

le pagine di

RISPOSTE



TURISMO



**“Come applicano la normativa sui
pacchetti turistici le agenzie di
viaggio italiane?”**

di Clara Benevolo e Mario Grasso

“Come applicano la normativa sui pacchetti turistici le agenzie di viaggio italiane?”

di Clara Benevolo⁽¹⁾ e Mario Grasso⁽²⁾

Nel luglio 2018, il d. lgs. 62/2018 ha recepito, in Italia, la Direttiva UE 2015/2302 sui pacchetti turistici che, come noto, ha considerato i cambiamenti intervenuti nell'era digitale equiparando i diritti del consumatore che acquista online a quelli di chi acquista offline e ha ampliato le responsabilità dei “professionisti” ovvero dei soggetti che agiscono nei contratti del turismo organizzato (in primis gli organizzatori e i venditori).

Il d.lgs. 62/2018 ha notevolmente modificato il Codice del Turismo riscrivendo la parte relativa ai contratti del turismo organizzato e introducendo molte novità, fra le quali la definizione del pacchetto turistico e dei servizi collegati, gli obblighi inerenti alle informazioni contrattuali, le modifiche al contratto di pacchetto turistico, i risarcimenti.

In questo contributo non ci si propone di approfondire tali disposizioni dal punto di vista giuridico bensì di verificare se e in quale modo alcuni punti della nuova normativa sono conosciuti e applicati nel mercato, anche in riferimento a qualche caso pratico. A due anni di distanza abbiamo quindi ritenuto opportuno ed interessante realizzare un'indagine presso le agenzie di viaggio italiane sui seguenti aspetti:

- il livello di conoscenza della nuova normativa;
- il modo in cui “i professionisti” operano in relazione ad alcune richieste della clientela che possono configurarsi come pacchetti

turistici o servizi collegati (sono stati a tale scopo presentati alcuni casi pratici);

- la consapevolezza circa le diverse responsabilità conseguenti alle ipotesi di cui sopra;
- la valutazione circa la richiesta di “quote d'iscrizione” o di “gestione pratica” da parte dei tour operator;
- la consegna prima della conclusione del contratto del “modulo informativo standard”;
- la percezione degli agenti riguardo la conoscenza da parte dei viaggiatori dei loro diritti e degli obblighi/risponsabilità degli operatori.

Per raggiungere le finalità sopra esposte, nel periodo giugno-luglio 2020 è stato inviato un questionario ad un campione costituito dagli agenti di viaggio operanti in sette Regioni: Liguria, Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige nel Nord Italia; Marche e Toscana nel Centro; Puglia e Sicilia nel Sud.

Complessivamente il questionario è stato inviato a 4.061 agenzie (in tale numero sono comprese sia le sedi sia i punti vendita appartenenti alla stessa impresa) che rappresentano circa il 25% delle agenzie operative sull'intero territorio nazionale, come segnalate da INFOTRAV – Informazione in tempo reale sulle agenzie di viaggio. Hanno risposto 311 agenzie.

(1) Professore associato del Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Genova

(2) Professore a contratto del Dipartimento di Lingue e Culture Moderne dell'Università degli Studi di Genova

“How do Italian travel agencies apply the legislation on tourist packages?”

by Clara Benevolo⁽¹⁾ and Mario Grasso⁽²⁾

In July 2018, in Italy, the d. lgs. 62/2018 implemented the EU Directive 2015/2302 on tourist packages which, as well known, considered the changes that have taken place in the digital era, equalizing the rights of the consumers who buy online with the rights of those who buy offline, and has expanded the responsibility of the "professionals", namely the subjects who act in organized tourism contracts (primarily the organizers and sellers).

The d. lgs. 62/2018 has significantly modified the Italian “Codice del Turismo” by rewriting the part related to organized tourism contracts and introducing many innovations, including the definition of the tourist package and related services, the obligations inherent to contractual information, the changes to the tourist package contract, and the reimbursements.

This contribution does not propose to analyze these provisions from a legal point of view but to verify if and in what way some points of the new legislation are known and applied in the market, also with reference to some practical cases. Two years later, we considered appropriate and interesting to carry out a survey with Italian travel agencies on the following aspects:

- the level of knowledge of the new legislation;

- how "professionals" operate in relation to some customer requests that can be configured as tourist packages or related services (some practical cases have been presented for this purpose);
- the awareness of the various responsibilities resulting from the above hypotheses;
- the evaluation of the request for "registration fees" or "practical management" by tour operators;
- the delivery of the “standard information form” before the conclusion of the contract;
- their perception of travelers' knowledge of their rights and obligations/responsibilities of operators.

