

fiavet

NEWS

Rubrica Fiscale

Ultimi seminari Fiavet

Pag. 7

Focus

Appunti sul contratto di vendita del pacchetto turistico

Pag. 8

Focus

Multiproprietà e vacanze lunghe con meno rischi

Pag. 10



CONVENTION D'AUTUNNO FIAVET 2010

Dal 31 Ottobre al 7 Novembre si è svolta la Convention d'Autunno FIAVET a bordo della splendida MSC Fantasia.

L'evento, divenuto ormai una consuetudine nel panorama turistico italiano, hanno partecipato numerosi Agenti di Viaggio.

I momenti di riflessione e dibattito sul mercato turistico sono stati numerosi. Durante la convention è stato presentato il "II° Rapporto dell'Intermediazione Turistica" redatto dalla Mercury in collaborazione con l'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo dal titolo "Il mercato del turismo on-line - Le prospettive delle Agenzie di Viaggio". Il lavoro, illustrato dal Prof Emilio Becheri durante il convegno che ha visto la partecipazione fra gli altri di Paolo Rubini, Direttore Generale dell'ENIT, del Coordinatore Nazionale di Confturismo, Giovanni Bastianelli e del Country Manager Mercato Italia di MSC, Leonardo Massa, ha affrontato in profondità le tematiche relative ai mutamenti organizzativi ed imprenditoriali che internet ha provocato e, soprattutto, provocherà sul mercato.

Sempre durante la Convention sono stati presentati i dati del I° semestre 2010 dell'Osservatorio Nazionale Imprese di Viaggio realizzato da FIAVET in collaborazione con l'ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche). Dai dati emerge una sostanziale tenuta del volume di affari che transita nelle Agenzie di Viaggio. Nei primi sei mesi dell'anno, infatti, il 26,3% dei turisti italiani ha prenotato la vacanza rivolgendosi al sistema dell'intermediazione, di cui il 18,7% per organizzare vacanze in Italia e il 43,7% per le destinazioni estere, trainate da Francia e Spagna. Tra le principali mete

EDITORIALE



Cari amici e colleghi, siamo giunti alla fine dell'anno e purtroppo dobbiamo constatare come il trend negativo previsto nei primi mesi si sia puntualmente confermato.

La diminuzione dei flussi turistici sia interni che esterni ed il perdurare della crisi hanno creato una drastica diminuzione di fatturato. La scelta di vacanze brevi a costi contenuti, inoltre, ha provocato l'erosione dei margini di

EDITORIALE



Cari colleghi, ci accorgiamo con sempre maggiore frequenza dell'esistenza di fatti che penalizzano il nostro lavoro in modo improprio. Siano essi Tour Operator o Compagnie Aeree, non passa giorno che non arrivino notizie di comportamenti vessatori nei nostri confronti.

Il convincimento che mi porta avanti nel mio lavoro è solo uno: maggiore forza commerciale come leva politica ed associativa per valorizzare il ruolo degli Agenti di Viaggio all'interno del mercato turistico.

fiavet news

estere, anche l'Egitto per chi ha acquistato direttamente in Agenzia e l'Austria per gli acquisti on line.

Oltre ai momenti di dibattito, durante la Convention c'è stato un importante incontro istituzionale fra una delegazione di Fiavet, rappresentata dal Presidente Nazionale Cinzia Renzi, il Presidente d'Onore Giuseppe Cassarà, i Vice Presidenti Roberto Cividin e Fortunato Giovannoni, i membri di Giunta Nazionale Antonio Pessagno e Massimo Madarena e i Presidenti Regionali Francesco De Sario (Fiavet Puglia) e Andrea Costanzo (Fiavet Lazio) ed il Ministro del Turismo Tunisino Slim Tlati (erano presenti anche il Direttore Generale Ente del Turismo tunisino Habib Ammar, il Direttore Centrale Promozione Turismo Ferid Fetni, il Presidente Nazionale Agenzie di Viaggio tunisine Taha Saihi ed il Direttore Generale Aggiunto della Goulette Shipping Cruise Mustapha Jabeur).

Al centro dell'incontro l'importante ruolo che giocano l'Italia e la Tunisia per lo sviluppo turistico del Mediterraneo e il turismo come tramite per rafforzare i rapporti fra i due paesi. Al termine dell'incontro il Ministro del turismo tunisino ha invitato Fiavet ad organizzare l'Assemblea Congressuale 2011 in Tunisia.

guadagno per le Agenzie di Viaggio. Le prenotazioni per il periodo natalizio fanno pensare ad una ripresa seppur limitata a pochi giorni.

Sempre con maggiore frequenza assistiamo a continui soprusi fatti alle spalle degli Agenti di Viaggio da parte dei fornitori dei servizi. FIAVET sta seguendo con costante attenzione tutti i fatti che coinvolgono direttamente o indirettamente il lavoro dei nostri Associati: siamo riusciti ad evitare il pagamento del **BSP settimanale**, stiamo lavorando ai corsi IATA, abbiamo contrastato alcuni punti del cosiddetto nuovo "codice del turismo", siamo intervenuti nella revisione dello **studio di settore** che ha consentito per il 2009 l'introduzione di un correttivo congiunturale che tiene realmente conto degli effetti negativi della crisi economica.

E' mia convinzione che una Federazione cresce se cresce insieme ai propri Associati anzi sono loro a farla crescere grazie ai continui stimoli e scambi di idee.

In questo senso tutti insieme pensiamo di costruire con Voi una Fiavet al passo con i tempi e con le nuove esigenze, più vicina agli Associati e più autorevole nel rapporto con le istituzioni, capace di guidare un

processo legislativo di rinnovamento e di tutela nel turismo europeo.

A questo proposito, insieme ad una delegazione di Confturismo, ho avuto l'occasione di un confronto costruttivo sulle tematiche del nostro settore con molti europarlamentari.

In questi quasi 2 anni di presidenza ho sentito ripetere troppo spesso "cosa fa la Fiavet?", "perché devo ancora essere associato?". Ebbene, fino a quando non ho toccato con mano l'operato giornaliero di tutti i componenti della cosiddetta dirigenza, spesso lo pensavo anche io.

Credetemi ogni giorno la segreteria e i componenti della Giunta Nazionale lavorano senza sosta non solo per dare delle risposte, ma anche per elaborare proposte. Purtroppo spesso non riusciamo a trasmettere tutto il nostro lavoro, perché la comunicazione è difficile: per questo vi esorto a leggere la news e andare ogni giorno sul nostro e vostro sito Fiavet dove vengono inserite tutte le comunicazioni trasmesse alle Associazioni Regionali.

