



In questo numero	pag.
Editoriale di Cinzia Renzi	1
Editoriale di Enzo Manunza	1
Abstract Tavoli Tecnici	3
Ultime dall'Ufficio Fiscale	6
Ultime dall'Ufficio Legale	8
Focus	10
Le Convenzioni Fiavet Servizi	11
Elenco circolari e pubblicazioni	13
Riferimenti Fiavet	14

cuore d'acqua

SARDEGNA

www.sardegnaturismo.it

EDITORIALE di Enzo Manunza, Presidente Fiavet Servizi S.r.l.

Cari Colleghi,
i lavori assembleari appena conclusi hanno dimostrato quanto importante sia il nostro ruolo nell'attuale situazione di



mercato. I fornitori di servizi stanno riportando la loro attenzione sul fondamentale ruolo che gli Agenti di Viaggio e i Tour Operator svolgono sul mercato. Il dibattito avvenuto durante i lavori assembleari ha confermato questa tendenza. Fiavet Servizi non può farsi sfuggire questa occasione.

Abbiamo l'obbligo morale di strutturare in modo organico servizi qualificati da erogare agli Agenti di Viaggio. Stiamo lavorando già da tempo proprio in questa direzione per fare in modo di riappropriarci del ruolo di leader che il mercato ci chiede di assumere.

I lavori assembleari ci hanno anche confermato come la nostra forza risiede nella capacità di fare aggregazione e sinergia per farci ascoltare con più forza dai nostri interlocutori, siano essi istituzionali che privati.

EDITORIALE di Cinzia Renzi, Presidente Fiavet

Cari colleghi,
si è appena conclusa la 49esima Assemblea della nostra organizzazione. Un evento importante che ha riportato al



centro del dibattito il ruolo dell'intermediazione turistica nel nostro paese. La presenza qualificata delle istituzioni, dei fornitori di servizi e degli Agenti di Viaggio è proprio la testimonianza di come gli equilibri all'interno del mercato si stanno spostando verso la distribuzione. Non può essere altrimenti. La crisi dei consumi che sta caratterizzando il mercato raffigura nell'Agente di Viaggio l'unico elemento in grado di orientare le scelte dei consumatori.

Mi ha fatto particolarmente piacere, poi, presentare durante i lavori congressuali il Protocollo di Intesa sottoscritto da Fiavet con le principali Associazioni dei Consumatori. E' un fatto di assoluto rilievo che ci permetterà di operare in modo chiaro e concertato sul mercato.

Grande interesse hanno anche suscitato i tavoli di lavoro sia da parte degli Agenti di Viaggio che dei fornitori, a testimonianza di come il dibattito fra le parti sa essere costruttivo e portare a nuove soluzioni per i tanti problemi che caratterizzano il nostro settore.

Vacanze in Sardegna? C'è un bonus per te.

La Regione Sardegna ti regala fino a 90 euro

La Regione Sardegna, a tutti i turisti che verranno nell'Isola in nave dal 2 maggio al 3 luglio, riconoscerà il **Bonus Sardo Vacanza** di 90 euro per almeno 3 persone e di 60 euro per 2 persone. Sarà sufficiente presentare i documenti di viaggio e di soggiorno attestanti almeno 3 notti di pernottamento. Informazioni presso i desk attrezzati nei porti della Sardegna. Vi saranno rimborsati al Vostro rientro a casa.

numero verde 800 403 640 | info su www.sardegnaturismo.it | e-mail infobonusvacanza@regione.sardegna.it



REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA
ASSESSORATO DEL TURISMO ARTIGIANATO E COMMERCIO
AGENZIA REGIONALE SARDEGNA PROMOZIONE

sardegna,
CUORE d'acqua

SARDEGNA



Abstract dei Tavoli Tecnici

della 49ª Assemblée Congressuale Fiavet in Sardegna

Il mercato del turismo: i rapporti tra i protagonisti della filiera

DOSSIER – La filiera lunga del turismo

Il sistema delle imprese del turismo è un insieme complesso di offerta, che vede coesistere e, nelle migliori esperienze, collaborare tutti gli attori che operano al servizio del turista.

Numerose sono, infatti, le tipologie di impresa che intervengono nel percorso del turista, dalle primarie, vale a dire quelle relative all'ospitalità e della ristorazione, alle complementari, vale a dire le imprese di trasporto, quelle che offrono servizi per le attività culturali, sportive o di intrattenimento. Fondamentale è per il turista poter contare sull'appoggio delle agenzie di intermediazione, che devono poter collaborare con le imprese.

La **trasversalità del turismo** si conferma anche se si analizzano le spese dei turisti. Infatti, i consumi dei turisti che alloggiano in imprese ricettive o in residenze e abitazioni private, che ammontano a 72,4 miliardi di euro, incidono solo per il 44% sul settore turistico primario, alberghi e ristoranti. Il 17,5% dei consumi è invece destinato alle attività ricreative e culturali, il 13,4% al commercio di abbigliamento e calzature, il 9,7% alle altre industrie manifatturiere, il 9% all'agroalimentare, il 3,9% in editoria e tabacchi e il 2% nei trasporti locali.

Parallelamente, aumenta il numero delle imprese complementari: se nel 2006 si contavano oltre 293mila imprese legate al comparto primario, che rappresentavano il 70% del totale, al 31 marzo 2011 queste sono scese al 62%, pur con un incremento del 30% in termini di valore assoluto.

Per ciò che concerne le tipologie di imprese direttamente connesse al turismo, si contano 3.413 imprese registrate come attività delle **agenzie di viaggio**, 130 come attività dei **tour operator** e 690 guide e accompagnatori turistici.

FOCUS Sardegna

In Sardegna, i dati indicano un totale di 18.735 imprese connesse al turismo, l'11,1% del totale delle imprese nella Regione e il 3% del totale delle imprese turistiche in Italia, concentrate soprattutto nelle province di Cagliari e Sassari.

Analizzando i dati, emerge che le imprese del comparto primario rappresentano il 66% del totale, valore superiore alla media nazionale, e che la provincia di Sassari è quella a maggior vocazione turistica, con il 13,2% delle imprese connesse al turismo.

Come essere competitivi nel mercato: esperienze a confronto

DOSSIER – La leva della qualità

La **qualità** può essere definita come "l'insieme delle proprietà e delle caratteristiche di un prodotto o servizio che si riferiscono alla sua capacità di soddisfare bisogni espliciti e impliciti".

