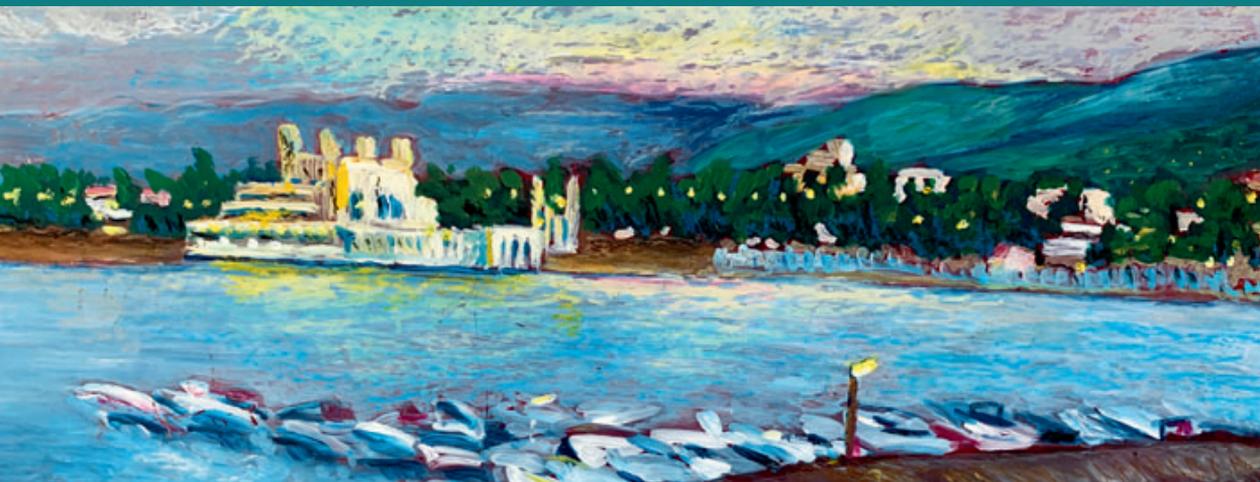


Saverio Panzica - Antonio Marino

# Guida al Diritto pubblico e privato del Turismo



**ORGANIZZAZIONE TURISTICA**  
**STRUTTURE RICETTIVE - LOCAZIONI TURISTICHE BREVI**  
**AGENZIE DI VIAGGI E TOUR OPERATOR**  
**PROFESSIONI TURISTICHE**

2019-2020

**PAGINE SCELTE**  
*leggi l'estratto!*



Isola delle Femmine - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

*Ai nostri cari nell'Universo.*

## **Guida al Diritto pubblico e privato del Turismo**

I edizione, novembre 2019

© 2019 Saverio Panzica, Palermo

© 2019 Antonio Marino, San Vito Lo Capo

edizione a cura della società Marino Tourist a r.l.

San Vito Lo Capo (Trapani) - via La Goulette, 7b  
tel. +39.0923.972315 e-mail: [info@marinotourist.it](mailto:info@marinotourist.it)

ISBN: 979-12-200-5495-9

*contributo:* Eugenia Massaro, sintesi della tesi di laurea “Dal viaggio al turismo”, 2005

*collaborazione sulla normativa fiscale:* Giuseppe Noto, Palermo

*collaborazione sui certificati di abitabilità-agibilità:* Bernardo Campo e Antonino Pontorno

*collaborazione sulla firma digitale:* Federico Lucarelli, Roma

*illustrazioni del volume:* Ludmila Shashkova, Palermo

*copertina:* Mondello, dipinto di Ludmila Shashkova

*progetto grafico e impaginazione:* Pietro Lupo, Palermo

*stampa:* Photograph s.r.l., Palermo

Saverio Panzica - Antonio Marino

# Guida al Diritto pubblico e privato del Turismo

ORGANIZZAZIONE TURISTICA  
STRUTTURE RICETTIVE  
LOCAZIONI TURISTICHE BREVI  
AGENZIE DI VIAGGI E TOUR OPERATOR  
PROFESSIONI TURISTICHE

2019-2020



Scorcio di case delle isole Eolie - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

## INDICE

---

	<b>Introduzione</b>	13
CAPITOLO I		
	<b>Effetti del turismo. Dal viaggio al turismo</b>	21
1.1	LE DIMENSIONI DEL FENOMENO	76
1.2	IL TURISMO COME PILASTRO DELL'ECONOMIA <i>Effetti diretti, indiretti e indotti.</i>	86
1.3	IL TURISMO E IL MERCATO DEL LAVORO	88
1.4	LA NECESSITÀ DI UN TURISMO COORDINATO E DISCIPLINATO DAL PUNTO DI VISTA LEGISLATIVO	90
CAPITOLO II		
	<b>Il profilo internazionale del turismo</b>	93
2.1	L'ORGANIZZAZIONE MONDIALE DEL TURISMO (OMT) WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO)	93
2.2	IL FONDAMENTO ETICO DELLE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI TURISMO	95
2.3	ACCORDI INTERNAZIONALI DEL TURISMO	96
2.4	INIZIATIVE INTERNAZIONALI VOLTE AL TURISMO SOSTENIBILE	97
CAPITOLO III		
	<b>L'Unione europea e il turismo</b>	101
3.1	EVOLUZIONE DEL QUADRO NORMATIVO EUROPEO IN MATERIA DI TURISMO	101
3.2	PRINCIPALI DIRETTIVE E REGOLAMENTI DELL'UNIONE EUROPEA IN MATERIA DI TURISMO	104

## CAPITOLO IV

	<b>Le Istituzioni di Governo per il turismo</b>	109
4.1	IL SISTEMA DELLE FONTI	109
4.2	LA PARTECIPAZIONE ALLA LEGISLAZIONE DELL'UNIONE EUROPEA DA PARTE DELLO STATO ITALIANO	111
4.3	L'ORGANIZZAZIONE TURISTICA IN ITALIA	113
4.4	LA RIFORMA DEL TITOLO V DELLA II PARTE DELLA COSTITUZIONE <i>La distribuzione del potere legislativo in materia di turismo, in base all'art. 117 della Costituzione.</i>	121
4.5	LIMITI ALLA POTESTÀ LEGISLATIVA REGIONALE	122
4.6	EVOLUZIONE DELLA LEGISLAZIONE TURISTICA ITALIANA. LE PRIME NORME	123
4.7	IL MINISTERO DEL TURISMO. ORIGINI E ABROGAZIONI	124
4.8	IL RACCORDO STATO-REGIONI NEL TURISMO. <i>Conferenza nazionale del turismo e Comitato permanente di promozione del turismo in Italia.</i>	126
4.9	L'ENIT, AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO	128

## CAPITOLO V

	<b>Il Codice del turismo</b>	131
5.1	CODICE DELLA NORMATIVA STATALE IN TEMA DI ORDINAMENTO E MERCATO DEL TURISMO. <i>Decreto legislativo n. 79/2011</i>	131
5.2	CONTENUTI ED ASPETTI TECNICI DEL CODICE DEL TURISMO	137
5.3	PRINCIPI GENERALI - TITOLO I DEL CODICE DEL TURISMO. <i>Decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79, artt.1 - 2 - 3 - 4.</i>	142
5.4	AMBITO DI APPLICAZIONE DEL CODICE DEL TURISMO <i>Decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79.</i>	142
5.5	PRINCIPI SULLA PRODUZIONE DEL DIRITTO IN MATERIA TURISTICA	144

## CAPITOLO VI

	<b>Le imprese nel turismo</b>	147
6.1	IL CONCETTO DI IMPRESA TURISTICA. <i>L'equiparazione alle imprese industriali e il principio di reciprocità.</i>	147
6.2	LE IMPRESE TURISTICHE SENZA SCOPO DI LUCRO	150
6.3	I CONTRATTI DI OSPITALITÀ PER LE STRUTTURE TURISTICO RICETTIVE	151

6.4	IL CONTRATTO DI ALBERGO <i>Definizione e natura.</i>	152
6.5	CODICE CIVILE - LE PRENOTAZIONI <i>Contratti tra titolari di strutture ricettive aperte al pubblico e clienti.</i>	160
6.6	ALLOTMENT - OPZIONE	164
6.7	I CONTRATTI TURISTICI ONLINE <i>La prenotazione telematica.</i>	165
6.8	IL DEPOSITO IN ALBERGO	167
6.9	LA PARTENZA ANTICIPATA	169
6.10	TUTELA DELLA PRIVACY RISPETTO DELLE NORME DI PUBBLICA SICUREZZA <i>Schede di notifica delle presenze.</i>	170

## CAPITOLO VII

	<b>Le strutture ricettive e altre forme di ricettività</b>	177
7.1	LE STRUTTURE RICETTIVE APERTE AL PUBBLICO	177
7.2	LA CLASSIFICAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE <i>Standard minimi nazionali e dotazioni.</i>	184
7.3	RESIDENZE D'EPOCA - ALBERGHI STORICI	188
7.4	IMPRESE CONGRESSUALI. ALBERGHI CON CENTRI CONGRESSUALI	190
7.5	ALBERGO DIFFUSO	191
7.6	BED AND BREAKFAST - CONDHOTEL - MARINA RESORT	195
7.7	TURISMO RURALE - AGRITURISMO - FATTORIE DIDATTICHE STRADE DEL VINO - TURISMO RURALE	205
7.8	PESCATURISMO - ITTITURISMO	216
7.9	LA PUBBLICITÀ DEI PREZZI E IL REVENUE MANAGEMENT <i>Ottimizzazione dei prezzi nelle imprese alberghiere.</i>	220
7.10	SEGNALAZIONE CERTIFICATA DI INIZIO ATTIVITÀ (SCIA) E SPORTELLO UNICO PER LE ATTIVITÀ PRODUTTIVE (SUAP)	230
7.11	COMUNICAZIONE DELLE PRESENZE NELLE STRUTTURE RICETTIVE ALLE AUTORITÀ DI PUBBLICA SICUREZZA	239
7.12	LA RILEVAZIONE DEI DATI STATISTICI UFFICIALI	241
7.13	LE LOCAZIONI TURISTICHE BREVI <i>Unità abitative ammobiliate ad uso turistico.</i>	244
7.14	REQUISITI TECNICO EDILIZI PER LA PRESENTAZIONE DELLA SCIA	269
7.15	LA NORMATIVA FISCALE	272

## CAPITOLO VIII

	<b>Le professioni turistiche</b>	285
8.1	LE PROFESSIONI E LA COMPETENZA LEGISLATIVA	285
8.2	IL PERCORSO STORICO EVOLUTIVO DELLE NORME RELATIVE ALLE PROFESSIONI TURISTICHE	288
8.3	LE PROFESSIONI TURISTICHE NELL'ORDINAMENTO DELL'UNIONE EUROPEA	292
8.4	LO STATO PREVIDENZIALE DELLE PROFESSIONI TURISTICHE	302
8.5	LE NORME PER LE PROFESSIONI TURISTICHE NELLE REGIONI ITALIANE	303

## CAPITOLO IX

	<b>Le agenzie di viaggio e i tour operator</b>	323
9.1	LA DEFINIZIONE DI AGENZIA DI VIAGGI E TURISMO	323
9.2	OBBLIGO DI ASSICURAZIONE	328
9.3	LA FIGURA PROFESSIONALE DI DIRETTORE TECNICO DI AGENZIA DI VIAGGI E TOUR OPERATOR	329

## CAPITOLO X

	<b>I contratti del turismo organizzato: i “pacchetti turistici”</b>	339
10.1	AMBITO DI APPLICAZIONE	340
10.2	I CONTRATTI TURISTICI ONLINE <i>La prenotazione telematica.</i>	364
10.3	LE NORMATIVE PER LE AGENZIE DI VIAGGI NELLE REGIONI ITALIANE	366

## CAPITOLO XI

	<b>Promozione dell'eccellenza turistica italiana</b>	371
11.1	I CIRCUITI NAZIONALI DI ECCELLENZA <i>Codice del turismo - art. 22.</i>	371
11.2	I SISTEMI TURISTICI LOCALI - MARCHI D'AREA <i>Codice del turismo, art. 23, comma 2.</i>	372
11.3	TURISMO CULTURALE <i>Incentivazione di iniziative di promozione turistica finalizzate alla valorizzazione del patrimonio storico, artistico, archeologico, architettonico e paesaggistico italiano - Codice del turismo, art. 24.</i>	386

11.4	TURISMO TERMALE E DEL BENESSERE <i>Codice del turismo - art. 22 lettere h, e - art. 28.</i>	403
11.5	TURISMO SOCIALE <i>Fondo buoni vacanze - Codice del turismo, art. 27.</i>	406
11.6	NORME ORDINAMENTALI <i>Codice del turismo, artt. 54-58.</i>	407
11.7	PROMOZIONE DELL'ECCELLENZA TURISTICA ITALIANA <i>Codice del turismo, artt. 59-65.</i>	408
11.8	QUALITÀ DEL SERVIZIO - CARTA DEI SERVIZI <i>Codice del turismo, art. 66.</i>	409
11.9	COMPOSIZIONE DELLE CONTROVERSIE IN MATERIA DI TURISMO <i>Codice del turismo, art. 67.</i>	409
11.10	IL CODICE DEL TURISMO VIGENTE <i>Decreto legislativo 21 maggio 2018, n. 62, modifiche all'allegato 1 al decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79.</i>	411

## CAPITOLO XII

	<b>Vadecumen dei diritti del viaggiatore</b>	449
12.1	MOBILITÀ: IL TRASPORTO AEREO	449
12.2	MOBILITÀ: IL TRASPORTO FERROVIARIO	451
12.3	MOBILITÀ: IL TRASPORTO MARITTIMO	452
12.4	MOBILITÀ: IL TRASPORTO SU GOMMA - GUIDA E SEGNALETICA	453
12.5	COME FAR VALERE I PROPRI DIRITTI	454
12.6	I DOVERI DEL TURISTA	460

## ADDENDUM

	<b>Repertorio della normativa turistica</b>	461
	BIBLIOGRAFIA	476
	SITOGRAFIA	478



Palermo, teatro Massimo - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

## INTRODUZIONE

---

Questo volume<sup>1</sup> è stato realizzato contemplando uno studio comparato nel contesto della normativa turistica: a livello Internazionale, dell'Unione europea, dello Stato italiano e degli Enti locali: Regioni, Province, Città metropolitane e Comuni.