Spesso leggo sui vari blog che la Fiavet non ha fatto nulla per questo o quel problema e che sembra che i vertici facciano un altro lavoro e che sembrano essere

Sono sempre più convinto che Fiavet Servizi srl abbia sul mercato ampi margini di crescita sia all'interno della filiera del turismo che nei settori di diretto interesse per l'attività organizzativa degli Agenti di Viaggio e Tour Operator. La convinzione nasce da due fatti: FIAVET è da quasi 50 anni un marchio riconosciuto e riconoscibile sul mercato e la rete di Agenti di Viaggio Fiavet presenti sul territorio è la più completa e professionale possibile.

In questi giorni vi sono arrivate altre proposte commerciali ad uso esclusivo degli Agenti di Viaggio Fiavet ed a breve ne saranno sottoscritte altre: l'obiettivo è sempre quello di trovare le migliori condizioni possibili ed esclusive per i nostri associati.

Come più volte sottolineato durante tutti i miei interventi auspico un coinvolgimento forte da parte delle Associazioni Regionali al fine di trovare le giuste sinergie su tutti gli aspetti che riguardano questo tipo di attività.

*Enzo Manunza
Presidente Fiavet Servizi*

all'oscuro delle problematiche che investono il lavoro dell'agente di viaggio, sia esso T.O o che si occupi di incoming.

Io personalmente tutti i giorni (liberi dai molti impegni istituzionali) sono nella mia agenzia e faccio lavoro di banco, come altri colleghi "dirigenti"

Ed ogni giorno mi scontro con le stesse vostre problematiche, ma non abbiamo la bacchetta magica per ottenere quello che a tutti noi piacerebbe ottenere soprattutto dal punto di vista commerciale.

Proprio per questo con il nuovo corso di Fiavet Servizi, stiamo cercando di affiancare all'attività meramente sindacale, delle convenzioni esclusive per tutti gli Associati e stiamo cercando di mettere in campo quelle sinergie commerciali prima all'interno della nostra filiera e poi con i nostri fornitori di servizi per le quali Vi chiedo fin d'ora di collaborare

Io, lanciao un appello a tutti Voi, cercate di essere costruttivi verso la nostra Federazione, ben vengano le critiche, purchè siano costruttive e non fini a se stesse, come spesso accade.

*Cinzia Renzi
Presidente Fiavet Nazionale*



OSSERVATORIO
NAZIONALE
IMPRESE VIAGGIO
E TURISMO

OSSERVATORIO FIAVET

Dati di sintesi

Nei primi sei mesi dell'anno il 26,3% dei turisti italiani ha prenotato la vacanza rivolgendosi al sistema dell'intermediazione, di cui il 18,7% per organizzare vacanze in Italia e il 43,7% per le destinazioni estere, trainate da Francia e Spagna. Tra le principali mete estere, anche l'Egitto per chi ha acquistato direttamente in agenzia e l'Austria per gli acquisti on-line. In Italia, invece, le regioni leader sono state Toscana, Sicilia e Lazio per chi ha acquistato le proprie vacanze in agenzia e Trentino-Alto Adige, Emilia Romagna e Sicilia per chi ha comprato attraverso il canale telematico. In generale, il quadro che emerge dall'analisi dei dati sul primo semestre dell'anno per il sistema agenziale italiano appare caratterizzato da una serie di elementi che evidenziano come siano in corso cambiamenti determinati non solo da fattori di natura congiunturale (crisi economica), ma anche culturale.

Cresce il numero di italiani che acquista sul web, pari all'11,2% del totale (5,8%, 2009; 9,1% 2008), che in termini di vacanze, significa 2,3 milioni di vacanze contro i 2,1 milioni di quelle acquistate in agenzia. In termini di spesa, il canale di vendita tradizionale si conferma più redditizio, con una spesa di oltre 6 miliardi e 300 mila euro rispetto ai 3 miliardi e 500 milioni di euro movimentati dall'e-commerce. E ad acquistare sempre più su Internet non sono solo i giovani, ma anche turisti più avanti con gli anni e ormai in pensione (12,2%).

Parallelamente, **si accentua la tendenza a prenotare sotto data** e sempre più italiani si recano in agenzia a pochi

giorni di distanza dalle date di partenza, confidando maggiormente nel last minute piuttosto che nei vantaggi offerti dall'advance booking. In dettaglio, una quota tra il 30% e il 35% di clientela acquista con un mese di anticipo, ma di poco inferiore è la percentuale di chi acquista nei quindici giorni o nella settimana precedente.

Continua ad aumentare il numero degli italiani che si rivolge agli agenti di viaggio per organizzare le proprie vacanze in Italia, dopo il sensibile incremento che già avevano fatto registrare passando dal 2008 al 2009 (dal 14,5% al 18,3%; 18,7%, I semestre 2010), nonostante un'elevata propensione a pernottare nelle seconde case e presso amici e parenti, che ha inciso soprattutto nel periodo estivo. In particolare, la ricerca di maggiori garanzie – anche a causa dell'incertezza determinata dalla crisi – si accompagna alla richiesta agli agenti di viaggio di una vera e propria attività di assistenza e di consulenza, che risalta – com'è ovvio – più nell'attività di vendita tradizionale che quella on-line.

Difatti, **ben il 41,4% delle spese degli italiani sono da attribuirsi all'acquisto di servizi, attività e beni di consumo,** rappresentando per il sistema agenziale un'opportunità in termini di diversificazione e specializzazione dell'offerta – a livello territoriale e a livello tematico – grazie alla creazione di pacchetti ad hoc per una domanda che si rivela sempre più alla ricerca di personalizzazione delle proprie esperienze. Il testo integrale del rapporto è scaricabile dal sito www.fiavet.it.

NEWS

Roma – 30 settembre 2010 – Audizione al Dipartimento per il Turismo sul cd “Codice del turismo”.

Fiavet, insieme alle altre Associazioni di Categoria, ha partecipato all’audizione al Dipartimento del Turismo per discutere sul Decreto Legislativo recante le disposizioni sul nuovo “Codice della normativa statale in materia di ordinamento del mercato del turismo”. I temi animatamente dibattuti hanno riguardato gli aspetti relativi alle nuove norme del codice in materia di Assicurazioni, Fondo di Garanzia, Responsabilità per danni alla persona, Mancato o inesatto inadempimento e Danno da vacanza rovinata. Fiavet al termine dei lavori ha consegnato al Dipartimento un proprio documento nel quale sono state espresse puntualmente le posizioni della Federazione sui singoli punti di dibattito.

