



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

**UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA "LA SAPIENZA"
FACOLTA' DI ECONOMIA
DIPARTIMENTO DI DIRITTO ED ECONOMIA DELLE ATTIVITA'
PRODUTTIVE**

**TESI DI DOTTORATO
IN
DIRITTO PRIVATO
(settore scientifico disciplinare IUS/01)**

**DOTTORATO DI RICERCA IN DIRITTO ROMANO, TEORIA DEGLI
ORDINAMENTI E DIRITTO PRIVATO DEL MERCATO**

Curriculum: Diritto dei contratti ed economia d'impresa

XXXIII CICLO

***"IL CONTRATTO DEL PACCHETTO TURISTICO SOTTO L'INFLUENZA
DELL'ACQUIS COMMUNAUTAIRE: IL CASO DELL'ALBANIA"***

Candidato: Aljona LASKA

ANNO ACCADEMICO 2019/2020

Aljona Laska
aljona.laska@uniroma1.it
©Aljona Laska 2020

*A Sofi e Mara
con profondo amore*

INDICE

“Il contratto del pacchetto turistico sotto l'influenza dell'acquis communautaire, il caso dell'Albania”

INTRODUZIONE

PRIMO CAPITOLO

Il contratto del pacchetto turistico e la sua evoluzione

1. Introduzione
- 1.1 Una panoramica storica sullo sviluppo del contratto del pacchetto turistico
2. La nozione del contratto del pacchetto turistico
- 2.1 Revisione della letteratura
- 2.2 Il problema della classificazione legale del contratto del pacchetto turistico
- 2.3 Il contratto del pacchetto turistico tra la legge e l'economia
- 2.4 Principio di "buona fede"
- 2.5 Principio di “laissez faire”
3. Il contratto del pacchetto turistico e il consumatore

SECONDO CAPITOLO

Il contratto del pacchetto turistico tra l'approccio europeo e l'influenza della dottrina italiana

1. Il contratto del pacchetto turistico B2C
2. Il contratto del pacchetto turistico nell'UE
- 2.1 Il quadro giuridico della direttiva CEE 90/314 e i problemi che derivano
- 2.2 Le innovazioni della direttiva UE 2015/2302
- 2.2.1 Il rapporto tra il contratto del pacchetto turistico e i servizi correlati
- 2.2.2 L'informazione contrattuale e la pubblicità
- 2.2.2.1. Informazioni precontrattuali
- 2.2.2.1.1 Obblighi di informazione precontrattuale ai sensi della direttiva UE 2015/2302
- 2.2.2.1.2 Obblighi di informazione precontrattuale ai sensi della direttiva 90/314 CEE
- 2.2.2.2. L'informazione durante la fase dell'esecuzione del contratto
3. Le caratteristiche dei contratti del pacchetto turistico nella legislazione italiana
- 3.1 La nascita e lo sviluppo del contratto di pacchetto turistico in Italia
- 3.1.1 La legislazione a livello regionale
- 3.2 L'overbooking
- 3.2.1 Il sovraffollamento
- 3.2.2 La delusione

3.3 “Danno da vacanza rovinata”

3.3.1 Il sistema italiano

3.3.2 Il sistema spagnolo

3.3.3 Il sistema britannico

3.3.4 Il sistema albanese

3.4 Il diritto del turista/consumatore per ius poenitendi nei contratti conclusi tramite l’internet

TERZO CAPITOLO

Il contratto del pacchetto turistico nell’ordinamento albanese

1. Il contratto del pacchetto turistico nel quadro giuridico albanese

1.1 La nascita e lo sviluppo del contratto di pacchetto turistico in Albania

1.2 Le caratteristiche dei contratti del pacchetto turistico nella legislazione albanese

2. Il contratto del pacchetto turistico

2.1 Il contratto di pacchetto turistico come un contratto di adesione

2.2. I soggetti

2.2.1 Il consumatore / turista

2.2.2 L’organizzatore del pacchetto turistico

2.2.3 Il venditore

2.3 Il contenuto dei contratti di pacchetto turistico

2.4 L’informazione contrattuale

2.4.1 Analisi del diritto dell’informazione nel contratto del pacchetto turistico - caso dell’operatore turistico “Kalemi Travel”

2.5 Forma del contratto

2.6 La responsabilità

QUARTO CAPITOLO

I particolari tipi del contratto di pacchetto turistico

1.1 Tipologia dei contratti di pacchetti turistici

1.1.1 I contratti online

1.1.2 I contratti “last minute”

1.1.3 I contratti al di fuori dei centri commerciali

1.2 Il contratto di assicurazione, contratto accessoriale del contratto del pacchetto turistico

1.2.1 Il contratto di assicurazione obbligatoria

1.2.2 Il contratto di assicurazione volontaria

QUINTO CAPITOLO

Il prezzo come elemento essenziale del contratto del pacchetto turistico, il caso dell’Albania

1. Il concetto del prezzo nel contratto del pacchetto turistico

1.2 Tipologia dei prezzi nel contratto del pacchetto turistico

-
- 1.3 Il prezzo del servizio turistico
 2. Studio dei dati sull'impatto del prezzo nelle conclusioni dei contratti di pacchetti turistici
 - 2.1 L'impatto del carburante sul prezzo del contratto del pacchetto turistico
 - 2.2 L'impatto delle tasse sul prezzo del contratto del pacchetto turistico
 3. Studio dell'impatto della variazione dei prezzi sulla conclusione dei contratti del pacchetto turistico in Albania
 - 3.1 Le risorse
 - 3.2 La metodologia
 - 3.3 L'ipotesi
 - 3.4 Analisi dei dati

CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

APPENDICE

BIBLIOGRAFIA

Introduzione

Il turismo è un fenomeno che interconnette una serie di elementi importanti nella sua composizione. L'importanza del suo sviluppo non è solo di natura economica ma anche sociale. Il contratto del pacchetto turistico è un nuovo tipo di contratto, che ha conosciuto uno sviluppo elevato negli ultimi anni. A livello europeo, la disposizione legale di questo contratto è fornita dalla direttiva UE 2015/2302 che ha modificato la precedente direttiva 90/314/CEE. La nuova direttiva UE 2015/2302 è una delle molte altre aree del diritto dell'UE relative alla protezione dei consumatori, ma non limitato a quei consumatori definiti nella direttiva 2011/83/UE. Questo contratto nella legislazione albanese si colloca nel gruppo dei contratti atipici. Anche se i contratti del pacchetto turistico costituiscono un importante contratto nel gruppo dei rapporti contrattuali, lo sviluppo della dottrina e della giurisprudenza è vacante. Di particolare interesse per il presente studio è l'approccio del contratto con la normativa comunitaria e quella italiana.

Secondo l'espressione romana "*Ius est ars boni et aequi*" si definisce un importante legame tra diritto e moralità. In questo senso il contratto del pacchetto turistico dovrebbe essere analizzato in relazione all'obbligo di rispettare tali principi come *buona fede* e *laissez faire* che sono una garanzia per fornire la necessaria protezione al consumatore/turista. L'instaurazione di un rapporto contrattuale basato sulla fiducia è essenziale per garantire l'efficienza dell'attuazione del contratto del pacchetto turistico. Ogni contraddizione di questi principi viola il stesso nucleo dello scopo contrattuale. Si stima che questa ricerca sia necessaria per consentire la conoscenza della dinamica dello sviluppo del contratto. Questo progetto di ricerca mirerà a fornire una triplice riflessione sulla legislazione comunitaria, italiana e albanese. Lo scopo principale di questo capitolo è fornire una panoramica dell'evoluzione del contratto del pacchetto turistico e il suo impatto legale ed economico.

Considerando i punti comuni dei sistemi legali dei due paesi confinanti l'Italia e l'Albania, abbiamo ritenuto importante soffermarci su questo progetto di ricerca, che mira ad analizzare il contratto del pacchetto turistico. Questo contratto è un contratto atipico nella legislazione albanese che finora trova un vago regolamento legale. Nel tentativo di contribuire all'analisi giuridica e alla strutturazione del contratto, abbiamo apprezzato la necessità di un'analisi approfondita e comparativa con la normativa italiana e comunitaria. Attraverso questo progetto di ricerca dottorale si prefigge l'obiettivo di dettagliatamente analizzare il contratto del pacchetto turistico, in un'ottica comparatistica in riferimento alla normativa italiana e comunitaria.

Il lavoro di questo progetto è suddiviso in 5 capitoli.

Nella *prima parte* tratteremo la nozione giuridica del contratto del pacchetto turistico iniziando con una panoramica storica sullo sviluppo del contratto. Il nostro obiettivo è quello di analizzare il concetto del pacchetto turistico pur consapevoli della difficoltà di dare una definizione esauriente a causa dei grandi cambiamenti del mercato turistico, giungendo all'unica conclusione condivisibile secondo cui sono pacchetti turistici quei che si regolano dal art.3/2 della Direttiva UE 2015/2302. Esamineremo gli principi di "Buona fede" e "Laissez faire" e la necessità della loro previsione nella legislazione nazionale come un punto di partenza per

un contratto che rispetta l'uguaglianza delle parti contraenti e tutela i diritti dei turisti/consumatori. L'oggetto di maggiore approfondimento sarà il problema della classificazione legale del contratto del pacchetto turistico tra la legge e l'economia. La discussione sulla classificazione del contratto del pacchetto turistico si riferisce alla loro affiliazione nel gruppo dei contratti civili o pubblici. Tale discussione è dettata dalla necessità di determinare se i diritti turistici sono pubblici o di mera natura privata. Il modello albanese, che è prevalentemente ispirato al modello italiano del codice del turismo, non ha pienamente rispettato il concetto del contratto e non ha tutelato pienamente il consumatore/ turista. Queste problematiche saranno puntualmente evidenziate nella ricerca. Attualmente l'ordinamento albanese disciplina il contratto in una sola dec. legge (d. leg. n. 65/2009) non tenendo in conto gli sviluppi aggiornati della normativa comunitaria e la ricca giurisprudenza italiana.

Nella *seconda parte* verrà esaminato il contratto del pacchetto turistico tra l'approccio europeo e l'influenza della dottrina italiana. Verranno altresì analizzati il rapporto tra il contratto del pacchetto turistico e i servizi correlati, l'informazione precontrattuale e la sua differenza dalla pubblicità, l'informazione durante la fase dell'esecuzione del contratto nell'ambito delle innovazioni derivanti dall'attuazione della nuova direttiva UE 2015/2302. In Italia, il concetto di *danno da vacanza rovinata* riconosce uno sviluppo precoce, dinamico e completo come garanzia per il ripristino dei diritti del consumatore nei confronti di qualsiasi azione/omissione che viola i suoi legittimi interessi. Diversamente in Albania, questo concetto non è solo non riconosciuto dal quadro giuridico in questione, ma anche dalla prassi giudiziaria, che si mostra deficitaria di riferimenti giurisprudenziali in materia. Oggetto di questo capitolo sarà l'analisi del sistema italiano, spagnolo, britannico ed albanese. L'analisi dei diritti del turista/consumatore per *ius poenitendi* nei contratti conclusi tramite l'internet fa parte integrale del secondo capitolo. Nella nostra stima, la giurisprudenza nazionale albanese dovrebbe svolgere un ruolo più attivo nella ristrutturazione del contratto del pacchetto turistico prendendo spunto dall'omologa attività della giurisprudenza italiana la quale ridimensionò notevolmente il concetto del contratto, allineandolo alle definizioni della direttiva UE 2015/2302.

La *terza parte* della ricerca tratterà invece l'implementazione del contratto del pacchetto turistico nell'ordinamento albanese. In primis le caratteristiche del contratto del pacchetto turistico nella legislazione albanese, poi il contratto del pacchetto turistico come un contratto di adesione, i soggetti, il contenuto, la forma, le responsabilità e, infine, un'analisi comparativa del diritto dell'informazione nel contratto di pacchetto turistico nel caso dell'Albania, dell'Italia e della legislazione della UE. Questo studio si basa sulla analisi di un caso di studio concreto, quello della società dei viaggi *"Kalemi travel"* nell'adempimento dell'obbligo di fornire informazioni contrattuali in conformità con le disposizioni degli atti nazionali e internazionali in vigore. Questo studio è stato intrapreso specificamente al fine di individuare le carenze e le deviazioni dall'attuazione della normativa applicabile. I suoi risultati sono oggetto di un'analisi comparativa con le definizioni degli atti comunitari e la normativa italiana sul diritto all'informazione prima e dopo la conclusione del contratto.

Nella *quarta parte* analizzeremo in dettaglio alcuni tipi specifici del contratto di pacchetto turistico. In particolare, verrà prestata attenzione al quadro giuridico dei contratti *online*, contratti *last minute* e i contratti al di fuori dei centri commerciali. Il contratto di pacchetto turistico è classificato nel gruppo dei contratti principali e seguito dal contratto di assicurazione come contratto accessorio. Un'analisi giuridica del contratto di assicurazione turistica in entrambe le sue forme come contratto di assicurazione obbligatoria e volontaria sarà presentato in questo progetto di ricerca.

Nella *quinta parte* verrà analizzato in modo particolare uno degli elementi del contratto. In particolare, è stato selezionato di analizzare il prezzo come elemento essenziale del contratto. Questa selezione è basata sull'impatto indiscusso che il prezzo ha sulla conclusione di un contratto di pacchetto turistico. Le definizioni della nuova direttiva UE 2015/2302 impongono la variazione giustificata del prezzo del contratto sulla base di due fattori: la variazione del prezzo del carburante e la modifica del livello di tassazione nazionale. L'oggetto di questo capitolo è l'analisi dell'impatto del prezzo contrattuale del pacchetto turistico negoziato in territorio albanese. Al fine di identificare dei risultati concreti e misurabili, è stata effettuata l'analisi combinata dei dati ufficiali di INSTAT (l'istituto ufficiale di statistica in Albania) e quelli ottenuti dal questionario costruito ai fini del presente studio. In questo capitolo sono stati utilizzati in modo combinato il metodo analitico con il metodo statistico per ottenere i risultati della ricerca. Il metodo analitico è stato utilizzato per analizzare le disposizioni legali sul concetto del prezzo del contratto. In questo senso, questo metodo è stato usato per fornire innanzitutto: l'analisi della legislazione a livello internazionale e nazionale al riguardo il prezzo del contratto del pacchetto turistico. Questo metodo mi ha servito per sintetizzare e analizzare i dati raccolti tramite il questionario. Per l'analisi dei dati raccolti attraverso il sondaggio, sono stati utilizzati i programmi R-studio e Stata 14, attraverso i quali i risultati del sondaggio sono stati tradotti nel formato e nella lingua adattata a questo studio. Il metodo statistico è stato applicato per analizzare i valori del campione dello studio. Come parte del metodo statistico, è stato utilizzato il sondaggio in questo studio. Il questionario è stato diretto alle agenzie di viaggio. Attraverso l'uso della tecnica intercombinata in domande aperte e chiuse, si intende di ottenere risultati completi, veri e corretti che provano l'impatto dell'elemento prezzo nel contratto del pacchetto turistico.

All'ultimo, vengono presentate le conclusioni e le raccomandazioni di questo studio. Questo capitolo è costruito come un tentativo di presentare in modo sintetizzato tutti i risultati del progetto di ricerca scientifica. Attraverso questo capitolo si forniscono le risposte a tutte le principali ipotesi dello studio e si costruisce una gamma completa di suggerimenti rivolti ai legislatori albanesi sui cambiamenti e le innovazioni che verrebbero consigliate per essere integrati nella legislazione nazionale tenendo presente il modello di successo italiano.

Il contratto di pacchetto turistico è un contratto che include nel suo campo, contemporaneamente elementi di diritto pubblico (le garanzie necessarie nella fornitura di protezione del consumatore) e del diritto privato. Ma, naturalmente, questo contratto non può essere trattato in questo studio in entrambe le sue dimensioni. Quindi, il contratto del pacchetto turistico sarà trattato in questo studio per valutare l'importanza e la sua attuazione, nell'ambito del diritto contrattuale, gettando luce su alcuni momenti importanti di questo

rapporto contrattuale. La realizzazione di questo studio è il primo serio tentativo per studiare il contratto del pacchetto turistico nella legislazione albanese, e nel mio lavoro per raggiungere questo obiettivo, ho dovuto affrontare alcune difficoltà: nella legislazione albanese c'è una significativa mancanza dell'inquadramento legale e della dottrina albanese su questo contratto. La pratica giudiziaria albanese, nonostante abbia una larga gamma di conflitti contrattuali, non ha trattato, oppure ha analizzato solo in modo superficiale il contratto del pacchetto turistico. In un numero limitato di decisioni relative ai conflitti sull'implementazione del contratto del pacchetto turistico, è stato analizzato solo l'elemento del reato di frode turistica, senza esprimere in ogni caso nessun giudizio sulla responsabilità civile derivante per le parti contraenti. Per tutte le ragioni sopra menzionati si è dovuto lavorare principalmente con la letteratura straniera e le sentenze dei tribunali stranieri soprattutto quelli italiani, facendo riferimento all'impatto provocato nella legislazione albanese.

Le principali ipotesi

Lo scopo di questo studio è di presentare in modo approfondito il concetto del contratto del pacchetto turistico nella legislazione albanese che attualmente trova poco o nessun trattamento legale. La tesi è un tentativo di analizzare in generale lo sviluppo del contratto del pacchetto turistico e l'attuale quadro giuridico, incentrato sulla regolamentazione legale del contratto come definito nella nuova direttiva UE 2015/2302. La tesi cerca di chiarire il nuovo significato della tutela del turista/consumatore fornito in base allo sviluppo dei mezzi dell'acquisto del contratto del pacchetto turistico. Questo progetto si basa su un tentativo di chiarire le modifiche che il concetto del contratto del pacchetto turistico subisce nel trattamento teorico e l'analisi legale dei conflitti giuridici in area Europea e la loro applicazione alle condizioni della direttiva UE 2015/2302.

La tesi fornisce proposte concrete per la revisione della legislazione albanese in materia di contratti di pacchetti turistici, nonché la necessità di aumentare le garanzie per la tutela dei turisti. Attraverso queste proposte, si intende non solo fornire un modesto contributo al miglioramento della legislazione vigente, ma allo stesso tempo fornire alternative per la risoluzione di controversie legali che potrebbero sorgere in ambito dei contratti di pacchetti turistici che si applicano nell'UE. Questo studio si basa su alcune ipotesi, la cui soluzione è la base e lo scopo scientifico dello studio. *Le ipotesi formulate in questo studio vengono come risposte alle domande elencate di seguito:*

1. In che modo i nuovi sviluppi della tecnologia sono vincolati con l'acquisto dei contratti del pacchetto turistico ed è il turista protetto in questo caso?
2. In che modo le modifiche della direttiva UE 2015/2302 possono riflettersi nella legislazione albanese?
3. Lo sviluppo della legislazione italiana in questo campo e la ricca pratica giurisprudenziale possono servire come un quadro di riferimento per il legislatore albanese?

4. Come si può determinare l'impatto del prezzo nella scelta del turista? Le garanzie fornite attualmente dal legislatore albanese sono sufficienti per garantire la protezione del turista dai cambiamenti del prezzo?

Le ipotesi di questo studio:

- 1. La legislazione albanese prevede le necessarie disposizioni che regolano l'applicazione dei contratti del pacchetto turistico conclusi con mezzi tecnologici e garantisce la completa tutela del turista.*
- 2. Il prezzo del contratto del pacchetto turistico è un fattore decisivo nella scelta del turista. Il cambiamento del prezzo contrattuale nella realtà albanese rispetta le garanzie legali previste dalla direttiva UE 2015/2302. La modifica del prezzo del contratto su un terreno legislativo non regolamentato lascia spazio all'esistenza dei prossimi conflitti legali.*
- 3. La legislazione albanese ha bisogno di cambiamenti immediati in termini del contratto del pacchetto turistico. Dato la ricca esperienza legale e giurisprudenziale italiana in questo settore, è considerato importante il riferimento, al fine di raggiungere uno standard di legge dignitoso.*

Le risposte alle domande precedenti confermano le ipotesi sollevate all'inizio dello studio determinando l'accuratezza delle conclusioni tratte in questo studio e creando spazio per le proposte necessarie.

CAPITOLO PRIMO

Il contratto del pacchetto turistico e la sua evoluzione

1.1 Una panoramica storica sullo sviluppo del contratto del pacchetto turistico

Il turismo non è una realtà recente¹, ma ha conosciuto, negli ultimi anni una particolare crescita. Lo sviluppo del trasporto e del concetto di pacchetto turistico hanno sviluppato anche il turismo. Il contratto del pacchetto turistico è nato come un contratto per organizzare i "viaggi circolari"² e per il trasporto di persone come una necessità economica. L'emergere di un contratto del pacchetto turistico, da un punto di vista storico, è legato con la realizzazione di viaggi da parte degli imprenditori specializzati nel trasporto terrestre o nel trasporto marino.

Di seguito sarà riportata una breve analisi storica dello sviluppo del concetto di viaggio che servirà per individualizzare le differenze tra il concetto di viaggio turistico nel contesto contemporaneo, strettamente legato all'esistenza del tempo libero, dal modello di organizzazioni turistiche-sociali come quelli dedicati ai pellegrinaggi religiosi, viaggi di commercianti, fino a lunghi periodi di studio nelle università dell'Europa³. Un importante periodo che segna la nascita e lo sviluppo del turismo è quello dell'era del Grand Tour (1613-1785), che segnò il culmine di viaggi lussuosi e attività turistiche. Questo periodo ebbe l'origine dalla ricca classe sociale inglese e presto si diffuse e divenne di moda tra gli altri individui che avevano tempo e denaro per poter viaggiare. Le conoscenze fornite da questi viaggi sono diventate uno status symbol⁴ che rappresentò il massimo in termini di esperienza sociale ed educativa. I partecipanti al Grand Tour hanno viaggiato in tutta Europa, cercando di sperimentare le culture del mondo civilizzato e acquisire conoscenze attraverso le arti e le scienze dei paesi che hanno visitato. Sebbene il desiderio di partecipare al Grand Tour continuasse, la rivoluzione industriale, che iniziò nel 1750, ha cambiato per sempre le strutture economiche e sociali⁵.

¹ "Dal punto di vista della storia del turismo, il primo viaggio è stato organizzato da Thomas Cook nel 1841, che ha creato le condizioni adatte per un gruppo di 570 passeggeri, offrendo una guida ferroviaria a Leicester" DANTA. D. *The handy geography answer book*, University of Hawai Press, volume 60,1988, pg 185-186

² "Viaggi circolari sono definiti come un viaggio di piacere che coinvolge due o più paesi da una persona che risiede in un paese terzo e le destinazioni della Via della Seta in tale prospettiva, possono fornire un approccio contemporaneo in quanto implica una gamma completa di destinazioni indotte che formano un ponte tra est e ovest ed era un importante veicolo per il commercio tra antichi imperi di Cina, India, Persia e Roma." Cullinan ed altri (1977) in un rapporto "*Central America Panama Circuit Tourism Study*"-*Silk route in the light of circuit tourism: An avenue of tourism internationalization*, Parikshat Singh Manhasa, Parvinder Koura, Akshi Bhagata, 5th Asia Euro Conference 2014 pg.144. "La molteplicità delle forme del viaggio è anche dettata dalla diversificazione degli scopi perseguibili attraverso lo spostamento. Salani in questo senso suggerisce una distinzione fra i viaggi circolari, in cui l'obiettivo del viaggio è contenuto all'interno del viaggio stesso ed i viaggi lineari in cui lo spostamento è strumentale al conseguimento di un obiettivo esterno al viaggio, si viaggia per la possibilità di visitare una determinata città, per l'accrescimento del proprio bagaglio di conoscenze, per conoscere nuove persone, per riposarsi e distarsi." Salani.M. P., *Il viaggio: un artefatto strutturale: "Viaggio nel viaggio. Appunti per una sociologia del viaggio"*2005

³ Per informazioni più dettagliate, si veda LICKORISH.J.L., JENKINS.L.C., *Introduction to Tourism*, Routledge,2011

⁴ Jayapalan.N, *Introduction to Tourism*, Atlantic publishers and distributors, 2001, pg.14

⁵ *Ibidem*

Nel 1841 Thomas Cook⁶ organizzò il primo tour per un gruppo di persone a partecipare in un incontro contro l'alcolismo a Leicester, in Inghilterra. Lui può essere accreditato che ha portando finalmente il viaggio alla gente comune introducendo il pacchetto di viaggio turistico⁷. I prossimi passi importanti nell'era della mobilità furono l'introduzione di automobili e viaggi aerei. La crescita economica e i progressi tecnologici hanno portato a forme di trasporto più efficienti, all'integrazione dei mercati attraverso i confini geografici e internazionali e a maggiori redditi personali per un numero maggiore di persone. Il viaggio è diventato una necessità di business e un'attività di svago, e i fornitori di turismo si sono sviluppati rapidamente per soddisfare le crescenti esigenze dei viaggiatori.

Anche Thomas Bennett, in qualità di segretario del console generale britannico a Oslo, organizzò un *tour* panoramico “*all-inclusive*” in Norvegia⁸. I primi pacchetti turistici hanno beneficiato principalmente le classi medie offrendo dei pacchetti turistici a fronte di accordi di prenotazione sempre più competitivi e complessi. Intanto che i pacchetti turistici stavano riconoscendo i primi sviluppi, nel 1914 la Prima guerra mondiale fermò i viaggi turistici. Ci sono voluti diversi anni per riprendere i viaggi turistici, e nello stesso tempo si sono approvate le prime norme giuridiche sui contratti dei pacchetti turistici e sul turismo. Anche se il turismo come fenomeno economico-sociale sia primordiale l'attenzione del legislatore l'ha destinato solo negli ultimi anni.

L'organizzazione mondiale del turismo è la struttura più importante nell'organizzazione e nella gestione del turismo a livello mondiale. Questa organizzazione ha come obiettivo principale la progettazione delle politiche a livello mondiale per lo sviluppo e la crescita del turismo, come principale fattore di crescita economica. In questo senso, questa struttura opera su grandi linee e influenza indirettamente tramite le sue politiche nello sviluppo dei pacchetti turistici. A livello internazionale, il primo atto giuridico che regola in modo specifico i contratti turistici è la Convenzione internazionale sui contratti di viaggio, nota come Convenzione di Bruxelles. Questa convenzione è di particolare importanza per il fatto che è il primo tentativo comune a livello internazionale di regolare i contratti turistici. La tipizzazione del contratto turistico è stata realizzata, in una prospettiva di uniformazione sovranazionale della relativa disciplina, nella Convenzione internazionale sul contratto di viaggio di Bruxelles⁹. Attraverso questo atto gli stati intendevano unificare la terminologia legale in relazione ai contratti turistici e fornire una maggiore protezione ai consumatori. La convenzione anche se è stata approvata da 47 paesi (gli stati firmatari) non è stata adottata da loro, solo 7 stati hanno adottato la Convenzione.

Con l'istituzione dell'Unione Europea, e sorto il bisogno di unificare la legislazione nel campo dei pacchetti turistici, per raggiungere questo obiettivo è stata attuata la direttiva 90/314/CEE. La sua importanza è evidenziata dal fatto che per la prima volta, in tutti gli Stati

⁶ Per ulteriori approfondimenti si rinvia a BUTLER. R. W, RUSSELL. R.A, “*Giants of tourism*”, CAB International, 2010

⁷ JAYAPALAN N, *Introduction to Tourism*, Atlantic publishers and distributors, 2001, pg. 13

⁸ Si veda in particolare SWINGLEHURST, E., “*The romantic journey: The story of Thomas Cook and Victorian travel*” London, Pica Editions, 1974.

⁹ SANTAGATA R., *Diritto del turismo*, UTET Giuridica, 2018, pg. 268.

membri, sono state regolate le modalità di gestione e attuazione dei contratti del pacchetto turistico. I cambiamenti nella realtà economica e sociale erano di tale natura che hanno portato l'insufficienza della tutela offerta dalla direttiva 90/314/CEE con la realtà dei contratti di pacchetti turistici. Di conseguenza, la Commissione ha adottato una nuova direttiva UE 2015/2303 che si adatta maggiormente alle esigenze della realtà e mira all'armonizzazione a livelli più elevati i contratti del pacchetto turistico. Il legislatore italiano nel codice civile del 1942 non aveva ritenuto opportuno dedicare ad esso nessuna norma¹⁰, sebbene durante quel periodo l'applicazione dei contratti del pacchetto turistico fosse cominciata. Il primo intervento legislativo nel diritto italiano è la legge n.1084 che ratifica la Convenzione internazionale relativa al contratto di viaggio (CCV). Come stato membro dell'Unione Europea, in Italia è direttamente implementata la Direttiva 90/314/CEE che è diventata parte dell'ordinamento nazionale con d.lgs. 17 marzo 1995 n.111. La presente direttiva ha agito in combinazione con le disposizioni degli articoli 82-100 del Codice del Consumo, che è stato successivamente sostituito dal Codice del Turismo. Attualmente, con l'entrata in vigore nell'Unione Europea della nuova direttiva UE 2015/2303, è stata attuata in Italia dal d.lgs. 62/2018, che ha novellato gli art. 32 ss.cod.tur.

Il turismo è uno dei settori strategici dello sviluppo economico albanese e come tale il contratto del pacchetto turistico rappresenta un ruolo importante nello sviluppo di questo mercato. Un'analisi completa del concetto del contratto di pacchetti turistici, dei suoi elementi componenti e del suo ruolo nel diritto contrattuale albanese è oggetto di questa ricerca. La regolamentazione legale di questo contratto in Albania è prevista dalla legge "Sulla tutela dei consumatori" negli articoli 46- 47 e dal decreto legislativo n. 65 "Sui contratti di pacchetto turistico". La legislazione albanese nel campo del diritto civile ha conosciuto uno sviluppo notevole soprattutto durante il periodo della monarchia albanese, attraverso il Codice civile¹¹ e il codice commerciale¹². Questi atti giuridici sono molto importanti perché rappresentano atti essenziali di riferimento per la dottrina odierna. Il contratto di trasporto¹³ e il contratto alberghiero¹⁴ sono disciplinati dal titolo XXI sotto il nome di "Disposizioni speciali per i

¹⁰ GRAZIUSO. E., *I nuovi contratti del turismo*; Giuffrè Editore, 2011, pg.7

¹¹ Il Codice civile è entrato in vigore il 1° aprile 1929. Questo codice ha portato all'unificazione della legislazione. Il primo Codice civile albanese è stato costruito principalmente sul modello del Codice civile francese. L'altra parte era basata sul Codice civile italiano, svizzero e tedesco. Il Codice civile è composto dall'introduzione e quattro libri (parti). Per maggiori informazioni, si rinvia a LUARASI A., *Commentario del Codice civile, obbligazioni e contratti in generale*, Tirana,1998, pg. 399-440.

¹² Il Codice di commercio è entrato in vigore nel 1932. La sua progettazione è stata motivata dalla necessità di regolare le operazioni delle società commerciali, in particolare quelle italiane che avevano posizioni dominanti in Albania. Per maggiori informazioni, leggi: LUARASI A., *Commentario del Codice civile, obbligazioni e contratti in generale*, Tirana,1998, pg., 405-406

¹³ Il contratto di trasporto è regolato dagli articoli da 1788 a 1789. "La persona responsabile di trasportare persone o oggetti deve essere obbligata a prendere le misure necessarie per garantire le persone e le buone condizioni delle merci che trasporta; ma non è un garante per i rischi associati al veicolo di trasporto. È anche costretto a preservare, come padre famiglia, gli oggetti che gli sono stati affidati prima dell'inizio del trasporto, ed è responsabile di furti, perdite o lesioni, se non prova che questi eventi sono il risultato di forza maggiore, difetto degli oggetti o dalla colpa dell'altro appaltatore." *Ibidem*

¹⁴ Il contratto alberghiero è regolato dagli articoli 1790-1793. "I proprietari di alberghi sono obbligati, come depositanti, a restituire gli articoli che hanno messo come loro deposito."I seguenti articoli regolano i casi di responsabilità illimitata dell'albergatore e dei casi in cui lui è escluso dalla responsabilità. Il proprietario dell'hotel non è responsabile di furti, perdite o danni derivanti dalle azioni del viaggiatore, delle persone che visitano il viaggiatore o per cause di forza maggiore. *Ibidem*

contratti di trasporto e di soggiorno". Questi contratti specificamente regolati dalla legislazione della monarchia albanese sono parte (elementi costitutivi) del contratto del pacchetto turistico. L'elemento comune del Codice civile 1929 e la normativa vigente in materia di Contratti del pacchetto turistico si trova nei casi di esclusione dalla responsabilità del trasportatore, dell'albergatore (Codice Civile 1929) e dell'organizzatore, e anche del venditore di pacchetti turistici (Decreto Legislativo n. 65). Questi soggetti sono esclusi dalla responsabilità se i danni sono causati dal consumatore/viaggiatore, altri contraenti o a causa di forza maggiore. Questi modesti aggiustamenti giuridici sono di particolare importanza per il momento storico in cui sono previsti. Nel 1929, quando era difficile parlare del turismo in Albania, il legislatore aveva disposto le responsabilità legali delle parti contraenti nel contratto di trasporto e nel contratto alberghiero. L'accesso giuridico non è molto diverso dalla regolamentazione corrente legale. L'instaurazione del regime comunista- totalitario in Albania disperse anche quella piccola tradizione legale che era appena stata creata sotto l'influenza della giurisprudenza italiana. La legislazione comunista albanese non prevedeva i concetti legali degli istituti di diritto privato, e in questo senso fu creato un vuoto giuridico anche per i contratti turistici.

L'Albania è diventata uno stato membro dell'Organizzazione mondiale del turismo nel 1993. La legge n. 93/2015 "Per il turismo" è entrata in vigore il 27 luglio 2015. La legge è concepita come un riflesso dell'impegno internazionale dell'Albania verso la realizzazione degli obiettivi dell'OMT, promuovendo il turismo come il motore di "crescita economica, inclusiva, sviluppo e sostenibilità ambientale"¹⁵. Nel primo paragrafo della legge è previsto che "La presente legge è conforme all'articolo 2, all'articolo 3 e all'allegato della direttiva 90/314 / CEE del Consiglio, 13 giugno 1990, sui " Viaggi e pacchetto vacanze ", così come gli articoli 2 e 3 del regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio europeo n. 692/2011 / UE, 6 luglio 2011, sui "Statistiche europee nel turismo"¹⁶. La legge fornisce una revisione generale del concetto di turismo e dei suoi elementi costitutivi ma non regola il contratto del pacchetto turistico. La regolamentazione legale di questo contratto in Albania è prevista dalla legge "Sulla tutela dei consumatori" negli articoli 46- 47 e dal decreto legislativo n. 65 "Sui contratti di pacchetto turistico", creando la necessità di un'interpretazione legale dei concetti chiave e dei problemi che si presentano durante l'implementazione del contratto.

1. La nozione del contratto del pacchetto turistico

1.1 Revisione della letteratura

Questa revisione della letteratura intende essere un'introduzione al contratto del pacchetto turistico e un approccio sull'impatto del prezzo come elemento essenziale del contratto strettamente correlato con la legge e l'economia normativa. Tramite questo progetto intendo presentare alcune delle idee di base che danno origine al quadro teorico nel campo del contratto del pacchetto turistico avendo come punto di riferimento il lavoro di Stendhal,

¹⁵ Il decreto legislativo n. 91 del 26.02.1993 "Per l'adesione del governo della Repubblica di Albania all'Organizzazione mondiale del turismo", Gazzetta Ufficiale n. 4, marzo 1993, p. 287.

¹⁶ La legge n. 93/2015 "Per il turismo" il 27 luglio 2015, pg. 1

Candella, Figini¹⁷, Middleton¹⁸, Franceschelli¹⁹, Tripodi, Cardosi²⁰, Cuffaro²¹, Tassoni²², Romeo²³, Monti²⁴, Graziuso²⁵, Molfese²⁶, Santagata²⁷, Cocuccio²⁸ e altri che rappresentano un'esigenza quando si tratta di ricerca nel campo dei contratti turistici.

In questo capitolo si riflette lo sfondo del campo di ricerca e degli importanti concetti e definizioni dei contratti turistici. Devo sottolineare che il nostro primo interesse di ricerca è strettamente legato all'applicazione dei contratti turistici in Albania e all'impatto che la legislazione europea e la dottrina italiana hanno nel suo sviluppo. Ciononostante, questa revisione della letteratura è più concentrata sulla teoria del contratto del pacchetto turistico come base per la comprensione di applicazioni più sofisticate dell'impatto che la legislazione europea e la dottrina italiana hanno sulla legislazione albanese.

Negli ultimi decenni, il settore del turismo ha conosciuto una crescita continua. Per il sesto anno consecutivo, l'industria del turismo ha superato la crescita dell'economia globale (World Travel & Tourism Council, 2017) e ha superato settori economici importanti come le esportazioni di petrolio, le produzioni alimentari e di automobili (Unwto, 2016). Sulla base di questa realtà, il settore del turismo è un settore fondamentale per studiare e sviluppare. Il turismo può quindi essere visto come un "ombrello concept"²⁹ in cui più discipline sono collegate. Per analizzare il concetto del contratto del pacchetto turistico dobbiamo prima definire il concetto del "turista" e del "pacchetto turistico". Si ritiene che il termine "turista" sia stato probabilmente usato per la prima volta da Stendhal (1838) in "Mémoires d'un touriste". Una delle prime definizioni, stabilisce i turisti come "persone in viaggi temporanei fuori casa che spendono denaro derivato dalla loro area di origine e non dal luogo visitato"³⁰. Nel 1937, la Lega delle Nazioni (attualmente le Nazioni Unite) considerava un turista un individuo che viaggia per un periodo di 24 ore o più in un paese diverso da quello in cui abitualmente risiede. Questa prima definizione include una limitazione temporanea per un turista che deve pernottare, così studenti, persone che viaggiano per lavoro, viaggiatori che non rimangono in un paese per più di 24 ore sono stati esclusi da questa definizione. Inoltre, questa definizione implica che tutti i viaggiatori sono turisti a causa della mancanza di scopo

¹⁷ CANDELA G., FIGINI P., *The Economics of Tourism Destinations*, Springer, 2012.

¹⁸ VICTOR T. C. MIDDLETON, ALAN FYALL, MIKE MORGAN, MICHAEL MORGAN, ASHOK RANCHHOD, *Marketing in Travel and Tourism*, Elsevier Ltd, 2009

¹⁹ VINCENZO FRANCESCHELLI, *Dalla legislazione del turismo al diritto del turismo in Turismo (Diritto e diritti)*, 2010

²⁰ E. CARDOSI, G. *Il codice del turismo*, Tripodi, 2011

²¹ CUFFARO V., *Codice del consumo*, 4a edizione, Giuffrè, Milano 2015

²² CUFFARO V., TASSONI, G. VIAGGIO (Contratto di) in *Digesto delle Discipline Privatistiche*, sez. civile, aggiornamento, Torino 2000

²³ F. ROMEO, *Il contratto di viaggio-tutele specifiche e risarcimento del danno*, 2011.

²⁴ MONTI, *Il recepimento della Direttiva sui viaggi "tutto compreso" nei paesi dell'Unione europea*, in *Diritto del turismo*, 2008.

²⁵ GRAZIUSO.E., *I nuovi contratti del turismo*; Giuffrè Editore, 2011.

²⁶ MOLFESE F., *Il contratto di viaggio e le agenzie turistiche*, Cedam, Padova, 1999.

²⁷ SANTAGATA R., *Diritto del turismo*, 4a ed., UTET, Milano, 2018.

²⁸ CACUCCIO M., *Responsabilità del venditore del pacchetto turistico per infortunio del turista durante un'escursione*, nota a Cass. civ. sentenza 13/11/2009, n. 24044 in giust. civ.2010/7-8/168B.

²⁹ D. E. LUNDBERG, M. H. STAVENGA, M. KRISHNAMOORTHY, *Tourism Economics*, Wiley New York, 1995 p.4

³⁰ Mc CABE.S. *Marketing communications in tourism and hospitality, concepts, strategies and cases*, Elsevier, 2009, pg. 3.

nella definizione. Un'altra differenziazione tra la nozione visitatore e la nozione turista è definito in base alla durata minima del soggiorno. Il visitatore è una persona che trascorre meno di 24 ore in un paese diverso da quello della residenza mentre un turista trascorre più di 24 ore. L'Organizzazione Mondiale del Turismo ha definito un turista come "una persona che viaggia in un paese diverso da quello di residenza, per qualsiasi motivo diverso dal lavoro retribuito"³¹. Tale definizione introduce la motivazione del viaggio, che esclude qualsiasi scopo compreso qualsiasi tipo di remunerazione.

In questo senso per essere considerato un turista è necessario di riempire tre criteri principali:

- ✓ movimento al di fuori della residenza
- ✓ durata più di 24 ore
- ✓ scopo (affari, tempo libero o altri scopi personali)

Il pacchetto turistico³² è un concetto che ha seguito gli sviluppi dei turisti e fornisce una massima protezione nel quadro della tutela dei consumatori. I pacchetti sono un gruppo di servizi turistici offerti congiuntamente ai turisti come parte di un pacchetto completo. La definizione³³ del pacchetto è prevista sia negli atti giuridici internazionali³⁴ che in quelli nazionali³⁵.

Un contratto del pacchetto turistico è definito come "un'offerta assicurata e ripetibile che comprende due o più elementi come il: trasporto, alloggio, cibo, attrazioni turistiche e altri servizi correlati come l'assicurazione di viaggio. Il contratto è scritto in formato cartaceo o elettronico, e offerto in vendita ai potenziali clienti a un prezzo totale, in cui i costi dei componenti del prodotto non possono essere identificati separatamente."³⁶ Per Franceschelli³⁷ il contratto di viaggio turistico organizzato concluso tra l'organizzatore di viaggi ed il turista, è il contratto mediante il quale il primo si impegna a proprio nome, a procurare al secondo ad un prezzo totale, una prestazione combinata di trasporto, soggiorno o di altri servizi a questi collegati in modo da consentire un viaggio o un soggiorno. Per pacchetto turistico

³¹ G. CANDELLA, P. FIGINI, *The economics of tourism destination*, 2012, pg. 26.

³² "Una vacanza dove il viaggio, il alloggio e il cibo o altri servizi sono inclusi nel prezzo e pagati in anticipo dal turista", *DICTIONARY OF LEISURE, Travel and Tourism*, A&C Black Publishers Ltd, 2006

³³ L'autore intende mantenere con correttezza la terminologia utilizzata in vari atti internazionali e rispettare le definizioni giuridiche per ogni lingua. Pertanto, la Convenzione di Bruxelles utilizza i termini di contratto di organizzazione di viaggio e contratto di intermediazione di viaggio, la direttiva 90/314 / CEE utilizza il termine viaggi, vacanze e giri turistici "tutto compreso", la direttiva UE 2015/2302 "contratto di pacchetto turistico", il legislatore italiano utilizza il termine di contratto di vendita del pacchetto turistico, e il legislatore albanese utilizza il termine del Contratto del pacchetto turistico.

³⁴ La CCV è firmata a Bruxelles il 23 aprile 1970 ed è entrata in vigore il 4 ottobre 1979. Questo atto ha avuto il merito di conferire dignità al contratto di viaggio, regolamentando in particolare il contratto di organizzazione di viaggio ed il contratto di intermediazione di viaggio, FAVA P. *Il contratto*, 2012, pg. 309.

³⁵ «Contratto di pacchetto turistico», il contratto relativo all'intero pacchetto oppure, se il pacchetto è fornito in base a contratti distinti, tutti i contratti riguardanti i servizi turistici inclusi nel pacchetto (art.3/3 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;(Art.33/d Codice turismo decreto legislativo 23.05.2011 n° 79, g.u. n. 129 del 06-06-2011 aggiornato con il decreto legislativo del 21/05/2018 n. 62 pubblicato in gazzetta ufficiale n. 129 del 6 giugno 2018) "pacchetto turistico"art.21 decreto legislativo n°. 93/2015 "La legge sul turismo"; art. 46/47 decreto legislativo "Sulla tutela dei consumatori"; decreto legislativo n°. 65 "Sui contratti di pacchetto turistico"

³⁶ VICTOR T. C. MIDDLETON, ALAN FYALL, MIKE MORGAN, MICHAEL MORGAN, ASHOK RANCHHOD, *Marketing in Travel and Tourism*, Elsevier Ltd, 2009, pg. 429.

³⁷ FRANCESCHELLI V. *Manuale di diritto del turismo*, G. Giappichelli editore 2010, pg.521.

s'intende il contratto avente ad oggetto i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso" risultanti dalla predeterminata combinazione di almeno due elementi, venduti ad un prezzo forfetario, la cui durata non deve essere inferiore ai 24 ore³⁸. In riferimento alla legislazione albanese, il Prof. Mehdi Hetemi stabilisce che: "Il contratto del pacchetto turistico è quel contratto, con il quale una parte, nella qualità dell'organizzatore di viaggi, è obbligato a fornire all'altra parte nella qualità del viaggiatore una gamma di servizi che includono il trasporto, il soggiorno e altri servizi correlati, mentre il viaggiatore è obbligato a pagare il prezzo forfetario del pacchetto"³⁹. L'oggetto del pacchetto turistico si caratterizza per la combinazione di più prestazioni⁴⁰.

Riferendosi alla Convenzione di Bruxelles⁴¹, il concetto di contratto del pacchetto turistico non è chiaramente articolato, ma è riconducibile alla nozione di contratto di organizzazione di viaggio. La convenzione CCV individua le due principali tipologie di accordi di viaggio: il contratto di organizzazione del viaggio e il contratto di intermediazione di viaggio a differenza delle direttive dell'Unione europea ("Direttiva comunitaria 90/314"⁴² che definisce nel art.2/1 la nozione del "tutto compreso" e "Direttiva (UE) 2015/2302 che nel art.3/2 fornisce la definizione del pacchetto turistico). Ai sensi della convenzione di Bruxelles con il contratto di organizzazione di viaggio si indica qualsiasi contratto in cui una persona si impegna a fornire a un'altra persona, a un prezzo inclusivo, una combinazione di servizi come il trasporto, l'alloggio o qualsiasi altro servizio correlato. Gli elementi di tale contratto sono: il prezzo inclusivo e il gruppo di servizi che includono il trasporto, l'alloggio e qualsiasi altro servizio correlato. La Convenzione stabilisce che le parti del contratto di viaggio sono l'imprenditore/organizzatore di viaggio e il cliente/turista. La convenzione presenta una definizione generale del concetto di pacchetto turistico, includendo solo due elementi il prezzo inclusivo e la combinazione dei servizi offerti. Tale disposizione legale fornisce una panoramica generale del concetto di pacchetto turistico, lasciando al di là altri elementi importanti del pacchetto. A seguito della necessità di elaborare in modo più completo a livello internazionale il concetto del pacchetto turistico il Consiglio dell'Unione europea ha adottato la direttiva UE 90/314. Attraverso la quale per la prima volta viene definito il significato del "servizio tutto compreso". Il concetto di servizio tutto compreso offre una definizione completa ed esatta degli elementi che compongono un pacchetto. La

³⁸ CISTARO M. *Diritto del turismo e tutele*, Halley, 2010, pg. 23.

³⁹ HETEMI, M. *E drejtë afariste (Diritto commerciale)*, Pristina, 1998, pg. 320.

⁴⁰ TRIPODI E., CARDOSI G., *Il codice del turismo*, Maggioli Editore, 2011, pg. 238.

⁴¹ Legge 27.12.1977, n. 1084, sulla "Ratifica ed esecuzione della convenzione internazionale relativa al contratto di viaggio", firmata a Bruxelles il 23.04.1970. La legge pur non riuscendo a dare una svolta definitiva per una regolazione continua della materia, ha il merito di aver colmato una lacuna normativa importante soprattutto se si pensa allo sviluppo del fenomeno e all'esigenza di regolare in modo certo i numerosi rapporti che si instauravano tra i soggetti, F. ROMEO, *Il contratto di viaggio-tutele specifiche e risarcimento del danno*, 2011, pg. 15.

⁴² Nell'ottica dello sviluppo del mercato turistico la direttiva si propone di creare un mercato fortemente concorrenziale nel quale gli operatori turistici possano offrire i propri servizi in ciascuno stato membro indipendentemente dall'ubicazione della sede legale. La direttiva, inoltre si propone di chiarire i diritti dei viaggiatori e renderli omogenei all'interno degli stati membri. CUFFARO V., TASSONI G. *Viaggio (Contratto di)* in *Digesto delle Discipline Privatistiche*, sez. civile, aggiornamento, Torino 2000, pg.756-757; *op. cit.* F. ROMEO, *Il contratto di viaggio-tutele specifiche e risarcimento del danno*, 2011, pg.16. Vedi anche MONTI, *Il recepimento della Direttiva sui viaggi "tutto compreso" nei paesi dell'Unione europea*, in *Diritto del turismo*, 2008, pg.79

terminologia della “vacanza tutto compreso” é abbastanza recente e esegue una linea che porta dalla regolamentazione del viaggio come contratto per giungere all’odierna disciplina del pacchetto turistico: formula che nella sua concisione riduce ad un’unitá la fascia dei pur diversi ed eterogenei servizi che nel loro insieme danno luogo alla vacanza come oggetto del contratto⁴³

In questo senso, a differenza della CCV, il legislatore dettaglia il contenuto del concetto, includendo il termine "durata" come elemento centrale del pacchetto. In questa forma la combinazione di trasporto, alloggio e altri servizi turistici non accessori che costituiscono una parte significativa del “tutto compreso” per formare un pacchetto richiede un minimo di 24 ore di durata o comprenda una notte di soggiorno. La direttiva fornisce una protezione più ampia del consumatore che acquista o ordina in base alle sue esigenze un pacchetto turistico, a condizione che la durata della combinazione di servizi sia superiore a 24 ore o includa un pernottamento. Il successo delle compagnie aeree a basso costo e un maggiore accesso a internet sono due fattori che hanno portato a scegliere varie offerte da una varietà di fornitori di servizi e che possono riconfezionare una vacanza su misura. In caso di mancanza di connessione tra i fornitori di servizi la direttiva 90/314/CEE non offre alcuna protezione ai termini del “pacchetti turistici”. La giurisprudenza ci viene in aiuto nell’interpretazione del concetto di “pacchetti turistici”⁴⁴. La direttiva 90/314/CEE ha lo scopo di ravvicinare le disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli stati membri del UE concernenti i viaggi, le vacanze e i giri turistici “tutto compreso” venduti o offerti in vendita nel territorio della comunità, che prevede la prefissata combinazione di almeno due degli elementi⁴⁵, venduti o offerti in vendita ad un prezzo forfettario, laddove questa prestazione superi le 24 ore⁴⁶. L’articolo 2/1 della Direttiva esclude dal campo di applicazione della direttiva tutti i pacchetti che coprono un periodo inferiore a 24 ore e non comprendono l'alloggio. La direttiva limita la protezione dei consumatori del pacchetto turistico e non offre una protezione completa per le visite turistiche organizzate o tour organizzati a eventi culturali o sportivi⁴⁷ con una durata inferiore a 24 ore. Un biglietto per le finali di

⁴³ CACUCCIO M., *Responsabilità del venditore del pacchetto turistico per infortunio del turista durante un’escursione*, nota a Cass.civ. sentenza 13/11/2009 n. 24044 in Giust. civ. 2010/7-8/168B, *op. cit.* in NICOLÒ C., *La tutela del passeggero nell’era dei vettori low cost*, Cacucci editore, 2012.

⁴⁴ Case C-400/00 - Club Tour, ECJ judgment of 30 April 2002, nella quale la corte ha sottolineato che “la nozione di «tutto compreso» di cui all’art. 2, punto 1, della direttiva del Consiglio 13 giugno 1990, 90/314/CEE, concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti «tutto compreso», deve essere interpretata nel senso che essa include i viaggi organizzati da un’agenzia di viaggi su richiesta di un consumatore o di un gruppo ristretto di consumatori e conformemente alle loro richieste. La nozione “prefissata combinazione” di cui all’art. 2, punto 1, della direttiva 90/314 deve essere interpretata nel senso che essa include le combinazioni di servizi turistici stabilite al momento in cui il contratto viene stipulato tra l’agenzia di viaggi e il consumatore”.

⁴⁵ Trasporto, alloggio, altri servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio che costituiscono una parte significativa del “tutto compreso”

⁴⁶ Direttiva 90/314, Art. 2/1

⁴⁷ La questione relativa alla qualificazione dei contratti per la partecipazione a eventi culturali e sportivi è stata trattata dal CIURNELLI G., MONTICELLI S., ZUDDAS G., in “Il contratto d’albergo il contratto di viaggio i contratti del tempo libero”, Giuffrè Editore, pg. 286. “I contratti con i quali si fornisce un servizio che consiste in uno spettacolo, gara sportiva, rappresentazione cinematografica, teatrale ...etc e un contratto innominato che non presenta punti particolari di contatto con nessuno degli schemi giuridici tipizzati dal codice civile. Questo contratto ha un soggetto che assume un’obbligazione di fare, consistente nel fornire allo spettatore dietro pagamento un servizio di partecipazione in uno spettacolo. Attraverso questo contratto, non disciplinato dal codice civile, un soggetto acquista un titolo di legittimazione (biglietto), che rappresenta l’obbligazione che l’impresa assume impegnandosi di consentire di seguire la visione di una manifestazione”, vedi Stipo 1961,44

“Champions league”, la prenotazione presso un ristorante e un biglietto aereo di ritorno per lo stesso giorno potrebbe facilmente costare più di un normale pacchetto turistico di una settimana. Riferendosi alla direttiva 90/314/CEE, tale caso non trova protezione nel contesto della tutela del consumatore e non è incluso nel concetto del pacchetto perché è assente l'elemento di durata superiore al 24 ore. Nel contratto di viaggio vacanza tutto compreso, la finalità turistica o scopo di piacere non è un motivo irrilevante ma di sostanza nell'interesse che lo stesso è funzionalmente volto a soddisfare, connotandone la causa concreta e determinando perciò, l'essenzialità di tutte le attività e dei servizi strumentali alla realizzazione del preminente scopo vacanziero, l'estinzione del contratto per sopravvenuta impossibilità di utilizzazione della prestazione, con esonero delle parti dalle rispettive obbligazioni (Cass. 24 luglio 2007, n.16315) (Ruberto. C., 2009).

