

BASILICATA

Turistica



Relazione sulla performance 2016

Delibera del D.G. n. 66 del 26/03/2018

INDICE

1. PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE.....	3
1.1. <i>Presentazione</i>	3
2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI STAKEHOLDER ESTERNI	5
2.1. <i>Il contesto esterno di riferimento</i>	5
2.2. <i>L'Amministrazione</i>	6
2.3. <i>I Risultati Raggiunti</i>	7
2.4. <i>Le criticità e le opportunità</i>	13
3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI	15
3.1. <i>Albero della performance</i>	15
3.2. <i>Linee strategiche e obiettivi Strategici</i>	16
3.3. <i>Obiettivi strategici e piani operativi/azioni</i>	16
3.4. <i>Obiettivi individuali</i>	23
3.5. <i>Trasparenza Amministrativa e anticorruzione</i>	21
4. RISORSE EFFICIENZE ED ECONOMICITÀ.....	25
5. PARI OPPORTUNITÀ E BILANCIO DI GENERE	31
6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE	32
6.1. <i>Fasi, soggetti, tempi e responsabilità per la redazione della Relazione</i>	32
6.2. <i>Punti di forza e di debolezza del ciclo di gestione della performance</i>	32
7. CONCLUSIONI FINALI	33

Allegati:

1. Indagine sul Benessere Organizzativo (Anno 2016)
2. Prospetto riassuntivo degli obiettivi strategici
3. Prospetto riassuntivo degli obiettivi operativi / azioni
4. Schede obiettivo da Piano di Performance 2016/2018

1. PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE

1.1. Presentazione

La "Relazione sulla Performance", prevista dall'art. 10, comma 1, lettera b), del decreto legislativo n. 150/2009, costituisce lo strumento mediante il quale l'amministrazione illustra ai cittadini e a tutti gli altri stakeholder, interni ed esterni, i risultati ottenuti nel corso dell'anno precedente, concludendo in tal modo il ciclo della performance.

Tale relazione è stata redatta in linea con le indicazioni dettate dalla Delibera CIVIT n° 5/2012 "Linee guida ai sensi dell'art. 13 comma 6, lettera B) del D.Lgs 150/09 relative alla struttura e alla modalità di redazione della Relazione sulla Performance di cui all'art.10 comma 1 lettera b), dello stesso decreto".

La Relazione si pone l'obiettivo di dare evidenza ai vari stakeholder, siano essi istituzioni, operatori di settore, o cittadini, delle scelte operate, delle attività svolte e dei servizi resi, sempre nel rispetto delle risorse a disposizione e a tal fine utilizzate.

All'interno della Relazione sono evidenziati, a consuntivo, i risultati organizzativi e individuali raggiunti rispetto ai singoli obiettivi programmati ed alle risorse.

La stesura del documento è ispirata ai principi di trasparenza, immediata intelligibilità, veridicità e verificabilità dei contenuti, partecipazione e coerenza interna ed esterna.

L'Organizzazione, nel 2016 ha proseguito nell'osservanza e nell'aggiornamento sia del Piano triennale di prevenzione della corruzione (con tutte le P.O. coinvolte nell'attività di risk assessment dei processi, funzionale all'individuazione di quelli esposti a rischio corruzione), sia del Programma Triennale per la Trasparenza contribuendo al continuo aggiornamento e riesame della sezione "Amministrazione trasparente" del sito istituzionale ed alla acquisizione e pubblicazione dei documenti previsti.

Tutto questo confermando l'impegno, assunto nei confronti dei propri Stakeholder, di adempiere in modo sempre più efficace al mandato istituzionale che L'APT svolge quale Agenzia unica Regionale, per lo sviluppo turistico in Basilicata.

La Relazione sulla performance 2016, a causa del cambio del Direttore Generale (per ben 2 volte) e di scelte strategiche legate alla natura ed alla tipologia degli obiettivi definiti, tiene conto della variazione del Piano delle Performance 2016-2018, riemesso in ottobre 2016 (Delibera.....): tale riedizione ha di fatto variato significativamente il "parco obiettivi" previsti inizialmente, in particolar modo:

- **Andando a limitare il numero di obiettivi strategici, adeguandolo alle dimensioni reali ed alle caratteristiche operative dell'Ente;**
- **Definendo indicatori e target misurabili, laddove risultavano mancanti o insufficienti;**
- **Creando una "matrice" di raffronto per permettere in modo più intuitivo la catena "obiettivi strategici – azioni", in linea con i dettami dell'Albero della performance;**
- **Eliminando o riducendo gli obiettivi e le azioni ritenute routinarie, non indicanti un reale sforzo di miglioramento delle performance dell'Ente.**

Dopo quanto detto, pertanto, la presente Relazione mostra, a consuntivo, **nel rispetto dell'ultimo Piano delle Performance 2016-2018 adottato**, un pieno raggiungimento degli obiettivi programmati, pur in presenza di diversi elementi di criticità legati soprattutto agli effetti dei provvedimenti legislativi di carattere restrittivo che hanno caratterizzato le recenti manovre finanziarie, interessando tutta la pubblica amministrazione.

L'impegno per il 2017 è quello di riuscire a customizzare il Sistema di misurazione e valutazione delle performance, come incoraggiato in più occasioni dalla Regione Basilicata e dell'OIV, in modo da poter disegnare dei Piano triennali di Performance ancora più efficaci.

La **Delibera della Regione Basilicata n° 1147 del 13/10/16** ha inserito alcune variazioni agli strumenti ed alle metodiche di calcolo della performance dell'Attuale sistema di Misurazione e Valutazione della Performance adottato (come da D.G.R. 559 del 29/04/2015) di seguito evidenziate, e valide a partire dalla annualità oggetto della presente Relazione. In particolare:

- a) La performance organizzativa del personale (...) sarà individuata nel grado di raggiungimento medio degli obiettivi programmati affidati ai Dirigenti e che, per compensare la mancata rilevazione del fattore relativo al "grado di soddisfazione dell'utenza", la tabella 4 del paragrafo 11 del nuovo Sistema di Misurazione e Valutazione della Performance di cui al D.G.R. n° 559/2015, che individua le percentuali di premialità erogata collegandole ad indici di prestazione non inferiori a 40, troverà applicazione esclusivamente per la performance individuale, mentre, per la sola performance organizzativa, sarà sostituita dalla seguente:

TABELLA PREMIALITA'	
Valore Indice di prestazione	Premialità
Superiore / uguale a 90	100%
Compreso fra 80 e 89	60%
Inferiore a 80	0%

- b) Che per gli anni 2015 e 2016 in considerazione della variazione avvenuta, la scheda di valutazione annuale da utilizzare per il personale della Regione Basilicata deve essere conforme al modello scheda allegato alla presente delibera (viene di fatto escluso il fattore legato al "grado di soddisfazione dell'utenza").

Pertanto la valutazione della performance in questa Relazione ha tenuto conto delle variazioni sopra definite.

Infine, per mere esigenze grafiche, le schede di valutazione, pur riportando in modo fedele quanto previsto dall'allegato 2 del Sistema di Misurazione e Valutazione della performance (e l'allegato alla suddetta delibera regionale n° 1147 del 13/10/16), sono state rivisitate accorpando talune tabelle in un unico foglio o sdoppiando alcune colonne per meglio evidenziare il calcolo effettuato.



IL DIRETTORE GENERALE
(Dr. Mariano SCHIAVONE)

A handwritten signature in black ink, appearing to be "M. Schiavone", written over the printed name.

2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI STAKEHOLDER ESTERNI

2.1. Il contesto esterno di riferimento

Nel documento di Analisi delle attività 2016, trasmesso alla Giunta Regionale in data 3 agosto (prot. 4744/03), unitamente al rendiconto finanziario, si è dato conto alla Commissione Consiliare ed al Consiglio regionale dello stato di attuazione delle politiche relative alla promozione territoriale. I dati ed i riscontri disponibili dimostrano come il grado di attuazione dei piani e dei programmi sia molto elevato e come una strategia che punta nel concentrare le risorse su pochi obiettivi e su specifici mercati, evitando la frantumazione della spesa in mille rivoli, dando continuità alle azioni che si sono rivelate più efficaci di altre, produce esiti misurabili e concreti.

Anche il Piano 2016, come in occasione dell'annualità precedente, si colloca nell'ambito di una visione pluriennale delineata nel Piano strategico 2007-2010 (aggiornata negli anni) definito dallo stakeholder Regione Basilicata, che punta innanzitutto a sensibilizzare gli attori del mercato turistico sulla opportunità Basilicata: tour operators, operatori della comunicazione e dell'informazione turistica, i viaggiatori esigenti che attraverso il web si informano e delineano le proprie scelte di viaggio, ed al contempo la filiera del sistema turistico lucano a corrispondere alle attese di una domanda in continua evoluzione e con sempre nuove esigenze. Il primo impegno e ragion d'essere dell'APT è quello di operare sul posizionamento del brand Basilicata Turistica, determinando azioni ed iniziative volte a favorirne la conoscenza e a rafforzarne l'immagine. Il secondo impegno è stato rivolto verso gli organizzatori dei viaggi e alla costruzione di un sistema di offerta coerente con le aspettative del mercato, per poi, al contempo, declinare azioni di assistenza tecnica nei confronti delle amministrazioni locali e degli operatori privati su base territoriale, per dar vita a proposte turistiche frutto di una concreta integrazione tra i diversi fattori, anche concorrendo a generare nuovi motivi di interesse e di attrazione nei diversi sistemi territoriali.

Nel corso del 2016 taluni fattori esterni sono intervenuti fattivamente nel corso dell'anno, durante le attività operative dell'Agenzia, in modo non sempre in linea con quanto previsto a inizio anno.

Primo fra tutti è stato un andamento dei flussi turistici in Regione, oltre che notevolmente aumentato, spinto da nomine di "respiro" internazionale, modificato per natura, tipologia e durata della permanenza del turista. Da un tipo di turismo più "mordi e fuggi" si è passati infatti ad un turismo più stanziale e più frastagliato nelle sue caratteristiche peculiari.

Tali fattori hanno di fatto portato ad una intensificazione delle azioni promozionali in aree territoriali prima non considerate (es. Russia, Giappone, ecc.).

Il Piano delle Performance 2016 si è articolato, anche "autoregolandosi" sulla base delle variazioni dei fattori esterni, in azioni rivolte:

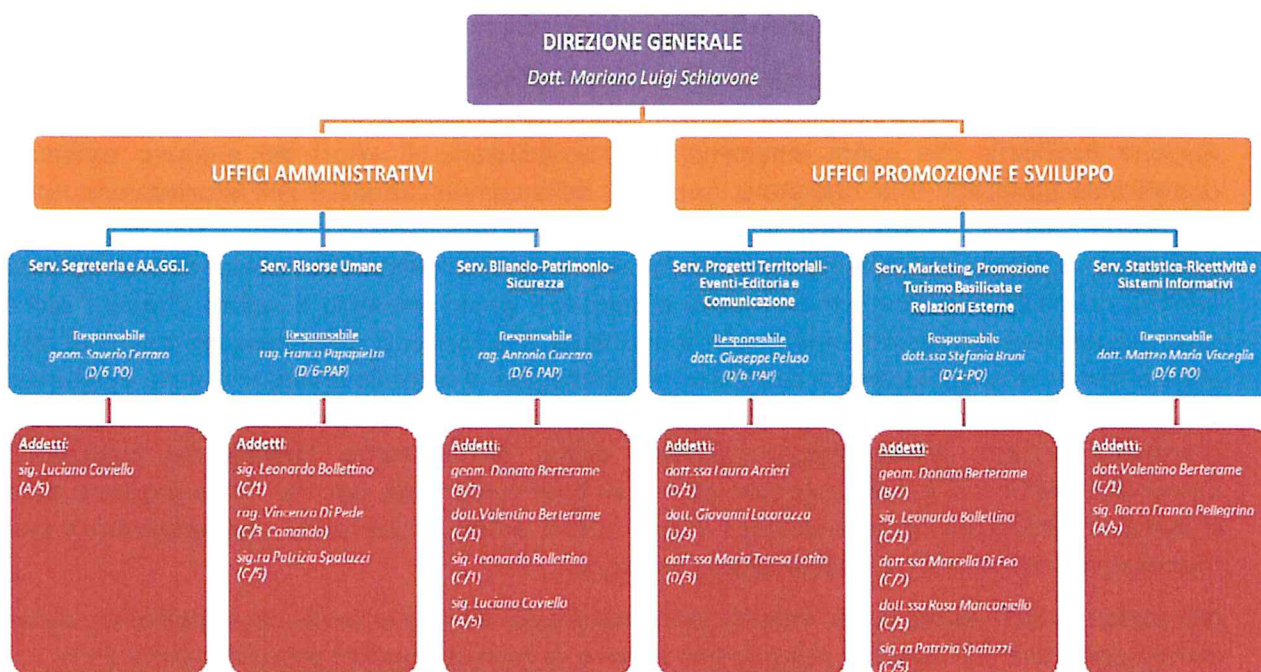
- a favorire l'incontro tra domanda ed offerta, partecipando a Fiere e borse turistiche, promuovendo workshop ed educational; in azioni rivolte alla stampa ed agli operatori della comunicazione attraverso press tour ed una attenta strategia di media planning oltre che di produzioni editoriali a grande diffusione;
- ad iniziative di valorizzazione dell'offerta turistica locale e di assistenza tecnica per la realizzazione di club di prodotto, reti di impresa, distretti turistici;
- alla generazione di nuovi fattori di attrattività attraverso la creazione di nuovi attrattori;
- all'attivazione di partnership per lo sviluppo di specifica progettualità nella promozione dei turismi tematici; alla comunicazione del ricco cartelloni di eventi presenti in regione;
- al sostegno alle Pro-loco che svolgono una preziosa azione di animazione soprattutto nei piccoli centri;

- alla gestione dei contributi al turismo scolastico, sociale e congressuale sino allo sviluppo di nuovi segmenti (cicloturismo, mototurismo, turismo sportivo e velico, turismo culturale etc.);
- alla generazione di innovative forme di narrazione ed allo sviluppo, di straordinaria importanza, del potenziale offerto dal web.