È un concetto, quindi, in forte evoluzione, che può variare da settore a settore e da prodotto a prodotto. Due i requisiti che compongono la qualità, i **must**, elementi valutabili in modo certo, e i **want**, elementi variabili, che corrispondono a desideri ed aspettative. La 'nuova qualità' include i primi e una buona dose dei secondi.

Il vero problema, quindi, è la **percezione** da parte degli acquirenti di tutte le caratteristiche che concorrono a formare il concetto di qualità. Entrano in gioco, dunque, le aspettative. Sotto questo aspetto, fondamentale è la fiducia: il consumatore compie un importante atto di fiducia nei confronti del produttore.

Nell'ambito delle aspettative, un ruolo importante è rivestito dall'informazione di cui dispone il consumatore.

Per molte aziende del comparto turistico, il miglioramento della qualità del servizio rappresenta l'unico modo per differenziarsi dalla concorrenza e per riuscire a posizionarsi sul mercato competitivo. Allora, capire quali caratteristiche del servizio generano soddisfazione nel cliente, saperle misurare e migliorarle diventa una priorità tra le scelte aziendali.

Attualmente, la domanda di mercato tiene in grande considerazione la qualità, che si traduce nella ricerca di standard elevati nella ricettività e nella ristorazione ma anche nell'intensità delle emozioni e nel valore dell'**esperienza** vissuta.

Il turista non cerca più la vacanza in quanto tale ma un veicolo che gli permetta di conoscere una realtà lontana da quella quotidiana e arricchire il suo bagaglio di esperienze. In linea con questa tendenza, è necessaria la coesistenza di canoni qualitativi e di processi produttivi sostenibili perché la qualità si lega direttamente alla soddisfazione del cliente ma anche alla valorizzazione delle tradizioni, dell'identità e della cultura locale e dell'ambiente.

Il punto di vista del turista

ra i fattori che contribuiscono a connotare l'identità di un territorio ci sono le infrastrutture, il sistema ricettivo e ristorativo, l'offerta culturale e di divertimento, l'accoglienza della popolazione.

Il turista darà importanza ad alcuni fattori invece che ad altri a seconda della motivazione che lo ha spinto al viaggio.

In una scala da 1 a 10, i turisti che visitano l'Italia giudicano l'offerta turistica nel suo complesso con un voto medio di 7,9.

Tra i punti di forza, l'enogastronomia (8,2), l'ospitalità (8,1), l'accoglienza nelle strutture ricettive e la pulizia dell'alloggio (8,0).

In merito all'organizzazione del territorio, il giudizio espresso in media è 7,5.

Meno soddisfacenti per i turisti sono i costi della ristorazione e dei trasporti (7,4) e il traffico locale (7,1).

Trasporti, accessibilità, infrastrutture e promozione: quali le prospettive strategiche per il Paese

DOSSIER – Infrastrutture per il territorio ed il turismo

La dotazione infrastrutturale di un territorio rappresenta una fondamentale chiave di volta da cui dipende lo sviluppo della sua offerta turistica: non basta possedere i requisiti e le risorse materiali ed immateriali per essere una destinazione di vacanza, ma è necessario che questa sia facilmente raggiungibile. Accanto a ciò, si afferma come sempre più determinante la fruibilità delle risorse, come i musei e i siti archeologici.

Ad arricchire ulteriormente questo scenario, subentrano le dotazioni specialistiche, come quelle dello sport e dei congressi, che rappresentano prodotti turistici di nicchia che offrono opportunità di destagionalizzazione.

Per quanto riguarda la **cultura**, l'Italia evidenzia una crescita del numero di musei statali presenti sul territorio, complessivamente 208 nel 2010, che portano l'Italia ad avere la leadership rispetto a Spagna (156 musei) e Francia (37 musei). A questo posizionamento, però, si contrappone la debolezza dell'attrattività di tale patrimonio sul pubblico: l'Italia è in coda con circa 49mila visitatori in media, contro gli oltre 97mila della Spagna ed i 725mila della Francia.

Lo **sport** si conferma un prodotto di nicchia sempre più in grado di attrarre flussi turistici. In Italia, le Regioni dove la vocazione al turismo sportivo emerge con più evidenza sono il Piemonte e Trentino Alto Adige, soprattutto per quel che concerne gli impianti sciistici.

Cresce l'offerta di golf sul territorio: dal 1985 al 2010, l'Italia è passata da 61 a 269 campi, per un incremento del 341%.

In crescita anche il **turismo nautico** che, dal 2005 al 2009 registra un aumento del traffico passeggeri pari al 17,2%, a fronte di una media europea del +2%, e un incremento dei posti barca del 54,6% nell'ultimo decennio.

Il **turismo congressuale** rappresenta un segmento di domanda importante, perché consente alle destinazioni di specializzarsi e destagionalizzarsi, a vantaggio dell'intera filiera turistica.

Nel complesso, in Italia le strutture che forniscono servizi e dispongono di spazi adeguati al turismo congressuale alberghi (1321), dimore storiche (855) e centri congressi (264).

In Europa, l'Italia è il Paese che ha ampliato meno la **rete autostradale** negli ultimi anni (+2,3% dal 1998 al 2008). Rimane significativa la carenza di aree di sosta attrezzata per i turisti itineranti dei caravan e dei camper, presenti invece in Francia.

All'insegna della stabilità la **mobilità ferroviaria** in Italia: il traffico passeggeri si è mantenuto sostanzialmente invariato negli ultimi dieci anni mentre in ambito europeo, il nostro Paese si confronta con gli altri che puntano sull'Alta Velocità, in particolare con la Francia, e sconta la carenza di infrastrutture, con soli mille chilometri di rete dedicati all'AV distribuiti in modo disomogeneo sul territorio nazionale.

Per quanto riguarda la **mobilità aerea**, questa risulta in continua crescita: nel 2009, in Italia si contano quasi 1,4 milioni di aerei in transito negli aeroporti e circa 130 milioni di passeggeri.

FOCUS Sardegna

La Sardegna tiene il passo dell'Italia per quanto concerne il numero di visitatori, almeno con riferimento ai musei statali.

Lo sport può rappresentare una risorsa, in particolare il golf, visto che nell'isola si contano già 14 campi, che costituiscono il 3,6% dell'offerta nazionale.

Ma è soprattutto il turismo nautico la risorsa del territorio, in virtù degli oltre 1800 chilometri di costa, il 25% del totale nazionale, su cui si distribuiscono più di 10mila porti turistici il 19% dei porti italiani.