Dall'adozione della direttiva CEE 90/314, nel 1990, il mercato ha subito notevoli cambiamenti. Oltre ai tradizionali canali di distribuzione, internet è diventato un mezzo sempre più importante attraverso il quale i servizi di viaggio sono ora offerti e venduti. Va inoltre notato che al giorno d'oggi i servizi di viaggio non sono solo combinati nella forma di pacchetti tradizionali preordinati, ma sono spesso combinati in modo personalizzato. Molte di queste combinazioni di servizi di viaggio si trovavano in una "zona grigia legale" o semplicemente non erano contemplate dalla direttiva CEE 90/314. La nuova direttiva UE 2015/2302, adottata nel novembre 2015, abroga la direttiva CEE 90/314 e mira a tenere conto degli sviluppi sopra menzionati, il tutto per migliorare la trasparenza e aumentare la sicurezza del diritto per i viaggiatori e gli operatori turistici. Va notato che la nuova direttiva amplia la protezione per i consumatori a tre diversi tipi di combinazioni di viaggio:

- pacchetti prestabiliti - vacanze organizzate da parte di un tour operator costituite da almeno due elementi: trasporto, alloggio o altri servizi,
- pacchetti personalizzati: selezione dei componenti da parte del consumatore e acquistati da una singola agenzia online o offline;
- modalità di viaggio collegate - se il consumatore, dopo aver prenotato un servizio di viaggio su un sito web, è invitato a prenotare un altro servizio tramite un collegamento simile, a condizione che la seconda prenotazione avvenga entro 24 ore⁴⁸.

Un ruolo importante nella definizione del significato del pacchetto turistico dà anche il caso C-400/00. In una panoramica generale del concetto del pacchetto turistico basato sulla graduale ampliamento dalla Convenzione di Bruxelles fino alla recente direttiva UE

anche Frattarolo 1984,121 *op.cit.* CIURNELLI G., MONTICELLI S., ZUDDAS G., in “*Il contratto d'albergo il contratto di viaggio i contratti del tempo libero*”, Giuffrè Editore, pg. 287.

Ma quando le attività culturali e sportivi fanno parte di un pacchetto turistico, nel rapporto contrattuale tra l'organizzatore di viaggio e il cliente, si applica la disciplina, relativa al contratto di viaggio, della legge 27 dicembre 1977, n. 1084, che ha ratificato la Convenzione di Bruxelles unitamente alla direttiva 90/314/CEE sui viaggi “tutto compreso”, *Ibidem*, pg. 298. Di conseguenza, la legislazione sul contratto del pacchetto turistico sarà applicato solo nei casi in cui la partecipazione all'evento culturale è parte del concetto del pacchetto di cui stabilito nell'articolo 2 della direttiva. Nella nostra valutazione per garantire una protezione più completa del consumatore turista, sarebbe opportuno di prevedere adeguamenti nella legislazione nazionale che non impongano un soggiorno minimo di 24 ore come condizione per valutarli come pacchetto.

⁴⁸ Direttiva UE 2015/2302, Articolo 3/2.

2015/2302 con l'obiettivo di fornire un concetto completo e cumulativo del pacchetto turistico per la tutela del consumatore.

Il principio primario alla base di una vacanza "pacchetto tutto compreso" è la convenienza. Particolare importanza nel contratto del pacchetto turistico ha il prezzo, che spesso è determinante per l'attuazione del contratto stesso. La convenienza per l'acquirente si riferisce a una serie di desideri come il tempo di viaggio, idoneità allo scopo e costo che fanno che il potenziale turista acquisti il pacchetto. Come hanno sostenuto HANEFORS e MOSSBERG⁴⁹, i pacchetti sono percepiti come efficaci e meno costosi rispetto all'acquisto di voli e hotel separatamente. In questo senso il prezzo è un fattore fondamentale per la scelta del contratto del pacchetto turistico da parte del viaggiatore.

1.2 Il problema della classificazione legale del contratto del pacchetto turistico

Il dibattito sulla qualificazione giuridica del contratto ha perso gran parte del suo originario rilievo applicativo in seguito alla tipizzazione dei contratti di organizzazione ed intermediazione di viaggio, operata dalla Convenzione internazionale del Bruxelles, ove si è definito il sistema delle responsabilità dell'organizzatore e dell'intermediario di viaggio⁵⁰. La discussione sulla classificazione del contratto del pacchetto turistico si riferisce alla loro affiliazione nel gruppo dei contratti civili o pubblici. Tale discussione è dettata dalla necessità di determinare se i diritti turistici sono pubblici o di mera natura privata. L'atteggiamento su questo argomento non è unificato, ma la maggior parte degli studiosi concorda sulla natura dualistica del diritto turistico. Il diritto del turismo è parte del diritto pubblico poiché i suoi interessi sono di natura ampiamente pubblica, a differenza del contratto del pacchetto turistico che è un rapporto giuridico che sorge e si sviluppa nel quadro del diritto privato, in cui le parti contraenti il turista e l'operatore turistico sono presentati sulla base del principio di parità delle parti contraenti. Il contratto del pacchetto turistico è classificato nel gruppo dei contratti civili e riconosciuti come "nuovi contratti". Questi contratti si collocano tra i contratti atipici, misti e complessi poiché gli elementi che lo compongono il contratto sono funzionalmente collegati e inscindibili⁵¹. Tale indicazione deriva dalla natura particolare del presente contratto che include all'interno del medesimo contratto diversi rapporti contrattuali specifici. Parte del contratto del pacchetto turistico sono diversi servizi che sono regolati dai contratti specifici come: il contratto del trasporto, il deposito alberghiero, l'alloggio ... ecc. L'appartenenza del contratto del pacchetto turistico alla categoria dei contratti "sui generis" si basa sulla circostanza che esso richiede l'unitarietà dei servizi, in quanto il turista, che si rivolge all'organizzatore/venditore del pacchetto, pretende un prodotto unico e non una somma di prestazioni fra loro indipendenti. Questo contratto è classificato nel gruppo dei contratti atipici in quanto non ha alcun adeguamento nel gruppo dei contratti tipici previsti dalla legislazione.

⁴⁹ HANEFORS M., MOSSBERG L. (1999) *The travel and tourism consume*, cit. in CHON K. S., PIZAM A., MANSFELD Y., *Consumer Behavior in Travel and Tourism*, 2012, pg.188.

⁵⁰ ROSSI C., DONA M., *Il contratto di viaggio turistico*, p. 23 e 29; SANTAGATA R., *Diritto del turismo*, UTET Giuridica, 2018, pg.268

⁵¹ PASQUALE M.; *La tutela del consumatore e il contratto di viaggio nell'Unione Europea*, 2015, pg. 96.

Una questione controversa riguarda alla natura delle disposizioni della Convenzione internazionale sui pacchetti turistici. La questione che sorge è quella se il campo di azione della CCV è di natura puramente internazionale o anche nazionale? Secondo gli studiosi, la convenzione internazionale CCV si applicherà ai contratti del pacchetto turistico che sono collegati a livello internazionale e non a quello nazionale. In riferimento alla sua natura, la CCV Convention è una convenzione di carattere meramente internazionale che mira a fornire un approccio e concetti unitari sul contratto di pacchetti turistici. Il suo scopo principale era quello di fornire le principali garanzie per la protezione dei consumatori del pacchetto turistico a livello internazionale. Mentre nella legislazione albanese la questione della classificazione dei contratti del pacchetto turistico fa riferimento alle disposizioni dell'articolo 116 della costituzione albanese. Secondo il quale la gerarchia delle norme giuridiche comporta innanzitutto l'obbligo di riferimento agli atti internazionali⁵² ratificati in questo campo e poi agli atti nazionali. Nel campo dei contratti di pacchetto turistico, i riferimenti legali devono rispettare le disposizioni della legge sulla tutela dei consumatori, la legge sul turismo⁵³ e il dec.leg. sui contratti di pacchetto turistico. In risposta alla questione della posizione e della classificazione del contratto di pacchetto turistico nel diritto contrattuale albanese, l'approccio più corretto sarebbe quello di classificarlo nel gruppo dei contratti atipici, che tendono a prevedere per quanto e possibile una protezione chiara e completa dei turisti nelle condizioni dell'appaltatore più debole.

Il contratto del trasporto⁵⁴ è il rapporto giuridico che ha per scopo principale di consentire il trasporto dei passeggeri attraverso i mezzi di trasporto del vettore verso la destinazione concordata. Questo contratto è valutato come completo quando il suo scopo principale che è quello di trasportare i passeggeri alla destinazione concordata nel contratto è adempiuto. Tra le numerose costruzioni proposte in merito alla qualificazione giuridica del contratto del pacchetto turistico, la tesi maggiormente seguita in passato applicava il contratto del pacchetto turistico alla disciplina giuridica del contratto di trasporto⁵⁵. Ovviamente una tesi che non supporta le attuali condizioni di sviluppo dottrinale che fanno riferimento a una vasta gamma di servizi nell'ambito del contratto di pacchetto turistico. Il contratto del deposito⁵⁶ al hotel regola il rapporto contrattuale che si instaura nelle condizioni di alloggio del turista presso l'hotel e determina gli obblighi delle parti contraenti sui depositi effettuati presso l'hotel. Lo scopo del presente contratto è di poter determinare la responsabilità delle parti contraenti sugli articoli / denaro collocati nei depositi dell'hotel. Il legislatore si impegna a definire una chiara regolamentazione legale al fine di garantire in modo corretto la responsabilità contrattuale. La complessità del contratto del pacchetto turistico è dettata dall'interazione dei servizi offerti al suo interno. Mentre nei contratti tipici la determinazione

⁵² La Convenzione internazionale del Bruxelles CCV non è stata ratificata dalla Repubblica di Albania

⁵³ La legge No. 93/2015 Sul turismo, la presente legge è conforme all'articolo 2, articolo 3, e all'allegato della direttiva del Consiglio n. 90/314 / CEE del 13 giugno 1990 sui "viaggi, ferie e pacchetti turistici", nonché sugli articoli 2 e 3 del regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio n. 692/2011/UE del 6 luglio 2011, "Statistiche europee nel turismo".

⁵⁴ Art. 1678 cc italiano (regio dec.16 marzo 1942-XX, n. 262); Art.877 cc albanese (legge 29 luglio 1994 n. 7850)

⁵⁵ CIURNELLI G., MONTICELLI S., ZUDDAS.G., *Il contratto d'albergo, il contratto di viaggio, i contratti del tempo libero*, Giuffrè Editore, 1994.

⁵⁶ Art. 1783 cc italiano; art.1004 cc albanese.

dei diritti e obblighi contrattuali è più semplice, nel contratto del pacchetto turistico la combinazione di diversi servizi lo rende un contratto misto e complesso. La domanda posta dalla dottrina era se i viaggi di studio fossero inclusi nel concetto del pacchetto turistico? La direttiva 90/314 / CEE non è esplicitamente espressa in relazione ad essa, ma è la giurisprudenza della Corte di giustizia europea che nella causa C-237/97 dell'11 / 02/1999 prevede che: *“La direttiva del Consiglio 13 giugno 1990, concernete i viaggi, le vacanze e i circuiti «tutto compreso» non si applica a viaggi: che consistono in scambi scolastici della durata approssimativa di sei mesi oppure di un anno; che hanno come finalità il fatto che lo studente frequenti un istituto scolastico in un paese ospitante affinché familiarizzi con la sua società e la sua cultura e, durante i quali lo studente soggiorna gratuitamente presso una famiglia ospitante, come se fosse un membro della stessa”*

Nel dibattito dottrinale sulla natura del contratto del pacchetto turistico, la sentenza della Corte di cassazione italiana nel caso 4 marzo 2010, n. 5189 ha affermato che: *“In virtù del contratto avente ad oggetto un pacchetto turistico «tutto compreso», perfezionatosi attraverso la sottoscrizione, da parte del consumatore, di una articolata proposta contrattuale, l'organizzatore assume specifici obblighi contrattuali, soprattutto di tipo qualitativo, che concernono principalmente le modalità del viaggio, la qualità dell'alloggio e il livello dei servizi”*.

2.3 Il contratto del pacchetto turistico tra legge e l'economia

La necessità di uno studio sui contratti del pacchetto turistico è legata non solo con il quadro legislativo, ma anche all'importante impatto economico. In questo senso, il contratto del pacchetto turistico viene analizzato nella prospettiva della teoria del contratto⁵⁷, il quale viene diviso in tre modelli o tipi⁵⁸.

⁵⁷ Durante gli anni '60, KENNETH ARROW condusse la prima ricerca formale su questo argomento nel campo dell'economia. Poiché la teoria del contratto incorpora sia gli incentivi comportamentali di un principale che di un agente, rientra in un campo noto come diritto ed economia. Questo campo di studi è anche chiamato analisi economica del diritto. Nel 2016, gli economisti Oliver Hart e Bengt Holmström hanno vinto il premio Nobel per le scienze economiche per il loro contributo in questo campo. Per informazioni più dettagliate, consultare, HART O, HOLMSTRÖM B, *Contract Theory-Scientific Background on the Sveriges Riksbank, Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel, 2016* accessibile in: https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2016/advanced_economicsciences2016.pdf

⁵⁸ Il modello dell'azzardo morale “Un modello di rischio morale ritrae una delle parti contraenti che ha un incentivo a impegnarsi in comportamenti a rischio perché i costi associati sono assorbiti dall'altra parte contraente. Perché l'azzardo morale sia presente, ci deve essere un'asimmetria informativa e un contratto che offre a una delle parti contraenti l'opportunità di modificare il proprio comportamento”. Il modello di selezione avversa “Un modello di selezione sfavorevole rappresenta una parte contraente che dispone di più o migliori informazioni rispetto all'altra parte contraente e pertanto viola la parità delle parti”. Il modello di segnalazione “In questo modello una parte contraente trasmette le informazioni complete e accurate all'altra parte contraente. In economia, la segnalazione include il trasferimento di informazioni da una parte all'altra. Lo scopo di questo trasferimento è raggiungere la soddisfazione reciproca in un contratto”, CROCKER, K.J., S.E. MASTEN, *Mitigating Contractual Hazards: Unilateral Options and Contract Length*, RAND Journal of Economics, 1988 pg. 327; DEWATRIPONT M., MASKIN E., *Contract Renegotiation in Models of Asymmetric Information*, European Economic Review 34, 1990 pg.311-321; EDLIN, A.S, HERMALIN B E., *Contract Renegotiation and Options in Agency Problems*, in *Journal of Law, Economics and Organization*, 2000, pg. 395-423; HART O., *Firms, Contracts and Financial Structure*, Oxford University Press, 1995; BOLTON P. *Renegotiation and the Dynamics of Contract Design*, in *European Economic Review* 34, 1990, pg. 303-310.

Una questione importante per quanto riguarda il contratto turistico è quella della sua classificazione nel contesto della teoria del contratto⁵⁹. Un contratto è valutato come completo quando le parti contraenti hanno precedentemente valutato tutti i potenziali rischi associati all'attuazione del contratto. La negoziazione di un contratto così completo richiederebbe al venditore e all'acquirente di analizzare e valutare tutti i possibili rischi. In questo senso, si ritiene che le parti contraenti abbiano valutato le conseguenze di qualsiasi atto o comportamento tra loro predeterminando la parte su cui peserà il rischio delle conseguenze. Al fine di massimizzare i loro benefici nel contratto deve essere determinato chi sarà il partito in grado di sopportare un rischio più alto di un risultato negativo in relazione alle condizioni previste.

Questa determinazione deriva dalla "formula" stabilita dalla Corte Suprema degli Stati Uniti, che nella sua giurisprudenza ha stabilito che ...” Una conseguenza imprevedibile dalle parti contraenti sarà applicata alla parte per la quale ha costi inferiori”⁶⁰. In caso se il turista compra un pacchetto turistico che sarà realizzato entro due giorni pagando il prezzo totale, e dopo questo momento la destinazione turistica si colpisce da un disastro naturale, come saranno determinate le responsabilità per l'inadempimento del contratto? In questo caso, se le parti nel contratto non hanno previsto la regolamentazione delle conseguenze, la direttiva UE 2015/2302 prevede In caso di circostanze inevitabili e straordinarie (terremoti, catastrofi naturali, atti di terrorismo) verificatesi nel luogo di destinazione o nelle sue immediate vicinanze e che hanno un'incidenza sostanziale sull'esecuzione del pacchetto o sul trasporto di passeggeri verso la destinazione, il diritto a recedere dal contratto, prima dell'inizio del pacchetto, senza corrispondere spese di recesso, ed al rimborso integrale dei pagamenti effettuati. La domanda che sorge è: in queste circostanze il turista può chiedere il risarcimento del danno da vacanza rovinata? A nostro giudizio, la risposta a questa domanda è negativa.

Lo scopo della vacanza è quello di garantire tranquillità, piacere e relax per il turista, nel caso in cui questo non può essere garantito per motivi indipendenti dalla volontà del venditore, quest'ultimo non può essere addebitato per una responsabilità che non viene a conseguenza delle sue azioni o omissioni dirette. Il concetto di un contratto completo è un concetto intellettuale-ideale. Le parti contraenti creano contratti incompleti per due ragioni principali:

⁵⁹ Secondo la teoria dei contratti un'altra classificazione è quella dei contratti “completi” e “incompleti”. Un contratto è un accordo tra due o più parti. Un contratto completo sarebbe un contratto che specifica i doveri e i diritti delle parti contraenti per tutte le future eventualità. Un contratto completo si basa sulle ipotesi di perfetta razionalità sia delle parti contraenti anche delle autorità giudicanti. Il paradigma del contratto incompleto è stato sperimentato da SANFORD J. GROSSMAN, OLIVER D. HART E JOHN H. MOORE. Nei loro contributi seminali, GROSSMAN e HART, HART, MOORE e HART (1995) sostengono che, in pratica, i contratti non possono specificare cosa deve essere fatto in ogni condizione possibile. GROSSMAN SANFORD J.; HART, OLIVER D, *The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration*, Journal of Political Economy, 1986, n. 94 pg. 691-719; HART, OLIVER D. MOORE, J., *Property Rights and the Nature of the Firm*, Journal of Political Economy, 1990 n. 98 pg. 58; HART O., *Firms, Contracts, and Financial Structure*, Oxford University Press, 1995; Per GEORGE G. TRIANTIS, Paradossalmente, i contratti sono sia incompleti che completi, *Contractual Allocation of Unknown Risks: A Critique of the Doctrine of Commercial Impracticability*, 1992, Toronto pg. 450-468; Bull A., *The economics of travel and tourism*, Longman Cheshire Pty Ltd, Australia, 1991.

⁶⁰ GRUNDMANN S., KERBER W., WEATHERILL S., *Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market*, 2001, pg. 339.

Per primo, la raccolta di informazioni dettagliate comporta costi elevati e in secondo il fatto che nella maggior parte dei casi le parti contraenti trovano difficile gestire i diritti e prevedere le conseguenze delle informazioni che dispongono. Anche se le persone si comportano in modo razionale non possono considerare tutte le conoscenze attuali e né leggere in futuro, così prendono decisioni in circostanze non sicure. Questo è anche noto come razionalità restrittiva. Pertanto, la legislazione contrattuale può essere trattata come un tentativo di “pre-design” del contratto completo al fine di facilitare i costi delle parti a cercare informazioni. In questo approccio è arrivata anche l'adozione della direttiva UE 2015/2302, che è stato il risultato di un ampio studio sui contratti di pacchetto turistico. Tramite la direttiva e l'esperto il concetto di pacchetto turistico come un tentativo di dare via ai contratti completi. Gli alti costi dell'insicurezza turistica sull'attuazione del contratto del pacchetto turistico, e il fatto se l'acquisto di questi servizi costituiscano o meno un pacchetto turistico sono stati le prime indicazioni che hanno presentato la necessità di modificare la legislazione. In questo senso, la direttiva UE 2015/2302 costituisce l'adempimento del primo obiettivo nel quadro dell'attuazione di un contratto completo.

I contratti non sono mai completi, perché in alcuni contratti l'incompletezza è inevitabile, dati le circostanze che potrebbero sorgere in futuro. Facendo riferimento a tale possibilità, il legislatore ha previsto la prerogativa di modificare il prezzo dei pacchetti turistici nella misura del 8% del prezzo di prenotazione quando quest'ultimo è dettato da variazioni del prezzo dei prodotti o delle imposte⁶¹. Inoltre, le parti contraenti possono consapevolmente lasciare i contratti incompleti di proposito, sia perché una o entrambe le parti detengono le informazioni necessarie⁶² per completare il contratto, e sia perché le parti hanno concordato di “agree to agree later”

⁶¹ “Gli aumenti di prezzo dovrebbero essere possibili solo se si è verificata una modifica del costo del carburante o di altre fonti di energia per il trasporto dei passeggeri, delle tasse o dei diritti imposti da terzi non direttamente coinvolti nell'esecuzione dei servizi turistici ricompresi nel contratto di pacchetto turistico o dei tassi di cambio pertinenti per il pacchetto, e solo se il contratto prevede espressamente la possibilità di tale aumento del prezzo e stabilisce che il viaggiatore ha diritto a una riduzione di prezzo pari a una riduzione di tali costi. Se l'organizzatore propone un aumento del prezzo superiore all'8 % del prezzo totale, il viaggiatore dovrebbe essere autorizzato a risolvere il contratto di pacchetto turistico senza corrispondere spese di risoluzione” 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, (33), Decreto Legislativo 21 maggio 2018, n. 62 Attuazione della direttiva (UE) 2015/2302 del Parlamento europeo e del Consiglio, “Qualsiasi variazione di prezzo superiore al 5% è una modifica sostanziale del contratto” Decreto Legislativo n. 65 del 21.01.2009 “Sui contratti di pacchetti turistici”, Albania

⁶² “Riguardo ai pacchetti, è opportuno che i venditori siano responsabili insieme all'organizzatore della comunicazione delle informazioni precontrattuali. Per agevolare la comunicazione, in particolare nei casi transfrontalieri, i viaggiatori dovrebbero poter contattare l'organizzatore anche tramite il venditore da cui hanno acquistato il pacchetto. Il viaggiatore dovrebbe ricevere tutte le informazioni necessarie prima dell'acquisto di un pacchetto, sia questo venduto attraverso mezzi di comunicazione a distanza, in agenzia o con altri canali di distribuzione. Nel fornire tali informazioni, il professionista dovrebbe tenere in considerazione le esigenze specifiche dei viaggiatori particolarmente vulnerabili a motivo della loro età o infermità fisica che il professionista potrebbe ragionevolmente prevedere. Le informazioni importanti, relative ad esempio alle caratteristiche principali dei servizi turistici o ai prezzi, fornite in messaggi pubblicitari sul sito dell'organizzatore o in opuscoli nell'ambito delle informazioni precontrattuali, dovrebbero essere vincolanti, salvo che l'organizzatore si riservi il diritto di modificare tali elementi e che le modifiche siano comunicate in modo chiaro, comprensibile ed evidente al viaggiatore prima della conclusione del contratto di pacchetto

Allo stesso tempo, i contratti sono sempre obbligatori⁶³, perché, affinché un tribunale possa far rispettare il contratto, deve concludere che i termini materiali siano completi e che le volontà delle parti sono abbinata. In questo senso, i contratti sono sempre completi, dal momento che il tribunale riempirà eventuali termini incompleti del contratto o vera la mancata esecuzione del contratto⁶⁴.

Nella prospettiva economica da tempo è riconosciuto che l'incompletezza contrattuale è inevitabile e che crea due tipi di problemi: sottoinvestimento e soprainvestimento. Entrambi questi investimenti produrranno problemi sull'uguaglianza delle parti contraenti⁶⁵. Nel modello economico, i contratti sono "condizionalmente incompleti" perché, le parti non massimizzano i benefici in qualsiasi contingenza futura. Nel modello legale, i contratti sono "obbligatoriamente incompleti" perché, intenzionalmente o per caso, le parti contraenti non specificano in modo completo all'inizio del contratto tutti i loro diritti e obblighi che sorgono dal contratto. Precedere dalla denominazione della teoria del contratto incompleto suggerisce che il problema principale della teoria è considerare le limitazioni dei contratti. La teoria del contratto incompleto⁶⁶ mira a determinare non solo il livello di investimento delle parti contraenti, ma anche le conseguenze che si presenterebbero in caso di previsioni contrarie⁶⁷. In questo senso, la teoria mira a determinare i costi di un contratto completo⁶⁸. Anche se le parti contraenti inevitabilmente lasciano alcune ambiguità nel contratto, i contratti non sono mai veramente incompleti. Ogni volta che le parti contraenti non specificano sufficientemente i loro diritti e obblighi in base al contratto, il diritto contrattuale lo fa per loro affermativamente, imponendo obblighi e riconoscendo diritti.

2.4 Principio di "Buona fede"

turistico. Tuttavia, viste le nuove tecnologie della comunicazione, che consentono di effettuare facilmente aggiornamenti, non sussiste più la necessità di prevedere norme specifiche sugli opuscoli, mentre è opportuno garantire che le modifiche alle informazioni precontrattuali siano comunicate al viaggiatore. È poi opportuno che sia sempre possibile modificare le informazioni precontrattuali qualora espressamente concordato tra entrambe le parti del contratto di pacchetto turistico. Gli obblighi d'informazione fissati nella presente direttiva sono esaustivi, pur facendo salvi quelli stabiliti dall'altra normativa vigente dell'Unione. Gli organizzatori dovrebbero fornire informazioni di carattere generale concernenti le condizioni in materia di visti del paese di destinazione. Le informazioni circa i termini approssimativi per ottenere i visti possono essere fornite sotto forma di riferimento alle informazioni ufficiali del paese di destinazione. Direttiva (Ue) 2015/2302 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 25 novembre 2015 relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati.

⁶³ "Il contratto regolarmente concluso ha forza di legge sulle parti contraenti", Il Codice civile della Repubblica di Albania, art.690.

⁶⁴ OMRI B. Sh., *Agreeing to Disagree: Filling Gaps in Deliberately Incomplete Contracts*, 2004 Rev. 389, pg. 25

⁶⁵ Esempio illustrativo: Ai sensi delle disposizioni della direttiva 2015/2302 art.33 "Il venditore e/o l'organizzatore del pacchetto turistico ha il diritto di modificare il prezzo del pacchetto fino all'8% del prezzo totale al momento della prenotazione se si prova un aumento dei costi di servizio. Questo cambiamento viene valutato come una modifica sostanziale del contratto" Il problema sorge in modo diverso quando in un caso ipotetico "il venditore / organizzatore conosce l'aspettativa di aumenti dei costi e aumenta il prezzo ad un valore superiore rispetto al costo aggiunto e inferiore all'8% del valore totale del prezzo di prenotazione"

⁶⁶ "Tutti i contratti hanno la seguente forma: {una designazione di uno schema di condivisione dei valori per le variabili di valore {una designazione di valori o diritti di controllo su variabili d'azione, se manca uno degli elementi di sopra, il contratto viene valutato come un "contratto speciale", SUSHENG WANG, *Definition of Incomplete Contracts* 2016

⁶⁷ MACLEOD W. B., *Complexity and Contract*, in *Revue d'économie industrielle* n. 92,2000, pg. 149-178.

⁶⁸ LYONS B. R. *Incomplete Contract Theory and Contracts between firms: A preliminary empirical study*, CCR Working Paper CCR 01-1, 2001.

Il principio di “buona fede”⁶⁹ è un principio dell’ordinamento positivo, che indica il comportamento teso alla lealtà ed al legittimo affidamento delle parti in un rapporto giuridico. Questo principio è fondamentale nei rapporti contrattuali, in quanto indica una comune regola di condotta, nella formazione di un atto legale, sia nel settore dei rapporti obbligatori che in quelli dei diritti reali. In questo senso sarà analizzato la sua implementazione nei contratti di pacchetto turistico.

⁶⁹ La “buona fede” come principio del diritto contrattuale per lungo tempo non ha avuto una definizione. Ciò è dovuto principalmente al fatto che il concetto è generalmente applicato come base per correggere l’ingiustizia percepita di un risultato legale rigoroso ai sensi della legge applicabile. TER K. L. *Good Faith in the Performance of Commercial Contracts Revisited*, Singapore Academy of Law Journal, 26, 2014, pg. 121. La “buona fede” è un principio fondamentale derivante dalla regola del *pacta sunt servanda* e da altre norme giuridiche, specificamente e direttamente correlate all’onestà, alla correttezza e alla ragionevolezza, la cui applicazione è definita in un determinato momento dagli standard di onestà, giustizia e ragionevolezza che sono considerati appropriati per la formulazione di norme giuridiche nuove o riviste”, O’CONNOR J., *Good Faith in Contract: Particularly in the Contracts of Arbitration and Chartering*, in *Journal of Maritime Law and Commerce*, 1990 cit. TETLEY W., *Good Faith in English Law*, 2004, pg.102. BURTON, presenta un’analisi economica della “buona fede”, in un più largo contesto della teoria delle opportunità perdute (*foregone opportunities*), che si basa sulle aspettative e le intenzioni delle parti contraenti che perdono l’opportunità di concludere altri contratti durante la formazione del contratto. Secondo Burton, una delle parti contraenti viola la “buona fede” quando abusa della discrezione che ha ricevuto dal contratto nel tentativo di recuperare le opportunità che aveva rinunciato durante la formazione del contratto. Per BURTON, nell’esecuzione dei contratti c’è una distribuzione ineguale di “discrezione in adempimento”, dove c’è una parte forte e una parte debole che ha bisogno dell’applicazione di “buona fede”, BURTON S. J., *Breach of Contract and the Common Law Duty to Perform in Good Faith*, in *Harvard Law Review*, 94 (2), 1980, pg. 373. In questo senso l’applicazione del principio è indispensabile per il turista/consumatore nel contratto del pacchetto turistico. In termini di godimento di un’informazione ampia e completa da parte dell’organizzatore/venditore del pacchetto quest’ultimo è più incline ad agire in contrasto con il principio di buona fede.

Secondo MURIS “Si verifica un grave problema quando una delle parti contraenti si comporta in modo contrario alla comprensione del contratto, ma non necessariamente contrario ai termini espliciti dell’accordo portando ad un trasferimento di beni/diritti che è conosciuto come comportamento opportunistico”. La mancanza di opportunismo è la base del contratto, in base al quale entrambe le parti dovrebbero beneficiare. Si veda MACKAAY, E. *Good Faith in Civil Law Systems: A Legal- Economic Analysis*, Cirano Scientific Series s-74 2011, pg. 11-20. In questo senso, la violazione del principio di “buona fede” nel contratto del pacchetto turistico viene non solo nei casi in cui le condizioni stabilite esplicitamente nel contratto sono violate, ma anche in condizioni in cui il fornitore del pacchetto turistico possiede informazioni che dettano il corso di adempimento del contratto e non lo mette a disposizione del turista. Pertanto, la violazione del principio può essere realizzata anche indirettamente. La “buona fede” è un “concetto aperto”, il professor Hesselink differenzia la “bona fides” dalle altre principi stabiliti nel codice civile e altri atti legali. Riconosce che la “bona fides” non è una regola vera e propria, dal momento che entrambi i fatti a cui si riferisce e gli effetti di legge, che determina non possono essere previsti o impostati a priori. HESSELINK W. M., *The Concept of Good Faith, Towards a European Civil Code*, The Hague, Boston & London: Kluwer Law International, 2004, p. 471-498. In *Lawson v. Weston* (1801) la “buona fede viene definita come il principio di “cuore puro e testa vuota”, Jones W.J., *The position and rights of a bona fide purchase for value of goods impropry obtained*, Cambridge University Press, 1921, pg. 15. In altri paesi di common law come gli Stati Uniti non solo hanno incorporano il principio “bona fides” nella loro legislazione civile, ma stanno sviluppando una dottrina della “buona fede”, e i tribunali sono inclini ad applicare il principio “buona fede” per dare giustizia alle controversie contrattuali. Su un percorso simile agli Stati Uniti, Australia e Canada hanno recentemente riconosciuto il principio di “buona fede” dell’esecuzione dei contratti. Secondo la Corte Suprema Canadese: “La “buona fede” non è solo la migliore politica - è la legge!”, in *Bhasin v. Hrynew*, 2014, Supreme Court of Canada. La Corte di Cassazione Italiana elaborò questa definizione generale di “buona fede” contrattuale: “la buona fede, intesa in senso etico, com e requisito della condotta, costituisce uno dei cardini della disciplina legale delle obbligazioni e forma oggetto di un vero e proprio dovere giuridico, che viene violato non solo nel caso in cui una delle parti abbia agito con il proposito doloso di recare pregiudizio all’altra, ma anche se il contratto da essa tenuto non sia stato, comunque, eseguito con la diligente correttezza ed al senso di solidarietà sociale, che integrano, appunto, il contenuto della buona fede” (Cass. 18 febbraio 1986, 960, in Mass. Foro it., 1986)

L'importanza del principio di buona fede per la corretta applicazione delle norme contrattuali è indiscutibile. Ciò si manifesta anche nella discussione dottrinale e nella tesi degli stati europei di incorporare esplicitamente questo principio come principio che regola il diritto del consumatore e si applica a tutti i contratti di consumo nell'Unione europea. I Paesi Bassi⁷⁰ hanno compiuto notevoli sforzi al riguardo, suggerendo che il principio di buona fede deve essere costruito in un principio del diritto europeo dei consumatori, affinché la sua attuazione si unisca nello spazio europeo. In quanto tale, qualsiasi contratto stipulato da un cliente, compreso il contratto del pacchetto turistico, il principio di buona fede sarà applicato non solo nel contesto di un principio generale del diritto contrattuale, ma in particolare come un principio che ha nel suo nucleo la buona fede al cliente / turista. Mentre la Danimarca è del parere che questo approccio debba essere lasciato alla discrezione della Corte di giustizia europea⁷¹ che interpreta l'applicazione del principio considerando contemporaneamente la legislazione nazionale e comunitaria

Anche se il principio “*buona fede*” non è esplicitamente elaborato in nessuno degli atti internazionali⁷² e nazionali⁷³ che regolano il contratto del pacchetto turistico, questo principio si trova nello spirito della propria legge (d.l.n.79).⁷⁴ Il legislatore sostiene l'applicazione del principio *buona fede* nella fase precontrattuale⁷⁵ e durante l'esecuzione⁷⁶ del contratto per

⁷⁰ MARCO B. M. LOOS, *Review of the European consumer acquis*, Centre for the Study of European Contract Law, No. 2008/03, Amsterdam, op.cit. Reazione dei Paesi Bassi, p. 17-18

⁷¹ ECJ 1 April 2004, case C-237/02, [ECR] 2004, p. I-3403 (Freiburger Kommunalbauten/Hofstetter)

⁷² International convention on travel contracts (CCV),1970, Brussels; Directive (EU) 2015/2302 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2015 on package travel and linked travel arrangements, amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 90/314/EEC

⁷³ 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; 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, Gazzetta Ufficiale, n. 129 del 6 giugno 2011; Codice del Turismo (decreto legislativo 79/2011) (Italia) Legge “Sulla tutela dei consumatori”, n.9908/2008, artt. 46-47; D.L. n. 65 "Sui contratti di pacchetto turistico" (Albania). Secondo una prassi giurisprudenziale oramai consolidata, “Ai sensi dell’art. 1175 c.c. «Il debitore e il creditore devono comportarsi secondo le regole della correttezza». A tale regola di condotta le parti devono attenersi sia durante la fase delle trattative e della formazione del contratto, ai sensi dell’art. 1337 c.c., sia durante il momento di attuazione del programma contrattuale ai sensi dell’art. 1375 c.c. L’espressione “buona fede” che troviamo negli ultimi articoli citati assume, infatti, il significato di buona fede in senso oggettivo o correttezza Dall’altro tale fenomeno non è riconducibile alle cosiddette «informazioni di carattere generale» che il tour operator deve fornire al consumatore ai sensi degli artt. 87 e 88 del Codice del consumo. Se quindi non poteva pretendersi la conoscenza del fenomeno e delle sue possibili conseguenze per la salute del consumatore cade anche l’obbligo della relativa comunicazione alla luce del dovere di buona fede sia precontrattuale, sia contrattuale ai sensi degli articoli 1175, 1337, 1374, 1375 c.c.” (Cassazione civile, sezione III, 6 luglio 2009, n. 15798)

⁷⁴ 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, Gazzetta Ufficiale, n. 129 del 6 giugno 2011

⁷⁵ Prima della conclusione del contratto di vendita del pacchetto turistico, vi è “obbligo di buona fede precontrattuale di cui all’art. 1337 c.c.” a informare il consumatore su passaporto, obblighi sanitari e così via (ex art. 37, 2 ct.); il contenuto dell’informazione viene arricchito nell’opuscolo informativo che, ex art. 38, può essere messo a disposizione del consumatore. L’omesso adempimento di tali obblighi precontrattuali costituisce una pratica commerciale sleale ai sensi dell’art. 22, 5° co. Il tour operator avrebbe violato quindi l’obbligo di

poter garantire per quando e possibile e necessaria l'uguaglianza delle parti contraenti fornendo la massima protezione del consumatore. Il contratto di pacchetto turistico è soggetto alla disciplina del contratto in generale e in particolare alle regole della diligenza e buona fede sia nella fase precontrattuale, sia nella fase dell'esecuzione del rapporto contrattuale. La buona fede in senso oggettivo, prevista negli articoli 1175 e 1375 del c.c. italiano, implica un obbligo di lealtà e di solidarietà e di protezione o di sicurezza che si traduce in specifici obblighi di informazione e di avviso che vanno adempiuti durante tutte le fasi del rapporto contrattuale. La diligenza è un criterio per determinare il contenuto della prestazione e implica impegno, cura e attenzione che il debitore deve adottare per attuare la prestazione. La buona fede è un obbligo che sorge in capo a entrambe le parti del rapporto obbligatorio (debitore e creditore), mentre l'obbligo di diligenza sorge in capo al solo debitore. Nel contratto del pacchetto turistico la diligenza che può pretendersi è una diligenza media; dalla lettura della legge tale criterio può stabilirsi solo avendo riguardo alla natura della prestazione e consiste in tutte le misure necessarie per evitare il danno. La diligenza richiesta al debitore di un pacchetto turistico è quindi quella normale o ordinaria e si estende sino al limite della materiale possibilità. (Cassazione civile, sezione III, 6 luglio 2009, n. 15798)

2.5 Principio di “Laissez faire”

L'autonomia contrattuale deve essere intesa come il potere dei contraenti di regolamentare i propri interessi. L'autonomia⁷⁷ contrattuale è espressa nella capacità delle parti di contrattare non solo i contratti tipici, regolati dalla legge, ma anche i contratti atipici che non sono previsti dalla legge ma in ogni caso dovrebbero perseguire interessi sociali e dovrebbero essere conformi alle normative della legge. L'autonomia contrattuale fu sviluppata dalla dottrina *laissez-faire*⁷⁸, il che implica "La mancanza di controllo del governo sul sistema

buona fede, di cui l'obbligo di informazione e di avviso sono tipiche espressioni sia sotto il profilo della lealtà, sia sotto il profilo della salvaguardia dell'utilità dell'altra parte. Il contratto di pacchetto turistico rimane soggetto, come è noto, alle regole generali dettate dal codice civile in materia di adempimento e in particolare alle regole della diligenza e della buona fede. “L'intermediario di viaggio risponde nei confronti del viaggiatore, dell'inadempimento del tour operator, insolido con quest'ultimo, per “culpa in eligendo”, ameno che non dimostri che al momento in cui ha messo il contatto il viaggiatore e l'organizzatore del viaggio, quest'ultimo presentava serie garanzie di affidabilità. (trib. Roma 3 giugno 2002)

⁷⁶ La disciplina fissata dal codice del consumo (artt. da 86 ad 88) non esaurisce il novero delle informazioni che venditore e tour operator sono tenuti a fornire al cliente e tra le quali vanno sicuramente ricomprese, in virtù della clausola generale di buona fede, quelle che attengono a tutte le circostanze che consentono al cliente stesso di assumere determinazioni pienamente consapevoli sia al momento della conclusione del contratto che a viaggio iniziato. (Tribunale Verona, 27 Settembre 2013. Sez. Giurisprudenza, 10454 - pubb. 22/05/2014, Est. Vaccari). “Per il caso di omessa informazione all'acquirente di pacchetto turistico della situazione socio-politica critica del luogo di destinazione e/o del mancato intervento, a fronte del verificarsi di un grave inconveniente, volto a fornire ai turisti valide soluzioni alternative o, in caso di loro richiesta, il rientro nel luogo di partenza, è risarcibile anche il danno da vacanza rovinata. (Tribunale Rimini, 28 dicembre 2005)

⁷⁷ “Analizzando l'etimologia della parola, dal greco *autos* e *nomos*, appare chiaro che autonomia significa letteralmente dar legge a sé stessi” F. FRISULLO, *Il principio di autonomia privata e contrattuale*, op. cit., p.1; “l'autonomia contrattuale è, dunque, innanzitutto libertà di determinare il contenuto del contratto e di decidere gli effetti giuridici che le parti intendono produrre”, E. NAVARRETTA, *Il contratto-Il Diritto*, Enciclopedia giuridica del Sole 24 Ore, Milano, 2007, op.cit., F. FRISULLO, pg. 7. L'autonomia contrattuale è stata riconosciuta come un "principio generale del diritto civile" dalla Corte di Giustizia Europea (*Spain v European Commission*, C-240/97 European Court of Justice, 1999)

⁷⁸ La dottrina del *laissez-faire* era politica oltre che economica. La teoria prevalente del diciannovesimo secolo prevedeva che l'individuo, seguendo i suoi obiettivi, avrebbe ottenuto i migliori risultati per la società in cui era

economico in cui i prezzi si basano sulla concorrenza tra le società commerciali”. La libertà contrattuale consiste in tre aspetti: la libertà di contrattare, libertà di non contrattare e libertà di determinare il contenuto del contratto a discrezione delle parti⁷⁹. Ovviamente si tratta della libertà delle parti di scegliere il tipo di contratto, nonché il suo contenuto.

Quando le parti contraenti decidono di stipulare un contratto tra loro, il contenuto del contratto deve essere entro i limiti legali (art. 1322 co. 1 c.c.). I contratti sono visti come strumenti per realizzare l'autodeterminazione individuale attraverso la sottoscrizione volontaria di accordi legalmente vincolanti. Questa nozione di autonomia individuale è stata stabilita e ampliata attraverso le lotte sociali che portano dallo "status al contratto"⁸⁰ come principale determinante nelle nostre vite. Garantire questa sfera di autodeterminazione individuale come una caratteristica strutturale della società liberali e è la dimensione pubblica del contratto. L'autonomia contrattuale, si palesa anche nella facoltà di concludere contratti atipici, ovvero non appartenenti ad alcun modello di negozio giuridico specificamente disciplinato dal legislatore. Dato che il contratto ha il potere della legge sulle parti, significa che il contratto ha come conseguenza l'obbligo di una parte nei confronti dell'altra.

La libertà contrattuale è un principio importante, che considera le parti contraenti uguali, con una capacità astratta di contrattare. La libertà, garantita da questo principio, non può essere assoluta e la parola "libertà" non dovrebbe essere interpretata come qualcosa che consente abusi fatti dalle parti. Le parti tra di loro devono comportarsi correttamente, imparzialmente e secondo i requisiti della ragione. La Corte Suprema albanese ha concluso che "... la libertà di contrattare non è assoluta. Tuttavia, può essere "limitato" da alcuni fattori economici e morali ... che il tribunale deve prendere in considerazione per risolvere eventuali problemi concreti”⁸¹.

Di fondamentale importanza è che le parti non solo di comprendere appieno il significato dell'accordo, ma anche di dare liberamente il loro consenso. Secondo questa interpretazione, la "libertà contrattuale" consiste non solo nell'atteggiamento delle parti a mantenere le sue promesse, ma soprattutto nella capacità delle parti contraenti di modificare il contenuto del contratto senza alcuna altra interferenza esterna dai tribunali o dai terzi⁸². L'autonomia

parte. La funzione dello stato era di mantenere l'ordine e la sicurezza e di evitare di interferire nell'iniziativa dell'individuo nel perseguire i suoi obiettivi. Tuttavia, gli sostenitori del laissez-faire hanno sostenuto che il governo aveva un ruolo essenziale nell'applicare i contratti e nell'assicurare l'ordine civile. Laissez faire (2006) in Encyclopaedia Britannica, in <https://www.britannica.com/topic/laissez-faire>. L'autonomia contrattuale consiste in tre aspetti: libertà di contrattare, libertà di non contrattare e la libertà di determinare il contenuto del contratto a discrezione delle parti. DE BONDT, W., H. BOCKEN, W., *Contracts*, DE BONDT (Eds.), *Introduction to Belgian Law*, Bruylant, Bruxelles 2001, p. 223.

⁷⁹ DE BONDT, W. *Contracts*, *Introduction to Belgian Law*, H. BOCKEN & W. DE BONDT (EDS.) Bruxelles, 2001, pg. 223.

⁸⁰ “Una teoria liberale del contratto si basa su un concetto di rispetto per le persone come portatori di diritti individuali, inclusa la libertà contrattuale come diritto al rispetto del loro volontariato accordi”, MAINE S. H., *Ancient Law: Its Connection with the Early History of Society, and its Relation to Modern Ideas*, 1861, pg. 170 <https://archive.org/details/ancientlawitsco18maingoo/page/n182> ultimo accesso il 10.02.2020.

⁸¹ Decisione n. 932, del 22.06.2000 dlle Sezioni Unite della Corte Suprema Albanese

⁸² CICORIA C. *The Protection of the Weak Contractual Party in Italy vs. United States Doctrine of Unconscionability*, *Global Jurist Advance* 3, 2003, p. 1537.

contrattuale è un elemento essenziale sia nella fase precontrattuale⁸³ sia durante la stipulazione del contratto. Il riferimento ai principi di correttezza assume particolare importanza in quei settori dove l'autonomia privata non si applica con identica forza per entrambi i contraenti, specialmente nel settore dei contratti del pacchetto turistico. In tale ambito, il limite del rispetto dei principi di correttezza permetterebbe un intervento del legislatore volto a limitare o modificare l'autonomia contrattuale del contraente più forte, in maniera tale da ridurre la ingiusta distribuzione di risorse rispetto alla parte debole del contratto⁸⁴

Durante la fase precontrattuale⁸⁵, sorge l'obbligo principale del l'organizzatore o del venditore di fornire informazioni precontrattuali per il viaggiatore. L'intervento del legislatore si caratterizza per l'individuazione di un vero e proprio contenuto, cosiddetto "minimo", consistente in clausole che le parti non possono omettere, in quanto essenziali alla realizzazione degli obiettivi di tutela e riequilibrio dei rapporti di forza tra contraenti. Il controllo sul contenuto del contratto del pacchetto turistico, pertanto, rappresenta lo strumento più efficace per individuare quelle situazioni di abuso ai danni del contraente debole/turista. Oggigiorno l'informazione è l'oggetto principale del potere e in quanto tale serve a dettare le posizioni delle parti nel contratto. La disposizione del legislatore sull'informazione precontrattuale non è casuale. L'obbligo di fornire informazioni precontrattuali è strettamente correlato all'esigenza di evitare qualsiasi abuso che possa derivare dall'applicazione del principio di autonomia contrattuale. Pertanto, le norme poste a tutela del consumatore, in determinate ipotesi, limitano sia l'autonomia contrattuale del professionista/venditore, ma anche dello stesso consumatore.

⁸³ Segnatamente, la Consulta, investita del giudizio di legittimità costituzionale relativo alla legge 21 dicembre 1961 n. 1527, contenente norme sulla "determinazione del prezzo delle sanse" - sollevato in via incidentale dal Consiglio di Stato – stabiliva testualmente che "(...)poiché l'autonomia contrattuale in materia commerciale è strumentale rispetto all'iniziativa economica, ogni limite posto alla prima si risolve in un limite della seconda, ed è legittimo, perciò, solo se preordinato al raggiungimento degli scopi previsti o consentiti dalla Costituzione" Corte Cost., 23 aprile 1965, n. 30, in Giur. cost., 1965, 283, cit.

⁸⁴ La nozione di "debolezza" non deve essere valutata esclusivamente in base a criteri economico-sociali, ma anche con riferimento al concreto interesse che la parte intende perseguire. In tal senso, G. B. FERRI, *Il negozio giuridico*, Padova, 2004, p. 212, secondo cui è l'interesse concreto alla conclusione del contratto "ciò che rende il contraente maggiormente interessato più debole, nei fatti, dell'altro (...)", sicché "se si vuole continuare a parlare di contraente più debole, non se ne deve parlare (...) misurando la debolezza secondo criteri socio-economico generali; ma caso mai, facendo riferimento alla situazione concreta cui il contratto inerisce", op.cit. FRISULLO F., *Il principio di autonomia privata e contrattuale*, pg. 8.

⁸⁵ Il preambolo della nuova direttiva chiarisce che il viaggiatore dovrebbe ricevere tutte le informazioni necessarie prima di acquistare un pacchetto. È probabile che gli obblighi di informazione precontrattuale previsti dalla nuova direttiva siano di natura più prescrittiva. I requisiti di informazione precontrattuale si possono trovare nell'articolo 5 della nuova direttiva. A differenza dell'articolo 3 dell'attuale direttiva, che richiede che l'organizzazione rispetti i requisiti di informazione prescritti quando è disponibile una brochure, l'articolo 5 della nuova direttiva va oltre e afferma che: "Gli Stati membri provvedono affinché, prima che il viaggiatore sia vincolato da un contratto di pacchetto turistico o da un'offerta corrispondente, l'organizzatore e, nel caso in cui il pacchetto sia venduto tramite un venditore, anche quest'ultimo, forniscano al viaggiatore il pertinente modulo informativo standard di cui all'allegato I, parte A o parte B e, se applicabili al pacchetto, le seguenti informazioni....." Articolo 5 "Informazioni precontrattuali", Articolo 6 "Carattere vincolante delle informazioni precontrattuali e conclusione del contratto di pacchetto turistico" direttiva UE 2015/2302, Articolo 3 direttiva 90/314/CEE, Articolo 37 "Informazione del turista" Codice del Turismo (decreto legislativo 79/2011) Articolo 12 (d.l.n.64)", I contratti si pacchetti turistici".

Secondo la direttiva UE 2015/2302, l'obbligo di fornire informazioni precontrattuali è stato rafforzato, garantendo così la massima protezione del consumatore/viaggiatore a differenza delle disposizioni della legislazione albanese⁸⁶ che lo trattano questa questione all'interno dell'autonomia delle volontà delle parti. Con riferimento alle informazioni che necessariamente dovrà essere contenuto nell'informazione precontrattuale del contratto del pacchetto turistico, si evidenzia la preoccupazione di fornire al consumatore/viaggiatore una visione chiara e trasparente dei termini del contratto, in tutti i suoi aspetti (soggettivi ed oggettivi) ed anche dei futuri potenziali variazioni determinate da condotti del venditore/consumatore o da eventi accidentali ed improvvisi.

Il contratto del pacchetto turistico non dovrà contenere clausole contrattuali abusivi. In questo senso nel contratto non devono essere inclusi clausole che mettono le parti in rapporti di disegualianza. La costruzione di un contratto che riserva per una delle parti contraenti una posizione privilegiato al rispetto all'altra, violando l'essenza del concetto contrattuale, indica l'abuso del principio dell'autonomia contrattuale.

3. Il contratto del pacchetto turistico e il consumatore

La definizione ristretta di "consumatore", qualifica come consumatore solo le persone fisiche che agiscono per scopi al di fuori della loro professione, escludendo in particolare i professionisti dal campo di applicazione delle norme sulla tutela dei consumatori, seguendo l'interpretazione restrittiva della Corte di giustizia europea nel famoso caso Di Pinto. In tal caso, la Corte di giustizia ha stabilito che il termine "consumatore" nel senso della direttiva si riferisce solo alle persone fisiche che al momento della conclusione del contratto non agiscono nell'esercizio della loro professione⁸⁷. Le persone che nel momento della conclusione del contratto agiscono nell'esercizio della loro professione, non hanno quindi diritto alle norme sulla protezione dei consumatori ai sensi della direttiva, a meno che uno Stato membro non estenda le norme sulla tutela dei consumatori ad altre categorie che non rientrano nella definizione europea⁸⁸. Sulla stessa base, le persone giuridiche non sono protette da questa direttiva, anche se si trovano in una posizione simile a quella dei consumatori⁸⁹. In questo senso, la direttiva anteriore 90/314/CEE e anche la direttiva UE 2015/2303 dividono le funzioni del venditore del pacchetto turistico dal consumatore del pacchetto e non forniscono per il venditore alcuna protezione ai sensi della tutela del consumatore, anche se il venditore non lo crea /organizza il pacchetto ma lo acquista dall'organizzatore. Tuttavia, il fatto è che non possiamo parlare dell'esistenza, in senso

⁸⁶ “Quando l'organizzatore o il venditore fornisce al consumatore un materiale prescritto, opuscoli/ volantini...”, dl n. 65/2009, art. 3. Da un'interpretazione letterale di questo articolo appare chiara l'intenzione del legislatore di regolare le informazioni precontrattuali entro l'autonomia della volontà. Attraverso il pronome "quando" il legislatore conosce la libertà delle parti contraenti di disporre liberamente sull'informazione precontrattuale. Questa informazione è fornita sotto forma di opuscoli/ volantini esprimendo la quantità limitata di informazioni che è inclusa in esso.