Bruxelles – 15 e 16 novembre 2010 – Incontro Europarlamentari e Tajani

Insieme ad una delegazione di Confturismo, guidata dal Presidente Bernabò Bocca, il Presidente Cinzia Renzi ha partecipato ad un incontro con alcuni Europarlamentari italiani per affrontare i temi attualmente in discussione in ambito europeo che nel prossimo futuro impatteranno sul settore. Hanno preso parte al dibattito gli Onorevoli **Carlo Fidanza** (moderatore del dibattito), **Antonio Cancian, Salvatore Tatarella, Marco Scurria, Oreste Rossi, Giancarlo Scottà, Amalia Sartori, Lara Comi, Sergio Paolo Francesco Silvestri e Roberta Angelilli, Vice-Presidente del Parlamento europeo**. Altri parlamentari erano rappresentati dai propri assistenti e collaboratori (Onorevoli Magdi Cristiano Allam, Salvatore Caronna, Anna Maria Corazza Bildt, Patrizia Toia, Licia Ronzulli ed Elisabetta Gardini). Per la Commissione europea era presente la Dott.ssa **Francesca Tudini**, responsabile dell’Unità turismo della Direzione Generale Industria e imprenditoria della Commissione. A seguire la delegazione di Confturismo ha incontrato il **Vice Presidente della Commissione europea e Commissario europeo per l’Industria e l’imprenditoria Antonio Tafari**.

Roma – 18 novembre 2010 – Riunione APJC/IATA

Fiavet ha partecipato alla riunione della APJC/IATA dove, grazie al contributo dei rappresentanti è stata respinta la proposta del BSP settimanale presentato in ambito APJC dalle Compagnie aeree.

PUBBLICAZIONE 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



FAVET SERVIZI

FAVET Servizi srl è la società che affianca e coadiuva la FIAVET (Federazione Italiana delle Associazioni Imprese di Viaggi e Turismo) organizzando e gestendo attività pubblicitarie e promozionali relative all'attività commerciale, turistica e dei servizi, mediante mostre, esposizioni, convegni, conferenze, sia in sede nazionale che in sede internazionale.

Fiavet Servizi svolge una significativa attività di marketing, per la quale è alla continua ricerca di Partners commerciali, con cui siglare Convenzioni esclusive e agevolate a vantaggio degli Associati FIAVET.



ORGANIGRAMMA

<i>Presidente:</i>	<i>Consiglio di Amministrazione:</i>
Enzo Manunza	Adriano Biella Fortunato Giovannoni Enzo Manunza

PARTNERS COMMERCIALE FIAVET

WIND TELECOMUNICAZIONI SpA

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.



BUDGET AUTONOLEGGIO

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.



CDS Service Group

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

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.



LEASYS

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.



INNOVATION GROUP

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

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.



COLIBRÌ04

Colibrì04, 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



CATALOG Srl

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.



SYSTEM TIME

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.



TOR GRAPHIC

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.



VENUS GADGET

La *Venus Gadget*, 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 in grado di contraddistinguere un'Azienda. L'Azienda abbina prodotti di qualità ad un servizio di consulenza altamente professionale. Chi sceglie Venus sa di poter contare su un'Azienda in continua evoluzione dotata di spirito propositivo ed affidabilità incontestabile.





Ultimi seminari Fiavet

a cura dell'Ufficio Fiscale – Responsabile Pierluigi Fiorentino

Trattamento IVA

Mantova - 4/10/2010

“LE PARTICOLARI MODALITÀ DI APPLICAZIONE IVA PER LE ADV”

Napoli – Fiavet Campania del 22 e del 24 novembre 2010

Le particolari modalità di applicazione IVA per le Agenzie di Viaggi e Turismo

Un percorso guidato attraverso le nuove disposizioni sulla territorialità e connessi obblighi IVA

Perugia – Fiavet Umbria del 29 novembre 2010

Le particolari modalità di applicazione IVA per le Agenzie di Viaggi e Turismo

Un percorso guidato attraverso le nuove disposizioni sulla territorialità e connessi obblighi IVA

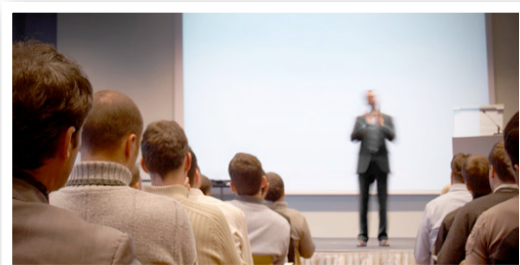
Seminari formativi Fiavet da organizzare in collaborazione con le associazioni regionali

Seminari fiscali

- Le particolari modalità di applicazione dell'iva alle operazioni effettuate dalle imprese di viaggi e turismo;
- Le spese di rappresentanza, riflessi sull'attività delle agenzie di viaggi e turismo;
- Lo studio di settore per le agenzie di viaggi e turismo (esempi di compilazione del modello per la comunicazione dei dati rilevanti per lo studio di settore).

Seminari legali

- Fondo di garanzia ex art. 100 del “Codice del Consumo”: ambito e procedure per la presentazione delle istanze;
- Revisione del prezzo dei pacchetti di viaggio: limiti temporali e quantitativi – impatto sulla normativa Antitrust”;
- Turismo scolastico tra normativa pubblica e privata: peculiarità dei viaggi di istruzione.



FOCUS:

APPUNTI SUL CONTRATTO DI VENDITA DEL PACCHETTO TURISTICO

1. Aspetti formali del contratto di organizzazione di viaggio

Il Codice del Consumo (decreto legislativo n. 206 del 2005) disciplina in modo molto preciso quali elementi deve contenere il contratto di vendita del pacchetto turistico, nonché l'opuscolo informativo da consegnare al cliente nella fase delle trattative.

Ai sensi dell'articolo 85 del codice del consumo i clienti hanno diritto di ricevere copia del contratto di compravendita del pacchetto turistico, il quale deve essere scritto in termini chiari e precisi.

La compravendita di pacchetto turistico, sia che abbia ad oggetto servizi da fornire in territorio nazionale che estero, è disciplinata dalla L. 27/12/1977 n°1084 di ratifica ed esecuzione della Convenzione Internazionale relativa al contratto di viaggio (CCV) firmata a Bruxelles il 23.4.1970 (a condizione che il luogo dove il contratto di viaggio sia stato concluso sia in uno Stato firmatario della Convenzione), nonché dal Codice del Consumo (per contratti di viaggio venduti o offerti in vendita nel territorio dello Stato italiano).

