. 4. La Regione riconosce l'unione Nazionale Pro-Loco d'Italia (UNPLI) nelle sue articolazioni e le sue attività. La Regione può sostenere l'attività dell'UNPLI concedendo contributi su progetti coerenti con le strategie Regionali e Provinciali
---	--