Analizzando la mobilità, mentre la rete ferroviaria rappresenta la nota dolente delle infrastrutture regionali, la mobilità aerea è in crescita, in linea con l'andamento italiano: nel 2009, gli arrivi e le partenze di aerei registrate sull'isola sono oltre 71mila, con un incremento del 27,4% rispetto all'inizio del decennio, con oltre 6,4 milioni di passeggeri, per un aumento rispetto al 2000 del 58,5%.



Brillanti, Innovativi, Migliori

In Amadeus vogliamo essere Brillanti, Innovativi, Migliori

Lo staff di Amadeus coordina in tutto il mondo i propri sforzi per supportarti nel raggiungimento di obiettivi Brillanti.

Il nostro approccio Innovativo vuole accrescere il valore di ogni singolo elemento del viaggio.

Ambiamo ad offrire servizi e soluzioni Migliori

per aiutarti a ottenere eccellenti risultati di business.

Insieme possiamo essere Brillanti, Innovativi, Migliori per il settore dei viaggi e del turismo del futuro.

Ultime dall'Ufficio Fiscale

a cura di Pierluigi Fiorentino

Regolamento comunitario n. 282/2011. Disposizioni di attuazione delle norme sul luogo di imposizione iva delle prestazioni diservizi (dir. 2006/112/Ce)

Il Consiglio dell'Unione europea ha adottato, lo scorso 15 marzo, il Regolamento (UE) n.282/2011, recante disposizioni di esecuzione della Direttiva 2006/112/CE relativa al sistema comune dell'IVA, e pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea L77 del 23 marzo 2011.

L'obiettivo del Regolamento – che è obbligatorio e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri – è di garantire un trattamento uniforme dell'attuale sistema IVA in tutto il territorio dell'Unione europea, e, in particolare, di fornire specifiche risposte a determinate questioni di attuazione. Si sottolinea pertanto l'applicazione restrittiva delle norme in relazione solamente alle circostanze specifiche in esso contenute, non essendo trasponibili ad altri casi.

Il testo completo e il Regolamento di esecuzione n. 282/2011 è disponibile quale allegato alla circolare n. 29 e consultabile nella parte del sito www.fiavet.it riservata agli Associati.

Studi di settore - bozza del nuovo modello ug78u 2011, per il periodo d'imposta 2010

L'Agenzia delle Entrate ha diffuso una prima bozza del nuovo modello UG78U 2011, relativo al periodo d'imposta 2010, per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione dello studio di settore per le Agenzie di Viaggi e Turismo, compresi i Tour Operator.

Si segnala l'aggiunta di soli 4 righe nel quadro Z, che potranno essere conosciuti per esteso nella Circolare n. 31 del 2011 nella parte del sito www.fiavet.it riservata agli Associati.

Trattamento iva delle provvigioni ricevute dagli hotel comunitari

Diverse Agenzie di Viaggi e Turismo Associate hanno evidenziato la difficoltà di reperire il numero di partita VA dagli Hotel comunitari per emettere regolarmente le fatture di provvigioni per l'attività di intermediazione volta. Tali operazioni, a far data dal 1 gennaio 2010, sono fuori campo di applicazione IVA ai sensi dell'art. 7-ter, c. 1, lett. a), del DPR n. 633/72 e devono essere altresì incluse nei

modelli INTRASTAT. Tale interpretazione è stata anche confermata dal Regolamento comunitario n. 282/2011 (art. 31).

Si comunica che la Federazione ha innanzitutto posto la questione in sede ECTAA. Ciò al fine di sensibilizzare le Organizzazioni maggiormente rappresentative a livello europeo del settore, così come i GDS e gli altri Hotel provider, a mettere a disposizione il numero di identificazione ai fini IVA, senza ulteriori aggravii di tempo e risorse per il loro reperimento a carico delle Agenzie di Viaggi.

Al tempo stesso si è predisposto uno schema di lettera (versione italiano e inglese) che le Agenzie di Viaggio Associate potranno utilizzare per meglio chiarire la loro posizione di intermediari nei confronti dei loro Committenti per le provvigioni da essi maturate.

I Fac simili sono scaricabili sul sito www.fiavet.it nella parte riservata agli Associati, come allagati alla Circolare n. 32 del 2011.

Questionario sulla comunicazione delle operazioni effettuate con paesi a regime fiscale privilegiato (black-list)

Le Agenzie di Viaggi, che effettuano operazioni nei confronti di soggetti economici aventi sede, residenza o domicilio in Paesi a regime fiscale privilegiato (Paesi cosiddetti black list), sono tenute alla presentazione all'Agenzia delle Entrate della relativa comunicazione periodica.

E' stato segnalato che soprattutto per le provvigioni ricevute da vettori ubicati in Paesi black list di importo minimale e per altre operazioni di modesto ammontare risulta eccessivamente oneroso tale adempimento. Pertanto FIAVET ha predisposto un questionario per poter opportunamente giustificare all'Amministrazione finanziaria la richiesta di parziale esonero dalla comunicazione black ovvero la fissazione di una soglia di importo che esclude dall'adempimento.

Si raccomanda a coloro che ancora non avessero compilato il questionario di volerlo inviare al più presto. Di seguito si riporta il testo del questionario. Per ulteriori informazioni ed approfondimenti si rimanda alla circolare n. 38 del 2011 sul sito www.fiavet.it nella parte accessibile ai soli Associati.

Questionario



Operazioni intrattenute con soggetti economici con sede in Paesi black list

DENOMINAZIONE AGENZIA DI VIAGGI

NOME E COGNOME DELLA PERSONA CHE COMPILA IL QUESTIONARIO

INDIRIZZO

CITTA'

(PROVINCIA)

TELEFONO

FAX

INDIRIZZO E-MAIL

INDICARE IL CODICE PREVALENTE DI ATTIVITÀ:

79.11.00 AGENZIA DI VIAGGI

79.12.00 TOUR OPERATOR

Operazioni intrattenute con soggetti economici con sede in Paesi black list

(anche tramite rappresentanti fiscali e/o stabili organizzazioni ubicati in territori non a fiscalità privilegiata, ad esempio le provvigioni ricevute da vettori con rappresentanza fiscale in Italia ma sede principale in un Paese black list)

Indicare il numero di operazioni il cui importo unitario risulta compreso nella seguente tabella:

Contribuente con comunicazione mensile o trimestrale		Indicare frequenza di invio _____	
		(indicare la percentuale di incidenza)	
Numero di operazioni inferiori o uguale a	300,00		
Numero di operazioni superiori a	300,00	ed inferiori o uguali a	500,00
Numero di operazioni superiori a	500,00	ed inferiori o uguali a	1000,00
Numero di operazioni superiori a	1000,00	ed inferiori o uguali a	5.000,00
Numero di operazioni superiori a	5.000,00	ed inferiori o uguali a	10.000,00
Numero di operazioni superiori a	10.000,00		
Totale			(Totale pari a 100%)

Note:

Il numero di operazioni si riferiscono alle comunicazioni dell'ultimo trimestre 2010 e del primo trimestre del 2011.