Il fenomeno turismo deve essere studiato e analizzato valutando: l'impatto (economico, sociale e ambientale) delle attività turistiche pubbliche e private, con particolare attenzione e sensibilità al turismo eco-sostenibile. Pertanto, in questa ricerca viene evidenziata l'importanza e la necessità di un turismo coordinato e disciplinato dal punto di vista legislativo, che sia volto a stimolare lo sviluppo di questo settore per dare maggiore tutela ai consumatori e agli operatori. L'approccio al variegato contesto normativo che coinvolge il turismo deve porsi dei campi d'azione ben definiti. Una prima analisi individua alcuni contesti preliminari che impegnano gli operatori e la pubblica amministrazione in un rapporto di tutela dell'attività d'impresa che non può e non deve prescindere dal rispettare i diritti del turista consumatore.

La Corte Costituzionale, con sentenza n. 80 del 5 aprile 2012, ha dichiarato l'illegittimità costituzionale di alcuni articoli del decreto legislativo n. 79/2011 (Codice del turismo), a seguito di ricorsi promossi dalle Regioni Toscana, Puglia, Umbria e Veneto, notificati il 29 luglio, il 3 agosto 2011, il 4 - 12 agosto 2011 e il 5 agosto 2011, depositati in cancelleria il 5, 9 e 11 agosto 2011, ed iscritti, rispettivamente, ai nn. 75, 76, 80 e 82 del registro ricorsi 2011.

Nell'ambito delle competenze Stato Regioni la suddetta sentenza, tra l'altro, ha ribadito le competenze residuali o innominate delle regioni e delle province autonome nel settore del turismo, come del resto disposto dall'articolo 117 della Costituzione. Il "Codice del turismo", secondo la Consulta, nel tentativo di armonizzare la normativa turistica ha prevaricato i compiti assegnati alle regioni e alle province autonome.

Si può asserire che, all'interno del settore turistico, esistono una molteplicità di norme di natura diversa che impediscono di definire in modo delimitato la disciplina in merito ai quattro ambiti in cui si è soliti distinguere il comparto normativo turistico:

- 1) organizzazione turistica;
- 2) ricettività aperta al pubblico e privata;
- 3) intermediazione;
- 4) professioni.

Inoltre, per comprendere in modo esaustivo la normativa turistica, si può affermare che sono presenti nel nostro ordinamento turistico: il **diritto privato del turismo** e il **diritto pubblico del turismo**.

La Corte Costituzionale con la sentenza 5 novembre 2001 n. 352 ha ribadito una competenza esclusiva dello Stato nel diritto privato per ragioni di carattere storico, economico e politico, in forza di esigenze di uguaglianza e unità, che spesso si traduce in deroghe specifiche del "diritto comune" del Codice civile, basti pensare al "**danno da vacanza rovinata**", previsto dagli articoli 2043 e 2059 del Codice civile.

Rientrano nel diritto pubblico del turismo le norme che disciplinano le competenze della P.A. La connessione diretta tra turismo e interesse generale spiega la predisposizione di regole: di apparati pubblici e di poteri volti: a supportare e coordinare l'attività dei privati; a tutelare diritti ed a perseguire obiettivi della collettività. Nel diritto pubblico, pertanto, assumeranno rilievo tanto le posizioni dei singoli, poste in diretta connessione con l'interesse generale, quanto il complesso di soggetti, poteri e funzioni che agiscono per il sostegno e la promozione di quell'interesse.

### **I pubblici poteri nel turismo esercitano le seguenti funzioni:**

- 1) programmazione, indirizzo e coordinamento;
- 2) promozione in Italia e all'estero;
- 3) vigilanza e controllo del comparto.

In merito alla regolamentazione normativa del turismo (cfr. Corte Costituzionale, sentenza n. 282 del 2002) «*Non tutti gli ambiti materiali specificati nel secondo comma dell'art. 117 Cost., nel testo modificato dalla legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, possono, in quanto tali, configurarsi come 'materie' in senso stretto, poiché, in alcuni casi, si tratta più esattamente di competenze del legislatore statale idonee ad investire una pluralità di materie*». Al proposito va ricordato quali siano, nel turismo, gli ambiti nei quali **la competenza è riservata in via esclusiva allo Stato: il diritto privato, il diritto penale, le norme giurisdizionali.**

Inoltre, la disciplina turistica è condizionata dai limiti impliciti imposti dalla Costituzione, tra questi:

- **Attività economiche** (norme costituzionali sui rapporti economici, titolo III, parte I, Cost.) relativamente all'attività delle imprese turistiche;
- **Tutela dei consumatori**: decreto legislativo n. 206/2005 - Testo Unico per la tutela dei consumatori;
- **Libertà di circolazione ed espatrio**, art. 16 Cost.;
- **Salute e benessere fisico**, art. 32 Cost. (il turismo può apportare miglioramenti allo stato fisico e psichico);
- **Tutela Beni culturali e paesaggistici, arricchimento culturale**, artt. 9 e 33, Cost. - decreto legislativo n. 42/2004;
- **Tutela ambientale, ricerca di compatibilità tra rispetto ambientale e attività d'impresa** (sostenibilità dell'ambiente e del turismo) decreto legislativo n. 152/2006 "Norme in materia ambientale".

L'intervento statale, in materia di turismo, deve rispettare tre condizioni: essere giustificato, proporzionato ed essere attuato d'intesa con le Regioni (Sentenza della Corte costituzionale 24 giugno 2005, n. 242).

La competenza regolamentare piena spetta alle Regioni (ex art. 117 co. 6 Cost.), così le funzioni amministrative conferite o trasferite, con legge statale o con legge regionale, e, comunque, attribuite in base ai principi sussidiarietà, differenziazione e adeguatezza. La competenza legislativa delle Regioni è prevalentemente di carattere amministrativo. In proposito, come già ricordato, la Corte costituzionale con la sentenza del 5 aprile 2012, n. 80 ha dichiarato, tra gli altri, l'illegittimità costituzionale dell'art. 2 dell'allegato 1 del decreto legislativo n. 79 del 2011, per violazione degli artt. 76 e 77, primo comma, in relazione all'art. 117, quarto comma, Cost., in relazione al dispositivo: «necessarie all'esercizio unitario delle funzioni amministrative» e «ed altre norme in materia».

Per le Regioni a statuto speciale la competenza legislativa è sin dall'origine "primaria o esclusiva" e per le regioni ordinarie è diventata di tipo "primario o esclusivo" con la riforma costituzionale del titolo V (legge costituzionale n. 3, 2001).

Vanno ancora ricordate le competenze legislative in materia di turismo delle Regioni a statuto speciale e Province autonome di Trento e Bolzano: **Regione Friuli Venezia Giulia** ai sensi dell'articolo 4 punto 10 del suo statuto; **Regione Sardegna** ai sensi dell'articolo 3, lettera p), del suo statuto; **Regione Siciliana** competenza piena esclusiva ai sensi dell'articolo 14, lettera n), del suo statuto; **Regione Trentino Alto Adige** articolo 8 - 20) del suo statuto; **Regione Valle d'Aosta** articolo 2 lettera q) 20) del suo statuto.

Con la suddetta legge costituzionale n. 3/2001, di fatto, in materia di turismo, le regioni a statuto ordinario vengono parificate alle Regioni a statuto speciale e alle Province autonome di Trento e Bolzano. Infatti, nell'ambito dell'articolo 117, il comma 2° non include la materia "turismo" tra le materie di competenza esclusiva dello Stato, né, tantomeno tra le materie di legislazione concorrente di cui al comma 3°. In base all'art. 117 della Costituzione, per ogni materia che non sia riservata allo Stato in via esclusiva o per determinazione dei principi fondamentali, la competenza legislativa appartiene alle regioni che non sono soggette alla legislazione statale di principio, queste a competenze vengono definite: *residuali, innominate*.

L'articolo 117, comma IX dalla Costituzione, legittima le regioni a concludere accordi con Stati o con enti territoriali interni ad altri Stati, volti a favorire la propria offerta territoriale. Negli ultimi anni la Regioni si sono avvalse di tale facoltà, che parallelamente, viene svolta dall'ENIT, come novellato dall'articolo 57 del Codice del turismo.

A seguito della riforma costituzionale del 2001 i compiti amministrativi vanno allocati, a livello locale, in qualsiasi materia (in linea di principio) ma specialmente nelle materie in cui la competenza legislativa regionale, di tipo "primario o esclusivo", come in materia di turismo. L'art. 118 della Costituzione riformato, accredita infatti, all'amministrazione locale le funzioni amministrative. Infatti, sotto la responsabilità politico-amministrativa degli enti territoriali, vanno favorite le iniziative private, in attuazione del principio di sussidiarietà, declinata in senso orizzontale (comma IV). Pertanto, le regioni sono indotte a conferire in materia di turismo compiti amministrativi agli enti locali.

Il diritto del turismo deve essere inteso come diritto interdisciplinare, in quanto

viene profondamente influenzato dall'impulso comunitario. Gli interventi comunitari suscitano l'interesse dei privatisti, così come l'attribuzione di competenze alle Regioni, prima, e la riforma costituzionale, dopo, susciteranno l'interesse dei costituzionalisti. Il diritto del turismo diventa così un diritto a forte contenuto interdisciplinare. Per quanto detto, il turismo va analizzato da due prospettive giuridiche: il diritto pubblico e il diritto privato:

## DIRITTO PUBBLICO DEL TURISMO

- **Strutture ricettive e agenzie di viaggi.** *Materia innominata o di competenza residuale delle regioni articolo 117 della Costituzione, comma IV;*
- **Professioni turistiche, agriturismo, turismo rurale.** *Materia concorrente Stato-Regioni, articolo 117 della Costituzione, comma III.*
  - 1) Le professioni turistiche, in relazione alla tutela dei consumatori, possono anche essere inserite tra le competenze esclusive dello Stato, articolo 117 della Costituzione, comma III.
  - 2) L'agriturismo e il turismo rurale, secondo i principi del diritto dell'Unione europea che considerano l'agricoltura come materia unica, dovrebbero essere inquadrati, nell'ambito della competenza esclusiva dello Stato ai sensi dell'articolo 117 della Costituzione, comma II, ma, di fatto, nell'ordinamento italiano con la legge n. 96 del 2006 (legge quadro sull'agriturismo), sono state indicate le linee di intervento comune per le regioni da parte dello Stato italiano in materia di agriturismo, ciò rappresenta un inquadramento di tale materia tra le materie concorrenti di cui all'art. 117 della Costituzione, co. III.
- **Trattati internazionali,** principi comunitari (art. 10 Cost.). Ordinamento statale. Ordinamento delle Regioni e degli Enti locali.
- **Testo Unico delle leggi di Pubblica Sicurezza.**
- **Norme sul demanio marittimo ad uso turistico.**
- **Decreto legislativo del 23 maggio 2011, n. 79.** Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo, a norma dell'articolo 14 della legge 28 novembre 2005, n. 246, nonché attuazione della direttiva 2008/122/CE, relativa ai contratti di multiproprietà, contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine, contratti di rivendita e di scambio.

## DIRITTO PRIVATO DEL TURISMO

Il diritto del turismo offre un rilevante contributo all'evoluzione del diritto privato italiano. Il diritto del turismo in senso moderno, nasce e si sviluppa in modo interdisciplinare. Staccatosi dalle origini prevalentemente pubblicistiche ha progressivamente lasciato spazio all'autonomia privata penetrando in istituti privatistici e creandone di nuovi.

Il **Codice civile disciplina il comparto turistico** per:

- contratti/prenotazioni nelle strutture ricettive;

- contratti di viaggio organizzati (inseriti nel decreto legislativo n. 79/2011 - Codice del turismo), dall'articolo 32 al 51);
- le responsabilità dell'albergatore, al quale sono stati assimilati gli altri gestori delle strutture ricettive (artt. 1783-1786 Codice civile); i contratti di locazioni private a finalità turistica (anche art. 1 lettera c legge 9 dicembre 1998 n. 431);
- il diritto dei trasporti; la tutela del turista consumatore decreto legislativo 206/2005 (Codice del consumo).

Conoscere le motivazioni che spingono i viaggiatori a spostarsi dal loro luogo di residenza sarà fondamentale per comprendere le varie accezioni del concetto di turismo. Il compito primario del diritto del turismo, sia esso pubblico che privato, è quello di tutelare gli stessi viaggiatori e gli oggetti da loro portati in viaggio.

A questo punto è bene prendere nota di alcuni modelli di classificazione dei viaggiatori. I viaggiatori che fruiscono dei servizi turistici, sono stati classificati (Plog, 1974) in: **psicocentrici**, cioè coloro che concentrano i propri pensieri e interessi su aspetti di routine quotidiana per cui tendono ad essere prudenti nei loro viaggi, preferendo destinazioni sicure in cui fanno facilmente ritorno; **allocentrici**, cioè coloro che pongono gli altri al centro di ogni interesse o affetto, per cui sono individui avventurosi, fortemente inclini alla scoperta e ai viaggi verso nuove destinazioni, e molto raramente tornano nello stesso posto.

