

LEGGE REGIONALE N. 75 del 22 ottobre 1996
Organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte

Il Consiglio regionale ha approvato.
Il Commissario di Governo ha apposto il visto.
IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONALE
promulga
la seguente legge:

Capo I.
Generalità

Art. 1.

Oggetto

1.

La presente legge disciplina l'esercizio delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte e l'organizzazione delle strutture tecnico-operative preposte allo svolgimento delle stesse.

Art. 2.
Funzioni

1.

Nell'ambito delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica disciplinate dalla presente legge, la Regione:

- a) svolge funzioni di indirizzo e di coordinamento delle attività;
- b) predispone i programmi pluriennali e annuali di cui all'articolo 3;
- c) organizza l'attività dell'Osservatorio turistico, verifica i risultati degli interventi di promozione, accoglienza ed informazione e vigila sull'organizzazione turistica;
- d) promuove la costituzione dell'Agenzia per la promozione turistica del Piemonte;
- e) riconosce le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locali;
- f) effettua interventi di sostegno dell'organizzazione turistica nonché delle attività di pubblicità e di propaganda turistica e di commercializzazione del prodotto turistico.

2.

Le Province:

- a) promuovono la costituzione delle Agenzie di accoglienza e di promozione turistica locale;
- b) in accordo con la Regione e gli Enti locali promuovono l'attività di accoglienza e valorizzazione turistica del territorio e coordinano l'attività delle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale in ambito provinciale;
- c) svolgono l'attività di vigilanza sulle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale ai sensi dell'articolo 11;

3.

Le Camere di Commercio, le Comunità montane, i Comuni, nei limiti e secondo le modalità previste dalla presente legge, partecipano alla formazione dei programmi di cui all'articolo 4, concorrono alla costituzione dell'Agenzia di promozione turistica del Piemonte e delle Agenzie di accoglienza e di promozione turistica locali, concorrono alle attività di accoglienza, di informazione e promozione turistica locale.

Art. 3.
Programmazione delle attività

1.

La Regione coordina e indirizza le attività indicate all'articolo 1 predisponendo specifici programmi pluriennali di indirizzo e di coordinamento.

2.

Il programma pluriennale di indirizzo e di coordinamento è approvato dal Consiglio regionale, su proposta della Giunta regionale e deve indicare:

a)

l'andamento della domanda turistica in Piemonte, le tendenze e le prospettive di mercato;

b)

gli obiettivi di consolidamento e incremento del movimento turistico in Piemonte, articolati per prodotti turistici e per ambiti territoriali;

c)

gli indirizzi e le modalità di coordinamento dell'azione promozionale della Regione e di quella svolta da altri soggetti pubblici e privati, con particolare riferimento all'attività dell'Agenzia regionale per la promozione turistica del Piemonte di cui all'articolo 6, e delle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale di cui all'articolo 9;

d)

le azioni e gli strumenti principali, le risorse finanziarie di massima necessarie per il conseguimento degli obiettivi del programma pluriennale di indirizzo e coordinamento, le risorse da destinare all'attività di promozione turistica svolta dall'Agenzia regionale per la promozione turistica del Piemonte e dalle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale, nonché i criteri di riparto delle stesse;

e)

gli indirizzi, i criteri e le modalità di concessione dei contributi previsti dalla presente legge per la promozione delle risorse turistiche e per la commercializzazione del prodotto turistico.

3.

Il programma pluriennale di indirizzo e coordinamento ha di norma validità triennale, viene approvato entro il 30 novembre dell'anno che precede quello di inizio della sua validità e può essere aggiornato nel corso del triennio.

4.

Il programma pluriennale di indirizzo e coordinamento è attuato mediante programmi annuali deliberati dalla Giunta regionale, sentita la Commissione consiliare competente per materia, entro il 31 dicembre dell'anno che precede quello di riferimento.

5.

Il programma annuale indica i criteri e le modalità di utilizzo delle risorse stanziare nel bilancio della Regione per l'anno di riferimento, gli obiettivi e le iniziative da attuare, gli indirizzi ed i criteri di riparto per gli interventi di cui agli articoli 14, 15, 16 e 17, le relative previsioni di spesa, le risorse finanziarie da assegnare per l'attività dell'Agenzia regionale per la promozione turistica del Piemonte, delle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale e degli Uffici di informazione e accoglienza turistica. Il programma annuale può essere aggiornato nel corso dell'anno.

Art. 4.

Formazione dei programmi

1.