L'organizzatore dovrà rilasciare al cliente un documento di viaggio (scheda tecnica) dal quale risultino tutti gli estremi del viaggio stesso (in catalogo o nel programma fuori catalogo).

Gli elementi obbligatori da inserire nella scheda tecnica del catalogo o del programma fuori catalogo sono:

- estremi dell'autorizzazione amministrativa dell'organizzatore;
- estremi della polizza assicurativa responsabilità civile;
- periodo di validità del catalogo o programma fuori catalogo o viaggio su misura;
- modalità e condizioni di cessione del contratti (Art. 89 del Codice del Consumo)
- cambio di riferimento ai fini degli adeguamenti valutari, giorno o valore.
- parametri e criteri di adeguamento del prezzo di viaggio (Art. 90 del Codice del Consumo)

Tale documento può fare rinvio ad un programma che contenga tutti gli elementi del contratto e sia consegnato al viaggiatore.

2. Revisione del prezzo del pacchetto turistico: l'art. 90 del d.lgs. 206/2005

L'articolo 90 del Consumo regola le modalità e le forme di revisione del prezzo di vendita di un pacchetto turistico. La revisione del prezzo è ammessa solo quando sia stata espressamente prevista nel contratto, in conseguenza della variazione del costo del trasporto, del carburante, dei diritti e delle tasse quale quelle di atterraggio, di sbarco o imbarco nei porti o negli aeroporti, del tasso di cambio applicato.

L'articolo in questione infatti dispone testualmente quanto segue:

Articolo 90

Revisione del prezzo

1. La revisione del prezzo forfetario di vendita di pacchetto turistico convenuto

dalle parti è ammessa solo quando sia stata espressamente prevista nel contratto, anche con la definizione delle modalità di calcolo, in conseguenza della variazione del costo del trasporto, del carburante, dei diritti e delle tasse quali quelle di atterraggio, di sbarco o imbarco nei porti o negli aeroporti, del tasso di cambio applicato. I costi devono essere adeguatamente documentati dal venditore.

2. La revisione al rialzo non può in ogni caso essere superiore al dieci per cento del prezzo

nel suo originario ammontare.

3. Quando l'aumento del prezzo supera la percentuale di cui al comma 2, l'acquirente

può recedere dal contratto, previo rimborso delle somme già versate alla controparte.

4. Il prezzo non può in ogni caso essere aumentato nei venti giorni che precedono la partenza.

E', dunque, evidente che il Tour Operator potrà modificare e aumentare il prezzo solo nei casi tassativamente elencati nella disposizione, in misura non superiore al 10% ed entro il limite temporale di 20 giorni prima della partenza.

Quando l'aumento del prezzo supera la percentuale del 10%, l'acquirente può recedere dal contratto, ottenendo il rimborso delle somme versate.

Come specifica l'art. 90, affinché l'organizzatore possa revisionare il prezzo e pretendere il pagamento, dovrà adeguatamente giustificare e documentare il rialzo.

Alla luce di ciò, la "scheda tecnica" deve indicare la data alla quale sono stati calcolati i **costi di diritti e tasse** (quali quelle aeroportuali, di imbarco, sbarco, ecc.), inseriti nel prezzo del pacchetto di viaggio. Nel caso in cui siano introdotte nuove tasse e nuovi costi, questi dovranno essere comunicati al consumatore con l'indicazione della data di entrata in vigore (che dovrà essere successiva a quella indicata nella scheda tecnica) e con l'indicazione della fonte o del testo del provvedimento.

Per quanto riguarda le **tariffe del trasporto**, anche in tal caso la scheda tecnica dovrà specificare la data alla quale sono state calcolate le tariffe inserite nel prezzo del pacchetto di viaggio; se le tariffe aumentano, la comunicazione di adeguamento dovrà indicare il nuovo costo della tariffa con la data di entrata di vigore (successiva a quella indicata nella scheda tecnica) e contestualmente l'indicazione della fonte o il testo della comunicazione del fornitore del servizio di trasporto.

Nell'ipotesi in cui a variare sia il **tasso di cambio** è necessario che la scheda tecnica fornita inizialmente indichi:

- la divisa estera (o divise estere) inserita nel calcolo del costo del pacchetto di viaggio (se le divise sono più di una occorre specificare quale o quali divise per quale pacchetto);
- la quotazione del tasso di cambio usato per calcolare il costo del pacchetto di viaggio;
- la fonte e la data alla quale andare a rilevare il nuovo tasso di cambio valido per il calcolo della eventuale variazione;

- la percentuale del prezzo del pacchetto di viaggio modificabile a causa di eventuali fluttuazioni del tasso di cambio, oppure;
- il valore assoluto del prezzo del pacchetto di viaggio modificabile in caso di fluttuazioni del tasso di cambio.
- Invero, in caso di fluttuazione del tasso di cambio, la comunicazione di adeguamento dovrà contenere:
- il tasso di cambio rilevato dalla fonte ed alla data indicata nella scheda tecnica della divisa (o divise) inserita nel calcolo del costo del pacchetto di viaggio;
- la variazione percentuale rispetto al tasso di cambio indicato nella scheda tecnica;
- il risultato della variazione di cui al punto precedente, alla percentuale del prezzo del pacchetto di viaggio indicata in scheda tecnica come modificabile da fluttuazioni di cambio, oppure;
- il risultato dell'applicazione della variazione rispetto al tasso di cambio indicato nella scheda tecnica al valore assoluto del prezzo del pacchetto di viaggio indicato in scheda tecnica come modificabile da fluttuazioni del tasso di cambio.

Può, inoltre, essere richiesto un adeguamento fisso (es. per destinazione) se inferiore o uguale a quello che risulterebbe dall'applicazione del calcolo di cui sopra.

Infine, per quanto riguarda il **carburante** la scheda tecnica deve indicare:

- la quotazione del carburante in dollari, usata per calcolare il costo del pacchetto di viaggio;
- il tasso di cambio euro/dollaro usato per calcolare il costo del carburante in euro;
- la fonte e la data alla quale andare a rilevare i valori specificati nei precedenti punti, validi per il calcolo della eventuale variazione;
- la percentuale del prezzo del pacchetto modificabile a causa delle fluttuazioni del costo del carburante calcolato in euro, oppure;
- il valore assoluto del prezzo del pacchetto di viaggio modificabile da parte del costo carburante calcolato in euro.

Le percentuali di modificabilità possono inoltre essere diversificate per lunghezza del volo.