Un modello di motivazione sociologica al turismo è quello proposto da McIntosh et al. (1995). Questo modello utilizza quattro categorie:

- a) **Le motivazioni fisiche**, che danno sollievo al corpo e alla mente;
- b) **Le motivazioni culturali**, che corrispondono al desiderio di conoscere altre culture;
- c) **Le motivazioni interpersonali**, che implicano il desiderio di conoscere persone nuove, ma, anche, di fare visita ad amici e parenti;
- d) **Le motivazioni legate al prestigio e allo status**, cioè il desiderio di ottenere, tramite il turismo, riconoscimento e attenzione da parte di altri.

Nelson 1970, al fine di valutare la qualità di un prodotto, distingue due casi: *search good* e *experience good*. Definisce *search good* i quei beni di consumo i cui attributi principali, tra cui la qualità, possono essere accertati dal compratore prima dell'acquisto; *definisce experience good* quei beni di consumo la cui qualità può essere verificata solo dopo l'acquisto, o, comunque durante l'uso. Alla luce di questa distinzione si può affermare che il turismo rientri nel contesto delle *experience good* in quanto il viaggiatore non è in grado di valutare la qualità di un prodotto/servizio turistico prima di averlo vissuto. È pur vero che un viaggiatore che, trovandosi in destinazione, si auto produce la vacanza valutando di persona l'offerta.

Analizzate le caratteristiche dei viaggiatori, sarà opportuno considerare quattro argomenti nei quali inquadrare gli spostamenti degli esseri umani verso le diverse destinazioni turistiche: *il prodotto turistico, la destinazione turistica, il teorema della varietà e il teorema del coordinamento* (sintesi: Guido Candela - Paolo Figini "Economia del turismo e delle destinazioni", McGraw Hill, 2010).

1. **Il prodotto turistico** è un “prodotto complesso”, nel senso che si compone di un insieme eterogeneo di beni e servizi: in senso tecnico, è un “paniere”. In economia del turismo, invece, il paniere è l’oggetto di studio, poiché il prodotto turistico è quasi sempre un paniere di beni e servizi, da cui discendono effetti e comportamenti particolari di domanda e di produzione.
2. **La destinazione turistica** in economia del turismo la produzione, misurata in termini di presenze e arrivi di turisti, riguarda sempre le destinazioni turistiche che non sono né imprese né industrie, ma che rappresentano un amalgama di imprese. Oggetto primario dello studio dell’economia del turismo è quindi la destinazione, non l’impresa.
3. **Il teorema della varietà**, grazie alla varietà del prodotto turistico aumenta il grado di soddisfazione del viaggiatore, quindi la varietà ha l’effetto di sostenere lo sviluppo delle destinazioni. Ciò consente di comprendere un importante fatto stilizzato del turismo. Lo sviluppo turistico di una destinazione dipende non solo dalla disponibilità di risorse naturali ma anche dalla varietà del prodotto offerto.
4. **Il teorema del coordinamento**, nella destinazione turistica, amalgama di tante attività, offerte in condizioni di anticommon, nasce il problema del coordinamento, a proposito del quale ricorre un altro teorema, quello del coordinamento.

Di norma le destinazioni turistiche sono l’amalgama di cinque componenti:  
*le attrazioni, le attrattive, l’accessibilità, i servizi ausiliari, le infrastrutture.*

1. **Le attrazioni** – Queste sono le caratteristiche artificiali, naturali, culturali relative agli eventi che creano la motivazione iniziale della visita.
2. **Le attrattive** – Nella destinazione turistica il viaggiatore richiede una serie di comfort, infrastrutture e servizi; è principalmente nella differenziazione di queste imprese (sistemazione alberghiera, ristorazione, negozi, e altri servizi) che realizzano multisettorialità e interdipendenza fra i vari settori che caratterizzano l’offerta turistica.
3. **L’accessibilità** – È la caratteristica della destinazione misurata sia come accesso in terminali di trasporto sia come agibilità dei trasporti locali. Lo sviluppo e la manutenzione di efficienti reti di trasporti locali.
4. **I servizi ausiliari** – Sono tutte le componenti del prodotto turistico, le più varie, fornite dalle organizzazioni locali. La maggior parte delle organizzazioni offre, attraverso l’organizzazione turistica locale, servizi ausiliari sia al turista sia alle imprese. L’organizzazione può essere del settore pubblico, del settore privato (in forma di consorzi d’imprese), o può risultare dalla cooperazione tra settore pubblico e settore privato.
5. **Le infrastrutture** – L’infrastruttura comprende tutte le forme di costruzioni sopra e sottoterra necessarie come base per l’attività turistica in un’area abitata, sia al fine di comunicare con il mondo esterno (Internet, telefonia mobile e fissa, radio,

televisione, ecc.), sia come forniture di servizi (energia elettrica, acqua, ecc.), sia infine come altri servizi (presidi sanitari, sicurezza pubblica, ecc.). L'infrastruttura è fornita dal settore pubblico. Usualmente s'intende invece come sovrastruttura ogni elemento fornito dal settore privato che crea un'opportunità alla destinazione: sono quindi sovrastrutture molte delle attività classificate tra le attrattive.

La **DM** (*destination management*) è l'insieme delle tecniche e delle azioni indirizzate verso la sostenibilità e la razionalizzazione nella fruizione delle risorse di un territorio (D'Elia, 2007). I temi fondamentali della DM svolgono gli aspetti pratici in sintesi gestionali di ciò che in economia del turismo sia da un punto di vista interpretativo che normativo:

1. **La gestione del network di imprese** che operano nel territorio nello spirito di quanto già citato con il *teorema del coordinamento*, e del *teorema della varietà*, tenendo in particolare considerazione il *site management*, che ha l'obiettivo specifico di gestire, nell'ambito della destinazione, i siti di particolare interesse storico, artistico e naturalistico.
2. **La gestione della condivisione dei servizi** (in generale del territorio), di cui usufruiscono anche i residenti. Infatti se non viene ben gestito il turismo può creare conflittualità tra i residenti e i viaggiatori, specialmente nei periodi di alta stagione. Pertanto dovrà essere posta una particolare attenzione alla *capacità di carico* della destinazione.
3. **La gestione della competitività della destinazione**, che si declinano sulle seguenti dimensioni:
  - a) Politiche di prezzo;
  - b) Politiche della qualità;
  - c) Politiche della promozione, coordinamento del portale web della destinazione e delle politiche di marketing, con particolare attenzione all'espressione di un *brand* in grado di caratterizzare e identificare la destinazione.
4. **La gestione del ciclo di vita della destinazione** (Richard Butler, 1980).
  - a) Esplosione scoperta della destinazione da parte di un piccolo gruppo di turisti avventurosi attratti dal patrimonio ambientale e artistico, area incontaminata;
  - b) Avviamento iniziative sporadiche di privati che cercano di attrarre flussi turistici, manca l'intervento pubblico;
  - c) Sviluppo grande incremento dei flussi turistici, il settore pubblico interviene e pianifica, realizzando infrastrutture adottando politiche turistiche condivise con le imprese private turistiche e dell'indotto;
  - d) Maturità incremento dei flussi turistici, ma con un tasso decrescente, area consolidata di business turistico;
  - e) Stagnazione la destinazione raggiunge il numero massimo delle presenze turistiche, la destinazione diviene meno appetibile nel mercato turistico, occorrono notevoli sforzi e impegno per mantenere il numero dei flussi acquisiti;

- f) Declino la destinazione perde turisti a vantaggio di nuove mete turistiche, molte strutture ricettive sono costrette alla loro riconversione. Gli operatori pubblici e privati dovrebbero proporre progetti innovativi per rivitalizzare la destinazione.
5. **La gestione del territorio**, della programmazione di sviluppo di strutture alla manutenzione, promozione, e salvaguardia del territorio (Costa, et al. 2001).
6. **La gestione della crisi della destinazione.**

SAVERIO PANZICA  
ANTONIO MARINO

---

NOTE

1. Saverio Panzica, autore di questo studio, ha precedentemente pubblicato numerosi volumi sullo stesso argomento. Cfr. "Bibliografia" p. 476.
2. Vincenzo Franceschelli, *Manuale di diritto del turismo*, VI edizione, 2017.

## CAPITOLO I

---

# Effetti del turismo. Dal viaggio al turismo

### **Evoluzione storica del viaggio.**

Sintesi dalla tesi di laurea *“Dal viaggio al turismo”* di Eugenia Massaro, Università degli Studi di Palermo, Facoltà di Lettere e Filosofia, corso di laurea in Operatore del turismo culturale.

Relatore ch.mo prof. Girolamo Cusimano.

Tutor dr Saverio Panzica, dirigente AAPIT Palermo.

Ripercorrere l'evoluzione storica del viaggio, per comprendere le diverse modificazioni che ne hanno caratterizzato la “domanda”, costituisce il contributo di questa parte della ricerca, il cui obiettivo principale non è il racconto tout court della storia del viaggio ma l'individuazione, attraverso date ed eventi, degli elementi rappresentativi della sua evoluzione. Il turismo moderno è, senz'altro, uno dei principali fattori che spinge l'uomo a spostarsi.

Le motivazioni che hanno spinto gli uomini a spostarsi:

*Dalle origini al XV secolo:*

- L'homo sapiens insegue nuovi spazi per la propria sopravvivenza;
- Gilgamesh è alla ricerca dell'immortalità;
- Ulisse aspira a ritrovare la sua natura mortale in quanto, il suo viaggio è stato dettato dalla volontà divina;
- Marco Polo attraverso il commercio scopre una cultura “Diversa”;
- I pellegrinaggi: la religione;
- Cristoforo Colombo: l'intuizione e la determinazione per la scoperta di nuove rotte che riducessero gli spazi.

*Dal Grand Tour al XIX secolo:*

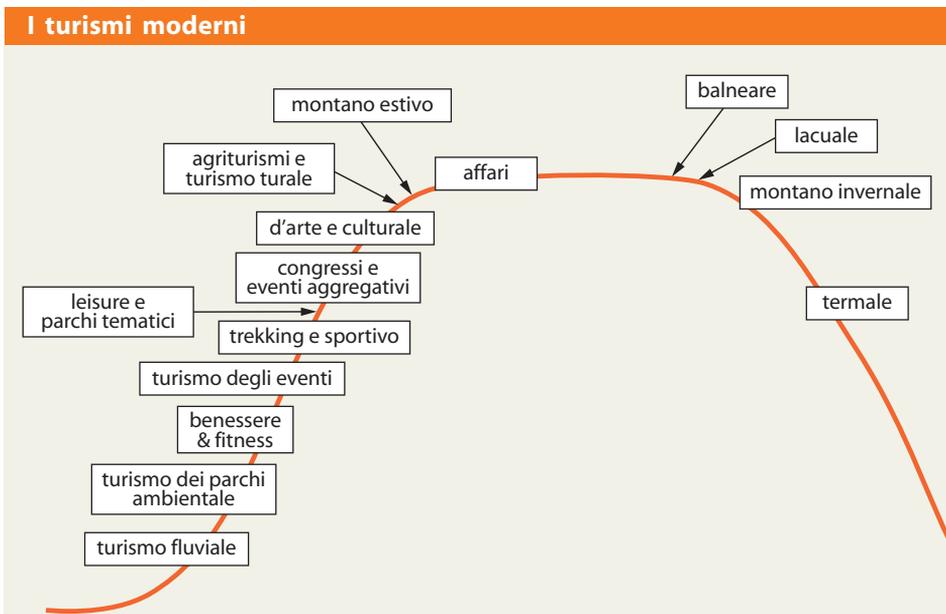
- Il Grand Tour: moda per l'educazione dei giovani nobili del nord Europa, prima, e dei giovani ricchi mercanti, dopo;
- Il Turismo della salute.

*Dal viaggio del XX secolo al turismo contemporaneo:*

- Joyce: il viaggio di Leopold Bloom rappresenta vividamente un errare per tutto il cosmo, attraverso l'intera esperienza umana;
- Kerouac: mancanza di legami personali e sociali, quasi un moderno nomadismo alla ricerca di quella sorta di "Terra Santa";
- Chatwin: non sottomettersi, scappare dallo Stato, dalla famiglia, dal matrimonio, dalle costrizioni, dai tabù.

**I turisti moderni.** Il percorso storico, sopra indicato, consente una prima perlustrazione del tema del viaggio inteso, non solo in senso concreto e realistico (di spostamento nello spazio e nel tempo), ma anche in senso simbolico di desiderio, tensione, di conoscenza e di ricerca e – viceversa – di distacco, di esilio, di perdita, di allontanamento da sé e dalle cose più care.

La mappa che segue indica i fenomeni dei *turismi*. Infatti, oggi, è più corretto e analitico parlare di turismi e non più di turismo.