Per la predisposizione e l'aggiornamento del programma pluriennale di indirizzo e di coordinamento, per la verifica dei risultati dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte, nonché per la predisposizione dei programmi annuali, la Regione assicura la partecipazione e la consultazione degli enti e delle categorie interessate al turismo. A tal fine l'Assessore delegato al turismo convoca una conferenza programmatica dei Presidenti delle Agenzie previste dalla presente legge e provvede altresì ad effettuare consultazioni con enti, associazioni e organismi che, in relazione ai loro compiti di istituto, possano fornire apporti conoscitivi e di proposta.

2.

I programmi di cui al comma 1 sono redatti con il concorso delle Province e sulla base dei documenti di programmazione generale e settoriale delle stesse.

Art. 5.

Osservatorio del turismo e monitoraggio

1.

La Giunta regionale, anche avvalendosi dell'Agenzia regionale per la promozione turistica del Piemonte, organizza un

Osservatorio turistico per analizzare la situazione dell'offerta, l'andamento e l'evoluzione della domanda e dei mercati turistici, ed un sistema di monitoraggio costante sulle attività di promozione, informazione e accoglienza turistica in Piemonte e sull'operatività della presente legge.

2.

Annualmente la Giunta regionale invia al Consiglio regionale una relazione in cui sono indicati gli interventi effettuati e le risorse finanziarie impiegate, i risultati conseguiti, l'andamento del turismo in Piemonte ed in particolare nelle aree e per i prodotti oggetto di intervento promozionale, lo stato dell'organizzazione turistica.

Capo II.

Agenzia per la promozione turistica del Piemonte

Art. 6.

Finalità

1.

Allo scopo di valorizzare le risorse turistiche del Piemonte, di favorire la loro trasformazione in prodotti turistici collocabili in modo concorrenziale sui mercati turistici nazionali e internazionali, di realizzare una gestione delle attività di promozione turistica secondo criteri che consentano una ottimizzazione dell'uso delle risorse e un miglioramento dell'efficacia delle azioni di sostegno del turismo, mediante una compartecipazione dei soggetti pubblici e privati interessati allo sviluppo del turismo stesso, e' promossa la costituzione di un'Agenzia regionale per la promozione turistica del Piemonte, di seguito denominata "Agenzia per la promozione turistica".

2.

L'attività dell'Agenzia di cui al comma 1 concerne la promozione delle risorse turistiche del Piemonte anche in connessione con gli aspetti culturali, paesistici, ambientali, artigianali, agricoli e fieristici.

Art. 7.

Funzioni

1.

L'Agenzia per la promozione turistica svolge funzioni di promozione delle risorse turistiche del Piemonte nei confronti della domanda italiana ed estera e di analisi e consulenza di marketing per il turismo. L'Agenzia e' strumento di concertazione e coordinamento dell'attività di promozione turistica svolta dai soggetti pubblici e privati per favorirne interazione e sinergie. In particolare l'Agenzia:

a)

analizza i mercati per conoscere costantemente le attese, l'evoluzione e le necessità della clientela;

b)

fornisce le informazioni sull'evoluzione della domanda e dei mercati e le indicazioni di marketing ai soggetti pubblici e privati che operano nel settore turistico, per consentire di elaborare i programmi in modo più mirato e di proporre prodotti turistici adeguati;

c)

fornisce ai soggetti sopra indicati la consulenza per la definizione delle strategie e azioni di marketing e l'eventuale supporto tecnico-operativo per l'attuazione delle stesse;

d)

informa il pubblico sulle risorse e sui prodotti turistici del Piemonte, coordinando la raccolta delle informazioni a livello regionale e assicurando la loro diffusione, mediante la realizzazione di materiale informativo e la predisposizione di strutture e sistemi di diffusione delle informazioni;

e)

realizza campagne di comunicazione per il grande pubblico su tematiche generali dell'offerta piemontese e per segmenti particolari di pubblico su attrattive di particolare rilevanza regionale, coinvolgendo gli imprenditori turistici;

f)

assicura la promozione commerciale del prodotto turistico piemontese, mettendo in collegamento gli operatori turistici locali con gli operatori nazionali e internazionali;

g)

conduce operazioni di relazioni pubbliche e di informazione, soprattutto nei confronti della stampa nazionale ed internazionale e degli "opinion leaders".

Art. 8.

Costituzione

1.