To achieve these purposes, in the period June-July 2020, a questionnaire was sent to a sample made up of travel agents operating in seven regions: Liguria, Friuli Venezia Giulia and Trentino Alto Adige in Northern Italy; Marche and Tuscany in the Center; Puglia and Sicily in the South.

Overall, the questionnaire was sent to 4,061 agencies (this number includes both the offices and the sales points belonging to the same company) which represent about 25% of the operating agencies throughout the Italian country, as reported from INFOTRAV – Real-time information on travel agencies. 311 agencies responded.

(1) Associate Professor of the Department of Economics of the University of Genoa, Italy

(2) Professor on contract of the Department of Languages and Modern Cultures of the University of Genoa, Italy

“Come applicano la normativa sui pacchetti turistici le agenzie di viaggio italiane?”

di Clara Benevolo e Mario Grasso*

1. La Direttiva UE 2015/2302 sui pacchetti turistici e servizi turistici

Nel luglio 2018, il d. lgs. 62/2018 ha recepito in Italia la Direttiva UE 2015/2302¹ sui pacchetti turistici e servizi turistici collegati che, come noto, si è proposta i seguenti obiettivi:

- 1) armonizzare le legislazioni degli Stati membri, agevolando sia le scelte dei consumatori sia l'attività delle imprese nel mercato interno;
- 2) ampliare in tutta l'Unione la tutela dei consumatori che usufruiscono dei pacchetti turistici e le responsabilità dei “professionisti”, ovvero dei soggetti che agiscono nei contratti del turismo organizzato (*in primis* gli organizzatori e i venditori);
- 3) considerare i cambiamenti intervenuti nell'era digitale ed equiparare i diritti del consumatore che acquista online a quelli di chi acquista offline.

Il d.lgs. 62/2018 ha notevolmente modificato il Codice del Turismo riscrivendo la parte relativa ai contratti del turismo organizzato: molte sono le novità introdotte, fra le quali la definizione del pacchetto turistico e dei servizi collegati, gli obblighi inerenti alle informazioni contrattuali, le modifiche al contratto di pacchetto turistico, i risarcimenti.

¹ 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.

Il presente contributo non si propone di approfondire tali disposizioni dal punto di vista giuridico bensì di verificare se e in quale modo alcuni punti della nuova normativa sono conosciuti e applicati nel mercato, anche in riferimento a qualche caso pratico. A due anni di distanza, quindi, è stato ritenuto opportuno e interessante realizzare un'indagine presso le agenzie di viaggio italiane sui seguenti aspetti:

- il livello di conoscenza della nuova normativa;
- il modo in cui “i professionisti” operano in relazione ad alcune richieste della clientela che possono configurarsi come pacchetti turistici o servizi collegati (sono stati a tale scopo presentati alcuni casi pratici);
- la consapevolezza sulle diverse responsabilità conseguenti alle ipotesi di cui sopra;
- la valutazione circa la richiesta di “quote d’iscrizione” o di “gestione pratica” da parte dei tour operator;
- la consegna prima della conclusione del contratto del “modulo informativo standard”;
- la percezione delle agenzie riguardo la conoscenza da parte dei viaggiatori dei loro diritti e degli obblighi/responsabilità degli operatori.

Per raggiungere le finalità sopra esposte, nel periodo giugno-luglio 2020 è stato predisposto un questionario che è stato proposto ad un campione costituito dagli agenti di viaggio operanti in sette Regioni: Liguria, Friuli Venezia Giulia e Trentino Alto Adige nel Nord Italia, Marche e Toscana nel Centro, Puglia e Sicilia nel

Sud. Il questionario è stato inviato a 4.061 agenzie (sono comprese sia le sedi sia i punti vendita appartenenti alla stessa impresa) che rappresentano circa il 25% delle agenzie operative sul territorio nazionale, come indicato da INFOTRAV – *Informazione in tempo reale sulle agenzie di viaggio*. Tale portale, di proprietà del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e gestito dalla Direzione Generale del turismo, è una banca dati alimentata e aggiornata dalle Regioni e dagli Enti locali². All'indagine hanno risposto 311 agenzie: nelle Marche ha risposto un'agenzia su dieci, in Liguria oltre il 12% delle agenzie e nelle restanti regioni una media pari a più del 7% delle imprese contattate. Il questionario è stato proposto in formato digitale tramite la piattaforma Survey Monkey; il link per accedere alla compilazione è stato inviato via mail, agli indirizzi reperiti sul database INFOTRAV.