Gilgamesh



Ulisse



Marco Polo



Cristoforo Colombo



Voltaire



Johann Wolfgang Goethe



James Joyce



Jack Kerouac

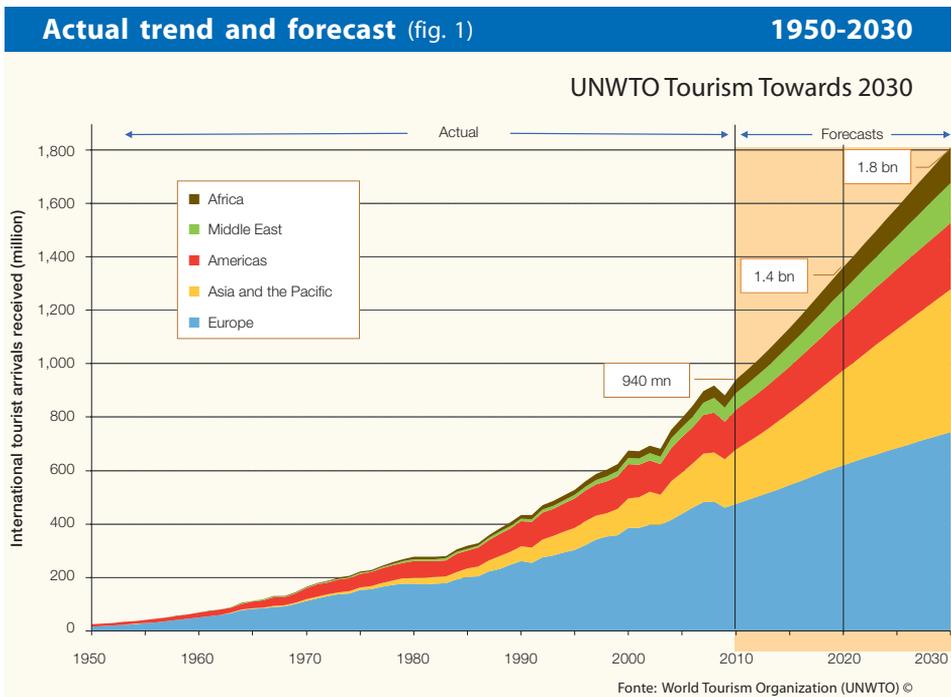


Bruce Chatwin

Pur essendo evidente questo interscambio turistico a livello internazionale, occorre subito abbandonare l'idea di una coordinazione a livello globale, infatti, salvo sporadici casi, non si riscontrano a tutt'oggi interventi determinanti degli stati evidenziandosi, invece, una serie di accordi "minori" soprattutto di tipo bilaterale. Il turismo può rappresentare uno strumento di sviluppo economico per quei territori che sanno proporsi in un'ottica di amore e rispetto per il loro patrimonio artistico, culturale ambientale. Lo strumento di valutazione di un'area a vocazione turistica è, senz'altro, il ciclo di vita del prodotto per gestirlo correttamente.

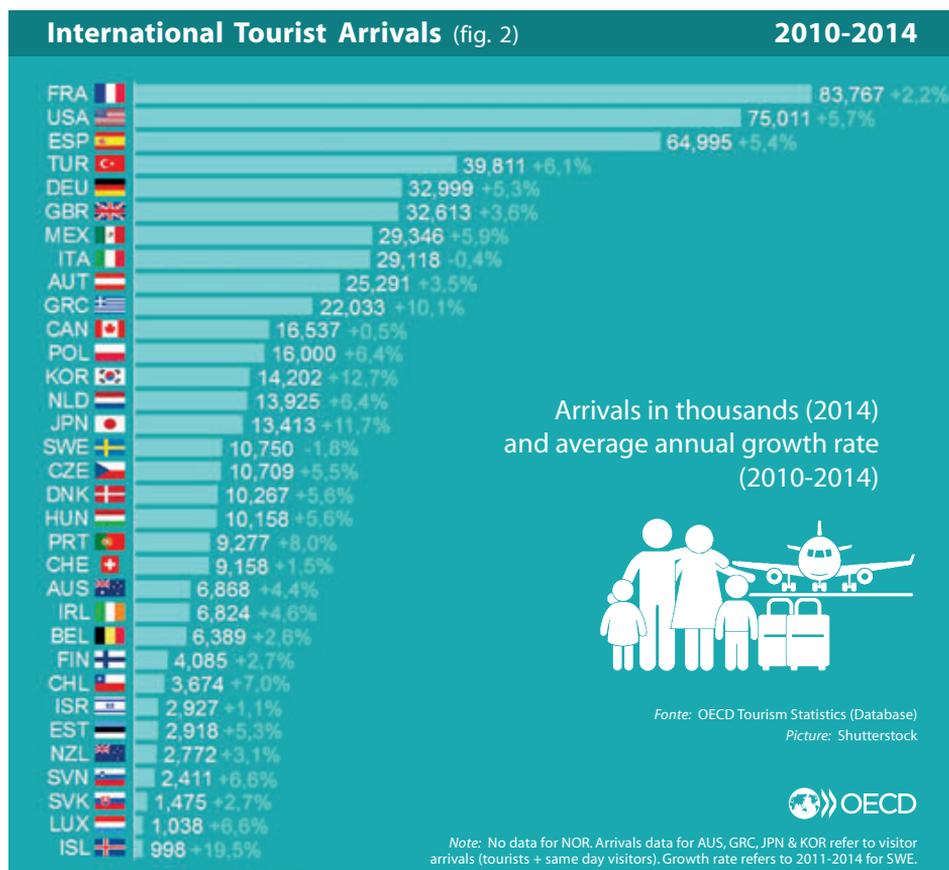
## 1.1 LE DIMENSIONI DEL FENOMENO

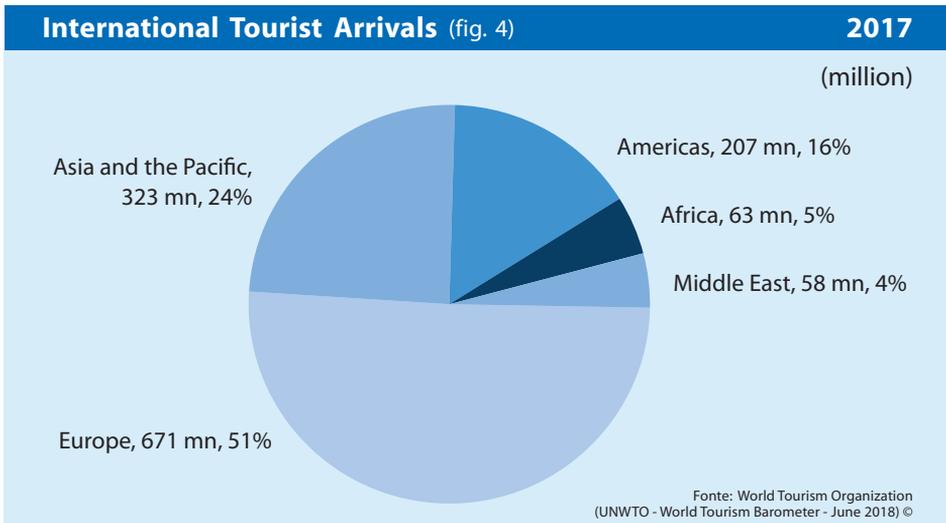
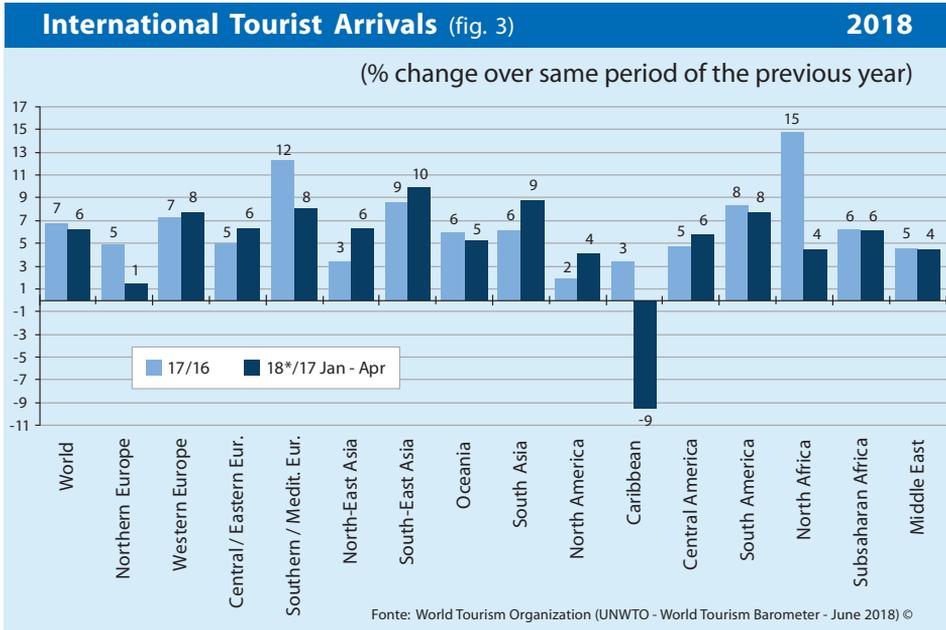
Il turismo rappresenta uno dei settori più dinamici delle moderne economie. Secondo le stime del WTTC "World Tourism and Travel Council", nel 2008 il turismo contribuisce, direttamente e indirettamente, al 9,9% del Prodotto interno lordo mondiale e dà lavoro a 238 milioni di persone, quasi l'8% dell'intera occupazione mondiale, generando un reddito annuo di mille miliardi di dollari. A metà degli anni '90 il settore turistico costituiva il 6% del PIL mondiale, il 13% della spesa per consumi e si poteva definire il settore industriale a più rapida crescita. Con il passare del tempo le presenze nei paesi industrializzati sono sempre superiori al 50%, ma cresce, e raggiunge circa un terzo del totale, la quota spettante ai paesi in via di sviluppo, i cosiddetti paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina).



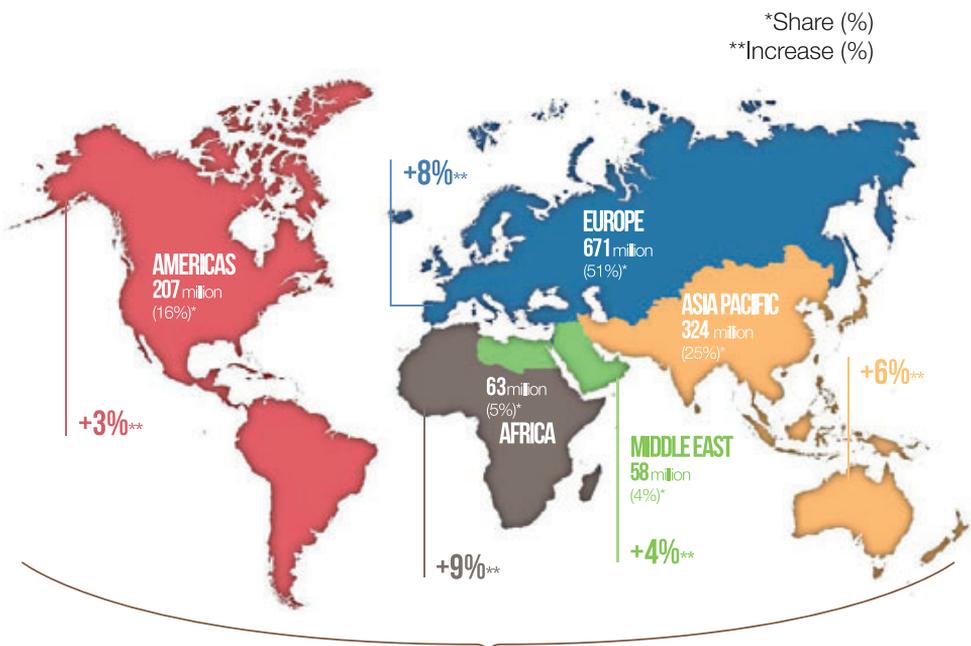
Per quanto riguarda i paesi dell'Europa centrale e orientale, dopo la caduta del Muro di Berlino la loro presenza nel turismo mondiale è cresciuta in misura davvero significativa. Ecco come si sono evoluti negli anni, le presenze internazionali dei turisti (fig. 1).

Il 2017 è stato un anno da record per il turismo internazionale. Il trend degli arrivi turistici internazionali è cresciuto per l'ottavo anno consecutivo, secondo una sequenza di crescita ininterrotta non registrata dagli anni '60. Le destinazioni in tutto il mondo hanno accolto 1,323 milioni di arrivi turistici internazionali, che ha rappresentato un'incremento di circa 84 milioni di arrivi turistici internazionali rispetto al 2016.



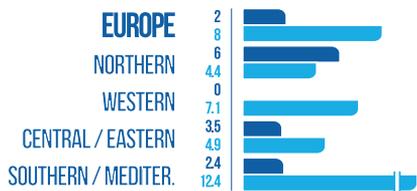


**International Tourist Arrivals (fig. 5) 2017**

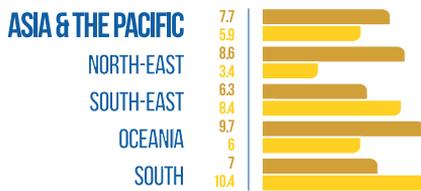


**WORLD: 1,323 MILLION**

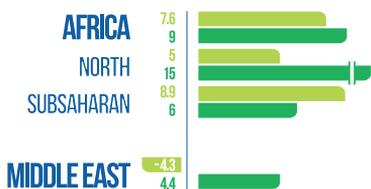
**INTERNATIONAL TOURISTS ARRIVALS, EUROPE**  
(% CHANGE) ■ 16/15 ■ 17/16



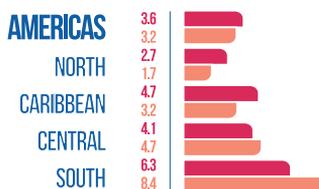
**INTERNATIONAL TOURISTS ARRIVALS, ASIA AND THE PACIFIC**  
(% CHANGE) ■ 16/15 ■ 17/16



**INTERNATIONAL TOURISTS ARRIVALS, AFRICA & MIDDLE EAST**  
(% CHANGE) ■ 16/15 ■ 17/16



**INTERNATIONAL TOURISTS ARRIVALS, AMERICAS**  
(% CHANGE) ■ 16/15 ■ 17/16



Fonte: © UNWTO Barometer 2018 - World Tourism Organization (UNWTO), April 2018

### Flussi e spesa in Italia.

Nel 2017, secondo i primi dati provvisori ISTAT, le strutture ricettive ufficiali italiane hanno registrato 122 milioni di arrivi e oltre 427 milioni di presenze totali, segnando un aumento rispetto all'anno precedente rispettivamente del 4,5% e 6,0%. Anche i dati della Banca d'Italia confermano questo momento positivo.