Questo insieme di obiettivi e di correlate azioni ha trovato specifica e puntuale attuazione nel corso del 2016.

2.2. L'Amministrazione

L'attuale organizzazione degli Uffici dell'Agenzia di Promozione Territoriale è la seguente:



L'Organigramma, nel corso del 2016 è variato a seguito di varie Delibere.

Le Risorse umane, la spesa per il personale e la produttività.

Nel paragrafo "Identità" si è già descritta in modo esaustivo la struttura organizzativa dell'Agenzia.

La tabella seguente mette in evidenza tutte le criticità attinenti la gestione del personale per l'annosa carenza di personale che, nonostante una pianta organica di 32 unità, regolarmente approvata con DGR 987/2009, non è mai stata completamente attuata. E comunque l'APT, nel suo assetto organizzativo, ha istituito ed attuato, in conformità alla Regione Basilicata, con personale interno, il processo di programmazione e la verifica di efficacia, efficienza ed economicità dell'azione amministrativa dell'Ente, al fine di ottimizzare il rapporto tra costi e risultati (specificazione obiettivi, standard di risultato e misurazione dei risultati).

Dotazione organica e Personale a tempo indeterminato in servizio

Categoria	Profili professionali	Pianta organica 2009-2012 (approvata con DGR 987/2009)	Personale in servizio al 31.12.2016	Spesa per il Personale comprensiva di s.a. e oneri
A	Operatore addetto ai servizi di supporto tecnico ed amministrativo	2	2	84.929,00
B	B1 Esecutore addetto ai servizi di supporto tecnico ed amministrativo	1	0	
	B3 Collaboratore amministrativo e/o contabile e/o informatico di linea	1	1	45.088,00
C	Istruttore addetto alle attività di promozione	7	6	228.591,00
D	D1 Istruttore direttivo (amministrative, comunicazione, statistiche, organizzazione turistica, ecc.)	6	1	52.456,00
	D3 Funzionario addetto alle attività (amministrative, contabili, promozionali, comunicazione, informatiche, ecc.)	13	9	456.981,00
Dirigenti	Dirigente	2	0	
TOTALI		32	19	868.045,00

Si precisa che nel corso del 2016, si è dato corso all'assunzione di una unità "Istruttore Direttivo" addetto alle attività di Mediaplanning, categoria D1. Sono presenti in servizio altresì un collaboratore C3 comandato dalla Regione ed assegnato alla Sede di Matera a supporto dei ai Servizi Amministrativi e un Funzionario D6 comandato dalla Regione ed assegnato alla Sede di Potenza a supporto dei ai Servizi di Promozione e Sviluppo. Si precisa inoltre che la dotazione organica ha subito una variazione nelle categorie di appartenenza dei vari dipendenti a seguito di Progressioni Economiche Orizzontali

Risorse umane

Relativamente agli impegni di spesa per il personale dipendente APT essa è riferita ad un organico composto da n° 17 unità di lavoratori a tempo indeterminato.

Rispetto alle 32 figure previste dalla pianta organica, l'attuale condizione registra una copertura dell'organico previsto dalla Pianta organica del 56,25%. Pertanto il personale attivo in APT risulta oltremodo sottodimensionato rispetto ai compiti e alle attività attribuite all'Agenzia nella realizzazione annuale dei programmi di promozione e sviluppo territoriale regionale.

L'efficienza nell'uso delle risorse è tratteggiato nel bilancio consuntivo dimostrando notevole capacità di spesa correlata a puntuali obiettivi di piani e programmi.

La qualità e la quantità delle prestazioni si evidenzia nel numero di atti deliberativi, nella gestione delle relazioni con il pubblico e nel conseguimento dei risultati attesi, oltre che di quelli che nel corso dell'anno, in aggiunta, sono stati indicati con determinazioni regionali. La produttività interna è senza dubbio rilevante tenuto conto del carico di lavoro di ciascuno, divenuto crescente, anche per la progressiva riduzione di personale non sostituito da altro personale.

2.3. I Risultati Raggiunti

Preliminarmente è opportuno considerare l'impatto macro-economico delle politiche turistiche cui concorre, con un ruolo rilevante, l'APT Basilicata. Il 2016 si è concluso con risultati particolarmente soddisfacenti sia sul piano dei flussi turistici (arrivi e presenze) registrati nell'anno, che sotto il profilo

della crescita di notorietà della Basilicata turistica sia in ambito nazionale che internazionale, grazie al concorso di una serie di iniziative prodotte negli ultimi anni e di traguardi straordinari, come l'investitura di Matera a <<Capitale della cultura europea 2019>> nell'ottobre del 2014, che ha apportato notevoli benefici in termini di "ritorno turistico" a partire dall'anno 2015, ma con un forte consolidamento nell'anno in esame. Tutti i documenti economici, dal Rapporto Banca d'Italia ai documenti di programmazione economici-finanziari regionali, registrano la buona performance del turismo regionale cresciuto incessantemente negli ultimi anni.

Analizzando gli OUTCOME previsti nel Piano delle Performance 2016-2018, relativamente agli obiettivi strategici, questi possono essere suddivisi in due categorie:

Miglioramenti sull'organizzazione interna:

- ***Armonizzazione processo produttivo e potenziamento del grado di partecipazione e condivisione dell'attività dell'APT da parte del personale dipendente***

Attraverso una valutazione dei dati presenti in Allegato 1 – (Indagine sul benessere organizzativo) è possibile evidenziare come il grado di proattività da parte del personale dipendente sia aumentato, in parallelo con la consapevolezza dell'importanza del proprio ruolo all'interno dello "scacchiere" APT.

- ***Miglioramento efficienza ed efficacia dei servizi erogati nell'ottica di una riduzione degli sprechi e, allo stesso tempo, valorizzare il patrimonio informativo prodotto e gestito dall'A.P.T. Piena Attuazione del piano della Trasparenza e Prevenzione***

Analizzando sia le voci specifiche al Bilancio consuntivo e l'area del portale legato alla Trasparenza, il risultato atteso è stato garantito, per l'anno in corso.

Miglioramenti sulle prestazioni legate ai servizi istituzionalmente previsti:

- ***Miglioramento del posizionamento della Basilicata Turistica***
- ***Raggiungimento di economie di scopo***
- ***Miglioramento efficienza dei servizi erogati ed efficacia delle attività di promozione e sviluppo***
- ***Miglioramento dell'attrattività turistica regionale***
- ***Miglioramento, efficienza, efficacia e ottimizzazione dei servizi erogati in/out APT.***

Attraverso una serie di iniziative previste nel Piano delle Performance 2016-2018, i risultati attesi si possono considerare rispettati. Nello specifico possiamo analizzare:

In Italia, dove la notorietà della Basilicata è notevolmente cresciuta anche a seguito delle dirette RAI di Capodanno 2015 e 2016, l'obiettivo è stato quello di determinare periodici richiami di attenzione con un puntuale media-planning e attraverso iniziative di risonanza nazionale a partire da Milano dove è stato allestito il Presepe di Franco Artese (Palazzo Marino) che ha visto la partecipazione di oltre 120.000 persone. Anche la partecipazione dell'APT alla Milanese è stata assicurata e ha visto il coinvolgimento dello statunitense, premio Pulitzer Michael Cunningham. La presenza a Roma è stata invece confermata attraverso la partecipazione alle manifestazioni «Isola del Cinema» e «Festival della Letteratura di Viaggio», garantendo anche in questo caso continuità alle manifestazioni risultate di particolare efficacia per la promozione della regione.

E' stata confermata inoltre la presenza nelle principali manifestazioni fieristiche di settore nelle diverse città italiane (Rimini, Bergamo, Milano, Torino, etc.).

Attività “manutentive” di comunicazione e promozione hanno riguardato i mercati di prossimità (con campagne mirate in Puglia e Campania) ed i contesti dove va crescendo l’interesse per la Basilicata in collaborazione con le Associazioni dei Lucani in Italia, come nel caso del Salone del gusto di Torino).

Nel dettaglio:

Partecipazione alle principali borse e fiere turistiche:

- BIT- Milano,
- Holiday world – Praga
- Vinitaly - Verona
- No Frill’s –Bergamo
- TTI- Rimini,

Workshop e Sales Clinic:

- Regno Unito, Germania, Rep.Ceca in collaborazione con ENIT)
- Buy Puglia -Bari

Promozione Basilicata in Outlet

- n. 4 tappe italiane
- Press tour in Basilicata: n.13

I turismi:

MICE

- Promozione sulla stampa specializzata di una campagna promozionale specifica per il congressuale messaggi pubblicitari /inserzioni/ pubbliredazionali su MASTER MEETING (tiratura media: 7426 copie/35.000 lettori al mese) e MEETING & CONGRESSI (tiratura media: 11.000 copie/diffus. media 10.800 copie)

Scolastico

- Promozione del turismo scolastico sulle riviste di settore e sul portale APT (pubblicazione itinerari lucani su annuario viaggi DIDATOUR (rivista e portale oltre che newsletter)
- Promozione nelle scuole della Basilicata (Istituti Comprensivi e Licei) e nelle regioni contermini dei pacchetti turistici destinati alle scuole (realizzazione di una piccola brochure);
- Realizzazione stampa e invio ad una selezione di scuole a livello nazionale del catalogo sul turismo scolastico in Basilicata

Nuove aggregazioni di prodotti:

- Accompagnamento degli operatori turistici della Basilicata al progetto «Basilicata Wedding»
- Incontri con le organizzazioni che si occupano di disabilità per l’individuazione dei requisiti minimi necessari per la realizzazione di una rete di servizi dedicati al progetto «Basilicata Accessibile»

Azioni di promozione in collaborazione con soggetti pubblici e privati realizzate (in sintesi):

- Supporto LFC per Festival del Cinema- Venezia Roma
- Azione di divulgazione viaggio studio c/o le scuole della Basilicata, Puglia e Campania
- Supporto mostra Filazzola -Vigevano
- Compartecipazioni con Fondazione Matera - Basilicata 2019
- Festival della Letteratura di viaggio - Roma
- Festival dell'Essenziale- Roma
- Festival della Filosofia - Basilicata
- Partecipazione alla missione Presidenza del Consiglio a Buenos Aires con l'organizzazione della presentazione della Basilicata Turistica ai TO e giornalisti in collaborazione con LFC e Fondazione Matera 2019
- Progetto Eatly (ALSIA/ Comune di Viggiano o CC.I.AA PZ);
- Azioni a supporto del Festival della Filosofia Associazione Magna Grecia;
- Mostra "La festa della Bruna"- Finlandia - Comune MT

L'impatto delle politiche turistiche sulla filiera della ricettività

I dati di seguito elencati, che mostrano effettivamente una crescita generalizzata di offerta e di domanda turistica rispondono, oltre che ad eventi straordinari accaduti (es. nomina di Matera come "Capitale Europea della Cultura 2019"), ad un intensificarsi di iniziative dell'APT mirate ad accrescere talune peculiarità turistiche e territoriali della Regione.