Tabella 1 – Agenzie di viaggio rispondenti

Regione	n° adv contattate	n° adv rispondenti	% adv rispondenti
F. V. G.	189	16	8,47%
Liguria	367	46	12,53%
T. A. A.	175	17	9,71%
Toscana	1.135	68	5,99%
Marche	378	39	10,31%
Puglia	772	63	8,16%
Sicilia	1.045	62	5,93%
Totale	4.061	311	7,65%

² Si ringrazia il dott. Marco Molinello, dell'agenzia Margi Viaggi Genova, per il contributo alla raccolta dei dati e a una prima loro elaborazione.

2. Analisi dei risultati

Le persone che hanno risposto al questionario si sono qualificate come banconisti (156), titolari dell'agenzia di viaggio (133) e direttori tecnici (22). Ovviamente molti proprietari, pur essendo i direttori tecnici della propria agenzia di viaggio (nella quale possono dedicarsi anche a funzioni di tipo operativo), si sono qualificati come titolari. Al fine di comprendere il tipo di attività prevalentemente svolta dalle agenzie, è stato chiesto di indicare quale percentuale (approssimativa) del loro reddito complessivo derivi da:

- attività di intermediazione (vendita di servizi turistici e/o pacchetti turistici offerti da terzi);
- produzione di viaggi in offerta al pubblico;
- produzione di viaggi "su misura".

In base alle risposte fornite sono state considerate:

- "agenzie di viaggio dettaglianti" quelle agenzie nelle quali l'attività di intermediazione incide per il 70% o più sul reddito totale dell'impresa;
- "agenzie miste" le restanti agenzie di viaggio ove non si rileva una netta prevalenza di un tipo di attività rispetto alle altre;
- "tour operator" quelle agenzie nelle quali le attività di produzione di viaggi (in offerta al pubblico e "su misura") incidono per il 70% o più sul reddito totale.

Tale distinzione è utile per capire la diversa sensibilità ai temi trattati secondo la natura dell'impresa coinvolta e dell'attività svolta.

Tabella 2 – Tipologie di agenzie di viaggio che hanno risposto al questionario

Regione	Agenzie dettaglianti	Agenzie miste	Tour operator
F. V. G.	8	7	1
Liguria	24	20	2
T. A. A.	4	10	3
Toscana	22	41	5
Marche	19	17	3
Puglia	19	39	5
Sicilia	21	35	6
Totale	117	169	25

La prima domanda del questionario ha riguardato la conoscenza della Direttiva UE 2015/2302. Solo il 61% dei rispondenti afferma di conoscere abbastanza bene la normativa: fra questi, il 15% dichiara di conoscerla grazie al lavoro svolto dalle associazioni di categoria e il 6% grazie ad un approfondimento a livello personale. Circa un terzo delle agenzie coinvolte nella ricerca afferma di sapere di cosa si tratta ma di non conoscerne i dettagli: evidentemente hanno idea di quale sia l'oggetto della Direttiva in esame, tuttavia non conoscono i cambiamenti e le regole che essa ha introdotto nel Codice del Turismo. In ultimo, il 5% delle agenzie di viaggio afferma di non sapere di cosa si tratti.

Solo il 70% dei tour operator e il 55% delle agenzie dettaglianti dichiara di conoscere abbastanza bene la normativa mentre il 45% non conosce i dettagli o non sa di che cosa si tratti. Guardando alla distribuzione sul territorio italiano, le agenzie che dichiarano di conoscere abbastanza bene la normativa in oggetto (per studio personale o grazie alle associazioni di categoria) sono presenti in percentuale maggiore

nel Nord Italia (65%), seguite da quelle del Centro (62%) e, infine, da quelle del Sud (58%).

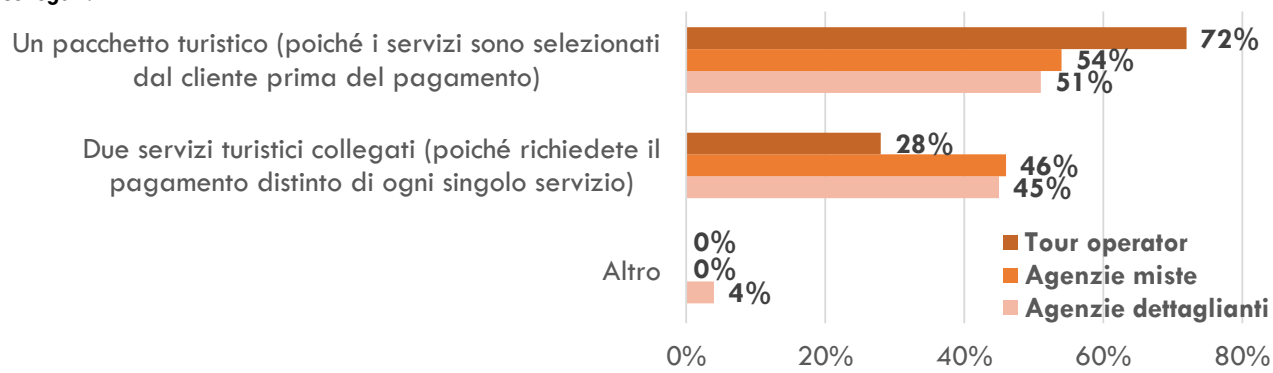
I risultati lasciano perplessi in quanto risulta eccessivamente elevato il numero di agenzie poco informate sui cambiamenti intervenuti, che pervadono e caratterizzano la loro attività lavorativa. Emerge quindi evidente la necessità di un adeguato aggiornamento professionale che coinvolga la categoria, che ha precisi obblighi e responsabilità nei confronti dei viaggiatori.