Nel 2017 la spesa dei turisti stranieri è aumentata del 7,7% (circa 39 Mld di euro), con un trend positivo sia per la domanda a motivazione leisure, che business. Il saldo della bilancia turistica dei pagamenti si mantiene positivo e in deciso aumento (+5,7%) rispetto al 2016.

Flussi e spesa in Italia			2018
	Arrivi	+ 4,5% <b>passengeri</b>	ISTAT
	Presenze	+ 6,0%	ISTAT
	Spesa stranieri	+ 7,7% (39 mld euro)	Banca d'Italia
	Bilancia turistica	+ 5,7%	Banca d'Italia

Fonte: ISTAT, Banca d'Italia - aggiornamento luglio 2018 (dati provvisori)

### Flussi e spesa nel mondo.

Secondo le rilevazioni dell'UNWTO "World Tourism Organization", gli arrivi internazionali nel mondo nel 2017 hanno segnato un incremento del 6,8%, evidenziando una crescita diffusa della domanda di viaggi, in linea con le stime previste. Anche la spesa dei turisti internazionali nel mondo (1,332 Mld di \$) registra un trend positivo rispetto al 2016, con variazioni particolarmente significative per alcuni Paesi emergenti come il Brasile e la Federazione Russa.

Una conferma dell'aumento della domanda di turismo in Europa proviene dall'Eurostat che, secondo i primi dati provvisori, rileva una crescita del numero di pernottamenti nelle strutture ricettive dei paesi dell'Unione europea, sia di turisti internazionali che nazionali, pari a 5,1% rispetto al 2016.

Flussi e spesa nel mondo			2018
	Arrivi internazionali	+ 6,8%	UNWTO
	Spesa turisti internazionali	+ 6,0%	UNWTO
	Presenze in Europa	+ 5,1%	Eurostat

Fonte: UNWTO, Eurostat - aggiornamento luglio 2018 (dati provvisori)

## Trasporti in Italia.

Anche il settore dei trasporti in Italia ha registrato buone performance. Nel comparto aeroportuale, secondo quanto riportato da Assaeroporti, si è avuto un aumento del 6,4% dei passeggeri, pari a 175.150.984 unità, e del 2,6% di movimenti, pari a 1.363.532 aeromobili in arrivo/partenza. I trasporti ferroviari hanno registrato un aumento del 18,3% di passeggeri di treni ad Alta Velocità e Intercity (FsNews). Segnali soddisfacenti arrivano anche dal settore del traffico su gomma. AISCAT, Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Trafori ha confermato un aumento dei veicoli leggeri pari all'1,8% rispetto al 2016 (circa 1,5 milioni).

Trasporti in Italia			2018
	Aerei	+ 6,4% passeggeri	Assaeroporti
	Ferrovie	+ 18,3% passeggeri	FS News
	Autostrade	+ 1,8% veicoli leggeri	AISCAT

Fonte: Assaeroporti, FS News, AISCAT - aggiornamento luglio 2018 (dati provvisori)

## Previsione arrivi 2018.

La crescita dovrebbe continuare anche nel corso del 2018. L'UNWTO ha previsto un trend positivo degli arrivi internazionali nel mondo compreso tra il 4% e il 5% e un parallelo aumento degli arrivi internazionali in Europa compreso tra il 3,5% e il 4,5%. Per quanto riguarda l'Italia, il Ciset, Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, prevede per il 2018 un aumento del 4,7% (circa 69 milioni) degli arrivi mondiali in Italia, provenienti soprattutto dall'Europa Centrale (25 milioni) e dall'area dell'Extra Europa (10,5 milioni).

Previsioni arrivi internazionali			2018
	Internazionali nel mondo	+ 4,0% / 5,0%	UNWTO
	Internazionali in Europa	+ 3,5% / 4,5%	UNWTO
	Internazionali in Italia	+ 4,7%	Ciset

Fonte: UNWTO, Ciset - aggiornamento luglio 2018 (dati provvisori)

## Turismo esperienziale.

L'Italia occupa cinque posizioni nella top 10 delle esperienze più popolari prenotate dai visitatori globali nel 2017 attraverso il portale di TripAdvisor, di importo

inferiore a 150 dollari: Roma, Venezia e Toscana le località più richieste per la scelta delle esperienze di visita.

### **Turismo nei borghi.**

Secondo le rilevazioni del Centro Studi Turistici (CST) di Firenze, per l'anno 2017 la domanda turistica negli oltre 5.500 borghi italiani è stimata in circa 22 milioni di arrivi e 95 milioni di presenze, equamente distribuiti tra turisti italiani (49,8%) e stranieri (50,2%). La spesa complessiva dei turisti che hanno visitato i borghi italiani, è stimata in circa 8,2 miliardi di €, di cui il 54,8% generata da turisti stranieri il 45,2% da turisti italiani.

### ***Trend online.***

Anche le stime di grandi player digitali segnano una tendenza positiva per i viaggi in primavera 2018. Trivago, ad esempio, ha analizzato tutte le ricerche di viaggio in Italia dalle sue 55 piattaforme per i mesi di marzo, aprile e maggio. Il 64% delle ricerche arriva dai mercati esteri e il 36% dal mercato interno. Tra gli stranieri il 18% arriva dalla Germania, il 14% dal Regno Unito, l'8% dalla Francia, il 6% dalla Spagna, il 5% dagli Stati Uniti, il 4% da Brasile e Austria.

**I dati del 2017 nel rapporto UniCredit - Touring Club Italiano.** Turismo in crescita a livello mondiale e soprattutto in Italia. Il Veneto è la regione più turistica in termini di arrivi e vale quanto tutto il Meridione. La lingua tedesca è la più parlata tra i turisti in arrivo in Italia. Fattori sfavorevoli come la crisi globale, il terrorismo, i fenomeni migratori e l'affermazione di nuove forme di protezionismo non sembrano frenare il turismo mondiale e quello italiano in particolare che a ogni stagione registrano importanti livelli di crescita. I dati sono contenuti nell'ormai consueto **Rapporto sul Turismo 2017**, curato da UniCredit in collaborazione con Touring Club Italiano, osservatorio privilegiato su tutto il comparto turistico.

Nel 2016 il turismo mondiale, con oltre 1,2 miliardi di arrivi internazionali, ha vissuto l'ennesimo anno record mentre le prime previsioni per il 2017 indicano che i flussi proseguiranno con un trend di crescita compreso tra il 3 e il 4%. Questo nonostante fattori destabilizzanti, dagli attentati terroristici in Occidente alle tensioni geopolitiche in Medio Oriente, abbiano rischiato di mettere in crisi il settore dei viaggi.

### **La situazione del turismo nel mondo.**

L'Europa è sempre la destinazione privilegiata dai viaggiatori internazionali; con circa 620 milioni di arrivi riceve, infatti, oltre il 50% dei flussi complessivi. Seguono Asia e Pacifico, poi l'America con 201 milioni di arrivi (16%). Asia-Pacifico, Africa e America registrano tassi di crescita tra il 4 e l'8%, mentre mostra una battuta d'arresto il Medio Oriente (-4,1%) e l'Europa tiene con una crescita limitata (+2%). Tra i Paesi più visitati prima è sempre la Francia con 84,5 milioni di arrivi internazionali mentre l'Italia consolida la quinta posizione. Il bacino del Mediterraneo presenta

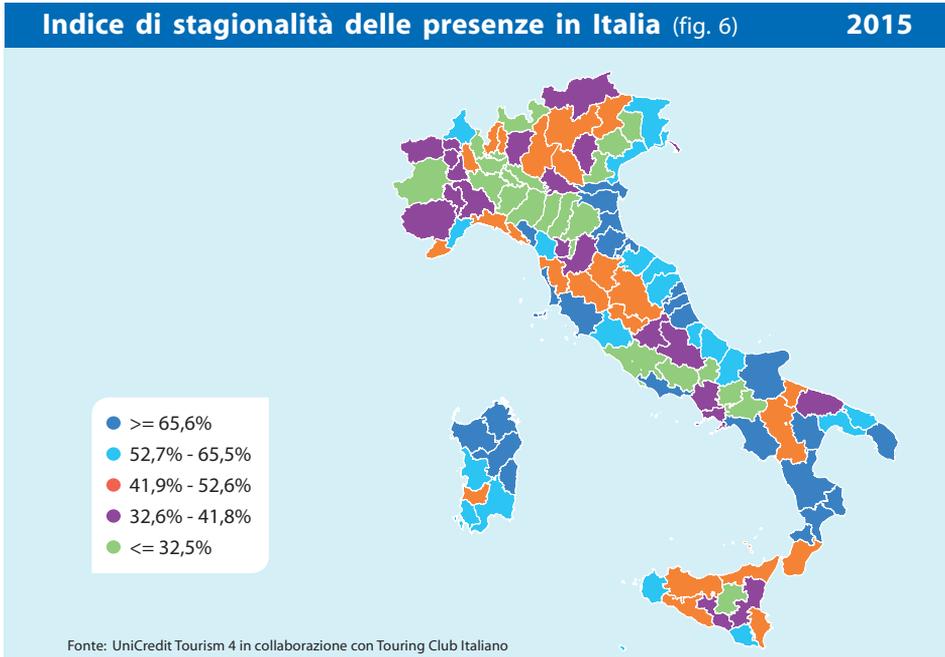
qualche contraddizione: nel 2016 la Francia ha presentato un calo del 4% degli arrivi internazionali, l'Egitto e la Turchia per le ragioni che tutti conosciamo hanno perso rispettivamente il 40% e il 30% dei flussi, mentre hanno invece approfittato della situazione Cipro, Spagna, Malta e Croazia che hanno registrato tassi di crescita a doppia cifra. Tra gli emergenti, continua la crescita sostenuta del Messico che, per il secondo anno consecutivo, registra una positiva performance tra le dieci destinazioni che attraggono più turisti nel mondo. Tra i Paesi generatori di spesa per il turismo outgoing la Cina è al primo posto, seguita da USA (112,9) e Germania (77,5). Si segnala la congiuntura negativa della Russia che scende al sesto posto in calo del 31% rispetto al 2014.

### **Flussi in Italia, tra *overtourism* e crescita interna.**

Il rapporto di UniCredit e Touring Club Italiano rileva inoltre un nuovo fenomeno, l'*overtourism*, che tocca destinazioni come Venezia, Barcellona e da ultima l'Islanda, dove il turismo si è trasformato in una minaccia per la sostenibilità ambientale e sociale. Fresca di **Piano strategico del turismo 2017-2022** e di iniziative nazionali come "2017 Anno dei Borghi", l'Italia ha nel turismo un driver decisivo per l'economia, nonostante le carenze in fatto di infrastrutture e trasporti facciano scivolare il nostro Paese in ventitreesima posizione nel recente *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017* del World Economic Forum. Tuttavia nella classifica dell'Organizzazione Mondiale del Turismo siamo quinti per capacità attrattiva con 50,7 milioni di arrivi internazionali e i dati 2016 del "World Travel and Tourism Council" certificano che la nostra industria turistica vale 70,2 miliardi di euro (ovvero il 4,2% del Pil) che salgono a 172,8 miliardi di euro (il 10,3% del Pil), se si aggiunge anche tutto l'indotto.

Dal punto di vista occupazionale sono circa 2,7 milioni i lavoratori nel settore. Il turismo interno è in ripresa dopo anni di crisi. Nel 2016 gli arrivi italiani sono cresciuti del 6,2% e le presenze del 4,8%. Per quanto riguarda l'incoming, la spesa turistica degli stranieri nel 2016, per il quinto anno dal 2012, registra un altro record raggiungendo quota 36,4 miliardi di euro. La Germania si conferma come primo mercato di riferimento (53,3 milioni), mentre per la prima volta la Cina entra nella top 10, con 5,4 milioni di presenze.

Tra le criticità del nostro Paese vi è un'eccessiva concentrazione dei viaggiatori in alcune aree specifiche e in particolari periodi dell'anno. I territori più frequentati dai turisti sono le città d'arte del Centro-Nord, in cui Roma ha ancora un ruolo dominante rispetto alle altre destinazioni urbane, seguita da Milano che si conferma da anni in crescita e che ha ricevuto grazie a Expo 2015 una spinta importante, e la costa adriatica, veneta e romagnola. Torino nel 2016 entra per la prima volta nella top 10. La diffusione di telefonia mobile e app ha favorito la nascita di *community social* facendo esplodere il fenomeno dell'ospitalità tra privati che, solo in Italia nel 2016, ha riguardato 5,6 milioni di persone. L'affermazione delle prime compagnie aeree *low cost* ha poi inciso sul settore dei trasporti di breve/medio raggio mettendo in competizione destinazioni che fino a quel momento non si sentivano in concorrenza.



### Turismo in Italia, le regioni più visitate.

Il **rapporto UniCredit** distingue nove tipi di turismo in Italia: culturale, balneare, montano, agriturismo, crociera, business, congressuale, termale ed enogastronomico. Tutti i segmenti godono di buona salute, tranne il turismo business e congressuale che risente forse dell'andamento altalenante dell'economia italiana.