⁸⁷ ECJ 14 March 1991, case C-361/89, [ECR] 1991, p. I-118 (Di Pinto), no. 19.

⁸⁸ ECJ 14 March 1991, case C-361/89, [ECR] 1991, p. I-118 (Di Pinto), no. 23. Inoltre, l'estensione può anche essere indiretta, ad es. concedendo protezione ai consumatori anche ai non consumatori mediante l'applicazione di clausole generali sulla buona fede.

⁸⁹ ECJ 22 November 2001, joint cases C-541/99 en C-542/99, [ECR] 2001, p. I-9049 (Cape/Idealservice), nos. 16-17

stretto, di una politica comunitaria sul turismo, ma di un quadro normativo, relativamente nuovo e in costante evoluzione⁹⁰, che va dalle raccomandazioni 'soft-law' espresse principalmente durante gli anni '80, fino alle dichiarazioni più recenti sotto forma di direttive, regolamenti e decisioni. D'altra parte, non possiamo ignorare che questo è un settore inter-natura influenzato da politiche diverse come quelle sulla tutela dei consumatori e degli utenti, i trasporti, la libera circolazione delle persone, beni e servizi, l'ambiente e la tassazione. La necessità di proteggere i turisti nel quadro dei consumatori diventa evidente nelle condizioni dell'acquisto di servizi turistici a distanza e in particolare nel caso di acquisti attraverso la rete di comunicazione. Indubbiamente, uno dei modi per aumentare lo sviluppo del turismo è promuovere l'uso delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Infatti, utilizzando diversi metodi di comunicazione a distanza, il consumatore generalmente ha la possibilità di acquistare prodotti e servizi di ogni tipo, come ad esempio soggiorno in hotel, pacchetti turistici, biglietti per eventi culturali ecc⁹¹.

Una delle domande più controverse riguarda la protezione dei consumatori/viaggiatori d'affari. La domanda che sorge: I viaggiatori d'affari sono soggetti della direttiva sui viaggi "tutto compreso", o soggetti della direttiva "sui diritti dei consumatori" 2011/83/UE?

Secondo la dottrina, il termine "consumatore" è stato definito in modo tale che, in determinate circostanze, i viaggiatori d'affari possono anche ricorrere alla protezione della direttiva sui viaggi "tutto compreso", oltre alle altre direttive sulla tutela dei consumatori. La direttiva, lo definisce in modo tale il termine "consumatore" che, a determinate condizioni, i viaggiatori d'affari saranno ammissibili con la definizione di "consumatore" allineato maggiormente nelle altre direttive sulla tutela dei consumatori. Se la domanda si risolve affermativamente, sorge l'altra domanda su cosa fare con le transazioni di utilizzo misto, ad es. contratti con i quali i passeggeri prenoteranno il pacchetto sia per lavoro che per piacere. È importante sottolineare il fatto che i consumatori e professionisti hanno esigenze di protezione divergenti⁹². Per il gruppo degli studiosi che favorendono un ampio campo di applicazione sostengono che sarebbe troppo difficile espressamente in ciascun caso se il passeggero è un consumatore o meno, in particolare quando si tratta di un viaggio misto. È importante notare inoltre che nelle altre legislazioni in materia di viaggio non ci sono distinzioni tra consumatore e professionista. Tale è il caso della definizione del "consumatore" nella legislazione albanese. L'art. 2/c stabilisce che consumatore del pacchetto è "la persona che riceve o accetta di ottenere il pacchetto di viaggio (contraente principale) o qualsiasi persona per conto di a chi il contraente principale si impegna ad acquistare il pacchetto o qualsiasi persona a cui il contraente principale o uno degli altri beneficiari trasferisce il pacchetto". Se analizziamo questa definizione della legislazione albanese, vediamo che non c'è alcuna differenza nella qualità del soggetto in persona fisica o giuridica, né tra il consumatore e il professionista. In questo senso, in termini di ravvicinamento della

⁹⁰ TORRES M. I. (2010), *La normativa comunitaria en materia turística y su aplicación por el Tribunal de Justicia Comunitario*, in *Revista Andaluza de Derecho del Turismo*, 2010 (4), pp.11-46.

⁹¹ HALL E. (2007), *Cancellation Rights in distance-selling contracts for services: Exemptions and consumer protection*, in *Journal of Business Law*, 2007 (6), pp. 683-700.

⁹² GRAZIUSO E, *La tutela del consumatore contro le clausole abusive*, Giuffrè Editore, 2002, pg.164.

legislazione albanese con l'acquis communautaire, il termine “consumatore” deve essere riformulato conformemente agli approcci della direttiva UE 2015/2303.

Il titolo della direttiva “relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati” sostiene che la direttiva è destinata ad applicarsi alle vacanze e al turismo. L'articolo 2 della direttiva UE 2015/2303 afferma espressamente che non si estende sulle “*pacchetti e servizi turistici collegati acquistati in base a un accordo generale per l'organizzazione di viaggi di natura professionale tra un professionista e un'altra persona fisica o giuridica che agisce nell'ambito della propria attività commerciale, imprenditoriale, artigianale o professionale*”. Tale definizione legale conclude le discussioni su questo argomento.

L'arrivo di compagnie aeree *low cost* ha portato a una maggiore concorrenza tra i fornitori di servizi turistici. In alcuni paesi, i consumatori sempre più mettono insieme il loro pacchetto prenotando servizi da diversi fornitori di servizi turistici, i cosiddetti “*dynamic packaging*”. Attraverso queste combinazioni, i consumatori creano pacchetti personalizzati, tuttavia l'acquisto dei servizi turistici da diversi fornitori non trovava protezione ai sensi della direttiva 90/314 CEE. Il cumulo dei pacchetti personalizzati ha portato all'esigenza di ampliare la protezione dei consumatori, che si sono riflessi nella direttiva UE 2015/2302. L'oggetto del pacchetto turistico ai sensi della direttiva UE 2015/2302 include la combinazione di almeno due tipi diversi di servizi turistici ai fini dello stesso viaggio o della stessa vacanza, se tali servizi sono combinati da un unico professionista, anche su richiesta del viaggiatore o conformemente a una sua selezione, prima che sia concluso un unico contratto per tutti i servizi. Oppure indipendentemente dal fatto che siano conclusi contratti separati con singoli fornitori di servizi turistici, tali servizi sono acquistati presso un unico punto vendita e anche i servizi turistici acquistati presso professionisti distinti attraverso processi collegati di prenotazione online ove il nome del viaggiatore, gli estremi del pagamento e l'indirizzo di posta elettronica sono trasmessi dal professionista con cui è concluso il primo contratto.

CAPITOLO SECONDO

Il contratto del pacchetto turistico tra l'approccio europeo e l'influenza della dottrina italiana

1. Il contratto del pacchetto turistico B2C

I contratti B2C sono i contratti in cui le parti contraenti sono il professionista⁹³ e il consumatore⁹⁴. Per distinguere i contratti B2C da altre forme di attività commerciali e per spiegare la natura delle transazioni B2C, che sono spesso chiamate come transazioni dei consumatori, saranno prese in considerazione le previsioni applicate a livello internazionale. La legislazione internazionale e quella nazionale prevedono disposizioni speciali per le transazioni dei consumatori, e si ispirano da politiche volte a proteggere i consumatori a causa della disuguaglianza percepita nel potere economico e contrattuale tra consumatori e commerciante. Sulla base di criteri molto generali, per essere chiamato un contratto di tipo B2C una delle parti del contratto deve essere un "consumatore", che agisce al di fuori dell'ambito del suo corso di commercio o professione e in secondo luogo, l'altra parte del contratto, che può essere una persona fisica o giuridica, deve agire nel corso della propria attività commerciale. La mancanza dei confini è una delle caratteristiche dei contratti B2C.

Negli anni '80, la tecnologia internet come un mezzo di comunicazione elettronico, è stata introdotta per la prima volta al pubblico e da allora è diventata ampiamente utilizzata in tutto il mondo grazie alla sua capacità di fornire quantità significative di informazioni in pochi secondi, e per la sua facilità d'uso. Al giorno d'oggi si fa uso della tecnologia per raggiungere i propri obiettivi. In questo senso l'uso della tecnologia ha trovato un'importante implementazione anche nella vendita dei contratti di pacchetto turistico. Le imprese turistiche e le entità commerciali turistiche, hanno ampliato le loro capacità economiche in siti Web che hanno dato loro accesso all'ambiente internet senza bordi. Oggi, tramite l'internet, un gruppo delle transazioni commerciali in cui l'acquisto e la vendita dei contratti di pacchetti turistici (*i cosiddetti pacchetti dinamici*⁹⁵) sono effettuati tramite internet o altre forme di comunicazioni elettroniche o reti informatiche. Questo ha comunemente condotto secondo la maggior parte delle legislazioni alla tutela dei consumatori. Il potere dell'*e-market* di offrire prodotti e servizi a target geografici illimitati da un singolo sito web a costi operativi molto bassi è un grande vantaggio per i contratti collegati tramite internet. Il contratto del pacchetto turistico è valutato come un contratto B2C che consente l'acquisto del pacchetto tramite reti informatiche e senza il contatto diretto delle parti contraenti. Questo modo di contrattare influisce

⁹³ professionista: la persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario, art.3, c (2) c.c.

⁹⁴ consumatore o utente: la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale eventualmente svolta; art.3, a (2) cc.

⁹⁵ "Non esiste una definizione universalmente riconosciuta per pacchetti di viaggio dinamici. Sono diversi dai pacchetti di viaggio "tradizionali" perché implicano un maggiore livello di personalizzazione, spesso essendo interamente messi insieme dal compratore e talvolta acquistati da venditori diversi." Study on Consumer Detriment in the area of Dynamic Packages, The European Commission Health and Consumers DG, prepared by London Economics, November 2009.

direttamente nell'garantire il principio di sicurezza tra le parti. Il contratto a distanza e connesso attraverso le piattaforme informatiche tenta di creare uno stato di insicurezza per il consumatore. Per evitare questa situazione, il legislatore ha fornito le garanzie⁹⁶ necessarie per garantire l'applicazione appropriata del contratto del pacchetto turistico.

Uno dei temi chiave che è stato al centro di entrambi gli studiosi e legislatori è la creazione di meccanismi di protezione dei consumatori⁹⁷ online ben progettati che rispondano perfettamente alla natura globale delle transazioni via internet. Al fine di garantire una protezione completa del consumatore turista, in particolare nel caso dei contratti B2C realizzati tramite i sistemi informatici, è necessario l'armonizzazione della legislazione ai sensi dei contratti B2C. Negli ambienti accademici, si ritiene che l'armonizzazione delle leggi contribuisca a sradicare l'incertezza che potrebbe derivare dalle transazioni dei consumatori con le parti contraenti online. Pertanto, l'armonizzazione giuridica è diventata oggetto di recente attenzione e l'accento è posto sulla creazione di un certo livello di uniformità negli standard internazionali di tutela dei consumatori nei diversi paesi in termini di contratti di pacchetti turistici. Il primo tentativo di unificazione è nato con la progettazione della convenzione CCV. Il quale fornisce una disciplina sistematica e dettagliata su i contratto di viaggio e dava l'uniformità alla protezione dei diritti e interessi dei turisti. Questo atto non accenna il concetto del contratto di pacchetto turistico ma analizza il contratto di organizzazione del viaggio in cui compaiono gli elementi del presente contratto. Di conseguenza, la sua importanza diventa evidente come il primo tentativo di unificare e caratterizzare i contratti turistici nel loro complesso. Questo atto fornisce per la prima volta protezione per i contratti B2C creati tradizionalmente e offerti in vendita in un unico punto vendita (destinazione fisica).

I cambiamenti tecnologici non erano solo di una velocità ma di una tale importanza che portarono rapidamente all'inadeguatezza degli aggiustamenti del CCV. In queste condizioni nell'UE, è stata creata la direttiva 90/314 CEE che cercava di armonizzare la legislazione sui contratti di pacchetti turistici. In Italia, il governo ha promulgato il decreto legislativo sull'attuazione della direttiva 90/314 CEE con Legge n.146/1994, In Francia, la direttiva 90/314 CEE è stata attuata dalla Loi 92-645 del 13 luglio 1992 e in Germania con Vom, 24 giugno 1994, "legge sul Durchführung della direttiva del Consiglio del 13 giugno 1990". Oltre all'importanza e le garanzie fornite dalla direttiva 90/314 CEE, non si è potuto

⁹⁶ Art. 5, 6 Informazioni precontrattuali; art. 12 Risoluzione del contratto di pacchetto turistico e diritto di recesso prima dell'inizio del pacchetto, UE 2015/2302

⁹⁷ Le fonti normative nell'Unione Europea sulla tutela del consumatore- turista: Direttiva 2005/29 / CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 maggio 2005, concernente pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modificano il Consiglio Direttiva 84/450/CEE, direttive 97/7 / CE, 98/27 / CE e 2002/65 / CE del Parlamento europeo e del Consiglio e del regolamento (CE) n. 2006/2004 del Parlamento europeo e del Consiglio (Direttiva sulle pratiche commerciali sleali), GU L 149 dell'11.6.2005, pag. 22; Direttiva 2011/83 / UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, relativa ai consumatori diritti, GU L 304 del 22.11.2011, pag. 64; Direttiva del Consiglio, del 5 aprile 1993, relativa alle clausole abusive nei contratti stipulati con i consumatori, GU L 95 del 21.4.1993, pag. 29.; Direttiva 1999/44 / CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 maggio 1999, su alcuni aspetti della vendita di beni di consumo e garanzie associate, GU L 171 del 7.7.1999, pag. 12.; Direttiva 98/6 / CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 febbraio 1998, relativa ai consumatori protezione nell'indicazione dei prezzi dei prodotti offerti ai consumatori, GU L 80 del 18.3.1998, pag. 27.; Direttiva (UE) 2015/2302 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 novembre 2015, pacchetti turistici e viaggi collegati, GU L 326 dell'11.12.2015, pag. 1

raggiungere il livello di armonizzazione della legislazione, come richiesto dall'Unione europea. Pertanto, è stata adottata la nuova direttiva UE 2015/2203, che mira a garantire un più completo livello di armonizzazione della legislazione sui contratti di pacchetti turistici offerti nello spazio europeo.

A un livello generale, la divergenza nello sviluppo della protezione dei consumatori elettronici nell'UE e negli Stati Uniti è molto evidente. Negli Stati Uniti, questo settore del diritto si basa in gran parte sulla predominanza di un regime orientato al mercato con l'intervento dello Stato solo per adeguare il mercato alle necessità degli attori economici⁹⁸. Al contrario, l'UE favorisce una crescita forte e regolamentare del controllo del mercato, che è l'obiettivo tradizionale di uno stato sociale⁹⁹. Le differenze significative tra i sistemi giuridici e le tradizioni esistenti in vari paesi sono i principali ostacoli al raggiungimento dell'armonizzazione legale. Queste differenze tra le legislazioni nazionali possono indicare che l'armonizzazione giuridica nel mercato elettronico globale è diventata un compito estremamente scoraggiante¹⁰⁰. La spinta all'armonizzazione legale richiede un grande tempo, costi elevati e grandi sforzi per adeguare tutti i fattori come suggerisce l'esperienza dell'UE.

2. Il contratto del pacchetto turistico nell'UE

2.1 Il quadro giuridico della direttiva CEE 90/314 e i problemi che derivano

La direttiva 90/314 CEE era il principale atto legale che regolava i contratti del pacchetto turistico nello spazio europeo e si applicava su tutti i termini contenuti nei contratti con i consumatori/turisti che non erano stati negoziati individualmente. La creazione di un pacchetto consiste nel fornire un gruppo di servizi turistici interconnessi e, di conseguenza, la loro esistenza come pacchetto rappresenta un requisito di giustizia a cui questi termini devono essere verificati. Il requisito sopra menzionato si basa su due criteri principali: I termini del pacchetto non vengono al contrario al requisito della buona fede e non provocano uno squilibrio significativo nei diritti e negli obblighi delle parti derivanti dal contratto, a scapito del consumatore. L'iniquità dei termini deve essere valutata in relazione al momento della conclusione del contratto e a tutte le circostanze relative alla conclusione del contratto del pacchetto turistico, compreso la natura dei servizi forniti¹⁰¹. Ma la procedura di controllo sopra menzionata nella direttiva 90/314 CEE non si applica ai termini relativi all'oggetto del contratto o all'adeguatezza del prezzo o della remunerazione purché siano in un linguaggio chiaramente comprensibile. La Direttiva 90/314 CEE è una direttiva di armonizzazione

⁹⁸ L. ANTONIOLLI, *Consumer Law as an Instance of the Law of Diversity*, 30 *Vermont Law Review* 855–82 (2006)

⁹⁹ C. PONCIBO, *Some Thoughts on the Methodological Approach to EC Consumer Law Reform*, 21 *Loyola Consumer Law Review* 353, 354 (2009) note 4, pg. 369.

¹⁰⁰ S. YUTHAYOTIN, *Access to Justice in Transnational B2C E-Commerce: A Multidimensional Analysis of Consumer Protection Mechanisms*; Springer London, 2015.

¹⁰¹ P. NEBBIA, *Unfair Contract Terms in European Law: A Study in Comparative and EC Law*; Oxford and Portland, Oregon 2007.

minima¹⁰² che consente agli Stati di fare previsioni ancora più favorevoli alla legislazione nazionale. Nel tentativo di stabilire un legittimo sfondo giuridico e disciplinare la portata dei pacchetti turistici, la direttiva 90/314 CEE si è rivelata lo strumento più appropriato per unificare la pratica nell'Unione europea. La sua importanza è evidenziata in diverse direzioni principali:

In primo luogo, va sottolineato il suo ruolo nell'armonizzazione legislativa degli Stati membri dell'UE. Con l'adozione della direttiva è stata istituita per la prima volta la base giuridica per la regolamentazione dei contratti di pacchetto turistico, sebbene non tutti gli Stati membri abbiano immediatamente applicato la direttiva e non tutti hanno scelto di applicarla pienamente. Il problema principale relativo al recepimento armonioso degli obiettivi della direttiva nelle legislazioni nazionali degli Stati membri dell'Unione europea è che molte delle disposizioni della direttiva consentono un margine di interpretazione molto ampio per i legislatori nazionali e quindi le strategie e gli strumenti¹⁰³ adottate dai diversi Stati membri per recepire la direttiva differiscono notevolmente¹⁰⁴.

In secondo è considerato di particolare importanza per il funzionamento della direttiva la protezione che è fornita per i consumatori nel settore del turismo. Tenendo presente la mancanza di ratifica da parte degli Stati della Convenzione CVV di Bruxelles, la direttiva è lo strumento principale che ha effettivamente garantito per la prima volta una protezione dei consumatori turistici. L'applicazione dei pacchetti turistici aveva conosciuto un importante momento di sviluppo a partire dagli anni '80 e il suo impatto sullo sviluppo economico stava crescendo considerevolmente. Di conseguenza, la necessità di una regolamentazione legale come prima premessa per garantire la possibilità di tipizzare un rapporto contrattuale già esistente era di particolare importanza. Ciò costituirebbe anche una garanzia per fornire un'ulteriore protezione dei consumatori in conformità anche con la protezione fornita preventivamente dalla direttiva 85/577/CEE. La direttiva 90/314 / CEE gode di particolare importanza in quanto riguarda le garanzie che i consumatori ricevano sia durante la fase precontrattuale che quella contrattuale. Un fattore importante è l'informazione prima e durante il contratto, come un'opportunità alla trasparenza con tutti i componenti del pacchetto sia di qualità, quantità e prezzo. L'informazione precontrattuale permette che gli organizzatori e/o i rivenditori sono responsabili della corretta esecuzione del pacchetto, anche se i servizi sono forniti da subappaltatori. Nel fondo delle garanzie la direttiva garantisce inoltre che i viaggiatori ricevano un rimborso dei pagamenti anticipati e siano rimpatriati in caso di insolvenza dell'organizzatore e / o del rivenditore.

¹⁰² Cfr. Direttiva 90/314: 'Whereas member states should be at liberty to adopt, or retain, more stringent provisions relating to package travel for the purpose of protecting the consumer.'

¹⁰³ Il metodo di trasposizione della direttiva 90/314: La maggior parte degli Stati membri hanno recepito la direttiva tramite una legge sui pacchetti turistici; la Germania, Slovenia, Repubblica Ceca, Ungheria, Lituania, Slovacchia nel Codice civile; l'Austria e l'Italia nel codice del consumatore; L'Estonia e Slovenia nella legge delle obbligazioni; la Bulgaria, Francia, Lettonia, Lituania nella legge sul turismo; Danimarca, Finlandia, Lussemburgo, Lettonia, Paesi Bassi, Portogallo con il decreto legislativo.

¹⁰⁴ "La disposizione della direttiva prevede un margine molto ampio di interpretazione per i legislatori nazionali. Di conseguenza, gli approcci adottati dai diversi Stati membri che recepiscono la direttiva differiscono notevolmente" La relazione della Commissione sull'attuazione della Direttiva 90/314 / CEE relativa ai pacchetti di viaggi nella legislazione nazionale, SEC (1999) 1800 def. 4.

Lo scopo degli Stati nella redazione della direttiva non era semplicemente quello di fornire protezione per i consumatori dei pacchetti turistici, ma di creare un quadro giuridico tale da garantire il principio di parità per tutti gli attori del mercato. Il principio della parità delle parti contraenti nel contratto del pacchetto turistico assume un'importanza particolare per garantire il corretto funzionamento del mercato turistico e lo sviluppo del settore turistico. Nell'ambiguità della protezione del consumatore il suo scopo era di garantire che tutti i consumatori di tutta l'UE beneficino dello stesso livello di protezione quando si acquista una combinazione di servizi di viaggio, indipendentemente dal canale di distribuzione. Questo obiettivo è rimasto lontano rispetto agli indicatori realistici in quanto gli Stati non mantengono lo stesso grado di coerenza nel sistema di adozione della direttiva. Di conseguenza, i cambiamenti nella incorporazione nel sistema giuridico interno si sono riflessi in divergenze nel livello di protezione dei consumatori nei diversi Stati all'interno dell'Unione europea. Ciononostante, resta il fatto che diversi Stati membri non hanno trasposto il risarcimento dei danni non materiali nelle rispettive legislazioni sui contratti dei pacchetti turistici, tra cui la Spagna e il Regno Unito¹⁰⁵. Di conseguenza, entrando in un contratto nel campo di applicazione della direttiva 90/314 CEE, un consumatore deve conoscere non solo la legislazione nazionale applicabile, ma anche la giurisprudenza della Corte di giustizia europea¹⁰⁶. Infine, una terza fonte di controversia sulla tutela del turista è stata la limitazione del risarcimento secondo i termini del contratto per danni diversi da lesioni personali.

¹⁰⁵ L. RADIC, *The transposition and reform of Article 5(1) and 5(2) of Directive 90/314: An assessment of the impacts on consumer protection in Spain and the United Kingdom*, accessibile in https://www.academia.edu/8301886/The_transposition_and_reform_of_Article_5_1_and_5_2_of_Directive_90_314_An_assessment_of_the_impacts_on_consumer_protection_in_Spain_and_the_United_Kingdom

¹⁰⁶ Il Caso del EJC *Rechberger v Austria* è molto chiaro sul punto, arrivando la corte a sottolineare che: Avendo a che fare con la sostanziale correttezza del provvedimento di trasposizione austriaco, la Corte ha sottolineato che una direttiva sarà correttamente recepita solo se la normativa nazionale nei suoi effetti rileva gli obiettivi prescritti dalla direttiva. La questione non è se le misure che sono state prese fossero in quel momento in grado di raggiungere gli obiettivi prescritti con ragionevole certezza. Ciò rende evidente che i diritti conferiti da una direttiva comportano un obbligo di risultato e creano una garanzia a favore della classe protetta di individui. Questa qualifica deve essere di conseguenza anche per il giudizio sulla responsabilità. La responsabilità in questo caso si basa sull'idea di garanzia invece che sulla responsabilità per l'illecito personale. L'idea di protezione dei diritti individuali prevale sull'interesse che uno Stato può avere, per essere responsabile solo per azioni incuranti dei suoi servi. Inoltre, dopo la sentenza *Rechberger*, si può veramente affermare che esistono due diverse linee di competenza in materia di responsabilità dello Stato per violazione del diritto comunitario: una è stata sviluppata nella *Brasserie de Pcheur* e si basa sull'idea di sanzione per gravi illeciti e l'altro è stato avviato con *Francovich*, è proseguito a *Dillenkofer* e si basa sull'idea di garanzia. Questo caso ha risolto ulteriori questioni, relative principalmente all'applicazione del criterio della "violazione sufficientemente grave". In effetti, la completa non attuazione di una direttiva entro la data di scadenza è considerata di per sé una grave violazione. Pertanto, *Rechberger* si è conformato alla giurisprudenza fino ad ora perché la Corte non ha parlato di una violazione di per sé, ma ha fatto riferimento all'elemento che un obbligo preciso e chiaro era stato violato. Sent. CGCE, 15 giugno 1999, *Walter Rechberger, Renate Greindl, Hermann Hofmeister e altri c. Repubblica d'Austria*. Causa C-140/97. L'art. 7 della direttiva 90/314 va interpretato nel senso che, da un lato, le garanzie di cui gli organizzatori di viaggi "tutto compreso" o i venditori parti del contratto debbono "dar prove" di disporre non sussistono nemmeno qualora i viaggiatori, al momento di pagare il prezzo del viaggio, siano in possesso di documenti costituenti titoli di credito e che, dall'altro, la Repubblica federale di Germania non poteva rinunciare a recepire la direttiva in considerazione della sentenza 12 marzo 1987 del Bundesgerichtshof sui "pagamenti anticipati" La direttiva 90/314 non impone agli Stati membri di adottare provvedimenti specifici nell'ambito dell'art. 7 per proteggere gli acquirenti di viaggi "tutto compreso" contro la loro stessa negligenza. Sentenza della Corte dell'8 ottobre 1996. - Erich Dillenkofer, Christian Erdmann, Hans-Jürgen Schulte, Anke Heuer, Werner, Ursula e Trosten Knor contro Bundesrepublik Deutschland. - Domanda di pronuncia pregiudiziale: Landgericht Bonn - Germania. - Direttiva 90/314 concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso"

Infine, lo scopo della direttiva 90/314 CEE era quello di preservare e promuovere la competitività dell'industria europea del turismo, attraverso un equilibrio tra i diritti e gli obblighi di entrambe le aziende e dei consumatori. Lo scopo principale di questo atto era di garantire uno sviluppo sostenibile dell'industria del turismo fornendo la base giuridica necessaria che garantiva il funzionamento del mercato turistico. Di conseguenza, la creazione di un quadro giuridico comune era uno strumento che ha offerto per i commercianti un mercato regolamentato e più sicuro per lo sviluppo dell'attività commerciale. Negli ultimi anni c'è stata una rapida evoluzione del settore dei viaggi turistici. Lo sviluppo di Internet ha consentito ai consumatori di effettuare autonomamente le proprie prenotazioni utilizzando i siti Web di compagnie aeree, alberghi, ferrovie, crociere, compagnie di autobus ect. Internet ha anche permesso ai consumatori di avere una visione del pacchetto senza ricorrere agli intermediari e può facilmente confrontare le offerte di mercato.

2.2 Le innovazioni della direttiva UE 2015/2302

2.2.1 Il rapporto tra il contratto del pacchetto turistico e i servizi correlati

Dalla adozione della direttiva 93/314 il mercato turistico si trova nelle condizioni di un mercato quasi completamente cambiato, e l'emendamento della direttiva si valuta che non darebbe risposte alle esigenze dello sviluppo del mercato. L'adozione della nuova direttiva UE 2015/2302 è stato valutato l'approccio più corretto tramite il quale sono completati tutti gli spazi vuoti precedenti. La prima innovazione è strettamente legata al concetto di pacchetto turistico¹⁰⁷. In senso stretto, il concetto di pacchetto non aderiva alle vere forme dei pacchetti

- Mancata attuazione - Responsabilità e obbligo di risarcimento da parte dello Stato membro. - Cause riunite C-178/94, C-179/94, C-188/94, C-189/94 e C-190/94.

¹⁰⁷ Vengono identificati diversi modi per selezionare i servizi turistici: "Accordi indipendenti di viaggio" e un servizio di viaggio, come un volo, un alloggio o un noleggio auto che viene acquistato come prodotto autonomo, ossia acquistato separatamente e non offerto in combinazione con altri servizi turistici, anche se il viaggiatore utilizza diversi servizi di viaggio per lo stesso viaggio o vacanza; "Pacchetto prestabilito" una combinazione di servizi di viaggio forniti in pegno da un organizzatore e composto da almeno due dei seguenti servizi: trasporto di passeggeri, alloggio e altri servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio di passeggeri e che rappresentano una parte significativa del pacchetto; "Viaggio combinato" combinazioni di servizi di viaggio in cui almeno due dei i servizi sopra menzionati, come voli, soggiorni in hotel o noleggio auto, vengono acquistati per un singolo viaggio o vacanza dallo stesso fornitore o da fornitori che utilizzano processi di prenotazione assistita e dove l'acquirente può mettere insieme i servizi di viaggio pertinenti in base alle sue preferenze (su misura). Gli accordi di viaggio combinati sono, contrariamente ai pacchetti prestabiliti, dinamici per natura e possono essere suddivisi in due sottocategorie principali: a) - "pacchetto one-trader" i consumatori possono personalizzare il contenuto del viaggio o della vacanza in base alle proprie esigenze su un sito Web o presso un agente di viaggio, pur essendo liberi durante tutto il processo di prenotazione per scegliere componenti di viaggio separati. Queste modalità di viaggio sono messe insieme da un operatore commerciale (anche su richiesta del viaggiatore) e sono offerte o vendute in un modo che è tipico per i pacchetti, ad esempio: offerto, venduto o addebitato ad un prezzo inclusivo, venduto nell'ambito dello stesso processo di prenotazione, coperto da un unico contratto, o pubblicizzato o venduto sotto il termine "pacchetto" o sotto un termine simile; b) - "pacchetto multi-trader" è il pacchetto composto da più operatori e l'accordo ha almeno una delle caratteristiche che sono tipici per i pacchetti, come sopra indicato o quando il nome o le indicazioni del viaggiatore necessari per concludere una transazione di prenotazione sono trasferiti tra i commercianti al momento quando viene confermata la prenotazione del primo servizio; - "multi-trader assisted travel arrangements" sono combinazioni di servizi di viaggio in cui un professionista facilita l'acquisizione di servizi di viaggio da un altro operatore, durante una singola visita di un punto di vendita o attraverso processi collegati di prenotazione online. In tali

commercializzati nel mercato economico. La direttiva 93/314 CEE definisce il pacchetto come un "combinazione predeterminata" di servizi turistici generando discussioni sul significato del concetto di "pacchetto".

Il primo problema è legato sul fatto se i pacchetti generati sulla base dell'ordine/selezione di servizi da parte del cliente stesso saranno trattati in termini di concetto di pacchetto turistico o no? Nell'interpretazione letterale dell'articolo 2/1 della direttiva 93/314 CEE i pacchetti creati sulla base dell'ordine del turista non saranno inclusi nel campo di applicazione della precedente direttiva 93/314/CEE, ma l'interpretazione della CGE nella causa C400/00 ha fornito un'estensione del significato del concetto del pacchetto. Lo scopo principale della direttiva UE 2015/2302 era di legalizzare pacchetti creati dai consumatori ma non indirizzati dal legislatore ai sensi del pacchetto. Tali erano non solo i pacchetti dinamici¹⁰⁸ ma anche i pacchetti "click-through"¹⁰⁹. In questo modo, il gruppo di servizi turistici acquistati dai consumatori per realizzare un viaggio turistico anche se potrebbero essere indirizzati da diversi venditori o sulla base della richiesta dei turisti stessi o attraverso l'uso di piattaforme online per il loro acquisto saranno inclusi nel gruppo del pacchetto turistico e i consumatori godranno della protezione garantita a tale riguardo.

La nuova normativa ha introdotto la nuova categoria dei "servizi turistici collegati"¹¹⁰. Si tratta di almeno due tipi di servizi turistici diversi, acquistati anch'essi ai fini del medesimo viaggio, ma che non soddisfano le condizioni per essere qualificati come pacchetto e comportano quindi la conclusione di contratti distinti con i singoli fornitori di servizi turistici. Rientrano in questa categoria i contratti conclusi al momento di un'unica visita o un unico contatto con il proprio punto vendita, se la selezione ed il pagamento avvengono distintamente per ogni servizio turistico oppure se venga proposto e prenotato un altro servizio turistico entro le 24 ore dalla prenotazione del primo. La possibilità di inclusione all'interno del concetto di pacchetto turistico di servizi acquistati autonomamente all'interno del concetto di un viaggio ma da diversi venditori costituisce un'importante innovazione della direttiva UE 2015/2302. In questa ottica l'oggetto del pacchetto è molto più ampio di quello della precedente direttiva 90/314 / CEE. Un momento importante è l'espansione del gruppo di entità mercantile (venditori di pacchetti turistici), il che significa che anche se i servizi sono

casi i consumatori concludono contratti separati con i fornitori di servizi pertinenti e non sono presenti elementi tipici di un pacchetto. *Commission Staff Working Document "On package travel and assisted travel arrangements, amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2011/83/EU and repealing Council Directive 90/314/EEC"* Brussels, 2013.

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=SWD:2013:0263:FIN:EN:PDF>

¹⁰⁸ I pacchetti dinamici trovano protezione nella Decisione c400/00.

¹⁰⁹ I pacchetti turistici che sono acquistati presso professionisti distinti online 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 entro 24 ore dopo la conferma della prenotazione del primo servizio turistico

¹¹⁰ Per servizi turistici collegati (categoria normativa di nuova introduzione, che comporterà non pochi problemi interpretativi ed applicativi) si intende, invece, la combinazione di almeno due servizi diversi dal trasporto, alloggio e noleggio veicoli, acquistati nell'ambito della medesima vacanza e tramite distinti contratti con diversi fornitori, i quali sono sottoposti alla disciplina dei *pacchetti turistici* a condizione che l'uno non sia di scarsa rilevanza rispetto all'altro, rappresentando almeno il 25% del valore della combinazione stessa. F, RUGGIERO, M. DIRENZO, *Nuove misure a tutela dei viaggiatori e maggiori responsabilità per i professionisti del settore*, Diritto civile e commerciale, diritto.it, 2017.

acquistati da diversi fornitori ma all'interno del concetto dello stesso viaggio e costituiscono una parte importante di esso saranno considerati pacchetto turistico. Ciò che rileva, ai fini della applicazione della direttiva, è che la combinazione risulti dall'unione di un servizio turistico principale, trasporto, e/o alloggio, e/o noleggio di veicoli, con altri servizi: la sola combinazione di due servizi turistici distinti da quelli di cui all'art. 3.1 lett. a, b, c, a prescindere dal fatto che abbiano un valore autonomo e che, quindi, non siano subordinati ad altri, non realizza un pacchetto tutelabile secondo la normativa comunitaria.

Per la giusta determinazione della protezione del consumatore turistico nel caso degli acquisti online di servizi turistici, è importante definire tre casi:

Per primo, se attraverso l'uso di reti informatiche il cliente acquista un servizio turistico e dopo la conclusione del primo contratto naviga verso un altro sito che fornisce servizi turistici. Se la presentazione della seconda pagina non viene resa nota attraverso la prima pagina, la conclusione di un secondo contratto per l'acquisto di un servizio di viaggio non viene valutato nell'ambito del pacchetto turistico. In questo caso, indipendentemente dal momento in cui i contratti sono conclusi (entro 24 ore) e dal fatto che tutti i servizi sono collegati a una singola destinazione turistica, non rientreremo nel concetto del pacchetto secondo le disposizioni della Direttiva UE 2015/2302. Il turista ha scelto liberamente e senza essere mediato due diversi servizi turistici.

Nel secondo caso, se il turista conclude il primo contratto per l'acquisto del servizio turistico, e dopo la conclusione del primo contratto è riconosciuto attraverso questo sito con un altro sito che offre servizi turistici, ma la trasmissione dei suoi dati da una pagina all'altro non si trasmettono, si applica il concetto dei servizi correlati ma non il concetto di pacchetto turistico. Un elemento importante per beneficiare della protezione in termini di concetto del pacchetto turistico è di dimostrare una completa mediazione di servizi da parte del fornitore di servizi turistici trasmettendo i dati dei clienti da un sito all'altro. Se la trasmissione dei dati non è completa ma si suggerisce solo di passare a un altro sito, questo è valutato come servizio correlato offrendo una protezione parziale per il consumatore.

Nel terzo caso, se durante l'acquisto online di un servizio turistico, entro 24 ore il cliente acquista un altro servizio di viaggio supplementare attraverso il trasferimento dal primo sito al secondo e la trasmissione dei dati del cliente viene realizzata automaticamente tra le pagine quindi i contratti di acquisto anche se specificamente collegati costituiscono un pacchetto turistico ai sensi della direttiva UE 2015/2302.

2.2.2 L'informazione contrattuale e la pubblicità

La pubblicità è un'informazione generale sull'offerta di vendita di determinati prodotti/servizi attraverso l'uso di vari mezzi di comunicazione come giornali, televisione, radio, siti web., ecc. Questa informazione è un'informazione standard orientata all'approccio delle tendenze dei consumatori per l'acquisto di servizi turistici. Di conseguenza, le informazioni pubblicitarie non corrispondono necessariamente alle informazioni precontrattuali né escludono l'obbligo di fornire informazioni precontrattuali conformemente alle disposizioni dell'articolo 5 della direttiva UE 2015/2302. In ogni pubblicità, l'informazione dev'essere

scritto in modo chiaro, conciso, visibile e di facile lettura, nello stesso campo visivo con le stesse dimensioni di caratteri per evitare incomprensioni di informazioni. Le informazioni pubblicitarie devono essere presentate in modo da non distorcere il comportamento economico del consumatore e rispettare i requisiti di un'assistenza professionale media.

Una questione importante è come adeguare i limiti legali dell'obbligo di informazione, e la differenza tra i doveri di informazione precontrattuale che includono la pubblicità e di informazione precontrattuale che non includono la pubblicità. Nel corso degli anni, i *tour operator* hanno lavorato duramente per capire cosa determina le decisioni di acquisto dei consumatori turistici. Lo scopo è capire cosa induce le persone ad acquistare più prodotti dalle agenzie di viaggio. Pertanto, in un senso comune, l'obiettivo principale della pubblicità non è quello di trasmettere informazioni ma di dare forma alle percezioni. Nella prima modalità, le informazioni tra cui la pubblicità, pubblicizza il servizio utilizzando tecniche di marketing per convincere i consumatori delle qualità del servizio turistico, nella seconda modalità, l'informazione senza pubblicità, rivela tutti i termini e le condizioni necessari dell'offerta che sono essenziali per eseguire il contratto del pacchetto turistico. A questo proposito, la Corte di San Paolo¹¹¹ ha dichiarato che il consumatore che ha acquistato un pacchetto turistico di una crociera per poi scoprire che il servizio fornito non soddisfa la qualità descritta nell'opuscolo e nel contratto avrà una riduzione proporzionale del prezzo. Quindi, quando c'è un'incompatibilità tra il contenuto dell'offerta e la pubblicità del servizio, le clausole contrattuali del contratto sono annullabili a causa del difetto di informazione. Dal punto di vista del venditore del pacchetto turistico, c'è un effetto vincolante, che significa un'offerta che lega con precisione il venditore alle condizioni offerte nella pubblicità. Il venditore è obbligato a soddisfare tutti i termini della sua offerta, che è una condizione preliminare per il contratto. Pertanto, nella cosiddetta offerta pubblica, che coinvolge un gruppo indeterminato di persone, il venditore è obbligato per quanto riguarda il limite del numero di prodotti e la capacità dei servizi offerti, il venditore deve indicare espressamente la quantità che è in grado di fornire attraverso l'offerta. In questo contesto, se un'agenzia turistica offre al pubblico un "pacchetto turistico" in una destinazione turistica, l'agenzia deve indicare nell'offerta pubblicitaria quanti pacchetti è in grado di coprire entro i termini dell'offerta e/o il limite del tempo della offerta. Questo è un'informazione importante perché l'offerta lega il venditore ai termini del contratto. Una tale definizione non trova la giusta protezione legale nella legislazione albanese¹¹². Dove non sono rari i casi in cui i consumatori turistici a partire da un'offerta pubblicitaria sono interessati a concludere un contratto di pacchetto turistico, però al momento della conclusione del contratto vengono notificati dall'agenzia turistica per il completamento del numero di offerte a disposizione dei consumatori. Di conseguenza, ciò costituisce una pratica commerciale sleale e contraddice non solo il principio di *buona fede* che regola questo rapporto contrattuale, ma anche la protezione che dovrebbe essere offerta al consumatore turistico.

¹¹¹ GORETTI M., LIMA S., *Traveller Vulnerability in the Context of Travel and Tourism Contracts*, Springer, 2018, pg.73

¹¹² Mancanza di una regolamentazione legale sull'obbligo dell'agenzia turistica di rimanere vincolata dall'obbligo di rispettare le informazioni pubblicitarie (Dec. Leg. n. 65/2009)

L'informazione precontrattuale - quando, come e che cosa?¹¹³

✚ Quando?

Secondo la direttiva UE 2015/2302, l'informazione precontrattuale dovrebbe essere fornito con sufficiente anticipo, ma non stabilisce un termine esplicito di anticipo

✚ Come?

L'informazione precontrattuale dev'essere fornito su formato cartaceo o in modo telematico, scritto in modo chiaro e di facile lettura, non utilizzando espressioni tecniche, legali o specifiche di quanto previsto dalla legge o dalla lingua comune. Eventuali informazioni aggiuntive che il venditore del pacchetto può fornire al consumatore possono essere fornite in un altro documento separato che deve essere allegato al documento principale dell'informazione precontrattuale. Il modulo di informazioni sul contratto del pacchetto puristico deve essere fornito gratuitamente.

Le spiegazioni precontrattuali dovrebbero includere almeno quanto segue:

- spiegazione delle informazioni precontrattuali;
- le caratteristiche essenziali dei prodotti/servizi proposti
- il prezzo del contratto del pacchetto turistico.

Il organizzatore/venditore del pacchetto dovrebbe essere in grado di dimostrare che l'informazione precontrattuale è stato ricevuto dai consumatori.

✚ Che cosa?

Le informazioni fornite nelle brochure devono fare riferimento all'obbligo di fornire una vera e accurata informazione. Il fornitore del pacchetto turistico rimane collegato all'informazione presentato nella brochure per motivi di autenticità e all'obbligo dell'esecuzione su richiesta del turista. Gli opuscoli pubblicitari non devono necessariamente contenere informazioni complete sul pacchetto turistico.

Lo scopo principale della brochure è la vendita del prodotto turistico, quindi l'informazione nel suo contenuto ha lo scopo principale di sedurre il cliente all'acquisto del pacchetto, ma in ogni caso l'opuscolo dovrebbe includere informazione vera e corretta.

Le informazioni precontrattuali ai sensi dell'articolo 5 della direttiva, oltre ad essere una corretta informazione dovrebbe essere anche un'informazione completa. In termini di responsabilità legale ai sensi della direttiva il venditore del pacchetto turistico dovrebbe fornire informazioni precontrattuali tramite un modulo informativo standard. Questo è un obbligo che deve essere rispettato da ciascuno degli stati membri. Nella legislazione nazionale, nessuno degli stati non può modificare il contenuto del formulario standard di informazione, ma le agenzie turistiche non possono limitarsi alla loro capacità di fornire ulteriori informazioni ai turisti. Tenendo presente l'ampio carattere armonico che la direttiva

¹¹³ IONESCU I. M., *Pre-Contractual Information in credit agreements for consumers*, 2015, pg. 251.

cerca di raggiungere, è necessario che le informazioni precontrattuali specificate nelle legislazioni nazionali di ciascuno Stato siano unificate. Gli operatori turistici nel senso di adempiere all'obbligo di informazione precontrattuale sono tenuti a rispettare le disposizioni dell'articolo 5 della direttiva, ma possono andare oltre fornendo informazioni ancora più ampie. L'informazione precontrattuale, deve essere completo e includere anche i dati che potrebbero essere state precedentemente fornite nella brochura.

Anche chi agevola meri servizi turistici collegati deve consegnare al viaggiatore un apposito modulo informativo standard, pena l'essere considerato come organizzatore con tutte le responsabilità che ne derivano. Il modulo standard contiene l'informazione che non trattandosi di un pacchetto turistico il viaggiatore non gode di tutti i diritti previsti per i pacchetti, ma che può beneficiare anche lui di una “protezione insolvenza”.¹¹⁴

2.2.2.1 L'informazione precontrattuale

In relazione ai pacchetti, i rivenditori dovranno essere responsabili insieme all'organizzatore per la fornitura di informazioni precontrattuali. Al fine di facilitare la comunicazione, in particolare nei casi transfrontalieri, i viaggiatori dovrebbero poter contattare l'organizzatore anche tramite il rivenditore attraverso il quale hanno acquistato il pacchetto. Il viaggiatore dovrebbe ricevere tutte le informazioni necessarie prima di acquistare un pacchetto, sia esso venduto tramite mezzi di comunicazione a distanza, o attraverso altri tipi di distribuzione. Nel fornire tale informazione, il professionista deve tener conto delle esigenze specifiche dei viaggiatori particolarmente vulnerabili a causa della loro età o infermità fisica che il professionista potrebbe ragionevolmente prevedere.

Le informazioni chiave, come ad esempio informazioni sulle caratteristiche principali dei servizi di viaggio o sui prezzi, forniti negli annunci sul sito web degli organizzatori o dei venditori come parte delle informazioni pre-contrattuali devono essere vincolanti, a meno che l'organizzatore si riserva il diritto di apportare modifiche a tali elementi a meno che tali cambiamenti sono chiaramente comprensibili e ben comunicati al viaggiatore prima della conclusione del contratto di pacchetto turistico. Dovrebbe essere sempre possibile apportare modifiche alle informazioni precontrattuali se espressamente concordato da entrambe le parti nel contratto del pacchetto turistico. I requisiti in materia di informazione stabiliti nella presente direttiva sono esaurienti. Tenendo conto delle specificità dei contratti di pacchetto turistico, i diritti e gli obblighi delle parti contraenti dovrebbero essere stabiliti per il periodo precedente e successivo all'inizio del pacchetto, in particolare se il pacchetto non viene eseguito correttamente o se cambiano circostanze particolari.

I pacchetti vengono spesso acquistati molto tempo prima che si verifichino eventi imprevisi pertanto, il viaggiatore dovrebbe, in determinate condizioni, avere il diritto di trasferire un pacchetto di viaggio a un altro viaggiatore. In tali situazioni l'organizzatore dovrebbe essere in grado di recuperare le spese, ad esempio se un subappaltatore richiede una commissione

¹¹⁴ GUTMAN K., *The Constitutional Foundations of European Contract Law*, Oxford University Press, United Kingdom, 2014, pg. 48.

per cambiare il nome del viaggiatore o per annullare un biglietto di trasferimento e emetterne uno nuovo¹¹⁵. Se il viaggiatore è in difficoltà durante il viaggio o le vacanze, l'organizzatore dovrebbe essere obbligato a fornire l'assistenza appropriata senza indebito ritardo. Tale assistenza dovrebbe consistere principalmente nel fornire, se del caso, informazioni su aspetti legati con i servizi sanitari, le autorità locali e l'assistenza consolare in materia di comunicazioni a distanza e modalità di viaggio alternative.

Anche chi agevola meri servizi turistici collegati deve consegnare al viaggiatore un apposito modulo informativo standard, pena l'essere considerato come organizzatore con tutte le responsabilità che ne derivano. Il modulo standard contiene l'informazione che non trattandosi di un pacchetto turistico il viaggiatore non gode di tutti i diritti previsti per i pacchetti, ma che può beneficiare anche lui di una "protezione insolvenza". In particolare, è tutelato in caso dell'insolvenza del venditore per i pagamenti effettuati per i servizi non prestati e anche per un eventuale rimpatrio. Anche il modulo standard da consegnare prima dell'acquisto di servizi turistici collegati contiene l'indicazione della compagnia assicurativa da contattare in caso di insolvenza¹¹⁶.

2.2.2.1.1 Obblighi di informazione precontrattuale ai sensi della Direttiva UE 2015/2302

Ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 1, della direttiva UE 2015/2302 gli organizzatori sono tenuti a informare il viaggiatore, prima della conclusione del contratto a: le principali caratteristiche dei servizi di viaggio; nome e indirizzo geografico dell'organizzatore; il suo numero di telefono e indirizzo e-mail¹¹⁷ il prezzo totale del pacchetto comprensivo tutte le tasse, gli oneri e i costi aggiuntivi; le disposizioni per il pagamento e il pagamento anticipato¹¹⁸, requisiti generali sul passaporto e il visto, compresi i periodi approssimativi per ottenere visti e informazioni sulle formalità sanitarie del paese di destinazione¹¹⁹, opzioni per la risoluzione da parte del viaggiatore¹²⁰ e possibilità e requisiti assicurativi¹²¹.

Se il pacchetto viene venduto tramite un rivenditore, il rivenditore è tenuto a fornire l'informazioni precontrattuali, sui dettagli del contatto del rivenditore. Inoltre, deve essere fornito un modulo standard indicante dei diritti chiavi del viaggiatore come indicato dall'allegato I, parte A o parte B della direttiva UE 2015/2302. Per i pacchetti costituiti dalla combinazione dei servizi di viaggi acquistati da operatori commerciali separati tramite pagine web online, le informazioni devono essere fornite da ciascuno fornitore di servizi. Inoltre, quando l'organizzatore¹²² trasferisce le informazioni personali a un altro operatore, gli è richiesto di fornire al viaggiatore un altro modulo standard che indichi che se entro 24 ore un contratto aggiuntivo è concluso con l'altro trader, questo sarà considerato un contratto di

¹¹⁵ TAEYMANS M., *Tourism law* (Texts and materials) Oud-Turnhout, 2018.

¹¹⁶ Direttiva UE 2015/2302 Art.

¹¹⁷ Art. 5 para. 1(b)

¹¹⁸ Art. 5 para. 1(c-d)

¹¹⁹ Art. 5 para. 1(f)

¹²⁰ Art. 5 para. 1(g)

¹²¹ Art. 5 para. 1(h)

¹²² Art. 3 para. (8)

pacchetto turistico è l'organizzatore è responsabile della corretta esecuzione dell'intero contratto.

Inoltre, in tutti i casi le informazioni devono essere fornite "in modo chiaro, comprensibile e preminente"¹²³. Oltre ai dettagli di contatto e alle informazioni relative al passaporto, ai requisiti per i visti, alle formalità sanitarie e all'assicurazione, le informazioni fornite fanno parte del contratto e può essere modificato solo prima della conclusione del contratto tramite un accordo esplicito tra le parti¹²⁴.

2.2.2.1.2 Obblighi di informazione precontrattuale ai sensi della Direttiva 90/314 CEE

La direttiva 90/314 / CEE del Consiglio, del 13 giugno 1990, relativa ai viaggi tutto compreso, ai pacchetti turistici e ai viaggi organizzati si basa sull'articolo 100 del trattato CEE (attualmente articolo 95 CE). Sebbene esista un'unica base giuridica, l'obiettivo della direttiva è triplice: rafforzamento del mercato interno, protezione dei consumatori e sviluppo del turismo.

Il turismo svolge un ruolo importante nelle economie degli Stati membri ed è caratterizzato da attività transfrontaliera. Il sistema di trasporto degli imballaggi, in cui il consumatore acquista più di un servizio turistico alla volta, è una pietra angolare del mercato turistico. Mentre i consumatori europei acquistano servizi turistici all'estero, il pacchetto stesso viene solitamente acquistato nello stato di origine del consumatore, il che è attribuito, tra l'altro, alle disparità nella protezione giuridica dei consumatori. La protezione dei consumatori è importante poiché i viaggi "tutto compreso" comportano in genere la spesa di ingenti somme di denaro in anticipo per servizi in un altro paese. Un livello minimo di protezione nella Comunità rende i consumatori più sicuri di acquistare un pacchetto al di fuori del proprio Stato membro. Ciò rafforza il mercato interno e stimola il turismo negli Stati membri. La direttiva impiega tre meccanismi per raggiungere i suddetti obiettivi. Impone obblighi di informazione all'organizzatore o al rivenditore del pacchetto, la regolamentazione delle regole relative al tempo intercorrente tra la conclusione del contratto e il viaggio e la regolamentazione della responsabilità del "venditore". In generale, il "venditore" ha il dovere di fornire le informazioni descrittive in modo che non siano fuorvianti. Più specificamente, se un "venditore" mette a disposizione del consumatore un opuscolo, deve includere un gruppo di informazioni. Questa informazione include la destinazione; i mezzi, le caratteristiche e le categorie di trasporto; il tipo di alloggio e le sue caratteristiche. Queste informazioni sono vincolanti per il "venditore", a meno che non siano state comunicate modifiche prima della conclusione del contratto. Inoltre, il "venditore" deve comunicare i requisiti di passaporto e visto e informazioni sulle formalità sanitarie richieste per il viaggio o rimanere in anticipo rispetto alla conclusione del contratto. Il contratto stesso deve almeno includere le informazioni elencate nell'allegato della direttiva e tutti i termini del contratto. Inoltre, il "venditore" deve fornire informazioni per iscritto riguardanti, tra l'altro, i dettagli del contratto del rappresentante del "venditore" e i tempi e i luoghi delle fermate intermedie.