Successivamente, il questionario ha posto di fronte agli intervistati un caso pratico con l'obiettivo di verificare, in presenza di una richiesta di più servizi turistici, se l'agenzia ritiene di vendere un pacchetto turistico oppure servizi collegati. La domanda era formulata come segue: *"ipotizziamo che si presenti in agenzia un cliente che, per un suo determinato viaggio, richieda la prenotazione di almeno due servizi turistici (un servizio di trasporto aereo e un servizio alberghiero e/o il noleggio di un'autovettura); in tale caso, che implica contratti distinti con i singoli fornitori dei servizi, l'agenzia vende:*

- un pacchetto turistico (poiché i servizi sono selezionati dal cliente prima del pagamento);*
- due servizi turistici collegati (poiché richiedono il pagamento distinto di ogni singolo servizio);*
- altro.*

Analizzando i risultati scomposti per tipologia di agenzia di viaggio (grafico 1), il 72% dei tour operator ritiene che il caso proposto dia luogo alla creazione di un pacchetto turistico. Le agenzie miste e dettaglianti si dividono quasi equamente in due parti: la prima ritiene di realizzare e vendere un pacchetto turistico; la seconda pensa di agevolare l'acquisto di servizi turistici collegati.

Grafico 1 – La richiesta di due servizi turistici che comportano contratti distinti con i singoli fornitori: pacchetto turistico o servizi collegati?



Soltanto il 4% dei professionisti prevede altre alternative fra le quali citiamo le seguenti: “se i servizi sono comprati entro 24 ore è un pacchetto”, “fatturo separatamente e vendo due servizi”, “se non viene fatto nello stesso momento sono sempre due servizi collegati”.

Il caso considerato comporta che l’agenzia possa svolgere due funzioni distinte: realizzare un pacchetto turistico o vendere due servizi collegati, a seconda del modo in cui la stessa si comporta con il cliente. Tali alternative sono definite dal Codice del Turismo (modificato dal d. lgs. 62/2018). Infatti, il pacchetto turistico (art. 33, 1, c) è “la combinazione di almeno due tipi diversi di servizi turistici ai fini dello stesso viaggio o della stessa vacanza, se [...] tali servizi, anche se conclusi con contratti distinti con singoli fornitori di servizi turistici, sono acquistati presso un unico punto vendita e selezionati prima che il viaggiatore acconsenta al pagamento; [...]”.

I servizi turistici collegati (art. 33, 1, f) sono, invece, “almeno due tipi diversi di servizi turistici acquistati ai fini dello stesso viaggio o della stessa vacanza,

che non costituiscono un pacchetto, e che comportano la conclusione di contratti distinti con i fornitori dei servizi turistici, se il professionista agevola, alternativamente: 1. al momento di un’unica visita o un unico contatto con il proprio punto vendita, la selezione distinta e il pagamento distinto di ogni servizio turistico da parte dei viaggiatori; [2. ... omissis]”.

La differenza (evidenziata nella formulazione della domanda del questionario) è quindi sottile e dipende dal comportamento posto in essere dall’agenzia. Nell’ambito del caso proposto, l’agenzia confeziona e vende un pacchetto turistico quando i servizi sono selezionati dal viaggiatore prima del pagamento, mentre vende due servizi collegati quando richiede il pagamento distinto di ogni singolo servizio. Solo nel primo caso l’agenzia è responsabile della corretta esecuzione dei servizi compresi nel pacchetto. Appare alquanto strano, quindi, che più della metà delle agenzie dettaglianti e miste (nell’ambito delle quali l’attività produttiva non rappresenta il core business)

decidano, nel caso ipotizzato, di realizzare un pacchetto, assumendosi le relative responsabilità.