Il Veneto, con oltre 63 milioni, è la regione più turistica d'Italia, con dati tre volte superiori a quelli della Campania (19 milioni) e ben quattro volte a quelli della Sicilia (15). La spesa incoming vede al primo posto il Lazio (6,4 miliardi di euro lasciati dagli stranieri sui quasi 36 miliardi complessivi in Italia nel 2015), segue la Lombardia e, più a distanza, Veneto (5,2) e Toscana (4,1). La prima regione del Sud – quinta – è la Campania con 1,8 miliardi di euro. Il Meridione, tutto insieme, attrae appena 5 miliardi, sostanzialmente quanto fa da solo il Veneto.

Un elemento unisce infine la maggior parte delle regioni: la dipendenza dal mondo di lingua tedesca. In 14 casi la Germania è il primo mercato incoming, in altri 5 costituisce il secondo o il terzo mentre solo nel Lazio e in Valle d'Aosta non è presente tra i primi tre.

Un discorso a parte meritano i social network. Per Facebook, la Toscana rappresenta la regione italiana con il maggior numero di like (oltre 500 mila), seguita a distanza dalla Sicilia e dall'Alto Adige. Sicilia e Puglia sono le uniche realtà del Sud a essere in classifica. Le Marche (oltre 95 mila) e a distanza l'Emilia-Romagna (53 mila) sono invece le realtà regionali con il maggior numero di follower su Twitter.

In questo caso, il Sud è rappresentato dalla sola Puglia. La Toscana (54 mila) e a seguire la Puglia (30 mila) costituiscono i territori con più follower su Instagram.

Le regioni d'Italia più recensite nel 2016 sui portali specializzati rispecchiano in generale le destinazioni nelle quali arrivano più turisti, con la Lombardia in vetta alla classifica, seguita dal Veneto e dalla Toscana.

Nella classifica per soddisfazione degli ospiti in termini di sentiment positivo sulle strutture ricettive abbiamo nelle prime tre posizioni la Valle d'Aosta (85,8%), la Basilicata (85,5%) e il Trentino-Alto Adige (84,4%). Tra le Regioni con l'offerta ricettiva più amata dagli ospiti stranieri, spunta in terza posizione l'Umbria oltre alla Valle d'Aosta e alla Basilicata, già presenti nella classifica generale, rispettivamente alla prima e alla seconda posizione.

Entrate del Turismo Internazionale (fig. 7)											2016		
	International tourism receipts Local currencies, constant prices (% change)				Market share (%)	Receipts (US\$)			Receipts (euro)				
	12/11	13/12	14/13	15*/14		2015*	(billion)	per arrival	(billion)	per arrival			
											2014	2015*	2015*
<b>World</b>	<b>4.3</b>	<b>5.9</b>	<b>5.1</b>	<b>4.4</b>	<b>100</b>	<b>1,309</b>	<b>1,260</b>	<b>1,060</b>	<b>986</b>	<b>1,136</b>	<b>960</b>		
Advanced economies <sup>1</sup>	3.6	6.1	4.9	3.1	61.5	829	774	1,190	624	698	1,070		
Emerging economies <sup>1</sup>	5.4	5.5	5.5	6.7	38.5	481	486	910	362	438	820		
<b>By UNWTO regions:</b>													
<b>Europe</b>	<b>1.8</b>	<b>4.1</b>	<b>4.3</b>	<b>3.0</b>	<b>35.8</b>	<b>513.5</b>	<b>450.7</b>	<b>740</b>	<b>386.6</b>	<b>406.2</b>	<b>670</b>		
Northern Europe	3.3	7.5	6.4	7.6	6.2	82.5	78.4	1,030	62.1	70.7	930		
Western Europe	2.7	2.2	3.3	0.2	11.6	173.7	146.4	810	130.7	131.9	730		
Central/Eastern Europe	4.3	3.5	-0.9	-0.4	4.0	58.2	50.1	400	43.8	45.2	360		
Southern/Medit. Europe	-0.3	4.8	6.1	5.0	14.0	199.2	175.8	780	149.9	158.4	700		
-of which EU-28	1.5	3.8	4.6	3.4	29.6	427.3	373.4	780	321.6	336.5	700		
<b>Asia and the Pacific</b>	<b>7.6</b>	<b>9.3</b>	<b>5.3</b>	<b>4.0</b>	<b>33.2</b>	<b>420.1</b>	<b>418.3</b>	<b>1,500</b>	<b>316.2</b>	<b>377.0</b>	<b>1,350</b>		
North-East Asia	8.6	10.4	6.1	0.8	18.8	238.0	236.7	1,670	179.1	213.3	1,500		
South-East Asia	10.9	10.6	2.0	7.8	8.6	108.1	108.3	1,030	81.4	97.6	930		
Oceania	-1.8	2.0	7.2	9.9	3.3	44.6	41.9	2,940	33.6	37.8	2,650		
South Asia	4.9	8.7	8.5	7.1	2.5	29.4	31.4	1,720	22.1	28.3	1,550		
<b>Americas</b>	<b>4.7</b>	<b>6.7</b>	<b>6.4</b>	<b>7.8</b>	<b>24.1</b>	<b>288.0</b>	<b>303.7</b>	<b>1,580</b>	<b>216.8</b>	<b>273.7</b>	<b>1,420</b>		
North America	5.0	7.4	6.6	8.2	18.9	225.0	238.5	1,870	169.3	214.9	1,680		
Caribbean	1.2	3.7	4.8	5.8	2.2	26.7	28.1	1,170	20.1	25.3	1,060		
Central America	7.8	7.2	6.2	7.3	0.9	10.6	11.5	1,120	8.0	10.4	1,010		
South America	4.8	3.4	6.2	7.0	2.0	25.7	25.6	830	19.3	23.0	750		
<b>Africa</b>	<b>6.2</b>	<b>2.4</b>	<b>2.4</b>	<b>2.4</b>	<b>2.6</b>	<b>36.1</b>	<b>33.1</b>	<b>620</b>	<b>27.2</b>	<b>29.8</b>	<b>560</b>		
North Africa	8.2	-2.1	5.2	-9.8	0.7	10.6	8.6	470	8.0	7.7	430		
Subsaharan Africa	5.5	4.2	1.4	7.5	1.9	25.5	24.5	690	19.2	22.1	620		
<b>Middle East</b>	<b>1.8</b>	<b>-4.6</b>	<b>7.4</b>	<b>4.3</b>	<b>4.3</b>	<b>51.6</b>	<b>54.4</b>	<b>1,020</b>	<b>38.8</b>	<b>49.0</b>	<b>920</b>		

1. Classification based on the International Monetary Fund (IMF);  
See the Statistical Annex of the IMF World Economic Outlook of April 2016

	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	13/12	14/13	15*/14	13/12	14/13	15*/14	
<b>International tourist arrivals (overnight visitors)</b>															Change (%)					
Million	435	527	674	809	911	928	892	950	994	1,040	1,088	1,134	1,186				4.6	4.2	4.6	
Index (2008=100)						100	96	102	107	112	117	122	128							
<b>International tourism receipts</b>															Current price (%)		Constant price (%)			
Local currencies															8.4	7.3	5.5	5.9	5.1	4.4
Index (2008=100) (constant price)																				
US\$ billion	271	415	495	706	896	987	905	986	1,104	1,146	1,241	1,309	1,260	8.2	5.5	-3.8	6.7	3.9	-3.9	
Euro billion	213	317	536	568	654	671	649	744	793	892	934	986	1,136	4.7	5.5	15.2	3.3	5.1	15.2	

Fonte: World Tourism Organization (UNWTO) © - Data as collected by UNWTO, July 2016

### Entrate del turismo internazionale.

Nel 2011, le entrate del turismo internazionale hanno raggiunto un record di circa 837 miliardi di euro, rispetto a 740 miliardi nel 2011 e a 699 miliardi di euro nel 2010 e ciò rappresenta una crescita del 4%

L'Europa detiene la quota maggiore di entrate del turismo internazionale con il 42,6% di share ma ha registrato solo il 2% di crescita a differenza delle Americhe, Asia/Pacifico e Africa che hanno avuto una crescita di circa il 6%. Il Medio Oriente ha avuto un calo del 2% a causa delle turbolenze politiche del paese.

## 1.2 IL TURISMO COME PILASTRO DELL'ECONOMIA. EFFETTI DIRETTI, INDIRETTI E INDOTTI

Il turismo è a tutti gli effetti un'attività economica in grado di creare crescita ed occupazione, contribuendo nel contempo allo sviluppo ed all'integrazione economica e sociale.

In Europa, con circa 1,8 milioni di imprese, principalmente PMI (fig. 8), che occupano il 5,2% circa della manodopera totale (approssimativamente 9,7 milioni di posti di lavoro, di cui una quota considerevole è rappresentata da giovani), l'industria turistica genera più del 5% del PIL dell'Unione europea, una percentuale in costante aumento.

Size class / numbers of employees				(fig. 8)
	1 - 9	10 - 49	50 - 250	250 +
<b>EU In %</b>	<b>1.179.554</b> 92,89 %	<b>82.441</b> 6,5 %	<b>7.228</b> 0,57 %	<b>523</b> 0,04 %
Fonte: rielaborazione dati Eurostat				

Il turismo rappresenta così la terza maggiore attività socio-economica dell'Unione europea, dopo il settore del commercio e della distribuzione e quello della costruzione. Se si considerano i settori attinenti, il contributo del turismo al prodotto interno lordo risulta ancora più elevato: si ritiene infatti che sia all'origine di più del 10% del PIL dell'Unione europea e che fornisca circa il 12% dell'occupazione totale.

A tale proposito, se si osserva la tendenza degli ultimi dieci anni, la crescita dell'occupazione nel settore del turismo è stata quasi sempre superiore a quella del resto dell'economia. Anche per l'Italia, il settore turistico è un comparto economico di prima grandezza con una incidenza di grande rilevanza nel "prodotto interno lordo". Come si evince dalla figura 9, l'Italia è posizionata al quinto posto per quanto riguarda le presenze turistiche mentre per quanto riguarda gli introiti economici è al sesto posto (dati aggiornati a luglio 2016).

Principali destinazioni turistiche nel mondo (fig.9)						2016								
International tourist arrivals						International tourism receipts <sup>1</sup>								
Rank	Series	(million)		Change (%)		Rank	US\$				Local currencies			
		2014	2015*	14/13	15*/14		(billion)	Change (%)	Change (%)	Change (%)	14/13	15*/14		
1	France	TF	83.7	84.5	0.1	0.9	1	United States	191.3	204.5	7.8	6.9	7.8	6.9
2	United States	TF	75.0	77.5	7.2	3.3	2	China	105.4	114.1	n/a	8.3	n/a	9.8
3	Spain	TF	64.9	68.2	7.0	5.0	3	Spain	65.1	56.5	3.9	-13.2	3.9	4.0
4	China	TF	55.6	56.9	-0.1	2.3	4	France	58.1	45.9	2.8	-21.0	2.8	-5.4
5	Italy	TF	48.6	50.7	1.8	4.4	5	United Kingdom	46.5	45.5	11.8	-2.3	6.2	5.2
6	Turkey	TF	39.8	39.5	5.3	-0.8	6	Thailand	38.4	44.6	-8.0	16.0	-2.7	22.0
7	Germany	TCE	33.0	35.0	4.6	6.0	7	Italy	45.5	39.4	3.6	-13.3	3.6	3.8
8	United Kingdom	TF	32.6	34.4	5.0	5.6	8	Germany	43.3	36.9	4.9	-14.9	4.9	1.9
9	Mexico	TF	29.3	32.1	21.5	9.4	9	Hong Kong (China)	38.4	36.2	-1.4	-5.8	-1.5	-5.8
10	Russian Federation	TF	29.8	31.3	5.3	5.0	10	Macao (China)	42.6	31.3	-1.1	-26.4	-1.1	-26.5

1. Note that China, the United States and the United Kingdom substantially revised their international tourism receipts series upwards for 2015 and retrospectively for some previous years, due to changes in methodology.  
Fonte: World Tourism Organization (UNWTO) © - Data as collected by UNWTO, July 2016

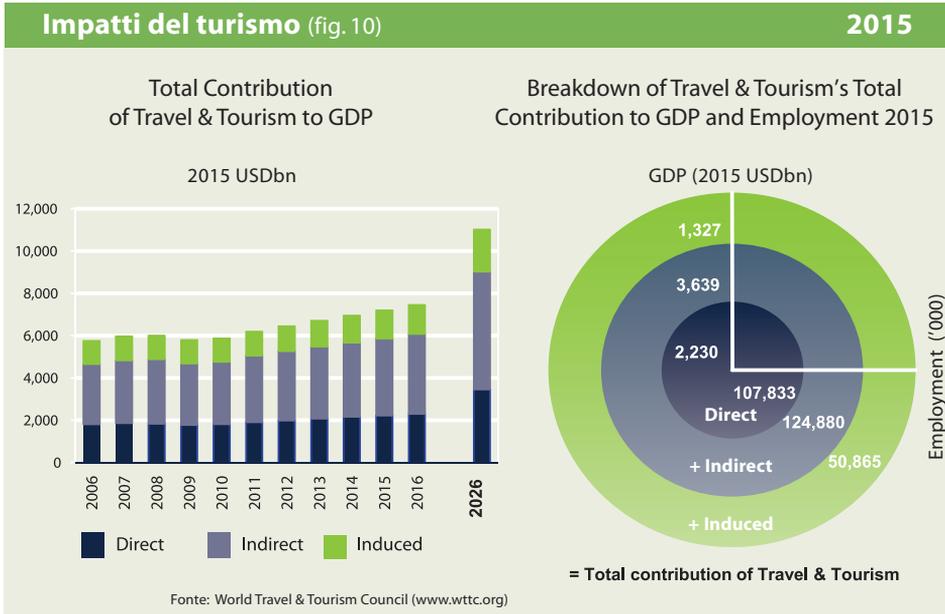
Con questi due principali indicatori – presenze turistiche ed entrate turistiche internazionali – è interessante notare che sette delle prime dieci destinazioni compaiono in entrambe le liste, anche se hanno marcate differenze nella tipologia di turisti che attirano, sia per la durata media del soggiorno che per la spesa relativa al viaggio.