¹²³ Art. 5 para. (3)

¹²⁴ Art. 6 para. (1)

La direttiva contiene diverse disposizioni per le modifiche delle circostanze nel periodo compreso tra la conclusione del contratto e il viaggio. Innanzitutto, il consumatore ha il diritto di trasferire la prenotazione a una terza parte che soddisfa tutte le condizioni applicabili al pacchetto, nel caso in cui al consumatore sia impedito di procedere con il pacchetto. Il consumatore è responsabile per i costi aggiuntivi per il "venditore" e deve dare preavviso al "venditore" entro un termine ragionevole. In secondo luogo, i prezzi stabiliti nel contratto non possono essere soggetti a revisione a meno che non sia stipulato nel contratto per motivi di variazione dei costi di trasporto, inclusi costi di carburante, tasse e commissioni e variazione dei tassi di cambio. Tale clausola deve fornire la possibilità di una revisione sia al rialzo che al ribasso. Durante i 20 giorni prima della partenza, i prezzi non possono essere aumentati. In terzo luogo, se la possibilità delle circostanze influisce sui termini essenziali del contratto, il consumatore ha il diritto di recedere dal contratto o accettare l'offerta per l'alterazione dei termini essenziali del "venditore", a sua scelta. Se il consumatore recede dal contratto o il "venditore" annulla il viaggio per qualsiasi motivo, il consumatore ha il diritto di intraprendere un viaggio sostitutivo di qualità uguale o superiore o di essere rimborsato di tutte le somme versate ai sensi del contratto. Inoltre, il "venditore" è responsabile per i danni subiti dal consumatore, a meno che il viaggio non venga annullato a causa di inadempienza o forza maggiore.

La responsabilità del "venditore" è regolata in tre modi. Il "venditore" è responsabile per qualsiasi danno al consumatore derivante dalla mancata (corretta) esecuzione del contratto, a meno che il fallimento non sia imputabile a qualsiasi colpa del "venditore" o a quella di un altro fornitore di servizi. In secondo luogo, i "venditori" non possono escludere contrattualmente la loro responsabilità. In terzo luogo, la limitazione contrattuale della responsabilità per il risarcimento è consentita solo per danni diversi da lesioni personali, nella misura in cui gli Stati membri consentano tale limitazione.

Tuttavia, tale limitazione potrebbe non essere irragionevole. Inoltre, gli Stati membri sono tenuti a adottare misure per proteggere i consumatori dall'insolvenza del "venditore"¹²⁵. Ai sensi della direttiva 90/314/CEE devono essere fornite le stesse informazioni precontrattuali al viaggiatore¹²⁶ come nella direttiva UE 2015/2302. Inoltre, la direttiva 90/314/CEE indica che le informazioni fornite non devono essere fuorvianti, una disposizione che ora con la nuova direttiva UE 2015/2302 è superfluo a causa della successiva adozione della direttiva sulle pratiche commerciali sleali. Laddove l'organizzatore si avvalga di opuscoli per presentare le diverse opzioni di prenotazione questi opuscoli devono includere alcune delle informazioni che devono essere fornite prima che il contratto sia concluso. Inoltre, tali informazioni devono essere divulgate "in modo leggibile, comprensibile e accurate". Queste informazioni comprendono, in particolare, le principali caratteristiche dei servizi di viaggio, i dettagli di prezzo e le modalità del pagamento, la dimensione minima di un pacchetto, il termine per la cancellazione, nonché informazioni generali sui requisiti di passaporto e visti per i cittadini degli Stati membri o dei cittadini stranieri. La direttiva sui viaggi tutto compreso 90/314/CEE non richiede esplicitamente che le informazioni debbano essere fornite

¹²⁵ M. HESSELINK, *EU contract law*, in *Common Mkt Law Rev*, 2009, pg. 11-12.

¹²⁶ Art. 4 para. 1, Direttiva 90/314/CEE.

"in modo chiaro, comprensibile e preminente", come richiesto dalla direttiva UE 2015/2302. Va notato, tuttavia, che il requisito secondo il quale le informazioni non dovrebbero essere fuorvianti appare essenziale anche secondo la direttiva 90/314/CEE. Diversamente dalla nuova direttiva, la direttiva 90/314/CEE non prevede l'obbligo che l'organizzatore menzioni i suoi dati di contatto al viaggiatore. Un tale requisito esisteva solo per quanto riguarda i dettagli del contatto del rappresentante locale dell'organizzatore o, in mancanza, degli enti locali sui cui un utente in difficoltà potrebbe chiedere assistenza, o un numero telefonico di emergenza o qualsiasi altra informazione per contattare l'organizzatore del pacchetto. Per avere una offerta all'acquisto dei prodotti, La Corte di giustizia¹²⁷ ha chiarito che l'invito all'acquisto esiste quando l'informazione sul prodotto e il suo prezzo sono pubblicati, e consentono al consumatore la possibilità di prendere una decisione commerciale. Ciò significa che la pubblicazione delle caratteristiche del pacchetto di viaggio e il prezzo sono sufficienti affinché il consumatore possa decidere se concludere o meno il contratto. Qualsiasi informazione considerata "materiale" deve essere reso disponibile per il consumatore.

Quando una brochura sui pacchetti turistici è messa a disposizione del consumatore, esso indica che le informazioni devono essere offerte in modo leggibile, comprensibile e accurato¹²⁸. Le informazioni scritte non sono richieste in modo esplicito dalla direttiva sui viaggi tutto compreso. La direttiva indica che le informazioni precontrattuali devono essere fornite "per iscritto o in qualsiasi altra forma appropriata"¹²⁹ prima della conclusione del contratto. Analogamente, i termini del contratto devono essere definiti "per iscritto o in altra forma che sia comprensibile e accessibile dal consumatore"¹³⁰ e nessuna informazione scritta è richiesta prima dell'inizio del viaggio. Tuttavia, è stata concessa un'attuazione più vantaggiosa della direttiva basata sul principio di armonizzazione minima¹³¹, pertanto alcuni Stati membri hanno richiesto che un opuscolo fosse consegnato al turista "per iscritto"¹³², anche se non è chiaro se il termine "scrittura" possa essere considerato come riferimento di carta tradizionale o di materiale stampato. Nell'analisi allegata alle definizioni della direttiva "sulle pratiche commerciali sleali" stabilisce esplicitamente che l'informazione relativa ai dati di contatto dell'organizzatore è considerata come "informazione rilevante". Quando questa informazione non è fornita al viaggiatore, questa è considerata un'omissione ingannevole. Nel riferimento all'allegato II della direttiva "Sulle pratiche commerciali sleali", i requisiti di informazione all'articolo 3 della direttiva 90/314/CEE, comprendono l'obbligo di informare il viaggiatore in merito al passaporto e ai visti.

Inoltre, la Corte di giustizia in Nella causa Ving Sverige¹³³, ha esplicitamente dichiarato che le informazioni elencate nell'articolo 3 della direttiva devono essere considerate un'informazione essenziale e, pertanto, devono essere descritti sia nella fase dell'invito all'acquisto e anche come informazione precontrattuale. Ciò implica che anche le

¹²⁷ CJEU 12 May 2011, case C-122/10 Konsumentombudsmannen/Ving Sverige [2011], par. 33.

¹²⁸ Art 3(2) 90/314 CEE

¹²⁹ Art 4(1) a, 90/314 CEE

¹³⁰ Art 4(2)b, 90/314/CEE

¹³¹ Art 8, 90/314 CEE

¹³² In particolare, Belgio, Danimarca, Francia e Spagna stabiliscono requisiti formali più rigorosi facendo riferimento solo a informazioni scritte. Per una panoramica più completa, vedere Von Bar et al. (2009), p. 229 op. cit. Selling tourism services at a distance, 2012, pg. 70

¹³³ CJEU 12 May 2011, case C-122/10 Konsumentombudsmannen/ Ving Sverige [2011], par. 57.

informazioni relative al passaporto e ai visti devono essere considerate informazioni rilevanti che devono essere comunicate al consumatore già quando l'organizzatore dà al consumatore un invito all'acquisto.

2.2.2.2. *L'informazione durante la fase dell'esecuzione del contratto*

Al momento della conclusione del contratto del pacchetto turistico, l'obbligo di informare nuovamente il turista tramite il contratto di pacchetto turistico o la sua conferma appare come un obbligo contrattuale importante. Oltre alle informazioni precontrattuali, la direttiva UE 2015/2302 prevede che il turista debba ricevere conferma in forma scritta o conferma su un altro supporto durevole, del contratto di pacchetto turistico che comprende oltre all'informazione precontrattuale anche informazione sui requisiti specifici del viaggiatore accettate dall'organizzatore¹³⁴, il nome e i recapiti dell'organismo¹³⁵ o del rappresentante locale¹³⁶ dell'organizzatore, incaricato della protezione in caso d'insolvenza, informazioni riguardo alle esistenti procedure interne di trattamento dei reclami e ai meccanismi di risoluzione¹³⁷ e informazioni sul diritto del viaggiatore di cedere il contratto a un altro viaggiatore¹³⁸. In tempo utile prima dell'inizio del pacchetto, l'organizzatore fornisce al viaggiatore le ricevute e i biglietti necessari, le informazioni sull'orario della partenza previsto e, se applicabile, il termine ultimo per l'accettazione nonché gli orari previsti delle soste intermedie, delle coincidenze e dell'arrivo¹³⁹.

Oltre alla conferma del contratto stipulato, altre norme mirano anche a informare il consumatore durante l'esecuzione dell'contratto. Pertanto, l'articolo 11, paragrafo 3, del regolamento (CE) n. 2111/2005 stabilisce che quando il vettore aereo operativo o i vettori sono modificati dopo la prenotazione, indipendentemente dal motivo del cambiamento, devono essere adottate immediatamente tutte le misure appropriate per garantire che il passeggero sia informato del cambiamento al più presto possibile. In tutti i casi, i turisti devono essere informati al momento del check-in o all'imbarco quando non è richiesto il check-in per un volo di collegamento¹⁴⁰. Allo stesso modo, tutti i termini del pacchetto contrattuale saranno stabiliti per iscritto o in un'altra forma che sia comprensibile e accessibile dal consumatore. È importante che nel contratto del pacchetto turistico, i turisti siano dotati di tutti gli elementi elencati nell'allegato della direttiva UE 2015/2302¹⁴¹. Questo obbligo deve essere adempiuto anche nel caso della conclusione dei contratti online e dei contratti relativi ai servizi collegati.

3. *Le caratteristiche dei contratti del pacchetto turistico nella legislazione italiana*

¹³⁴ Art.7 para. 2(a)

¹³⁵ Art.7 para.2 (c)

¹³⁶ Art.7 para.2 (d)

¹³⁷ Art.7 para.2 (g)

¹³⁸ Art.7 para.2 (h)

¹³⁹ Art.7 para. 5

¹⁴⁰ JOSEP M., BECH S., *Selling tourism services at a distance an analysis of the EU consumer acquis*, Springer, 2012, pg. 83.

¹⁴¹ Direttiva UE 2015/2302, Allegato (1), (2)

3.1 *La nascita e lo sviluppo del contratto di pacchetto turistico in Italia*

Il contratto di pacchetto turistico è un contratto che per la prima volta ha fornito la forma legale attraverso la convenzione di Bruxelles (CCV), come il primo tentativo di regolamentazione internazionale del concetto di contratto turistico. Questo attraverso il contratto di organizzazione di viaggio, e il contratto di intermediazione di viaggio. In Italia, la Convenzione (CCV) firmata a Bruxelles il 23 aprile 1970, con la legge 1084 del 27 dicembre 1977 è entrata in vigore il 4 ottobre 1979. Nonostante la sua portata limitata, la convenzione è stata ampiamente applicata, poiché molte decisioni giudiziarie sono state spesso ispirate da essa¹⁴². Un altro importante strumento internazionale è la Convenzione sulla responsabilità degli albergatori per i beni di proprietà dei viaggiatori a Parigi, n.042/1962, ratificata dall'Italia il 11/05/1979.

Negli anni '90 in Italia è stato installato un sistema complesso di regole che opera con un triplice ordine di norme giuridiche che includono: le norme regionali, le norme nazionali e - sullo sfondo - le regole comunitarie, insieme al set di regole derivanti dall'adesione dell'Italia alle convenzioni internazionali che direttamente o indirettamente riguardavano il turismo. Come stato membro dell'Unione Europea, la legislazione italiana sui pacchetti turistici è stato influenzato dall'impulso della Comunità e condotto dall'*acquis communautaire* in questo campo. Con il decreto legislativo del 17 marzo 1995 n. 111 sull'attuazione della direttiva del 13 giugno 1990 n. 90/314 / CE su viaggi, vacanze e circuiti tutto compreso, il contratto di viaggio, che era alla base dell'attività turistica, è stato completamente regolamentato.

Altro atto importante era la Direttiva del Consiglio 82/470 EEC del 29 giugno 1982 relativa a misure destinate a favorire l'esercizio effettivo della libertà di stabilimento e della libera prestazione dei servizi per le attività non salariate di taluni ausiliari dei trasporti e dei titolari di agenzie di viaggio (gruppo 718 CITI), nonché dei depositari, nella parte relativa agli agenti di viaggio e turismo. Con la legge n.284 del 25 agosto 1991 sulla liberalizzazione dei prezzi del settore turistico e le misure di sostegno per le imprese turistiche, i prezzi dei servizi alberghieri sono stati determinati liberamente dagli operatori turistici. La legge successiva è stata la n. 135 del 29 marzo 2001 "Legge quadro sul turismo", attraverso la quale il sistema della legislazione turistica italiana è stato profondamente riformato, fornendo la divisione della legislazione turistica a livello nazionale e regionale. Offrendo la possibilità di regolamentazione a livello regionale del contratto del pacchetto turistico attraverso i 20(venti) leggi sul turismo regionale. Due importanti atti legislativi successivi, che regolano il contratto di pacchetto turistico nella legislazione italiana sono il Codice del consumo (Dec.leg. 6, settembre 2005, no. 206) e il Codice del turismo (Dec. leg. 23 maggio 2011, n. 79). Attraverso le disposizioni previste inizialmente dal codice del consumo, e successivamente dal codice del turismo, è stato reso possibile un adeguamento completo ed equo del concetto del contratto. Di particolare importanza appare l'approccio giurisprudenziale del concetto del contratto di pacchetto turistico e la causa del turismo. Nel contratto del pacchetto turistico "tutto compreso", lo scopo del turismo connota la causa concreta del

¹⁴² A tal proposito cfr. F. INDOVINO FABRIS, *Legislazione turistica*, 4a Ed., CEDAM, Padova, 1997. Si veda anche V. FRANCESCHELLI, *Tourism to Sustainable Tourism An Italian Perspective*, 2018, pg. 384.

contratto. I plurimi aspetti e profili in cui viene a compendiarsi la complessa prestazione ideata ed organizzata dal tour operator sono infatti funzionalizzati al soddisfacimento dei profili - da apprezzarsi in condizioni di normalità avuto riguardo alle circostanze concrete del caso, come il relax, svago, ricreativi, ludici, culturali, escursionistici, ecc. in cui si sostanzia la finalità turistica, o lo "scopo di piacere" assicurato dalla vacanza, che il turista/consumatore in particolare persegue nell'indursi alla stipulazione del contratto del pacchetto turistico "tutto compreso".

La finalità turistica o "scopo di piacere" non costituisce pertanto un irrilevante motivo del contratto del pacchetto turistico. La finalità turistica non si sostanzia infatti negli interessi che rimangono nella sfera volitiva interna dell'acquirente del pacchetto turistico, costituendo l'impulso psichico che lo spingono alla stipulazione del contratto, ma viene obiettivarsi in tale tipo di contratto, divenendo interesse che lo stesso è funzionalmente volto a soddisfare, pertanto connotandone la causa concreta. (cfr. Cass., 25/5/2007, n. 12235; Cass., 8/5/2006, n. 10490)¹⁴³. Pertanto, i servizi forniti nel contratto del pacchetto turistico, di cui all'art. 91, comma 4, del Codice del Consumo italiano non sono solo quelli direttamente dipendenti dall'attività dell'operatore turistico, ma includono anche le condizioni estrinseche che rendono la vacanza rilevante e utile in quanto rendono pertinenti e utili i servizi offerti dall'operatore turistico, ad esempio la fruizione e il godimento di luoghi o resorti ambientali, artistici o storici. Fruizioni che sono alla base della scelta fatta dal turista nel momento in cui decide di acquistare quel specifico pacchetto turistico. Più recentemente, la Corte suprema italiana ha confermato la tendenza affermando che “[...] il contratto del pacchetto turistico tutto incluso è caratterizzato dal scopo che conclude la causa concreta, ed è rilevante come elemento qualificante del contratto”.

Negli ultimi anni, i cambiamenti tecnologici e la crescita dei bisogni dei turisti ha portato l'inadeguatezza delle precedenti disposizioni legali sui pacchetti turistici. La presente direttiva UE 2015/2302 aumenta il gruppo dei prodotti che possono essere inseriti all'interno di un pacchetto, compreso l'affitto auto nel gruppo dei servizi che possono essere ottenuti da un turista in termini di contratto di pacchetto turistico. Rispetto alla precedente direttiva, il nuovo elemento è il riferimento all'affitto, assente nelle disposizioni adottate negli anni '90. Conseguentemente, gli elementi modulari passano da tre a quattro, aumentando così il campo di applicazione della direttiva. Altri importanti emendamenti alla nuova direttiva sono quelli che comprendono la fornitura di servizi interconnessi che saranno considerati parte del pacchetto turistico e per continuare con l'espansione dei veicoli autorizzati attraverso i quali è possibile acquistare un pacchetto turistico. La nuova direttiva è stata adottata dal legislatore italiano attraverso il decreto legislativo del 21/05/2018 no. 62 pubblicato in gazzetta ufficiale n. 129 del 6 giugno 2018, diventando così parte integrante della legislazione nazionale sui contratti dei pacchetti turistici. La portata di questi emendamenti è stata affrontata nella questione precedente 2.2 *“Le innovazioni della direttiva UE 2015/2302”*.

¹⁴³ Suprema Corte di cassazione, sezione III civile, sentenza 24 luglio 2007, n. 16315.

3.1.1 La legislazione a livello regionale

In Italia, oggi abbiamo una legge statale e venti (20) leggi regionali sul turismo. Le regioni¹⁴⁴ sono entità autonome con poteri legislativi e amministrativi definiti nella Costituzione italiana. Il Dec.leg. del 14 gennaio 1972 no. 6 ha trasferito le funzioni amministrative statali nel settore turistico e alberghiero dallo Stato alle regioni. Così, vengono approvate le prime leggi regionali sul turismo, in modo che tutte le regioni italiane, possano avere una legge regionale sul turismo. Nella riforma costituzionale del 2001, il vecchio principio fu rovesciato, e l'articolo 117, come riformato, recita: "*I poteri legislativi devono essere attribuiti allo Stato e alle Regioni in conformità con la Costituzione e con i vincoli derivanti dalla legislazione dell'UE e dagli obblighi internazionali. Lo Stato ha poteri legislativi esclusivi nelle seguenti materie (omissis). Le Regioni hanno poteri legislativi in tutte le materie che non sono espressamente contemplate dalla legislazione statale (omissis)*". Attualmente, il turismo non fa parte dell'elenco di questioni in cui lo Stato ha poteri legislativi esclusivi, né è nella lista del potere esclusivo delle Regioni¹⁴⁵.

Di conseguenza, la libertà di redigere atti giuridici che regolano il concetto di turismo in generale e i contratti di pacchetti turistici, in particolare a livello regionale, dovrebbero rispettare in modo gerarchico le disposizioni della legislazione nazionale, le disposizioni dell'*acquis communautaire* e la legislazione internazionale.

3.2 L'overbooking

Per capire perché si verifica l'overbooking, è importante evidenziare i due problemi chiave del settore turistico. In primo luogo, l'operatore turistico offre in vendita un prodotto con una capacità fissa, ovvero un numero fisso di posti su un aereo, camere in un hotel o tavoli in un ristorante. In secondo luogo, questi prodotti sono deperibili, cioè, se non vengono utilizzati nel corso della giornata, da loro non si possono realizzare profitti. Questo risultato è vero per la maggior parte dei componenti nel settore turistico. Per esempio:

- (i) trasporto: aereo, nave, treno, autobus, auto a noleggio;
- (ii) alloggio: hotel, resort, motel, condomini, ostelli, campeggi; e
- (iii) noleggio: auto, motori, bicicletta
- (iv) attrazioni: ristoranti, parchi a tema, parchi nazionali, spettacoli, eventi, convention¹⁴⁶.

Nel settore dell'ospitalità, alcuni turisti possono cancellare le loro prenotazioni prima della data prevista o non presentarsi senza preavviso. Tali casi sono associati a costi molto elevati per gli albergatori e, di conseguenza, al fine di evitare tali rischi, varie strategie sono seguite nel commercio delle camere d'albergo. Una delle principali strategie di marketing è quella di vendere più di una volta della stessa camera per ridurre il rischio previsto di cancellazione. D'altra parte, questa politica di marketing, rappresenta un rischio elevato associato all'overbooking. Il fenomeno dell'overbooking si riferisce alla situazione in cui una struttura alberghiera appare sovraffollata, nelle condizioni di rivendita dello stesso spazio varie volte. Il problema di overbooking ha sollevato preoccupazioni nel legislatore dei paesi con il settore

¹⁴⁴ Art. 114 della Costituzione italiana: "La Repubblica è composta dai Comuni, dalle Province, dalle Città metropolitane, dalle Regioni e dallo Stato. I comuni, le province, le città e le regioni metropolitane sono entità autonome dotate di propri statuti, poteri e funzioni in conformità con i principi stabiliti nella Costituzione. Roma è la capitale della Repubblica

¹⁴⁵ V. FRANCESCHELLI, *Tourism to Sustainable Tourism. An Italian Perspective*, 2018, pg. 388

¹⁴⁶ ATHERTON T.A., ATHERTON T. C., *The legalities of overbooking, overcrowding, delay and disappointment: lessons for the Sydney 2000 Olympics*, in *University of New South Wales Law Journal* n. 858, 1999.

turistico particolarmente sviluppato, dove i problemi che si generano per i turisti sono anche più numerosi. Nella maggior parte dei regimi legali, non ci sono solo le disposizioni della normativa civile che devono essere applicabili nei casi di overbooking. In paesi con diritto turistico sviluppato ci sono di solito articoli specifici relativi all'overbooking. In Grecia, ad esempio, nel Dec. leg. n. 1652/1986, art.8 che regola il "Codice delle relazioni tra albergatori e clienti", nell'articolo 8 sono indicati gli obblighi del proprietario dell'albergo in caso di overbooking (e qualunque altra ragione per il quale l'albergatore non può consegnare i suoi servizi al cliente). In base a questo articolo l'albergatore è obbligato ad accomodare il turista di soggiornare in un altro albergo della stessa qualità o migliore e con servizi uguali o migliori di quelli concordati. In ogni caso, l'overbooking comporta sanzioni per il proprietario dell'albergo ai sensi della legge amministrativa. In secondo luogo, il viaggiatore è protetto come consumatore in caso di overbooking ai sensi del diritto europeo dei consumatori. Art. 5/1 della direttiva 90/314 CEE conferisce che "l'organizzatore e / o il venditore parte del contratto è responsabile nei confronti del consumatore per il corretto adempimento degli obblighi derivanti dal contratto, indipendentemente dal fatto che tali obblighi debbano essere eseguiti da tale organizzatore e / o venditore o da altri fornitori di servizi, fatto salvo il diritto dell'organizzatore e / o del rivenditore di perseguire gli altri fornitori di servizi ". Pertanto, in caso di overbooking, non solo l'albergatore è responsabile nei confronti del tour operator per dannosa esecuzione del contratto, ma allo stesso tempo il tour operator è direttamente responsabile nei confronti del viaggiatore. L'overbooking potrebbe essere considerato in qualche occasione anche come un crimine, ad esempio in Spagna¹⁴⁷. Come si evince da quanto precede, una disposizione contrattuale in caso di overbooking che impone a Hoteiler l'obbligo di trovare e fornire ai propri costi una sistemazione analoga, è armonizzata sia con il diritto civile nazionale sia con il diritto europeo dei consumatori. A questo punto dobbiamo menzionare che, se consideriamo l'overbooking come una errata condotta, quindi, come in qualsiasi altro caso di errata condotta, si deve tenere conto della legge del paese in cui si svolge la performance (l'*overbooking*), come previsto dall'art. 12/2 del regolamento (CE) del Parlamento europeo e del Consiglio 17 giugno 2008, n. 593, sulla legge applicabile alle obbligazioni contrattuali (Roma I). Infine, un'altra clausola pertinente, è la "tassa di overbooking" che il tour operator addebita all'albergo per gestire i problemi di overbooking: "Nel caso in cui l'albergo si apra in ritardo o si chiude anticipatamente e richiesto che l'albergatori amministrino l'overbookings, una tassa amministrativa se la prenotazione sarà addebitato all'albergo¹⁴⁸. Il problema del overbooking é stato fundamentalmente affrontato in ambito giurisprudenziale nel caso di Club Mediteranee SA contro Stedry (Corte d'appello della Georgia)¹⁴⁹.

¹⁴⁷ OCHAITA S. V., 2010. *Overbooking and Overselling: Between A Legal Trade Mechanism and a Crime of 94 Fraud*. Journal of Business Case Studies. Spanish Edition. Volume 6. Number 7. pg. 9.

¹⁴⁸ TECHNITIS M.E., *Fundamental Issues in Transnational B2B Tourist Contracts of Tour Operators*, Greece, 2015, pg. 31.

¹⁴⁹ In quel caso, Stedry ha prenotato un pacchetto vacanza dal Club Med da Los Angeles per il Club Med Papeete Tahiti. L'opuscolo prometteva un viaggio tutto incluso, "l'atmosfera spensierata", le spiagge bianche poco affollate, attività sportiva, noleggio di attrezzatura gratuita, e "scoprire il vero significato del detto Tahitiano ... 'solo la felicità è importante'". Come è successo, i voli non sono stati confermati, e Stedry ha dovuto stare in attesa diversi giorni. Ci fu una lunga attesa per un cottage e i pasti erano lenti. Le attrezzature sportive erano raramente disponibili e tutto era sovraprenotato. Stedry è stata trasferita a Bora Bora, ma questa sede non

3.2.1 Il sovraffollamento

Il sovraffollamento è legato all'overbooking ma è più probabile che si verifichi nel contesto di un grande festival o di un evento sportivo come i Giochi Olimpici. Le potenziali responsabilità legali dell'organizzatore dell'evento includono le questioni occupazionali, di salute e sicurezza, la protezione dei consumatori e l'esposizione a richieste di risarcimento contrattuali e illeciti. Il fatto che un'autorità pubblica o un ente privato si assuma la responsabilità delle questioni occupazionali, della salute e della sicurezza dipende in gran parte dal luogo in cui si verifica l'evento, in un'area pubblica o privata. Il controllo della folla è sempre uno dei maggiori problemi di salute e sicurezza in occasione di grandi eventi e la polizia ha la responsabilità generale in luoghi pubblici e privati. Nelle condizioni di sovraffollamento, il problema principale degli organizzatori / venditori di pacchetti turistici è l'obbligo di garantire la sicurezza sanitaria. Questo problema è difficile da gestire soprattutto nelle condizioni dei pacchetti turistici nelle grandi località di villeggiatura o in occasione di eventi artistici o sportivi mondiali. La gestione della massa è un fenomeno difficile per garantire la sicurezza sanitaria e, di conseguenza, uno dei mezzi legali utilizzati per garantirlo è il contratto di assicurazione sanitaria. Il contratto di assicurazione sanitaria sui viaggi è un contratto accessorio che accompagna il contratto principale del pacchetto turistico.

La legislazione albanese prevede l'obbligo per l'organizzatore del pacchetto di stipulare un contratto di assicurazione obbligatoria che copra la sua responsabilità per danni derivanti dall'inadempimento di obblighi, compresi casi di insolvenza e bancarotta. Questa predizione dimostra l'importanza di assicurare la responsabilità civile, vista in primo luogo alla luce dell'evoluzione del pensiero giuridico sullo sviluppo delle moderne attività imprenditoriali. In questo modo alcuni dei rischi aziendali vengono trasferiti alla compagnia assicurativa. L'assicurazione obbligatoria appare come una necessità della lotta per la tutela del consumatore turistico dai danni che potrebbero derivargli a causa dell'uso del pacchetto turistico. L'esistenza di un contratto di assicurazione deve essere stipulata nel contratto del pacchetto turistico. Le parti contraenti in questo contratto sono l'organizzatore e la compagnia di assicurazione. Lo scopo di questo contratto è di coprire i danni che possono essere sostenuti dal turista in caso di inadempimento da parte dell'organizzatore. In questo contesto, il contratto di assicurazione è un contratto accessorio, che è allegato al contratto principale, che è il contratto del pacchetto turistico. Questo contratto soddisfa le condizioni per essere un

è stata migliore. Davanti al tribunale il Club Med ha affermato che le dichiarazioni sulla brochure erano semplicemente spiritose. SHULMAN J presidente della giuria nella sentenza ha dichiarato: Per me questa è una frode; il cambiamento degli accordi di viaggio e altre false dichiarazioni materiali mostrano una totale mancanza di considerazione per le giuste aspettative del cliente. In questo caso le affermazioni e le rappresentazioni di un paradiso per le vacanze superano di gran lunga la pubblicità. Se la agenzia turistica non sapeva che le condizioni avverse esistevano e che il loro opuscolo era totalmente inaccurato, era loro compito determinare l'accuratezza prima di offrirlo al pubblico. Il risultato finale di ciò che ha ricevuto in cambio il turista era esattamente l'opposto di ciò che era pubblicizzato dal Club Med, ed aspettato dal turista. Di conseguenza, la corte ha confermato un premio per danni punitivi, perché la realtà finale di ciò che ha ricevuto in cambio del suo denaro il turista era esattamente l'opposto di quello che si aspettava dall'offerta della agenzia del viaggio. Questo caso è considerato molto simile a *McClure v. Thomas Cook, Inc.*, 158 Ga. App. 467 (280 SE2d 876) (1981). *Club Mediterranee v. Stedry*, 159 Ga. App. 53 (1981), 283 S.E.2d 30 *Club Mediterranee, S. A. et al. v. Stedry*, 61659, *Court of Appeals of Georgia*.

contratto a beneficio di una terza persona, poiché il turista non è parte del presente contratto, sono le prestazioni di questo contratto che vanno al beneficio del turista in caso di inadempienza dall'organizzatore. Il turista, non solo deve essere consapevole dell'esistenza di tale contratto, ma deve anche avere tutto il tempo necessario per leggerlo e capirlo come una parte integrale del contratto principale del pacchetto turistico.

Il ritardo è un prodotto di overbooking e sovraffollamento, e uno dei problemi più comuni vissuti dai viaggiatori. Il ritardo è spesso associato a un errore da parte del vettore di aderire agli orari di partenza e di arrivo indicati nel contratto. Il flusso degli effetti include disagio, fastidio e una diminuzione del valore dei servizi contrattati, di conseguenza, i vettori sono soggetti a ritardi con potenziale responsabilità nel contratto. Questa responsabilità emerge di una duplice natura: civile e sulla tutela dei consumatori. Secondo la dottrina, la responsabilità per il ritardo emerge anche per gli organizzatori del pacchetto turistico, indipendentemente dal fatto che il servizio è fornito dal vettore nella qualità del subappaltatore¹⁵⁰. In altre parole, il modello internazionale emerge che, il tour operator dovrebbe essere ritenuto responsabile per le prestazioni dell'intero pacchetto. Questo è stabilito in Europa dalla Direttiva UE 2015/2302 e negli Stati Uniti ai sensi del Regolamento del Tour Operator. In *Goranson contro World Trans Airlines*¹⁵¹, il turista non è stato in grado di partecipare a un pacchetto turistico fino a due giorni dopo che era iniziato perché la compagnia aerea aveva ritardato la sua partenza a causa dell'overbooking. Il tribunale ha rimborsato i danni compensativi che includevano spese di trasporto aereo, di hotel, di pasti e di tour e un importo nominale per i danni effettivi per disagio.

3.2.2 La Delusione

Nel settore del turismo, dei viaggi, dell'ospitalità e dell'intrattenimento, se il prodotto consegnato al turista non soddisfa le aspettative del cliente, il organizzatore o il venditore del servizio turistico/pacchetto è ritenuto responsabile del danno per delusione. La delusione si riferisce a una brutta esperienza vissuta dal turista a causa di un fallimento contrattuale o della fornitura di servizi di qualità inferiore rispetto a quella specificata nel contratto. La delusione contrattuale è misurabile individualmente a causa del fatto che è un'esperienza personale¹⁵².

¹⁵⁰ UE 2015/2302 Directive and *Wong Mee Wan v Kwan Kin Travel Services* (1995)

¹⁵¹ JAMES F. S., *Recent Cases and Developments in Aviation Law*, Journal of Air Law and Commerce, Vol.55, Iss.1, Art.6, 1989, pg. 119.

¹⁵² Il caso di *Jarvis v Swan Tours* è cruciale nello sviluppo del concetto del danno per la delusione. L'attore era uno scapolo di 35 anni, in cerca di compagnia per le sue vacanze annuali di quindici giorni. Scelse un piccolo posto in Svizzera, "Morialp", perché amava sciare. La brochure prometteva una festa in casa, lo jodel, bevande serali al bar, tè pomeridiane e torte tra le altre cose. Cosa ha ottenuto? Gli sci erano delle dimensioni sbagliate e quando la questione fu risolta aveva i piedi doloranti e rinunciò. La festa in casa che credeva fosse di 30-40 persone risultò essere di 13 persone nella prima settimana e nessuna persona nella seconda settimana. Nessuno parlava inglese in quella seconda settimana. Le torte erano patatine e piccole torte secche di noci e la serata di jodel si rivelò essere un uomo del posto in normali salopette che suonavano quattro o cinque canzoni veloci prima di partire velocemente! Tutto sommato un'esperienza molto brutta!

Lord Denning (Corte d'Appello) ha confrontato i danni per la delusione nel contratto con i danni per shock nervoso nell'illecito. Egli ha sentenziato che la giusta misura dei danni era quella di risarcire l'attore per la perdita di intrattenimento e divertimento che gli era stata promessa e che non aveva ottenuto. In altre parole, la Corte ha riconosciuto la natura speciale del contratto del pacchetto turistico: che è esperienziale. L'accusatore ha

3.3 Danno da vacanza rovinata

Il risarcimento del danno è un elemento che assume un'importanza fondamentale nel contratto del pacchetto turistico, per le qualità che esso porta. Il turista acquista un pacchetto turistico con lo scopo di soddisfare i suoi bisogni psicologici e fisici, dove la base è raggiungere il piacere desiderato dal viaggiatore. Lo scopo e la finalità di un viaggio è "allontanarsi dallo stress della vita quotidiana" con l'obiettivo di realizzare soddisfazioni e, migliorare la qualità della vita per il turista¹⁵³. Per adempiere a questo scopo, al turista si è riservato il diritto di chiedere il risarcimento del danno se il servizio turistico espresso nel contenuto del contratto del pacchetto turistico non è offerto in termini, modalità e qualità predeterminata dalle parti contraenti. La mancanza di coerenza tra l'informazione precontrattuale con quella durante la fase di esecuzione del contratto compone la causa che porta conseguenze indesiderabili per il turista o fornisce un servizio o una serie di servizi parziali. In queste condizioni il turista ha il diritto di reclamare il risarcimento del danno, che è allo stesso tempo sia materiale che danno morale (Danno da vacanza rovinata). In caso di inadempimento degli obblighi derivanti dal contratto del pacchetto turistico, il turista deve essere risarcito non solo per il danno patrimoniale, ma anche per i danni causati a causa della mancanza di tranquillità e riposo e di conseguenza dell'impossibilità di realizzare i suoi interessi non patrimoniali ma di scopo meramente turistico.

Il concetto di "vacanza rovinata" significa perdere o minimizzare il piacere che il turista prevede anticipatamente realizzare dal contratto del pacchetto turistico acquistato, e che estende le sue conseguenze non solo al danno patrimoniale ma anche agli impatti psicologici, in particolare lo stress dovuto all'incapacità di godere e soddisfarsi secondo le aspettative del pacchetto turistico. A tale ricostruzione della causa contrattuale si è pervenuti in considerazione della ratio della disciplina normativa di origine comunitaria (direttiva CEE/90/314) che è fortemente improntata dalle finalità di tutelare il diritto del consumatore a fruire effettivamente della vacanza offerta sul mercato dall'operatore turistico e di consentirgli la facoltà di recedere dal contratto nel caso in cui la fruizione dei servizi caratterizzanti l'offerta si rendano indisponibili sia prima che dopo partenza. Per altro verso la disciplina di recepimento della direttiva comunitaria, attualmente trasposta nel codice del consumo (Dec. leg. 6 settembre 2005, no. 206, artt. da 82 a 100), assicura agli imprenditori la possibilità di perseguire la conservazione del contratto mediante offerte alternative e ai consumatori l'opportunità di non subire o ridurre il danno derivante dalla mancata o inesatta esecuzione della prestazione che costituisce nel suo complesso il pacchetto turistico¹⁵⁴.

3.3.1 Il sistema italiano

ricevuto risarcimento dei danni, incluso la delusione e la perdita di godimento. ATHERTON T. A., ATHERTON, T. C., *The legalities of overbooking, overcrowding, delay and disappointment: lessons for the Sydney 2000 Olympics*, University of New South Wales Law Journal n. 858, 1999.

¹⁵³ Giudice di pace di Siracusa, 26 March 1999, in Giust. Civ., 2000, I, p. 1205, op cit. Gianclaudio Malgieri, Il punto sul danno da vacanza rovinata: certezze, novità, questioni aperte, *Danno e responsabilità* 3/2014, pg. 239

¹⁵⁴ Cassazione Civile, sez. I, 24 aprile 2008, n. 10651 - Pres. Varrone - Rel. Bisogni - P.M. Salvi (conf.) - *Viaggi del Ventaglio s.p.a. (avv. ti Delfini, Ardito) c. C.G. e F.A. (avv. Bevilacqua)*, Corriere Giuridico N. 10/2008, pg 1396

La regolamentazione legale di questo danno deriva interamente dalle disposizioni della legislazione italiana, rispettivamente, dal art. 47 dec.leg. no. 79 del 23 maggio 2011 “Codice del Turismo” nel senso di *lex specialis*, mentre nella legislazione albanese il significato del risarcimento del danno dal contratto del pacchetto turistico non è esplicitamente riconosciuto, ma è regolato nel senso di *lex generalis* come “danno contrattuale”¹⁵⁵. La regolamentazione legale di questo concetto da parte del legislatore italiano ha una definizione di base completa. A partire dalle definizioni d'art. 47 del “Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo”, allegato al dec.leg. no. 79 del 23 maggio 2011 “Codice del Turismo”, art. 92, 2° comma, cod. cons. dec. leg. 206/2005, che ingloba in materia il dec.leg. 111/1995, della direttiva CEE 90/314 nell’ambito dei “servizi turistici”.

La dottrina italiana in materia di risarcimento dei danni derivanti dal mancato adempimento degli obblighi nel contratto del pacchetto turistico mira a fare la differenza tra il danno non patrimoniale e il danno morale¹⁵⁶. Secondo la dottrina, il danno morale si manifesta nel senso di dolore e disturbo della mente e dell'anima, mentre il danno non patrimoniale si riflette in ogni altra conseguenza aggravante, che, sulla base di criteri oggettivi di mercato, non consente una valutazione accurata della situazione¹⁵⁷. Il legislatore è intervenuto per garantire la corrispondenza fra aspettativa di svago, riposo, evasione, apprendimento che una vacanza può fornire e offerta commerciale proveniente dal tour operator. Ovviamente quest'ultimo non potrà garantire, per esempio, la soddisfazione spirituale o estetica che il consumatore si era prefigurato di trarre da quella vacanza ma sarà tenuto a garantire i servizi che almeno teoricamente possono attribuire quel piacere del viaggio o del soggiorno che il consumatore ha percepito come il valore specifico e determinante dell'offerta commerciale dell'organizzatore e, per quanto si è detto in precedenza, sarà tenuto ad adoperarsi quando il presupposto di utilizzabilità dei servizi sia venuto a mancare. In questa prospettiva non vi è alcuna ragione testuale in particolare, per ritenere che gli obblighi di predisporre adeguate soluzioni alternative per la prosecuzione del viaggio programmato (non comportanti oneri di qualsiasi tipo a carico del consumatore), oppure di rimborsare quest'ultimo nei limiti della differenza tra le prestazioni originariamente previste e quelle effettuate, non sostituisce nel caso in cui i servizi previsti non siano fruibili per fatto non imputabile al tour operator. Quest'ultimo assume infatti un obbligo di risultato (cfr. Cassazione Sez. 3^a, Sentenza n. 21343 del 09/11/2004, Rv. 578572) con la stipulazione del contratto di viaggio o soggiorno tutto compreso e di tale risultato è tenuto a rispondere¹⁵⁸.

Il tribunale di cassazione in Italia, nella causa n. 10651/2008 afferma: pacchetto turistico costituisce un nuovo tipo contrattuale nel quale la "finalità turistica" o, con espressione più generale, lo "scopo di piacere" non è un motivo irrilevante ma si sostanzia nell'interesse che

¹⁵⁵ Art. 640-647 legge no. 7850/1994, aggiornato.

¹⁵⁶ Nel caso in cui, dopo la partenza, una parte dei servizi previsti dal contratto di viaggio "tutto compreso" non può essere effettuata, l'organizzatore è tenuto a predisporre adeguate soluzioni alternative per la prosecuzione del viaggio programmato oppure a rimborsare il consumatore nei limiti della differenza fra le prestazioni originariamente previste e quelle effettuate, salvo il risarcimento del danno (Corte di cassazione causa n. 10651/2008).

¹⁵⁷ Il danno psichico, Avv. Gabriella Patteri, studiocaldi.it

¹⁵⁸ Corte di Cassazione N° 10651/2008, giudicedipace.it

lo stesso è funzionalmente volto a soddisfare, connotandone la causa concreta e determinando, perciò, l'essenzialità di tutte le attività e dei servizi strumentali alla realizzazione del preminente fine del godimento della vacanza per come essa viene proposta dall'organizzatore del viaggio (c.d. tour operator) e accettata dall'utente¹⁵⁹

La funzione di compensazione del danno morale consiste nella capacità di bilanciare il danno subito con una soddisfazione relativamente simile utilizzando come modello le regole della compensazione del danno patrimoniale. Un ruolo essenziale nel sviluppo del concetto di danno da vacanza rovinata ha la giurisprudenza della Corte di giustizia europea. Per la prima volta, con il caso 168/00, a livello comunitario è stato fatto un passo molto importante, affermando la ricompensa del danno causato dalle *vacanze rovinate*. La Corte di giustizia europea nella causa C-168/00 ha dichiarato che: "L'articolo 5 della direttiva 90/314 / CEE deve essere interpretato nel senso che il consumatore ha il diritto al risarcimento dei danni morali derivanti dall'inadempimento o incompleta esecuzione dei servizi forniti nel caso di viaggi "tutto compreso"¹⁶⁰. La sentenza ha aperto la strada a modifiche legislative e ai principi generali degli Stati membri in materia di responsabilità civile. Questa decisione mira a superare le barriere legali esistenti in questi paesi, il cui sistema legale riconosce la responsabilità contrattuale ed extracontrattuale e la ricompensa del danno morale e materiale, ma non esplicitamente il concetto del danno da vacanza rovinata. La Corte di giustizia europea ha affermato la protezione dei consumatori di fronte al fallimento dell'operatore turistico, senza riflettere alcuna classificazione tecnica delle normative nazionali¹⁶¹. Nonostante l'orientamento positivo della giurisprudenza a questo riguardo, non è possibile imporre un risarcimento del danno per ogni incompletita, ma solo nei casi in cui l'inosservanza incide direttamente e definitivamente sulla realizzazione del piacere durante le vacanze.

¹⁵⁹ Si veda in particolare Cassazione civile sezione 3^a, n. 16315 del 24 febbraio 2001, Rv. 598453

¹⁶⁰ Il caso *Simone Leitner C-168/00*: "una famiglia ha prenotato un pacchetto vacanze all inclusive in un resort estivo in Turchia. Tuttavia, due dei loro bambini si sono ammalati dalla salmonella dopo aver cenato al ristorante dell'hotel. I bambini sono stati ricoverati in ospedale per un giorno. La famiglia ha richiesto il risarcimento del danno ai sensi dell'articolo 14 della direttiva CEE 90/314, secondo cui l'organizzatore dovrebbe coprire tutte le spese che questo incidente ha implicato, comprese le spese mediche, il fatto di non poter utilizzare i servizi di viaggio concordati nel periodo pertinente e anche il danno morale per la perdita di godimento causata dall'incidente.

¹⁶¹ Tali casi sono stati costantemente incontrati nella pratica albanese. Il primo caso è la società "Pasha Holiday" che nell'estate 2012 ha abbandonato a Sharm el-Sheik 189 turisti, ma anche altri turisti albanesi che hanno effettuato pagamenti ma non hanno mai realizzato il viaggio turistico, in quanto la società ha dichiarato il proprio fallimento. In relazione a questo caso, l'assenza di disposizioni legali per la responsabilità per "Danno da vacanza rovinata" ha portato solo la responsabilità penale per il reato di frode (articolo 143/2, 180 e 194 del codice penale) al amministratore della società, lasciando completamente non protetti i turisti per i danni materiali e nonmateriali causati. La stessa situazione si ripete nel 2012 con "New York Travel Agency" nel 2015 con "Just Travel Agency" nel 2018 con "Tasho's Travel Agency", i cui amministratori sono proceduti per il reato di frode (articolo 143 / 2, 180 e 194 del codice penale). Il prossimo capitolo intende introdurre in modo più approfondito l'importanza di prevedere il concetto di "Danno da vacanza rovinata" dalla legislazione albanese innanzitutto per garantire la necessaria protezione giuridica per il consumatore e in secondo luogo al fine di soddisfare il requisito di ravvicinamento della legislazione albanese con *aquis communitarium*. <https://shqiptarja.com/lajm/pushime-ne-egjipt-agjencia-br-pasha-mashtroi-turiste-te-tjere> (ultimo accesso il 02.06.2019)

Il turista è rappresentato nella capacità della parte contrattuale a cui è tenuto l'obbligo di prova l'esistenza del danno dalla vacanza rovinata. In questo senso, il turista è obbligato a dimostrare non solo l'inadempimento dell'oggetto contrattuale del pacchetto turistico, ma anche l'esistenza di una connessione diretta tra l'inadempimento e il danno causato. Le conseguenze del danno devono essere tali da infrangere il concetto di riposo e provocare un disturbo completo della tranquillità del turista. In altre parole, la vacanza è configurata come un bene, anche se immateriale, e come tale sempre risarcibile¹⁶². Essendo un danno immateriale, la determinazione del giusto valore del danno causato non si basa su criteri oggettivi. In mancanza di specifici criteri di valutazione del danno, risulta pressoché inevitabile l'applicazione dell'art. 1226 c.c. italiano, nel quale si prevede che "se il danno non può essere provato, sarà liquidato dal giudice con valutazione equitativa". Tale definizione giuridica viene presentata anche dal legislatore albanese nel Codice civile.

3.3.2 Il sistema spagnolo

Il contratto del pacchetto turistico è regolato in Spagna dal Decreto Legislativo 1/2007¹⁶³. In questo studio ci concentreremo sull'approccio che il dec.leg. 1/2007 presenta sulla responsabilità contrattuale in relazione con il "danno da vacanza rovinata". L'articolo 162, para.1, stabilisce la responsabilità distinta dell'organizzatore e del venditore per i danni derivanti dalle rispettive sfere di competenza. Offrendo un approccio diverso dalle definizioni dell'articolo 13, secondo il quale la responsabilità per il danno contrattuale arriva congiuntamente per entrambe le parti. In queste condizioni l'art.162 è stato sottoposto all'interpretazione giurisdizionale, il caso *Maria v Mundo Joven*¹⁶⁴ della Corte suprema Spagnola. Il tribunale Supremo ha interpretato il caso nel senso che la responsabilità del venditore e dell'organizzatore era comune e diversa. Sebbene esistesse già una tendenza manifesta da parte dei tribunali di primo grado a rafforzare la protezione dei consumatori, nella sentenza *María v Mundo Joven* la Corte suprema aveva stabilito per la prima volta criteri chiari per l'interpretazione dell'articolo 162, par. 1¹⁶⁵.

Inoltre, la giurisprudenza precedente aveva già sollevato solide argomentazioni a sostegno dell'interpretazione congiunta e delle responsabilità varie. Vale a dire, in *Mónica CB contro Guama S. A.*¹⁶⁶, il tribunale di Valencia ha sostenuto che erano necessarie responsabilità

¹⁶² L'art. 13 CCV, il cui testo prevede che "l'organizzatore di viaggi debba rispondere di qualunque pregiudizio causato al viaggiatore a motivo dell'inadempimento, totale o parziale, dei suoi obblighi di organizzazione quali risultano dal contratto o dalla presente Convenzione"

La direttiva CEE 90/314, art. 14 parla di "danno sofferto dal consumatore" e di "risarcimento del danno"

¹⁶³ , L. RADIC, *The transposition and reform of Article 5(1) and 5(2) of Directive 90/314: An assessment of the impacts on consumer protection in Spain and the United Kingdom*, op. cit.

¹⁶⁴ Tribunal Supremo (ES) 20. enero 2010 870/2009 *María y otros c. 'Mundo Joven, S.L' y otros*

¹⁶⁵ Gli argomenti addotti dalla Corte suprema possono essere sintetizzati come segue: «Lo scopo della direttiva 90/314 è senza dubbio la tutela dei consumatori. Di conseguenza, l'articolo 162, paragrafo 1, deve essere interpretato in modo tale da garantire loro il massimo grado di difesa, in modo coerente con lo spirito della direttiva europea che recepisce. La Corte ritiene che la responsabilità congiunta e multipla dell'organizzatore e del rivenditore vada meglio a questo scopo

¹⁶⁶ Audiencia Provincial Valencia (ES) 24.Jul. 2002 553/2002 *José C.B, Mónica C.B c. 'Guama S.A', 'CWT Viajes de empresa S.A', 'Iberjet S.A'*.

congiunte e varie per impedire al consumatore di seguire la ricerca di responsabilità, un compito difficile e opprimente soprattutto quando l'organizzatore o il venditore hanno la loro residenza in luoghi lontani dal consumatore. Un altro caso importante giurisprudenziale, é la sentenza *José Pedro e Celestina contro Halcón Viajes SA*¹⁶⁷. Il tribunale di Murcia ha sostenuto che, poiché sia l'organizzatore e anche il venditore beneficiano dell'importo pagato, dovrebbero quindi avere responsabilità congiunte e varie nei confronti del consumatore.

Per quanto riguarda il danno da vacanza rovinata il dec.leg. 1/2007, non contiene un precetto relativo al diritto al risarcimento dei danni non materiali¹⁶⁸. Tuttavia, la giurisprudenza pertinente ha dimostrato una chiara inclinazione alla loro inclusione nel termine "danni", secondo la definizione del codice civile. In effetti, come sottolinea Cristobal Montes¹⁶⁹, gli articoli 1101 e 1106 c.c. mostrano una comprensione esclusivamente economica del termine "danno". Ciononostante, i tribunali spagnoli hanno esteso il diritto a un risarcimento per i danni da vacanza rovinata. Più specificamente, la prima frase dell'articolo 5, paragrafo 2, della direttiva n. 90/314 è stata interpretata dai tribunali spagnoli come comprendente quanto segue: (i) danni non materiali indiretti, (ii) danni non materiali per la perdita delle vacanze e (iii) danni non materiali per vacanza rovinata. Si può pertanto concludere da quanto precede che, in termini di compensazione per la perdita di godimento nei contratti di pacchetto turistico, la tutela del consumatore spagnolo è stata efficacemente rafforzata dai tribunali attraverso una giurisprudenza meticolosa, sebbene la mancanza di disposizioni esplicite in dec. leg. 1/2007. Infine, il legislatore spagnolo non ha fatto uso dell'opzione concessa dall'articolo 5, paragrafo 2, della direttiva n. 90/314 per consentire la limitazione contrattuale del risarcimento per danni diversi dal danno personale, lasciando così il regolamento di questa materia interamente a le regole generali contenute nel Codice del Consumo. L'articolo 1102 del CC stabilisce l'impossibilità di escludere o limitare in altro modo la quantità dell'indennizzo derivante da *dolus* di una delle parti contraenti. Mentre questa clausola costituisce senza dubbio un meccanismo formidabile per la protezione dei consumatori in determinate situazioni, come i casi in cui l'organizzatore o il rivenditore fornisce informazioni false o ingannevoli sulla qualità della sistemazione (un fenomeno definito "*dolus* strategico" nel gergo giuridico spagnolo), la questione della limitazione contrattuale del risarcimento per danni diversi da danni personali in caso di negligenza è ugualmente rilevante. I tribunali spagnoli hanno tendenzialmente quasi all'unanimità a equiparare culpa lata a *dolus*¹⁷⁰, estendendo la portata dell'articolo 1102 CC alla negligenza grave. Per quanto riguarda la limitazione contrattuale del risarcimento dei danni diversi da lesioni personali in caso di assenza della negligenza grave o *dolus*, l'articolo 1102CC deve essere interpretato in combinato disposto con l'articolo 1255 CC al fine di non ridurre la possibilità di compensazione per il turista.