L'eventuale comunicazione di adeguamento dovrà indicare:

- la quotazione del carburante e il tasso di cambio rilevati dalle fonti e alle date indicate in scheda tecnica dalle quali scaturisce il nuovo costo del carburante in euro;
- la variazione percentuale rispetto al costo del carburante in euro indicato in scheda tecnica;
- il risultato dell'applicazione di cui al precedente punto alla percentuale del prezzo del pacchetto di viaggio indicata in scheda tecnica come modificabile da fluttuazione del costo del carburante, oppure;
- il risultato dell'applicazione della variazione percentuale rispetto al costo del carburante in euro indicato in scheda tecnica, al valore assoluto del prezzo del pacchetto di viaggio indicato in scheda come modificabile da fluttuazioni del costo di carburante.

Può essere richiesto un adeguamento fisso (ad esempio per destinazione) se maggiore o uguale a quello che risulterebbe dall'applicazione del calcolo di cui sopra.

Si menziona, inoltre, un'interessante pronuncia del Giudice di Pace di Cefalù (del 24/11/2009) la quale, facendo riferimento al principio della effettività di verifica dell'aumento dei costi (sulla base della documentazione acquisita in forza del comma 1 dell'art. 90) ha condannato un noto organizzatore di crociere, in quanto, pur avendo richiesto degli aumenti carburante, si è rilevato dalla documentazione relativa al prezzo del petrolio nel periodo di riferimento (dalla data di pubblicazione del programma all'inizio dell'aumento carburante) che, in realtà, lo stesso era addirittura diminuito.

3. Il supplemento carburante nella biglietteria aerea- YQ-

In merito al sovrapprezzo per l'aumento del prezzo del carburante, si è riscontrata negli ultimi anni una prassi da parte di molte compagnie aeree di non includere la stessa all'interno della tariffa, ma di considerarla una tassa.

Tale prassi non è corretta poiché il carburante è un costo operativo che dovrebbe essere incluso nella tariffa e non può essere considerato quale tassa.

La Fiavet ha in più occasioni evidenziato (mediante segnalazioni all'Antitrust) come la prassi delle compagnie aeree di considerare la YQ (supplemento carburante) come una tassa e non come parte della tariffa, sia una pratica commerciale scorretta. In particolare quando le compagnie non forniscono informazioni chiare sulla natura delle tasse, contributi o sovrapprezzi e sulle modalità del loro rimborso ed il prezzo finale da pagare da parte dei clienti risulta meno trasparente, violando il principio cardine della trasparenza dei prezzi dei biglietti aerei, fissato quale obiettivo primario del regolamento sui servizi aerei.

Al riguardo, infatti, l'articolo 23 del Regolamento 1008/2008 stabilisce che: *“Le tariffe aeree passeggeri e merci disponibili al pubblico comprendono le condizioni ad esse applicabili in qualsiasi forma offerte o pubblicate, anche su Internet, per i servizi aerei da un aeroporto situato nel territorio di uno Stato membro soggetto alle disposizioni del trattato. Il prezzo finale da pagare è sempre indicato e include tutte le tariffe aeree passeggeri o merci applicabili, nonché tutte le tasse, i diritti ed i supplementi inevitabili e prevedibili al momento della pubblicazione. Oltre all'indicazione del prezzo finale, sono specificati almeno i seguenti elementi: a) tariffa aerea passeggeri o merci; b) tasse; c) diritti aeroportuali; e d) altri diritti, tasse o supplementi connessi ad esempio alla sicurezza o ai carburanti, dove le voci di cui alle lettere b), c) e d) sono state addizionate alle tariffe aeree passeggeri e merci. I supplementi di prezzo opzionali sono comunicati in modo chiaro, trasparente e non ambiguo all'inizio di qualsiasi processo di prenotazione e la loro accettazione da parte del passeggero deve avvenire sulla base dell'esplicito consenso dell'interessato («opt-in»).*”

E' dunque evidente come il citato regolamento 1008/2008 (come ribadito dalla Legge 20/2007 c.d. “Bersani Bis”) sia volto a garantire la massima trasparenza delle tariffe dei biglietti.

-

FOCUS:

MULTIPROPRIETA' E VACANZE LUNGHE CON MENO RISCHI

Nella prassi contrattuale italiana è molto diffusa la multiproprietà immobiliare in zone turistiche che ricorre quando lo stesso immobile (o la stessa frazione di complesso residenziale) viene separatamente alienato a più soggetti.

A ciascun soggetto è attribuito il diritto (trasmissibile) di godere di quella frazione immobiliare in modo esclusivo, ma per periodi di tempo limitati, a turno con gli altri proprietari della medesima frazione immobiliare, sulla quale viene impresso un duplice vincolo: di destinazione (turistica) e di indivisibilità.

In assenza di qualsiasi normativa in materia di multiproprietà, il legislatore comunitario ha deciso di disciplinare il fenomeno al fine di proteggere il consumatore, quale soggetto debole del rapporto, contro le pratiche di vendita aggressive.

A livello comunitario, dunque, la direttiva 94/47/CE, attuata in Italia con i d.lgs. n. 427 del 1998, ha introdotto, per la prima volta, forme di tutela per gli acquirenti di immobili in multiproprietà¹.

Tale decreto è stato a sua volta oggetto di due sostanziali modifiche sia nel 2001, sia nel 2002².

La disciplina contenuta nel D.Lgs. 9 novembre 1998, n. 427, era stata, poi, assorbita, con minime variazioni, negli artt. 69-81 del "Codice del consumo"- emanato con il D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206 - i quali formavano il capo I (intitolato "contratti relativi all'acquisizione di un diritto di godimento ripartito di beni immobili") del titolo IV della parte III, che aveva contestualmente abrogato, in forza dell'art. 146, comma 1, lett. g), il D.Lgs. n. 427/1998.

Pertanto, l'attuale Codice del Consumo (D. Lgs. 206 del 2005), agli articoli 69-81 prevede delle forme di tutela dell'acquirente di immobili in regime di multiproprietà e, a tale scopo, fornisce le definizioni di "contratto", "acquirente", "ceditore", "bene immobile", introducendo, altresì, l'obbligo, da parte del venditore, di fornire all'acquirente un documento informativo (ex art. 70).

Lo sviluppo di nuovi prodotti e contratti nel settore turistico ed il diffondersi di pratiche di vendita aggressive, ha spinto il legislatore comunitario ad adottare una nuova direttiva in materia di multiproprietà, di prodotti per le vacanze di lungo termine e di rivendita e scambio al fine di proteggere più efficacemente il consumatore in tutti i Paesi dell'Unione Europea.