Dichiaro di essere stato informato che i dati contenuti nel presente questionario saranno utilizzati per le finalità e gli scopi, di cui all'art. 1 del Decreto Legge del 25 marzo 2010, n. 40 – convertito dalla Legge del 22 maggio 2010, n. 73 – rubricato "Disposizioni in materia di contrasto alle frodi fiscali e finanziarie internazionali e nazionali operate, tra l'altro, nella forma dei cosiddetti "caroselli" e "cartiere", che ha introdotto, per i soggetti passivi IVA, l'obbligo di comunicare all'Agenzia delle Entrate tutte le cessioni di beni e le prestazioni di servizi effettuate e ricevute, registrare o soggette a registrazione, nei confronti di operatori economici aventi sede, residenza o domicilio in Paesi a fiscalità privilegiata (Paesi black list), di cui al D.M. del 4 maggio 1999 e al D.M. del 21 novembre 2001, e, in particolare, al fine di tutelare gli interessi generali delle Agenzie di Viaggi Associate a FIAVET per ottenere dall'Agenzia delle Entrate l'eventuale esonero parziale dalla "Comunicazione black list" per le operazioni di importo minimale ed autorizzo al trattamento dei dati personali, ivi inclusi i dati sulla operatività che andranno utilizzati in forma anonima ed aggregata.

Siamo stati informati, sempre ai sensi dell'art. 13, Decreto Legislativo n. 196/2003 che il titolare del trattamento è FIAVET ed il responsabile è il Dott. Pierluigi Fiorentino, Responsabile Servizi Fiscali.

Agenzia di Viaggi e Turismo
Timbro e firma

--

Ultime dall'Ufficio Legale

a cura dell'Avv. Federico Lucarelli

Di seguito sono riportate le prime sintetiche osservazioni in merito all'approvazione del Codice del Turismo da parte del Consiglio dei Ministri.

Sulle competenze legislative statali e regionali in materia turistica. Nel nuovo testo sono state molte le parti emendate ed eliminate che riservavano alla competenza statale (anche tramite l'emissione di D.P.C.M.) la disciplina di molteplici aspetti della materia turistica. Nella nuova stesura il legislatore statale ha mantenuto esclusivamente un profilo più attinente ai concetti di intervento di "svecchiamento", operando secondo il principio di sussidiarietà, nonché di "recepimento" dei nuovi orientamenti Giurisprudenziali.

Sulla definizione di "impresa turistica". Nell'art.4 la definizione onnicomprensiva di impresa turistica è stata ricalibrata con indicazione prevalente rispetto alle attività di agenti di viaggio (organizzazione, produzione, commercializzazione e intermediazione dei servizi turistici), mentre, nel collegato art. 5, sulle "imprese turistiche" senza scopo di lucro, si impone a tutto il fenomeno dell'associazionismo culturale e ricreativo, che voglia svolgere attività in tale settore, di rispettare le medesime identiche regole delle imprese con scopo di lucro, ferma la loro operatività limitata esclusivamente agli associati".

Rientrano nella **definizione di agenzie di viaggi**, con conseguente necessità di ottenere la relativa autorizzazione, i vettori, ove svolgano anche l'organizzazione di viaggi, crociere ed escursioni o comunque comprendano prestazioni o servizi aggiuntivi rispetto a quelli strettamente relativi al trasporto (art.19 co.2).

Ancora, l'art.19 co. dal 5 all'8, vieta ai soggetti commerciali che non sono agenti di viaggio di utilizzare i termini "agenzia di viaggio", "agenzia di turismo", "tour operator", "mediatore di viaggio", pena la sanzione amministrativa che sarà stabilita dalle Regioni.

Il co.9 dell'art.19, infine, salvaguarda l'esigenza che il produttore degli "smart box" sia un agente di viaggio, ferma la possibilità che la commercializzazione avvenga anche tramite catene distributive commerciali non rientranti nell'area agenziale.

Sul direttore tecnico. L'art.21, prevede che con D.P.C.M. debbano essere fissati i requisiti professionali unitari a livello nazionale che elimineranno diverse regolamentazioni Regionali in merito per una stessa professionalità, con la specifica, altresì, che nelle Filiali e Succursali non vi è necessità di un direttore tecnico, orientamento già confermato dalla Corte Costituzionale.

Sull'inizio dell'attività. L'art. 22 si pronuncia in due ambiti connessi. Il primo riguarda l'affermazione dell'esigenza che nelle leggi regionali e delle Province Autonome l'attività di agente di viaggio può essere autorizzata solo provando il possesso di requisiti professionali, di onorabilità finanziaria (ciò non solo per l'apertura, ma anche per "... *il trasferimento e per le modifiche concernenti l'operatività...*", che impedisce subentri e cessioni di agenzie a favore di soggetti privi dei requisiti). Con il secondo inserisce un'importante semplificazione in campo amministrativo, introdotta proprio dalla normativa Bolkestein, che consente che anche l'attività delle agenzie di viaggio venga aperta sulla base di una segnalazione certificata di inizio attività - SCIA, secondo quanto disposto dall'art. 19 della legge 7.08.1990 n. 241. Si conferma, inoltre, che l'apertura di Filiali e Succursali invece è soggetta alla semplice comunicazione alla Provincia competente.

Resta ferma la procedura di verifica dei requisiti professionali di onorabilità e finanziari imposti dalla stessa normativa all'esito del quale la Provincia potrebbe negare la abilitazione e determinare con provvedimento la chiusura o la sospensione della attività stessa.

Si aggiunga che il co.4 dell'art.19 prescrive un regime uniforme per le cauzioni imposte nelle varie Regioni, al fine del rilascio dell'autorizzazione delle agenzie di viaggi.