¹⁶⁷ Audiencia Provincial de Murcia (ES) 9 Sep. 2003, 356/2003 *José Pedro y Celestina c. 'Halcón Viajes S.A'*

¹⁶⁸ Art. 162, dec.leg. 1/2007

¹⁶⁹ Á. CRISTÓBAL MONTES, '*Daño moral contractual*' in *Revista de Derecho Privado* (1990) ed.3-12, P.7, cit. in L. RADIC, "The transposition and reform of Article 5(1) and 5(2) of Directive 90/314 : An assessment of the impacts on consumer protection in Spain and the United Kingdom", op. cit.

¹⁷⁰¹⁷⁰ Cfr. A. MANUEL MORALES MORENO, 'El dolo como criterio de imputación de responsabilidad del vendedor por defectos de la cosa, ADC, 1982, 591-684, p.604-609; A. JORDANO FRAGA 'La responsabilidad contractual' p.362., cit. in L. RADIC, "The transposition and reform of Article 5(1) and 5(2) of Directive 90/314 : An assessment of the impacts on consumer protection in Spain and the United Kingdom", op. cit.

3.3.3. Il sistema britannico

Il contratto del pacchetto turistico è regolato nel Regno Unito dal Regolamento del pacchetto turistico, dei pacchetti turistici e dei viaggi turistici del 1992¹⁷¹ noto come il Regolamento sui pacchetti turistici. In primo luogo, l'articolo 15, paragrafo 1, del regolamento sui viaggi tutto compreso stabilisce la responsabilità dell' "altra parte" del contratto per la sua corretta esecuzione. "L'altra parte" è definita dal regolamento come "l'organizzatore o il venditore, o entrambi le parti, a seconda dei casi". Pertanto, ai sensi del regolamento sui viaggi tutto compreso, l'organizzatore o il venditore che ha stipulato un contratto sarà ritenuto responsabile della corretta esecuzione del contratto ai sensi dell'articolo 15, paragrafo 1.

L'articolo 15, paragrafo 2, non menziona il diritto del consumatore al risarcimento dei danni non materiali. Tuttavia, un simile risarcimento derivante da contratti di viaggio è stato accettato come una questione di principio nella legge britannica dal caso *Jarvis v. Swans Tours*¹⁷², dove Lord Denning ha affermato che le "vecchie limitazioni ai danni" erano obsolete. Sebbene l'angoscia, le preoccupazioni, la delusione o altri disagi mentali derivanti da questi danni siano generalmente considerati non recuperabili dalla legge britannica, poiché *Jarvis v. Swans Tours* è stata stabilita un'eccezione in cui l'oggetto del contratto è il rilassamento, la tranquillità o il resto del consumer. È stato generalmente riconosciuto che tutti i contratti relativi ai viaggi rientrano in tale definizione¹⁷³. Nonostante l'apprezzamento dei tribunali britannici sull'importanza del riconoscimento e della concessione di un risarcimento per la perdita di godimento, il fatto rimane che la maggior parte dei tribunali britannici effettuano una quantificazione congiunta di danni materiali e non materiali¹⁷⁴.

3.3.4 Il sistema albanese

Il diritto al risarcimento è uno dei diritti fondamentali riconosciuti dal legislatore nazionale a favore del consumatore. Questo diritto è riconosciuto e affermato nel Codice civile albanese. Le disposizioni generali della legge "Sulla tutela dei consumatori" affermano la responsabilità del produttore per danni causati da difetti dell'prodotto. Il legislatore inizialmente regolava solo i casi in cui i beni erano oggetto del contratto del consumatore, tuttavia, per mezzo delle modifiche del 2011 alla legge "Sulla tutela dei consumatori" ha sancito il diritto al risarcimento anche quando l'oggetto del contratto sono i servizi. L'articolo 33/1 stabilisce che "Il professionista fornisce servizi al cliente in conformità con i termini del contratto. Il venditore è responsabile della non conformità del servizio fornito al consumatore con i termini del presente contratto". Ai sensi di questa disposizione, il consumatore ha il diritto di chiedere il risarcimento dei danni se il servizio non è fornito nelle condizioni, modalità e qualità prevista dalle parti contraenti. La responsabilità dell'organizzatore o del

¹⁷¹ Act. 1992, No. 3288

¹⁷² *Jarvis v Swans Tours Ltd* (1972) EWCA Civ 8

¹⁷³ MASON and GRANT, 'Holiday Law: The law relating to travel and tourism' (2003) ed. Sweet and Maxwell p.256-259....op.cit.

¹⁷⁴ Nel caso *Griffin v. MyTravel Ltd* "Misuro danni generali per dolore e sofferenza e perdita di benessere a £ 2.000. La perdita di amenità che comprende questo premio comprende l'evidente perdita di godimento delle vacanze dell'turista (...)"

venditore del contratto del pacchetto turistico per i danni causati ai turisti a seguito del mancato o totale inadempimento degli obblighi derivanti dal presente contratto è parzialmente prevista nel dec. leg. 65/2009. In caso di inadempimento degli obblighi derivanti dal contratto del pacchetto turistico, il consumatore turistico deve essere risarcito non solo per il danno materiale, ma anche per il danno causato a causa del mancato raggiungimento del riposo e di conseguenza dell'incapacità di realizzare i suoi interessi non materiali. Il dec.leg.65 / 2009 che disciplina in dettaglio il contratto del pacchetto turistico prevede semplicemente la responsabilità derivante dall'organizzatore e/o dal venditore per i danni causati al turista in caso di inadempimento del contratto del pacchetto turistico. Il legislatore albanese prevede solo la possibilità del risarcimento dei danni, senza specificarne il tipo¹⁷⁵. Nella legislazione albanese il risarcimento del danno è regolato dalla *lex generalis* (c.c.) e non dalla *lex specialis* (dec. leg. 65/2009).

Il danno materiale consiste nel danno effettivo causato e nella mancanza di profitto. Danni reali o danni materiali sono i danni che hanno causato la diminuzione della proprietà del turista. L'oggetto di questo danno sono i costi sostenuti da questi ultimi per ottenere i servizi e sostenere costi aggiuntivi in assenza della loro fornitura in base alle condizioni contrattuali. La mancanza di profitto si manifesta in altre conseguenze che incidono sugli interessi economici del turista. La giurisprudenza albanese al riguardo si riferisce alla decisione unificante della Corte suprema n. 12/2007¹⁷⁶. La causa in questo caso è contrattuale, come previsto dall'articolo 476 del Codice civile.

3.4 Il diritto del turista per *ius poenitendi* nei contratti conclusi tramite internet

Oggi, grazie ai sistemi informatici, ce la possibilità di stipulare contratti a distanza. I contratti elettronici sono sostanzialmente gli stessi come i contratti regolari. In realtà i contratti elettronici non li firmiamo, ma quando stampiamo le nostre generalità, significa che miriamo a concludere il contratto, il che equivale a firmarlo. Questi contratti hanno lo stesso significato sia i normali contratti burocratici. Attraverso il contratto elettronico siamo in grado di dettagliare le specifiche del prezzo, i prodotti turistici che compongono il pacchetto, le date del viaggio e altre informazioni su di esso, allo stesso modo come i contratti ordinari. I contratti elettronici hanno lo stesso valore legale quanto i contratti cartacei. I contratti possono anche essere implicati dal comportamento delle parti e, con l'avvento delle comunicazioni online, possono essere formate elettronicamente. Sono disponibili varie procedure per la stipula di contratti elettronici: e-mail: con lo scambio di comunicazioni e-mail, le parti possono creare contratti validi. L'offerta e l'accettazione possono essere

¹⁷⁵ Dec. leg.65/2009 art. 31/ a)

¹⁷⁶ La decisione n. 12, del 14.09.2007 della corte suprema albanese. La Corte Suprema ha stabilito nella sua sentenza che: "Il danno non-patrimoniale previsto dall'articolo 625 del codice civile, in quanto categoria ampia e completa di danno extracurriculare, include qualsiasi danno subito dalla violazione di diritti e interessi non-patrimoniali che appartengono a valori umani e non sono soggetti a valutazione economica diretta sul mercato. Fondamentalmente, questa disposizione riconosce il diritto al risarcimento per eventuali danni non contrattuali e non materiali "diversi dalla proprietà materiale". L'elenco dei "casi" di danno non materiali nei paragrafi (a) e (b) non ha lo scopo di limitare espressamente, ma regolamentare, per gli effetti della violazione distintiva, il diritto all'indennità pertinente e la portata del rimedio. entità che godono di legittimità attiva ".

completamente scambiate via e-mail o combinate con documenti cartacei, fax e discussioni orali. I contratti elettronici e le firme elettroniche sono legali e vincolanti come i tradizionali contratti cartacei firmati per iscritto. In molti paesi, sono state scritte e adottate intere leggi per eliminare la confusione sui contratti elettronici

In Albania, i contratti elettronici sono ancora agli inizi. Una delle condizioni per la gestione dei contratti elettronici è l'obbligo di rispettare il quadro giuridico come garanzia per la tutela dei diritti dei consumatori. Per la prima volta questo termine nella legislazione albanese si riflette negli articoli 39-43 della legge "Sulla tutela dei consumatori" del 2003. La legge n. 10128/2009 "Sul commercio elettronico" fornisce le condizioni per la validità del contratto elettronico. Le sue disposizioni e quelle del dec.leg 65/2009 costituiscono il quadro giuridico del contratto di pacchetto turistico in Albania. Nelle condizioni di un mondo sempre più tecnologico, il settore turistico non può essere escluso da questi sviluppi. Gli operatori turistici hanno ampliato sempre più la loro attività verso le piattaforme di prenotazione online. I metodi per la distribuzione di servizi turistici hanno riconosciuto cambiamenti significativi. Questi cambiamenti tecnologici si riflettono nel comportamento dei consumatori e nel loro processo decisionale. Un nuovo report è quello che collega il comportamento del turista allo shopping online (i contratti dei pacchetti turistici conclusi tramite le piattaforme online). In questo contesto, i canali di acquisto online dei contratti di pacchetto turistico hanno un duplice ruolo: quello del veicolo con cui viene stipulato il contratto, ma anche lo strumento di marketing contrattuale. Le piattaforme online per l'acquisto di pacchetti turistici garantiscono una serie di vantaggi, a partire dalla possibilità di creare personalmente il contratto e seguire i vantaggi associati alle offerte "last minute" dei contratti di pacchetti turistici.

Oltre ai vantaggi, questa forma di contrattazione è anche associata a svantaggi che sono in grand parte orientati verso la mancanza di informazioni. Nei contratti online, il turista spesso affronta il problema del trasferimento e della percezione delle informazioni, ma anche di come dovrebbe essere gestito. Di conseguenza, ai turisti viene data la possibilità di decidere se cambiare idea sul contratto e in questo senso, il legislatore fornisce una serie di garanzie per consentire il diritto di recesso dal contratto del pacchetto turistico. Tra i vari strumenti del diritto consumatore europeo, è anche il diritto di recesso ("ius poenitendi") che si applica in casi particolari. Ius poenitendi é il diritto di recedere dal contratto per qualsiasi motivo e senza penalità, il diritto di cambiare idea su un acquisto. Quindi rappresenta un'importante innovazione per il diritto contrattuale, dal momento che la forza vincolante dei contratti non può più essere accantonata solo nei casi in cui il consenso di una parte fosse basato su un'errata assunzione o in caso di inadempimento o prestazione difettosa dell'altra parte contraente.

Il diritto di recesso opera in uno periodo di tempo chiamato "periodo di riflessione", in attesa di questo spazio di tempo, infatti, i clienti hanno la possibilità di decidere se cambiare idea sul contratto o meno. Il diritto di recesso é un diritto fondamentale dei consumatori, fissato al fine di proteggerli contro lo squilibrio contrattuale che è considerato in *re ipsa* nei contratti

B2C¹⁷⁷. Questo diritto opera in casi specifici, tra i quali consideriamo in primo luogo le vendite "on line". Il recesso si applica anche in caso di televendita, contratti stipulati su un sito web o conclusi telefonicamente, per ordine di catalogo, senza la presenza contestuale di consumatore e commerciante e senza la possibilità per i clienti di vedere e testare i prodotti o servizi (come avviene in contratti a distanza). L'obiettivo del diritto nel campo dei contratti a distanza è quello di mettere i consumatori, che acquistano beni o servizi tramite mezzi di comunicazione a distanza, in una posizione simile con i consumatori che acquistano beni o servizi nei negozi. Inoltre, i consumatori possono rescindere il contratto in caso di variazione del prezzo da parte del commerciante o in caso di modifica di uno o più elementi dei contratti, così come avviene nei contratti del pacchetto turistico¹⁷⁸.

Uno degli strumenti per proteggere gli interessi economici dei consumatori utilizzati più frequentemente dal legislatore europeo è il diritto di recesso, in altre parole la possibilità per il consumatore di recedere da un contratto entro un certo periodo di tempo¹⁷⁹. La normativa legale (direttiva CEE/90/314) prevedeva il diritto dell'organizzatore e del turista di apportare modifiche al contratto dopo che sia stato effettuato. Tuttavia, in caso di modifiche significative di un termine essenziale del contratto, l'organizzatore è tenuto a informare il consumatore/turista al più presto possibile sui cambiamenti. Il turista ha quindi la possibilità di rifiutare la modifica e di recedere dal contratto senza penalità o, ai sensi della direttiva¹⁸⁰, di accettare un "pilota" nel contratto specificando le modifiche apportate e il loro impatto sul prezzo del contratto del pacchetto turistico¹⁸¹. Se il consumatore rifiuta la modifica e recede dal contratto, la direttiva dà diritto a partecipare a un pacchetto sostitutivo di qualità equivalente o superiore, a condizione che l'organizzatore o il rivenditore sia in grado di offrire tale sostituto¹⁸². Invece di scegliere a partecipare a un pacchetto sostitutivo, il consumatore ha il diritto di essere rimborsato per tutte le somme versate in base al contratto al più presto possibile¹⁸³. Un altro elemento importante previsto dalla direttiva CEE 314/90 é

¹⁷⁷ CHIARELLA M. L., (2014) "Consumer Right of Withdrawal: Towards an Implementation of Consumer Protection", Athens: ATINER'S Conference Paper Series, No: LAW2014-1068

¹⁷⁸ Art.4/5,90/314CEE' "Se prima della partenza l'organizzatore è costretto a modificare in maniera significativa un elemento essenziale del contratto quale il prezzo, deve notificarlo al più presto al consumatore per permettergli di prendere le appropriate decisioni, in particolare: — recedere dal contratto senza pagamento di penali, — oppure accettare una clausola aggiuntiva al contratto la quale precisi le modifiche apportate e la loro incidenza sul prezzo. Il consumatore deve informare quanto prima l'organizzatore o il venditore della propria decisione."

¹⁷⁹ In the judgement of the Court of 27 June 2000, Joined cases C-240/98 to C-244/98, *Océano Grupo Editorial SA v Roció Murciano Quintero* (C-240/98) and *Salvat Editores SA v José M. Sánchez Alcón Prades* (C-241/98), *José Luis Copano Badillo* (C-242/98), *Mo-hammed Berroane* (C-243/98) and *Emilio Viñas Feliú* (C-244/98), the Court of Justice stated that the purpose of the *ius poenitendi* is to confer upon consumers: «a general right to terminate a contract which has been entered into, not on the initiative of the customer but of the trader, when the customer may not have been able to appreciate all the implications» op. cit. *European consumer contract law: outlines, principles and perspectives*, R. TORINO, *La cittadinanza europea*, 1/2016; pg. 98.

¹⁸⁰ Art.4/6, 90/314/CEE.

¹⁸¹ *Study on safety and liability issues Relating to package travel*, Policy Department Economic and Scientific Policy

¹⁸² Art.4/6, 90/314/CEE; Art. 12, UE2015/2302

¹⁸³ La totale impossibilità sopravvenuta della prestazione (art. 1463 c.c.), che consiste in un impedimento assoluto ed oggettivo, a carattere definitivo, della prestazione (v. Cass., 16/2/2006, n. 3440; Cass., 22/10/1982, n. 5496; Cass., 6/2/1979, n. 794; Cass., 27/6/1978, n. 3166; Cass., 8/10/1973, n. 2532; Cass., 14/10/1970, n. 2018; Cass., 29/10/1962, n. 3076), integra infatti un fenomeno di automatica estinzione dell'obbligazione e

il diritto a ricevere un risarcimento per l'inadempimento del contratto, però questa opportunità non viene chiaramente determinata.

Per quanto riguarda il diritto di recesso del viaggiatore sul "Contratto del pacchetto turistico", la direttiva 2015/2302/UE prevede diverse disposizioni. La direttiva analizza la risoluzione del contratto sia dalla parte dell'organizzatore e anche dal viaggiatore. Ci sono tre casi in cui un viaggiatore può esercitare il diritto di recesso.

In primo luogo, il viaggiatore può rescindere il contratto (senza motivare le cause), ma si impegna a pagare una tassa supplementare per il ritiro prima dell'inizio del pacchetto. In secondo luogo, in caso di circostanze inevitabili e straordinarie che si verificano nel luogo di destinazione, il viaggiatore può prelevare senza penalità e riceverà il rimborso completo per l'inadempimento del contratto. In terzo luogo, per quanto riguarda i contratti negoziati fuori dei locali commerciali, il viaggiatore ha il diritto di recedere dal contratto di pacchetto turistico entro un periodo di 14 giorni senza dare alcuna motivazione. D'altra parte, l'organizzatore può rescindere dal "contratto del pacchetto turistico" in due situazioni: per primo, se il numero di persone iscritte per il pacchetto è minore dal numero minimo indicato nel contratto e in secondo luogo, in caso di circostanze inevitabili e straordinarie che impediscono all'organizzatore di eseguire il contratto. In entrambi i casi, l'organizzatore deve fornire al viaggiatore un rimborso completo di tutti i pagamenti effettuati e non è responsabile per risarcimenti aggiuntivi.

Sebbene il legislatore europeo sia stato attivo nell'attuare la legislazione sui diritti di recesso, le questioni relative all'interpretazione di questa legislazione sono state oggetto di un

risoluzione del contratto che ne costituisce la fonte ai sensi degli artt. 1463 e 1256, 1° co., c.c. (v. Cass., 28/1/1995, n. 1037; Cass., 9/11/1994, n. 9304; Cass., 24/4/1982, n. 548; Cass., 14/10/1970, n. 2018), in ragione del venir meno della relazione di interdipendenza funzionale in cui la medesima si trova con la prestazione della controparte c.d. sinallagma funzionale), a tale stregua conseguendo la irrealizzabilità della causa concreta del contratto (cfr. Cass., 24/4/1982, n. 2548; Cass., 15/12/1975, n. 4140; Cass., 26/3/1971, n. 882; Cass., 14/4/1959, n. 1092; Cass., 26/3/1954, n. 894). L'impossibilità parziale (art. 1464 c.c.) consiste invece nel deterioramento della cosa dovuta, o più generalmente nella riduzione materiale della prestazione (cfr. Cass., 10/4/1995, n. 4119) che dà luogo ad una corrispondente riduzione della controprestazione o al diritto al recesso per la parte che non abbia un apprezzabile interesse al mantenimento del contratto, laddove la prestazione residua venga a risultare incompatibile con la causa concreta del contratto (cfr. Cass., 15/12/1975, n. 4140). Diversamente da tale ipotesi, l'impossibilità di utilizzazione della prestazione non viene in realtà a sostanzarsi in un impedimento precludente l'attuazione dell'obbligazione, non presupponendone di per sé l'obiettiva ineseguibilità da parte del debitore. Pur essendo la prestazione in astratto ancora eseguibile (cfr. Cass., 27/9/1999, n. 10690), il venir meno della possibilità che essa realizzi lo scopo dalle parti perseguito con la stipulazione del contratto (nel caso, lo «scopo di piacere» in cui si sostanzia la «finalità turistica»), essa implica il venir meno dell'interesse creditorio, quale vicenda che attiene esclusivamente alla sfera del creditore. Nelle ipotesi in cui la prestazione diviene impossibile l'obbligazione si estingue per il concorso delle due cause estintive, l'impossibilità sopravvenuta della utilizzabilità della prestazione estingue invero il rapporto obbligatorio per il venir dell'interesse creditorio, e di conseguenza il contratto che dell'obbligazione costituisce la fonte per irrealizzabilità della relativa causa concreta. La sopravvenuta impossibilità di utilizzazione della prestazione deve dunque distinguersi dalla sopravvenuta impossibilità della esecuzione della prestazione (v. peraltro ancora Cass., 2/5/2006, n. 10138) di cui agli artt. 1463 e 1464 c.c. (v. Cass., 16/2/2006, n. 3440; Cass., 28/1/1995, n. 1037). Sicché, va pertanto affermato che l'impossibilità di utilizzazione della prestazione da parte del creditore, pur se normativamente non specificamente prevista, costituisce -analogamente all'impossibilità di esecuzione della prestazione- (autonoma) causa di estinzione dell'obbligazione (v. Cass., 9/11/1994, n. 9304) Corte di Cassazione Civile Sez. III, 24/07/2007 (Ud. 22/03/2007), Sentenza n. 16315

contenzioso relativamente ampio riferito alla Corte di giustizia europea. Il suo contributo non deve quindi essere sottovalutato. La riforma legislativa sulla protezione dei consumatori da parte del legislatore dell'UE ha offerto l'opportunità di utilizzare la massa relativamente ampia della giurisprudenza europea in materia di diritti di ritiro. Il contributo della Corte di giustizia europea allo sviluppo dei diritti di recesso è quindi importante da diverse prospettive. In primo luogo, da un punto di vista legislativo, le decisioni non mettono solo in evidenza le debolezze e le lacune normative nella legislazione dell'UE di riferimento, ma anche la frammentazione e l'attuazione degli approcci adottati a livello di stati membri. A tale riguardo, il rapporto tra la decisione non è necessariamente di primaria rilevanza, ma piuttosto la decisione rappresenta la necessità di un chiarimento e il relativo effetto di armonizzazione. Inoltre, la legislazione successiva sottolinea che gli aspetti dei limiti legislativi di alcune direttive possono essere stati troppo ampi e che è necessario determinare la portata precisa dei diritti di recesso. In secondo luogo, dal punto di vista del organizzatore e del turista la giurisprudenza della Corte di giustizia europea non illustra solo l'importanza del ruolo di raggiungere un alto livello di protezione del turista nel raggiungere la sua decisione, ma afferma anche che un livello elevato di protezione del consumatore non è il più alto livello. In altre parole, il consumatore/turista è riconosciuto come degno di protezione, ma esistono limitazioni al rispetto.

Il passaggio alla piena armonizzazione costituirà certamente un'osservazione interessante su come i diritti di ritiro riformati avranno un impatto sull'intensità del ruolo svolto da la Corte di giustizia europea nell'interpretazione e quindi nella definizione dei diritti di recesso per il futuro.¹⁸⁴ Il diritto di recesso dal contratto non è un diritto illimitato, non solo nella causa ma anche nel tempo. Sopra è stato specificamente analizzato l'esercizio del diritto di recesso sia da parte del turista che dell'organizzatore/venditore del pacchetto turistico. Ciò che è importante sottolineare è l'obbligo di rispettare il termine di recesso unilaterale dal contratto. Questa scadenza è fino a 14 giorni. Durante questo periodo il turista è riservato al diritto di lasciare il contratto unilateralmente alle condizioni del contratto online come un'opportunità specifica per il turista di riprendere la sua decisione di concludere il contratto.

¹⁸⁴ C. TWIGG-FLESNER, *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law*, University of Hull, UK, 2016.

CAPITOLO TERZO

Il contratto del pacchetto turistico nell'ordinamento albanese

1. Il contratto del pacchetto turistico nel quadro giuridico albanese

L'analisi del contratto del pacchetto turistico secondo le definizioni della legislazione albanese è presentata come una questione di particolare importanza in questo progetto di ricerca. Tenendo conto dello scopo di questo progetto di ricerca dottorale, che è incentrato sull'importanza dello sviluppo del contratto del pacchetto turistico nella Repubblica di Albania, questo capitolo è considerato di particolare importanza per lo studio.

Questo contratto è valutato per il suo impatto non solo legale ma anche economico. Di conseguenza, la necessità di uno studio approfondito dell'attuale quadro giuridico e delle definizioni degli elementi contrattuali che richiedono un cambiamento è considerato di rilevante importanza. In questo capitolo, l'oggetto dello studio si concentrerà sull'analisi sistematica del quadro giuridico albanese e sull'analisi comparativa di quei concetti che sono considerati problematici.

1.1 La nascita e lo sviluppo del contratto di pacchetto turistico in Albania

Il contratto del pacchetto turistico nasce come un contratto che mira a regolare all'interno di un unico contratto un gruppo di servizi turistici. L'acquisto individuale di ciascuno dei servizi turistici è soggetto di contratti individuali come: il contratto alberghiero, il contratto di trasporto di passeggeri, il contratto di noleggio di auto, il contratto di catering ... ecc.

Le prime tracce della regolamentazione giuridica del presente contratto figurano nella legislazione della monarchia albanese. Durante questo periodo la legislazione albanese nel campo del diritto civile ha conosciuto uno sviluppo notevole, attraverso il Codice civile e il codice commerciale. Due importanti contratti, il contratto di trasporto¹⁸⁵ e il contratto alberghiero¹⁸⁶ sono disciplinati dal titolo XXI sotto il nome di "Disposizioni speciali per i contratti di trasporto e di soggiorno" nel Codice civile del 1929. Questi contratti specificamente regolati dalla legislazione della monarchia albanese sono parte costitutiva del contratto del pacchetto turistico. Sebbene le disposizioni di questi contratti siano modesti, la loro importanza nell'ordine cronologico dello sviluppo della legislazione è di particolare

¹⁸⁵ Il contratto di trasporto è regolato dagli articoli da 1788 a 1789. "La persona responsabile di trasportare persone o oggetti deve essere obbligata a prendere le misure necessarie per garantire le persone e le buone condizioni delle merci che trasporta; ma non è un garante per i rischi associati al veicolo di trasporto. È anche costretto a preservare, come padre famiglia, gli oggetti che gli sono stati affidati prima dell'inizio del trasporto, ed è responsabile di furti, perdite o lesioni, se non prova che questi eventi sono il risultato di forza maggiore, difetto degli oggetti o dalla colpa dell'altro appaltatore." LUARASI A., *Commentario del codice civile, obbligazioni e contratti in generale*, Tirana, 1998

¹⁸⁶ Il contratto alberghiero è regolato dagli articoli 1790-1793. "I proprietari di alberghi sono obbligati, come depositanti, a restituire gli articoli che hanno messo come loro deposito." I seguenti articoli regolano i casi di responsabilità illimitata dell'albergatore e dei casi in cui lui è escluso dalla responsabilità. Il proprietario dell'hotel non è responsabile di furti, perdite o danni derivanti dalle azioni del viaggiatore, delle persone che visitano il viaggiatore o per cause di forza maggiore. *ibidem*

importanza. Questi modesti aggiustamenti giuridici sono di particolare importanza per il momento storico in cui sono previsti. Nel 1929, quando era difficile parlare del turismo in Albania, il legislatore aveva disposto le responsabilità legali delle parti contraenti nel contratto di trasporto e nel contratto alberghiero. L'accesso giuridico non è molto diverso dalla regolamentazione corrente legale. Ciò che è evidente in questo periodo è la forte influenza della tradizione legislativa italiana nei confronti di quella albanese.

Uno dei documenti più antichi negli archivi albanesi che parla dello sviluppo di tour turistici in territorio albanese è la guida turistica del Albania¹⁸⁷, pubblicato dal Consociazione turistica italiana il 1940. L'instaurazione del regime comunista totalitario in Albania disperse anche quella piccola tradizione legale che era appena stata creata sotto l'influenza della giurisprudenza italiana. La legislazione comunista albanese non prevedeva i concetti legali degli istituti di diritto privato, e in questo senso fu creato un vuoto giuridico anche per i contratti turistici. L'elemento identificativo del contratto del pacchetto turistico è la pluralità di servizi qualitativamente diversi forniti da un singolo appaltatore. Ciò ha portato all'emergere del problema se una tale pluralità di servizi sarà offerta in un unico contratto o in più contratti separati? Per molto tempo la legislazione albanese in questo campo era assente. L'Albania è diventata uno Stato membro dell'Organizzazione mondiale del turismo nel 1993, ma le definizioni legali su questo contratto non sono state immediatamente recepite. La prima legge n. 8192/1997 sulla "Tutela dei consumatori" e la sucesiva legge n. 9135/2003 "Sulla protezione dei consumatori" non prevedeva alcuna disposizione che regolasse questi contratti di consumo, di conseguenza il primo regolamento della legislazione vigente è reso possibile dalle disposizioni degli art.46-47¹⁸⁸ legge no. 9902/2008 aggiornato con la Direttiva 90/314/CEE. Seguito dal` decreto legislativo n.65/2009¹⁸⁹ "Sui contratti di pacchetto turistico tutto compreso". Il decreto mira specificamente a regolamentare il contratto del pacchetto turistico, sebbene il suo contenuto contenga definizioni generali e incomplete sul contratto.

La legge no. 93/2015 "Per il turismo" è entrato in vigore il 27 luglio 2015 ed è concepito come un riflesso dell'impegno internazionale dell'Albania verso la realizzazione degli obiettivi dell'OMT, promuovendo il turismo come il motore di "crescita economica,

¹⁸⁷ "Fino dall'Anno XV il prof. Pirro Marconi della R.Università di Napoli e capo della Missione archeologica italiana in Albania, ci faceva presente a nome di S.E.Jacomoni che le nostre autorità si preoccupavano assiduamente di mantenere e di accrescere il nostro prestigio in Albania tanto nel campo culturale quanto in quel turistico. Si pensava perciò di adempiere ad una fondamentale esigenza provvedendo alla redazione di una prima guida turistica diligente e compiuta in cui il paese venisse illustrato ne` suoi aspetti artistici ed economici, e risultassero in piena luce le grandi opere di civiltà e di redenzione dovuto al genio realizzatore degli Italiani. Il touring club italiano dovrebbe perciò pubblicare come parte integrativa della propria collezione anche una guida dell'albania" *Stato maggiore R.Esercito, ufficio propaganda R.E., Albania, Consociazione turistica italiana, Milano 1940, pg.5-6*

¹⁸⁸ Art. 46 della legge n. 9902/2008 "Sulla protezione dei consumatori", stabilisce che: "I pacchetti turistici sono contratti che: a) forniscono o offrono di fornire al consumatore, ad un prezzo inclusivo, una combinazione prepagata di meno di due dei seguenti tipi di servizi: i. trasporti; ii. alloggio; iii. altri servizi turistici che non sono direttamente collegati al trasporto o all'alloggio e che costituiscono una parte significativa del pacchetto; b) coprono un periodo non inferiore a 24 ore o alloggio compreso, almeno per una notte. "

¹⁸⁹ Art. 2 / c) afferma che: "Il contratto del pacchetto turistico è l'accordo concluso tra il turista e l'organizzatore e/o venditore del contratto"

inclusiva, sviluppo e sostenibilità ambientale"¹⁹⁰. Nel primo paragrafo della legge è previsto che "La presente legge è conforme all'articolo 2, all'articolo 3 e all'allegato della direttiva 90/314 / CEE del Consiglio, 13 giugno 1990, sui " Contratti di pacchetto turistico", così come gli articoli 2 e 3 del regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio europeo n. 692/2011 / UE, 6 luglio 2011, sui "Statistiche europee nel turismo"¹⁹¹. La legge fornisce una revisione generale del concetto di turismo e dei suoi elementi costitutivi ma non regola il contratto del pacchetto turistico in modo fondamentale.

1.2 Le caratteristiche dei contratti del pacchetto turistico nella legislazione albanese

Il turismo è uno dei settori strategici dello sviluppo economico albanese e come tale il contratto del pacchetto turistico rappresenta un ruolo importante nello sviluppo di questo mercato. Un'analisi completa del concetto del contratto del pacchetto turistico, dei suoi elementi componenti e del suo ruolo nel diritto contrattuale albanese sarà oggetto di questo capitolo. La regolamentazione legale di questo contratto in Albania è prevista dalla legge "Sulla tutela dei consumatori" negli articoli 46- 47 e dal decreto legislativo n. 65 "Sui contratti di pacchetto turistico". Attraverso questi atti si riflette una panoramica generale del contratto, e molti delle combinazioni di servizi di viaggio si trovavano in una "zona grigia legale" o semplicemente non sono previsti dalla legge. La massificazione del turismo richiede un più articolato intervento legislativo, in particolare nel diritto interno, per poter uniformare la pratica sulla tutela dei turisti-viaggiatori. Nelle condizioni di un rapido sviluppo del turismo e in una gamma di diverse legislazioni nazionali, gli stati nell'inseguimento di armonizzare il quadro giuridico hanno stabilito l'adozione della Convenzione Internazionale di Bruxelles¹⁹². Attraverso il quale gli stati intendevano unificare la terminologia legale in relazione ai contratti turistici e fornire una maggiore protezione ai consumatori. La convenzione anche se è stata approvata da 47 paesi (gli stati firmatari) non è stata adottata da loro. Solo sette stati hanno adottato la Convenzione, gli altri hanno sottovalutato l'importanza della tutela per i consumatori o hanno adottato previsioni più avanzate rispetto a quelle offerte nella Convenzione¹⁹³. I contratti di viaggio sono classificati come "nuovi contratti" ¹⁹⁴. Questi contratti si collocano tra i contratti atipici, misti e complessi. Questa definizione si adatta anche all'atteggiamento della dottrina albanese su questo contratto.

Il contratto del pacchetto turistico, è l'accordo di due parti per costituire, regolare o estinguere tra loro un rapporto giuridico che ha ad oggetto i viaggi, le vacanze, risultanti dalla prefissata combinazione di almeno due degli elementi di trasporto, alloggio o servizi turistici non accessori che costituiscono parte significativa del "pacchetto turistico", venduti od offerti in vendita ad un prezzo forfettario, e di durata superiore alle 24 ore. In questo senso, il contratto del pacchetto turistico comprende le vacanze organizzate da un'agenzia di viaggio in

¹⁹⁰ Il decreto legislativo n. 91 del 26.02.1993 "Sull'adesione del governo della Repubblica di Albania all'Organizzazione mondiale del turismo", Gazzetta Ufficiale n. 4, marzo 1993, p. 287.

¹⁹¹ La legge n. 93/2015 "Per il turismo" il 27 luglio 2015, pg. 1

¹⁹² *International Convention on Travel Contracts*, 23 aprile 1970.

¹⁹³ Il caso dello stato tedesco che ha approvato una legge speciale sui contratti di vendita dei pacchetti turistici (, P. Maggi, *La tutela del consumatore e il contratto di viaggio nell'Unione Europea*, 2015)

¹⁹⁴ http://www.fedoa.unina.it/10146/1/Maggi_Pasquale_27.pdf

base ai requisiti e alle specifiche di un consumatore o di un gruppo di consumatori. Inoltre, la nozione "combinazione pre-progettata" comprende combinazioni di servizi turistici al momento del contratto tra l'agenzia di viaggi e il consumatore¹⁹⁵. Nel suo contenuto, il contratto del pacchetto turistico deve avere una serie di elementi definiti dal decreto legislativo n. 65/2009, per i quali il consumatore deve essere informato prima della conclusione del contratto¹⁹⁶. Il che significa che il contratto deve essere sempre in forma scritta¹⁹⁷.

Una parte della dottrina ritiene necessaria la forma scritta ad substantiam, ossia a pena di nullità¹⁹⁸, altri, invece, ritengono che la forma scritta sia richiesta soltanto ad probationem¹⁹⁹. Stimiamo che secondo la previsione del decreto legislativo n.65/2009, art. 8 la forma scritta non è richiesto per effetto di validità, la mancanza di forma non invalida il contratto ma è necessario per informare il consumatore sui termini del contratto. Nel decreto legislativo n.65/2009 é stabilito che i contratti di vendita di pacchetti turistici devono necessariamente includere nel loro contenuto una serie di elementi²⁰⁰ per i quali il turista deve essere informato per iscritto prima della conclusione del contratto e avere una copia²⁰¹ disponibile. Come indicato sopra, la forma nel contratto del pacchetto turistico non è richiesto ad substantiam ma ad probationem. La legislazione mira a stabilire un equilibrio accettabile tra i diritti e gli obblighi delle parti nel contratto e, pertanto, è nell'interesse dell'organizzatore e / o del venditore presentare le previsioni richieste dalla legge in un contratto scritto per fornire informazioni accurate ai consumatori. Le parti contraenti in questo contratto sono, il consumatore/turista²⁰², l'organizzatore²⁰³ e/o il rivenditore²⁰⁴. Ciascuna delle parti contrattuali nel contratto del pacchetto turistico ha diritti e obblighi reciproci. Ciò che costituisce un obbligo per una parte verso l'altra è un diritto e viceversa. Per l'organizzatore e / o il rivenditore del contratto del pacchetto turistico, gli obblighi nascono come obblighi precontrattuali e contrattuali. Durante la fase precontrattuale l'organizzatore e / o il rivenditore ha l'obbligo di informare il cliente sulle condizioni generali del contratto turistico²⁰⁵. La responsabilità di entrambe le parti contraenti, organizzatore e rivenditore è una responsabilità solidale.

¹⁹⁵ http://www.europarl.europa.eu/document/activities/cont/201204/20120413ATT42992/20120413ATT42992E_N.pdf

¹⁹⁶ N. DOLLANI, *La legislazione sulla tutela dei consumatori*, Tirana, 2015.

¹⁹⁷ Dec. leg. no.65/2009, art. 8

¹⁹⁸ P- CARRASSI, in *Viaggi, Vacanze e circuiti tutto compreso*, (a cura di ROPPO), in *Nuove leggi civ.*, 1997, 1

¹⁹⁹ PIERALLINI, *Viaggi, vacanze e circuiti tutto compreso. Primo commento al decreto legislativo di attuazione della direttiva 90/314/CEE*, Roma, 1995, 31

²⁰⁰ Dec. leg. no.65/2009, art. 3

²⁰¹ Dec. leg. no.65/2009, art. 5

²⁰² "Consumatore" è la persona che riceve o accetta di ottenere il pacchetto di viaggio (appaltatore principale) o qualsiasi persona per conto della quale l'appaltatore principale accetta di acquistare il pacchetto o qualsiasi persona a cui l'appaltatore principale gli trasferisce il pacchetto (Dec.leg. no.65/2009, art.2/c)

²⁰³ Organizzatore è un commerciante che organizza "pacchetti turistici" e li vende direttamente o li offre in vendita tramite un rivenditore (Dec.leg.no.65/2009, art.2/a)

²⁰⁴ Rivenditore è un commerciante che vende o offre in vendita "pacchetti turistici" preparati dall'organizzatore (Dec.leg.no.65/2009, art.2/b)

²⁰⁵ Il fornitore di "pacchetti turistici" ha l'obbligo di fornire al consumatore tutte le informazioni necessarie riguardanti il servizio di viaggio, il prezzo rispettivo e qualsiasi altro termine applicabile al contratto di vendita di pacchetti turistici. (legge no. 9902/2008, art.47/1).

Entrambe le parti sono obbligati a fornire un'informazione completa, accurata e comprensiva sui termini del contratto, che non può essere soggetto di modifiche, ad eccezione dei casi di comunicazione preventiva del consumatore o di un accordo tra di loro. Lo scopo del obbligo dell'informazione precontrattuale è di fornire al consumatore una volontà creata sulla base di informazioni complete e accurate, garantendo così efficacemente l'uguaglianza contrattuale tra le parti ed evitando l'asimmetria di informazioni esistente tra di loro. Le conseguenze della mancanza dell'informazione precontrattuale, a secondo delle circostanze, possono portare alla nullità del contratto. Per la determinazione della nullità del contratto, nel silenzio del dec. leg. n. 65/2009, si applicheranno le disposizioni generali previste nella legge sulla tutela dei consumatori²⁰⁶

Durante la fase precontrattuale l'organizzatore ha l'obbligo di fornire al consumatore, per iscritto o in altra forma appropriata, informazioni generali sui requisiti applicabili per l'attrezzatura con visti e passaporti, i requisiti per l'assicurazione sanitaria e le informazioni di viaggio e alloggio²⁰⁷. Questa informazione precontrattuale è essenziale per l'efficacia del contratto di vendita di pacchetti turistici. La sua assenza crea un rapporto di disuguaglianza tra le parti contraenti violando così il principio di uguaglianza delle parti contraenti. L'obbligo dell'organizzatore di fornire informazioni si estende anche dopo la conclusione del contratto. Entro sette giorni prima dell'inizio del viaggio, l'organizzatore è obbligato a fornire per iscritto, informazioni sul nome, indirizzo e numero di telefono della società o della agenzia locale del paese di destinazione turistica, che possono fornire assistenza al cliente se è in difficoltà. Il prezzo del contratto del pacchetto turistico non è soggetto di revisione a meno che il contratto non preveda chiaramente la possibilità di un cambiamento di prezzo in base all'aumento dei costi²⁰⁸. Qualsiasi variazione di prezzo superiore al 5% è un cambiamento sostanziale nel contratto²⁰⁹. In ogni caso delle modifiche sostanziali del contratto al consumatore si riserva il diritto di accettare un supplemento al contratto specificando le variazioni del prezzo o il diritto di recesso dal contratto senza penalità. In tal caso, l'organizzatore o il venditore deve risarcire il consumatore con la differenza tra il pacchetto di viaggio annullato e quello offerto; o restituire l'intero importo pagato dal consumatore, entro sette giorni²¹⁰ dalla rinuncia al contratto. Il consumatore ha anche il diritto di chiedere il risarcimento dei danni materiali o immateriali da parte del venditore o dell'organizzatore per inadempimento del contratto, a meno che l'annullamento da parte dell'organizzatore non venga effettuato in quanto il gruppo non può essere formato con il numero minimo di partecipanti, o nei casi in cui la cancellazione del viaggio viene a seguito di un caso di forza maggiore²¹¹.

Prima della conclusione del contratto del pacchetto di viaggio, l'organizzatore e/o il venditore devono comunicare al cliente, per iscritto, tutti i termini del contratto e fornirgli una copia di questi termini (Dec.leg. no.65/2009, art.5)

²⁰⁶ Legge no. 9902/2008, art.57/3 a

²⁰⁷ Dec.leg. no.65/2009, art.12

²⁰⁸ Dec.leg. no.65/2009, art.16

²⁰⁹ Dec.leg. no.65/2009, art.20

²¹⁰ Dec.leg. no.65/2009, art 22/c

²¹¹ Dec.leg. no.65/2009, art 23/b

La forza maggiore è una circostanza che non dipende dalla volontà delle parti, e per questo motivo, l'organizzatore non può essere ritenuto responsabile o obbligato a risarcire il consumatore, però il caso della prenotazione sopra le capacità non è una forza maggiore, e per questo l'organizzatore deve rispondere per l'intero valore del danno causato al consumatore. Il consumatore ha inoltre il diritto di trasferire il contratto a terzi, in questo caso, lui è obbligato a notificare l'organizzatore entro il termine specificato nel contratto²¹². Il consumatore e la terza persona sono responsabili in solidarietà per il pagamento del prezzo del contratto e di eventuali costi aggiuntivi che possono derivare dal trasferimento²¹³. Il quadro giuridico albanese che disciplina i contratti di consumo e, in particolare, il contratto del pacchetto turistico mira ad avere un ravvicinamento con l'*acquis communautaire*. Nel perseguimento di questo obiettivo la legge prevede la protezione dei consumatori come la parte più debole.

2. Il contratto del pacchetto turistico

Il contratto rappresenta il punto dell'incontro, delle volontà delle parti contraenti. L'accordo contrattuale include nell suo interno aspetti soggettivi ed oggettivi. Il contratto del pacchetto turistico è un contratto consensuale, e di conseguenza, il contratto è chiamato collegato al momento della conformità della proposta all'accettazione.

Tuttavia, la concordanza della volontà delle parti contraenti anche verbalmente per una parte della dottrina è valutata come una condizione insufficiente per concludere il contratto. L'elemento della forma è collegato in modo inestricabile con la validità del contratto²¹⁴. Le fonti del contratto del pacchetto turistico nella legislazione albanese sono: la legge sul

²¹² Nel caso in cui non ci sia un termine fissato nel contratto, il consumatore ha il diritto di effettuare il trasferimento in un tempo ragionevole prima della partenza.

²¹³ Dec.leg. no.65/2009, art 26

²¹⁴ Il dibattito dottrinale sulla forma del contratto del pacchetto turistico ha riconosciuto vari trattamenti non solo dagli autori, ma anche con riferimento alle diverse legislazioni. Di conseguenza, in riferimento alla dottrina italiana, le visioni principali ritengono, necessaria la forma scritta *ad substantiam*, ossia a pena di nullità (Carrassi, in *Viaggi, vacanze e circuiti tutto compreso*, a cura di Roppo, in *Nuove leggi civ.*, 1997, pg.1), altri, invece, ritengono che la forma scritta sia richiesta soltanto *ad probationem* (Pierallini, *Viaggi, vacanze e circuiti tutto compreso*. Primo commento al decreto legislativo di attuazione della direttiva 90/314/CEE, Roma, 1995, pg.31). Per quanto riguarda l'atteggiamento della dottrina albanese, si afferma che "La notifica sull'accettazione della conclusione del contratto può essere fatta per iscritto, invio di carta, telefono, internet, telegramma ecc., L'organizzatore del viaggio informa il viaggiatore o il suo rappresentante autorizzato di aver ricevuto l'avviso di ammissione del contratto, ed questo momento è considerato il momento della conclusione del contratto e da quanto iniziano l'effetti legali del contratto. Secondo questa definizione la forma scritta del contratto non è richiesta *ad substantiam*. (M. HETEMI, *Il diritto dei contratti turistici e alberghieri*, Peja, 2014.)

Nel frattempo, nel commento dei contratti del pacchetto turistico è determinato che: "La forma del contratto deve essere sempre in forma scritta, richiesto soltanto *ad probationem*, e per effetti della informazione del consumatore/turista. La mancanza di forma non invalida il contratto, pertanto questo contratto è classificato nel gruppo di contratti consensuali. (N. DOLLANI, *La legislazione sulla tutela dei consumatori*, Tirana, 2015, pg. 9). Nel frattempo, altre definizioni della dottrina albanese valutano che da un lato, l'assenza della forma costituisce un inadempimento da parte dell'organizzatore da valutare in relazione alla sua responsabilità contrattuale, d'altra parte, supera il requisito di rispetto della forma e il contratto non è influenzato dall'invalidità. Questa interpretazione va a favore del consumatore, in particolare per le prenotazioni o i contratti "last-minute", da cui la necessità di un contratto a forma scritto per effetto di validità sarebbe contraria agli interessi del consumatore turistico. (E. TELITI, *Contratti di consumo/Contratti di credito al consumo e pacchetti di viaggio*, Tirana 2013, pg. 164).

turismo²¹⁵, la legge sulla tutela dei consumatori²¹⁶ e il dec.lgs. 65/2009²¹⁷. Dall'analisi trasversale delle definizioni fatte in questi atti, vi è una mancanza di inclusione all'interno del concetto giuridico del pacchetto turistico di tutti gli elementi essenziali che costituiscono effettivamente un pacchetto turistico. In questo senso, si evidenzia la mancanza di riflessioni della giurisprudenza della corte di giustizia europea nel caso C 400/00 e allo stesso tempo la mancanza di concetti come “dynamic packaging” e “click-through packages”. Il contratto del pacchetto turistico previsto dalla legislazione albanese non riflette il significato del contratto previsto dalla direttiva UE 2015/2302, introducendo di conseguenza profonde lacune giuridiche nel caso di pacchetti turistici stipulati da cittadini dell'UE e destinati all'Albania. In queste condizioni nel senso di un possibile conflitto legale, il quadro albanese presenta una mancanza rispetto alle garanzie e alla protezione del consumatore previste dalla direttiva UE 2015/2302.

2.1 Il contratto di pacchetto turistico/un contratto di adesione

I contratti di adesione sono tra i contratti più controversi negli studi dottrinali per il fatto che i termini e le condizioni del contratto sono definiti da una parte mentre l'altra parte resta ad accettare o meno tali termini. Spesso, il contratto di pacchetto turistico appare sotto forma di un contratto di adesione, che oltre ad altri criteri si distingue per la superiorità di una parte in termini di dominio della formulazione, la condotta e l'assegnazione dei termini del contratto all'altra parte. Il contratto del pacchetto turistico è definito come un contratto di adesione perché solo una parte (operatore turistico) prescrive in anticipo gli elementi e le condizioni del contratto, mentre l'altra parte (il turista) non partecipa alla stesura del contratto né incide su alcun elemento di questi contratti. Ma non tutti i contratti di pacchetto turistico appaiono come un contratto di adesione. I contratti dei pacchetti turistici costruiti sulla base di servizi turistici preselezionati non costituiscono un contratto di adesione. In questo formato contrattuale la manifestazione della volontà del turista si nella fase della costruzione del contratto turistico costituisce un elemento importante ed essenziale del contratto. Di

²¹⁵ Art.4/21 "Pacchetto turistico" indica la pre-combinazione di non meno di due tipi di servizi di viaggio, come trasporto e alloggio, o qualsiasi servizio turistico per lo stesso viaggio, per più di 24 ore se:

(a) questi servizi sono combinati da un operatore turistico autorizzato su richiesta o scelta di servizi da parte del turista prima della conclusione del contratto relativo a questa combinazione di servizi; oppure

(b) se sono stati stipulati contratti speciali con fornitori di servizi turistici specifici, questi servizi sono:

i) venduti allo stesso punto vendita, attraverso un processo di prenotazione;

ii) offerti o venduti ad un prezzo unico;

iii) sono pubblicati o venduti sotto i termini "pacchetto" o con un nome simile;

iv) combinati dopo la risoluzione del contratto, con la quale il tour operator autorizza il viaggiatore a scegliere tra diverse opzioni di servizi di viaggio; o

v) sono acquistati da fornitori di servizi autorizzati mediante procedure di e-booking correlate in cui il nome e gli altri dati dei passeggeri necessari per la chiusura della prenotazione sono trasmessi agli altri fornitori di servizi interessati entro e non oltre il momento quando viene confermato il primo servizio.

²¹⁶ Art.46 “I contratti di pacchetto turistico sono contratti che: a) forniscono o offrono al consumatore ad un prezzo globale, una combinazione prestabilita di almeno due dei seguenti tipi di servizi: i) trasporto; ii) alloggio; iii) altri servizi turistici, che non sono direttamente collegati al trasporto o all'alloggio e che costituiscono una parte significativa del pacchetto; e che coprono un periodo non inferiore a 24 ore di alloggio o, almeno una notte di soggiorno.

²¹⁷ L'articolo 2 / ç "Contratto di pacchetto turistico" è l'accordo concluso tra il cliente e l'organizzatore e / o il venditore.

conseguenza, la comune volontà degli contraenti sembra essere importante in questa forma del contratto del pacchetto turistico.

Nel frattempo, un altro termine contrattuale del pacchetto turistico come un contratto di adesione è quello dei contratti costruiti su offerte pubbliche. L'elemento essenziale del contratto del pacchetto turistico nella forma del contratto di adesione è l'obbligo che le condizioni generali per la stipula del presente contratto siano valide affinché producano effetti giuridici. Pertanto, le condizioni generali del contratto devono essere pienamente conformi agli scopi del contratto e alle disposizioni di legge. Questi contratti sono formulati in modo identico per un numero illimitato di clienti / turisti.

2.2 I soggetti

2.2.1 Il consumatore/turista

Come un contratto bilaterale, il contratto del pacchetto turistico è stipulato tra le parti contraenti: il turista²¹⁸ e l'organizzatore/venditore del pacchetto. La definizione del concetto del consumatore per la prima volta nel nostro paese è stata realizzata dalla legge del 1997, come un atto speciale sulla tutela dei consumatori. Questa legge è stato il primo passo per lo sviluppo della legislazione sulla protezione dei consumatori nei prossimi anni. Tuttavia, le aree su cui avrebbe fornito la tutela del consumatore sono state limitate. Per la prima volta, è stata questa legge a definire ciò che dovevamo capire con il termine consumatore, "*Il consumatore è una persona fisica o giuridica che acquista o utilizza beni o servizi per le proprie esigenze e non ai fini della rivendita.*" La legge n. 9902, del 17.4.2008, sulla protezione dei consumatori segna una nuova etappa nello sviluppo e nel consolidamento della legislazione albanese sulla tutela dei consumatori. Lo scopo di questa legge è proteggere i consumatori. Una protezione che sarà strettamente legata agli interessi che i consumatori hanno sul mercato, ampliando il campo di applicazione del termine "consumatore". Questa legge è stata ravvicinata con le definizioni *dell'acquis comunitario* mediante la legge 15/2013. Il quadro giuridico albanese fa riferimento alla tutela dei consumatori come definita dalla Direttiva 2011/83 / UE e dal Codice del Consumo italiano.