La spesa turistica ha un effetto a catena, nel senso che il suo effetto si propaga dal settore turistico al resto dell'economia. Infatti, i dati statistici elaborati dalla "World Travel and Tourism Council", fanno riferimento sia ad un impatto economico diretto ma anche ad impatti indiretti e indotti. Si parla di effetto diretto quando si prendono in considerazione quelle aziende che ricevono direttamente la spesa turistica, cioè ristoranti, alberghi ecc... A loro volta, però, queste aziende dovranno rivolgersi ad altre aziende per il funzionamento dell'attività stessa. E quindi un'impresa turistica dovrà rivolgersi a costruttori, avvocati, commercialisti, fornitori di cibo e bevande, energia elettrica e via discorrendo, i quali, a loro volta, si rivolgeranno ad altri fornitori continuando il processo.

Questo giro di spesa viene chiamato effetto indiretto. Dunque, gli effetti indiretti sono i cambiamenti di produzione derivanti dai vari cicli di spesa delle entrate del settore turistico nelle industrie collegate ad esse (ad esempio industrie fornitrici di prodotti e servizi per alberghi). Inoltre grazie ai giri di spesa diretti ed indiretti, si avrà un accumulo di reddito per i residenti locali, sotto forma di rendite, salari, interessi e profitti che rappresentano gli effetti indotti. La somma di tutti e tre gli effetti andrà a determinare l'impatto economico (totale) del turismo.

Infine, se gli effetti diretti sono stimabili anche nel breve periodo, quelli indiretti e quelli indotti sono più complessi da calcolare, per cui bisogna attendere un intervallo di tempo maggiore al fine di conoscerne gli esiti.

Secondo le indagini della WTTC (fig. 10), il turismo ha avuto il seguente impatto (diretto, indiretto e indotto) dal 2003 fino al 2013, con le previsioni per il 2023, considerando a sinistra, il contributo totale del turismo al PIL, e a destra viene considerata anche l'occupazione.



### 1.3 IL TURISMO E IL MERCATO DEL LAVORO

La consistenza di imprese e lavoratori nel 2015 il settore turismo (alberghi, campeggi, bar, ristoranti, stabilimenti balneari e termali, discoteche e agenzie di viaggi e parchi divertimento) contava, in media d'anno, circa 964mila lavoratori dipendenti e 171mila aziende con almeno un dipendente. La stagionalità è una caratteristica del settore che emerge chiaramente dalla variabilità di aziende ed occupazione nei diversi mesi dell'anno.

Nel primo caso la forbice va da 153.466 a 189.131 unità.

Nel secondo, da 801.159 a 1.135.512 unità.

Consistenza anno 2015:

Dipendenti min 801.159 - max 1.135.512 - media 963.771

Aziende min 153.466 - max 189.131 - media 171.483

Dipendenti per azienda min 5,2 - max 6,0 - media 5,6

Il turismo presenta una struttura produttiva caratterizzata da imprese di piccole dimensioni con un numero di dipendenti che, in media, è pari a 5,6 unità. L'irrobustimento della base occupazionale nei mesi estivi, ma anche quello del numero delle aziende operative, porta la dimensione media a 6 dipendenti per azienda. Si ricorda che in questa sede si fa riferimento alla sola occupazione dipendente e non dunque al lavoro prestato da titolari e collaboratori familiari che rappresenta almeno un terzo della quota complessiva dell'input di lavoro nel settore.

## I lavoratori dipendenti per classe di età.

Il turismo può contare su una forza lavoro sostanzialmente giovane. Quasi il 70% dei dipendenti ha meno di quarant'anni e il 44% meno di 30. Gli ultrasessantenni sono appena lo 0,9% del totale. Non è trascurabile, tuttavia, la presenza di lavoratori appartenenti alle fasce di età intermedie: il 21% dei dipendenti ha un'età compresa tra 40 e 50 anni.

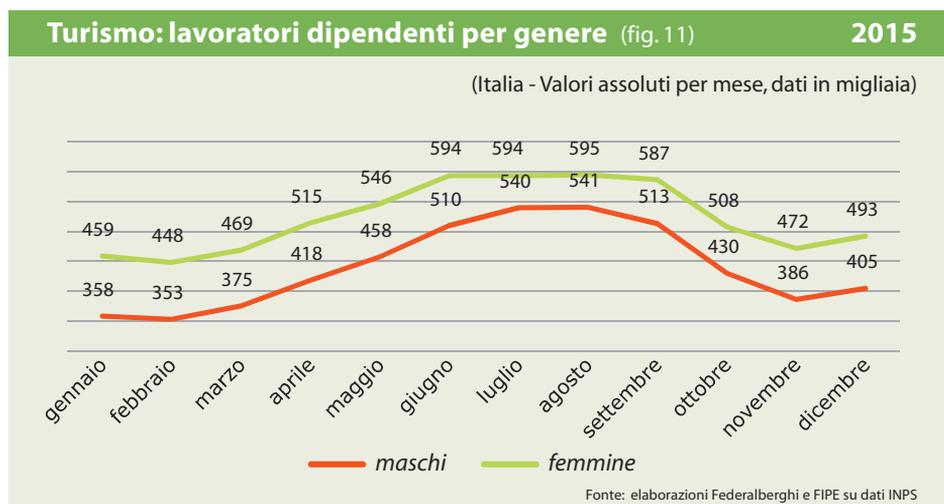
## I lavoratori dipendenti per genere.

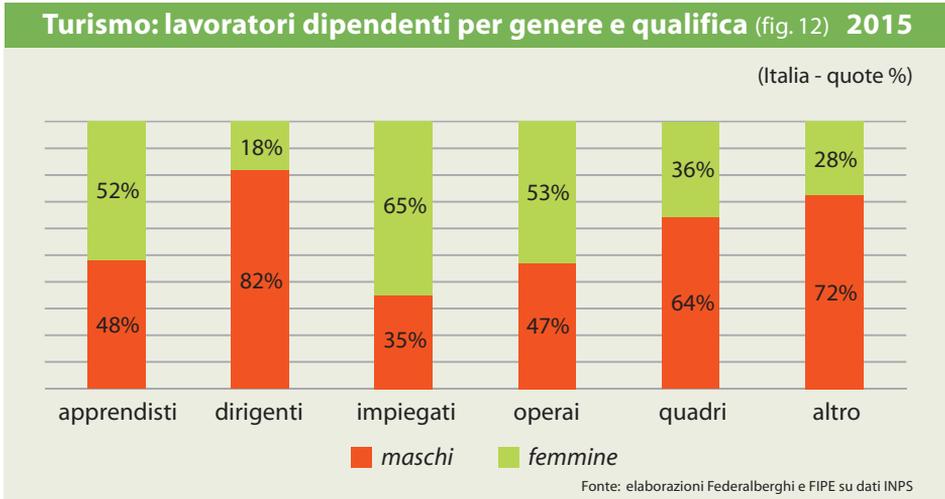
Il lavoro nel turismo è in prevalenza femminile. I lavoratori di sesso maschile rappresentano il 46% dei dipendenti. L'appeal del settore sulle donne è tradizionalmente collegato alla possibilità di coniugare, nell'ambito dell'attività, le esigenze lavorative con quelle familiari. Sono donne il 65% degli impiegati, il 53% degli operai, il 36% dei quadri e il 18% dei dirigenti. Il 52% degli apprendisti è donna.

Il fenomeno della stagionalità incide maggiormente sulle dinamiche occupazionali dei servizi ricettivi, mentre condiziona in maniera molto più marginale il comparto dell'intermediazione.

All'interno del comparto ricettivo, gli alberghi rappresentano la tipologia prevalente incidendo per l'81,8% in termini di lavoratori dipendenti e per il 74,5% in termini di aziende.

A seguito del fenomeno della stagionalità, gli alberghi e gli esercizi ricettivi in generale, assumono principalmente durante il periodo di alta stagione, infatti, il maggior numero di dipendenti si riscontra nei mesi di luglio e agosto (+38% rispetto alla media annua) mentre a novembre la chiusura degli esercizi porta ad una decrescita rispetto alla media annua del 29,2% (fig. 11).





## 1.4 LA NECESSITÀ DI UN TURISMO COORDINATO E DISCIPLINATO DAL PUNTO DI VISTA LEGISLATIVO

### L'importanza del diritto del turismo.

Affinché ci sia un coordinamento di tutte quelle attività che rientrano nell'ambito turistico, risulta di importanza fondamentale il campo legislativo.

Infatti, con l'approvazione del Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo, il legislatore ha inteso dare un chiaro segnale in merito alla necessità di ridefinizione di una materia tanto recente quanto complessa e variegata.

L'intera disciplina del diritto del turismo, infatti, solo da pochi anni è divenuta oggetto di studio sistematico da parte degli operatori del diritto, i più attenti dei quali hanno saputo scorgere, nel mare magnum della materia, gli istituti più controversi da approfondire e i settori maggiormente coinvolti dal mercato, che meritano una regolamentazione ad hoc.

La peculiare conformazione del diritto del turismo, che può essere considerato alla stregua di un crocevia tra diritto privato, pubblico e diritto della navigazione, non deve essere sfuggita al legislatore, che ne ha progressivamente delineato le ulteriori implicazioni anche nella già rinnovata materia della tutela degli consumatori, anche se sotto l'evidente incentivo comunitario.

L'ultimo e più importante intervento in questa disciplina, a livello italiano, è rappresentato dall'approvazione, da parte del Consiglio dei ministri, di un decreto legislativo di riordino del settore turistico, ribattezzato "Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo".

Tale provvedimento, ad una prima superficiale interpretazione, può assumere le fattezze di una sorta di normativa di riordino di una disciplina così vasta, con lo scopo di tutelare principalmente il turista, aiutare le imprese, stimolare la qualificazione dell'offerta turistica nell'ottica di una maggiore competitività del turismo italiano.

Gli obiettivi sopra menzionati sono di importanza fondamentale soprattutto in un momento di grave recessione economica come quella attuale, in quanto un turismo di qualità elevata e coordinato dal punto di vista legislativo, potrebbe rappresentare un volano di sviluppo per il settore economico italiano è uno strumento di rilancio della competitività del sistema economico italiano nel suo complesso.

Ovviamente, gli interventi nel campo della legislazione turistica non sono solo di carattere nazionale, in quanto rappresenta un fenomeno globale, quindi necessita di una coordinazione legislativa molto più ampia. A tal proposito, c'è un fiorire di interventi legislativi sia a livello europeo ma anche a livello internazionale, senza trascurare però l'importanza di una legislazione turistica regionale più vicina alla destinazione turistica di riferimento.



Palermo, porto della Cala - *illustrazione di Ludmila Shashkova*



Gratteri, chiesa - *illustrazione di Ludmila Shashkova*



Palermo, capo Gallo - *illustrazione di Ludmila Shashkova*



Petralia Sottana, agriturismo Monaco di Mezzo - *illustrazione di Ludmila Shashkova*



Paesaggio dell'interno della Sicilia - *illustrazione di Ludmila Shashkova*



Taormina - *illustrazione di Ludmila Shashkova*



Palermo, chiese di S. M. dell'Amiraglio e di San Cataldo - *illustrazione di Ludmila Shashkova*



Costa siciliana - *illustrazione di Ludmila Shashkova*

## 12.6 I DOVERI DEL TURISTA

Il turista, nell'effettuare viaggi e vacanze, deve attenersi ai principi per una corretta fruizione del sistema turistico sanciti dal **Codice mondiale di etica del turismo**. In particolare il turista deve:

- rispettare le leggi, gli usi e i costumi del Paese visitato, nonché le tradizioni e le pratiche sociali e culturali di tutti i popoli, comprese quelle delle minoranze e delle popolazioni autoctone, e riconoscere il loro valore;
- mantenere un comportamento che non risulti offensivo o ingiurioso per le comunità locali;
- informarsi, anche prima della partenza, sulle caratteristiche dei Paesi che si intende visitare ed essere a conoscenza dei rischi relativi alla salute e alla sicurezza inerenti ad ogni viaggio al di fuori del proprio ambiente usuale e comportarsi in modo tale da ridurre i rischi al minimo;
- astenersi dal commettere atti che possano configurarsi come reati di prostituzione e pornografia minorile, che la legge italiana punisce con la reclusione, anche se commessi all'estero;
- astenersi dall'arrecare danno alle strutture deputate all'ospitalità;
- rispettare l'ambiente naturale ed il patrimonio storico, artistico e culturale del paese visitato.

**NOTA:** Il “Codice mondiale di etica del turismo”, promosso dall'Organizzazione mondiale del turismo, è consultabile sul sito [www.unwto.org](http://www.unwto.org)



Porticciolo in Sicilia - illustrazione di Ludmila Shashkova

## ADDENDUM

---

# Repertorio della normativa turistica

### PRINCIPALI NORME DELL'UNIONE EUROPEA IN MATERIA DI TURISMO

#### Le agenzie di viaggi.

**Decreto legislativo 21 maggio 2018, n. 62** - Attuazione della direttiva (UE) 2015/2302 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2015, relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio e che abroga la direttiva 90/314/CEE del Consiglio (18G00086). *Gazzetta Ufficiale* 6 giugno 2018, n. 129.

**Direttiva n. 2000/31/CE** relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno. Recepita in Italia dal decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70.