CONSISTENZA RICETTIVA

TIPOLOGIA	ANNO 2016		ANNO 2015		VARIAZIONI	
	Esercizi n°	Posti letto n	Eser.	P.L.	Eser.	P.L.
ALBERGHIERI						
Alberghi a 5 stelle	5	414	5	414	0	0
Alberghi a 4 stelle	52	10.088	50	10.046	2	42
Alberghi a 3 stelle	114	8.077	112	8.031	2	46
Alberghi a 2 stelle	31	973	36	1.187	-5	-214
Alberghi a 1 stella	15	342	17	371	-2	-29
Residenze Turistico Alberghiere	7	2.973	7	2.973	0	0
Totale alberghieri	224	22.867	227	23.022	-3	-155
EXTRALBERGHIERI						
Campeggi ⁽¹⁾	9	5.840	9	5.840	0	0
Villaggi camping (ex turistici) ⁽¹⁾	10	3.549	9	3.084	1	465
Affittacam.-Case vacanza-Rifugi	437	3.409	273	2.475	164	934
Agriturismi-Locande rurali	146	2.577	146	2.661	0	-84
Ostelli per la Gioventù	5	291	4	271	1	20
Case per ferie-Case religiose	9	478	9	478	0	0
Bed&Breakfast	335	1.804	280	1.588	55	216
Totale extralberghieri	951	17.948	730	16.397	221	1.551
Totale complessivo	1.175	40.815	957	39.419	218	1.396

AREA	ESERCIZI				POSTI LETTO			
	2015	2016	diff. n.	diff. %	2015	2016	diff. n.	diff. %
Provincia di Potenza	475	497	22	4,6%	14.285	14.329	44	0,3%
Provincia di Matera	482	678	196	40,7%	25.134	26.486	1.352	5,4%
Città di Potenza	24	30	6	25,0%	1.071	1.091	20	1,9%
Città di Matera	301	482	181	60,1%	3.593	4.527	934	26,0%
Città di Maratea	50	52	2	4,0%	3.760	3.768	8	0,2%
Costa Jonica	107	113	6	5,6%	19.887	20.356	469	2,4%
Pollino	122	123	1	0,8%	2.864	2.795	-69	-2,4%
AREA 1 - Alto Basento	82	85	3	3,7%	1.351	1.385	34	2,5%
AREA 2 - Bradanica	29	38	9	31,0%	486	549	63	13,0%
AREA 3 - Lagonegrese - Pollino	192	198	6	3,1%	7.162	7.155	-7	-0,1%
AREA 4 - Marmo Platano - Melandro	38	38	0	0,0%	1.114	1.077	-37	-3,3%
AREA 5 - Metapontino	124	130	6	4,8%	20.281	20.741	460	2,3%
AREA 6 - Montagna Materana	28	28	0	0,0%	774	669	-105	-13,6%
AREA 7 - Val D'Agri	67	74	7	10,4%	1.561	1.609	48	3,1%
AREA 8 - Vulture - Alto Bradano	72	72	0	0,0%	2.026	2.012	-14	-0,7%
TOTALI (Intera regione)	957	1.175	218	22,8%	39.419	40.815	1.396	3,5%

La consistenza ricettiva mostra una piccola contrazione di strutture alberghiere (medio alto livello) a fronte di un incremento di quelle extralberghiere (in particolare B&B, affittacamere e case vacanza).

MOVIMENTO CLIENTI

	ITALIANI		STRANIERI		TOTALI	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze
STRUTTURE ALBERGHIERE						
Totale	433.316	1.399.049	71.800	177.663	505.116	1.576.712
<i>diff. 2016-2015</i>	-0,3%	-1,7%	0,6%	3,4%	-0,1%	-1,2%
STRUTTURE EXTRALBERGHIERE						
Totale	180.230	694.965	31.924	73.916	212.154	768.881
<i>diff. 2016-2015</i>	25,0%	6,5%	30,4%	28,9%	25,8%	8,3%
TOTALE STRUTTURE RICETTIVE						
Totale	613.546	2.094.014	103.724	251.579	717.270	2.345.593
<i>diff. 2016-2015</i>	6,0%	0,9%	8,2%	9,8%	6,3%	1,8%

AREA	ARRIVI				PRESENZE			
	2015	2016	diff.	diff %	2015	2016	diff.	diff %
Provincia di Potenza	250.068	246.909	-3.159	-1,3%	715.772	688.629	-27.143	-3,8%
Provincia di Matera	424.393	470.361	45.968	10,8%	1.589.167	1.656.964	67.797	4,3%
Città di Potenza	36.791	37.679	888	2,4%	60.857	63.464	2.607	4,3%
Città di Matera	214.924	250.093	35.169	16,4%	353.645	409.421	55.776	15,8%
Città di Maratea	53.602	56.689	3.087	5,8%	225.379	235.079	9.700	4,3%
Costa Jonica	197.840	206.380	8.540	4,3%	1.203.175	1.210.266	7.091	0,6%
Pollino	36.194	37.177	983	2,7%	79.655	100.514	20.859	26,2%
AREA 1 - Alto Basento	14.999	17.302	2.303	15,4%	31.777	32.847	1.070	3,4%
AREA 2 - Bradanica	2.943	3.620	677	23,0%	11.083	11.094	11	0,1%
AREA 3 - Lagonegrese - Pollino	100.601	102.195	1.594	1,6%	323.285	351.354	28.069	8,7%
AREA 4 - Marmo Platano - Melandro	15.736	17.082	1.346	8,6%	36.598	43.721	7.123	19,5%
AREA 5 - Metapontino	199.134	208.553	9.419	4,7%	1.206.590	1.214.295	7.705	0,6%
AREA 6 - Montagna Materana	7.392	8.095	703	9,5%	17.849	22.154	4.305	24,1%
AREA 7 - Val D'Agri	23.717	21.914	-1.803	-7,6%	98.211	81.581	-16.630	-16,9%
AREA 8 - Vulture - Alto Bradano	58.224	50.737	-7.487	-12,9%	165.044	115.662	-49.382	-29,9%
TOTALI (Intera regione)	674.461	717.270	42.809	6,3%	2.304.939	2.345.593	40.654	1,8%

Salvo Vulture e Val D'Agri l'incremento di arrivi e di presenze è ormai un trend che in Basilicata si sta sempre più consolidando, a due cifre nella città di Matera e nell'Area Marmo Platano – Melandro.

Inoltre, nel prospetto delle provenienze è possibile registrare un maggiore incremento di turisti stranieri, in particolar modo tedeschi, inglesi e francesi, rispetto agli italiani (lombardi, emiliani, calabresi e toscani). Come possiamo vedere nelle tabelle qui di seguito, infatti:

ITALIANI	ANNO 2016		ANNO 2015		Differenza % anni 2016-2015	
	TOTALE		TOTALE		arrivi	pres.
	arrivi	presenze	arrivi	presenze		
PUGLIA	145.218	494.969	139.897	464.579	3,8%	6,5%
CAMPANIA	105.674	428.554	97.133	447.869	8,8%	-4,3%
LAZIO	79.464	286.829	75.859	290.213	4,8%	-1,2%
LOMBARDIA	50.620	176.043	46.088	162.767	9,8%	8,2%
BASILICATA	38.749	161.669	40.135	181.059	-3,5%	-10,7%
EMILIA ROMAGNA	29.028	78.870	25.467	66.153	14,0%	19,2%
PIEMONTE	23.033	76.022	23.422	77.666	-1,7%	-2,1%
SICILIA	21.628	65.330	19.900	64.610	8,7%	1,1%
CALABRIA	25.847	60.301	23.597	55.054	9,5%	9,5%
TOSCANA	21.990	57.610	19.204	52.694	14,5%	9,3%
VENETO	18.490	54.867	17.370	54.813	6,4%	0,1%
ABRUZZO	14.490	44.300	14.428	51.164	0,4%	-13,4%
MARCHE	12.525	30.352	11.221	28.570	11,6%	6,2%
UMBRIA	7.545	24.883	7.022	25.774	7,4%	-3,5%
LIGURIA	5.990	14.217	5.297	13.360	13,1%	6,4%
MOLISE	3.750	11.503	3.657	11.391	2,5%	1,0%
TRENTINO	2.985	9.973	2.893	11.162	3,2%	-10,7%
FRIULI V. G.	3.806	9.696	3.425	8.937	11,1%	8,5%
SARDEGNA	2.235	6.302	2.236	6.626	0,0%	-4,9%
VALLE D'AOSTA	479	1.724	330	1.310	45,2%	31,6%
Totale italiani	613.546	2.094.014	578.581	2.075.771	6,0%	0,9%

STRANIERI	ANNO 2016		ANNO 2015		Differenza % anni 2016-2015	
	TOTALE		TOTALE		arrivi	pres.
	arrivi	presenze	arrivi	presenze		
GERMANIA	10.473	32.263	8.709	24.477	20,3%	31,8%
REGNO UNITO	11.869	30.545	12.013	28.272	-1,2%	8,0%
STATI UNITI D'AMERICA	12.932	27.474	12.141	28.073	6,5%	-2,1%
FRANCIA	14.137	26.344	13.384	23.800	5,6%	10,7%
SVIZZERA E LIECHTENSTEIN	5.630	15.223	4.933	12.804	14,1%	18,9%
PAESI BASSI	4.742	11.288	4.274	9.557	10,9%	18,1%
POLONIA	1.561	8.145	1.306	8.036	19,5%	1,4%
BELGIO	3.745	7.462	3.153	6.298	18,8%	18,5%
ROMANIA	1.714	7.453	2.024	9.480	-15,3%	-21,4%
REPUBBLICA CECA	1.328	6.789	521	1.096	154,9%	519,4%
CANADA	2.622	5.936	2.172	5.115	20,7%	16,1%
AUSTRALIA	2.689	5.718	2.631	5.570	2,2%	2,7%
BULGARIA	1.208	5.479	378	1.177	219,6%	365,5%
SPAGNA	2.770	5.041	2.637	6.586	5,0%	-23,5%
AUSTRIA	2.011	4.652	1.919	4.320	4,8%	7,7%
ARGENTINA	1.868	3.646	1.394	2.772	34,0%	31,5%
RUSSIA	1.566	3.625	1.297	3.044	20,7%	19,1%
GIAPPONE	2.202	3.269	2.716	3.463	-18,9%	-5,6%
ALTRI PAESI AFRICA	293	2.993	259	4.836	13,1%	-38,1%
ALTRI PAESI	18.364	38.234	18.019	40.392	1,9%	-5,3%
Totale stranieri	103.724	251.579	95.880	229.168	8,2%	9,8%
TOTALE COMPLESSIVO	717.270	2.345.593	674.461	2.304.939	6,3%	1,8%

3. Di seguito si riporta un prospetto di sintesi nel quale si evidenzia la positività dei dati registrati nel 2016:

	2015	2016	Var. Num.	Var. %
Capacità ricettiva:				
Esercizi ricettivi	957	1.175	218	22,78%
Posti letto ⁽¹⁾	39.419	40.815	1.396	3,54%
Posti letto netti ⁽²⁾	34.306	35.563	1.257	3,66%
Giornate letto disponibili ⁽³⁾	8.651.178	8.989.446	338.268	3,91%
Giornate letto disponibili nette ⁽⁴⁾	7.393.146	7.680.286	287.140	3,88%

Movimento dei clienti:

ARRIVI

	2015	2016	Var. Num.	Var. %
Stranieri	95.880	103.724	7.844	8,18%
Italiani	578.581	613.546	34.965	6,04%
TOTALE	674.461	717.270	42.809	6,35%

PRESENZE

	2015	2016	Var. Num.	Var. %
Stranieri	229.168	251.579	22.411	9,78%
Italiani	2.075.771	2.094.014	18.243	0,88%
TOTALE	2.304.939	2.345.593	40.654	1,76%

Analisi del movimento:

	2015	2016	Var. Num.	Var. %
Permanenza media	3,42	3,27	-0,15	
Tasso medio di occupazione ⁽⁵⁾	26,64%	26,09%		-0,55%
Tasso medio di occupazione netto ⁽⁶⁾	31,18%	30,54%		-0,64%

3.1. Le criticità e le opportunità

Per quanto concerne le criticità rilevate, va evidenziata la mole di adempimenti formali e sostanziali derivanti dagli obblighi di legge (Trasparenza, Anticorruzione, Appalti pubblici etc.), che non sempre il personale riesce a svolgere con puntualità a causa della rilevante carenza di organico che da alcuni anni si registra in APT, che nel 2016 vedeva la presenza di n. 17 unità sulle 32 in dotazione.

Un altro aspetto critico che ancora emerge è dato dalla difficoltà di poter condividere e rendere “chiare” e rintracciabili le azioni svolte all’interno dell’Agenzia, legate in particolare agli obiettivi di performance definiti nei Piani della Performance.

Tale criticità è stata letteralmente trasformata in “opportunità di miglioramento”, richiamato come miglioramento nel Piano delle Performance 2016-2018 in esame e che ha prodotto un incremento di opportuni strumenti “informatizzati” legati alla “tracciabilità” delle azioni condotte all’interno dell’Agenzia, e che permettono sia la condivisione delle informazioni e dei dati fra i partecipanti ad una medesima azione, sia un controllo “in process” e finale delle medesime azioni, da parte dei Resp. P.O. e della Direzione dell’Agenzia. Tali strumenti “partiti” come test nell’ultima parte del 2016 e nei primi mesi del 2017, troverà certamente piena attuazione dal secondo semestre del 2017.

Legato al precedente aspetto critico, vi è anche la mancanza di fatto di opportuni strumenti di sintesi che evidenzino chiaramente e schematicamente i processi operativi all’interno dell’Agenzia, in linea con le disposizioni statutarie definite dalla L.R. 7 del 04/06/2008.

4. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

4.1. Albero della performance

Il Piano delle Performance 2016-2018 ha voluto affiancare, alle Linee strategiche dell’Agenzia, 4 Aree strategiche che possano circoscrivere ulteriormente le “politiche strategiche ed operative” dell’Ente. Come suggerito dalla **Delibera CIVIT n° 112/2010**, l’albero della Performance è “una mappa logica che rappresenta, anche graficamente, i legami tra mandato istituzionale, missione, aree strategiche, obiettivi strategici e piani operativi (che individuano obiettivi operativi, azioni e risorse)”. In altri termini, tale mappa dimostra come gli obiettivi ai vari livelli e di diversa natura contribuiscano, all’interno di un disegno strategico complessivo coerente, al mandato istituzionale e alla missione.

Nella logica dell’albero della performance il mandato istituzionale e la missione sono articolate in aree strategiche, a cui sono associati gli outcome attesi.