Il turista in questo contratto appare come soggetto diretto e gode di uno status speciale come definito dalla legge. La legislazione albanese prevede e analizza il turista sia nella legge "Sul turismo", che fornisce la definizione del termine turista²¹⁹, sia dalla legge "Sulla protezione del consumatore". Quest'ultima definisce il termine turista per mezzo del termine consumatore, specificando che: "Il consumatore è la persona che riceve o accetta di ottenere il pacchetto di viaggio (contraente principale) o qualsiasi persona per conto della quale il contraente principale si impegna ad acquistare il pacchetto o qualsiasi persona a cui il contraente principale o uno degli altri beneficiari li trasferisce il pacchetto turistico ". La legge sul turismo fornisce le seguenti definizioni per il consumatore / turista, "Turista" è il

218 Consumatore indica la persona che riceve o accetta di ricevere il pacchetto di viaggio (il contraente principale) o qualsiasi persona per conto della quale il contraente principale accetta di acquistare il pacchetto o qualsiasi persona a cui il contraente o ciascuno degli altri beneficiari trasferisce il pacchetto, Dec. leg.65/2009

219 Il turista è un visitatore che soggiorna almeno una notte in un albergo o in altre strutture turistiche e / o un consumatore dei servizi turistici

visitatore che resta, almeno per una notte, nel luogo che visita per vacanze, lavoro e altri scopi. "Viaggiatore" indica un individuo che si sposta tra luoghi diversi, al di fuori del normale luogo di residenza, per motivi e durate diverse, "Visitatore" indica qualsiasi persona che si reca in un paese diverso dal luogo di residenza abituale per meno di un anno e che non intende svolgere attività retribuite nel paese visitato.

In base alle precedenti disposizioni legali, il turista può apparire direttamente come parte contraente, ma può anche apparire indirettamente come la terza persona a favore del quale il contratto è stipulato. Per quanto precede, il turista attribuisce particolare importanza in questo progetto di ricerca non solo per il ruolo importante ed essenziale nell'esecuzione del contratto, ma anche per lo status speciale che il legislatore ha riconosciuto nel presente contratto. In questo senso, è essenziale evidenziare il ruolo del turista nella connessione contrattuale. L'elemento volontà (la manifestazione della volontà del turista) è una condizione fondamentale e non negoziabile per la nascita del contratto. In questo senso il turista deve necessariamente esprimere la volontà per la nascita e l'esecuzione del contratto. Questa disponibilità può essere espressa direttamente nel caso di contratti da parte dei turisti stessi (momento della connessione del contratto) o nel caso di contratti a favore della terza persona (il momento dell'esecuzione del contratto a favore del turista). La mancanza di tale volontà riflette l'impossibilità della nascita del contratto del pacchetto turistico. Particolare importanza in questo studio prende l'accurata definizione del significato del consumatore e del turista. Se in senso lato ciascun utente dei servizi o prodotti di consumo costituisce un consumatore, il turista è solo una forma di come può essere visualizzato il consumatore. Il consumatore/turista è presentato come il beneficiario di un gruppo predeterminato di servizi turistici che costituiscono anche l'oggetto del contratto del pacchetto turistico. È importante notare la protezione speciale che il legislatore prevede per il turista, per il fatto che quest'ultimo è più esposto ai rischi legati alla posizione dominante dell'organizzatore / venditore, specialmente nel caso del contratto di adesione. In questo senso, si riflette l'obbligo del venditore di offrire un gruppo completo di informazioni precontrattuali e postcontrattuali. Queste informazioni dovrebbero essere complete e contenere tutti gli elementi necessari per garantire ai turisti una panoramica completa di tutti i dati relativi all'implementazione del contratto del pacchetto turistico. La questione controversa dottrinale è legata alla qualità del turista come parte di questo contratto e alla determinazione della sua natura in una persona fisica e / o legale. La definizione di un turista come persona fisica va nel pieno rispetto della natura del servizio fornito e del suo contenuto. La domanda che sorge è: i turisti possono godere dello status di una persona giuridica? Il turista può apparire sotto forma di persona giuridica e beneficiare del gruppo dei servizi che costituiscono l'oggetto del contratto del pacchetto turistico?

In questa materia la dottrina appare divisa. Un gruppo di autori²²⁰ valuta che il turista è solo la persona fisica che riceve un gruppo di servizi turistici che costituiscono l'oggetto del contratto in confronto all'obbligo di pagare il prezzo. Al fine di rispettare l'oggetto del contratto che si riferisce solo ai servizi relativi a: trasporto, alloggio e/o altro servizio correlato, il turista può essere solo una persona fisica. Secondo gli studiosi, un'entità astratta

²²⁰ GRAZIUSO E., *I nuovi contratti del turismo*, 2011, pg. 42; CIACCAFAVA F., *Contratti*, 2012, pg. 4.

non può beneficiare in modo efficace della realizzazione dell'oggetto contrattuale. Di conseguenza, il turista in ogni caso è una persona fisica indipendentemente dal fatto che appaia direttamente nel contratto o meno (contratto a favore della terza persona). L'altro argomento si riferisce alla determinazione dell'atteggiamento che la dottrina dovrebbe tenere nel caso di contratti di pacchetti turistici conclusi tra persone giuridiche. Di conseguenza, il contratto di pacchetto turistico può essere formalmente concluso tra due persone giuridiche. Il venditore / organizzatore del pacchetto turistico presentato sotto forma di persona giuridica e in secondo luogo l'acquirente del pacchetto turistico/turistico che ha anche lui la forma di una persona giuridica. In questo senso, il turista (persona giuridica) può apparire come acquirente di un contratto ma non come beneficiario. Il contratto di pacchetto turistico acquistato da una persona giuridica non può essere applicato a lui ma in ogni caso a persone fisiche. Per esempio, una persona giuridica acquista un pacchetto turistico che donerà al suo gruppo di dipendenti per prestazioni elevate. Da quanto sopra sostenuto, è importante sottolineare che il soggetto nella qualità di turista, per le sue caratteristiche può riferirsi solo a una persona fisica. I servizi turistici sono servizi destinati a eventi ricreativi, culturali o sportivi che possono essere goduti solo da una persona fisica.

2.2.2. L'organizzatore del pacchetto turistico

Questa figura dell'appaltatore è definita dal legislatore albanese, secondo cui l'organizzatore è il commerciante che organizza pacchetti turistici e li vende o li offre in vendita direttamente o tramite un venditore. In questo senso, l'organizzatore è la persona che in relazione al turista-cliente si impegna a realizzare la combinazione dei servizi turistici che costituiscono il pacchetto di viaggio. La caratteristica principale dell'organizzatore è fornire questi servizi come parte del suo lavoro e non su base casuale. Secondo la definizione del dec.leg.no. 65/2009" l'organizzatore è il commerciante che organizza pacchetti di viaggio e li vende o li offre in vendita direttamente o tramite un rivenditore.

Mentre la legge no.93/2015 "Sul turismo" usa il termine operatore turistico. L'operatore turistico è una persona fisica o giuridica che svolge un'attività commerciale, che è legata alla progettazione e all'organizzazione di un pacchetto promozionale/ pacco prepagato e promozionale attraverso cataloghi, volantini, pubblicità televisive, ecc. Essendo responsabile per quel prodotto, sia nel caso di vendite attraverso agenzie di viaggio, sia nel caso di vendite dirette al turista. Dalla riflessione di cui sopra, il legislatore albanese non è uniforme nella terminologia utilizzata per definire il significato dell'organizzatore del pacchetto turistico o le funzioni che gli ha riconosciuto in diversi atti giuridici. Differenze importanti nel significato dell'operatore turistico fa anche la nuova legge sul turismo che modifica la precedente definizione che limitava il ruolo dell'operatore turistico solo in... una persona che regolarmente, a un prezzo unico, direttamente o indirettamente, organizza viaggi o pacchetti turistici, che comprendono due o più dei seguenti servizi: a) viaggi guidati; b) alloggio; c) intrattenimento; c) trasporto.

Appare confondente la situazione creata tra le disposizioni della legge sulla tutela dei consumatori, la legge sul turismo e il dec.leg. 65/2009, che dovrebbe coordinare la terminologia tra loro o utilizzare riferimenti al fine di armonizzare la terminologia giuridica.

Sebbene in termini diversi, loro realizzano completamente o nella maggior parte lo stessi servizi offerti dall'organizzatore del pacchetto turistico. Tuttavia, data la gerarchia delle fonti del diritto²²¹, il dec.leg. no.65/2019 dovrebbe essere interpretato in conformità con la legge "Sul turismo" e la legge "Sulla tutela dei consumatori". Ciò che è importante sottolineare sul organizzatore turistico è che quest'ultimo non si riferisce solo al soggetto che organizza e offre in vendita pacchetti già predisposti ma in senso lato l'organizzatore offre anche pacchetti turistici sulla base dei requisiti specifici dei turisti²²².Pertanto, le agenzie di viaggio o i siti web che, spontaneamente, sulla base della domanda dei consumatori, forniscono servizi turistici come voli e alberghi, e di conseguenza soddisfano i requisiti che questi servizi costituiscono un pacchetto turistico dovrebbero essere inclusi nel concetto del organizzatore turistico. Il legislatore albanese attribuisce la qualità dell'organizzatore alla parte contraente che svolge esclusivamente l'attività ai fini del carattere commerciale.

Dalla interpretazione del art. Della legge sul turismo, che definisce la forma dell'organizzatore del pacchetto turistico come una persona giuridica che esercita un'attività economica in questo campo si presentano i collegamenti diretti alle funzioni commerciali. L'AAVB (Associazione degli agenti di viaggio britannici) ritiene che non ci sia alcun motivo per escludere dalla protezione quei consumatori che hanno acquistato i loro pacchetti da un organizzatore che agisce in modo casuale e non permanente. Questa associazione ritiene che la protezione debba essere offerta al consumatore in base ai tipi di servizi che riceve, non in base alla frequenza dell'azione dell'organizzatore in questo settore. Sebbene il significato del termine "casuale" nella fornitura di servizi turistici non sia stato determinato, Schwartz-Nölke afferma che il legislatore tedesco lo identifica quest'ultimo con l'organizzazione dei pacchetti turistici in un numero non più di due da un unico organizzatore. La questione della uniformità terminologica non appare solo come un problema della legislazione albanese, ma anche nell'ambito degli atti dell'Unione europea. A partire dalle definizioni della convenzione CCV, Direttiva 90/314 e la nuova direttiva UE 2015/2302. Pertanto, diverse legislazioni utilizzano termini adattati ai loro atti nazionali come: operatore turistico, agenzia turistica, organizzatore turistico, agente turistico, operatore di agenzia turistica, ecc. Questi termini si riferiscono non solo all'organizzatore del pacchetto turistico, ma spesso anche al venditore.

2.2.3. Il venditore

Il venditore del pacchetto turistico come parte del contratto è fornito dalla legislazione albanese solo nel dec.leg. 65/2009. Altri atti giuridici come la legge "Sulla tutela dei consumatori" e la legge "Sul turismo", sebbene adottati da quest'ultimo nel 2015, non presentano alcuna previsione su questa parte contraente. Il venditore del pacchetto turistico si riferisce al rivenditore, che vende o offre in vendita pacchetti turistici preparati dall'organizzatore²²³. L'organizzatore e il venditore del pacchetto turistico appaiono come due parti contraenti che entrano in rapporti giuridici tra di loro a partire dalla connessione del contratto fino alla piena esecuzione.

²²¹ L'articolo 116 della Costituzione della Repubblica di Albania

²²² Casa 400/00

²²³ Rivenditore/il venditore è un commerciante che vende o offre in vendita pacchetti turistici preparati dall'organizzatore; art. 2/b, dec.leg. no. 65/2009.

Nel definire gli obblighi per l'adempimento dell'oggetto del contratto del pacchetto turistico, il legislatore albanese assegna la responsabilità dell'adempimento contrattuale congiuntamente all'organizzatore e al venditore del pacchetto. Tale conclusione può essere raggiunta partendo dall'analisi letterale delle definizioni del contenuto del dec.leg.no. 65/2009, in cui si afferma che l'obbligo di adempiere al contratto del pacchetto turistico si riferisce all'organizzatore e / o al venditore del pacchetto turistico. È importante notare che l'organizzatore e il venditore del pacchetto turistico comprendono diverse figure contrattuali e non possono essere identificati in un unico appaltatore. La differenza tra loro consiste principalmente nel fatto che l'organizzatore, a differenza dal venditore, si impegna a offrire un pacchetto di servizi turistici ed assume la responsabilità di fornire il servizio di trasporto, alloggio e altri servizi, anche se in pratica saranno effettuati da altri fornitori e sono combinati in funzione del risultato finale. L'organizzatore esegue tutti questi servizi in cambio di un prezzo comprensivo, in cui non è possibile individuare il prezzo per ogni particolare servizio²²⁴. A differenza del venditore dei pacchetti turistici che non prende in nessun momento la responsabilità dell'organizzazione del pacchetto, ma solo l'offerta di quest'ultimo in vendita al turista. In questo senso, il venditore non organizza, di propria iniziativa o su richiesta turistica, un pacchetto turistico. Quest'ultimo risponde solo al pieno ed esatto adempimento del contenuto del pacchetto offerto in vendita.

A questo proposito è importante notare che il venditore è un soggetto limitato alla possibilità di soddisfare le esigenze specifiche del turista. Nelle condizioni di impossibilità alla fornitura dei servizi turistici, il venditore non può aggiungere e / o limitare il gruppo di servizi contenuti all'interno di un pacchetto. Il ruolo del venditore è limitato solo all'offerta in vendita dei pacchetti turistici preparati dall'organizzatore. Di conseguenza, gli obblighi del venditore relativi all'implementazione del pacchetto si riferiscono esclusivamente all'oggetto del pacchetto. Così, la protezione del consumatore sarà limitata al risarcimento dei danni per violazione dell'obbligo di fornire informazioni, in assenza degli elementi soprannominati. Per il resto della dottrina, la predizione degli elementi contrattuali è strettamente correlata alla validità del contratto.

2.3 Il contenuto del contratto del pacchetto turistico

La definizione del contenuto del contratto del pacchetto turistico trova piena espressione nell'articolo 9 del dec.leg.no. 65/2009. A differenza della legge no. 9902/2008 "Sulla tutela dei consumatori", che non rivendica quasi nulla in merito ai termini che dovrebbero contenere il contratto del pacchetto turistico, il dec. leg. 65/2009²²⁵ fornisce una definizione dettagliata degli elementi che il contratto dovrebbe contenere. L'unico elemento del contratto menzionato nella legge no. 99/2008 è il prezzo, dando un'importanza fondamentale a questo ultimo. Nel frattempo, le disposizioni dell'art. 9 del dec.leg. no. 65/2009 non possono essere considerati separatamente dalle disposizioni dell'art. 54 della legge no 93/2015 sul turismo.

Ciò che è importante sottolineare è il fatto che questo esteso gruppo di informazioni che deve essere offerto al turista propone la massima protezione contro eventuali inadempienze

²²⁴ TASSONI G. *op. cit.*, pg. 124 – 126.

²²⁵ Art. 9, dec. leg. no. 65/2009.

contrattuali. Nel gruppo dell'informazione che dovrebbe essere incluso nel contratto del pacchetto turistico sono anche i dati relativi con la licenza dell'operatore turistico, dell'agente turistico e della compagnia assicurativa. Le informazioni fornite dal legislatore sollevano il dubbio se questi requisiti servono per la validità del contratto o l'effetto informativo intente solo la tutela consumatore. Un contratto sarà considerato nullo se manca uno o più degli elementi di previsti dall'articolo 9 del dec.leg.no.65/2009?

Al nostro giudizio, la risposta di questa domanda porta all'esigenza di un'analisi correlata degli articoli 9 e 10 del decreto. L'articolo 10 stabilisce che: "L'organizzatore e/o il venditore del pacchetto turistico per l'inadempimento del contratto non può fare riferimento all'assenza di uno degli elementi del contratto come stabilito dal art. 9 del dec.leg.65/2009". Dalla interpretazione giuridica risulta che l'organizzatore e/o il venditore del pacchetto turistico non può adempiere il contratto giustificato dalla mancanza di uno degli elementi contraenti. Il contratto di pacchetto turistico è un rapporto contrattuale bilaterale e in quanto tale le parti si impegnano reciprocamente in diritti/doveri e responsabilità reciproci. Pertanto, in un'interpretazione sistematica, l'assenza di uno degli elementi dell'articolo 9 del decreto no. 65/2009 non può creare la possibilità di dichiarare l'assoluta nullità del contratto sulla base della richiesta del turista. La previsione dei elementi contrattuali serve come un'opportunità per la tutela del turista da qualsiasi inadempimento contrattuale o abuso sulla esecuzione contrattuale. La tutela del consumatore sarà limitata al risarcimento del danno per violazione dell'obbligo di fornire informazioni, in assenza delle previsioni specifici sul danno da vacanza rovinata.

L'altra questione che può essere sollevata a tale riguardo è legata alle difficoltà che si presentano nel caso di contratti turistici a livello internazionale. In termini della mancanza dell'armonizzazione legislativa con l'Unione europea, nel caso dei contratti turistici applicabili tra gli Stati si pone il problema delle differenze legislative, creando barriere al commercio del turismo.

2.4. L'informazione contrattuale

Nel decreto legislativo n.65/2009 è stabilito che i contratti dei pacchetti turistici devono necessariamente includere nel loro contenuto una serie di elementi²²⁶ per i quali il cliente deve essere informato per iscritto prima della conclusione del contratto e avere una copia²²⁷ disponibile. La legislazione mira a stabilire un equilibrio accettabile tra i diritti e gli obblighi delle parti del contratto e, pertanto, è nell'interesse dell'organizzatore e/o del venditore presentare le previsioni richieste dalla legge in un contratto scritto per fornire informazioni accurate ai consumatori. La responsabilità di entrambe le parti del contratto, organizzatore e rivenditore è una responsabilità di solidarietà. Loro sono obbligati a fornire un'informazione completo, accurato e comprensivo sui termini del contratto, che non possono essere soggette di modifiche, ad eccezione dei casi di comunicazione preventiva del consumatore o di un accordo tra di loro. Lo scopo del obbligo dell'informazione precontrattuale è di fornire al consumatore una volontà creata sulla base di informazioni complete e accurate, garantendo

²²⁶ Dec. leg. n. 65/2009, art. 3

²²⁷ Dec. leg. n. 65/2009, art. 5

così efficacemente l'uguaglianza contrattuale tra le parti ed evitando l'asimmetria di informazioni esistente tra di loro.

Le conseguenze della mancanza dell'informazione precontrattuale, a secondo delle circostanze, possono portare alla nullità del contratto. Per la determinazione della nullità del contratto, poiché non è stabilito nel dec.leg. 65/2009, si applicheranno le disposizioni generali nella legge sulla tutela dei consumatori²²⁸. Durante la fase precontrattuale l'organizzatore ha l'obbligo di fornire al consumatore, per iscritto o in altra forma appropriata, informazioni generali sui requisiti applicabili per l'attrezzatura con visti e passaporti, i requisiti per l'assicurazione sanitaria e le informazioni di viaggio e alloggio²²⁹. Questa informazione precontrattuale è essenziale per l'efficacia del contratto di vendita di pacchetti turistici. La sua assenza crea un rapporto di disuguaglianza tra le parti contraenti violando così il principio di uguaglianza delle controparti. L'obbligo dell'organizzatore di fornire informazioni si estende anche dopo la conclusione del contratto. Entro 7 giorni prima dell'inizio del viaggio, l'organizzatore è obbligato a fornire per iscritto, informazioni sul nome, indirizzo e numero di telefono della società o della agenzia locale del paese che sarà visitato, che possono fornire assistenza al cliente se in difficoltà. Il dec.leg. 65/2009 recita: "in un momento ragionevole, prima dell'inizio del viaggio, ma non oltre 7 giorni lavorativi prima dell'inizio del viaggio". Un altro obbligo contrattuale si riferisce la forma di divulgazione dell'informazione, che deve essere in forma scritta o in un'altra forma appropriata. La lingua delle informazioni dovrebbe essere albanese. Il prezzo del contratto di vendita di pacchetto turistico non è soggetto di revisione a meno che il contratto non preveda chiaramente la possibilità di un cambiamento di prezzo in base all'aumento dei costi²³⁰. Qualsiasi variazione di prezzo superiore al 5% è un cambiamento sostanziale nel contratto²³¹. In ogni caso delle modifiche sostanziali del contratto al consumatore si riserva il diritto di accettare un supplemento al contratto specificando le variazioni del prezzo o il diritto di recedere dal contratto senza penalità. In tal caso, l'organizzatore o il venditore deve risarcire il consumatore con la differenza tra il pacchetto di viaggio annullato e quello offerto; o restituire l'intero importo pagato dal consumatore, entro 7 giorni²³² dalla rinuncia al contratto.

2.4.1 Analisi del diritto dell'informazione nel contratto di pacchetto turistico – il caso dell'operatore turistico “Kalemi Travel”.

In ogni fase del rapporto contrattuale, l'obbligo dell'informazione appare di fondamentale importanza, essendo quindi il punto chiave del sistema di tutela del consumatore. Pertanto, la pubblicità e l'informazione hanno la funzione di rafforzare e creare un mercato competitivo, che è uno degli obiettivi principali dell'Unione europea. La pubblicità, oltre a informare i consumatori, ha anche una funzione di orientamento e può essere presentato sotto forma di opuscoli o offerte pubbliche²³³ indirizzato a un numero illimitato di clienti. L'obbligo di

²²⁸ Legge n. 9902/2008, art.57/3 a

²²⁹ Dec.leg. n.65/2009, art.12

²³⁰ Dec.leg. n.65/2009, art.16

²³¹ Dec.leg. n.65/2009, art.20

²³² Dec.leg. n.65/2009, art 22/c

²³³ G. TASSONI afferma che: "[...] qualora una dichiarazione indirizzata al pubblico contenga tutti gli elementi essenziali di un contratto indirizzato alla parte a cui è vincolata, la presunzione da considerare come proposta

fornire informazioni è presentato non solo nella fase precontrattuale, ma anche come requisito per l'adempimento del contenuto del contratto.

La legge no.9902/2008 "Sulla tutela dei consumatori" definisce l'obbligo del organizzatore e/o venditore del pacchetto di fornire al consumatore le informazioni necessarie (il prezzo del pacchetto e ogni altra condizione contrattuale), il quale non dovrebbe essere fuorviante²³⁴. L'obbligo di informazione continua si riflette anche nell'articolo 12 del dec.leg. 65/2009 dove è stabilito che "l'organizzatore e / o il venditore del pacchetto turistico dovrà fornire al consumatore, per iscritto o in qualsiasi altro modo idoneo, prima della conclusione del contratto, i requisiti generali applicabili a visti e passaporti, in particolare i termini per la loro fornitura, nonché le informazioni sulle formalità sanitarie". L'obbligo di fornire informazioni complete sul tipo di documentazione, i criteri e la durata dell'attrezzatura con essi costituisce un altro requisito specifico previsto dal legislatore. La mancanza di queste informazioni pone il consumatore nelle condizioni di impossibilità di realizzare il viaggio turistico contratto.

L'attuazione pratica delle disposizioni dell'articolo 12 del dec.leg.no.65/2009 è stato spesso associato a problemi. In questo progetto di ricerca verrà presentato come caso speciale di studio, l'adempimento di questi requisiti in caso di acquisto del pacchetto turistico tramite l'agenzia di viaggio online "Kalemi Travel"²³⁵.

Inizialmente prima della prenotazione del contratto del pacchetto turistico consultiamo la base giuridica applicabile a questo contratto. Nel sito ufficiale della società si definisce che: "Il quadro giuridico del contratto di vendita del pacchetto turistico si basa sulla legge n. 1084 del 27 dicembre 1977, la Convenzione internazionale sui contratti di viaggio, firmata il 13 aprile 1970 a Bruxelles. Il contratto a distanza firmato dal cliente (il contratto del pacchetto turistico e il contratto di tempo libero) è soggetto della legislazione sui contratti di pacchetto turistico ai sensi dell'articolo 100 della Costituzione e dell'articolo 61 della legge no. 9902, data 17.04.2008²³⁶. Questo riferimento legale deriva in modo sbagliato. Per primo, il Stato albanese non ha ratificato la convenzione CCV/1977 e di conseguenza, in riferimento alle disposizioni dell'articolo 116 della Costituzione Albanese, quest'ultima non fa parte della normativa giuridica obbligatoria di attuazione nel territorio albanese. In secondo, l'agenzia turistica si riferisce all'attuazione delle disposizioni della legge no. 9902/2008 "Sulla tutela dei consumatori". Questo riferimento appare incompleto poiché ignora completamente le

contrattuale ai sensi dell'articolo 1336 (codice civile italiano) è superata, nel caso di contratto di viaggio, a causa dell'esistenza di circostanze che offrono di più alla natura di un bando di gara. Infatti, quando un cliente entra in un'agenzia di viaggi e prenota un viaggio, nonostante abbia consultato la brochure informativa e sia in grado di conoscere i termini essenziali del contratto, manifesta la volontà di accettare, con conseguente conclusione del contratto, nonché il rifiuto di farlo. il tour operator acquisisce le qualità di inadempimento di un contratto già concluso", *op. cit.*, pg. 177 – 183.

²³⁴ Legge no. 9902/2008 "Sulla tutela dei consumatori", art. 47/1

²³⁵ La selezione della agenzia turistica é basata su due criteri: a)- I lunghi anni di esperienza della agenzia turistica (consulta: <https://kalemi.travel/about-us/> ultimo acceso il 02.03.2020); b) - Un'alta gamma di pacchetti turistici stipulati tra la agenzia turistica e i turisti albanesi. I dati di cui sopra sono stati ottenuti dal portale governativo CNC (il centro nazionale del commercio) <http://www.qkr.gov.al/kerko/kerko-ne-regjistrin-tregtar/kerko-per-subjekt/>.

²³⁶ <https://kalemitravel.com/kontrata/>, ultimo accesso il 15.07.2019

definizioni contenute nel dec. leg.no. 65/2009 e nella legge sul turismo, che regolano direttamente il contratto del pacchetto turistico.

Al fine di questo studio abbiamo deciso per motivi di ricerca, di contrarre un pacchetto turistico destinato alla Russia²³⁷. Attraverso il sito web dell'agenzia turistica abbiamo navigato sul sito <https://www.hobi.al>, dove è possibile scegliere le date preferibile per la prenotazione dei biglietti di aereo, l'alloggio in albergo e la colazione per tutto il soggiorno. Una volta scelto le date, il tipo dell'alloggio e il tipo di sistemazione "Comford" il sito ci ha richiesto di inserire le informazioni del viaggiatore. Il sito web richiedeva un'informazione generale del turista: le generalità, i dati del passaporto e il no.di contatto e indirizzo del turista. Con l'inserimento di tali dati, al sito è apparso il pulsante "Accetto i termini e le politiche", il cui clic è obbligatorio a procedere con il pagamento del pacchetto. Immediatamente appaiano le modalità di pagamento (illustrato fig.4) presso la banca BKT, e poi viene visualizzata la conferma del contratto di pacchetto turistico. Attraverso una procedura così semplice si è proceduto con l'acquisto di un contratto del pacchetto turistico a Mosca.

Il pacchetto turistico contratato include il viaggio da Tirana a Mosca, l'alloggio in hotel per 10 giorni di soggiorno e la colazione per tutti i giorni. Attraverso l'opzione "click-throw" il sito fornisce anche il noleggio delle automobili. In questa prenotazione abbiamo contrattato solo un pacchetto turistico, per il quale abbiamo pagato un prezzo totale di 1190,99 euro. Il prezzo è apparso in valore totale essendo impossibile capire a parte il prezzo del trasporto, vito e alloggio. La prima conclusione importante di questo studio si riferisce alla mancanza di informazione precontrattuale. Procedendo con il pagamento del prezzo, e stato concluso il contratto del pacchetto turistico, il quale a parte l'informazione relativo all'orario di partenza, la durata del viaggio, la destinazione turistica non ha fornito nesun altra informazione relativo al pacchetto.

Nel gruppo dell'informazione richiesto da compilare includeva solo le generalità e il no. del passaporto. Dai requisiti che abbiamo compilato per l'acquisto del pacchetto turistico, è stato concepito che il passaporto come documento di identificazione internazionale era sufficiente per effettuare questo viaggio turistico. In realtà, nel pacchetto che ho acquistato il passaporto non è sufficiente per effettuare questo viaggio. Un viaggiatore albanese che desidera viaggiare in Russia, indipendentemente dai motivi (turistici o no), deve anche ricevere un visto dall'ambasciata della Russia in Albania. In nessun momento dall'acquisto del contratto del pacchetto turistico l'informazione sull'obbligo di essere equipaggiato con visto turistico in modo di poter effettuare il viaggio non ci é stato fornito. Di conseguenza, se dovessi presentarmi all'aeroporto di Tirana alla data della prenotazione per viaggiare in Russia, non mi sarebbe stato permesso viaggiare dovuto la mancanza del visto turistico. Su quanto sopra illustrato, l'agenzia turistica non ha rispettato uno degli obblighi previsti dall'articolo 12 del dec.leg. 65/2009, in base al quale prima che il contratto sia concluso l'agenzia turistica ha l'obbligo di comunicare in forma scritta o in un'altra forma appropriata i casi in cui e il tempo

²³⁷<https://kalemitravel.com/moske-2/>, ultimo accesso il 15.07.2019

necessario che il viaggiatore dovrà essere l'attrezzato con visto turistico. L'agenzia turistica prevede nella sezione 11 del contratto intitolato "*Obblighi dei turisti*" che "*I turisti devono ricevere passaporti personali validi o altri documenti validi per viaggiare fino alla destinazione prevista, nonché un certificato sanitario, se necessario. I bambini fino a 18 anni che viaggiano senza genitori o accompagnati da un genitore devono avere la procura speciale che li consenta di viaggiare all'estero.*

L'assicurazione sanitaria di viaggio è consigliata a tutti i viaggiatori e non è inclusa nei pacchetti turistici. L'organizzatore non è tenuto a notificare ai passeggeri la suddetta documentazione e non ha alcuna responsabilità nei casi in cui i dipendenti ai punti di frontiera non consentano il loro passaggio a causa della mancanza della suddetta documentazione.

Inoltre, il turista deve comportarsi in modo culturale e rispettare i doveri e le regole particolari relativi al paese di destinazione, tutte le informazioni fornite dall'organizzatore, nonché i regolamenti e le norme amministrative e legali relative ai pacchetti turistici. Il turista sarà responsabile di tutti i danni causati all'organizzatore a causa dell'irregolarità dell'adempimento degli obblighi di cui sopra. Il turista deve presentare all'organizzatore tutti i documenti, le informazioni e gli elementi che lo riguardano, che possono essere necessari per esercitare il diritto di autodifesa verso ai terzi."

Nelle circostanze sopra descritte il contratto del pacchetto turistico acquistato dal turista (in questo caso per l'effetto di studio da parte nostra) non sarà applicabile, perché a causa della mancanza dell'informazione precontrattuale, il turista non è dotato di visto turistico. In queste condizioni il turista avrà diritto a richiedere il rimborso del danno causato. Diritto che sarebbe seguito da un altro dibattito dottrinale, non solo a causa della mancanza del pensiero dottrinale, ma anche della mancanza della giurisprudenza in questo campo. Nella situazione sopra esposta, il turista è pienamente conforme a ciò che è noto come "danno da vacanza rovinata". Questo concetto legale è ampiamente sviluppato nella dottrina e nella giurisprudenza italiana come viene analizzato nel secondo capitolo di questo studio. Nel frattempo, nella legislazione albanese non esiste nessuna definizione relativa ai criteri, alla procedura e alle modalità della responsabilità per i danni causati dalla mancata attuazione del contratto turistico. Al fine di dare una soluzione parziale alla situazione sopra esposta, si dovrebbe fare riferimento alle disposizioni del codice civile rispettivamente agli articoli 640-647/a²³⁸ che regolano la responsabilità del danno extracontrattuale.

L'attuale pratica giudiziaria è citata in un numero limitato di cause giudiziarie, che non si riferiscono alla responsabilità civile delle agenzie turistiche ma al reato di frode²³⁹. Il primo caso presentato dal tribunale albanese è stato il caso dell'agenzia turistica Pasha Holiday²⁴⁰,

²³⁸ Legge n. 7850/1994, "Codice civile della Repubblica d'Albania" modificata dalla legge n. 8536/1999, n. 8781/2001, n. 17/2012, n.121 / 2013, n. 1313/2016, Capitolo III Danni

²³⁹Art.143 Codice penale albanese

²⁴⁰ La società "Pasha Holiday" nell'estate 2012 ha abbandonato a Sharm el-Sheik 189 turisti, ma anche altri turisti albanesi che hanno effettuato pagamenti ma non hanno mai realizzato il viaggio turistico, in quanto la società ha dichiarato il fallimento. In relazione a questo caso, l'assenza di disposizioni legali per la responsabilità per "Danno da vacanza rovinata" ha rilevato solo la responsabilità penale per il reato di frode (articolo 143/2,

seguito dalle decisioni giudiziarie che hanno definito la responsabilità penale per frode anche per le agenzie New York Travel Agency²⁴¹, “Just Travel Agency²⁴² e Tasho’s Travel Agency²⁴³.

2.5 Forma del contratto

La legge sulla tutela dei consumatori apporta un regolamento generale, addebitando al fornitore del pacchetto solo l'obbligo di fornire informazioni, senza specificare i termini del contratto o la sua forma. Le definizioni per quanto riguarda il contenuto e la forma del contratto sono stipulate nel dec.leg. 65/2009. Il contratto deve essere in forma scritta. Questa è la definizione che il dec.leg. 65/2009 fa sul contratto del pacchetto turistico, senza specificare il suo valore. Il contratto scritto non è il momento della corrispondenza delle volontà delle parti contraenti, ma piuttosto il mezzo per descrivere un accordo precedentemente raggiunto tra loro. È importante determinare qual è la funzione della forma scritta nel contratto del pacchetto turistico e quali sono le conseguenze in assenza di questo modulo.

Prima di giungere a determinate conclusioni, possiamo sostenere che il modo in cui il nostro legislatore si è espresso, riteniamo che avrà conseguenze diverse da quelle tradizionali, che siamo abituati a trovare nelle disposizioni del Codice civile, in cui la forma appare come un elemento di validità o probabilità del contratto. Nel dec.leg. 65/2009 non è stato previsto nulla riguardo alla mancanza di conformità della forma da parte dell'organizzatore o del venditore, nonostante i tentativi del legislatore di accompagnare il contratto con la responsabilità delle parti per la validità del contratto. Il contratto del pacchetto turistico è un contratto informale, quindi non dipende dall'esistenza di un formato cartaceo per la sua validità. I biglietti di viaggio e l'alloggio sono la prova dell'esistenza del rapporto contrattuale.

La nostra legislazione prevede che: "Il contratto di pacchetto di viaggio è stipulato per iscritto e al consumatore ne viene data una copia." Questo accordo mira a garantire un contratto scritto in cui vengono presentati il gruppo di servizi turistici e i diritti e gli obblighi delle parti contraenti. In questo caso, sebbene la forma del contratto sia esplicitamente definita dalla legge, ciò non è necessario ai fini della validità. La volontà delle parti contraenti è regolata dalla forma prescritta dalla legge per provare l'esistenza del rapporto contrattuale. In realtà, la forma non è intesa come un requisito di base della struttura di questo contratto, in modo che la sua assenza comporti l'assoluta nullità. Mentre la sua assenza nel contratto incarica le parti delle responsabilità che ne derivano a causa del mancato rispetto di tale requisito. La mancanza di forma può anche essere un'espressione della volontà comune delle parti contraenti

180 e 194 del codice penale) al amministratore della società, lasciando completamente non protetti i turisti per i danni materiali e nonmateriali subiti.

²⁴¹ <http://www.standard.al/2012/12/09/mashtroi-kolegen-e-agjencise-turistike-nje-vit-burg-34-vjecares/>

²⁴² <http://shekulli.com.al/mashtrimi-agjencine-turistike-gruaja-e-indrit-fortuzit-denohet-burg/>

²⁴³ <http://top-channel.tv/2018/11/26/mashtrimi-me-biletat-turistike-arrestohet-drejtuesja-e-nje-agjencie/>

2.6 La responsabilità

La responsabilità per l'adempimento del contratto del pacchetto turistico spetta al venditore e / o all'organizzatore del pacchetto turistico. Questa responsabilità ai sensi delle definizioni del Codice del Turismo italiano non è una responsabilità solida ma una responsabilità personale di ciascuna parte. Pertanto, in caso di carenza nell'esecuzione dei servizi della componente del contratto, la responsabilità spetterà esclusivamente all'organizzatore. Il turista che è stato violato nel pieno adempimento dei servizi contrattuali, potrà rivolgersi all'organizzatore per richiedere il risarcimento dei danni. La legislazione albanese a questo punto mantiene anche un approccio relativo alla responsabilità delle parti contraenti, del venditore o dell'organizzatore del pacchetto²⁴⁴. Taluni ordinamenti europei, come Danimarca prevedono esplicitamente un regime di responsabilità solidale. La responsabilità dell'esecuzione del contratto turistico è incarico all'organizzatore del contratto. Il venditore non risponde delle obbligazioni nascenti dall'esecuzione dei servizi turistici combinati nel contratto del pacchetto turistico salvoché non abbia dichiarato tale sua qualità al viaggiatore. La responsabilità del venditore è legata agli obblighi informativi, in specie l'agenzia di viaggio (il venditore) è tenuto a richiedere al turista tutte le notizie utili per il corretto assolvimento del viaggio. L'organizzatore non risponde però di disservizi ragionevolmente collegati alla natura del servizio promesso e di umana sopportazione in relazione alle capacità di addattamento richieste al viaggiatore dallo specifico viaggio. La responsabilità del organizzatore per mancato o inesatto adempimento riguarda anche servizi turistici supplementari aggiunti nel corso dell'esecuzione del viaggio.

L'organizzatore o il venditore che si avvale di terzi prestatori di servizi è comunque tenuto a risarcire il danno sofferto dal viaggiatore salvo il diritto di rivalsa nei loro confronti²⁴⁵. L'organizzatore o il venditore che hanno risarcito il viaggiatore sono surrogati nei limiti del risarcimento corrisposto in tutti i diritti e azioni di quest'ultimo verso i terzi responsabili. E, al fine di salvaguardare le ragioni di credito di una controparte diligente abilitandola ad agire contro il vero responsabile del disservizio, il viaggiatore è tenuto a fornire all'organizzatore o al venditore tutti i documenti le informazioni e gli elementi in suo possesso utili per l'esercizio di questo diritto di surrogazione legale²⁴⁶.

La legislazione albanese prevede la possibilità di applicare sanzioni amministrative dalle strutture responsabili nella protezione dei consumatori. La legge sulla protezione dei consumatori prevede la responsabilità delle istituzioni statali competenti per lo sviluppo e l'attuazione delle politiche di protezione dei consumatori al fine di proteggere i diritti fondamentali dei consumatori, in particolare i gruppi di consumatori più sensibili, come bambini, anziani, poveri, disabili, malati e persone con disabilità mentali e fisiche. Questa legge elenca le entità autorizzate a gestire i reclami dei consumatori, che possono essere raggruppate in due categorie: strutture amministrative e strutture giudiziarie. Nelle strutture amministrative che operano nel campo della protezione dei consumatori e del mercato è la

²⁴⁴ Dec.leg.65/2009,Art. 23, "il diritto di richiedere un risarcimento dall'organizzatore o dal venditore"

²⁴⁵ Dec. leg. 65/2009, art. 29.

²⁴⁶ Santagata R. (2018), *Diritto del turismo*, pg. 312.

Commissione per la tutela dei consumatori. Presso questa istituzione, i clienti hanno presentato reclami in merito al mancato inadempimento degli obblighi derivanti dal contratto del pacchetto turistico, dall'organizzatore o dal venditore. *La decisione n. 69, del 20.02.2018, del Commissione per la tutela dei consumatori, concernente la denuncia presentata da due turisti polacchi contro l'agenzia di viaggi "In tours Albania", che aveva applicato una tassa climatica del valore di 10 euro / persona. Il Commissione per la tutela dei consumatori, dopo aver valutato il reclamo e le informazioni raccolte dalle parti, compresa la risposta del Ministero del Turismo e dell'Ambiente che ha chiarito che, ai sensi della Legge n. 93/2015 "Sul turismo" non esiste, nessuna tassa sul clima applicabile ai turisti stranieri. La Commissione ha ritenuto questa pratica ingiusta. L'operatore "IN TOURS ALBANIA" è stato incaricato di porre immediatamente fine alla violazione, di prendere tutte le misure per porre rimedio a tali violazioni e di non ripetere tali pratiche e di risarcire il danno ai due cittadini polacchi.*

CAPITOLO QUARTO

I particolari tipi del contratto di pacchetto turistico

1.1 Tipologia dei contratti di pacchetti turistici

1.1.1 I contratti online

In epoca non recente i contratti dovevano necessariamente essere eseguiti con le parti interessate, oggi invece è possibile perfezionare un contratto anche tra persone distanti, dunque senza dover necessariamente incontrare la controparte. La legislazione sui contratti conclusi on-line stabiliscono che: "...i contratti tematici stipulati con strumenti informatici o per via telematica, mediante l'uso della firma digitale, sono validi e rilevanti a tutti gli effetti di legge". Una norma questa che testimonia come l'innovazione non solo si offre al legislatore come metodo di semplificazione del reale, ma allo stesso tempo si presenta come una sorta di autorità tecnologica, in grado di porre vincoli ai comportamenti e alle prassi individuali, ai valori ai quali quelle prassi si ispiravano. In realtà non pochi sono i problemi che Internet pone in materia contrattuale. La dimensione del contratto online include il linguaggio, il tempo e lo spazio.

Quanto al rapporto tra diritto e tempo è noto che l'Internet ha modificato il concetto del tempo, si parla infatti di tempo reale che si concretizza nell'immediatezza di un gesto che consuma il gesto medesimo nell'istante del suo compimento e a volte, in quanto tale, esclude la possibilità di gesti successivi. Quanto allo spazio, la caratteristica di Internet è la sua aterritorialità, si tratta cioè di un sistema che funziona sempre, in tutti gli spazi del pianeta. Ultimo aspetto da esaminare è il linguaggio, quello telematico appunto, che non è l'epilogo di un processo condiviso nel tempo e nello spazio attraverso la elaborazione di tradizioni, simboli, segni e valori. Al contrario è un linguaggio imposto dalla autoreferenzialità di un sistema tecnico che non può permettersi mediazioni esterne con altri linguaggi o simboli. Nel vendere servizi turistici online gli operatori devono fornire informazioni dettagliate, compresi i loro recapiti e una descrizione del prodotto²⁴⁷. Questa informazione non deve essere fuorviante e non accurata. In caso di inadempimento dell'obbligo di trasparenza contrattuale per il turista, si riserva il diritto di recesso unilaterale dal contratto. Questo diritto è ampiamente trattato nel capitolo precedente²⁴⁸.

In Albania, i contratti elettronici sono ancora agli inizi. Per la prima volta questo termine nella legislazione albanese si riflette negli articoli 39-43 della legge "Sulla tutela dei consumatori" del 2003 seguiti dalle disposizioni della legge n. 10128/2009 "Sul commercio

²⁴⁷ SPEZIGA G (2012), (Tesi di dottorato), *Pratiche Commerciali Scorrette E Della Tutela Del Consumatore In Campo Turistico*, pg. 99.

²⁴⁸ Per ulteriori informazioni, consultare il punto 3.4 di questo progetto di ricerca

elettronico". Nelle condizioni di un mondo sempre più tecnologico, il settore turistico non può essere escluso da questi sviluppi. Gli operatori turistici hanno ampliato sempre più la loro attività verso le piattaforme di prenotazione online. I metodi per la distribuzione di servizi turistici hanno riconosciuto cambiamenti significativi. Le piattaforme online per l'acquisto di pacchetti turistici garantiscono una serie di vantaggi, a partire dalla possibilità di creare personalmente il contratto e seguire i vantaggi associati alle offerte "last minute" dei contratti di pacchetti turistici. Ciò che appare importante notare è che la legislazione albanese nel dec. leg. 65/2009 non fa alcuna definizione sui contratti online. In questo modo la nostra legislazione nazionale lascia al di fuori dell'attenzione legale una serie elevata dei contratti turistici. Mentre il loro regolamento è soggetto alle norme generali contrattuali, tramite le disposizioni del Codice civile, quelle della legge n.9902/2008 "Sulla tutela dei consumatori"²⁴⁹ e la legge n. 10128/2009 "Sul commercio elettronico".

1.1.2 I contratti "last minute"

La formula "last minute" consiste nell'offerta, dei pacchetti turistici rimasti invenduti presso il tour operator o le agenzie di viaggi, effettuata pochissimi giorni prima della partenza, soprattutto pubblicizzate tramite l'internet. Le caratteristiche di questo contratto è la notevole riduzione del prezzo, inferiori rispetto a quello principale. L'inconvenienza di questo contratto è che il consumatore è chiamato a decidere se accettare o meno l'offerta in termini molto ristretti, quasi sempre 15 giorni prima della partenza. Questo termine coincide con il tempo in cui il venditore ritiene di non poter più vendere il contratto attraverso i normali canali di distribuzione. Acquistando un pacchetto turistico con la formula last minute si applicano le disposizioni del contratto turistico, per cui, prima della partenza, oltre alla conferma scritta della prenotazione, al turista devono essere forniti una copia del contratto contenente tutti gli elementi contrattuali. Il prezzo del pacchetto deve essere indicato chiaramente nel contratto e, in caso di last minute non può subire modifiche.

La legislazione albanese non stabilisce in modo completo questo tipo di contratto. Una soluzione molto tiepida, offre il dec.leg. 65/2009 in cui si afferma che: "La disposizione del paragrafo 5 della presente decisione non si applica alla conclusione di un contratto o alla prenotazione dell'ultimo minuto"²⁵⁰, escludendo che il cliente possa ottenere informazioni dettagliate sul contratto del pacchetto turistico concluso in *last minute*. Tale adeguamento è ulteriormente integrato dall'obbligo dell'organizzatore o del venditore di fornire informazioni contrattuali al cliente al momento della conclusione del contratto, se il periodo tra la conclusione del contratto di viaggio e la data di inizio del viaggio è inferiore a 7 giorni lavorativi. Quindi la durata massima di un contratto da considerare come last minute nella legislazione albanese è di 7 giorni lavorativi prima dell'inizio del viaggio.

²⁴⁹ Il contratto a distanza, quale definito all'articolo 36 della "Legge sulla tutela del consumatore" è qualsiasi contratto per la fornitura di beni o servizi tra il commerciante e il consumatore, come uno schema di vendita a distanza o fornitura di un servizio da parte del commerciante, che utilizza esclusivamente uno o più mezzi di comunicazione a distanza ai fini del contratto. I mezzi di telecomunicazione utilizzati sono tali da consentire la comunicazione completa e accurata delle parti che stipulano un contratto a distanza, tali come: catalogo elettronico, fax, telefono e televisione, *email*, pagine di internet.

²⁵⁰ Dec.leg. 65/2009, art. 6

La legislazione italiana stabilisce che: "Se il contratto è concluso poco prima della partenza, l'informazione contrattuale debba essere comunicato in modo fisso al momento della conclusione del contratto." Il legislatore ha ribadito il divieto di fornire informazioni fuorvianti sui servizi offerti, sui prezzi o altri elementi del contratto, indipendentemente dai mezzi e dalle modalità utilizzate per informare il consumatore. Alcuni Stati membri hanno ritenuto che si dovessero fare eccezioni alle richieste di informazioni in caso di conclusione di contratti all'ultimo minuto. Alcuni paesi hanno apportato modifiche al modo in cui le informazioni saranno fornite ai consumatori o quando saranno fornite. Il sistema spagnolo è l'unico che ha stabilito nella sua legislazione il requisito secondo cui le informazioni fornite ai consumatori nei contratti dell'ultimo minuto dovrebbero essere le stesse come quelle fornite negli opuscoli.

Formula alternativa al last minute è il "last second", la formula ideale per chi intende viaggiare senza una meta. Consiste nel recarsi in aeroporto provvisto di bagagli e i documenti di identità, rivolgersi agli operatori di società specializzate in last minute, i quali, dopo aver effettuato le ricerche necessarie, forniscono al turista una lista di pacchetti turistici disponibili al momento, acquistabili a condizione che la partenza avvenga nelle ore successive. Il viaggiatore può ottenere in questo caso una riduzione del prezzo fino al 70 %, mentre il tour operator otterranno nuovi introiti derivanti dalla riapertura delle vendite.

1.1.3 I contratti al di fuori dei centri commerciali

I contratti di pacchetto turistico possono essere stipulati non solo sul posto di lavoro dell'organizzatore o del fornitore del pacchetto, ma possono anche essere stipulati al di fuori di quelli che vengono chiamati centri commerciali. I contratti di pacchetto turistico fuori dei centri commerciali sono quelli eseguiti sul luogo di lavoro o residenza del consumatore sulla base di una visita del commerciante, che fornisce direttamente le informazioni, tramite brochure o internet. Le fonti legali di regolamentazione del contratto di pacchetto turistico al di fuori dei centri commerciali sono anche le disposizioni del Codice Civile, Dec. leg. n. 63, del 21/01/2009 "In materia di contratti conclusi al di fuori dei centri commerciali", nonché il Dec. leg. n. 64, del 21/01/2009 "Contratti a distanza", mentre nel quadro della legislazione comunitaria saranno regolati dalla Direttiva 85/577/CEE "Sui contratti conclusi al di fuori dei centri commerciali", la Direttiva 97/7/CEE "Sui contratti a distanza" e la direttiva 2005/29/CE "Sulle pratiche commerciali sleali". La caratteristica di questo tipo di contratto, che porta elementi di due diversi tipi di contratti (il contratto turistici e il contratto a distanza) è che il fornitore di servizi organizza il pacchetto turistico fuori dai centri commerciali e il cliente è davanti a una sorpresa, che mina la sua volontà e diminuisce la sua capacità di comprendere l'importanza e il valore del servizio offerto. Questo contratto presenta una serie di vantaggi in quanto consente al turista di creare un contratto senza dover comparire negli uffici dell'agenzia turistica. Lo scopo di questi contratti è facilitare il processo decisionale del turista e consentire a quest'ultimo di concludere un contratto basato sulle informazioni fornite istantaneamente.

La legislazione albanese non prevede esplicitamente e non regola in modo specifico questi contratti, implicando che sarebbero regolati per quanto possibile dalla *lex specialis*²⁵¹, e in seguito da *lex generalis*²⁵². Una garanzia offerta a seguito di questi contratti è il diritto di rinuncia, come garanzia per il consumatore di "riflettere" sulla volontà mostrata in condizioni inadeguate. In questo modo è garantito il massimo livello di protezione dei consumatori.

L'articolo 672 del Codice civile specifica i casi in cui la parte contraente può recedere dal contratto entro 7 giorni dalla sua risoluzione, senza fornire motivazione. Anticipando esplicitamente due casi in cui:

Il contratto è concluso nel posto di lavoro o di residenza di una delle parti

Durante un'escursione organizzata in un ambiente pubblico o in condizioni che non corrispondono a una normale situazione di negoziazione.

Le disposizioni dell'articolo 34 della Legge sulla tutela del consumatore per i contratti stipulati al di fuori dei centri commerciali, vale a dire il contratto commerciale in cui il commerciante/fornitore fornisce beni o servizi al consumatore per un valore non inferiore a 10.000 ALL, e stipulati al di fuori dei centri commerciali. Secondo la definizione fornita dalla legge, con il contratto fuori dei centri commerciali si intende: durante un'escursione organizzata dal commerciante al di fuori del centro commerciale o durante la visita di un commerciante alla residenza del consumatore, quando la visita viene condotta senza la richiesta del turista, il commerciante stesso fornisce il servizio turistico

1.2 Il contratto di assicurazione, contratto accessoriale del contratto del pacchetto turistico

Il contratto del pacchetto turistico è nato come un contratto che mira a regolare all'interno di un singolo contratto un gruppo di servizi turistici. In quanto tale, mira non solo a fornire il contenuto contrattuale, ma anche a garantire la completa sicurezza del turista. Un problema importante che si pone ed è correlato al pacchetto turistico è quello della sicurezza turistica. Il problema della sicurezza è emerso in diverse direzioni che vanno dalla sicurezza alla piena esecuzione del contratto, dalla sicurezza fisica alla sicurezza alimentare²⁵³ dei prodotti che fanno parte del pacchetto.