Le misure principali adottate dalla direttiva 2008/122/CE del 14 gennaio 2009 riguardano le informazioni da fornire prima della firma dei contratti, la lingua da usare, il diritto di recesso senza costi e il divieto di pagamenti anticipati.

Anche se ancora difetta un inquadramento giuridico, per la prima volta si fa riferimento espresso al "contratto di multiproprietà", con una diversa specificazione dei relativi margini temporali (che non sono più limitati a una durata minima triennale) e tale previsione si estende pure alle ipotesi in cui l'utente acquisisca un diritto

sull'alloggio, in funzione dell'utilizzo dello stesso per una serie successiva di periodi di occupazione, anche per una durata inferiore ai tre anni ma purché superiore all'anno.

Inoltre, non si fa più riferimento alla natura del diritto che, nel precedente provvedimento comunitario, si definiva come "reale", mentre attualmente risulta sostituito dalla più generica formulazione che si correla al "diritto di godimento", lasciando così impregiudicato se trattasi di un diritto personale o/e reale.

Un'importante novità riguarda l'ampliamento delle ipotesi prese in considerazione dalla nuova direttiva, non più limitate alla sola multiproprietà, ma estese a qualsiasi altro rapporto contrattuale, che si caratterizzi per la continuità legata, non a un unico periodo isolatamente considerato dal contratto, ma a una ripetizione a intervalli "ciclici" delle prestazioni dedotte in contratto, disciplinandosi, altresì, nell'ambito di quelli che vengono comunemente denominati pacchetti turistici, i "contratti relativi a prodotti per le vacanze di lungo termine", i "contratti di rivendita" e i "contratti di scambio".

Quest'ultima direttiva, sostituendo ed abrogando la precedente direttiva 94/47/Ce del 1994 (e, di conseguenza, il D.lgs. n.427 del 1998 e le disposizioni in materia di multiproprietà contenute nel Codice del Consumo), è stata inserita nell'allegato (b della c.d. "Legge Comunitaria" (Legge 4 giugno 2010 n.96) tra quelle che dovranno essere attuate (tramite Decreto Legislativo del Governo) entro il prossimo 23 febbraio 2011.

Ambito di applicazione

La direttiva del 2009 ha "lo scopo di contribuire al corretto funzionamento del mercato interno e conseguire un elevato livello di tutela dei consumatori mediante il ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri per quanto riguarda taluni aspetti della commercializzazione, vendita e rivendita di multiproprietà e di prodotti per le vacanze di lungo termine nonché ai contratti di scambio" (articolo 1).

Per quanto riguarda i contratti contemplati dalla direttiva, il legislatore comunitario ha definito come:

- a) **contratto di multiproprietà**: un contratto di durata superiore a un anno tramite il quale un consumatore acquisisce a titolo oneroso il diritto di godimento su uno o più alloggi per il pernottamento per più di un periodo di occupazione;
- b) **contratto relativo a un prodotto per le vacanze di lungo termine**: un contratto di durata superiore a un anno ai sensi del quale un consumatore acquisisce a titolo oneroso essenzialmente il diritto di ottenere sconti o altri vantaggi relativamente ad un alloggio, separatamente o unitamente al viaggio o ad altri servizi;
- c) **contratto di rivendita**: un contratto ai sensi del quale un operatore assiste a titolo oneroso un consumatore nella vendita o nell'acquisto di una multiproprietà o di un prodotto per le

vacanze di lungo termine;

d) **contratto di scambio**: un contratto ai sensi del quale un consumatore partecipa a titolo oneroso a un sistema di scambio che gli consente l'accesso all'alloggio per il pernottamento o ad altri servizi in cambio della concessione ad altri dell'accesso temporaneo ai vantaggi che risultano dai diritti derivanti dal suo contratto di multiproprietà" (articolo 2).

I contratti sopramenzionati devono includere le informazioni precontrattuali. Il legislatore comunitario ha inoltre standardizzato dei formulari informativi ed un formulario di recesso che deve essere incluso nel contratto (articolo 5).

La direttiva si applica alle transazioni commerciali da operatore (inteso come la "persona fisica o giuridica che agisce per i fini connessi alla sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale, nonché chiunque agisca in nome o per conto di un operatore") a consumatore (definito come "qualsiasi persona fisica che agisca a fini che non rientrano nella sua attività commerciale, industriale, artigianale o professionale"), lasciando impregiudicate le disposizioni nazionali:

- a) che prevedono rimedi giuridici generali del diritto dei contratti;
- b) relative alla registrazione di beni immobili o mobili e al trasferimento di beni immobili;
- c) relative alle condizioni di stabilimento o ai regimi di autorizzazione o alle norme sulla concessione di autorizzazioni; e
- d) relative alla determinazione della natura giuridica dei diritti che sono oggetto dei contratti contemplati dalla (...) direttiva" (articolo 1).

Risulta quindi ampliato il campo di applicazione della normativa del 1994 poiché la direttiva del 2009 copre anche i contratti inferiori a 3 anni, compresi quelli sui beni mobili; quelli dei punti vacanza, la rivendita delle quote e i circuiti di scambio.

Queste invece le principali novità che saranno introdotte dalla nuova direttiva:

- nuovi obblighi di pubblicità per gli operatori di settore, i quali dovranno avvalersi di moduli standard (allegati alla direttiva) per trasmettere ai consumatori le informazioni precontrattuali e contrattuali;
- regolamentazione dei contratti di vacanze di "lungo termine" che attribuiscono al consumatore il "diritto di ottenere sconti o altri vantaggi relativamente ad un alloggio, separatamente o unitamente al viaggio o ad altri servizi" (ad es. club vacanze), dei contratti di rivendita che regolano l'assistenza prestata dall'operatore al consumatore nella vendita o nell'acquisto di una multiproprietà o di un prodotto per le vacanze di lungo termine e dei contratti di scambio relativi alla concessione, tra consumatori, del godimento dei diritti risultanti dalla multiproprietà;
- obbligo per l'operatore di informare il consumatore circa il contenuto degli obblighi contrattuali prima che questo ne sia vincolato: queste informazioni dovranno essere rese nella lin-

gua dello Stato di residenza o cittadinanza del consumatore (a scelta di quest'ultimo);