L'Agenzia per la promozione turistica e' costituita per iniziativa della Regione con il concorso delle Province e delle Camere di commercio: possono inoltre partecipare all'Agenzia i soggetti pubblici e privati che sono interessati alla

promozione delle risorse turistiche del Piemonte ed in particolare le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale di cui all'articolo 9, le Comunità montane, i Comuni a rilevante economia turistica, le associazioni di categoria, i collegi e altri organismi rappresentativi degli operatori turistici, i consorzi di imprese turistiche.

2.

L'Agenzia per la promozione turistica è costituita nella forma di Consorzio, regolato dagli articoli 2602-2615 bis del codice civile. La partecipazione della Regione al Consorzio è deliberata dal Consiglio regionale verificato che lo Statuto preveda norme che garantiscano la partecipazione maggioritaria degli Enti pubblici al Consorzio stesso, nonché le forme di vigilanza sull'attività del Consorzio da parte della Regione. La Regione concorre al finanziamento del Consorzio mediante il versamento delle quote di adesione e della quota di partecipazione annuale, nonché mediante la concessione di contributi per l'attuazione dei programmi promozionali.

3.

La Regione si avvale di norma del supporto tecnico-organizzativo dell'Agenzia di cui al presente articolo per l'attuazione delle proprie iniziative e dei programmi concernenti la promozione turistica e l'analisi e consulenza di marketing turistico, definendo a tal fine apposite convenzioni.

Capo III.

Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale

Art. 9.

Finalità

1.

Allo scopo di valorizzare le risorse turistiche locali, favorire la loro conoscenza mediante l'attività di informazione, migliorare il sistema di accoglienza e di assistenza per i turisti e promossa la costituzione di Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale.

Art. 10.

Funzioni

1.

Le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale sono strumento di organizzazione a livello locale dell'attività di accoglienza, informazione e assistenza turistica svolta dai soggetti pubblici e privati, ed in particolare:

a)

raccogliono e diffondono le informazioni turistiche riferite all'ambito di competenza, organizzando a tal fine e coordinando gli Uffici di informazione e accoglienza turistica e raccordandosi in un'ottica di sistema all'Agenzia per la promozione turistica;

b)

forniscono assistenza ai turisti, compresa la prenotazione di servizi ricettivi, turistici, di intrattenimento e di svago e la tutela del consumatore turistico;

c)

promuovono e realizzano iniziative per la valorizzazione delle risorse turistiche locali, nonché manifestazioni e iniziative dirette ad attrarre i turisti e a favorirne il soggiorno;

d)

sensibilizzano gli operatori, le amministrazioni e le popolazioni locali per la diffusione della cultura di accoglienza e dell'ospitalità turistica;

e)

favoriscono la formazione di proposte e pacchetti di offerta turistica da parte degli operatori.

Art. 11.

Costituzione e riconoscimento

1.

Le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale sono costituite per iniziativa della Provincia in accordo con la Regione e con il concorso delle Camere di commercio. Possono inoltre partecipare all'Agenzia di accoglienza e promozione turistica locale gli enti locali, le associazioni turistiche "pro-loco", altri enti e associazioni interessati al turismo, le associazioni e le organizzazioni degli operatori turistici, i consorzi di imprenditori turistici, gli operatori economici interessati al turismo.

2.

Le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale sono costituite come soggetti di diritto privato senza fine di lucro nelle forme previste dal codice civile, garantendo la presenza in seno ad esse di esperti e rappresentanti dei soggetti indicati dall' [articolo 4, comma 3 della legge 17 maggio 1983, n. 217](#). Per ciascun ambito turistico individuato ai sensi dell'articolo 12 non può essere costituita più di un'Agenzia. Più ambiti possono fare riferimento ad una

stessa Agenzia di accoglienza e promozione turistica locale.

3.

Ai fini del riconoscimento di cui al comma 4 lo Statuto delle Agenzie deve assicurare la presenza maggioritaria dei soggetti pubblici.

4.

Le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale sono riconosciute dalla Regione con provvedimento della Giunta regionale, anche agli effetti di cui all' [articolo 4 della l. 217/1983](#). La richiesta di riconoscimento deve essere presentata dai soggetti interessati alla Regione entro 180 giorni dall'entrata in vigore della presente legge; i provvedimenti di riconoscimento sono adottati entro i successivi 30 giorni.

5.

Spetta alle Province l'attività di vigilanza sull'operato delle Agenzie e sulla permanenza delle caratteristiche che hanno dato luogo al riconoscimento da parte della Giunta regionale. L'eventuale mancanza di requisiti e le inadempienze vengono segnalate alla Giunta regionale. Sono riservati alla Regione i poteri di diffida, sospensione o revoca del riconoscimento.