La polizza assicurativa è il documento che fornisce la prova di un contratto tra un assicurato e un assicuratore. In base a ciò, le polizze assicurative sono regolate dalle stesse regole che regolano i contratti in generale: entrambe le parti ricevono benefici e hanno determinati obblighi. Ciò significa che il contratto assicurativo è un contratto che determina le passività legali di entrambe le parti stabilite in due passività di base reciproche: l'assicuratore è tenuto a pagare il premio assicurativo, in alcuni casi anche gli interessi dell'assicurazione, con il debito importo contrattato. Pertanto, entrambe le parti coinvolte sono responsabili delle proprie responsabilità al momento della stipula di un contratto, nonché alla definizione delle

²⁵¹ Dec. leg. n. 63, del 21/01/2009

²⁵² Codice civile albanese

²⁵³ Caso *Simone Leitner C-168/00*

condizioni nonché dopo l'atto assicurativo. Tuttavia, la natura particolare dei contratti assicurativi implica che la legge richiede la presenza di tre requisiti aggiuntivi:

- Deve esserci un interesse assicurabile
- Ci deve essere un rischio
- Un contratto assicurativo è un contratto della "massima buona fede"²⁵⁴

Nel settore del turismo, i contratti assicurativi svolgono un ruolo significativo, poiché in determinate situazioni le normative spesso impongono a soggetti economici di avere contratti assicurativi. Esistono molti tipi di assicurazioni che si applicano al mondo contemporaneo. Il loro trattamento è praticamente impossibile a causa delle relazioni specifiche che verranno quindi trattate qui solo quei tipi di assicurazione sono specifici anche per il settore del turismo. In termini legali la sezione pertinente dei tipi di assicurazione è:

- l'assicurazione obbligatoria o l'azione legale è il risultato di disposizioni legali imperative, e
- assicurazione volontaria o contrattuale che è il risultato della creazione di un insieme volontario di relazioni tra l'assicuratore e l'assicurato.

1.2.1 Il contratto di assicurazione obbligatoria

Al fine di garantire la sicurezza nell'esecuzione del contratto di pacchetto turistico, è previsto la conclusione del contratto assicurativo. Il contratto assicurativo è un contratto accessorio obbligatorio e fa parte del contratto principale del pacchetto turistico. La legislazione albanese prevede l'obbligo per l'organizzatore del pacchetto di stipulare un contratto assicurativo obbligatorio, che copre le sue responsabilità per danni causati a seguito di inadempienza, compresi i casi di insolvenza e fallimento del tour operator. Questa previsione dimostra l'importanza dell'assicurazione in relazione alla responsabilità civile contrattuale.

Il contratto del pacchetto turistico è un contratto a due vie con il cliente e l'organizzatore del pacchetto turistico. L'esistenza del contratto di assicurazione dovrebbe essere prevista nel contratto di pacchetto turistico. Il presente contratto è un contratto con l'organizzatore e una compagnia assicurativa, un contratto con lo scopo di coprire i danni che possono essere causati al consumatore nel caso in cui l'organizzatore non adempia ai propri obblighi. In questo contesto il contratto assicurativo è un contratto accessorio, che è allegato al contratto principale che è il contratto di pacchetto di viaggio.

Secondo la legislazione albanese, il contratto di assicurazione copre: a) il rimborso del pagamento del cliente, secondo il contratto del pacchetto turistico; b) la compensazione delle differenze se durante il pacchetto turistico viene soddisfatto solo una parte dei servizi contrattati; c) le spese di restituzione del cliente al luogo di partenza. Le parti contraenti nel contratto assicurativo sono l'organizzatore del pacchetto turistico e la compagnia assicurativa. In questo contratto i diritti che ne derivano sono a favore del consumatore, di conseguenza,

²⁵⁴ TALESKI P., TASHKOV P., (2011), *Insurance in Tourism Industry* in <https://www.researchgate.net/publication/313881037>

questo contratto soddisfa le condizioni per essere un contratto a beneficio dei terzi,²⁵⁵ poiché il cliente non è parte di questo contratto, lui acquisisce i diritti e dà la sua approvazione per beneficiare di questo contratto quando viene concluso il contratto principale, il contratto del pacchetto turistico. Quest'ultimo non solo dovrà conoscere l'esistenza di un tale contratto, ma deve avere anche tutto il tempo necessario per leggerlo e comprenderlo.

Per quanto riguarda le caratteristiche del contratto assicurativo, oltre a quelle sopra citate e previsti dal diritto civile, il dec.leg. ha stabilito che il contratto assicurativo è concluso per un periodo di un anno e non oltre a 30 giorni prima della scadenza di questo termine, il contratto dovrà essere rinnovato o dovrà essere concluso un nuovo contratto assicurativo.

L'assicurazione della responsabilità civile ha la funzione di proteggere da potenziali danni che possono essere causati da un tour operator. In questo modo alcuni dei rischi aziendali vengono trasferiti alla compagnia assicurativa. L'assicurazione obbligatoria è una necessità per proteggere il consumatore/turista dai danni che possono essergli causati dall'attuazione del pacchetto turistico. D'altra parte, anche la posizione dell'organizzatore del pacchetto turistico, che trasferisce all'assicuratore una parte del rischio della sua attività, porta alla protezione della sua posizione economica e professionale. In questo modo si possono spostare i rischi dell'impresa sul premio assicurativo. L'obbligo di assicurare l'attività dell'organizzatore è inteso a bilanciare i requisiti relativi alla protezione del consumatore e alle caratteristiche dell'attività professionale.

Per quanto riguarda l'organizzatore del pacchetto turistico, le specificità di questo rapporto derivano dalla natura dei servizi forniti, laddove da un lato l'organizzatore si trova di fronte alla responsabilità di offrire la protezione al consumatore/turista e dall'altra parte c'è la possibilità di inadempimento degli obblighi contrattuali a seguito dei servizi speciali forniti dai terzi. Il problema principale che viene spesso presentato alla Corte di giustizia europea riguarda la delimitazione dei confini e l'area coperta dall'assicurazione definito come un obbligo legale dal legislatore comunitario.

Una questione importante nella giurisprudenza europea è la causa C-364/96, datata 14 maggio 1998, *Verein für Konsumenteninformation contro Österreichische Kreditversicherungs AG*. Secondo il quale i coniugi Hofbauer avevano prenotato presso la Karthago-Reisen GmbH (in prosieguo: la «Karthago-Reisen»), con sede in Vienna, un viaggio «tutto compreso» a destinazione in Creta per il periodo dal 9 al 16 settembre 1995; il viaggio «tutto compreso» comprendeva i biglietti aerei e il soggiorno in albergo a mezza pensione. Il prezzo del viaggio era stato pagato integralmente prima della partenza. Il 15 settembre 1995, essendo venuto a conoscenza dell'insolvibilità della Karthago-Reisen, il

²⁵⁵ Codice civile art. 694 "Contratto a beneficio di un terzo", prevede: "Il contratto a beneficio di un terzo è valido quando la persona che lo ha stipulato ha un interesse in esso. La persona che ha accettato la promessa a beneficio della terza o di quest'ultima, o le persone che rinunciano ai suoi diritti, hanno il diritto di richiedere l'esecuzione del contratto, salvo laddove vi sia un altro accordo". M. SEMINI sottolinea che: "Esempi di un contratto a beneficio di terzi fornito dalla nostra legislazione includono: - il contratto di assicurazione sulla proprietà e sulla vita. Ai sensi del presente contratto, l'assicuratore può essere obbligato a pagare il premio assicurativo, in caso di calamità, a terzi, come previsto nel contratto dalla volontà dell'assicurato. La prestazione del premio assicurativo nel caso in cui venga effettuata a favore di terzi è assicurata dall'assicurato in forma cartacea". SEMINI M. *op.cit.* pg. 63 -68.

proprietario dell'albergo in cui i coniugi Hofbauer ed altri clienti della Karthago-Reis erano alloggiati chiedeva a tali viaggiatori il pagamento di tutte le spese di pernottamento, impedendo loro con la forza, a dire dei viaggiatori, di lasciare l'albergo. Per poter intraprendere il volo di ritorno, i coniugi Hofbauer pagavano quindi il prezzo del loro soggiorno nell'albergo. Per prendere l'aereo di ritorno, la coppia Hofbauer ha dovuto pagare il soggiorno. I turisti hanno presentato il conto all'agenzia assicurativa, che ha rifiutato di rimborsare gli importi pagati dalla coppia. I turisti hanno fatto appello alla corte, che ha interpretato l'articolo 7 della direttiva. La domanda sorge "Se l'art. 7 della direttiva del Consiglio 13 giugno 1990, 90/314/CEE, concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti "tutto compreso", vada interpretato nel senso che anche il pagamento di somme che il consumatore corrisponde in loco al fornitore di prestazioni (nella fattispecie, all'albergatore), in quanto quest'ultimo, in caso di mancato pagamento, gli impedisce il rimpatrio, è ricompreso nell'ambito di tutela della suddetta disposizione, "in quanto garanzia del rimpatrio del consumatore"?

La Corte dichiara che L'art. 7 della direttiva del Consiglio 13 giugno 1990, 90/314/CEE, concernente i viaggi, le vacanze ed i circuiti «tutto compreso», dev'essere interpretato nel senso che rientra nel suo ambito di applicazione a titolo di rimborso dei fondi depositati una situazione in cui l'acquirente di un viaggio «tutto compreso», che prima del viaggio ha pagato una somma di denaro per le spese di soggiorno all'organizzatore, sia costretto, a seguito dell'insolvenza di quest'ultimo, a pagare la stessa somma all'albergatore, non potendo altrimenti lasciare l'albergo per effettuare il viaggio di ritorno.

Un altro problema individuato da alcuni legislatori europei è stato quello di stabilire il limite massimo del premio assicurativo. Questo problema, é stato risolto dalla direttiva UE 2015/2302 attraverso la procedura di armonizzazione ai massimi livelli delle legislazioni nazionali²⁵⁶.

Il legislatore albanese prevede che, oltre all'obbligo di contrattare con una compagnia di assicurazioni, l'organizzatore/venditore del pacchetto ha anche l'obbligo di prevedere all'interno del contratto l'esistenza di tale assicurazione. Questa disposizione rimane nel contesto di una disposizione legale non accompagnata dal' alcuna sanzione. L'esistenza della sanzione sarebbe di grande importanza nelle condizioni che altri organi esecutivi non hanno ancora agito per adottare atti specifici sulla protezione dei consumatori nel campo dei contratti del pacchetto turistico in Albania. Attualmente il quadro giuridico albanese è incompleto in questo campo. Le uniche definizioni sono quelle relative alle previsioni fatte dalla legge sul turismo e dal dec.leg. 65/2009. Il legislatore albanese, nello spirito di regolare molte cose in dettaglio, ha definito l'unica sanzione per l'organizzatore e l'unico diritto del consumatore, la rinuncia al contratto, senza penalità.

1.2.2 Il contratto di assicurazione volontaria

²⁵⁶ Art.1 "Scopo della presente direttiva è contribuire al corretto funzionamento del mercato interno e al conseguimento di un livello elevato e il più uniforme possibile di protezione dei consumatori, mediante il ravvicinamento di taluni aspetti delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri in materia di contratti tra viaggiatori e professionisti relativi a pacchetti turistici e servizi turistici collegati...", Direttiva UE 2015/2302.

Nel turismo la possibilità di causare danni è elevata e la possibilità che le persone paghino è bassa. I contratti vincolati volontariamente rendono più sicuri questi segmenti di vita economica. In assenza di tali contratti, il danno sarebbe stato risarcito dalle organizzazioni turistiche o dal soggetto fisico. Il peso di questo contratto è considerato nel caso in cui vengano create relazioni turistiche all'estero, poiché i turisti riescono ad essere assicurati dal più alto tasso di rischio che potrebbe essere affrontato ricevendo servizi di pacchetto turistico.

Il contratto di assicurazione volontaria nota anche come la polizza assicurativa facoltativa é il contratto con il quale l'impresa di assicurazione previo il pagamento di un premio si impegna a fornire all'assicurato una prestazione di immediato aiuto entro i limiti convenuti nel contratto nel caso in cui l'assicurato si trovi in un situazione di difficoltà al degnito del verificarsi di un evento fortuito²⁵⁷. In questo contratto l'assicuratore si impegna a orestare al viaggiatore una seria di servizi di assistenza ove dovesse verificarsi un evento fortuito tale da porlo in situazioni di emergenza o comunque in difficoltà. Tali prestazioni possono consistere in un dare o in un facere e lla loro specificazione é evidentemente rinviata al momento in cui dovesse verificarsi la singola situazione di emergenza.²⁵⁸ Il presente contratto rimane nella volontà delle parti contraenti di stipularlo e no. Il contratto di assicurazione volontaria non costituisce un prerequisito per l'esistenza del contratto principale del pacchetto turistico.

²⁵⁷ Dec. leg.n. 209 del 07.09.2005, art. 175.

²⁵⁸ SANTAGATA R., (2018), *Diritto del turismo*, pg. 319.

CAPITOLO QUINTO

Il prezzo come elemento essenziale del contratto del pacchetto turistico, il caso dell'Albania

1. Il concetto del prezzo nel contratto del pacchetto turistico

Nel mercato economico, ogni azienda turistica mira a fornire una combinazione di prezzo e di quantità di servizi alla fine di massimizzare i suoi benefici, tenendo in conto la struttura del mercato turistico, la domanda dei turisti e l'impatto della tecnologia.

La destinazione turistica è un fattore importante che determina il prezzo del pacchetto. Gli organizzatori di pacchetti turistici affrontano la necessità di adottare non solo le misure necessarie per armonizzare il gruppo dei servizi che forniscono, ma anche la determinazione di un prezzo totale per massimizzare la soddisfazione del turista. In effetti, la destinazione non ha lo stesso potere decisionale in ogni individuo e in secondo luogo, anche se la destinazione avesse tale potere, le capacità operazionali necessarie per raccogliere ed elaborare dati sui costi di produzione di centinaia di singole "unità di produzione" non sarebbero disponibili nella maggior parte dei casi. Nel settore del turismo, i prezzi sono complicati a causa del fatto che la singola unità aziendale del turismo fornisce solo una parte dell'offerta totale. Sebbene l'hotel, il ristorante e il centro di intrattenimento determinino i prezzi indipendentemente per le rispettive offerte, il turista acquista un prodotto totale tramite il pacchetto turistico e paga un prezzo unico.

Il prezzo di un prodotto turistico è di solito la prima considerazione per il consumatore/turista. Pertanto, è ovvio che i prezzi dovrebbero essere una decisione importante per qualsiasi organizzatore turistico. Il prezzo affetta direttamente non solo le entrate, ma anche la redditività della agenzia turistica. Inoltre, un'adeguato prezzo favorisce una crescita della attività turistica, poiché lo sviluppo del turismo di massa (pacchetti all-inclusive) dipende in larga misura dal prezzo. Il prezzo da molti studiosi²⁵⁹ è stato considerato come un'arte di gestione aziendale. Un prezzo troppo alto può non finalizzarsi con la vendita di un pacchetto turistico, mentre un prezzo più basso può portare a un contratto non redditizio. Oltre a questo, fatto facilmente comprensibile, esiste un altro fenomeno meritevole di attenzione.

In molti casi, il prezzo indica anche la qualità di un prodotto ed i consumatori utilizzano il prezzo di un prodotto come un indicatore importante della sua qualità. Osservano inoltre che i consumatori/turisti tendono a fare affidamento sul prezzo più frequentemente per prendere

²⁵⁹ A. SALVATORE, *Il manuale del retailing. Strumenti e tecniche di gestione del business retail*, Milano, 2016, pg. 91.

una decisione importante, soprattutto quando i altri elementi non sono considerati di tale rilevanza per prendere la decisione.

Tuttavia, il prezzo è solo uno dei componenti che influenza le scelte dei turisti. La persuasione dell'attrazione del prodotto è fornita dalla struttura totale dei servizi e di tutti gli elementi del pacchetto turistico. L'effetto del prezzo è molto significativo; tuttavia, non potrebbe avere successo senza la cooperazione degli altri elementi (ad es. il gruppo dei prodotti offerti, la promozione e la destinazione turistica). L'organizzatore turistico dovrebbe pertanto cercare di creare valore per il pacchetto integrando tutti gli elementi di un pacchetto turistico e non concentrandosi esclusivamente sul prezzo.

Perché il prezzo è così importante nel contratto del pacchetto turistico?

La teoria classica economica²⁶⁰ fornisce una guide-line sulla natura del rapporto domanda / prezzo, accettando che il prezzo e la domanda siano inversamente correlati. Crouch²⁶¹ riferisce l'importanza del prezzo nel turismo e specialmente nel contratto del pacchetto turistico, valutando soprattutto l'impatto dell'elasticità dei prezzi sulla domanda dei turisti per determinate destinazioni.

Certamente, l'analisi dei prezzi è una delle questioni più difficili da affrontare, ma allo stesso tempo è fondamentale comprendere la corretta applicazione delle norme legali e la protezione del turista. Di conseguenza, la selezione del prezzo come elemento speciale di studio in questo progetto non è casuale. È dettato dalla necessità di comprendere teoricamente il concetto del prezzo nel contratto del pacchetto turistico, ma anche di identificare il reale impatto sull'attuazione del contratto.

A questo proposito, si dimostra che il prezzo è un costrutto complesso di natura multidimensionale, specialmente a causa della dualità nell'effetto del prezzo: il prezzo può essere un indice della quantità di sacrificio che l'individuo ha sostenuto nel consumo del prodotto, nonché il livello di qualità che l'individuo potrebbe aspettarsi²⁶². In effetti, Dodds e Monroe²⁶³ mostrano che questo duplice effetto influenzerà la predisposizione delle persone all'acquisto.

È importante ricordare che gli attributi dei prodotti turistici sono difficili da comprenderli in anticipo, poiché i loro valori non vengono osservati prima dell'acquisto del servizio. Certamente, prima del consumo, l'individuo forma aspettative sulla prossima esperienza usando una serie di segnali intrinseci ed estrinseci che danno indicazioni sui probabili

²⁶⁰ Smith, A. (1776/1987). *La Ricchezza delle Nazioni*. (A. Bagiotti, & T. Bagiotti, A cura di) Torino: Unione Tipografico-Editrice Torinese.

²⁶¹ G. I. CROUCH, *Price Elasticities in International Tourism*, in *Hospitality Research Journal*, Volume 17 issue 3, page (s): 27-39, 1994, consultabile in <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/109634809401700304>.

²⁶² DODDS W.B., MONROE K.B., and GREWAL D. (1991), 'Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations', in *Journal of Marketing Research*, Vol 28, No 3, pp 307-319; L. MASIERO, JUAN L. NICOLAU, *Price sensitivity to tourism activities: looking for determinant factors*, in *Tourism Economics*, 2012, 18 (4), 675-689, consultabile in <https://pdfs.semanticscholar.org/6738/898a5b1b1cc5204160515c62f7a668caea5f.pdf>.

²⁶³ DODDS W.B., and MONROE K.B. (1985), 'The effect of brand and price information on subjective product evaluations', *Advances in Consumer Research*, Vol 12, pp 85-90.

standard di prestazione (Gould-Williams, 1999); in questo contesto, il prezzo è un elemento di segnalazione estrinseco di qualità (Zeithaml, 1988).

Pertanto, nel contesto del turismo con una forte eterogeneità di risposta e una grande varietà di sensibilità al prezzo, il ruolo svolto dal prezzo diventa particolarmente complesso e il suo effetto non è inequivocabile; respingendo l'idea che, in tutti i casi, la domanda di prodotti turistici e attività turistiche è quella dei beni ordinari in modo tale che gli incrementi di prezzo diminuiscano i consumi; e il prezzo non è più considerato universalmente come un fattore che riduce l'utilità di una destinazione. Di conseguenza, i diversi effetti sui prezzi e, quindi, queste distinte sensibilità al prezzo dovrebbero implicitamente avere diversi fattori che spiegano questa eterogeneità²⁶⁴.

1.2 Tipologia dei prezzi nel contratto del pacchetto turistico

- ***Tariffa- prezzo fisso***

Tutte le imprese turistiche dovrebbero avere una tariffa standard, una tariffa ufficiale prima che vengano applicati eventuali sconti. Questi sono i prezzi della "brochure" stampati in anticipo per la prossima stagione. È più probabile che la frequenza a cremagliera per gli operatori di attività e attrazioni rimanga invariata durante un periodo di alta stagione senza sconti ogni giorno. Tuttavia, i fornitori di alloggi cambieranno la loro tariffa quasi ogni giorno per raggiungere la capacità.

- ***Prezzi stagionali***

I prezzi stagionali si riferiscono, il livello dei prezzi diversi durante l'anno per coprire le stagioni bassi e alti. Questi sono generalmente gli stessi periodi di ogni anno e si applicano per le vacanze scolastiche, i giorni festivi o per eventi locali in cui le date variano ogni anno.

- ***Prezzi dell'ultimo minuto***

Una strategia tariffaria comune per gli operatori turistici per colmare eventuali lacune dell'ultimo minuto. Implica i prezzi di sconto in base all'utilizzo, che vengono poi promossi sui siti Web di prenotazione last minute.

1.3 Il prezzo del servizio turistico

Le decisioni sui prezzi sono cruciali perché alla fine il prezzo che verrà addebitato per il prodotto, in relazione ai costi dell'azienda, determinerà l'utile o la perdita che viene realizzato. Il prezzo viene percepito dal consumatore come l'indicatore della qualità delle vacanze. Inoltre, svolge anche un ruolo importante nella creazione di un'identità aziendale, è quindi della massima importanza che le aziende debbano considerare le decisioni sui prezzi come parte della loro strategia di marketing. Il prezzo non dovrà essere semplicemente il risultato dell'analisi degli elementi inclusi e dell'aggiunta di una percentuale fissa per un margine di profitto dalla agenzia turistica.

²⁶⁴ L. MASIERO, J.L. NICOLAU, *Price sensitivity to tourism activities: looking for determinant factors*, Quaderno N. 11-01, Decanato della Facoltà di Scienze economiche Via G. Buffi, 13 CH-6900 Lugano, pg.2.

È importante analizzare alcuni elementi per la determinazione del prezzo di un pacchetto turistico:

- *Domanda sul pacchetto turistico*

Viene innanzitutto determinato il possibile livello di domanda sul pacchetto turistico. Poiché la domanda del mercato determinerà il limite superiore del prezzo da applicare. Se il prezzo del contratto del pacchetto turistico è troppo alto, i turisti saranno riluttanti per l'acquistare il pacchetto. In questo modo, è importante stimare le vendite dei prodotti turistici precedenti, come misura standard per prevedere la continuità degli acquisti dei contratti del pacchetto turistico.

- *Elasticità del prezzo*

I segmenti del mercato turistico sono classificati come elastici e anelastici. In un mercato anelastico la variazione dei prezzi (aumento / diminuzione) avrà un impatto scarso o nullo sulla domanda dei consumatori. Tali sono i casi di contratti turistici di lusso tutto compreso, in cui il processo decisionale del turista non è dettato dal prezzo ma da altri fattori come la destinazione, l'intrattenimento ... ecc.

Un prezzo elastico è quello che determina direttamente la variazione della domanda e dell'offerta per il contratto del pacchetto turistico. A prezzi elastici, qualsiasi modifica riflette direttamente l'entità dei contratti conclusi dai turisti e avrà un effetto significativo sul livello delle vendite turistiche.

- *Costi del pacchetto turistico*

La domanda per un determinato contratto turistico stabilisce il prezzo più alto che può essere applicato ad esso, mentre il costo del pacchetto tende ad orientarsi ai livelli più bassi. Importante è la necessità di riconoscere i costi fissi e variabili di un contratto di pacchetto turistico. Secondo Hind (1989: 228-231), è importante valutare i seguenti fattori da parte dell'agenzia di viaggi al fine di determinare il prezzo del contratto del pacchetto turistico²⁶⁵.

Secondo Meidan²⁶⁶ la determinazione dei prezzi del contratto di pacchetto turistico è una decisione molto complessa a causa della variabilità del prodotto, dell'elevato grado di concorrenza in alcuni mercati turistici e delle difficoltà nel prevedere con precisione il livello della domanda. Pertanto, non esiste un metodo di tariffazione universalmente accettata e l'approccio può variare considerevolmente da un'agenzia turistica all'altra. Una serie di caratteristiche di base dell'industria turistica influisce sui prezzi. Intanto Vaccaro²⁶⁷ ritiene che il prezzo sia una base tradizionale per la segmentazione del mercato. Il prezzo è percepito

²⁶⁵ HIND (1989: 228-231) ritiene inoltre che le compagnie viaggiatrici debbano considerare altri importanti fattori quando stabiliscono il prezzo di un prodotto. Questa considerazione aiuterà a stabilire dove tra il prezzo più basso e quello più alto, il prezzo effettivo da addebitare dovrebbero prendere in considerazione i possibili effetti dello scambio dei contratti di pacchetto turistico, la percezione del prezzo, i prezzi stagionali, la storia delle vendite dell'agenzia turistica, i prezzi della concorrenza, i prezzi scontati, i prezzi promozionali e gli sconti per i pacchetti di gruppo.

²⁶⁶ G. AVLONITIS, P. PAPASTATHOPOULOU, *Product and Services Management*, pg.184.

²⁶⁷ VACCARO.G., *I prezzi turistici. Quinto rapporto sul turismo italiano*, pg.84-85,1993.

come una garanzia di fiducia per il cliente che non ha l'esperienza e le conoscenze per valutare la qualità del prodotto. Pertanto, il prezzo dovrebbe essere visto in molte occasioni come uno strumento psicologico per comunicare il valore della marca.

2. Studio dei dati sull'impatto del prezzo nelle conclusioni dei contratti di pacchetti turistici

2.1 L'impatto del carburante sul prezzo del contratto del pacchetto turistico

Uno dei principali fattori che determina direttamente il prezzo di un pacchetto turistico è il prezzo del carburante. Quest'ultima costituisce una delle principali voci del gruppo dei costi di servizi turistici offerti. La variazione del prezzo del carburante è dettata da vari fattori che sono oggetto di studi di natura macroeconomici.

In una relativa interpretazione delle due direttive 90/314CEE²⁶⁸ ed UE 2015/2203²⁶⁹ si osserva che mentre nella prima direttiva la variazione di prezzo poteva essere effettuata anticipando la possibilità di una riduzione o di un aumento del prezzo, nella nuova direttiva il contratto deve necessariamente contemplare entrambe le possibilità. Di conseguenza, un aumento del prezzo del contratto non può escludere una riduzione del prezzo nelle condizioni di variazione del carburante. Il gruppo di fondi energetici previsti nella nuova direttiva include un cerchio più ampio dei fattori di cambiamento definendo "il prezzo del trasporto di passeggeri in funzione del costo del carburante o di altre fonti di energia".

Facendo riferimento ai dati di studio condotti in questo progetto di ricerca scientifica, riflessi dall'elaborazione di questionari indirizzati alle agenzie turistiche che operano nel mercato albanese, risulta che la variazione del prezzo del carburante costituisce un importante fattore di impatto del 45,1%. Per quanto riguarda il modo di trasporto dei visitatori stranieri, i dati mostrano che la maggior parte di loro continua ad entrare in Albania via terra. Pertanto, nel 2017 l'81% dei visitatori non residenti è entrato in Albania via terra, l'11,3% per via aerea e solo il 7,7% via mare²⁷⁰.

Tab.1

Modalità	di	2014	2015	2016	2017	2018
----------	----	------	------	------	------	------

²⁶⁸ Art.4.4.a) I prezzi stabiliti dal contratto non possono essere modificati, a meno che il contratto non preveda espressamente la possibilità, in aumento o in diminuzione, ed indichi le precise modalità di calcolo, solo per tener conto delle variazioni nei : — costi di trasporto, compreso il costo del carburante ; — diritti e tasse su certi servizi, quali tasse di atterraggio, di sbarco o di imbarco nei porti e negli aeroporti ; — tassi di cambio applicati al servizio tutto compreso in questione ;

²⁶⁹ Art.10.1 Gli Stati membri assicurano che, successivamente alla conclusione del contratto di pacchetto turistico, i prezzi possano essere aumentati soltanto qualora il contratto riservi espressamente tale possibilità e precisi che il viaggiatore ha diritto a una riduzione del prezzo a norma del paragrafo 4. In tal caso, il contratto di pacchetto turistico precisa come devono essere calcolate le revisioni del prezzo. Gli aumenti di prezzo sono possibili esclusivamente in conseguenza di modifiche riguardanti: a) il prezzo del trasporto di passeggeri in funzione del costo del carburante o di altre fonti di energia; b) il livello di tasse o diritti sui servizi turistici inclusi nel contratto imposti da terzi non direttamente coinvolti nell'esecuzione del pacchetto, comprese le tasse di soggiorno, le tasse di atterraggio, di sbarco e d'imbarco nei porti e aeroporti, oppure c) i tassi di cambio pertinenti per il pacchetto.

²⁷⁰ <http://instat.gov.al/media/4169/turizmi-ne-shifra-2018.pdf>

viaggio / Anno					
Aerea/persona	337161	400742	456931	577844	691550
Terrestre /persona	3137511	3518944	400306	4146843	4795922
Marino/persona	197919	211556	275574	393013	439331

È anche importante notare che dal trattamento dei dati ufficiali d'Instat (tab.2) risulta che nel valore totale del costo per un pacchetto turistico, l'articolo di trasporto rappresenta dal 5% al 5,8%²⁷¹.

Tab.2

Le spese per i cittadini albanesi (residenti) all'estero (in milioni di lek) per i viaggi turistici:

Anno	2013	2014	2015	2016	2017
Uscite/persona	3928	4146	4504	4852	5186
Il valore totale in milioni di Lek	165 583	178 154	165 135	166 148	179 527
I costi di trasporto in milioni di lek	9299	10442	9195	9453	9048

Di conseguenza, qualsiasi variazione del prezzo del carburante riflette in modo significativo i costi di trasporto nel pacchetto turistico.

2.2 L'impatto delle tasse sul prezzo del contratto del pacchetto turistico

L'imposta applicata sul pacchetto turistico sono classificati in due grandi gruppi. Nel gruppo delle imposte direttamente correlate al contratto turistico e che includono le imposte a livello nazionale quali: l'IVA²⁷², l'imposta sul reddito e l'imposta sul alloggio. Il secondo gruppo include le tasse direttamente correlate al costo dei servizi che comprendono un pacchetto turistico. Tali servizi includono tasse o diritti sui servizi turistici inclusi nel contratto imposti da terzi non direttamente coinvolti nell'esecuzione del pacchetto, comprese le tasse di soggiorno, le tasse di atterraggio, di sbarco e d'imbarco nei porti e aeroporti.

²⁷¹ <http://instat.gov.al/media/4169/turizmi-ne-shifra-2018.pdf>

²⁷² Il regime fiscale dell'IVA applicato ai sensi della legislazione albanese ha una caratteristica specifica in base al paese in cui il pacchetto turistico è attuato. Se le operazioni di cui alla lettera c) del presente articolo sono state effettuate all'interno e all'esterno della Repubblica d'Albania, il margine si applica solo al servizio dell'agenzia di viaggi svolta a livello nazionale. La parte del servizio di agenzia di viaggi, relativa ad operazioni al di fuori della Repubblica d'Albania, ai sensi dell'articolo 62 della legge è un servizio di intermediazione IVA 0%. Il margine dell'agenzia di viaggi viene calcolato come la differenza tra il prezzo totale pagato dal cliente e il valore reale pagato dall'agenzia di viaggi per le forniture di beni e servizi fatturati da altri soggetti passivi a condizione che ciascuna delle forniture di beni e servizi da essi derivati è ottenuto direttamente dal cliente. Il margine viene calcolato sulla base delle fatture emesse e delle fatture raccolte per un viaggio turistico. Il margine dell'agente di viaggio include l'IVA e il calcolo del valore imponibile e dell'IVA riscossi in base a questo regime è il seguente: a) Valore imponibile = margine dell'agente di viaggio - IVA riscuotibile; b) IVA riscuotibile = valore imponibile (x) aliquota IVA (20%); N. istruzione 6, data 30.01.2015

Ma non tutte queste imposte costituiscono un fattore che consente al venditore / organizzatore di modificare il prezzo del pacchetto. Secondo le definizioni della UE 2015/2203 art. 10.1 il cambiamento del prezzo del pacchetto turistico può essere realizzato solo nelle condizioni di cambiamento di tasse o diritti sui servizi turistici inclusi nel contratto imposti da terzi non direttamente coinvolti nell'esecuzione del pacchetto, comprese le tasse di soggiorno, le tasse di atterraggio, di sbarco e d'imbarco nei porti e aeroporti.

Eventuali modifiche apportate alla legislazione nazionale a seguito di riforma fiscale all'IVA, l'imposta sul reddito e la tassa di alloggio non costituiscono una causa legale per modificare il prezzo del contratto turistico. In questo senso, qualsiasi cambiamento che si rifletta nel costo dovrà essere a carico del venditore / organizzatore del pacchetto turistico.

Nel raggruppare i dati raccolti dal questionario di questo progetto di ricerca scientifica risulta che le variazioni fiscali costituiscono un fattore influente nella quantità di 45,1%, mentre riflessa come altri fattori che influenzano il prezzo del contratto, le variazioni dei redditi da subappaltatori per un importo di 4,7%. In questo contesto, è considerato di particolare importanza il sistema fiscale, nell determinare il prezzo di un pacchetto turistico. Avendo un impatto sul totale del 49,8% del fattore determinante del prezzo²⁷³.

3. Studio dell'impatto della variazione dei prezzi sulla conclusione dei contratti del pacchetto turistico in Albania

Anno dopo anno, il turismo si sta cristallizzando sempre più come uno dei principali motori dello sviluppo economico del Paese. Secondo il Rapporto sull'impatto economico del Travel and Tourism 2018 ²⁷⁴(WTTC) del World Travel and Tourism Council (WTTC) 2018, il settore del turismo ha registrato un contributo diretto, pari a circa l'8,5% del PIL. Pur includendo effetti moltiplicatori indiretti, il contributo totale lo posiziona questo settore come uno dei principali contribuenti allo sviluppo dell'economia nazionale.

Nel frattempo, per i prossimi 10 anni, vi è un notevole aumento del contributo di questo settore all'economia. Tenendo conto di questa tendenza al rialzo, si prevede che entro il 2028 l'effetto diretto e indiretto del settore turistico raggiungerà circa 1/3 del PIL totale dell'Albania. Facendo riferimento allo stesso rapporto del World Travel and Tourism Council (WTTC), gli investimenti in questo settore rappresentavano circa il 7,5% di tutti gli investimenti nel paese, mentre entro il 2028 questa cifra dovrebbe salire all'8,2%. Negli ultimi anni, anche le strutture ricettive e di servizi in funzione del turismo sono cresciute con costanti tendenze positive. Il settore dei servizi di alloggio e ristorazione comprende ristoranti, altre strutture di ristorazione, nonché sistemazioni di tipo alberghiero, pensioni, ostelli ecc. Questo settore rappresenta circa il 15% dell'intero settore dei servizi e l'11% di tutta l'attività economica in Albania. L'Europa è la principale fonte di turisti che visitano l'Albania, il che riflette che l'accesso > 3 ore da una destinazione all'altra è ancora un fattore importante per l'afflusso di viaggiatori a fini turistici. Tuttavia, recentemente i turisti provenienti dagli Stati Uniti d'America o dall'Asia, e in particolare dalla Cina, hanno mostrato

²⁷³ Dati ottenuti dal questionario utilizzato in questo progetto di ricerca

²⁷⁴ <https://wttc.org/Research/Economic-Impact/Cities>, ultimo accesso 20.07.2019.

un crescente interesse, incoraggiando indirettamente lo sviluppo di altri sottosettori del turismo, in particolare il turismo storico e culturale.

Tuttavia, rispetto ad altri paesi del Mediterraneo, lo sviluppo del turismo in Albania è ancora lontano dal potenziale rappresentato dai beni naturali, storici e culturali del paese. Infrastrutture, capacità di alloggio, qualità dei servizi, offerta e prodotti turistici sono tutti fattori che hanno in qualche modo inibito lo sviluppo sostenibile e coerente del turismo in Albania, lasciando spazio a uno sviluppo incontrollato e caotico che lo ha effettivamente mantenuto.

3.1 Le risorse

Il gruppo dei dati utilizzato in questo progetto di ricerca dottorale fa riferimento a due fondi principali.

Per primo, sono presi in riferimento tutti i dati statistici pubblicati da INSTAT in connessione allo sviluppo del turismo in generale e l'applicazione dei contratti di pacchetto turistico in particolare. Questa informazione viene utilizzata direttamente, cui dati pubblicati da INSTAT ma quando è valutato necessario è stato sottoposto a ritrattamento statistica per ridisegnare il gruppo dei dati necessari per questo studio.

Per secondo, sono stati utilizzati il gruppo dei dati ottenuti dal questionario indirizzato alle agenzie turistiche che operano nel mercato albanese e che offrono servizi di pacchetti turistici. Il questionario ha lo scopo specifico di studiare l'impatto del prezzo nella conclusione di un contratto di pacchetto turistico.

I fattori che guidano il turista nella scelta di un pacchetto turistico sono vari e variano da un turista all'altro. Per alcuni di essi la selezione può essere dettata dalla destinazione turistica, dal gruppo di servizi offerti e dalle preferenze di intrattenimento. Mentre per una parte significativa dei turisti il fattore che ha dettato la selezione del pacchetto turistico è il prezzo. Di conseguenza questo studio con un focus limitato si concentra su un'approfondita analisi dell'impatto del prezzo sulla conclusione di un contratto di pacchetto turistico. Il gruppo di agenzie turistiche che operano nel mercato albanese sono registrati nei dati del Ministero del Turismo e dell'Ambiente albanese. Questi ultimi sono stati un partner importante nello svolgimento di questo studio e hanno aiutato con la loro esperienza e le informazioni fornite per questo progetto.

In questo studio sono utilizzati in modo combinato i seguenti metodi per ottenere i risultati della ricerca:

Il metodo analitico è stato utilizzato per analizzare le disposizioni legali sul concetto del prezzo del contratto. In questo senso, questo metodo è stato usato per fornire innanzitutto: l'analisi della legislazione a livello internazionale e nazionale al riguardo il prezzo del contratto di pacchetto turistico. Questo metodo mi ha servito per sintetizzare e analizzare i dati raccolti tramite il questionario. Per l'analisi dei dati raccolti attraverso il sondaggio, sono

stati utilizzati i programmi R-studio²⁷⁵ e Stata 14²⁷⁶, attraverso i quali i risultati del sondaggio sono stati tradotti nel formato e nella lingua adattata a questo studio.

Il metodo statistico si applica negli approcci induttivi di generalizzazione, il che significa che, sulla base di un certo numero di elementi di qualsiasi comunità o serie di fenomeni e di eventi, si definiscono le conclusioni generali sui valori medi del campione dello studio. Come parte del metodo statistico, il sondaggio è stato utilizzato in questo studio. Il questionario è stato diretto alle agenzie di viaggio. Attraverso l'uso della tecnica intercombinata in domande aperte e chiuse, si intende ottenere risultati completi, veri e corretti che provano l'impatto dell'elemento prezzo nel contratto del pacchetto turistico. Nel determinare l'affidabilità dei dati raccolti attraverso il questionario, viene preso in

$$\frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)} \quad 277$$

considerazione il risultato della misura del campione

Attraverso il metodo interpretativo i risultati del questionario hanno subito la loro interpretazione sistematica. Questo metodo è servito soprattutto nei sforzi per identificare il significato del prezzo nella scelta del turista.

Per raggiungere l'obiettivo finale dello studio stesso, che appare non solo nel tempo ma anche nelle questioni che affronta, è valutato importante utilizzare una combinazione di metodologie per raggiungere l'obiettivo finale. La ricerca e la selezione della letteratura, è valutato come primo e importante passo nella raccolta di letteratura chiave e ausiliaria, in accordo con l'oggetto dello studio. Inizialmente, i materiali (libri, articoli scientifici, monografie, decisioni giudiziarie, articoli presentati a conferenze scientifiche) sono stati accuratamente selezionati per essere non solo in accordo con l'oggetto dello studio, ma per essere materiali di qualità. A causa della mancanza di letteratura albanese per quanto riguarda l'argomento dello studio, e anche la mancanza delle decisioni giudiziari dalle corti albanesi, sono stati utilizzati pochi materiali degli autori albanesi per questo studio.

Il metodo descrittivo, si è ritenuto necessario utilizzarlo per descrivere, attraverso una trattazione storica e cronologica, la nascita e lo sviluppo del contratto del pacchetto turistico. Il metodo descrittivo è utilizzato in questo studio, alla fine di chiarire il significato del concetto di contratto di pacchetto turistico in generale, nonché i suoi elementi essenziali, e gli strumenti sulla tutela del turista.

Il metodo analitico è stato utilizzato per analizzare le disposizioni legali in questo campo, per comprendere meglio la posizione dei legislatori europei e italiani e per analizzare il modello in

²⁷⁵ www.r-project.org

²⁷⁶ www.stata.com

²⁷⁷ Dai calcoli della formula della misura del campione, i risultati del questionario si riferiscono alle 133 risposte raccolte, il margine di errore è del 5% e il livello di fiducia nell'accuratezza delle risposte risulta del 90%.

cui questi approcci possono essere applicati nella realtà albanese. In questo senso, questo metodo è stato usato per fornire innanzitutto: l'analisi della legislazione a livello internazionale e nazionale e poi l'analisi della pratica giurisprudenziale in relazione a questo contratto. Questo metodo mi ha servito per sintetizzare e analizzare importanti questioni di giurisprudenza, che hanno fortemente influenzato lo sviluppo del concetto del contratto del pacchetto turistico. L'analisi delle disposizioni normative dell'Unione Europea (Le direttive UE 2015/2302 e 90/314 / CEE), l'analisi della legislazione italiana su questo campo e le previsioni della legislazione albanese sono il risultato dell'uso del metodo analitico-sintetico.

Abbiamo considerato inevitabile l'uso del metodo comparativo, che viene utilizzato in due direzioni: (1) tra le disposizioni della legislazione dell'Unione europea e l'attuale normativa legale albanese per identificare e concentrarsi sulle principali differenze del concetto del contratto di pacchetto turistico. (2) confrontando la legislazione italiana e quella albanese per evidenziare gli elementi comuni e le somiglianze che hanno sia i sistemi giuridici contrattuali in generale sia le principali differenze su questo tipo di contratto. Questo confronto mira a mettere in evidenza la grande opportunità che il legislatore albanese ha di fare riferimento alla legislazione e alla giurisprudenza italiana.

Il metodo comparativo - *diacron* che cerca di confrontare lo stesso fenomeno in tempi diversi viene utilizzato solo nel primo capitolo, dove il contratto del pacchetto turistico è stato visto in un'analisi comparativa dalla nascita del concetto di tour organizzati del "*The grand tour*" che ha segnato l'emergere del concetto del pacchetto turistico fino alle definizioni della legislazione moderna. Il metodo comparativo - *sincron* è stato utilizzato per analizzare le caratteristiche del contratto del pacchetto turistico nella legislazione nazionale e quella dell'Unione europea. Attraverso il metodo interpretativo le disposizioni legali hanno subito la loro interpretazione sistematica. Questo metodo è servito soprattutto ai fini dell'identificazione del significato e degli elementi del contratto del pacchetto turistico nella legislazione albanese. L'interpretazione delle disposizioni legali ha anche contribuito a identificare gli obblighi delle parti in questo rapporto contrattuale.

3.3 L'ipotesi

- 1. Il prezzo costituisce un fattore importante nella conclusione di un contratto di pacchetto turistico*
- 2. La variazione del prezzo del pacchetto turistico è dovuta a fattori oggettivi e rispetta tutti i criteri stabiliti dalla legislazione internazionale e nazionale.*
- 3. Il turista / consumatore ha diritto a una protezione completa da qualsiasi variazione del prezzo del contratto di pacchetto turistico.*

3.4 Analisi dei dati

L'analisi e l'interpretazione dei dati raccolti, oltre a consentire l'inquadramento del problema e delle assunzioni chiave che da esso derivano, ci ha consentito, nell'ultima parte del nostro

lavoro, di formulare delle indicazioni per la realizzazione di un “sistema informativo integrato” che offre informazioni completi sul prezzo del contratto del pacchetto turistico.

La raccolta e la gestione preliminare dei dati sul turismo albanese è affidata ad alcuni organismi istituzionali nazionali come:

- INSTAT, Istituto Albanese di Statistica;
- Ministero del turismo e dell'ambiente

Essi hanno il compito di effettuare indagini e ricerche statistiche, insieme ad Enti, consorzi, imprese, Pubbliche Amministrazioni ed erogatori di servizi diversi che tuttavia raccolgono informazioni sul turismo

Dall'analisi incrociato dei dati del questionario indirizzato alle agenzie turistiche con i dati di Instat e del Ministero del turismo e dell'ambiente mostra che la vendita di pacchetti turistici occupa un posto di primaria importanza nel gruppo di servizi turistici offerti sul mercato albanese.²⁷⁸.

Il gruppo di soggetti a cui è indirizzato il questionario mira a includere e aggregare in modo completo le informazioni più accurate e complete possibili. (illustrato in fig. 1 e 2)²⁷⁹

Nel tentativo di confermare la prima ipotesi, "il prezzo costituisce un fattore importante nella conclusione di un contratto di pacchetto turistico", si valuta che lo studio dei dati si riferisca innanzitutto alla determinazione del quadro normativo applicato a tali contratti. I dati raggruppati in base ai risultati del questionario sono riportati nella scheda. 4 in cui si riferisce al dec. Leg. no. 65/2009 seguito dall'applicazione delle normative nazionali e internazionali. Altri dati sono raggruppati dallo studio dei modelli di contratto utilizzati da alcune agenzie turistiche che fanno riferimento all'applicazione legale del CVV e della Direttiva 90/314 CEE. È particolarmente importante notare che tale riferimento legale non rappresenta accuratamente il quadro normativo applicato in Albania per l'attuazione dei contratti di pacchetto turistico, poiché il CVV non è stato ratificato dal legislatore albanese. Mentre l'acquis communitarium non è direttamente applicabile nella legislazione nazionale, ma ai sensi dell'ASA (Accordo di stabilizzazione e associazione) tutta la normativa nazionale deve andare verso l'adattamento all'acquis comunitarium.

È evidenziato un collegamento diretto tra il gruppo di servizi offerti e il prezzo di un contratto di pacchetto turistico. Dai dati elaborati si stima che i contratti di pacchetti turistici che sono più ampi nel mercato albanese siano quelli che includono un gruppo di 3 e 4 servizi turistici, a fronte di un raro approccio di contratti con 2 e più di 4 servizi turistici.(illustrato in fig.3)

Tali contratti si riferiscono ad un prezzo più diffuso nella gamma di € 100-300; € 300-500 euro e € 500-800, opposti a un raro approccio ai prezzi dei pacchetti inferiori a 100 euro e ai pacchetti superiori a 800 euro (illustrato in fig.4).

²⁷⁸ 45.1% importante e 31.6% primario (dati ottenuti tramite il questionario)

²⁷⁹ Le figure 6 e 7 presentano la mappa dell'Albania con la posizione delle agenzie turistiche e la mappa delle agenzie turistiche che sono diventate parte dello studio e hanno risposto al questionario.

In applicazione di quanto sopra, abbiamo confermato dal gruppo dei dati raccolti che il prezzo di un contratto di pacchetto turistico non è solo strettamente correlato alla conclusione del contratto, ma esiste un collegamento diretto tra esso e il gruppo di servizi offerti all'interno del pacchetto. Nel tentativo di confermare la seconda ipotesi: "La variazione del prezzo del pacchetto turistico è dovuta a fattori oggettivi e rispetta tutti i criteri stabiliti dalla legislazione internazionale e nazionale" Viene effettuata l'analisi statistica dei dati e la loro coerenza con le disposizioni normative vigenti. La modifica del prezzo di un contratto di pacchetto turistico è un fenomeno che, secondo le agenzie di viaggio, appare spesso nella loro attività. Questi cambiamenti sono dettati da diversi fattori, ma in larga misura dalle variazioni del prezzo del carburante e dalle variazioni fiscali che spesso comportano cambiamenti associati con i cambiamenti dai servizi subappaltatore.

Un'analisi approfondita di questi fattori è presentata nelle sezioni 2.1 e 2.2 di questo capitolo. Tutti i risultati di cui sopra riflettono la variazione del prezzo del contratto. La variazione del prezzo appare nella maggior parte in aumento e raramente o mai in diminuzione. I dati raccolti mostrano una variazione dell'8% e del 10% del prezzo iniziale del contratto a fronte di un raro approccio di variazioni dei prezzi nel valore di 5% e oltre il 10% del prezzo iniziale.

Nel contesto delle definizioni della Direttiva UE 2015/2302, la variazione del prezzo può essere realizzato solo se sono compiute determinate condizioni:

1. Il cambiamento del prezzo è stato espressamente specificato nel contratto
2. Ci sono motivi legittimi per il cambiamento del prezzo
3. Qualsiasi modifica superiore al valore dell'8% del prezzo iniziale è considerato una modifica fondamentale del contratto
4. La notifica del turista in merito alla modifica del prezzo deve essere effettuato entro un termine ragionevole ma non oltre 20 giorni dopo l'inizio del contratto.

Nella normativa nazionale è previsto che il prezzo del contratto del pacchetto turistico non è soggetto di revisione a meno che il contratto non preveda chiaramente la possibilità di una modifica di tale prezzo e specifichi precisamente il metodo di calcolo del prezzo modificato. Le condizioni per modificare il prezzo includono:

1. Modifica dei costi di trasporto inclusi i costi del carburante
2. Importi crescenti da pagare, tasse o tasse addebitate per l'uso di determinati servizi ai sensi del contratto
3. Variazione del tasso di cambio,
4. La notifica del modifico del prezzo deve essere effettuato entro un termine ragionevole ma non oltre 20 giorni dopo l'inizio del contratto.
5. Qualsiasi modifica del prezzo a un valore superiore al 5% costituisce una modifica sostanziale del contratto.

L'obbligo di notifica è stato rispettato all'81,2%, e i mezzi di comunicazione sono la notifica verbale e la notifica attraverso mezzi elettronici di comunicazione. Dai dati elaborati si stima che il momento di notifica è di 10 giorni o meno di 5 giorni prima dell'esecuzione del contratto e raramente la notifica si realizza 20 giorni prima dell'esecuzione del contratto.

Lo studio dei dati raccolti mostra che la seconda ipotesi non è comprovata, poiché abbiamo numerose violazioni delle definizioni giuridiche applicate dalla direttiva europea EU 2015/2302 e dec.leg. no. 65/2009. Secondo i dati studiati, il limite legale dell'8%²⁸⁰ (secondo la direttiva EU 2015/2302) e di 5%²⁸¹ (secondo il dec.leg.no.65/2009) di variazione del prezzo non è rispettato e il termine di 20 giorni prima dell'esecuzione del contratto, per la notifica della modifica del prezzo al consumatore nemmeno è stato rispettato.

Nel tentativo di confermare la terza ipotesi: “Il turista / consumatore ha diritto a una protezione completa da qualsiasi variazione del prezzo del contratto di pacchetto turistico”, è stato ritenuto importante determinare quale fosse la decisione del consumatore in caso di variazioni dei prezzi. Secondo i dati analizzati, è stato stimato che in casi di variazione del prezzo il turista procedeva spesso all'esecuzione del contratto e raramente era attratto dalla conclusione del contratto (grafico 2). Il turista ha presentato raramente o mai richiesta di risarcimento per il danno subito (graf.3). Nei casi in cui queste richieste sono state presentate dal turista/consumatore, sono state risolte nelle maggior casi con comune accordo e quasi mai o raramente giudizialmente (grafico 4).

Tutti i dati di cui sopra analizzati, indicano una completa mancanza di fiducia nella protezione giuridica che deve essere garantita ai consumatori. Ciò è dimostrato dalla loro scelta di non chiedere un risarcimento e nei pochi casi in cui tale richiesta viene fatta per risolverlo non con mezzi giudiziari. Gli indicatori sopra analizzati sono una conseguenza della mancanza di informazioni sulle garanzie che la normativa nazionale prevede sulla tutela dei consumatori in caso di acquisto di pacchetti turistici. Ciò è dovuto alla mancanza di strutture specializzate che devono fornire informazioni gratuite ai turisti che desiderano acquistare un contratto di pacchetto turistico.

²⁸⁰ Direttiva EU 2015/2302

²⁸¹ Dec. leg. no. 65/2009.

CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

Alla conclusione di questo studio, che si concentra sull'importanza e l'applicazione del contratto di pacchetto turistico nel diritto contrattuale albanese, basato su un'analisi delle direttive albanesi, italiane e dell'Unione europea, sono state tratte alcune conclusioni che serviranno a mostrare in sintesi il valore, l'importanza e il ruolo pratico di questo contratto. Queste conclusioni sono combinate con alcune raccomandazioni, che sono principalmente dirette all'attuazione del contratto da parte del legislatore albanese. Lo scopo di questa ricerca dottorale si basa sul tentativo di aiutare a regolare il quadro giuridico albanese sui contratti di pacchetto turistico. Questo contratto atipico nel diritto nazionale riconosce una regolamentazione legale vaga. Il concetto del contratto di pacchetto turistico è previsto dagli articoli 46 e 47 della legge ... "Sulla protezione dei consumatori" e dal dec.leg. n. 65/2009 "Contratto di pacchetto turistico". L'emergere del concetto di viaggio turistico organizzato è prematuro²⁸², a differenza della regolamentazione legale del contratto che è arrivata troppo tardi nel tentativo di uniformare le garanzie a tutela dei turisti. In linea con questo obiettivo, lo sviluppo della legislazione ha attraversato varie fasi, con particolare attenzione alla massima protezione per il turista. Il primo atto in tal senso è stata la Convenzione CVV di Bruxelles, che gli riconosce il grande merito nel definire per la prima volta il concetto di contratto turistico. Questo atto attualmente ha solo un valore storico, poiché i concetti relativi al contratto del pacchetto turistico sono cambiati significativamente a causa di fattori tecnologici.