Sui "contratti del turismo organizzato".

Innanzitutto è necessario segnalare, sul piano sistematico della normativa, che gli articoli del Capo I "contratti del turismo organizzato" (art. 33-52) del Codice del Turismo, sostituiscono gli art 80 -100 del Codice del Consumo, mentre l'art. 3 comma II dello stesso, conferma

l'abrogazione della CCV - Convenzione Internazionale sul contratto di viaggio 23.04.1970, resa esecutiva in Italia con legge 27.12.1977 n. 1084 al momento in cui diventerà efficace la denuncia dello Stato Italiano di tale Convenzione.

Entrando nello specifico della normativa, va innanzitutto sottolineato che con il **co.2 dell'art.33** il legislatore ha mantenuto una singolare "disciplina" dello *ius poenitendi*, cioè il diritto di recesso del consumatore per quanto riguarda i contratti a distanza. Ed infatti, pur richiamandolo, ha rimesso al professionista il potere di comunicare per iscritto l'esclusione del diritto di recesso. La stessa darà la possibilità, anche nei contratti a distanza, di specificare preventivamente che non sarà riconosciuto il diritto di recesso e pertanto lo stesso non opererà. Dalla lettura della relazione illustrativa, tuttavia, sembrerebbe che la norma vada interpretata esclusivamente per i last minute ed i last second.

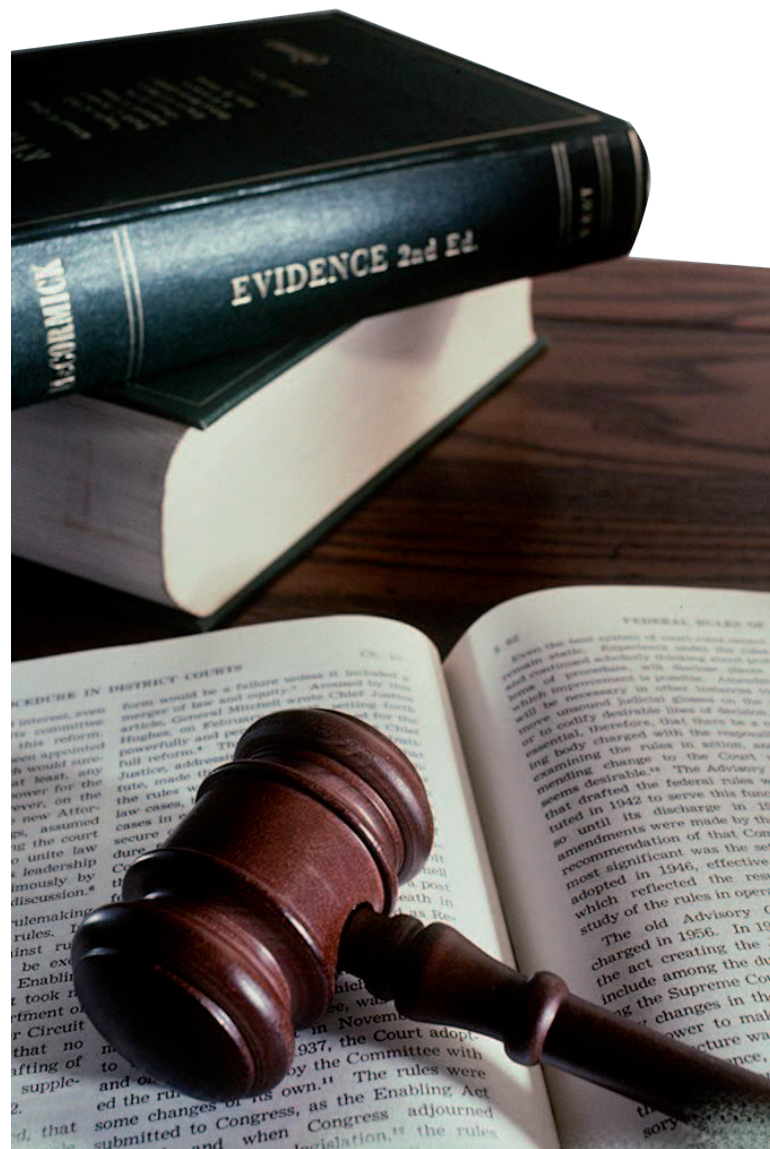
L'**art.34 lett.a)** ha incluso nella definizione di organizzatore di viaggio anche i T.O. e le "piattaforme" on-line. Ed infatti verrà considerato organizzatore anche colui che utilizzerà un "*sistema di comunicazione a distanza*" con la "*possibilità di realizzare autonomamente ed acquistare tale combinazione*".

Nell'**art.44** disciplinante il mancato od inesatto adempimento del pacchetto di viaggio, è stata aggiunta la "*locuzione si considerano inesatto adempimento le difformità degli standard qualitativi dei servizi promessi e pubblicizzati*". Dopo i numerosi interventi effettuati anche da Fiavet su testi che erano partiti in maniera molto più penalizzante per il comparto agenziale, la modifica si è trasformata in una aggiunta pleonastica, che conferma la responsabilità del T.O. che abbia esplicitato particolari qualità e standard dei propri servizi nei cataloghi o nel materiale pubblicitario, mentre non creerà responsabilità nel caso in cui non abbia ritenuto di esplicitare livelli e classificazioni di alcuni servizi pubblicizzati (in quanto magari gli alberghi o strutture in alcune mete non siano classificabili secondo un regime pubblicistico).

L'**art. 48** è nuovo ed introduce e codifica il "**danno da vacanza rovinata**". Il danno che originariamente è stato pensato dalla Corte di Giustizia come danno morale, viene sostanzialmente "contrattualizzato". Sia in quanto risponde al principio della non scarsa importanza dell'art. 1455 (sull'inadempimento e risoluzione del contratto), sia in quanto il risarcimento è legato a due criteri (tempo di vacanza inutilmente trascorso e "irripetibilità dell'occasione perduta").

L'**art. 50**, riferito al reclamo, può considerarsi un compromesso fra la non accolta richiesta di codificare il termine di 10 giorni per l'invio del reclamo quale termine di decadenza e l'inserimento del richiamo all'art. 1227 del Codice Civile, così da introdurre un criterio di responsabilizzazione del consumatore per il reclamo, che potrebbe comportare anche una sua responsabilità concorrente nella produzione del danno, con riduzione della quantificazione dello stesso.