Fonte: Del. CIVIT n° 112/2010

L'APT, nell'ambito dei compiti previsti dall'art. 11 della L.R. 7/2008 ed in base alla missione prevista dall'art. 2 dello Statuto, ha lo scopo di:

Promuovere, in accordo con la programmazione regionale, lo sviluppo turistico delle risorse locali regionali, attraverso azioni tese a caratterizzare, valorizzare e pubblicizzare in maniera integrata l'insieme delle risorse storiche, naturali, culturali e paesaggistiche locali, compresi i prodotti dell'agricoltura e dell'artigianato locale, per aumentare l'attrattività turistica del territorio e favorire nuove forme di sviluppo economico.

Partendo dall'obiettivo "madre", insito nella mission dell'Agenzia, si è proceduto a individuare le Aree strategiche:

AREA STRATEGICA	OUTCOME (IMPATTO)
AS1 - RICERCA, PROGRAMMAZIONE E PIANI DI MARKETING	Migliorare le dinamiche dell’Agenzia e aumentare gli strumenti strategici e la conoscenza al fine di sviluppare attività promozionali più efficaci e mirate.
AS2 - PROMOZIONE E SVILUPPO TERRITORIALE	Miglioramento dell’attrattività territoriale regionale
AS3 - RELAZIONI ESTERNE	Miglioramento efficacia dell’attività di promozione dell’Agenzia

AS4 - SUPPORTO E INFORMATION TECHNOLOGY (IT)	Miglioramento efficacia ed efficienza dei servizi erogati (interni ed esterni) al fine di ottimizzare la qualità delle azioni previste dalla mission dell'agenzia Valorizzazione del patrimonio informativo prodotto in APT Piena attuazione del Piano di Trasparenza e Prevenzione della corruzione
---	--

Le aree strategiche inglobano, per la natura della struttura dell'albero, le Linee strategiche dell'Agenzia. L'albero della performance dell'A.P.T. BASILICATA, è organizzata pertanto come segue:

- a) Per 4 aree strategiche, individuate per outcomes omogenei;
- b) Per obiettivi strategici, suddivisi per le varie aree;
- c) Per obiettivi operativi, azioni, più spiccatamente di promozione e comunicazione, oltre che gestionali, rispetto alla scala degli obiettivi strategici;
- d) Per azioni, ulteriore elemento di dettaglio degli obiettivi.

L'albero della Performance dell'APT BASILICATA è riportato nelle rappresentazioni grafiche che seguono.

4.2. Aree strategiche e obiettivi Strategici

Gli obiettivi strategici fissati nel PdP 2015/2017 sono agganciati a precise aree strategiche in precedenza elencate.

Gli obiettivi strategici, definiti all'interno delle aree strategiche, sono i seguenti:

AREA STRATEGICA DI RIFERIMENTO	OBIETTIVO STRATEGICO
AS1	AS1.1 – Individuazione dinamiche per la Promozione della destinazione “Basilicata” (Marketing – Promozione turismi Basilicata)
AS2	AS2.1 - Realizzazione di progetti di comunicazione, promozione e valorizzazione territoriale (Progetti territoriali, eventi, editoria e comunicazioni)
AS2	AS2.2 - Valorizzazione dei possibili turismi della Basilicata (Marketing – Promozione turismi Basilicata)
AS3	AS3.1 - Miglioramento degli strumenti per aumentare l'efficacia nelle relazioni con gli stakeholders (Progetti territoriali, eventi, editoria e comunicazioni)
AS3	AS3.2 - Ottimizzazione degli strumenti di relazione con le strutture ricettive della Regione Basilicata (Statistica, Sistemi Informativi)
AS4	AS4.1 - Sviluppo di nuove dinamiche interne informatizzate al fine di ottimizzare la comunicazione interna, gestione dei dB ed eventuali nuovi adempimenti legislativi (Bilancio, Patrimonio, Sicurezza)
AS4	AS4.2 - Realizzazione degli obiettivi dei programmi “Alleati” (Programma Triennale per la trasparenza e l'integrità, Piano triennale di prevenzione della Corruzione) (Risorse umane)
AS4	AS4.3 - Miglioramento delle performance riguardanti le attività a supporto (Segreteria e AA.GG.)

Di seguito se ne riportano i risultati attesi suddivisi per linee strategiche:

- Nelle prime due colonne troviamo le informazioni relative alla strutture di riferimento, cui sono agganciate le linee strategiche e l'obiettivo strategico;
- Poiché parliamo di obiettivi che esplicano la loro validità sul triennio, il risultato atteso per il 2016 è per tutti pari al 33,33% (un terzo del 100% da conseguire a fine triennio) – per chiarezza di risultato abbiamo esplicitato la % di raggiungimento annuale e quella triennale.

A) OBIETTIVI STRATEGICI PREVISTI NEL PIANO DELLE PERFORMANCE 2016-2018

Struttura di riferim.	Linea Strategica	Cod. Obiett.	Descrizione obiettivo	Peso	Risultati attesi - indicatori	Target	Risorse umane ^(*)
MARKETING - PROMOZIONE TURISMI BASILICATA	3	AS1.1	Individuazione dinamiche per la Promozione della destinazione "Basilicata"	60	Migliorare le dinamiche dell'Agenzia e aumentare gli strumenti strategici e la conoscenza al fine di sviluppare attività promozionali più efficaci e mirate. Indicatore: n° nuove dinamiche individuate in più rispetto al 2015	+30%	4
MARKETING - PROMOZIONE TURISMI BASILICATA	1	AS2.2	Valorizzazione dei possibili turismi della Basilicata	40	Miglioramento dell'attrattività territoriale regionale Indicatore: N° iniziative in più rispetto al 2015	+5%	1
Risorse Umane	6	AS4.2	Realizzazione degli obiettivi dei programmi "Alleati" (Programma Triennale per la trasparenza e l'integrità, Piano triennale di prevenzione della Corruzione)	100	Piena attuazione del Piano di Trasparenza e Prevenzione della corruzione Indicatore: N° obiettivi raggiunti/N° obiettivi prefissati	80%	4
Bilancio - Patrimonio - Sicurezza	5	AS4.1	Sviluppo di nuove dinamiche interne informatizzate al fine di ottimizzare la comunicazione interna, gestione dei dB ed eventuali nuovi adempimenti legislativi.	100	Miglioramento efficacia ed efficienza dei servizi erogati (interni ed esterni) al fine di ottimizzare la qualità delle azioni previste dalla mission dell'agenzia. Valorizzazione del patrimonio informativo prodotto in APT Indicatore: % soddisfazione clima interno per le voci cogenti in più rispetto al 2015	+5%	4
Progetti Territoriali - Eventi - Editoria - Comunicazione	2	AS2.1	Realizzazione di progetti di comunicazione, promozione e valorizzazione territoriale	60	Miglioramento dell'attrattività territoriale regionale Indicatore: N° di progetti in più 2015; N° passaggi tel/giorn/Ecc in più 2015.	+5% +5%	5
Progetti Territoriali - Eventi - Editoria - Comunicazione	4	AS3.1	Miglioramento degli strumenti per aumentare l'efficacia nelle relazioni con gli stakeholders	40	Miglioramento efficacia dell'attività di promozione dell'Agenzia. Indicatore: % soddisfazione stakeholders	60% positivo	3
Statistica e Sistemi Informativi	3	AS3.2	Ottimizzazione degli strumenti di relazione con le strutture ricettive della Regione Basilicata	100	Miglioramento efficacia dell'attività di promozione dell'Agenzia Indicatore: % soddisfazione strutture ricettive	60% positivo	1
Segreteria e AA.GG.	7	AS4.3	Miglioramento delle performance riguardanti le attività a supporto	100	Miglioramento efficacia ed efficienza dei servizi erogati (interni ed esterni) al fine di ottimizzare la qualità delle azioni previste dalla mission dell'agenzia Indicatore: n° azioni sviluppate	80%	0

^(*) - indica il numero di figure coinvolte nei processi operativi ad esso associati. Per le % si rimanda alle schede obiettivo. Le risorse finanziarie sono indicate in specifici capitoli di bilancio richiamati all'interno delle schede obiettivo.

B) INDICAZIONI A CONSUNTIVO DEGLI OBIETTIVI STRATEGICI PREVISTI (si veda punto A)

Obiettivo	Risorse umane	Valore Indicatore a consuntivo		Grado (%) raggiungimento obiettivo		Scostamento tra risultato atteso e raggiunto
		N° ob	% x ob.	% anno	% del triennio	
AS1.1	4	AS1.1a	100	100	33,33	0,00
		AS1.1b	100			
		AS1.1c	100			
AS2.1	1	AS2.1a	100	100	33,33	0,00
		AS2.1b	100			
		AS2.1c	100			
AS2.2	4	AS2.2a	100	100	33,33	0,00
		AS2.2b	100			
AS3.1	4	AS3.1a	100	100	33,33	0,00
		AS3.1b	100			
AS3.2	5	AS3.2a	100	100	33,33	0,00
AS4.1	3	AS4.1a	100	93	30,67	7%
		AS4.1b	100			
		AS4.1c	100			
AS4.2	1	AS4.2a	100	100	33,33	0,00
AS4.3	0	AS4.3a	100	100	33,33	0,00

Le risorse finanziarie sono definite nei rispettivi capitoli di bilancio e riportati nelle schede obiettivo.

Gli scostamenti prodotti come si evince dalla tabella, non sono rilevanti, se si eccettua un caso pari al 7%. In generale è possibile affermare una ottima performance dell'Agenzia: la media del **99,12**

(32,71se rapportato alla soglia del 33,33% come quota annuale del triennio) attesta infatti un impegno notevole da parte di tutto il personale che ha portato al pieno raggiungimento della maggioranza degli obiettivi definiti, oltre a verificare, rispetto all'annualità 2015, un incremento di quasi 4%.

3.2.1 Coinvolgimento degli stakeholder

Stakeholder interni: tutto il personale che in qualche modo era coinvolto nel raggiungimento degli obiettivi strategici, è stato opportunamente coinvolto mediante l'assegnazione di taluni obiettivi operativi e/o azioni operative (previste dall'Albero delle Performance). Inoltre tutti gli obiettivi sono stati opportunamente illustrati in meeting appositamente predisposti dalla Direzione Generale. Tutti i risultati ottenuti al fine di misurare il raggiungimento degli obiettivi strategici sono stati forniti dai singoli attori intervenuti ciascuno per la propria parte, attraverso schede predisposte. Il monitoraggio trimestrale condotto dal Resp. P.O. in stretta sinergia con la Direzione Generale ha permesso di rendere minimo il grado di autoreferenzialità.

Stakeholder esterni: poiché l'Agenzia a tutti gli effetti è da considerarsi il braccio operativo della Regione Basilicata per quel che riguarda la promozione del territorio lucano, lo stakeholder esterno principale è proprio rappresentato dalla Regione Basilicata.

Ogni obiettivo strategico è stato emesso tenendo presente le linee strategiche del Piano attualmente in vigore, accertando così la massima rilevanza possibile con quanto definito dall'Organismo "madre".

Oltre a ciò, tutti gli obiettivi "verso l'esterno" (in netta maggioranza) sono necessariamente collegabili, in modo differente in base allo specifico obiettivo, con gli altri stakeholder esterni, quali ad esempio:

- Operatori privati del settore turistico e dello sviluppo territoriale
- Associazioni ed Enti del settore

I progetti necessari per il raggiungimento degli obiettivi sono stati in massima parte condivisi da Operatori privati e da enti ed associazioni, per poter trovare una loro efficacia. Pertanto il grado di raggiungimento degli obiettivi in oggetto è testimoniata in qualche modo proprio dal coinvolgimento degli stakeholder individuati.

Tuttavia, nel prossimo futuro, al fine di poter meglio valorizzare gli sforzi dell'Agenzia, occorrerà incrementare e documentare le testimonianze di altri stakeholders "indiretti", obiettivo però delle azioni dell'Agenzia, vale a dire:

- Turisti
- Comunità

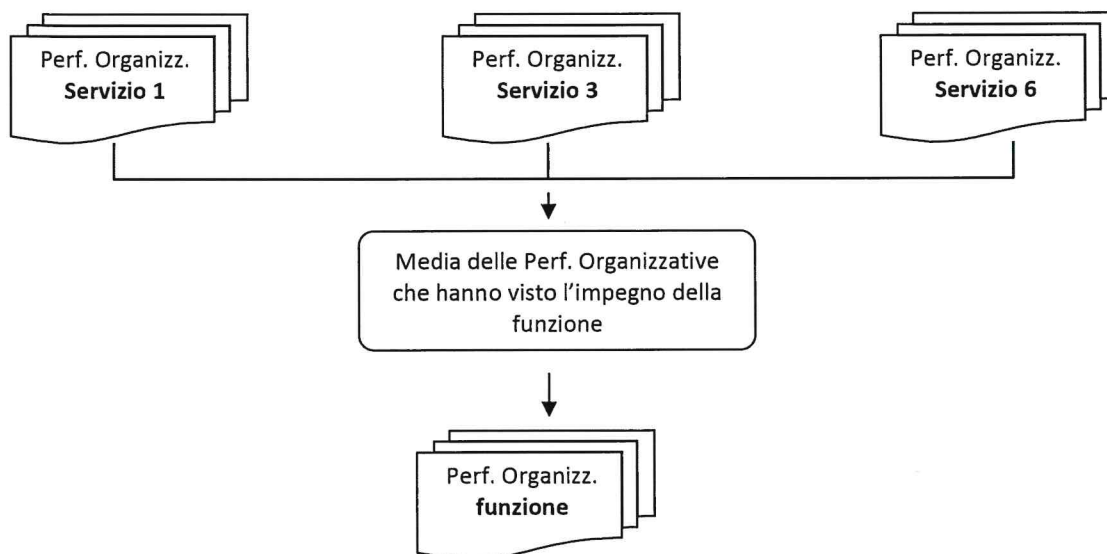
Sarà opportuno individuare strumenti operativi, sempre in collaborazione con i nostri partners, per verificare l'impatto e l'efficacia delle azioni prodotte.