Art. 12.

Ambiti turisticamente rilevanti

1.

Ai fini dell'individuazione degli ambiti territoriali turisticamente rilevanti sono considerate significative le seguenti tipologie di Comuni:

a)

Comuni ricompresi nel territorio delle Comunità montane;

b)

Comuni lacuali;

c)

Comuni termali;

d)

Comuni ricompresi nei comprensori collinari;

e)

Comuni ricompresi nei territori di parchi naturali;

f)

Città d'arte;

g)

Comuni caratterizzati da significativi flussi di turismo d'affari;

h)

Comuni caratterizzati da significativi elementi di attrattiva turistica sotto il profilo religioso, storico, artistico, archeologico, naturalistico o di altro genere non ricompresi tra quelli indicati nelle lettere precedenti.

2.

Ai sensi dell' [articolo 4 della l. 217/1983](#) ed in applicazione dei criteri indicati al comma 1, sono individuati i seguenti ambiti territoriali turisticamente rilevanti in cui operano le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale:

a)

Ambito 1: Comuni di cui al comma 1 dell'area metropolitana di Torino;

b)

Ambito 2: Comuni di cui al comma 1 della Valle di Susa e del Pinerolese;

c)

Ambito 3: Comuni di cui al comma 1 del Canavese e delle Valli di Lanzo;

d)

Ambito 4: Comuni di cui al comma 1 della Provincia di Biella;

e)

Ambito 5: Comuni di cui al comma 1 della Valsesia e della Provincia di Vercelli;

f)

Ambito 6: Comuni di cui al comma 1 dell'Ossola;

g)

Ambito 7: Comuni di cui al comma 1 del Lago Maggiore e del Lago di Mergozzo;

h)
Ambito 8: Comuni di cui al comma 1 del Lago d'Orta e della Provincia di Novara, con esclusione di quelli ricompresi nell'ambito 7;

i)
Ambito 9: Comuni di cui al comma 1 delle Langhe e del Roero;

l)
Ambito 10: Comuni di cui al comma 1 della Provincia di Cuneo, con esclusione di quelli ricompresi nell'Ambito n. 9;

m)
Ambito 11: Comuni di cui al comma 1 della Provincia di Alessandria;

n)
Ambito 12: Comuni di cui al comma 1 della Provincia di Asti.

3.
Entro 90 giorni dall'entrata in vigore della presente legge il Consiglio regionale, sentite le Province, approva l'elenco dei Comuni che fanno parte di ciascuno degli ambiti turisticamente rilevanti di cui al comma 2; con la stessa procedura si puo' procedere alla modifica dell'elenco.

Art. 13.

Uffici di informazione e di accoglienza turistica

1.
L'istituzione di Uffici di informazione e di accoglienza turistica (IAT) e l'uso della relativa denominazione sono soggetti a nulla osta della Giunta regionale.

2.
Possono provvedere all'istituzione di IAT le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale, gli enti locali, le associazioni turistiche "pro-loco".

3.
Le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale possono, con apposita convenzione, affidare la gestione degli IAT da esse istituiti alle associazioni turistiche "pro-loco", ad organismi associativi di sviluppo turistico locale nonche' ad enti gestori dei servizi di interesse pubblico.

4.
E' riservato agli Uffici di informazione e di accoglienza turistica riconosciuti l'utilizzo del segno distintivo IAT conforme al modello grafico approvato dalla Giunta regionale.

Capo IV.

Interventi di sostegno

Art. 14.

Contributi per l'organizzazione turistica

1.
La Regione concede annualmente all'Agenzia per la promozione turistica ed alle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale contributi diretti ad agevolare l'assolvimento dei loro compiti istitutivi, secondo gli indirizzi ed i criteri previsti dai programmi di cui all'articolo 3 e nei limiti delle disponibilita' di bilancio.

Art. 15.

Altri interventi per l'organizzazione turistica

1.
La Regione puo', mediante stipula di convenzione, mettere a disposizione dell'Agenzia per la promozione turistica e delle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale beni mobili e immobili di sua proprieta' o proprio personale al fine di agevolare l'assolvimento di loro compiti istitutivi.

Art. 16.

Contributi per attivita' di pubblicita' e propaganda turistica

1.
Sono concessi contributi ad enti pubblici o di diritto pubblico e ad associazioni che operano senza scopo di lucro per la realizzazione di manifestazioni e iniziative finalizzate a pubblicizzare o propagandare le risorse turistiche e a determinare flussi turistici verso specifiche localita' o verso il Piemonte in generale.