Gli **artt. 51 e 52**, infine vanno letti unitariamente, tenuto conto che costituiscono l'accordo trovato soprattutto in merito alle polizze non obbligatorie. In particolare, a quella relativa alla garanzia dell'immediato rientro del turista o per il fallimento dell'intermediario che inizialmente erano state proposte come alternativa secca al Fondo di garanzia pubblico (mantenuto dall'art.52). Invece il **co.2 dell'art. 51** le ha previste come facoltative.



LE DECISIONI PRESE

1. *Il Libro Bianco sui trasporti*

La Commissione europea ha adottato, il 28 marzo scorso, un Libro bianco sui trasporti, che definisce una strategia globale per un sistema di trasporto competitivo che aumenta la mobilità, rimuove gli ostacoli di rilievo in settori chiave, come la crescita di carburante e l'occupazione e mira a raggiungere la riduzione del 60% delle emissioni entro il 2050.

2. *Nuove norme IATA sul bagaglio entrate in vigore il 1° Aprile 2011*

Le nuove regole IATA sul bagaglio sono entrate in vigore il 1° aprile 2011. Le regole determinano quali disposizioni sul bagaglio di quale vettore si applicheranno per una porzione di interlinea quando esistono oneri/tariffe diverse tra i vettori prenotati. Il calcolo dovrebbe eventualmente essere eseguito automaticamente dal GDS, ma alcuni GDS non sono ancora predisposti per le nuove regole.

Vd anche circolare numero 35 del 2011 sul sito www.fiavet.it

3. *La protezione consolare. Lancio del sito web utili per la protezione consolare*

Come parte della sua Comunicazione ufficiale sulla situazione attuale e nella prospettiva della tutela consolare per i cittadini dell'UE nei paesi terzi, la Commissione ha lanciato un nuovo sito web dedicato alla protezione consolare, che fornisce informazioni sui diritti che i cittadini possono vantare in virtù delle norme dell'UE sulla protezione consolare e fornendo informazioni di contatto di missioni diplomatiche e consolari dei vari Stati membri dell'UE in paesi extra-UE.

4. *Tasse. Chiarimento delle norme sulle tasse*

E' stato adottato un Regolamento del Consiglio che chiarisce una serie di disposizioni della Direttiva sulle tasse e, in particolare, le nuove norme vigenti in materia di luogo di fornitura di servizi turistici determinati.

ECTAA è riuscita ad ottenere una misura di attuazione che tratta la fornitura di un intermediario per la sistemazione in albergo di un cliente aziendale quale un servizio di intermediazione, in modo da evitare multi-registrazioni per le tasse in numerosi Paesi. Si tratta di un provvedimento importante di facilitazione per il settore turistico.

5. *La IATA non proseguirà con l'idea di introdurre criteri finanziari globali "one-fit-all".*

L'ECTAA continuerà a seguire attivamente gli affari IATA.

IN PROGRAMMA

1. *Trasporti. Fattibilità di un pianificatore di viaggio europeo multi-modale*

La Commissione europea ha lanciato una consultazione sulla fattibilità di pianificatori viaggio multi-modalità europei e nazionali, volti a tracciare un viaggio dal punto A al punto B con tutti i mezzi di trasporto. Un simile strumento integrato potrebbe includere anche una prenotazione end-to-end e l'emissione di biglietteria. Eventuali pareri possono essere inviati entro il 12 maggio.

2. *Regolamento DBC. Revisione del Regolamento 261/2004 in programma nel 2012.*

La comunicazione pubblicata in data 11 aprile, relativa all'applicazione del Regolamento 261/2004 prevede una revisione del regolamento nel 2012, che dovrebbe mirare a:

- 1) rivedere l'obbligo delle compagnie aeree di fornire assistenza illimitata in casi eccezionali (ad esempio, nube vulcanica);
- 2) introdurre nuovi diritti per i passeggeri nel caso di riprogrammazioni o politiche di no-show (legati all'uso dei tagliandi in sequenza);
- 3) chiarire una serie di zone d'ombra, come re-routing su altri mezzi di trasporto.

IL PROGETTO

1. *Ferrovie. Un progetto per il futuro della distribuzione nelle ferrovie.*

ECTAA sta partecipando alla realizzazione di un progetto tecnico dell'UE per l'interoperabilità nel settore ferroviario (TAP STI). Ciò avrà un grande impatto sui venditori di biglietti, che dovranno soddisfare i requisiti tecnici per la vendita dei biglietti ferroviari.

E' stata presentata all'UE una proposta di progetto per un finanziamento dell'UE, la quale, tra l'altro, mira a sviluppare un piano per un modello di servizi completo che sosterrà nel futuro la distribuzione e la vendita al dettaglio tra le ferrovie e i venditori di biglietteria terze parti.

Le convenzioni **Fiavet Servizi**



Fondata nel 1997 Wind Telecomunicazioni SpA è uno dei pochi operatori in Europa che offre servizi integrati di telefonia fissa, mobile e Internet. È il primo operatore alternativo sul mercato della telefonia fissa, è al primo posto in Italia tra i portali internet (con Libero) ed è tra i maggiori Internet Service Provider (ISP) italiani.



La Budget Autonoleggio è nata negli Stati Uniti nel 1958 per rivolgersi a persone *Budget oriented*, ossia attente al rapporto qualità-prezzo. È la terza società di autonoleggio al mondo, con un network diffuso in 128 Paesi e più di 3.400 location.



Il Gruppo CDS Service offre su piattaforma e-learning la gamma più completa di servizi relativi alla sicurezza dei luoghi di lavoro ai sensi del D.Lgs 81/08 (redazione del documento di valutazione rischi, corsi di formazione obbligatori per RSPP, addetto all'antincendio e primo soccorso, RLS, formazione ed informazione del lavoratore).



Intesa Sanpaolo è il Gruppo bancario nato dalla fusione di Banca Intesa e Sanpaolo IMI. Leader in Italia grazie ad una rete distributiva senza eguali, ha una forte presenza internazionale focalizzata nell'Europa centro-orientale e nel bacino del Mediterraneo.



Nata nel settembre del 2001, Leasys opera nel mercato del noleggio a lungo termine per progettare e fornire i migliori servizi legati alla gestione di vetture, veicoli, attrezzati e mezzi speciali. Offre la risposta a qualsiasi esigenza di mobilità, attraverso soluzioni articolate e sostenibili dal punto di vista economico e ambientale.