4.3. Obiettivi e piani operativi/azioni

Gli obiettivi strategici vengono attuati e realizzati attraverso step annuali costituiti da obiettivi operativi, a loro volta conseguiti attraverso una serie di attività o azioni portate a compimento con il corretto impiego delle risorse, umane, finanziarie e strumentali, dedicate ad ognuno. Data l'articolazione degli stessi, il prospetto riassuntivo degli obiettivi operativi e delle azioni viene riportato, nel dettaglio, in **Allegato 3** alla presente Relazione.

Il personale senza responsabilità, per la natura e la organizzazione interna dell'APT Basilicata, viene coinvolto in modo trasversale per il raggiungimento di azioni facenti parte di obiettivi

operativi presenti in differenti Servizi. Pertanto non può essere “considerata”, per la figura in oggetto, la sola valutazione della performance organizzativa del singolo servizio di appartenenza, bensì la media delle performance organizzative dei Servizi ai quali ha prestato il proprio impegno:



In occasione della prossima revisione del Sistema di Misurazione e Valutazione della performance, prevista per l'anno 2017, tale specifica deve essere standardizzata o, in alternativa, deve essere definita una UNICA performance Organizzativa per l'intera Agenzia, alla luce della trasversalità del personale coinvolto.

Di seguito si evidenzia un prospetto riassuntivo circa il raggiungimento degli obiettivi strategici in rapporto a quelli operativi, analizzandoli per “Servizio”:

SERVIZIO: Segreteria e AA.GG		Risultato Servizio (%)		100
Obiettivo Strategico	Peso Ob. strategico	Obiettivo operativo	Grado ragg. ob. Operativo (%)	Risorse Finanziarie Gestite
AS4.3-Miglioramento delle performance riguardanti le attività a supporto	100	AS4.3a-Miglioramento performance area "segreteria e affari generali"	100	200.000,00

SERVIZIO: Bilancio - Patrimonio -Sicurezza		Risultato Servizio (%)		93
Obiettivo Strategico	Peso Ob. strategico	Obiettivo operativo	Grado ragg. ob. Operativo (%)	Risorse Finanziarie Gestite
AS4.1 - Sviluppo di nuove dinamiche interne informatizzate al fine di ottimizzare la comunicazione interna, gestione dei dB ed eventuali nuovi adempimenti legislativi.	100	AS4.1a- Ottimizzazione Sistema informativo interno per conformarsi a nuove disposizioni legislative	100	987.599,24
		AS4.1b-Aumento dell'efficacia del Piano delle Performance	100	
		AS4.1c-Ottimizzazione Area CED	100	40.000,00

SERVIZIO:	Risorse Umane		Risultato Servizio (%)	100
Obiettivo Strategico	Peso Ob. strategico	Obiettivo operativo	Grado ragg. ob. Operativo (%)	Risorse Finanziarie Gestite
AS4.2-Realizzazione degli obiettivi dei programmi "Allegati" (Programma Triennale per la trasparenza e l'integrità, Piano triennale di prevenzione della Corruzione)	100	AS4.2a-Applicazione del Piano Triennale di Prevenzione della corruzione (solo aspetti straordinari, non azioni continuative e ordinarie)	100	1.001.281,43

SERVIZIO:	SERVIZIO PROGETTI TERRITORIALI - EVENTI EDITORIA E COMUNICAZIONI		Risultato Servizio (%)	100
Obiettivo Strategico	Peso Ob. strategico	Obiettivo operativo	Grado ragg. ob. Operativo (%)	Risorse Finanziarie Gestite
AS2.1 Realizzazione di progetti di comunicazione, promozione e valorizzazione territoriale		AS2.1a-Valorizzazione di forme di turismo esperienziali	100	2.588.264,69
		AS2.1b-Creazione di partenariati con altre strutture pubbliche e private al fine di realizzare progetti di promozione e comunicazione territoriale di interesse comune	100	
		AS2.1.c- Incremento delle attività di promo-commercializzazione della Basilicata Turistica	100	
AS3.1- Miglioramento degli strumenti per aumentare l'efficacia nelle relazioni con gli stakeholders		AS3.1a-Miglioramento uso strumenti di comunicazione con la Comunità	100	106.496,14
		AS3.1b-Garantire la crescita dell'attenzione nei confronti dell'agenzia	100	

SERVIZIO:	SERVIZIO MARKETING		Risultato Servizio (%)	100
Obiettivo Strategico	Peso Ob. strategico	Obiettivo operativo	Grado ragg. ob. Operativo (%)	Risorse Finanziarie Gestite
AS.1.1- Individuazione dinamiche per la Promozione della destinazione "Basilicata"		AS1.1a- Sviluppo di strategie di azione e forme strategiche di partenariato con soggetti pubblici e privati	100	116.061,27
		AS1.1b-Individuazione di nuovi mercati possibili per la Basilicata	100	74.712,19
		AS1.1c- Sviluppo di politiche a sostegno di operatori regionali per la promozione della propria offerta territoriale	100	395.575,45
AS.2.2- Valorizzazione dei possibili turismi della Basilicata		AS2.2a-Definizione e validazione di politiche di sviluppo a sostegno di altri soggetti, per attività tese a promuovere e valorizzare possibili turismi	100	647.411,72

		AS2.2b-Creazione di reti e attività per sviluppare la "ricettività" per gli altri turismi	100	
SERVIZIO:	STATISTICA – SERVIZI INFORMATIVI		Risultato Servizio (%)	100
Obiettivo Strategico	Peso Ob. strategico	Obiettivo operativo	Grado raggi. ob. Operativo (%)	Risorse Finanziarie Gestite
AS3.2-Ottimizzazione degli strumenti di relazione con le strutture ricettive della Regione Basilicata	100	AS3.2a-Ottimizzazione della rilevazione, elaborazione e trasmissione dati statistici relativi al movimento turistico ed alla consistenza dell'offerta ricettiva regionale (art.11 commi k,l, m - L.R. 7/2008)	100	99.974,00

TOTALE SPESE EFFETTIVE 2016 € 6.017.376,13

3.3.1 Trasparenza

Secondo quanto stabilito nelle linee guida della CIVIT si è predisposto il presente stato di attuazione con riferimento a quanto contenuto nella sezione "Trasparenza e Accesso" all'interno del "Piano triennale 2015-2017 di prevenzione della corruzione e per la Trasparenza" adottato con delibera del Direttore Generale APT n. 2185 del 27.07.2015 e pubblicato sul sito web istituzionale link amministrazione trasparente. In particolare, si evidenzia la realizzazione degli obblighi di pubblicazione dei dati come indicati nella suddetta sezione, degli altri obblighi indicati dalla CIVIT nella delibera 105/2010 e 2/2012 e riportati nel Piano stesso, nonché, delle ulteriori iniziative indicate nel medesimo Piano triennale – Sezione Trasparenza e accesso.

In conformità con quanto previsto dal D. Lgs. N° 33/2013 e s.m.i., l'osservanza di quanto previsto in materia di trasparenza ha consentito, nel corso dell'anno 2016, l'attivazione di forme diffuse di controllo delle attività amministrative dell'Ente, attraverso l'azione di pubblicazione dei documenti.

Relativamente alla normativa della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione delle informazioni da parte delle P.A., di cui al D.Lgs. n. 33/2013, l'APT sta utilizzando un collegamento in remoto con l'applicativo "Amministrazione Trasparente" della Gazzetta Amministrativa che consente, senza alcun onere a carico delle Amministrazioni, di conformare i propri siti alle nuove disposizioni intervenute in materia.

Gli interlocutori esterni all'APT Basilicata hanno avuto notizia dell'avvenuta approvazione del predetto P.T.P.C.T. 2015-2017 mediante consultazione on line della sezione denominata "Amministrazione Trasparente", presente sul sito istituzionale. La suddetta sezione "Amministrazione Trasparente" presenta una struttura ad albero ed è caratterizzata da numerose sottosezioni, organizzate coerentemente alle indicazioni previste dall'Allegato 1 alla Delibera CIVIT n.50/2013, ove confluisce tutto ciò che sottende all'obbligo di pubblicazione.

1. Il sito istituzionale APT

Il sito istituzionale possiede le caratteristiche fondamentali di accessibilità a tutti, è facilmente reperibile ed usabile, semplice, chiaro nel linguaggio.

2. I dati da pubblicare sul sito istituzionale APT

In relazione a quanto previsto dal Piano Triennale per la trasparenza e dalle linee guida CIVIT, i dati, le informazioni e i documenti "obbligatorî" da pubblicare nella sezione "Trasparenza amministrativa" risultano essere stati pubblicati. Nello specifico:

- I dati relativi al personale dipendente sono stati pubblicati sul sito; è prevista un'attività di aggiornamento periodico. Per i dati relativi a incarichi e consulenze ogni responsabile di settore ha provveduto a pubblicare sul sito i dati relativi a incarichi e collaborazioni.
- Dati sull'organizzazione e i procedimenti. Sul sito è stato pubblicato quanto previsto ad eccezione dell'elenco delle tipologie dei procedimenti.
- Dati su sovvenzioni, contributi, crediti, sussidi e benefici di natura economica: le pubblicazioni sono integrate e aggiornate periodicamente.
- Il Programma triennale per la trasparenza e il Piano triennale per la prevenzione della corruzione e la trasparenza 2015/2017 sono pubblicati.

3. Le iniziative per l'integrità e la legalità

Relativamente alle *iniziative per l'integrità e la legalità*, sulla base di quanto comunicato dai funzionari competenti, si dà conto di quanto segue:

- ci si è avvalsi della consulenza dell'Organismo Indipendente di Valutazione nonché dell'operato di una unità di personale dell'APT; l'organo di Revisione soprattutto nell'ambito dei controlli interni non ha evidenziato anomalie.
- L'APT a chiusura dell'anno 2015 e inizio 2016 ha promosso e realizzato un corso di 7/ore *in house* per tutto il personale dipendente sulla trasparenza amministrativa e l'anticorruzione e per promuovere e sostenere la coscienza della legalità.

4. "Il linguaggio"

Relativamente al *linguaggio* si precisa che nella stesura di tutti gli atti sono stati adottati tutti gli strumenti necessari per renderli semplici e di facile comprensione ad ogni persona che legge.

5. "Il Piano delle performance"

Il *Piano delle performance 2016/2018* è stato adottato dall'APT con atto del Direttore Generale n. 21 del 01/02/2016 e successivamente revisionato con atto del Direttore Generale n. 234 del 06/10/2016. Esso consente al cittadino di valutare e conoscere effettivamente l'operato pubblico, il grado di partecipazione dei dipendenti ai processi lavorativi.

Il responsabile della trasparenza è stato individuato con atto del D.G. n° 188 del 07/08/2014, in via temporanea, nel dipendente Rag. Cuccaro Antonio.

Potenziamento del sistema dei controlli e della gestione amministrativa

Per quanto l'APT patisca la condizione strutturale di essere sotto organico e la crescita inarrestabile degli adempimenti previsti dalle leggi sotto vari profili, nei prossimi anni si punterà ad ampliare il numero di collaboratori in grado di dare il proprio contributo su questo versante, anche promuovendo specifiche azioni formative.

3.3.2 Standard di Qualità dei servizi

Per la natura dell'Agenzia, come ente strumentale a servizio della Regione Basilicata, gli standard di Qualità dei servizi non hanno piena attuazione fra le attività proposte ed erogate.

L'Agenzia di fatto non eroga servizi "diretti" alla Comunità, se non in misura minima ed il più delle volte "indiretta", non prevede standard vincolati da prescrizioni legislative.

Nella Carta dei servizi in prossima definizione sono stati individuati degli Standard di Qualità "specifici" che saranno oggetto del prossimo Piano delle Performance 2017-2019.

4.4. Obiettivi individuali

In linea con quanto previsto dalla Delibera CIVIT n° 5/2012 e con l'attuale Sistema di Misurazione e Valutazione delle performance della Regione Basilicata, la valutazione delle performance individuale è stata effettuata, per il 2016, previ colloqui intermedi e finali con il Direttore Generale e con i criteri di seguito indicati:

- a) raggiungimento degli obiettivi individuali: identifica e misura uno specifico risultato atteso in un certo arco temporale, il cui livello di raggiungimento è verificabile in base a criteri di misura/valutazione (indicatori/output). La misura del risultato ottenuto considera gli obiettivi stabiliti ad inizio periodo. La valutazione dei risultati è effettuata sulla base di una scala di valutazione che esprime in termini numerici il grado di raggiungimento dell'obiettivo. Di seguito la scala di valori da attribuire al grado di raggiungimento degli obiettivi:
- Grado di raggiungimento 90-100% degli obiettivi: valore 100
 - Grado di raggiungimento 80-89% degli obiettivi: valore 85
 - Grado raggiungimento 70-79% degli obiettivi: valore 65
 - Grado raggiungimento 60-69% degli obiettivi: valore 45
 - Grado raggiungimento 50-59% degli obiettivi: valore 25
 - Grado di raggiungimento inferiore al 50%: valore 0

In caso di personale senza responsabilità per gli obiettivi operativi, il raggiungimento degli "obiettivi operativi" si calcola tenendo conto dell'impiego specifico della persona nell'azione/nelle azioni di un determinato obiettivo. Se ad esempio un obiettivo è stato raggiunto al 50% ma una figura ha operato per una specifica azione dell'obiettivo, azione completata al 100%, la funzione deve essere valutata sulla base del 100% dell'azione e non dell'obiettivo al quale fa parte. Questo per non far dipendere la sua valutazione dalla mancata efficacia di colleghi su altre azioni del medesimo obiettivo, che hanno comportato il valore del 50%.