- i contratti oggetto della direttiva dovranno essere redatti per iscritto (nella lingua scelta dal consumatore tra quella dello Stato di residenza o di cittadinanza);
- nel contratto dovrà essere inserita una clausola sul diritto di recesso che il consumatore potrà esercitare senza indicare le ragioni e senza sopportare alcuna spesa, entro 14 giorni dalla data di conclusione del contratto (utilizzando l'apposito formulario allegato alla direttiva), ovvero dal giorno in cui riceve il contratto stesso³. Inoltre, il recesso dai contratti principali determina l'automatica risoluzione di tutti i contratti accessori⁴;
- divieto di acconti: per i contratti di multiproprietà e di prodotti per vacanze di lungo termine e di scambio è vietato "qualunque pagamento anticipato, fornitura di garanzie, imputazione di denaro su un conto, riconoscimento esplicito di debito od ogni altro onere per un consumatore a favore dell'operatore o di un terzo prima della fine del periodo durante il quale il consumatore può esercitare il diritto di recesso" (articolo 9). È inoltre vietato "qualunque forma di versamento di danaro a titolo di acconto, prestazione di garanzie, l'accantonamento di danaro sotto forma di deposito bancario, il riconoscimento esplicito del debito od ogni altro onere da parte di un consumatore a favore dell'operatore o di un terzo prima che la vendita abbia effettivamente luogo o che sia posta fine in altro modo al contratto di rivendita" (articolo 9);
- per quando riguarda la tutela giudiziaria ed extragiudiziaria, sono previste delle forme di tutela collettiva, di natura conciliativa (ad esempio mediante associazioni di consumatori o di categoria), inoltre la direttiva prevede anche la possibilità di elaborare codici di condotta concepenti come accordi, volti a definire il comportamento degli operatori. Il codice di condotta è "un accordo o un insieme di regole che non è imposto dalle disposizioni legislative, regolamentari o amministrative di uno Stato membro e che definisce il comportamento degli operatori che si impegnano a rispettare tale codice in relazione a una o più pratiche commerciali o ad uno o più settori d'attività specifici" (articolo 2).

La direttiva del 2009 precisa che gli Stati membri dovrebbero "incoraggiare gli operatori e i responsabili dei codici a fornire ai consumatori informazioni sui propri codici di condotta in tale settore" (articolo 14 e considerando 22). Al tal fine, deve essere incoraggiata l'elaborazione a livello comunitario, da parte di organizzazioni e associazioni professionali, di codici di condotta volti a facilitare l'applicazione della normativa comunitaria nonché l'informazione da parte degli operatori e delle rispettive organizzazioni professionali dei consumatori in merito a tali codici (articolo 14).

Per garantire l'accesso effettivo alla giustizia, gli Stati membri devono, infine, incoraggiare l'elaborazione di procedure adeguate ed efficaci di reclamo e di ricorso extragiudiziali per la risoluzione

delle controversie in materia di consumo e facilitare gli operatori e le rispettive organizzazioni professionali nella divulgazione ai consumatori delle informazioni relative all'esistenza di tali procedure (articolo 14).

¹ Il Decreto legislativo n.427 del 1998 (attuativo della citata direttiva) garantisce la trasparenza del contratto, attraverso:

- l'obbligo per il venditore di fornire, in maniera dettagliata, nella fase delle trattative, tutte le informazioni necessarie a far sì che il comparatore prenda, in ordine all'acquisto, una decisione ponderata e consapevole;
- la possibilità, sempre per il compratore, di recedere entro determinati termini dal contratto;
- il divieto per il venditore di esigere o ricevere somme di denaro, a qualsiasi titolo, fino alla scadenza del termine, previsto per l'esercizio del diritto di recesso.

² In particolare, la legge 29 marzo 2001, n. 135, ha fornito una definizione diversa di "bene immobile" allo scopo di comprendere espressamente nella sua nozione accanto agli immobili "per uso di abitazione anche turistico-ricettivo" anche gli immobili "con destinazione alberghiera e per uso alberghiero". Mentre attraverso la Legge 1 marzo 2002, n. 39 sono state modificate le norme concernenti l'individuazione della legge straniera applicabile nonché quelle relative alle sanzioni per la violazione della disciplina contenuta nel decreto.

³ Se l'operatore non ha compilato e consegnato il predetto formulario il periodo di recesso si prolunga. Tale periodo di recesso si calcola dal giorno della conclusione del contratto o di qualsiasi contratto preliminare vincolante, oppure dal giorno in cui il consumatore riceve il contratto o qualsiasi contratto preliminare vincolante, se tale giorno è successivo alla data della conclusione del contratto o di un contratto preliminare vincolante (§ 2 articolo 6).

Il contratto include il formulario di recesso definito dalla direttiva al fine di agevolare l'esercizio di tale diritto (articolo 5). Qualora il formulario di recesso non sia stato compilato dall'operatore e consegnato al consumatore per iscritto, su carta o altro supporto durevole, il periodo di recesso si considera scaduto dopo un anno e quattordici giorni. La direttiva prevede inoltre il diritto di recesso entro tre mesi e quattordici giorni nel caso in cui le informazioni

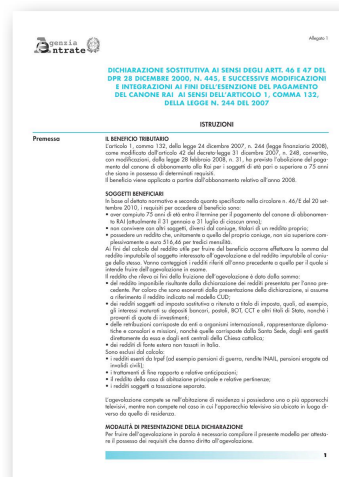
precontrattuali non siano state fornite al consumatore per iscritto, su carta o un altro supporto durevole (articolo 6). Il consumatore che intenda esercitare il diritto di recesso deve notificare all'operatore la propria decisione su carta o altro supporto durevole (articolo 7). In tal caso, il consumatore non sostiene alcuna spesa né è debitore del valore corrispondente all'eventuale servizio reso prima del recesso. L'esercizio del diritto di recesso da parte del consumatore pone fine all'obbligo delle parti di eseguire il contratto (articolo 8). Al fine di assicurare il rispetto da parte degli operatori degli obblighi di informazione sia in fase precontrattuale che contrattuale, gli Stati membri devono prevedere sanzioni efficaci, proporzionate e dissuasive per le violazioni della direttiva (considerando 9).

⁴ L'articolo 2 definisce il "contratto accessorio" come il contratto ai sensi del quale il consumatore acquista servizi connessi a un contratto di multiproprietà o a un contratto relativo a un prodotto per le vacanze di lungo termine e forniti dall'operatore o da un terzo sulla base di un accordo tra il terzo e l'operatore.