La Innovation Group ha ideato un servizio mailing professionale riservato alle aziende che operano nel mondo del Turismo: *MailForAll*. Questo programma consente l'invio di una comunicazione/offerta ad oltre 12.500 Agenzie in Italia e circa 11.700 all'estero. In più, la Innovation Group propone il Catalogo Elettronico, con il quale è possibile trasformare depliant, brochure, album e riviste in dinamici strumenti di visualizzazione.



AIGO è un'agenzia di marketing e comunicazione integrata, attiva nel settore del turismo sin dalla sua fondazione nel 1990, che fornisce supporto strategico, consulenziale e operativo, al fine di garantire il raggiungimento degli obiettivi di business.



TITO

Testo Testo Testo Testo



Colibri04, pensato da Sogetras, è il modo più veloce e conveniente di spedire documenti fino a 4 kg in Italia senza costi aggiuntivi relativi alle giacenze o adeguamenti vari delle tariffe. La mission è quella di offrire, esclusivamente alle aziende, un servizio altamente specializzato, studiato sull'esigenza del Cliente, strutturato in modo semplice e conveniente, commercializzato attraverso internet e telefono

La Catalog srl, facente parte della Sogegroup, è una società specializzata nella gestione logistica del catalogo turistico. Offre: stoccaggio del materiale; emissione degli ordini di spedizione; confezionamento automatico; stampa del documento di viaggio; consegna del materiale entro 7 gg presso tutte le Agenzie di Viaggio presenti sul territorio nazionale e nella Svizzera italiana; prova di consegna; gestione delle giacenze.



La System Time, fondata nel 1992, è oggi una delle imprese leader nel campo della progettazione, consulenza e realizzazioni di soluzioni informatiche per imprese turistiche. Può fornire una vasta gamma di prodotti e servizi, che vanno dai gestionali operativi e contabili, CRM, connettività internet, sviluppo siti Web, installazione centralini VOIP, alla consulenza fiscale e amministrativa.



La Tor Graphic è specializzata nella progettazione e realizzazione di siti web aziendali e per enti pubblici. La sua attività copre ogni esigenza attraverso software personalizzati web based, soluzioni dinamiche (ASP/PHP), web design originale e innovativo, strumenti avanzati web 2.0, portali, blog, e-commerce, cataloghi e gestione archivi, gestione autonoma dei contenuti (CMS), ottimizzazione per motori di ricerca (SEO), hosting, help desk service, formazione del personale



La Venus, realtà imprenditoriale attiva su tutto il territorio nazionale nell'ambito dei gadget promozionali, nasce nel 2001 da una idea dinamica, innovativa ed attuale di considerare l'articolo promozionale un gadget utile pratico e funzionale o insolito ed abilmente disegnato in grado di contraddistinguere un'Azienda.



Dolphin Italia, fondata a Padova nel 1991 da un gruppo di specialisti dell'amministrazione nel settore turistico e di sviluppo software, offre soluzioni di back-office (sempre in linea con la legislazione italiana di settore) e, con la collaborazione di un team dedicato, servizi contabili integrati con le soluzioni tecnologiche offerte. Grazie alla piattaforma multicanale completa per il punto vendita dell'agenzia, denominata Dolphin Travel Manager, è possibile effettuare prenotazioni di voli, hotel, autonoleggio, assicurazioni e gestire la vendita in modo sicuro dalla ricezione alla produzione dei documenti di viaggio.

Elenco circolari per gli associati

consultabili sul nostro sito

GENNAIO-GIUGNO 2011

www.fiavet.it

- 052.** Vittoria di ANRV contro Ryanair sulla trasparenza delle commissioni sulle carte di credito
- 051.** Votata la nuova Direttiva sui diritti dei consumatori al Parlamento Europeo
- 050.** Comunicazione telematica delle operazioni IVA, cosiddetto "spesometro"
- 049.** Revisione congiunturale speciale per l'anno 2010 per tenere conto degli effetti della crisi economico-finanziaria
- 048.** Iniziativa Enit- progetto BRIC - Workshop in Russia - settembre 2011
- 047.** Imposta sostitutiva sugli emolumenti relativi alla produttività aziendale - ulteriori chiarimenti
- 046.** Proroga termini di versamento per l'anno 2011 dovuti dai contribuenti e risultanti dalle dichiarazioni dei redditi e IRAP
- 044.** Comunicazione telematica delle operazioni IVA, cosiddetto "spesometro" - primi chiarimenti dell'Agenzia delle Entrate con la Circolare del 30 maggio 2011, n. 24/e
- 043.** Studi di Settore - bozza del nuovo quadro X per tenere conto della crisi economico-finanziaria anche per il periodo d'imposta 2010
- 042.** Rinvio della rimozione delle restrizioni per il trasporto di liquidi del duty free nel bagaglio a mano
- 041.** Iniziative. "incoming e outgoing" di Governo
- 039.** Quas-bando per premi di laurea 2011
- 038.** Questionario sulla comunicazione delle operazioni effettuate con Paesi a regime fiscale privilegiato (black-list)
- 037.** Nuovo aggiornamento lista nera vettori aerei
- 035.** Nuove regole IATA sul trasporto del bagaglio
- 033.** Tracciabilità dei flussi finanziari legge 136/2010
- 032.** Trattamento IVA delle provvigioni ricevute dagli Hotel comunitari
- 031.** Studi di settore - bozza del nuovo modello UG78U 2011, per il periodo d'imposta 2010
- 029.** Regolamento comunitario n. 282/2011-disposizioni di attuazione delle norme sul luogo di imposizione IVA delle prestazioni di servizi (dir. 2006/112/CE)
- 024.** Entrata in vigore del regolamento sui diritti dei passeggeri via bus
- 023.** Festa Nazionale del 17 marzo 2011
- 019.** Nuova direttiva sui ritardi nei pagamenti commerciali
- 009.** Ulteriore approfondimento giuridico dello "sconsiglio" della Farnesina per l'Egitto relativamente al settore crocieristico
- 008.** Effetti giuridici dello "sconsiglio" della Farnesina per l'Egitto
- 001.** Entrata in vigore del regolamento sui diritti dei passeggeri marittimi

Publicazioni Fiavet

A quasi due anni di distanza dalla prima edizione, durante la Convention d'Autunno 2011, è stata presentata la seconda edizione del "Rapporto sulla Intermediazione Turistica: il mercato del turismo on line".