Per meglio "tracciare" il suddetto passaggio, le schede per la valutazione della performance individuale, come riportate in allegato 2 del Sistema di Misurazione e Valutazione della performance adottato, le specifiche tabelle riguardanti la valutazione della performance individuale, sono state INTEGRATE da ulteriori colonne esplicative, che servono esclusivamente per meglio rappresentare il passaggio dall'obiettivo operativo al valore finale misurato.

- b) competenze e comportamenti: sulla base del **Codice di Comportamento dell'Agenzia** ("Codice di comportamento specificativo ed integrativo del Regolamento recante il codice di comportamento dei dipendenti pubblici a norma dell'art. 54 DLGS n. 165/2001 approvato con DPR 16.4.2013 n. 62"), avviene la valutazione dei comportamenti della singola figura nel corso dei colloqui/confronti che avvengono trimestralmente al tempo, cioè, dei monitoraggi. Questa è l'occasione per sintetizzare e le attività poste in essere dal valutato e i comportamenti che egli ha messo in atto per perseguirli efficacemente. La valutazione dei comportamenti avviene se:
- siano pochi (massimo tre)
 - siano osservabili (il valutato deve essere in grado di porre in essere i comportamenti)
 - siano correlati alle funzioni assegnate/svolte dal valutato
 - possano rappresentare un'area di miglioramento del valutato

- possano rappresentare un'area di eccellenza del valutato

Tipologia di personale	punteggio
Comportamenti e capacità gestionali dei dirigenti generali e delle posizioni apicali degli Enti strumentali	<ul style="list-style-type: none"> • Pensiero strategico • Delega • Programmazione e organizzazione Valore sulla valutazione: 40%
Comportamenti e capacità gestionali delle PAP	<ul style="list-style-type: none"> • Lavorare in gruppo • Sviluppo e trasferimento delle competenze • Gestione progetti/processi Valore sulla valutazione: 30%
Comportamenti e capacità gestionali delle POC	<ul style="list-style-type: none"> • Lavorare in gruppo • Delega • Auto-organizzazione valore sulla valutazione: 30%
Comportamenti e capacità gestionali dei dipendenti di cat. C e D	<ul style="list-style-type: none"> • Orientamento al cittadino e al collega • Flessibilità • Tensione al risultato valore sulla valutazione: 20%
Comportamenti e capacità gestionali dei dipendenti di cat. A e B	<ul style="list-style-type: none"> • Orientamento al cittadino e al collega • Partecipazione e impegno lavorativo • Orientamento all'efficienza valore sulla valutazione: 20%

c) comunicazione e ascolto: La comunicazione interna e l'ascolto sono elementi che caratterizzano sempre un'organizzazione efficace. Essi servono a:

- rafforzare il senso di appartenenza all'organizzazione
- valorizzare ed incoraggiare la collaborazione interfunzionale tra colleghi
- garantire il giusto equilibrio tra la motivazione al raggiungimento degli obiettivi individuali e la necessaria attenzione a contribuire agli obiettivi generali dell'ente e dell'articolazione organizzativa di appartenenza

Il valore sulla valutazione è il seguente:

- Dirigenti generali e amministratori degli Enti Strumentali, PAP e POC: **30%**
- Personale di categoria A,B,C e D: **20%**

Per quanto riguarda la **Direzione Generale** dell'APT BASILICATA, inoltre, vi sono da garantire le seguenti azioni preliminari:

- pubblicazione previsti dalla normativa vigente o la mancata predisposizione del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità' (art.46 d.lgs 33/2013)
- Adozione del Piano della performance (art 10 comma 5 del d. lgs. 150/ 2009)
- Adozione e realizzazione del programma triennale per la trasparenza e l'integrità e assolvimento degli obblighi di pubblicazione (art. 11 comma 5,8,9 del d. lgs 150/2009)
- Capacità di valutazione dei propri collaboratori, dimostrata tramite una significativa differenziazione dei giudizi (art.9 comma 1 lettera d) del d. lgs. 150/ 2009)

Per quanto riguarda l'annualità 2016, nella seconda parte dell'anno si è provveduto ad una revisione del Piano della Performance 2016-2018, alla luce di una analisi dei precedenti obiettivi che risultavano essere in numero spropositato e soprattutto non misurabili e non orientati ad un

effettivo miglioramento delle performance dell'Agenzia.

Il prospetto con il calcolo degli Obiettivi Individuali viene riportato in Allegato 3.

In coerenza con la Delibera Civit. N. 5/2012 e sue successive integrazioni, si riportano nelle tabelle che seguono i risultati della valutazione individuale del personale distinto per categoria.

Si precisa a questo scopo che, la valutazione della performance individuale, così come previsto nella sopra richiamata DGR 1147/2016, ".....sono effettuate dai dirigenti sovraordinati titolari della struttura in cui il dipendente presta servizio".

CATEGORIA	In servizio	Maggiore di 95	90 – 94,99	85 - 89,99	80 – 84,99	Inf. A 80
A	2			2		
B	1	1				
C	6	3	1	2		
D	4	4				
POC/PAP	6	3		3		

5. RISORSE EFFICIENZE ED ECONOMICITÀ

MARKETING STRATEGICO 2016

Per l'attuazione delle iniziative previste dal piano di marketing strategico per l'anno 2016, approvato con la DGR n. 332 del 5/04/2016, che ha disposto un finanziamento da fondi regionali di € 900.000,00, sono state impegnate risorse finanziarie per complessivi € 884.050,87, di cui al capitolo 366 di parte Uscite e al corrispondente cap. 66 di parte Entrate.

Le principali azioni finanziate a valere sul marketing strategico 2016 sono riportate nel seguente prospetto e, in dettaglio, nel documento di Analisi delle attività 2016:

Borse e Manifestazioni Fieristiche € **289.565,31**

La spesa complessiva impegnata per garantire la partecipazione dell'offerta turistica della Basilicata a borse, workshop ed eventi fieristici nazionali e internazionali nel 2016 ammonta a € 289.565,31, e riguarda le partecipazioni alla BIT 2016 di Milano, BTO di Firenze, Matera è Fiera, TTG Rimini, Nofrills Bergamo, Holliday World di Praga, Vinitaly, Verona, Salone Internazionale delle Vacanze di Lugano, Salone del Gusto di Torino .

Inoltre, l'APT ha garantito la presenza della Basilicata ad eventi e manifestazioni quali:

- Presentazione della Basilicata Turistica nell'abito della riunione annuale della CRLM a B. Aires;
- Evento promozionale presso Istituto Italiano di Cultura di Vienna;
- VIII Festival della Letteratura di Viaggio
- Sostegno al Festival della Filosofia della Magna Grecia
- Festival la "Milanesiana" di Milano
- Promozione della Basilicata Turistica presso 4 importanti outlet italiani
- Roma, Festival del Cinema;
- Isola Tiberina Roma,
- Allestimento del Presepe di Francesco Artese a Milano;
- I Quadri Plastici di Avigliano nella National Gallery di Londra
- Workshop Regioni di Italia – Praga
- Workshop USA
- Missione di Contatto USA
- Evento "la mia Matera di Cunningham" organizzato a New York dall'Istituto Italiano di Cultura

Ad integrazione di tale risorsa sono stati utilizzati ulteriori disponibilità per € 151.390,58 attraverso il capitolo 340 del bilancio APT "Manifestazioni in Italia, all'estero e sul Web".

Materiale promo-pubblicitario plurilingue - Editoria € **96.566,13**

Per la realizzazione di nuovo materiale editoriale e promo-pubblicitario della Basilicata e la ristampa del materiale esistente sono stati impegnati € 96.566,13,

In aggiunta a detta risorsa sono stati impegnati ulteriori € 189.883,27 dal capitolo 280 del bilancio APT "Realizzazione e diffusione prodotti editoriali-Materiale promo-pubblicitario e di comunicazione"

Media Planning e Comunicazione € **89.586,88**

La campagne di comunicazione attraverso i principali media regionali, extra-regionali e internazionali, la divulgazione e la conoscenza delle risorse turistiche e culturali della Basilicata e la necessità di promuovere i principali eventi e attrattori regionali hanno assorbito € 89.586,88 dal marketing strategico.

Altre risorse per € 106.496,14 (cap. 368) sono state utilizzate per iniziative promozionali attraverso la comunicazione.

TOTALE Marketing Strategico 2016 € **884.050,87**

Sempre con fondi del bilancio APT sono state realizzate le sotto indicate azioni di marketing:

Educational Tour € **74.712,19**

Nel 2016 sono stati attivati educational tour in Basilicata con giornalisti, opinion leader e tour operator italiani e stranieri, utilizzando risorse finanziarie per € 74.712,19, tramite il capitolo 303-U del bilancio APT.

Co-Marketing € **116.061,27**

La risorsa finanziaria di € 116.061,27, disponibile sul cap. 240-U del Bilancio APT, è stata destinata alle Iniziative di Co-marketing attivate nel 2016, tramite accordi di collaborazione e protocolli d'intesa con alcuni raggruppamenti di enti locali della Basilicata per iniziative di portata zonale e interzonale, e tramite compartecipazione ad iniziative e manifestazioni organizzate sul territorio regionale da istituzioni e associazioni locali.

Evento Capodanno a Potenza 2017 € **152.411,72**

Con la DGR n. 1296 dell'11/11/2016) la Regione ha finanziato con € 152.411,72 le attività di ospitalità alberghiera e di logistica curate direttamente dall'APT, nell'ambito del grande evento RAIUNO nella città di Potenza nella serata del 31 dicembre 2016 – Capodanno 2017.

Tavolo paritetico Regione Basilicata/Compagnie estrattive € **230.000,00**

Con la DGR n. 844 del 19/07/2016-Det. Dirig. n. 10AE.2016/D.00060 dell'01/08/2016, un finanziamento di € 230.000,00, proveniente dalle royalty del petrolio destinato agli interventi di reintegrazione dell'equilibrio ambientale e territoriale clausola D1 per l'anno 2016, ha finanziato interventi a favore dei comuni interessati all'estrazione, come previsto dall'Accordo Quadro del Tavolo Paritetico Regione Basilicata/Compagnie Petrolifere contitolari della concessione "Gorgoglione" 22/09/2006.

Potenziamento Informazione e Accoglienza Turistica € **65.000,00**

La risorsa finanziaria di € 65.000,00, sempre di derivazione bilancio APT, è stata assegnata alle Amministrazioni Comunali di Matera (€ 20.000,00), Potenza (€ 9.000,00), Maratea (€ 20.000,00), Castelmezzano (€ 8.000,00) e Pietrapertosa (€ 8.000,00) per potenziare, in particolare nel periodo estivo, il servizio di Informazione e Accoglienza turistica. Esso è svolto dalle amministrazioni interessate tramite l'allestimento, l'apertura e la gestione di info-point e di aree connesse. Il finanziamento assentito dall'APT è finalizzato essenzialmente alle spese per la messa in campo di professionalità idonee e adeguate alla gestione dei punti informativi (personale con preparazione ed esperienza plurilingue).

Azioni di Promozione e Comunicazione Patrimonio Culturale Intangibile 2016

€ 1.909.906,00

Nel 2016 sono stati impegnati complessivamente € 1.909.906,00, corrispondenti all'analogo finanziamento disposto dalla Regione, per finanziare le iniziative realizzate dagli enti locali per la Promozione e la Comunicazione del Patrimonio Culturale Intangibile regionale. Una ulteriore risorsa di € 2.573.906, necessario per completare il finanziamento degli eventi allestiti dagli enti locali nel 2016, è stato differito al 2017. La Regione, tramite il proprio bilancio previsionale 2017, ha già autorizzato l'APT ad iscrivere tale somma nel Bilancio 2017 dell'Agenzia.

Le Associazioni PRO-LOCO

€ 200.000,00

Nel 2016 è stato assegnato il finanziamento di € 200.000,00 per l'attribuzione di contributi a favore delle Associazioni Pro-loco e UNPLI regionali, secondo quanto previsto dall'art. 28 della L.R. n° 7 del 4-06-2008 e dalla DGR n° 1972/2010, approvata nella seduta del 22/11/2010 e avente per oggetto "L.R. n° 7/2008 art. 28 - Approvazione direttiva per l'assegnazione dei contributi a favore delle Associazioni Pro-Loco da parte dell'APT Basilicata".

Sono state finanziate le attività di n° 98 Associazioni Pro-Loco (72 nella provincia di Potenza e 26 nella provincia di Matera) e dell'UNPLI regionale, tutte iscritte all'Albo Regionale delle Pro-Loco, sulla base dei programmi presentati e secondo la valutazione effettuata dall'apposito nucleo di valutazione composto da Regione/APT/UNPLI.