La direttiva prevede che gli Stati membri devono garantire che "l'esercizio da parte del consumatore del diritto di recesso dal contratto di multiproprietà o dal contratto relativo a un prodotto per le vacanze di lungo termine comporti automaticamente e senza alcuna spesa per il consumatore la risoluzione di tutti i contratti di scambio ad esso accessori e di qualsiasi altro contratto accessorio" (articolo 11). Inoltre, fatte salve le disposizioni in materia di credito ai consumatori, "se il prezzo è interamente o parzialmente coperto da un credito concesso al consumatore dall'operatore o da un terzo in base a un accordo fra il terzo e l'operatore, il contratto di credito è risolto senza costi per il consumatore qualora il consumatore eserciti il diritto di recesso dal contratto di multiproprietà, dal contratto relativo a prodotti per le vacanze di lungo termine, o dal contratto di rivendita o di scambio" (articolo 11). Infine, gli Stati membri devono stabilire norme dettagliate per la risoluzione di tali contratti.

ELENCO CIRCOLARI PER GLI ASSOCIATI CONSULTABILI SUL NOSTRO SITO OTTOBRE/NOVEMBRE 2010

137. UNICO 2010 ed altri adempimenti telematici - La scadenza slitta al 5 ottobre 2010
138. Precisazioni dell'agenzia delle entrate sul nuovo redditometro
139. Indeducibilità dei compensi degli amministratori di società di capitali
140. Trasporto automobilistico di passeggeri che attraversano la Polonia
141. Sospensione vettore Livingstone
142. Imposta sostitutiva del 10% sulle retribuzioni erogate ai lavoratori dipendenti
143. Informativa concernente la validità della carta di identità con attestato di proroga
144. Tassa sui beni e servizi venduti nelle Maldive
145. Circolare dell'Agenzia delle Entrate del 21 ottobre - comunicazione delle operazioni effettuate con soggetti ubicati nei paesi a regime fiscale privilegiato
146. Comunicazione delle operazioni effettuate con soggetti ubicati nei paesi Black-List - ulteriori chiarimenti
147. Operazioni effettuate con soggetti ubicati nei paesi Black-List - compilazione della comunicazione
148. Comunicazione paesi Black-List - eventuali violazioni commesse in sede di prima applicazione
149. Studi di Settore - Raccolta e trasmissione alla So.Se. dei dati per il monitoraggio della crisi economico-finanziaria per l'anno 2010
150. Proroga scadenza per i rimborsi IVA nell'Unione Europea - decisione del Consiglio Europeo del 14 ottobre 2010
151. Attenzione alla e-mail "Si dispone di un rimborso fiscale" - precisazioni dell'Agenzia delle Entrate
152. Operazioni effettuate con soggetti ubicati nei paesi Black-List - compilazione della comunicazione per le prestazioni di intermediazione nei confronti di vettori aerei
153. Studi di Settore - tempi supplementari per giustificare eventuali situazioni di non congruità, non normalità o incoerenza per il 2009




RIFERIMENTI**FIAVET NAZIONALE**

P.zza G.G. Belli, 2
00153 ROMA
Tel. 06/588.31.01
Fax 06/58.97.003
Sito internet: www.fiavet.it

**SEGRETERIA GENERALE
FIAVET**

Segretario Generale
Dott. Daniele Fiorini

Donatella Sacchetti
Patrizia Maracchioni
Elisabetta Moretti

Ufficio Fiscale
Dott. Pierluigi Fiorentino

Ufficio Legale
Avv. Federico Lucarelli

Renzi Cinzia
Presidente Fiavet Nazionale

Cassarà Giuseppe
Presidente d'Onore

GIUNTA NAZIONALE

Renzi Cinzia
Presidente Fiavet Nazionale

Cividin Roberto
Vice Presidente Vicario

Giovannoni Fortunato
Vice Presidente

Scipioni Antonio
Componente di Giunta

Pessagno Antonio
Componente di Giunta

Madarena Massimo
Componente di Giunta

Manunza Enzo
Componente di Giunta

PRESIDENTE	ASSOCIAZIONE REGIONALE	INDIRIZZO	CITTA'	CAP	TELEFONO	FAX
Agostino Ballone	FIAVET ABRUZZO E MOLISE	C.da Piano Delfico	TERAMO	64100	085/4213208	085/4228183
Massimo Madarena	FIAVET CALABRIA	Piazza Pitagora, 5	CROTONE	88900	0962/24923	0962/21872
Ettore Cucari	FIAVET CAMPANIA E BASILICATA	Via S.ta Lucia 36	NAPOLI	80132	081/5521656	081/5521437
Paolo Mazzola	FIAVET EMILIA ROMAGNA E MARCHE	Via Tiarini, 22	BOLOGNA	40129	051/4156050	051/4156051
Roberto Cividin	FIAVET FRIULI VENEZIA GIULIA	Via San Nicolò, 7	TRIESTE	34121	040/7707371	040/7707362
Andrea Costanzo	FIAVET LAZIO	Via Castelfidardo, 18	ROMA	00185	06/4885051	06/483509
Marina Isola	FIAVET LIGURIA	Via Cesare, 8	GENOVA	16121	010/564861	010/8630965
Luigi Maderna	FIAVET LOMBARDIA	Via Vivaio, 11	MILANO	20122	02/784846	02/76007317
Fortunato Giovannoni (commissario straordinario)	FIAVET PIEMONTE E VALLE D'AOSTA	P.zza G.G. Belli, 2	ROMA	00153	06/5883101	06/5897003
Francesco De Sario	FIAVET PUGLIA	Piazza Moro, 33	BARI	70120	080/5213281	080/5213281
Enzo Manunza	FIAVET SARDEGNA	Via Dante, 30	NUORO	08100	0784/39249	0784/232847
Filiberto Manno	FIAVET SICILIA	Via Libertà 37/i	PALERMO	90139	091/6253673	091/6258749
Andrea Donati	FIAVET TOSCANA	Via Giuseppe Giusti, 9	FIRENZE	50121	055/2036966	055/2036902
Roberto Mori	FIAVET TRENTO	Via Solteri, 78	TRENTO	38100	0461/880111	0461/880540
Fortunato Giovannoni	FIAVET UMBRIA	Via Sette Valli, 320	PERUGIA	06128	075/5057812	075/5067177
Antonio Scipioni	FIAVET VENETO	Via Sorio, 89	PADOVA	35141	049/8722387	049/8735675
Franco Gattinoni	AINeT	C.so Venezia, 49	MILANO	20121	02/784846	02/76007317