2.
I contributi possono essere concessi sia per manifestazioni e iniziative realizzate in specifiche localita' del Piemonte che per la loro rilevanza o per la loro natura rivestono una funzione promozionale nei confronti della domanda turistica potenziale italiana ed estera. sia per quelle realizzate al di fuori della localita' che si intende promuovere. nei

limiti di competenza dei soggetti proponenti.

Art. 17.

Contributi per la commercializzazione del prodotto turistico

1.

Sono concessi contributi per la realizzazione di programmi promozionali finalizzati alla commercializzazione del prodotto turistico piemontese, ovvero dei servizi prodotti in Piemonte dalle imprese turistiche e da coloro che esercitano attività turistiche organizzati per la vendita, compresa l'acquisizione e la messa in opera di impianti tecnologici atti a favorire maggiori e più adeguate condizioni di contatto fra domanda e offerta.

2.

I contributi possono essere concessi:

a)

a cooperative, consorzi e società consortili di imprenditori turistici, dotati di un'adeguata struttura organizzativa e tecnica, a condizione che abbiano almeno dieci soci e dispongano di almeno mille posti letto in strutture ricettive del Piemonte;

b)

a consorzi di secondo grado, composti da almeno cinque organismi associativi costituiti nelle forme di cui alla lettera a), dotati di un'adeguata struttura organizzativa e tecnica, a condizione che abbiano complessivamente almeno dieci soci e dispongano di almeno mille posti letto in strutture ricettive del Piemonte;

c)

ad Agenzie di viaggio e turismo consorziate o associate per l'attivazione dei programmi di cui al comma 1 che comportino la commercializzazione di almeno mille posti letto in strutture ricettive del Piemonte.

3.

Si può derogare al limite della disponibilità di mille posti letto qualora i programmi promozionali si riferiscano al prodotto agriturismo o a tipologie particolari di prodotti turistici ovvero quando l'ambito turistico nel suo complesso non raggiunga tale disponibilità minima.

Capo.

V. Soppressione delle Aziende di promozione turistica

Art. 18.

Soppressione

1.

Le Aziende di promozione turistica istituite ai sensi [della legge regionale 5 marzo 1987, n. 12](#) sono soppresse contestualmente al riconoscimento delle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale.

Art. 19.

Successione

1.

In tutti i rapporti attivi e passivi, compresi quelli inerenti il personale, facenti capo alle sopresse Aziende di promozione turistica subentra la Regione.

Art. 20.

Destinazione del patrimonio

1.

I beni patrimoniali ed ogni altro rapporto giuridico conseguente già intestato alle Aziende di promozione turistica sono trasferiti secondo i seguenti criteri:

a)

i beni immobili utilizzati come sedi di uffici amministrativi o degli Uffici di informazione e di accoglienza turistica ed i relativi beni mobili sono trasferiti al Comune in cui sono siti, ovvero alla Provincia nel caso in cui siano siti nel capoluogo di Provincia e la stessa ne faccia richiesta, con vincolo di destinazione prioritaria ad usi turistici e a funzioni di accoglienza turistica;

b)

gli altri beni sono trasferiti alla Regione.

2.

L'individuazione della destinazione dei singoli beni è disposta dalla Giunta regionale sulla base delle ricognizioni della consistenza patrimoniale effettuate dai Commissari liquidatori di cui all'articolo 21.

3.

I rapporti giuridici e contrattuali relativi ai beni di cui al presente articolo, nonché i connessi oneri finanziari, sono

attribuiti all'ente destinatario del bene.

Art. 21.

Commissario liquidatore

1.
Gli Amministratori straordinari delle Aziende di promozione turistica, nominati ai sensi [della legge regionale 24 novembre 1995, n. 85](#), a decorrere dalla data di entrata in vigore della presente legge assumono la funzione di Commissari liquidatori delle Aziende stesse.
2.
Entro la data di cui all'articolo 18, comma 1, i Commissari liquidatori compiono i seguenti atti:
 - a)
ricognizione della consistenza patrimoniale;
 - b)
ricognizione dello stato giuridico ed economico del personale;
 - c)
redazione del conto consuntivo.
3.
I Commissari liquidatori compiono inoltre ogni atto loro demandato dalla Giunta regionale.

Art. 22.