Il Turismo Scolastico, Congressuale, di Gruppo

€ 200.000,00

La Regione, con il bilancio 2016, ha disposto un'assegnazione finanziaria complessiva di € 200.000,00 per la concessione di contributi ai richiedenti in materia di Turismo Scolastico, Congressuale, di Gruppo e del Fine settimana.

Durante il 2016 sono stati finanziati n° 60 viaggi d'istruzione - gite di istituti scolastici (€ 107.446,50), n° 31 gruppi e viaggi del fine settimana (€ 77.688,50) e n° 14 convegni (€ 14.865,00) effettuati in Basilicata, per un totale di € 77.688,50. Inoltre n. 53 gite scolastiche, 29 gruppi e 4 convegni non sono stati finanziati per la mancanza di fondi disponibili.

In termini di movimento turistico, le tre misure di intervento, sommando i dati degli interventi finanziati con quelli delle iniziative comunque realizzate ma non finanziate, hanno determinato 19.688 arrivi e 61.633 presenze.

L'organizzazione, il personale, la motivazione ed il contributo individuale e collettivo al perseguimento degli obiettivi: LA VALUTAZIONE del personale.

Per concludere, uno sguardo agli aspetti economico-finanziari e amministrativi. Da notare il moltiplicarsi delle attività e la crescita ragguardevole della spesa gestita dall'APT nell'ultimo decennio. Nel 2006 la spesa effettiva era di € 5.522.067,54, nel 2007 la stessa ammontava a € 6.114.124,42 (+ 10,72%), nel 2008 passava a € 7.298.851,42 (+ 32,18%), nel 2009 a € 9.797.448,28 (+ 77,40%), mentre nel 2010 la spesa effettiva è stata di € 9.025.360,77 (+ 63,44%), nel 2011 è stato pari a € 8.189.245,33 (+ 48,30%), nel 2012 si è attestata ad € 8.018.039,14 (+ 45,20%), nel 2013 è stata di € 6.663.165,73 (+ 20,66%), nel 2014 ha toccato € 10.527.504,11 (+ 90,64%), nel 2015 è stata di € 8.175.780,23 (+ 48,05%) e nel 2016 è quantificata in € 6.011.398,13 (+ 8,86%).

L'incremento delle attività, confrontato con il 2006, corrisponde all'aumento di risorse gestite (in termini di spesa) che varia dall'8,86% al 90,24%, con un incremento dell'indice medio annuo del 44,55%. Occorre evidenziare che nel 2006 la gestione di una spesa di circa 5 milioni e mezzo si avvaleva di 21 unità lavorative, mentre oggi la forza lavoro in APT conta appena 17 unità. Il personale dipendente si è ridotto di diverse unità per effetto del pensionamento 1 unità lavorativa nel 2015 (D/6), di 2 unità nel 2014 (1 di D/6 e 1 di C/5), di 2 unità (D/3) nel 2012-2013, che si sommano alle 6 unità lavorative pensionate tra il 2007 e il 2014. Il fenomeno è stato fronteggiato solo in minima parte con 4 nuove figure professionali assunte in servizio a partire da dicembre 2010 (2 unità di C/1, 1 di D/1 e 1 di D/3) ed 1 unità a dicembre 2016 (D/1).

Il contingente lavorativo APT permane dunque palesemente sotto dimensionato se confrontato ai compiti e alle funzioni da espletare. Tuttavia è sforzo comune in APT quello di assicurare efficacia e qualità dei servizi e nelle molteplici attività, negli adempimenti amministrativi e contabili, nonché nell'assolvimento delle ulteriori e gravose incombenze scaturenti dall'applicazione della nuova disciplina in materia di tracciabilità dei flussi finanziari e regolarità contributiva dei contraenti con la P.A., introdotta dalla Legge 136/2010, dalla normativa sulla Trasparenza e l'Anticorruzione (D. Lgs. 33/2013), dalla gestione del ciclo della Performance (D. Lgs. 150/2009). L'impatto delle norme emanate verso la Pubblica Amministrazione è significativo e gravoso in particolare sull'organizzazione dell'APT, dove determina un assorbimento considerevole di energie lavorative, comportando elevati fattori di criticità, soprattutto se si tiene conto dell'esiguo numero di risorse con profilo amministrativo di cui si può giovare l'Agenzia. Ciò nonostante, si registra da parte del corpo lavorativo APT una produttività significativa ed elevata, una partecipazione al processo lavorativo coinvolgente e sentita, con spiccato senso di responsabilità e superamento delle difficoltà. L'Amministrazione, in un siffatto contesto lavorativo e produttivo non può esimersi dal valutare adeguatamente le indicazioni che emergono dall'analisi sul Benessere Organizzativo, il quale evidenzia le soglie di rischio e la difficoltà nel mantenere così alti livelli di performance.

L'organizzazione e la consistenza dell'organico dell'APT sono da valutare con particolare attenzione, particolarmente nella prospettiva di intercettare opportunità favorevoli e promuovere dinamiche di crescita interessanti.

Pertanto si auspica un potenziamento considerevole e professionalmente adeguato, particolarmente nei profili di maggiore impatto amministrativo e procedurale, della potenzialità produttiva dell'Agenzia, che si conferma, nonostante le molteplici difficoltà e considerata l'attività realizzata, una struttura in grado di incidere profondamente, attraverso le iniziative realizzate, sull'efficacia della promozione territoriale della Basilicata.

Giova, a questo punto, proporre i dati relativi all'impegno lavorativo del personale APT nel 2016, comparati con il costo del personale stesso e la spesa realizzata:

-	lavoratori APT anno 2016: 16 a t.i. + 1 a t.d. +		
-	2 comandati (questi ultimi per 393 gg in totale)	n.	18,08
-	giorni lavorativi effettuati (4950 – 150 gg malattia)	n.	4.800
-	ore lavorative effettuate	n.	31.447,5
-	giornate lavorative pro-capite	n.	265,49 (4.800/18,08)
-	orario medio giornaliero di lavoro	n.	6,55 (31.447,5/4.800)
-	costo del personale APT 2016		719.129,80
-	spesa complessiva gestita nel 2016		6.282.335,02

Si osservi come le giornate lavorative pro-capite risultano di notevole valore (265,49)! In effetti, in condizioni di normalità, questo dato non dovrebbe superare mediamente le 220 giornate pro-capite, considerando l'anno solare di 365 gg, al netto di 52 domeniche, 52 sabati, 32 gg di ferie e 9 festività ricadenti in giornate diverse da sabato e domenica (365-104-32-9). Dunque ben 45,49 giornate mediamente prestate da ciascun dipendente APT, nel corso del 2016, oltre la media annuale di riferimento. Il dato, ancorché rilevante, paradossale e portatore di inquietudine,

concede a chi analizza il fenomeno una possibilità di spiegazione, anche se solo sotto il profilo logico e aritmetico: le presenze del personale per garantire la partecipazione alle manifestazioni e agli eventi promozionali regionali, nazionali e internazionali, nonché agli educational e press tour spesso si collocano in giornate festive o prefestive, limitando fortemente il riposo settimanale del lavoratore. Più generalmente si potrebbe argomentare che ciò è conseguenza, in misura rilevante, dell'inadeguatezza del contingente lavorativo rispetto alle numerose attività da assolvere e realizzare. Un numero maggiore di lavoratori a cui affidare attività e compiti da espletare consentirebbe un turn over migliore, in grado di abbassare significativamente il dato delle giornate pro-capite annuale, con beneficio in termini di benessere organizzativo, etica del lavoro e aspettativa di risultato.

In conclusione, analizziamo i dati esposti, anche con riferimento al costo del personale nel 2016 (€ 719.129,80) e alla spesa gestita (€ 6.276.357,02) nello stesso anno dall'APT. Pertanto si osservano i seguenti indicatori:

- Costo medio annuo del lavoratore APT	€	39.774,88
- Costo medio di 1 giornata lavorativa personale APT	€	149,82
- Costo medio orario personale APT	€	22,87
- Spesa realizzata nel 2016 pro-capite (per lavoratore)	€	347.143,64
- Resa media annua netta del lavoratore APT	€	307.368,76

Si può concludere che, con un costo del personale piuttosto modico, si raggiunge un rendimento netto, quantificato in termini di spesa media e assoluta realizzata, di notevole rilievo e di tutto rispetto.

Al fine di promuovere percorsi di motivazione e di consolidamento delle competenze specifiche, si è riservata particolare attenzione all'aggiornamento professionale sulle nuove normative e alla progressiva implementazione dei fattori tecnici e tecnologici verso le nuove frontiere dell'innovazione. Talune figure professionali hanno preso parte ad attività di aggiornamento professionale realizzate da istituti formatori qualificati mentre talaltri dipendenti hanno svolto percorsi di formazione e aggiornamento in sede.

Le relazioni periodiche delle PAP e delle PO evidenziano l'elevato grado di coinvolgimento dell'intero corpo lavorativo e forniscono altresì i risultati raggiunti da ogni lavoratore. Dalle schede individuali emerge chiara l'assimilazione del concetto coniugato impegno-risultato mentre aumenta la personale attitudine ad esaminare e valutare l'attività svolta, come peraltro emerge dai colloqui intrattenuti con la direzione APT.

Le stesse schede individuali denotano il considerevole complesso di attività messe in campo e il continuo incedere degli adempimenti amministrativi, di verifica e di controllo. Si riscontra un notevole avvertimento del risultato, con la percezione diffusa della portata sociale dei traguardi posti in capo all'attività intrapresa dall'Agenzia. Una sensibilità e una spiccata attitudine si osserva nella realizzazione delle iniziative con massima velocità di elaborazione e di esecuzione, e particolari accelerazioni nell'attuazione di particolari attività vincolate a tempistiche stringenti e inderogabili, con apprezzabili e lodevoli ricadute sul raggiungimento dei risultati collettivi e individuali.

Le criticità e le complicità dovute ai numerosi e complessi adempimenti in materia di affidamenti, procedure di controllo e riscontri contabili, affrontate e superate, in ragione della loro gradualità di attuazione, contemperando i nuovi adempimenti, il modello organizzativo dell'Agenzia, il funzionamento della macchina amministrativa e la valutazione con le attività strategiche e gli obiettivi istituzionali e primari dell'APT. Il processo di valutazione è basato sulla proposizione da parte della direzione APT e la condivisione ex ante da parte dei singoli lavoratori dei programmi operativi ed organizzativi afferenti alla realizzazione e attuazione delle attività ordinarie e straordinarie previste per il 2016, con particolare attenzione agli obiettivi di gestione e

di governo nonché agli obiettivi ricadenti nella valutazione per le prestazioni della dirigenza. La valutazione si fonda essenzialmente sugli obiettivi e risultati, considerati aggiuntivi rispetto all'ordinaria prestazione lavorativa, in quanto determinano: a) miglioramento e adeguamento delle capacità professionali e comportamentali; b) risultati in termini di concorso agli obiettivi degli uffici/servizi dell'istituzione di appartenenza. A conclusione delle attività e iniziative, con positivo riscontro dei risultati di gestione, di finanza e di reportistica delle attività svolte, si è proceduto con il riesame delle attività attribuite, la verifica dei risultati conseguiti e valutati i diversi indicatori emergenti, al fine di verificare il contributo specifico apportato allo snodo delle attività, i risultati conseguiti, le attività programmate *ab origine* e quelle aggiuntesi in corso d'opera, il profilo comportamentale e tutti gli altri aspetti che determinano efficacia ed efficienza del proprio operato all'interno dell'amministrazione, a seguito del confronto finale con la Direzione Generale. In giudizio finale, dopo tali premesse e considerazioni, non può essere che positivo e di apprezzamento, anche nella quantificazione numerica della valutazione finale, secondo lo schema di riferimento della scheda adottata. Pertanto, il personale APT si ascrive ad una fascia tendente ad un posizionamento medio-alto, sia pure con sfumature di gradazioni e differenze nei punteggi, sulla base di una ponderazione puntuale e particolareggiata dei diversi fattori e indicatori che determinano il giudizio individuale.

Più in generale, si può affermare che l'attività realizzata dall' APT ha un immediato riscontro mediatico-sociale. In effetti è soggetta ad una puntuale e meticolosa osservazione e valutazione da parte dell'opinione pubblica e degli operatori e delle istituzioni dell'area turistica e territoriale. Si tratta infatti di attività di pubblico dominio e soggette alla sensibilità dei mass-media regionali, ancorché soggiacenti a pubblicità istituzionale. Per coloro che volessero osservarne gli aspetti procedurali e amministrativi attraverso il sito internet dell'APT e l'Amministrazione Trasparente su cui si pubblica senza soluzione di continuità. Anche attraverso i mezzi di comunicazione e il web giunge un generale consenso verso le attività e le azioni intraprese e realizzate dall'APT.

6. PARI OPPORTUNITÀ E BILANCIO DI GENERE

Dal 2010 che non avvengono concorsi pubblici riguardanti l'Agenzia e tale "blocco" non permette di fatto di "garantire" o definire opportuni obiettivi di miglioramento per la pari opportunità.

Si garantisce tuttavia che tutte le operazioni di selezione di personale, anche nell'ultimo anno, hanno rispettato le norme vigenti in materia di pari opportunità.

7. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

7.1. Fasi, soggetti, tempi e responsabilità per la redazione della Relazione

Relativamente alla Fasi di stesura della Relazione, il processo seguito è sintetizzato nel cronogramma di seguito rappresentato

<u>Fase processo</u>	<u>Soggetti coinvolti</u>
- Monitoraggio Piano performance	Direttore Generale e Staff
- Verifica punti forza e debolezza del Piano e adattamento del modello per la redazione del Piano performance -2015	D.G. e P.O./PAP
- Verifica della realizzazione del Piano con gli altri strumenti (Bilancio, PAG ecc);	D.G. e PAP CONTABILITA
- Gestione PAG e Aggiornamento dati sulle attività dell'Ente	D.G e P.O./PAP
- Stesura della relazione	D.G. e Staff

7.2. Punti di forza e di debolezza del ciclo di gestione della performance

L'applicazione del ciclo di gestione della performance, così come immaginato dal d. lgs. 150 del 2009 e dalla produzione deliberativa dell'attuale ANAC, è connessa ad una serie sia di opportunità e potenzialità sia di pericoli e criticità:

Opportunità e potenzialità:

- Possibilità di usufruire di strumenti informatici per la gestione, la distribuzione, la verifica e il monitoraggio degli obiettivi del Piano della Performance
- Integrazione effettiva degli strumenti di pianificazione, gestione e controllo;
- Pianificazione e controllo per obiettivi;
- riorganizzazione dell'ente e delle attività;
- aumento del dialogo tra utenti e istituzione;
- rimodulazione delle spese con maggior indirizzo verso attività misurabili;
- introduzione di nuovi stimoli connessi al cambiamento del metodo e dei contenuti del lavoro;

Pericoli e criticità:

- aumento del carico di lavoro sugli Uffici;
- percezione delle attività connesse alla gestione della performance come adempimenti vincolati dalla legge e non come resa di servizio pubblico;
- difficoltà a rendere misurabili politiche di sviluppo turistico, soprattutto nel breve periodo;
- resistenza al cambiamento del metodo e dei contenuti del lavoro;
- Rigidità e mancata personalizzazione dell'attuale Sistema di Misurazione e Valutazione della performance della Regione Basilicata.

8. CONCLUSIONI FINALI

L'andamento turistico del 2016 su base regionale indica una crescita in termini di arrivi del +6,35%, che di presenze +1,76%. In valore assoluto si rilevano 40.654 arrivi in più rispetto al 2015 e un aumento di 40.645 presenze. Nel complesso sono 717.270 i clienti delle strutture ricettive per un totale di 2.345.593 presenze, confermando e consolidando nel 2016 i dati positivi degli anni precedenti. La crescita del fenomeno turistico regionale pressoché costante, ormai ultra decennale, conferma la validità delle azioni e delle attività messe in campo dall'APT di concerto con l'ente Regione che ha consentito di occupare un posizionamento nell'ambito del mercato della domanda di turismo e lascia intravedere ulteriori spazi nazionali e internazionali a cui puntare. Il ruolo trainante della città di Matera "Capitale Europea della Cultura 2019", che nel 2016 ha registrato un incremento del 16,40% negli arrivi e del 15,80% nelle presenze, rimane un punto di forza nella crescita regionale. In progressivo aumento anche il numero delle strutture ricettive, che passano da 957 a 1.175, con una disponibilità di 40.812 posti letto. E' del tutto prevedibile che anche nei prossimi anni si consolidi un trend positivo nelle diverse aree territoriali e turistiche regionali.

L'affermazione e la conferma del trend di crescita sono da considerare come diretta conseguenza dell'onda di notorietà e popolarità conseguente all'investitura di Matera a "Capitale Europea della Cultura 2019" e delle azioni promozionali attuate negli ultimi anni. In particolare nel 2016, anno che ha visto l'avvicendamento alla guida dell'APT, sono state attuate le iniziative programmate dalla precedente direzione generale dell'Agenzia e, nel contempo, sono state ideate e realizzate ulteriori azioni di promozione e comunicazione territoriale. Si è inteso, così, evitare dannose soluzioni di continuità nell'efficacia e nei positivi effetti del posizionamento nazionale e internazionale conseguito negli ultimi anni dalla Basilicata turistica. Peraltro si è voluto potenziare e incrementare il novero delle iniziative, attraverso l'attuazione di azioni maturate e concordate con la Regione nel prosieguo del 2016, per imprimere maggiore impulso alle iniziative precedentemente programmate e realizzate.

Degni di nota, in ragione della loro portata e importanza strategica, sono alcuni degli eventi e delle attività realizzati nel corso del 2016.

Risultati di rilievo hanno sortito le iniziative sul cinema in Basilicata, attraverso la partecipazione al festival del cinema di Roma e all'Isola Tiberina (Isola del Cinema), in collaborazione con la Lucana Film Commission, volte a valorizzare le diverse produzioni cinematografiche e televisive nazionali ed internazionali che scelgono la Basilicata come set. Nell'ambito del turismo religioso è da segnalare l'esposizione del Presepe Artistico Lucano realizzato dal maestro Franco Artese a Palazzo Marino – Milano, in collaborazione con l'Amministrazione Meneghina, registrando 120.000 visitatori. L'iniziativa Regione - RAI per il Capodanno 2017 a Potenza ha concluso l'anno degli eventi promozionali di maggiore rilievo. Sul fronte della promo-commercializzazione sono da segnalare importanti iniziative e significativi sviluppi con l'impegno per i mercati esteri. In particolare si è puntato sui mercati tradizionali dei Paesi obiettivo (Francia, Germania, Inghilterra) e degli Stati Uniti con ricadute immediate di press tour ed educational. Una ulteriore e significativa crescita si registra nelle relazioni con il mondo dell'informazione turistica e dei promotori di viaggi, come attestano i numerosi press tour e gli educational realizzati in regione, aumentati nel 2016.

Da ricordare le azioni attivate in ambiti particolari quali il "Festival della letteratura di viaggio" a Roma e del *turismo on line*, il Festival la "Milanesiana" di Milano, la "BTO-Borsa del Turismo on line" di Firenze, che ha visto la Basilicata, ancora una volta, protagonista con il riconoscimento di "Regione italiana con la migliore *web reputation*" assegnato da Travel Appeal (società leader nell'analisi in tempo reale delle recensioni e conversazioni sui social media dei prezzi, delle tendenze di mercato e del territorio), confermando la Basilicata come luogo di sperimentazione e di innovazione nei linguaggi digitali.

Un altro importante riconoscimento alla Basilicata quale destinazione turistica viene dalla ITB di Berlino che ha riconosciuto la nostra regione al 1° posto per "Miglior *sentiment* da parte degli ospiti tedeschi". Da non trascurare l'attenzione riservata al turismo scolastico, anche attraverso particolari azioni di sostegno ad iniziative tematiche come il Festival itinerante della filosofia della Magna

Grecia (Matera-Collina Materana-Scanzano J.-Metaponto), e congressuale con il sostegno sulla permanenza in Basilicata di congressisti nell'ambito di convegni organizzati nelle strutture dotate della regione. Uno specifico progetto di marketing integrato, che ha visto impegnate le strutture Marketing, Comunicazione ed Editoria dell'APT, ha portato alla realizzazione di una brochure e di una pagina web sul turismo scolastico che comprendono itinerari e tipologie di visite.

Anche nel 2016 è stato sostenuto il connubio tra sport e turismo, capace di offrire una risposta adeguata alle esigenze di destagionalizzazione dell'offerta turistica regionale, con la realizzazione di azioni in co-marketing e di sostegno delle iniziative sportive (Trofeo Scirea-Matera, Giro Ciclistico della Basilicata, etc.). Una particolare attenzione è rivolta al *Mototurismo*: è stata predisposta la realizzazione di un'apposita guida tematica in questo settore la cui stampa è prevista nel 2017, confermando la Basilicata tra le mete preferite da parte dei viaggiatori in motocicletta.

Proseguendo l'esperienza degli anni precedente, anche nel 2016 si è puntato alla diversificazione delle strategie finalizzate alla proposizione dei diversi turismi praticabili in Basilicata e pubblicizzati soprattutto tramite il sito www.basilicataturistica.com ed i social network.

La comunicazione del territorio è stata arricchita attraverso la promozione e diffusione di guide culturali, quali "La Basilicata a tavola", diffusione e promozione sul web dei video "Food File Basilicata" sui prodotti eno-gastronomici tradizionali e caratteristici, la pubblicazione in inglese della guida culturale "Basilicata Paesaggi d'autore", la promozione e diffusione di audio racconti della collana "Diario di Viaggio in Basilicata" di R. Nigro, P. Saluzzi, G. Lupo, F. Zavattaro. E' proseguita nel 2016 la promozione attraverso una presenza qualificata nei più importanti outlet nazionali. Hanno prodotto consensi e apprezzamenti anche alcune azioni di cofinanziamento che hanno consentito la pubblicizzazione di molteplici iniziative portatrici di risvolti turistici locali, messe in campo da associazioni ed enti locali.

Per concludere, uno sguardo agli aspetti economico-finanziari e amministrativi. Da notare il moltiplicarsi delle attività e la crescita ragguardevole della spesa gestita dall'APT nell'ultimo decennio. Nel 2006 la spesa effettiva era di € 5.522.067,54, nel 2007 la stessa ammontava a € 6.114.124,42 (+ 10,72%), nel 2008 passava a € 7.298.851,42 (+ 32,18%), nel 2009 a € 9.797.448,28 (+ 77,40%), mentre nel 2010 la spesa effettiva è stata di € 9.025.360,77 (+ 63,44), nel 2011 è stato pari a € 8.189.245,33 (+ 48,30%), nel 2012 si è attestata ad € 8.018.039,14 (+ 45,20), nel 2013 è stata di € 6.663.165,73 (+ 20,66%), nel 2014 ha toccato € 10.527.504,11 (+ 90,64%), nel 2015 è stata di € 8.175.780,23 (+ 48,05%) e nel 2016 è quantificata in € 6.011.398,13 (+ 8,86%).

L'incremento delle attività, confrontato con il 2006, corrisponde all'aumento di risorse gestite (in termini di spesa) che varia dall'8,86% al 90,24%, con un incremento dell'indice medio annuo del 44,55%. Occorre evidenziare che nel 2006 la gestione di una spesa di circa 5milioni e mezzo si avvaleva di 21 unità lavorative, mentre oggi la forza lavoro in APT conta appena 17 unità. Il personale dipendente si è ridotto di diverse unità per effetto del pensionamento 1 unità lavorativa nel 2015 (D/6), di 2 unità nel 2014 (1 di D/6 e 1 di C/5), di 2 unità (D/3) nel 2012-2013, che si sommano alle 6 unità lavorative pensionate tra il 2007 e il 2014. Il fenomeno è stato fronteggiato solo in minima parte con 4 nuove figure professionali assunte in servizio a partire da dicembre 2010 (2 unità di C/1, 1 di D/1 e 1 di D/3) ed 1 unità a dicembre 2016 (D/1).

Il contingente lavorativo APT permane dunque palesemente sotto dimensionato se confrontato ai compiti e alle funzioni da espletare. Tuttavia è sforzo comune in APT quello di assicurare efficacia e qualità dei servizi e nelle molteplici attività, negli adempimenti amministrativi e contabili, nonché nell'assolvimento delle ulteriori e gravose incombenze scaturenti dall'applicazione della nuova disciplina in materia di tracciabilità dei flussi finanziari e regolarità contributiva dei contraenti con la P.A., introdotta dalla Legge 136/2010, dalla normativa sulla Trasparenza e l'Anticorruzione (D. Lgs. 33/2013), dalla gestione del ciclo della Performance (D. Lgs. 150/2009). L'impatto delle norme emanate verso la Pubblica Amministrazione è significativo e gravoso in particolare sull'organizzazione dell'APT, dove determina un assorbimento considerevole di energie lavorative, comportando elevati fattori di criticità, soprattutto se si tiene conto dell'esiguo numero di risorse con profilo amministrativo di cui si può giovare l'Agenzia. Ciò nonostante, si registra da parte del

corpo lavorativo APT una produttività significativa ed elevata, una partecipazione al processo lavorativo coinvolgente e sentita, con spiccato senso di responsabilità e superamento delle difficoltà. L'Amministrazione, in un siffatto contesto lavorativo e produttivo non può esimersi dal valutare adeguatamente le indicazioni che emergono dall'analisi sul Benessere Organizzativo, il quale evidenzia le soglie di rischio e la difficoltà nel mantenere così alti livelli di performance.

L'organizzazione e la consistenza dell'organico dell'APT sono da valutare con particolare attenzione, particolarmente nella prospettiva di intercettare opportunità favorevoli e promuovere dinamiche di crescita interessanti.

Pertanto si auspica un potenziamento considerevole e professionalmente adeguato, particolarmente nei profili di maggiore impatto amministrativo e procedurale, della potenzialità produttiva dell'Agenzia, che si conferma, nonostante le molteplici difficoltà e considerata l'attività realizzata, una struttura in grado di incidere profondamente, attraverso le iniziative realizzate, sull'efficacia della promozione territoriale della Basilicata.



IL DIRETTORE GENERALE
(Dr. Mariano SCHIAVONE)

A handwritten signature in black ink, appearing to be "M. Schiavone", written over the printed name.