La giurisprudenza sui contratti di pacchetto turistico è stata sviluppata a livello europeo ma anche nazionale, risolvendo problemi legati in particolare all'applicazione del principio di *buona fede* come garanzia di piena ed equa attuazione del contratto per ciascuna delle parti contraenti. Le principali difficoltà sono state identificate per primo nel definire il concetto di "pacchetto turistico". È stata la Corte di giustizia europea che si è pronunciata su i casi C-400/00²⁸³ e C-237/97²⁸⁴ che ha completato questo concetto.

A livello europeo, la legislazione sui contratti di pacchetto turistico è in costante evoluzione ed ha avuto un approccio coerente per garantire la massima protezione dei turisti. Questi sviluppi non si sono pienamente rispecchiati nella legislazione albanese, di conseguenza,

²⁸² *The handy geography answer book*, University of Hawaii Press, volume 60, 1988, pg. 185-186.

²⁸³ Tutti i suggerimenti in "tutto compreso" in tutto. 2, comma 1, della direttiva del Consiglio del 13 agosto 1990, 90/314 / CEE, relativa ai viaggi, ai posti vacanti e ai circuiti della Convenzione, comprese le interpretazioni da fare per includere l'organizzazione delle disposizioni di viaggio. è il più ricco in un consumatore o in un gruppo di dichiaranti del consumatore ed è conforme al più ricco. Mezzogiorno "prefissata combinazione". 2, comma 1, la direttiva 90/314 include interpretazioni che devono comprendere combinazioni di servizi turistici e stabilità nel momento in cui il contraente è tenuto a fornire assistenza di viaggio e materiali di consumo.

²⁸⁴ "La direttiva del Consiglio del 13 agosto 1990, riguarda l'uso di posti vacanti e circuiti non come richiedenti: come costituito da scambi scolastici della durata approssimativa nel mezzo dell'opposizione; che hanno preso lo scopo il fatto che lo studente ha frequentato l'istituto scolastico in un paese ospitante che ha familiarità con la sua società e la sua cultura e, mentre lo studente è iscritto gratuitamente presso una famiglia ospitante, come se fosse un membro della "

durante questa ricerca sono stati identificati grandi deficit in termini di protezione del consumatore / turista.

L'attuazione pratica del contratto di pacchetto turistico è in aumento²⁸⁵, rendendo la domanda di regolamentazione legale sempre più immediata. La prima problematica identificata nel contesto della legislazione albanese sul contratto di pacchetto turistico si riferisce all'esistenza di un quadro giuridico incompleto e alla mancanza di riferimento agli atti internazionali in questo campo. In particolare, il dec.leg. n 65/2009 che disciplina attualmente il contratto, si riferisce ad allineare i suoi concetti con la direttiva 90/314 / CCE. Questa direttiva é stata abrogata e sostituita con la nuova Direttiva UE 2015/2302 il 1 ° luglio 2018. Nel contesto degli obblighi derivanti per lo Stato albanese dalla firma dell'ASA, è necessario il ravvicinamento della legislazione nazionale a quella dell'UE. In termini di contratto del pacchetto turistico, questo obbligo non è stato rispettato.

Raccomandazione I

Il primo suggerimento di questo progetto si basa sull'obbligo di modificare e allineare il quadro giuridico albanese sui contratti di pacchetto turistico con le definizioni della nuova direttiva UE 2015/2302. Vorremmo anche suggerire un cambiamento nella forma dell'atto legale, suggerendo la redazione di una legge specifica sui contratti di pacchetto turistico e non un dec.leg., come è l'atto effettivo che regola questo contratto. Questo cambiamento è suggerito in base al fatto che l'importanza di questo contratto ha sulla realtà economica albanese, ma anche alla complessità dei concetti giuridici ad esso correlati potrebbe riflettersi pienamente in una legge specifica. Un'altra problematica evidenziata si riferisce alla base giuridica di una serie di contratti tipici utilizzati dagli agenti di viaggio che operano nel mercato albanese. Dallo studio dei contratti²⁸⁶, questi contratti si riferiscono all'attuazione della Convenzione di Bruxelles (CCV / 1970) e della Direttiva 90/314 / CCE. Entrambi questi atti giuridici internazionali non hanno applicazione nella legislazione nazionale albanese. La convenzione per il fatto che lo stato albanese non lo abbia ratificato e la direttiva per il fatto che l'Albania non è ancora membro dell'Unione europea, di conseguenza l'acquis comunitario non può essere attuato da esso. In questo senso, una regolamentazione legale completa e accurata del contratto di pacchetto turistico attraverso una legge speciale contribuirebbe ad evitare errori di riferimento legale. Questo problema non è di minore importanza poiché l'errore nel riferimento legale avrà conseguenze dirette sulla validità del contratto e influenzerà direttamente gli interessi del consumatore / turista.

Questo studio analizza l'approccio adottato dal legislatore italiano nei confronti del contratto di pacchetto turistico. Lo studio ha identificato l'esistenza di un quadro giuridico ben organizzato al riguardo. L'attuazione diretta della Direttiva UE 2015/2302 e delle definizioni del Codice del Consumo e del Turismo insieme alle disposizioni legislative a livello regionale creano un quadro completo del contratto di pacchetto turistico. Di conseguenza, la protezione e le garanzie del turista sono presentate ad alti livelli.

²⁸⁵ Basato su n. di turisti che entrano e escono dall'Albania secondo Instat

²⁸⁶ Vengono analizzati i contratti tipici utilizzati dalle agenzie di viaggio in Albania

Raccomandazione II

In secondo, suggeriremmo che durante la stesura dell'atto giuridico si dovrebbe tenere presente il modello di regolamentazione legale del contratto di pacchetto turistico nella legislazione italiana e la sua ricca pratica giurisprudenziale. Più specificamente, tenendo conto delle caratteristiche specifiche che alcune regioni del territorio albanese rappresentano nel settore del turismo, suggeriremmo di aumentare le competenze degli enti governativi locali nell'adottare decisioni specifiche che regolano l'applicazione dei contratti di pacchetto turistico nelle regioni dell'Albania. Più specificamente, suggeriremmo di adottare le decisioni dei consigli comunali in diverse città per aiutare a sviluppare il turismo e i pacchetti turistici in queste città.

Durante lo studio ci siamo concentrati innanzitutto sull'interpretazione legale degli atti giuridici nel contratto di pacchetto turistico, con l'obiettivo principale di identificare i problemi e le ambiguità che possono derivare da essi. Lo studio mirava a identificare risultati concreti e tenere conto delle preoccupazioni dirette dei consumatori. In questo senso, sono stati analizzati gli obblighi derivanti dal contesto delle informazioni precontrattuali. Per quanto riguarda il concetto di informazione precontrattuale, è importante distinguerlo dalla pubblicità. A questo proposito, la Corte di San Paolo²⁸⁷ ha dichiarato che il consumatore che ha acquistato un pacchetto turistico di una crociera per poi scoprire che il servizio fornito non soddisfa la qualità descritta nell'opuscolo e nel contratto avrà una riduzione proporzionale del prezzo. Quindi, quando c'è un'incompatibilità tra il contenuto dell'offerta e la pubblicità del servizio, le clausole contrattuali del contratto sono annullabili a causa del difetto di informazione. Dal punto di vista del venditore del pacchetto turistico, c'è un effetto vincolante, che significa un'offerta che lega con precisione il venditore alle condizioni offerte nella pubblicità. Il venditore è obbligato a soddisfare tutti i termini della sua offerta, che è una condizione preliminare per il contratto. Pertanto, nella cosiddetta offerta pubblica, che coinvolge un gruppo indeterminato di persone, il venditore è obbligato per quanto riguarda il limite del numero di prodotti e la capacità dei servizi offerti, il venditore deve indicare espressamente la quantità che è in grado di fornire attraverso l'offerta. In questo contesto, se un'agenzia turistica offre al pubblico un "pacchetto turistico" in una destinazione turistica, l'agenzia deve indicare nell'offerta pubblicitaria quanti pacchetti è in grado di coprire entro i termini dell'offerta e / o il limite del tempo della offerta. Questo è un'informazione importante perché l'offerta lega il venditore ai termini del contratto. Una tale definizione non trova la giusta protezione legale nella legislazione albanese²⁸⁸. Dove non sono rari i casi in cui i consumatori turistici a partire da un'offerta pubblicitaria sono interessati a concludere un contratto di pacchetto turistico, però al momento della conclusione del contratto vengono notificati dall'agenzia turistica per il completamento del numero di offerte a disposizione dei consumatori. Di conseguenza, ciò costituisce una pratica commerciale sleale e contraddice non solo il principio di *buona fede* che regola questo rapporto contrattuale, ma anche la protezione che dovrebbe essere offerta al consumatore turistico. In ogni caso in cui gli

²⁸⁷ GORETTI M., LIMA S., *Traveller Vulnerability in the Context of Travel and Tourism Contracts*, Springer, 2018, pg.73.

²⁸⁸ Mancanza di una regolamentazione legale sull'obbligo dell'agenzia turistica di rimanere vincolata dall'obbligo di rispettare le informazioni pubblicitarie (Dec. Leg. n. 65/2009)

interessi del turista siano violati a causa di una violazione totale / parziale del contratto, la legislazione europea e italiana riconosce l'applicazione del concetto di " danno da vacanza rovinata ".

Un ruolo essenziale nel sviluppo del concetto di danno da vacanza rovinata ha la giurisprudenza della Corte di giustizia europea. Per la prima volta, con il caso 168/00, a livello comunitario è stato fatto un passo molto importante, affermando la ricompensa del danno causato dalle *vacanze rovinate*. La Corte di giustizia europea nella causa C-168/00 ha dichiarato che: "L'articolo 5 della direttiva 90/314 / CEE deve essere interpretato nel senso che il consumatore ha il diritto al risarcimento dei danni morali derivanti dall'inadempimento o incompleta esecuzione dei servizi forniti nel caso di viaggi "tutto compreso"²⁸⁹. La sentenza ha aperto la strada a modifiche legislativi e ai principi generali degli Stati membri in materia di responsabilità civile.

Raccomandazione III

In terzo, suggeriremmo l'inclusione nella legislazione albanese di concetti giuridici nella tutela degli interessi dei consumatori. Tale sarebbe l'inclusione del concetto di "danno da vacanza rovinata", in linea con il concetto italiano di "danno da vacanza rovinata". Questo concetto legale riconosce la possibilità di ripristinare gli interessi dei turisti che non hanno invece realizzato l'acquisto del pacchetto turistico. L'attuale legislazione albanese non riconosce la possibilità di un risarcimento per danni in caso di mancata attuazione o parziale esecuzione del contratto turistico. Per richiedere un risarcimento danni, il turista albanese dovrebbe fare riferimento alle disposizioni generali del codice civile sui danni contrattuali poiché il dec.leg.no. 65/2009 non apporta alcuna modifica ai danni ai sensi del Contratto di pacchetto turistico.

Suggeriamo di tenere presente le definizioni che il legislatore italiano fa sul concetto di "danno da vacanza rovinata" per due motivi:

in primo luogo, per le grandi somiglianze che i due sistemi giuridici hanno tra loro

in secondo luogo, per la giurisprudenza lunga e di successo che si è sviluppata su questo concetto nella realtà giudiziaria italiana.

Durante lo studio è stato analizzato l'acquisto di un contratto di pacchetto turistico da parte del turista albanese nei confronti dello stato russo²⁹⁰. Durante l'intera procedura di acquisto

²⁸⁹ Il caso *Simone Leitner C-168/00*: "una famiglia ha prenotato un pacchetto vacanze all inclusive in un resort estivo in Turchia. Tuttavia, due dei loro bambini si sono ammalati dalla salmonella dopo aver cenato al ristorante dell'hotel. I bambini sono stati ricoverati in ospedale per un giorno. La famiglia ha richiesto il risarcimento del danno ai sensi dell'articolo 14 della direttiva CEE 90/314, secondo cui l'organizzatore dovrebbe coprire tutte le spese che questo incidente ha implicato, comprese le spese mediche, il fatto di non poter utilizzare i servizi di viaggio concordati nel periodo pertinente e anche il danno morale per la perdita di godimento causata dall'incidente.

²⁹⁰ Capitolo 3 dello studio. Durante l'attuazione delle procedure per l'acquisto di un contratto di pacchetto turistico per lo stato russo da parte di un cittadino albanese attraverso la piattaforma online dell'agenzia di

del pacchetto si evidenzia l'inosservanza dell'obbligo di informazione per ottenere un visto turistico sia prima e durante l'acquisto del contratto. Di conseguenza, anche se il turista acquista il contratto, è impossibile eseguirlo a causa della mancanza di un visto turistico. In tali circostanze, a favore del diritto al risarcimento del turista a causa dei danni causati dal mancato rispetto del contratto dall'agenzia turistica che non rispetta gli obblighi di legge, dovrebbe anche essere accusato di responsabilità amministrativa. Attualmente, la legislazione albanese non prevede alcuna clausola sulla responsabilità amministrativa dell'agenzia turistica per violazioni gravi o ripetute degli obblighi di legge.

Raccomandazione IV

In quarto luogo, si suggerisce la creazione di un sistema di sanzioni amministrative per le agenzie di viaggio che non rispettano gli obblighi di legge sulla vendita di contratti turistici, e che sono associati con gravi danni al turista e ad inasprire le sanzioni in caso di violazione ripetuta.

Sulla base di questo studio, suggeriamo che a favore del diritto al risarcimento per il turista a causa del danno causato dalla mancata osservanza del contratto per l'agenzia turistica che non rispetta gli obblighi di legge sia a carico della responsabilità amministrativa. Suggeriamo di imporre multe superate, da multe fino al completamento dell'attività commerciale per l'agenzia turistica. Il sistema di punizione dovrebbe essere rafforzato in caso di ripetute violazioni da parte dell'agenzia di viaggi.

Uno degli elementi essenziali di un contratto di pacchetto turistico è il prezzo. Il prezzo rappresenta il valore economico del contratto e per alcuni turisti un fattore importante nella loro decisione di acquistare il contratto. Per questo motivo i suoi prezzi e il loro impatto sul contrasto del pacchetto turistico sono trattati in un capitolo di questo studio. Durante lo studio ci siamo concentrati sull'analisi della legislazione internazionale sulle definizioni dei prezzi dei contratti e su come si rifletteranno nella legislazione albanese. Uno dei principali fattori che determina direttamente il prezzo di un pacchetto turistico è il prezzo del carburante. Quest'ultima costituisce una delle principali voci del gruppo dei costi di servizi turistici offerti. Facendo riferimento ai dati di studio condotti in questo progetto di ricerca scientifica, riflessi dall'elaborazione di questionari indirizzati alle agenzie turistiche che operano nel mercato albanese, risulta che la variazione del prezzo del carburante costituisce un importante fattore di impatto del 45,1%. Per quanto riguarda il modo di trasporto dei visitatori stranieri, i dati mostrano che la maggior parte di loro continua ad entrare in Albania via terra. È anche importante notare che dal trattamento dei dati ufficiali d'Instat (tab.2) risulta che nel valore totale del costo per un pacchetto turistico, l'articolo di trasporto rappresenta dal 5% al 5,8%.

L'imposta applicata sul pacchetto turistico è classificata in due grandi gruppi. Nel gruppo delle imposte direttamente correlate al contratto turistico e che includono le imposte a livello

viaggi, non è stato adempiuto l'obbligo di fornire informazioni precontrattuali per ottenere i visti turistici. Durante l'intera procedura di acquisto non è stato comunicato il mezzo di viaggio necessario per questo pacchetto (passaporto e visto turistico). Di conseguenza, il viaggio non sarebbe possibile in assenza del visto turistico, la cui notifica è l'obbligo del tour operator che vende il contratto di offrire al turista

nazionale quali: l'IVA²⁹¹, l'imposta sul reddito e l'imposta sul alloggio. Il secondo gruppo include le tasse direttamente correlate al costo dei servizi che comprendono un pacchetto turistico. Tali servizi includono tasse o diritti sui servizi turistici inclusi nel contratto imposti da terzi non direttamente coinvolti nell'esecuzione del pacchetto, comprese le tasse di soggiorno, le tasse di atterraggio, di sbarco e d'imbarco nei porti e aeroporti.

Ma non tutte queste imposte costituiscono un fattore che consente al venditore / organizzatore di modificare il prezzo del pacchetto. Secondo le definizioni della UE 2015/2203 art. 10.1 il cambiamento del prezzo del pacchetto turistico può essere realizzato solo nelle condizioni di cambiamento di tasse o diritti sui servizi turistici inclusi nel contratto imposti da terzi non direttamente coinvolti nell'esecuzione del pacchetto, comprese le tasse di soggiorno, le tasse di atterraggio, di sbarco e d'imbarco nei porti e aeroporti.

Raccomandazione V

Il prezzo è dettato e influenzato principalmente dall'impatto delle imposte applicate al contratto. L'istruzione n. 6/2015 sull'IVA regola in modo specifico il regime fiscale del valore aggiunto dei pacchetti turistici fissando l'IVA all'aliquota del 20% per i pacchetti turistici attuati nel territorio albanese e dello 0% per quelli attuati al di fuori del territorio nazionale. Mentre la legge n. 71/2017 ha stabilito l'attuazione del regime IVA ridotta del 6% per i servizi di alloggio al hotel. Questa misura è stata presa come uno sforzo positivo per influenzare l'aumento del turismo. Sugeriamo che il regime IVA ridotto del 6% si applica in generale all'intero prezzo del pacchetto turistico e non solo al un servizio componente. Innanzitutto, l'impatto positivo di tale misura sarebbe sulla crescita dei numeri di turisti che acquistano il pacchetto e il secondo impatto sarebbe evitare il complicato sistema di calcolo delle passività fiscali per le agenzie turistiche, accompagnato da minori costi amministrativi per le agenzie.

Raccomandazione VI

La struttura responsabile della gestione del settore turistico in Albania a livello centrale è il Ministero del turismo e dell'ambiente, che ha sotto l'autorità l'Agenzia nazionale del turismo con la funzione di promuovere il turismo albanese. Questa agenzia è la struttura responsabile per l'adozione di misure per il corretto funzionamento e la garanzia della protezione dei diritti dei turisti. In questo senso le sue funzioni sono di natura generale e non

²⁹¹ Il regime fiscale dell' IVA applicato ai sensi della legislazione albanese ha una caratteristica specifica in base al paese in cui il pacchetto turistico è attuato.

Se le operazioni di cui alla lettera c) del presente articolo sono state effettuate all'interno e all'esterno della Repubblica d'Albania, il margine si applica solo al servizio dell'agenzia di viaggi svolta a livello nazionale. La parte del servizio di agenzia di viaggi, relativa ad operazioni al di fuori della Repubblica d'Albania, ai sensi dell'articolo 62 della legge è un servizio di intermediazione IVA 0%. Il margine dell'agenzia di viaggi viene calcolato come la differenza tra il prezzo totale pagato dal cliente e il valore reale pagato dall'agenzia di viaggi per le forniture di beni e servizi fatturati da altri soggetti passivi a condizione che ciascuna delle forniture di beni e servizi da essi derivati è ottenuto direttamente dal client. Il margine viene calcolato sulla base delle fatture emesse e delle fatture raccolte per un viaggio turistico.

Il margine dell'agente di viaggio include l'IVA e il calcolo del valore imponibile e dell'IVA riscossi in base a questo regime è il seguente: a) Valore imponibile = margine dell'agente di viaggio - IVA riscuotibile; b) IVA riscuotibile = valore imponibile (x) aliquota IVA (20%); N. istruzione 6, data 30.01.2015

specifiche. Pertanto, suggeriremmo la creazione di un'agenzia speciale come struttura costitutiva del Ministero del Turismo e dell'Ambiente con funzioni specifiche sull'esercizio del controllo sul mercato dei contratti turistici scambiati dalle agenzie turistiche nel territorio albanese.

Questa agenzia dovrà essere completamente attrezzata per eseguire controlli in loco basati su due mezzi: principalmente e sulla base dei reclami dei clienti. Questa struttura servirebbe da strumento per esercitare il controllo e determinare le responsabilità in caso di inosservanza della legislazione nazionale nel campo del contratto di pacchetto turistico. Per realizzare questa funzione, l'agenzia deve essere dotata di competenze per imporre delle sanzioni amministrative nei confronti di agenzie turistiche in caso di prove di violazioni. In questo modo, questa struttura avrebbe l'impatto di frenare le violazioni da parte delle agenzie turistiche che sarebbero associate a minori costi amministrativi sostenuti dal turista.

Attualmente, l'unico modo legale per ripristinare il diritto violato del turista per i danni causati dalla mancata attuazione o attuazione parziale del pacchetto turistico è attraverso il sistema giudiziario. In questi casi i costi per il turista sono doppi sia nei costi monetari (il totale delle spese giudiziarie) sia nel tempo, poiché il processo è associato a un costo di lunga durata. Lo strumento giuridico per la creazione di questa struttura potrebbe essere realizzato mediante una modifica della legge no.93/2015 “Sul turismo”.

Il futuro parla di un unico Codice civile europeo, per il quale sono stati presi importanti provvedimenti. L'idea di un unico codice ha lo scopo di regolare uniformemente il campo del diritto privato, una funzione simile a quella dei codici civili dei vari stati. Questo progetto appartiene alla ripetuta richiesta al Parlamento europeo del 1989, 1994 e 2000. Il lavoro del gruppo di studiosi sul Codice civile europeo si basa principalmente sui principi (PECL) e nel 2009 è stato pubblicato il progetto di quadro comune di riferimento, un testo accademico contenente principi, modelli di regole e definizioni del diritto contrattuale europeo. Attualmente il progetto è considerato una fonte di legge, che deve essere consultato da avvocati e legislatori in merito alla modifica e al miglioramento della legislazione in materia di diritto contrattuale o da giudici della Corte di giustizia europea o giudici interni nella risoluzione dei casi coperti dal progetto. In quanto nucleo di un Codice civile europeo nel campo del diritto contrattuale, il progetto ha valore oltre a quello studioso. Con una forte influenza dei paesi di *civil law*, l'approccio del progetto al diritto privato e alla protezione dei consumatori è già un dato di fatto. In questo senso, il futuro dell'Albania come parte dell'Unione Europea porterà alla piena attuazione *dell'acquis comunitario*. Di conseguenza, sarebbero necessari intensi lavori preliminari sulla creazione di un quadro giuridico che garantisca la piena ed equa attuazione del contratto di pacchetto turistico.

APPENDICE

Informazioni supplementari

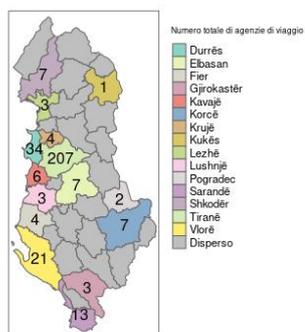
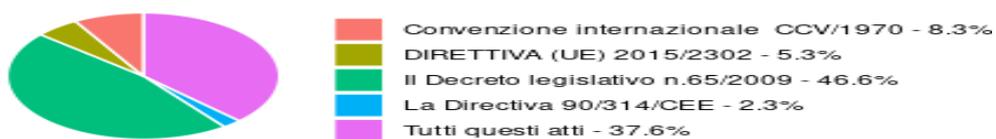


Fig. 1



Fig.2



Graf.1

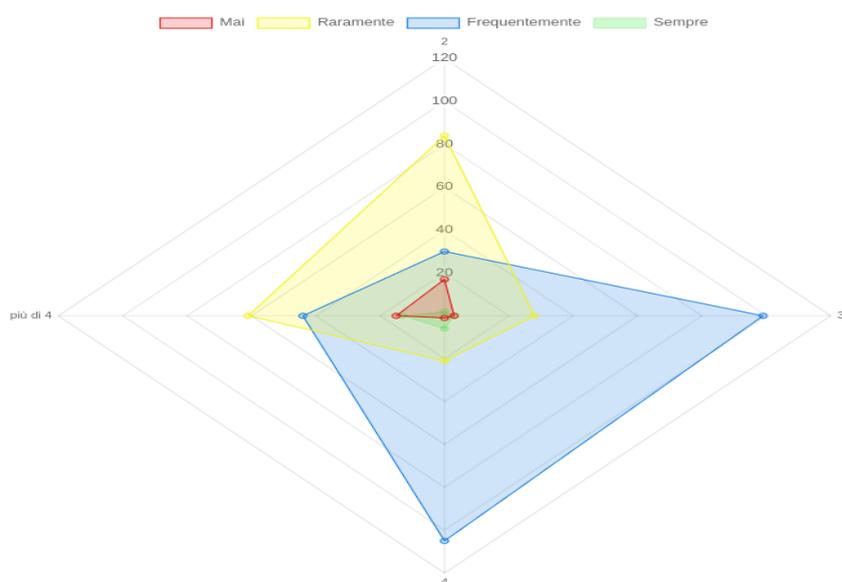


Fig.3

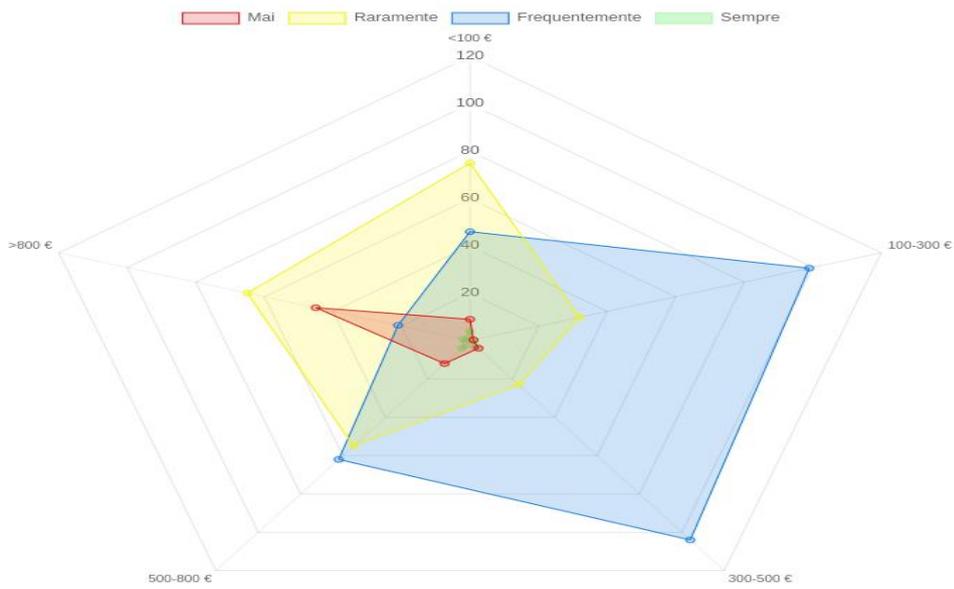
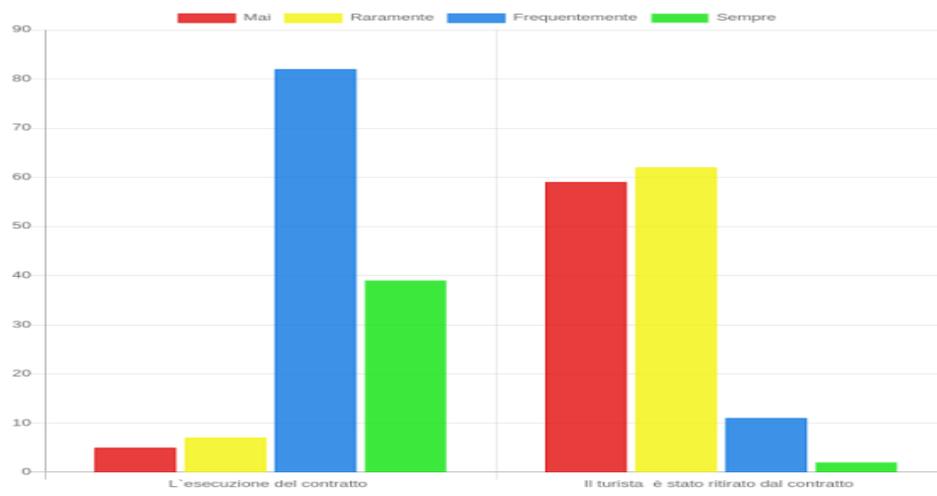
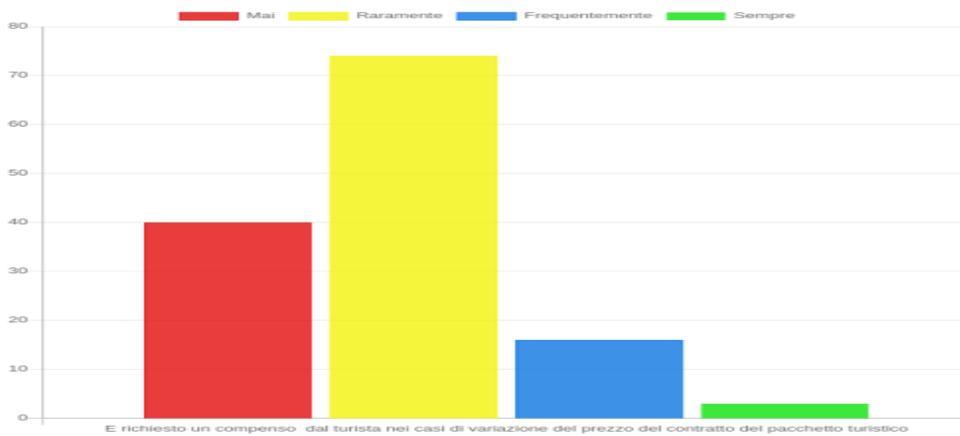


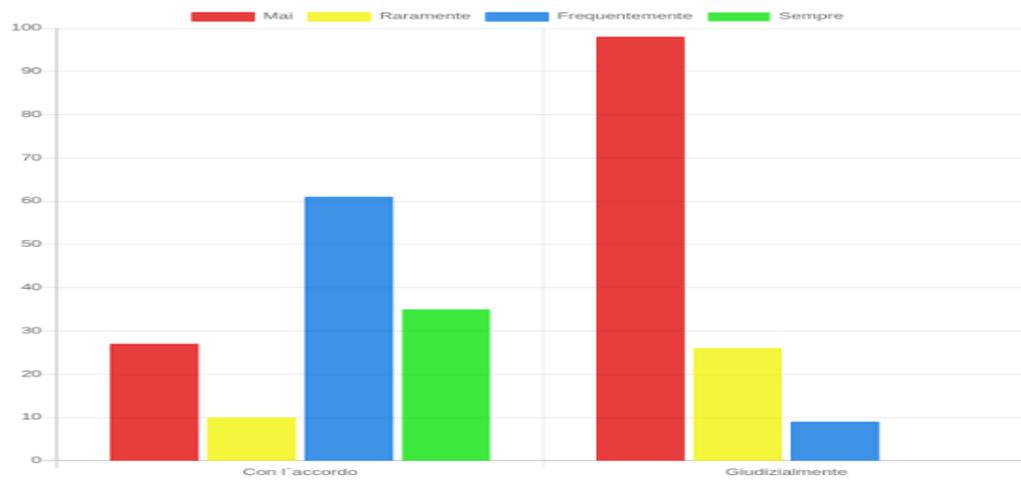
Fig.4



Graf.2



Graf.3



Graf.4

BIBLIOGRAFIA

ALEGRE J., SARD M., (2015) When demand drops and prices rise. Tourist packages in the Balearic Islands during the economic crisis, *Tourism Management* Volume 46, pg. 375-385

ANTONIOLLI L., (2006) Consumer Law as an Instance of the Law of Diversity, 30 *Vermont Law Review*

ATHERTON T., (1994), *Package Holidays: Legal Aspects*, *Tourism Management*, Volume 15, Issue 3, pg.193-199

ATHERTON T.A., ATHERTON T. C., (1999). The legalities of overbooking, overcrowding, delay and disappointment: lessons for the Sydney 2000 Olympics, *University of New South Wales Law Journal* n.858

BEAVER A., (2005) *A dictionary of travel and tourism terminology*, second edition, Cabi publishing

BEECH J., CHADWICK S., (2006). *The Business of tourism management*, Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.

BOLTON, P. (1990). "Renegotiation and the Dynamics of Contract Design" *European Economic Review* 34, Holland

BUHALIS D., *Relationships in the Distribution Channel of Tourism, Conflicts Between Hoteliers and Tour Operators in the Mediterranean Region*, 2008.

BULL A. (1991) *The economics of travel and tourism*, Longman Cheshire Pty Ltd, Australia

BURTON, S. J. (1980) Breach of Contract and the Common Law Duty to Perform in Good Faith, *Harvard Law Review*, 94 (2)

BUTLER R.W, RUSSELL R. A, (2010), "*Giants of tourism*", AB International, London

CANDELA G., FIGINI P., (2010) *The Economics of tourism Destinations*, Springer

CANDELLA G., FIGINI P., (2012). *The economics of tourism destination*

CARRASSI, in *Viaggi, vacanze e circuiti tutto compreso*, a cura di ROPPO, in *Nuove leggi civ.*, 1997

CASTELLANI M., MUSSONI M., (2005). *An Economic Analysis of the Tourism Contracts: Allotment and Free Sale*, Diapason

CHIARELLA M. L., (2014) "Consumer Right of Withdrawal: Towards an Implementation of Consumer Protection", Athens, ATINER'S Conference Paper Series, No: LAW2014-1068

CHON K. S., PIZAM A., MANSFELD Y., *Consumer Behavior in Travel and Tourism*, Routledge, 2012

CIACCAFAVA F., (2012) *Contratti*

CICORIA, C. (2003). The Protection of the Weak Contractual Party in Italy vs. United States Doctrine of Unconscionability, *Global Jurist Advance* 3, 2003

CIURNELLI G., MONTICELLI S., ZUDDAS G., Il contratto d'albergo il contratto di viaggio i contratti del tempo libero, Giuffrè Editore,1994

COCUCCIO M., (2010) Viaggio turistico e vacanza rovinata, Giuffrè Editore

COLLINS H., (1994), Good Faith in European Contract Law, Oxford Journal of Legal Studies, Vol. 14, No. 2, pg. 229-254

CROCKER K. J., MASTEN S. E., (1988) "Mitigating Contractual Hazards: Unilateral Options and Contract Length", RAND Journal of Economics

CROUCH I. G., (1994). Price Elasticities in International Tourism, Hospitality Research Journal, Vol. 17, issue 3, pg. 3

CRUZ L. Z., (2006) Principles of tourism, Rex Book Store,

CUFFARO A., (a cura di), Codice del consumo e norme collegate, Giuffrè Editore, Milano, 2015

D'ETTORE F.M., MARASCIULO D., Il contratto d'albergo, Giuffrè Editore, Milano, 2008

DALE C., The UK Tour-Operating Industry: A Competitive Analysis

DE BONDT W., H. BOCKEN. W. (2001). Contracts, Introduction to Belgian Law, Bruylant, Bruxelles

DEWATRIPONT, M., MASKIN. E, (1990). "Contract Renegotiation in Models of Asymmetric Information", European Economic Review 34

DODDS W. B., MONROE K. B., (1985), 'The effect of brand and price information on subjective product evaluations', Advances in Consumer Research, Vol 12,

DODDS W. B., MONROE K. B., and GREWAL D., (1991), 'Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations', Journal of Marketing Research, Vol 28, No 3,

DOLLANI N., (2015). La legislazione sulla tutela dei consumatori, Tirana

DOWNES J., PATON T., (1998) Travel Agency Law, Addison Wesley Longman.

EDLIN, A. S, HERMALIN B. E. (2000), "Contract Renegotiation and Options in Agency Problems", Journal of Law, Economics and Organization, Holland

FLESNER C.T., (2016) Research Handbook on EU Consumer and Contract Law, University of Hull, UK

FRANCESCHELLI V. (2010). Dalla legislazione del turismo al diritto del turismo in Turismo (Diritto e diritti)

FRANCESCHELLI V., (2018). Tourism to Sustainable Tourism: an Italian Perspective

FRANCESCHELLI V., MORANDI F., (2017), Manuale di diritto del turismo, Giappichelli editore

GALGANO F., (2006) Il diritto privato, Tirane

GALLI A., MONTI B., (2006), Il danno da vacanza rovinata. La gestione del contenzioso nelle agenzie di viaggio, edizioni FAG.

-
- GEORGE G. TRIANTIS., (1992). Contractual Allocation of Unknown Risks: A Critique of the Doctrine of Commercial Impracticability, Toronto
- GORETTI M., LIMA S., (2016) Consumer Traveller's Vulnerabilities and Travel and Tourism Contracts: Comparative Analysis: Brazil and Europe
- GORETTI M., LIMA S., (2018), Traveller Vulnerability in the Context of Travel and Tourism Contracts, Springer
- GORETTI M., LIMA S., (2018). Traveller Vulnerability in the Context of Travel and Tourism Contracts, Springer
- GRANT D., (1996). The package travel regulations 1992: Damp squib or triumph of self-regulation?, *Tourism Management Journal*, Volume 17, Issue 5, Pg. 319-321
- GRAZIUSO E., (2011) I nuovi contratti del turismo
- GRAZIUSO E., (2013), La vendita di pacchetti turistici. Aspetti sostanziali, processuali e risarcitori, Giuffrè Editore, pg. 170
- GROSSMAN, S.J. HART, OLIVER D. (1986). "The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration", *Journal of Political Economy*, n.94
- GRUNDMANN S., KERBER W., WEATHERILL S., Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market, 2001, pg 339
- Gutman K., (2014). The Constitutional Foundations of European Contract Law, Oxford university press, United Kingdom
- HAROUTUNIAN S., MITSIS P., PASHARDES P., (2005). Using Brochure Information for the Hedonic Analysis of Holiday Packages
- HART O, 1995) "Firms, Contracts and Financial Structure", Oxford University Press
- HART O, HOLMSTRÖM B, (2016). Contract Theory, Scientific Background on the Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel
- HART O., (1995). Firms, Contracts, and Financial Structure, Oxford University Press.
- HART, OLIVER D, MOORE J. (1990). "Property Rights and the Nature of the Firm", *Journal of Political Economy*, n. 98
- HARTKAMP A., HESSELINK M., HONDINS E., JOUSTRA C., Perron E., (1998) Towards a European civil code, Kluwer law international
- HESSELINK M., (2009). EU contract law, *Common Mkt Law Rev*
- HESSELINK W.M. (2004) The Concept of Good Faith, towards a european civil code, The Hague, Boston & London: Kluwer Law International
- HETEMI M. (2014). Il diritto dei contratti turistici e alberghieri. *Peja*
- HETEMI M., (1998). Obbligazioni e contratti, Tirane
- HOLLAND J., LESLIE D., (2018). Tour operators and operations: development, management and responsibility, Cabi

HUYBERS T., ELGAR E., (2007) *Tourism in Developing Countries* Volume 2 of *Economics and management of tourism*

IONESCU I. M., (2015). *Pre-Contractual Information in credit agreements for consumers*

JAFARI J., AASER D., (1988) *Tourism As The Subject Of Doctoral Dissertations*, *Annals Of Tourism Research*, Volume 15, Issue 3, pg.407-429

JAMES F. S., (1989), *Recent Cases and Developments in Aviation Law*, *Journal of Air Law and Commerce*, Vol. 55, Iss.1, Art. 6

JOHN E. WAGNER, *Estimating the economic impacts of tourism*, *Annals of Tourism Research* Volume 24, Issue 3, (1997), Pages 592-608

JONES W.J. (1921) *The position and rights of a bona fide purchase for value of goods improprerty pbtained*, Cambridge University Press

JOSEP M., BECH S., (2012) *Selling tourism services at a distance an analysis of the EU consumer acquis*, Springer.

JOSEP M., BECH S., (2012) *Selling tourism Services at a distance, an analysis of the EU Consumer acquis*, Springer

L. MASIERO, J.L. NICOLAU, *Price sensitivity to tourism activities: looking for determinant factors*, *Quaderno N. 11-01*, Decanato della Facoltà di Scienze economiche, Lugano,

L. MASIERO, JUAN L. NICOLAU, *Price sensitivity to tourism activities: looking for determinant factors* *Tourism Economics*, 2012, 18 (4)

LAISSEZ FAIRE (2006) in *Encyclopediia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/laissez-faire>

LANDINI S., (2013) *Travel and Tourism Contracts, Design of Substainable Tourism Systems, The power of low*, Antezza

LAZAR R., *An assessment of the impacts on consumer protection in Spain and the United Kingdom*

LUARASI A. (1998), *Commentario del codice civile, obbligazioni e contratti in generale*. Tirana.

LUNDBERG. E. D., STAVENGA. H. M., KRISHNAMOORTHY. M., (1995). *Tourism Economics*, Wiley, New York.

LYONS, B. R. (2001) *Incomplete Contract Theory and Contracts between firms: A preliminary empirical study*.

MACKAAY, E. (2011) *Good Faith in Civil Law Systems, A Legal- Economic Analysis* Cirano Scientific Series s-74

MACLEOD. (2000) *On the costs of complexity*

MAGGI P., (2015), *La tutela del consumatore e il contratto di viaggio nell'Unione Europea*

-
- MALGIERI G., (2014), Il punto sul danno da vacanza rovinata: certezze, novità, questioni aperte, *Danno e responsabilità* 3/2014
- MANHASA S. P., KOURA P., BHAGATA A., (2014), Silk route in the light of circuit tourism: An avenue of tourism internationalization, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* pg. 143 – 150, 5th Asia Euro Conference
- MARCO B. M., LOOS. B. M. M., Precontractual information obligations for package travel contracts, *Centre for the Study of European contract law*, Paper series no. 2016-13
- MARIANGELA C, (2010). Il danno non patrimoniale da vacanza rovinata in “Danno non patrimoniale da inadempimenti di contratti e obbligazioni”
- MASIERO L., NICOLAU L. J., (2012) Price Sensitivity to Tourism Activities: Looking for Determinant Factors
- MASON S., (2018), *Implementation of the Package Travel Directive 2015 on 1 July 2018*, Springer
- MCCABE S. (2009) *Marketing communications in tourism and hospitality, concepts, strategies and cases*, Elsevier
- MONTI, (2008). *Il recepimento della Direttiva sui viaggi “tutto compreso” nei paesi dell’Unione europea*, in *Diritto del turismo*.
- N. LEIPER, An Etymology Of “Tourism”, *Annals Of Tourism Research*, Volume 10, Issue 2, 1983, pg. 277-280
- NEBBIA P. (2007). *Unfair Contract Terms in European Law: A Study in Comparative and EC Law*, Oxford and Portland, Oregon
- NICOLAU L. J., MASIERO L., (2013). Relationship between Price Sensitivity and Expenditures in the Choice of Tourism Activities at the Destination, *Vol 19, Issue 1*
- O’CONNOR, J. (1990) Good Faith in Contract: Particularly in the Contracts of Arbitration and Chartering, *Journal of Maritime Law and Commerce*
- OCHAITA S. V., (2010). Overbooking and Overselling: Between A Legal Trade Mechanism and a Crime of 94 Fraud. *Journal of Business Case Studies*. Spanish Edition. Volume 6. Number 7
- OLABISI A., (2013) Selling Package Tours To Tourists: A Contract Theory Perspective, *Annals of tourism research* volume 42, pg. 439-442
- OMRI B. Sh. (2004) “Agreeing to Disagree”: Filling Gaps in Deliberately Incomplete Contracts, *Rev.* 389
- P. M. AGUILÓ, J. ALEGRE, A. RIERA, (2001). Determinants of the Price of German Tourist Packages on the Island of Mallorca
- PICAZO P., MORENO S., (2018). Tour operators' marketing strategies and their impact on prices of sun and beach package holidays, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Volume 35, Pages 17-28

PIERALLINI P., (1995) Viaggi, vacanze e circuiti tutto compreso. Primo commento al decreto legislativo di attuazione della direttiva 90/314/CEE, Roma

PIZAM A., MANSFELD Y., (1999). Consumer behavior in travel and tourism, Routledge.

POLLASTRELLI S., (2008), Il contratto di trasporto marittimo di persone, Giuffrè Editore, Milano

PONCIBO C., (2009). Some Thoughts on the Methodological Approach to EC Consumer Law Reform, 21 Loyola Consumer Law Review

R. SHARPLEY., (2006), Travel and Tourism, SAGE Publications

RADIC L., The transposition and reform of Article 5(1) and 5(2) of Directive 90/314: An assessment of the impacts on consumer protection in Spain and the United Kingdom

RESCIO F., (2015), Il risarcimento del danno nei contratti di vendita di pacchetti turistici, Key editore

RESEARCH GROUP ON THE EXISTING E.C PRIVATE LAW, Contract II, general provisions delivering of goods package travel and paymeny services, (2009), European law publishers

ROMEO F., (2011), *Il contratto di viaggio-tutele specifiche e risarcimento del danno*

ROMEO F., (2011), Il contratto di viaggio, Tutele specifiche e risarcimento del danno, Cedam

RUGGIERO F., DIRENZO M., (2017). Nuove misure a tutela dei viaggiatori e maggiori responsabilità per i professionisti del settore, Diritto civile e commercial,diritto.it

SAGGERSON A., (2000) Travel law & litigation Law and practice, CLT Professional Pub

SALANI, M. P. (2005). *Il viaggio, un artefatto strutturale “Viaggio nel viaggio. Appunti per una sociologia del viaggio”*, Roma

SALEH W., SAMMER G., (2009). Travel demand management and road user pricing success, Failure and Feasibility, Ashgate publishing limited

SALVATORE A., Il manuale del retailing. Strumenti e tecniche di gestione del business retail

SANTAGATA R., *Diritto del turismo*, UTET Giuridica, 2018

SANTUARI A., I contratti di viaggio “all inclusive” tra fonti interne e diritto transnazionale, Padova 2003

SMERAL E., (2009).The Impact of the Financial and Economic Crisis on European Tourism, Vol 48, Issue 1, 2009

SMITH A. (1776/1987). La Ricchezza delle Nazioni. (A. BAGIOTTI, & T. BAGIOTTI, a cura di) Torino: Unione Tipografico-Editrice Torinese

SMITH P., (1998). The History of Tourism: Thomas Cook and the Origins of Leisure Travel, Routledge

STATO MAGGIORE R. ESERCITO, Ufficio propaganda R.E., Albania, Consociazione turistica italiana, Milano (1940)

SUSHENG W. (2016) Definition of Incomplete Contracts

SWINGLEHURST, E. (1974). *The romantic journey: The story of Thomas Cook and Victorian travel*, Pica Editions, London.

TAEYMANS M. (2018)., *Tourism law (Texts and materials)* Oud-Turnhout

TAYLOR P., (1998).Mixed Strategy Pricing Behaviour In The UK Package Tour Industry, *International Journal Of The Economics Of Business* Volume 5, Issue 1

TECHNITIS M.E., (2015), *Fundamental Issues in Transnational B2B Tourist Contracts of Tour Operators*, Greece

TELITI E., (2013) *Contratti di consumo/Contratti di credito al consumo e pacchetti di viaggio*, tesi di dottorato,Tirana

TER, K. L. (2014) *Good Faith in the Performance of Commercial Contracts Revisited*, *Singapore Academy of Law Journal*, (26)

TETLEY, W. (2004) *Good Faith in English Law*

THRANE Ch. (2005)., *Hedonic Price Models and Sun-and-Beach Package Tours: The Norwegian Case*

TONICELLO C., *Contratti B2C transfrontalieri: protezione del consumatore e foro competente secondo il diritto comunitario*, in *Diritto internazionale*, 2017

TORINO R. (2016). *European consumer contract law: outlines, principles and perspectives*, *La cittadinanza europea* 1/2016

TRIPODI E., CARDOSI G. (2011). *Il codice del turismo*

TURCO A. *Il contratto di viaggio ed il contratto di vendita di pacchetti turistici”*

TUTULANI/SEMINI M., (2006), *Il diritto delle obbligazioni e dei contratti*, Tirane

TWIGG FLESNER CH., (2016). *EU consumer and contract law*, Edward Elgar Publishing

VENCHIARUTTI A., *Il danno da vacanza rovinata tra normativa nazionale ed europea*, in *Resp. civ. prev.*, 2013, 1075

WEBER F., FAURE M., (2013), *Security Mechanisms for Insolvencies in the Package Travel Sector: an Economic Analysis*, *Journal Consum Policy* 36, pg.425–442

XIAO LONG GUO LIU YILING YUFENG DONG LIANG LIANG, *Cooperation Contract In Tourism Supply Chains: The Optimal Pricing Strategy Of Hotels For Cooperative Third Party Strategic Websites*,

YUTHAYOTIN S., *Access to Justice in Transnational B2C E-Commerce, A Multidimensional Analysis of Consumer Protection Mechanisms*, Springer, 2015

Fonti normative

1. Convenzione internazionale sui contratti di viaggio, 23 april 1970
2. Direttiva UE 2015/2302
3. Direttiva 93/314 CEE
4. Direttiva 2011/83/UE
4. Costituzione della Repubblica Italiana
5. Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "Codice del Consumo"
6. Decreto Legislativo 23 maggio 2011, n. 79 "Codice Della Normativa Statale In Tema Di Ordinamento E Mercato Del Turismo"
7. Codice Civile, Edizione Marzo 2014, Altalex
8. Costituzione della Repubblica d'Albania
9. Codice Civile "Mbretnis Shqiptare" (1929)
10. Legge n. 7850/1994, "Codice civile della Repubblica d'Albania" modificata dalla legge n. 8536/1999, n. 8781/2001, n. 17/2012, n.121 / 2013, n. 1313/2016
11. Il decreto legislativo n. 91 del 26.02.1993 "Per l'adesione del governo della Repubblica di Albania all'Organizzazione mondiale del turismo", Gazzetta Ufficiale n.4, marzo 1993
12. La legge n. 93/2015 "Per il turismo" il 27 luglio 2015
13. La legge no.9902/2008 "Sulla tutela del consumatore"
14. Decreto Legislativo no. 65/2009 "Sui pacchetti turistici"
15. Istruzione no. 6 del 30.01.2015

Giurisprudenza

1. C-140/97, Rechberger v Austria
2. C-178/94, C-179/94, C-188/94, C-189/94 and C-190/94, Erich Dillenkofer, Christian Erdmann, Hans-Juergen Schulte, Anke Heuer, Werner, Ursula and Torsten Knor v v Bundesrepublik Deutschland
3. Case C-122/10, Konsumentombudsmannen v Ving Sverige AB
4. Case C-168/00, Simone Leitner v TUI Deutschland GmbH & Co KG
5. C-240/98 to C-244/98, Océano Grupo Editorial SA v Roció Murciano Quintero
6. C-241/98, Salvat Editores SA v José M. Sánchez Alcón Prades
7. C-241/98, José Luis Copano Badillo
8. C-243/98, Mo-hammed Berroane
9. C-244/98, Emilio Viñas Feliú
10. Case C-200/04.
11. C-430/13
12. Case C-400/00. Club-Tour
13. C-134/11, Jürgen Blödel-Pawlik v HanseMercur Reiseversicherung AG
14. C-364/96 Verein für Konsumenteninformation v Österreichische Kreditversicherungs AG
15. C-237/97 AFS Intercultural Programs Finland
16. C-168/00 Simone Leitner v TUI Deutschland GmbH & Co. KG
17. C-308/96 and C-94/97
18. C-237/02
19. C-240/97
20. Cassazione civile, sez. III, sentenza 24/07/2007 n. 16315
21. Cassazione civile, sez. I, sentenza 24/04/2008 n. 10651
22. Cassazione civile, sez. III, sentenza 29/02/2008 n° 5531
23. Cassazione civile, sez. III, sentenza 15/02/2007 n° 3462
24. Cassazione civile, sezione III, sentenza 6 /06/ 2009, n. 15798
25. *Sez. Giurisprudenza, 10454 Tribunale Verona*
26. Sent. 61659, Club Mediterranee, S. A. et al. v. Stedry, Court of Appeals of Georgia, 1981
27. Bhasin v. Hrynew, 2014, Supreme Court of Canada
28. Jarvis v Swan Tours
29. Nr.00-2014-1422 i Vendimit (145)/2014 Gjykata e larte, kolegji penal
30. Decisione n. 932, del 22.06.2000 dei Collegi congiunti della Corte Suprema Albanese

SITOGRAFIA

1. <http://www.oxforddictionaries.com>
2. <http://www.merriam-webster.com>
3. <http://www.thefreedictionary.com>
4. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary>
5. <http://www.latin-dictionary.net>
6. <http://www.britannica.com>
7. <http://www.lexinter.net>
8. <http://www.gjykataelartw.gov.al>
9. <http://www.qpz.gov.al>
10. <http://www.diritto.it>
11. <http://www.unidroit.org>
12. <http://www.trans-lex.org>
13. <http://www.uncitral.org>
14. <http://www.ssrn.com>
15. <http://www.jstor.org>
16. <http://www.books.google.com>
17. <http://www.academia.edu>
18. <https://www.law.berkeley.edu>
19. <https://www.iusexplorer.it/Dejure/Home/>
20. <http://www.ipsoa.it/>
21. <http://www.dirittoegiustizia.it/>
22. <http://sistemailfisco.leggiditalia.it/>
23. <http://www.lexitalia.it/a/>
24. <https://www.giustamm.it/>
25. <https://www.zanichelli.it/>
26. <http://www.italgiure.giustizia.it/>
27. <http://www.infoleges.it/>
28. www.thomascook.com

-
29. www.2.unwto.org
 30. www.gazzettaufficiale.it
 31. <http://www.instat.gov.al/>