**Direttiva n. 2005/36/CE 7 settembre 2005** del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al riconoscimento delle qualifiche professionali (Direttore Tecnico). Recepita in Italia con il decreto legislativo 6 novembre 2007, n. 206 e decreto legislativo 28 gennaio 2016, n. 15.

#### Le professioni turistiche.

**Direttiva 2005/36/CE 7 settembre 2005** del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al riconoscimento delle qualifiche professionali (Guida/accompagnatrice turistica). Recepita in Italia con il decreto legislativo 6 novembre 2007, n. 206 e decreto legislativo 28 gennaio 2016, n. 15.

**Direttiva 2006/123/CE 12 dicembre 2006** del Parlamento europeo e del Consiglio relativa ai servizi nel mercato interno art. 3, 1, che riconosce la prevalenza di altri atti comunitari precedenti che disciplinano aspetti specifici nell'esercizio. Recepita in Italia con il decreto legislativo 26 marzo 2010, n. 59.

## BIBLIOGRAFIA

---

- Adamo C., Pollicino F., Villari S., *Codice della Regione siciliana*, Giuffrè, Milano, 1996.
- Alibrandi A., *Codice della legislazione sul turismo*, Casa editrice Stamperia Nazionale, 1966.
- Alvisi C. - Zunarelli S., *Lezioni di legislazione del turismo*, Libreria Bonomo Editrice, Bologna, 2005.
- Andriola L., Interdonato M., *Il turismo sostenibile: obiettivi, principi e principali esperienze in atto*, ENEA, Roma, 2002.
- Antonucci D., *Commento al Codice dei beni culturali e del paesaggio*, Sistemi Ed.li Se, Napoli, 2005.
- Becheri E., *Rapporto sul turismo italiano*, Mercury S.r.l., Firenze.
- Berry L. L. - Parasuramana A. - Zeithaml V. A., *Servire qualità*, McGraw-Hill, Milano, 1991.
- Cabiddu M. A. - Grasso N., *Diritto dei Beni culturali e del paesaggio*, G. Giappichelli, Torino, 2004.
- Calabrò G., *La certificazione nel settore turistico*, Franco Angeli, Messina, 2009.
- Candela G. - Figini P., *Economia del turismo e delle destinazioni*, McGraw - Hill Companies, 2014.
- Cavallaro C., *Codice alberghiero*, ET/AS Kompass Editore, 1964.
- Cavallaro C., *Codice alberghiero*, Giuffrè Editore, 1971.
- Cavallaro C., *Codice alberghiero*, Giuffrè Editore, 1976.
- Curti Gialdino C., *Codice costituzionale dell'Unione europea*, Edizioni Giuridiche Simone, Caserta.
- De Bono E., *Creatività e pensiero laterale*, BUR - Biblioteca Universale Rizzoli, 2001.
- De Bono E., *Sei cappelli per pensare*, BUR Biblioteca Universale Rizzoli, 2001.
- Degrassi L. - Franceschelli V., *Turismo. Diritto e diritti*, collana "Quaderni", Università Milano Bicocca Dipartimento di diritto per l'economia, editore Giuffrè, 2010.

- Fazio F. - Balsamo E. - Lattanti M., *Legislazione turistica*, Istituto Poligrafico dello Stato, Libreria dello Stato, 1964.
- Franceschelli V. - Morandi F., *Manuale di diritto del turismo*, coordinato da M. Malo e G. Tassoni, G. Giappichelli, 2017.
- Galgano A., *La qualità totale*, Il Sole 24 Ore, 2004.
- Giurrandino A. - Cangemi A., *The Eden project: an instrument to stimulate the relationship between sustainability and tourism*, convegno “Sustainable Tourism within High Risk Areas of Environmental Crisis”, Messina, 22-25 aprile 2009, ISBN: 978-88-96116-21-0.
- Gorla S., *Il nuovo Codice del turismo: commento organico al decreto legislativo 23 maggio 2011 n. 79*, Edizioni Simone, Napoli, giugno 2011.
- Guerinoni E., *Disciplina dei contratti turistici e danno da vacanza rovinata*, IPSOA, 2009.
- Ishikawa K., *Che cos'è la qualità totale*, Il Sole 24 Ore, 2004.
- Kotler P. - Jain Dipak C. - Maesincee Suvit, *Il marketing che cambia. Un nuovo approccio al profitto, alla crescita e al rinnovamento*, Il Sole 24 Ore, Pirola, 2002.
- Kotler P. - Bowen J. - Makens J., *Marketing del turismo*, McGraw - Hill Companies, 2003.
- Kotler P., *Marketing management*, XI edizione, Pearson Education Italia, 2004.
- Kotler P. Trias de Bes F., *Marketing laterale. Tecniche nuove per trovare idee rivoluzionarie*, Il Sole 24 Ore, Pirola, 2004.
- Kotler N. - Kotler P., *Marketing dei musei. Obiettivi, traguardi, risorse*, Einaudi, 2004.
- Martelloni R., *Nuovi territori. Riflessioni e azioni per lo sviluppo e la comunicazione del turismo culturale*, Franco Angeli Editore, Milano, 2007.
- Murphy P. E., *Tourism and Sustainable Development*, W. F. Theobald, *Global Tourism: The Next Decade*, Oxford: Butterworth-Heinemann, 274-290, 1994.
- Organizzazione Mondiale del Turismo, *Guida degli indicatori di sviluppo sostenibile per le destinazioni turistiche*, 2004.
- Panzica S., *La normativa di riferimento per le strutture turistico-ricettive in Sicilia*. Editore AAPIT Palermo; I edizione, giugno 1999 (volume e cd).
- Panzica S., *La normativa turistica in Sicilia. Vademecum del quadro normativo nel comparto turistico; Raccolta della legislazione nazionale e regionale*. Editore AAPIT Palermo; II edizione, maggio 2003 (volume + cd).

- Panzica S., *La normativa turistica e dei beni culturali e paesaggistici. Vademecum del quadro normativo turistico e culturale; Raccolta della normativa italiana e siciliana in relazione con le disposizioni internazionali.* Editore AAPIT Palermo; III edizione, agosto 2007 (volume + cd).
- Panzica S., *La normativa turistica nel contesto del turismo eco-sostenibile delle Regioni e dello Stato italiano. Quadro comparativo con l'ordinamento turistico dell'Unione europea.* Editore Regione siciliana, Assessorato del turismo, dello sport e dello spettacolo; IV edizione, gennaio 2015 (volume).
- Panzica S., *La normativa turistica nel contesto del turismo eco-sostenibile delle Regioni e dello Stato italiano. Quadro comparativo con l'ordinamento turistico dell'Unione europea.* V edizione, agosto 2016 (pdf).
- Panzica S., Giurrandino A., Noto G. *La ricettività diffusa per lo sviluppo della micro impresa turistica.* I edizione DES srl, 2016 (formato epub);
- Panzica S., *La normativa turistica nel contesto del turismo eco-sostenibile delle Regioni e dello Stato italiano; Quadro comparativo con l'ordinamento turistico dell'Unione europea.* VI edizione, edizioni DES s.r.l., febbraio 2017 (e-book, pdf).
- Santagata R., *Diritto del turismo. Il sistema giuridico italiano,* III edizione, UTET, 2018.
- Sciarelli S., *Il management dei sistemi turistici locali: strategie e strumenti per la governance,* Giappichelli editore, Torino, 2007.
- TCI - Touring Club Italiano, *Sviluppo sostenibile e competitività del settore turistico,* 2005.
- Vipiana P. M., *Diritto pubblico del turismo,* Pacini Giuridica, 2019.
- Panzica S. - Marino A., *Guida al diritto pubblico e privato del turismo,* Palermo, 2019.

## SITOGRAFIA

---

Istituzioni e organizzazioni internazionali e dell'Unione europea

- <http://www2.unwto.org>
- [http://europa.eu/index\\_it.htm](http://europa.eu/index_it.htm)
- <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
- [www.normattiva.it](http://www.normattiva.it)
- <http://www.governo.it/presidenza/DSCT/>
- <http://camera.mac.ancitel.it/lrec>

- [www.ontit.it](http://www.ontit.it)
- [www.italia.it](http://www.italia.it)
- [www.enit.it](http://www.enit.it)
- [www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/index.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/index.html)
- [www.istat.it](http://www.istat.it)

#### Regioni italiane

- <http://turismo.regioni.it/normativa.asp?ssid=3>
- <http://leggi.regione.abruzzo.it>
- [www.consiglio.basilicata.it](http://www.consiglio.basilicata.it)
- [www.turiscalabria.it/normative.asp](http://www.turiscalabria.it/normative.asp)
- [www.sito.regione.campania.it](http://www.sito.regione.campania.it)
- <http://demetra.regione.emilia-romagna.it>
- <http://lexview-int.regione.fvg.it/fontinormative/xml/index.aspx>
- <http://notes.regione.lazio.it>
- <http://leggi.regione.liguria.it>
- [www.consiglionline.lombardia.it](http://www.consiglionline.lombardia.it)
- [www.consiglio.marche.it](http://www.consiglio.marche.it)
- [www.regione.molise.it](http://www.regione.molise.it)
- [www.regione.piemonte.it](http://www.regione.piemonte.it)
- [www.lexbrowser.provinz.bz.it](http://www.lexbrowser.provinz.bz.it)
- [www.consiglio.provincia.tn.it](http://www.consiglio.provincia.tn.it)
- [www.regione.puglia.it](http://www.regione.puglia.it)
- [www.regione.sardegna.it](http://www.regione.sardegna.it)
- [www.ars.sicilia.it](http://www.ars.sicilia.it)
- [www.regione.toscana.it](http://www.regione.toscana.it)
- [www.turismo.regione.umbr.it](http://www.turismo.regione.umbr.it)
- [www.consiglio.regione.vda.it](http://www.consiglio.regione.vda.it)
- [www.regione.veneto.it](http://www.regione.veneto.it)

#### Privati

- [www.altalex.com](http://www.altalex.com)
- [www.bosettiegatti.com](http://www.bosettiegatti.com)
- [www.quick Sicily.com](http://www.quick Sicily.com) (*annuari alberghi della Sicilia*)

Finito di stampare nel mese di novembre 2019  
presso lo stabilimento Photograph s.r.l.  
di Palermo  
per conto della Società Marino Tourist s.r.l.  
di San Vito Lo Capo.

*per acquistare il volume  
contattare*



saveriopanzica@gmail.com



info@marinotourist.it



328.6645339 dott. Saverio Panzica



328.2764348 dott. Antonio Marino



Case per vacanza, B&B,  
Alberghi diffusi, Agriturismo, Hotel

*caratteristiche tecniche del volume*

dimensioni: cm base 16,5 x altezza 24

pagine: n. 480

stampa: a colori

legatura: brossurato con copertina rigida

illustrazioni: Ludmila Shashkova

ISBN: 979-12-200-5495-9

aggiornamento: novembre 2019



### Saverio Panzica

Esperto in legislazione, marketing e qualità dei servizi turistici. È stato dirigente della pubblica amministrazione nel settore turismo: *Ente provinciale turismo (EPT)*, *Azienda autonoma provinciale per l'incremento turistico di Palermo (AAPIT)*, *Agenzia regionale per l'ambiente (ARPA)* e *Assessorato regionale per il turismo, sport e spettacolo della Regione siciliana*. Ha svolto compiti di direzione nelle seguenti aree: Informazioni turistiche; Professioni turistiche; Agenzie di viaggi e tour operator; Strutture turistico-ricettive alberghiere ed extra-alberghiere; Finanziamenti per le strutture turistico-ricettive; Fondi strutturali per i finanziamenti dell'Unione europea.

Docente per la formazione IFTS, universitaria, post-universitaria. Ha collaborato alla stesura di oltre 70 tesi nel settore turistico, sia vecchio ordinamento che nuovo ordinamento; master universitari e privati e dottorati di ricerca post-lauream. È autore di oltre dieci pubblicazioni in materia di legislazione turistica oltre che relatore di innumerevoli congressi e seminari in tutta Italia.

e-mail: [saveriopanzica@gmail.com](mailto:saveriopanzica@gmail.com) tel. 328.6645339



### Antonio Marino

Albergatore, vive tra San Vito Lo Capo, Trapani e Palermo. Fin dai banchi di scuola è un appassionato di diritto ed in particolare di diritto e legislazione turistica, ragione per la quale frequenta la facoltà di giurisprudenza LUMSA di Palermo, ove si laurea con una tesi di diritto del turismo dal titolo "La normativa turistica tra fonti regionali, statali e dell'Unione europea. Il caso della Sicilia".

Giovanissimo, entra a far parte dell'azienda di famiglia, la *Marino Tourist*, collaborando alla gestione della società turistico-alberghiera. Dopo anni di esperienza maturata sul campo e una volta conseguita la laurea, si trasferisce a Padova e poi a Parma, dove consegue due master specialistici.

È consulente giuridico di varie strutture ricettive siciliane, docente di diritto del turismo presso Master e seminari formativi.

Attualmente si occupa della gestione completa e direzione della *Marino Tourist Residence & Hotel*. Dal mese di maggio 2019, ricopre la carica di Presidente provinciale di *Federalberghi Trapani*.

e-mail: [dott.antoniomarino@gmail.com](mailto:dott.antoniomarino@gmail.com) tel. 328.2764348

ISBN 979-12-200-5495-9



9 791220 054959

© 2019 Marino Tourist s.r.l.  
ISBN 979-12-200-5495-9

euro 25,00

*Quicksicily.com*

Studio grafico Pietro Lupo - Palermo - [www.quicksicily.com](http://www.quicksicily.com) [info@quicksicily.com](mailto:info@quicksicily.com) [asplupo@libero.it](mailto:asplupo@libero.it)  
pdf vers 081219