In relazione alle due possibilità considerate (organizzazione di un pacchetto o vendita di servizi collegati) più dell'80% delle imprese, senza significative differenze fra le tipologie di agenzia, afferma di essere informato sui diversi regimi di responsabilità e i diversi diritti dei viaggiatori.

Il secondo caso pratico proposto nel questionario ha riguardato la prenotazione di servizi turistici presso un'agenzia dettagliante che, a tale scopo, contatta una OLTA (*online travel agency*).

L'obiettivo era quello di indagare in quale modo l'agenzia di viaggi ritenga che gli attori in questione operino ovvero se l'agenzia pensi di vendere un pacchetto turistico realizzato dalla OLTA, oppure due servizi turistici collegati agevolati dalla OLTA, oppure due servizi turistici

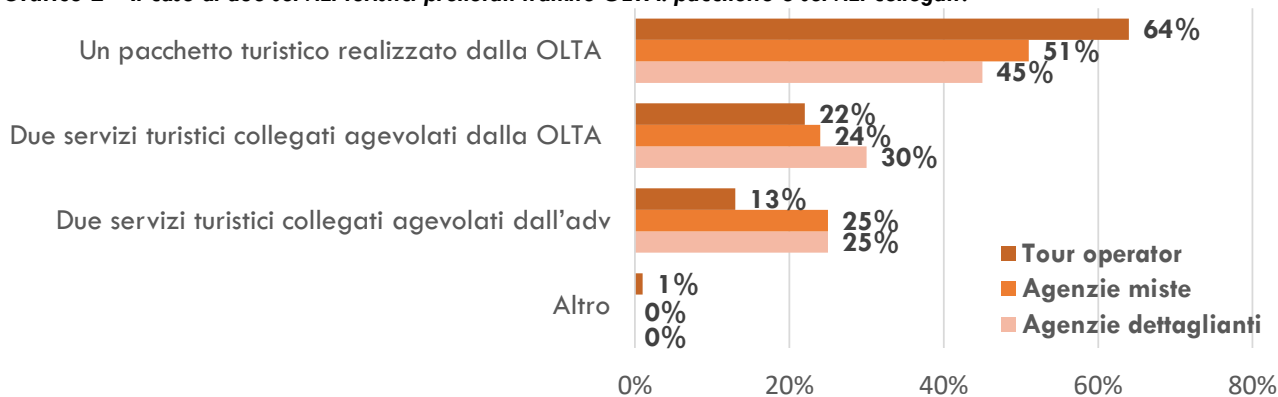
collegati agevolati dalla stessa agenzia di viaggi.

La domanda proposta era: "Ipotizziamo che si presenti in agenzia un cliente che, per un suo determinato viaggio, richieda la prenotazione di un servizio di trasporto aereo. L'agenzia prenota per suo conto sul sito di una OLTA (ad es. Expedia TAAP) il servizio aereo. Successivamente, entro 24h, il cliente intende prenotare anche il noleggio di un'autovettura per lo stesso viaggio.

L'agenzia prenota il noleggio sempre su Expedia TAAP. In questa situazione l'agenzia vende:

- un pacchetto turistico realizzato dalla OLTA
- due servizi turistici collegati agevolati dalla OLTA
- due servizi turistici collegati agevolati dall'agenzia di viaggio
- altro.

Grafico 2 – Il caso di due servizi turistici prenotati tramite OLTA: pacchetto o servizi collegati?



Come evidenziato dal grafico 2, il 64% dei tour operator crede che il caso descritto comporti la creazione di un pacchetto turistico realizzato dalla OLTA; in modo analogo risponde il 45% delle agenzie dettaglianti e il 51% delle

agenzie miste. Al contrario, secondo il 30% delle dettaglianti, il 24% delle miste e il 22% dei tour operator, si tratta di due servizi collegati agevolati dalla OLTA.

Le prime due ipotesi previste (pacchetto turistico

realizzato dalla OLTA e servizi turistici collegati agevolati dalla OLTA) potrebbero sembrare a prima vista del tutto simili al caso precedentemente proposto; in realtà, in questo caso l'agenzia inoltra la richiesta di prenotazione dei servizi ad un unico professionista. Il Codice del Turismo prevede al riguardo che il pacchetto sia la combinazione di almeno due servizi turistici, anche quando sono conclusi contratti distinti con singoli fornitori di servizi, se tali servizi sono "acquistati presso professionisti distinti attraverso processi collegati di prenotazione per via telematica ove il nome del viaggiatore, gli estremi del pagamento e l'indirizzo di posta elettronica siano trasmessi dal professionista con cui è concluso il primo contratto a uno o più professionisti e il contratto con quest'ultimo o questi ultimi professionisti sia concluso al più tardi 24 ore dopo la conferma della prenotazione del primo servizio turistico" (art. 33, 1, c, 2.4). Peraltro, si hanno servizi turistici collegati nel caso di almeno due tipi diversi di servizi che comportano la conclusione di contratti distinti con i fornitori di tali servizi, se il professionista agevola "l'acquisto mirato di almeno un servizio turistico aggiuntivo presso un altro professionista quando tale acquisto è concluso entro le 24 ore dalla conferma della prenotazione del primo servizio turistico" (art. 33, 1, f, 2).