Destinazione del personale

1.
Il personale di ruolo in servizio presso le Aziende di promozione turistica, di cui all'allegato A alla presente legge, alla data di soppressione delle Aziende stesse confluisce in un ruolo speciale transitorio della Regione e viene assegnato, provvisoriamente, d'intesa con le Amministrazioni interessate ed informate le Organizzazioni Sindacali, agli enti locali, per lo svolgimento di funzioni di informazione ed accoglienza turistica. In assenza della necessaria intesa, il predetto personale viene assegnato funzionalmente agli uffici della Regione competenti in materia di turismo.
2.
Fino alla definitiva assegnazione di cui all'articolo 23, al personale confluito nel ruolo speciale di cui al comma 1 viene mantenuto il trattamento giuridico, economico, previdenziale e pensionistico in godimento, comprensivo di tutte le indennità percepite.

Art. 23.

Assegnazione definitiva del personale

1.
Entro 60 giorni dalla data di costituzione dell'Agenzia per la promozione turistica e delle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale, e comunque non oltre un anno dall'entrata in vigore della presente legge, il personale di cui all'articolo 22 comma 1 viene immesso, fatta salva la possibilità di trasferimento volontario presso gli enti locali, gli enti strumentali e dipendenti dalla Regione, comprese le Agenzie territoriali per la casa di cui alla [legge regionale 26 aprile 1993, n. 11](#), nel ruolo organico regionale ed assegnato funzionalmente, così come previsto dall'articolo 15, all'Agenzia per la promozione turistica e alle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale.
2.
L'immissione in ruolo, nel rispetto delle posizioni economiche e giuridiche acquisite, ivi compreso l'eventuale livello economico differenziale di cui all' [articolo 35 della legge regionale 23 aprile 1990, n. 36](#), ove determini il superamento dei contingenti numerici di ciascuna qualifica della dotazione organica regionale, comporta la conseguente modifica in aumento della medesima.
3.
Il personale di cui al comma 1 può optare, entro tre anni dalla data di assegnazione funzionale all'Agenzia per la promozione turistica ed alle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale, per il trasferimento alle dipendenze delle Agenzie medesime.
4.
Il personale trasferito all'Agenzia per la promozione turistica o alle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale può optare, ai sensi dell' [articolo 5 della legge 8 agosto 1991, n. 274](#), per il mantenimento dell'iscrizione all'Istituto Nazionale di Previdenza dei dipendenti da Amministrazioni pubbliche (INPDAP).

Capo VI.

Disposizioni finanziarie e norme abrogative e sostitutive

Art. 24.
Disposizioni finanziarie

1.

Per l'attuazione della presente legge verranno istituiti in sede di predisposizione del bilancio di previsione della Regione per l'anno 1997, i seguenti capitoli di spesa:

a)

"Spese per l'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica (articolo 3)";

b)

"Contributi all'Agenzia regionale per la promozione turistica del Piemonte e alle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale (articolo 14)".

2.

Per gli interventi previsti agli articoli 16 e 17 vengono utilizzati rispettivamente i capitoli n. 14720 e n. 14730, già istituiti nel bilancio pluriennale 1996-1998, tranche 1997.

3.

Le previsioni di spesa inerenti i capitoli di cui ai commi 1 e 2 per gli anni 1997 e successivi saranno determinate con le relative leggi di bilancio.

4.

La denominazione del capitolo n. 14600 del bilancio pluriennale 1996-1998, tranche 1997, sarà così modificata: "Quota regionale per l'attuazione degli interventi di promozione turistica previsti da regolamenti comunitari".

Art. 25.
Abrogazione e sostituzione di norme

1.

A decorrere dalla data di scioglimento delle Aziende di promozione turistica sono abrogati l'articolo 6 e i titoli III e IV [della legge regionale 5 marzo 1987, n. 12](#) e la [legge regionale 22 maggio 1987, n. 29](#).

2.

Ogni riferimento alle Aziende di promozione turistica presente nella legislazione regionale deve intendersi, a decorrere dalla data della loro soppressione, sostituito dal riferimento all'Agenzia per la promozione turistica o alle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale, secondo le rispettive funzioni.

La presente legge regionale sarà pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione.

E' fatto obbligo a chiunque spetti di osservarla e di farla osservare come legge della Regione Piemonte.

Data a Torino, addì 22 ottobre 1996

Enzo Ghigo

Allegato A

Allegato A: Personale di ruolo delle aziende di promozione Turistica (art. 22) Qualifiche Numero dipendenti Dir. 2 8 3 7 14 6 38 4 26.