Il volume, redatto dal Prof. Becheri – Mercury srl grazie al contributo dell'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo, ha affrontato in profondità gli scenari prossimi che si verranno a creare sul mercato dell'intermediazione turistica.

Nella parte iniziale del volume sono riportati i dati di riferimento del mercato dell'intermediazione: si sono avuti i primi rallentamenti nella crescita del numero di agenzie con una prima leggera diminuzione rilevata nell'anno 2009 rispetto al precedente, e con una sostanziale stabilità nel 2010, secondo un processo che in altri paesi è cominciato qualche anno prima.

All'interno della ricerca sono descritte le condizioni ottimali affinché internet si trasformi in una leva di sviluppo organizzativo ed imprenditoriale in grado di far ampliare il campo di azione degli Agenti di Viaggio e creare nuove opportunità di marketing e di vendita.

I cambiamenti di mercato, descritti in modo puntuale, suggeriscono nella figura del Travel Agent Operator la possibile risposta al mercato dei prossimi anni. Il testo completo della ricerca è scaricabile dal sito www.fiavet.it.



Riferimenti Fiavet

Presidente Fiavet Nazionale

Cinzia Renzi

Presidente d'Onore

Giuseppe Cassarà

GIUNTA NAZIONALE

Presidente Fiavet Nazionale

Cinzia Renzi

Vice Presidente Vicario

Roberto Cividin

Vice Presidente

Fortunato Giovannoni

Componenti di Giunta

Massimo Madarena

Enzo Manunza

Antonio Pessagno

Antonio Scipioni

Segretario Generale

Dott. Daniele Fiorini

Segreteria

Patrizia Maracchioni

Elisabetta Moretti

Donatella Sacchetti

Ufficio Fiscale

Dott. Pierluigi Fiorentino

Ufficio Legale

Avv. Federico Lucarelli

FIAVET NAZIONALE

Presidente Cinzia Renzi
Indirizzo P.zza G.G. Belli, 2 · 00153 Roma
Tel. 06 58.83.101
Fax 06 58.97.003
E-mail fiavet.nazionale@fiavet.it

FIAVET LAZIO

Presidente Andrea Costanzo
Indirizzo Via Castelfidardo, 18 · 00185 Roma
Tel. 06/48.85.051
Fax 06/48.35.09
E-mail info@fiavet.lazio.it

FIAVET SICILIA

Presidente Filiberto Manno
Indirizzo Via Libertà, 37/i · 90139 Palermo
Tel. 091/62.53.673
Fax 091/62.58.749
E-mail fiavet@mbox.infcom.it

FIAVET ABRUZZO E MOLISE C/O BALTOUR

Presidente Agostino Ballone
Indirizzo C.da Piano Delfico s.n. · 64100 Teramo
Tel. 0861/55.48.89
Fax 0861/55.44.81
E-mail fiavet.abruzzoemolise@baltour.it

FIAVET LIGURIA

Presidente Marina Isola
Indirizzo Via Cesarea, 8/6 · 16121 Genova
Tel. 010/56.48.61
Fax 010/86.30.965
E-mail info@fiavetliguria.com

FIAVET TOSCANA

Presidente Andrea Donati
Indirizzo Via Giuseppe Giusti, 9 · 50121 Firenze
Tel. 055/23.45.460
Fax 055/24.69.809
E-mail fiavet@confturismotoscana.it

FIAVET CALABRIA C/O MADARENA VIAGGI

Presidente Massimo Madarena
Indirizzo P.zza Pitagora, 5 · 88900 Crotona
Tel. 0962/24.923
Fax 0962/21.872
E-mail fiavetcalabria@libero.it

FIAVET LOMBARDIA

Presidente Luigi Maderna
Indirizzo C.so Venezia, 47 · 20123 Milano
Tel. 02/77.50.609
Fax 02/77.52.430
E-mail segreteria@fiavet.com

FIAVET TRENTINO

Presidente Laura Bolgia
Indirizzo Via Solteri, 78 · 38100 Trento
Tel. 0461/88.04.35
Fax 0461/88.03.00
E-mail fiavet@ucts.tn.it

FIAVET CAMPANIA E BASILICATA

Presidente Ettore Cucari
Indirizzo Via Santa Lucia, 36 · 80132 Napoli
Tel. 081/55.21.656
Fax 081/24.57.700
E-mail info@fiavetcampania.it

PIEMONTE E VALLE D'AOSTA

Commissario Straordinario Fortunato Giovannoni
Indirizzo C.so Duca degli Abruzzi, 42 · 10100 Torino
Tel. 06/58.83.101
Fax 06/58.97.003
E-mail fiavet.nazionale@fiavet.it

FIAVET UMBRIA

Presidente Fortunato Giovannoni
Indirizzo Via Sette Valli, 320 · 06129 Perugia
Tel. 075/50.67.176
Fax 075/50.67.177
E-mail fiavet@confcommercio.pg.it

FIAVET EMILIA ROMAGNA E MARCHE

Presidente Paolo Mazzola
Indirizzo Via Tiarini, 22 · 40129 Bologna
Tel. 051/41.56.050
Fax 051/41.56.051
E-mail info@fiavet.emilia-romagna.it

FIAVET PUGLIA

Presidente Francesco De Sario
Indirizzo P.zza Moro, 33 · 70122 Bari
Tel. 080/52.13.281
Fax 080/52.13.281
E-mail fiavet.puglia@tiscali.it

FIAVET VENETO

Presidente Antonio Scipioni
Indirizzo Via Sorio, 89 · 35141 Padova
Tel. 049/87.22.387
Fax 049/87.35.675
E-mail fiavetveneto@touritel.com

FIAVET FRIULI VENEZIA GIULIA

Presidente Roberto Cividin
Indirizzo Via San Nicolò, 7 · 34121 Trieste
Tel. 040/77.07.371
Fax 040/77.07.362
E-mail segreteria.fiavet@confcommerciotrieste.it

FIAVET SARDEGNA

Presidente Enzo Manunza
Indirizzo Via Dante, 30 CP/74B · 08100 Nuoro
Tel. 0784/39.249
Fax 0784/39.249
E-mail fiavetsardegna@fiavetsardegna.it

AINeT

Presidente Franco Gattinoni
Indirizzo C.so Venezia, 49 · 20121 Milano
Tel. 02/77.50.386
Fax 02/79.43.72
E-mail ainet@unione.milano.it