A nostro avviso, la OLTA dovrebbe essere considerata responsabile dei servizi venduti che costituiscono un pacchetto e su questo concordano la maggior parte dei rispondenti. Infatti, lo spirito della norma tende a coinvolgere e responsabilizzare coloro che propongono sul mercato servizi turistici online. L'incertezza che si rileva dalle risposte ottenute

appare comunque comprensibile in quanto è imputabile ad una evidente difficoltà di interpretazione della normativa.

Nel caso ipotizzato, la possibilità che l'agenzia alla quale si rivolge il cliente agevoli due servizi collegati (terza opzione proposta nella domanda) risulta infondata; essa non si rivolge infatti a fornitori distinti bensì ad un unico professionista rappresentato da una OLTA, nei confronti della quale assume il ruolo di intermediario. Appare pertanto preoccupante che ben un quarto delle agenzie miste e di quelle dettaglianti abbia dato questa risposta.

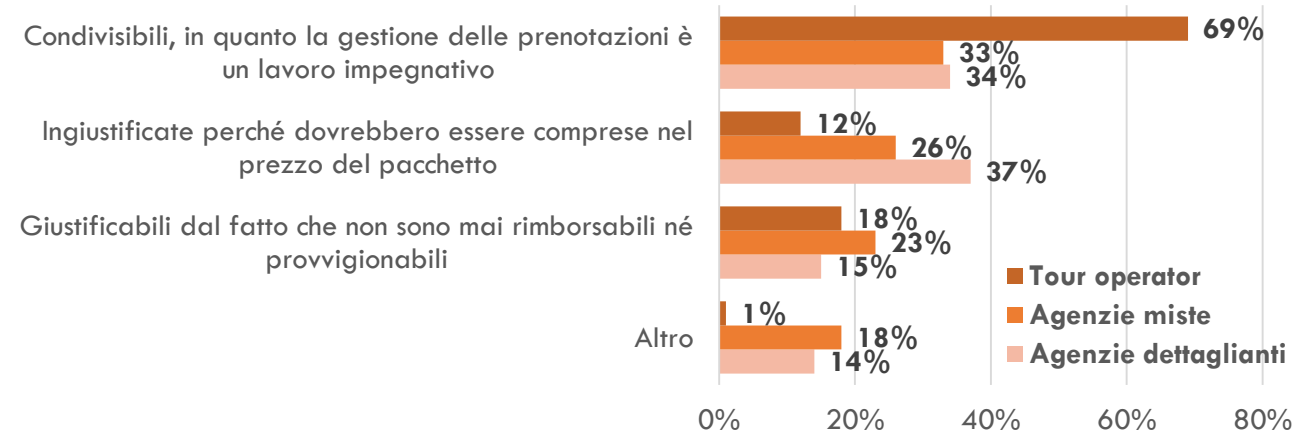
Il questionario ha previsto, inoltre, che le agenzie esprimessero una loro opinione circa il fatto che, generalmente, i tour operator richiedono ai clienti il pagamento di una quota "di iscrizione" (o "di apertura pratica" o "di gestione pratica") da aggiungersi alla quota di partecipazione al viaggio. Come riportato nel grafico 3, il 69% dei tour operator (ma solo il 33% circa di tutte le altre agenzie) considera tale richiesta "condivisibile, in quanto la gestione delle prenotazioni è un lavoro impegnativo". Il 37% delle dettaglianti e il 26% delle agenzie miste (ma anche il 12% dei tour operator) ritiene, invece, che le quote di iscrizione siano "ingiustificate perché dovrebbero essere comprese nel prezzo del pacchetto". Il 20% dei professionisti rispondenti, considerati complessivamente, pensa che tali quote siano "giustificabili dal fatto che non sono mai rimborsabili né provvigionabili". Fra coloro che hanno segnalato altre alternative prevalgono le valutazioni negative, in quanto tale "costo" dovrebbe essere compreso nel prezzo del pacchetto; viene anche suggerito di includere

tale voce in un forfait di servizi, in modo da risultare meno evidente.

Si noti che il Codice del Turismo prevede che tra le informazioni precontrattuali sia indicato “il prezzo totale del pacchetto comprensivo di tasse e tutti i diritti, imposte e altri costi aggiuntivi, ivi comprese le eventuali spese amministrative e di gestione delle pratiche, oppure, ove questi non siano ragionevolmente calcolabili prima della conclusione del contratto, un’indicazione del tipo di costi aggiuntivi che il

viaggiatore potrebbe dover ancora sostenere” (art. 34, 1, c). A nostro avviso, sembra quindi evidente che al viaggiatore non possa essere richiesta alcuna iscrizione e che la gestione della sua pratica rientri nei costi ordinari che i tour operator devono sostenere per svolgere la propria attività. Di conseguenza, non sembra lecita la richiesta di un importo “a parte” rispetto alla quota di partecipazione al viaggio che dovrebbe includere e coprire tutti i costi inerenti al pacchetto.

Grafico 3 – Le opinioni delle agenzie riguardo le quote di “gestione pratica”

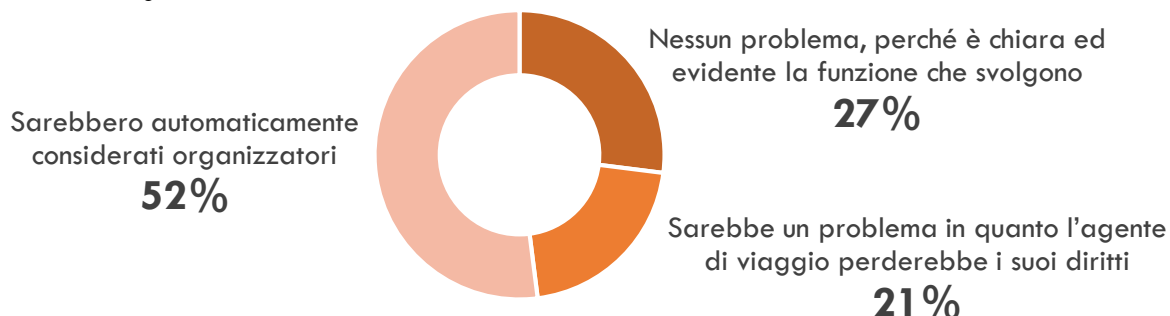


Un’ulteriore domanda ha chiesto alle agenzie se ritengono necessario, nel caso vendano un pacchetto turistico organizzato da un tour operator, dichiarare che stanno operando come “venditori”.

Il 93% di tutte le agenzie considerate nel loro insieme risponde affermativamente. Solo il 52% di esse (grafico 4), tuttavia, è consapevole che l’agenzia venditrice, nel caso in cui ometta la dichiarazione che precisa il suo ruolo, viene

considerata organizzatore del pacchetto (art. 51 bis). Il 27% ritiene superfluo dover effettuare una dichiarazione esplicita di tale natura, in quanto è evidente e scontato il ruolo svolto durante l’intermediazione di un pacchetto. Il 21% risponde genericamente che sarebbe un problema in quanto l’agente di viaggio perderebbe i suoi diritti.

Grafico 4 – Conseguenze relative all'omissione della dichiarazione del ruolo di venditore



Il successivo quesito proposto ha chiesto alle agenzie se, nel caso in cui organizzino oppure vendano pacchetti turistici, prima della conclusione del contratto forniscano al viaggiatore il modulo informativo standard (All. A d. lgs. 62/2018) con cui lo si informa sulle responsabilità dell'organizzatore e sui diritti fondamentali dei viaggiatori.

Le risposte rivelano che il 91% delle agenzie complessivamente considerate consegna sempre il modulo. Fra queste troviamo il 93% delle agenzie dettaglianti e l'84% dei tour operator. Il 16% dei tour operator e il 7% delle agenzie dettaglianti, invece, non consegna ai propri clienti tale documento: ciò non può certo passare inosservato in quanto l'agenzia dettagliante che omette la consegna del modulo informativo standard è considerata come organizzatore (art. 51 bis) e assume, di conseguenza, maggiori responsabilità.

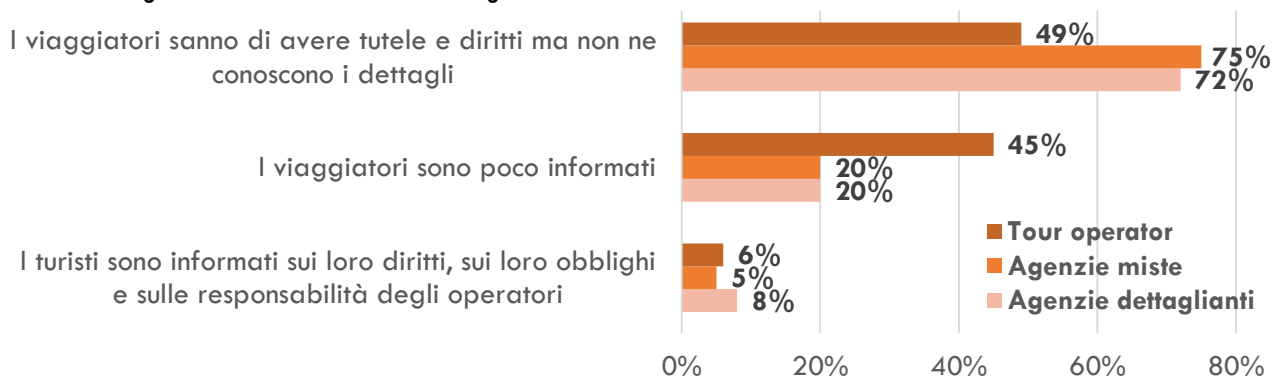
L'ultima domanda non riguarda direttamente l'operato delle agenzie quanto la loro percezione circa la conoscenza della normativa da parte dei clienti-viaggiatori. Alle agenzie è stato chiesto se, in base alla loro esperienza, i turisti sono

informati o meno dei loro diritti, dei loro obblighi e delle responsabilità degli operatori.

Sorprendentemente solo il 6% dei rispondenti afferma che i clienti sono informati; il 73% ritiene che i viaggiatori siano consapevoli di avere diritti e tutele, ma che non ne conoscono i dettagli mentre il 21% crede che i viaggiatori siano poco informati (grafico 5).

Anche in questo caso vi è una marcata differenza tra le risposte fornite dalle agenzie dettaglianti e miste rispetto a quelle fornite dai tour operator: una percentuale rilevante di questi ultimi (45%), infatti, ritiene che i viaggiatori siano poco informati.

Si rileva che il compito di informare i viaggiatori sui loro diritti e sugli obblighi/responsabilità dei tour operator dovrebbe essere assolto, nelle agenzie addette alla vendita, dal personale che intenda proporsi come consulente professionale della clientela. Peraltro, tale impegno può risultare non facile alla luce di quanto rilevato da questa indagine: circa il 33% delle agenzie afferma, infatti, di non conoscere i dettagli della nuova normativa e il 5% di non sapere di che cosa si tratti.

Grafico 5 – Il grado di informazione dei turisti riguardo i loro diritti

Si può concludere affermando che l'aggiornamento professionale della categoria delle imprese di viaggio appare ancora lacunoso, visto che circa il 30% dei tour operator e il 45% delle agenzie dettaglianti conosce poco, o superficialmente, la normativa contenuta nel d. lgs. 62/2018 sui pacchetti turistici. Tale debolezza risulta evidenziata anche dal modo assai differente e, talvolta, poco comprensibile in cui le imprese si comportano in relazione ad uno specifico caso concreto. Appare inoltre poco condivisibile il fatto che i tour operator continuino a richiedere, per l'acquisto di un pacchetto, quote che risultino dalla somma di più elementi quando, invece, il pacchetto dovrebbe essere proposto ad un prezzo chiaramente definito. Le imprese che non rispettano l'obbligo di consegnare ai clienti il modulo informativo standard sono una minoranza ma, pur sempre, una percentuale ancora significativa.

L'emergenza sanitaria derivante dalla pandemia di coronavirus del 2020 ha certamente avuto rilevanti conseguenze negative per tutti gli operatori turistici e, probabilmente, causerà una contrazione nel numero delle imprese di viaggio presenti in Italia. Peraltro, già in passato, le agenzie di viaggio hanno saputo affrontare periodi di crisi, per esempio, contrastando la tendenza alla disintermediazione causata dal diffuso utilizzo di internet. Ci auguriamo che le agenzie facciano fronte alle attuali straordinarie difficoltà e che sappiano, nuovamente, non appena il mercato lo consentirà, mantenere ed accrescere il rapporto di consulenza con la clientela grazie alle loro indubbie capacità relazionali. È, tuttavia, auspicabile che le associazioni di categoria agevolino l'aggiornamento e il perfezionamento di alcuni aspetti professionali che risultano ancora poco approfonditi.

Tutti gli articoli dal 2001 ad oggi
de “le pagine di Risposte Turismo”
sono disponibili on-line
nella sezione dedicata del sito
www.risposteturismo.it



Risposte Turismo s.r.l.

Giudecca 624 | 30133 Venezia

tel. +390413093260 | fax. +390418520077

www.risposteturismo.it | info@risposteturismo.it