



**AGENZIA DI PROMOZIONE TERRITORIALE
APT BASILICATA**

BILANCIO DI PREVISIONE 2020

ANALISI PROGRAMMATICA e FINANZIARIA

Il Responsabile del Servizio Finanziario
P.O. Contabilità-Sicurezza-Patrimonio
Dott.ssa Roberta Laurino

Il Direttore Generale
Ing. Antonio Nicoletti

BILANCIO DI PREVISIONE 2020

P R E M E S S A

Il presente documento illustra e analizza il bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2020 e pluriennale 2020/2022, con il programma delle attività e i compiti istituzionali che l'APT Basilicata ha programmato di realizzare nel medesimo periodo. Il bilancio è adottato nel rispetto delle vigenti normative e disposizioni di legge in materia, tenuto conto delle indicazioni fornite in merito dall'Ufficio Bilancio presso la Presidenza della Giunta Regionale di Basilicata (nota Regione Basilicata n. 41790-12AB del 09/03/2020, prot. APT n. 1499/03 del 09/03/2020) sulla base della richiesta avanzata dall'APT in data 14/10/2019, prot. n. 6295/1.

Il documento previsionale e programmatico dell'APT per l'esercizio finanziario 2020 e pluriennale 2020/2022 si basa sui criteri, principi, metodologie e disposizioni di seguito indicati e ad essi fa espresso richiamo:

- le previsioni finanziarie del bilancio 2020 si uniformano alla normativa regionale attualmente vigente, nel rispetto di quanto stabilito dallo Statuto dell'Agenzia (delibera del D.G. n° 30 del 22/09/2008, R.E. con DGR n° 1626 del 22/10/2008) e dal vigente Regolamento Amministrativo-Contabile dell'APT (delibera del D.G. n° 120 del 28/05/2018);
- le somme stanziare nel bilancio 2020 trovano la loro fonte di copertura finanziaria nelle previsioni del DDL di Bilancio Regionale 2020 e Bilancio Pluriennale 2020/2022 (DGR n. 150 del 03/03/2020). In attesa di successive assegnazioni destinate al finanziamento di attività e progetti speciali, l'APT garantisce la partecipazione qualificata dell'offerta turistica regionale alle principali borse, fiere e manifestazioni nazionali ed estere del settore.
- si conforma alle disposizioni in materia di contenimento della spesa pubblica, in particolare alle disposizioni del D.L. n° 78 del 31-05-2010, convertito nella Legge n° 122/2010, alla *spending review* (D.L. n° 95 del 6/07/2012), D.L. n. 90 del 13/06/2014, convertito nella Legge n. 133 del 09/08/2014 e ss.mm.ii.;
- mira al potenziamento e al consolidamento dell'efficacia e della qualità dei servizi, anche attraverso l'ottimizzazione e l'utilizzo razionale delle risorse umane e dei mezzi strumentali, organizzativi e finanziari a disposizione dell'Agenzia;
- le entrate effettive iniziali per il 2020 sono previste in € **3.863.000,00** complessivamente e derivano da:
 - finanziamenti regionali ordinari per € **2.600.000,00**, destinati al funzionamento della struttura dell'APT e alle attività sostenibili con la parte di detto finanziamento non assorbita dalle spese generali, € **75.000,00** per i contributi in materia di turismo sociale, scolastico, congressuale e della terza età, € **300.000,00** per il sostegno dell'attività delle associazioni pro-loco regionali e UNPLI Basilicata;
 - finanziamento di € **700.000,00** assegnati con DGR n. 1028 del 30/12/2019 con fondi FESR per la realizzazione di alcune attività di marketing strategico nel 2020. Nella stessa DGR n. 1028 del 30/12/2019 sono stati previsti, inoltre, € 300.000,00 finanziati da fondi FSC, che l'APT si riserva di inserire nel bilancio di previsione 2020 solo dopo l'assegnazione delle risorse da parte della Regione a valere sull'esercizio 2020;
 - finanziamento di € **188.000,00** per il progetto THEMA-TIC Tourism Founded on Innovation Capacities, nell'ambito del programma ADRION - Interreg V-B Adriatic-Ionian Cooperation Programme 2014-2020, con capofila l'Università degli Studi della Basilicata.

La previsione di entrata destinata alla gestione ordinaria dell'APT (€ **2.600.000,00**) è assorbita:

- dalla spesa per il personale dipendente, per gli organi dell'Agenzia, per i servizi, le utenze e le spese generali di funzionamento della struttura (Uffici APT di Potenza e Matera, Ufficio Informazioni di Matera, Basilicata Openspace di Matera, Info-Point presso l'Aeroporto di Bari-Palese fino al 31/03/2020) per complessivi € **1.603.400,00**,
- per € **5.700,00** dai fondi di riserva,
- per € **33.400,00** da spese in conto capitale (mobili, arredi e macchine d'ufficio),
- la disponibilità di € **957.500,00**, sempre come spesa corrente, consente di attivare iniziative e azioni di promozione e sviluppo delle risorse turistiche, culturali e territoriali e di sostenere in via complementare le attività di investimento, derivanti da trasferimenti in c/capitale, nei settori della comunicazione, del marketing e degli eventi;
- le spese previste per il personale dipendente, pari complessivamente a € **1.111.000,00**, comprendono € **34.572,00** di spesa derivante dagli incrementi contrattuali (CCNL dipendenti Regionali e Autonomie Locali del 21/05/2018), le retribuzioni e gli oneri riflessi. Pertanto, la differenza di € **1.076.428,00** non eccede la media del triennio 2011/2012/2013, fissata in € **1.085.255,24**, in applicazione di quanto stabilito dall'art. 1, comma 557, della legge 27/12/2006 n. 296, legge finanziaria 2007.

La promozione territoriale integrata è stata definita quale principale fattore di sviluppo dal Piano Turistico Regionale, adottato con DCR n° 579 del 03/08/2009. Essa si concretizza attraverso la promozione e la valorizzazione delle risorse turistiche e territoriali regionali. Le principali azioni di sostegno e la partecipazione alle iniziative che perseguono lo sviluppo del territorio hanno lo scopo di migliorare il posizionamento dell'offerta territoriale regionale, sostenendone il consolidamento sui mercati della domanda nazionale e internazionale. Le strategie e le azioni da porre in essere vanno definite concordemente a quanto indicato dal Comitato di Indirizzo di cui all'art. 13 della L.R. N. 7/2008 e vanno condivise con gli attori del Tavolo Tecnico, di cui all'art. 16 della L.R. n. 7/2008, che è rappresentativo delle istituzioni pubbliche e degli operatori economici del settore.

All'inizio del 2020 la Basilicata si trovava di fronte ad un anno in cui consolidare e potenziare un settore cresciuto tanto nel decennio trascorso, con il prezioso risultato di avere una destinazione, Matera, nella geografia del turismo internazionale. Da fine febbraio-inizio marzo lo scenario è completamente ed inaspettatamente cambiato: l'emergenza globale dovuta al COVID-19 ha "infettato" violentemente l'economia nazionale e regionale, a partire proprio da quella turistica. Gli operatori stanno vivendo uno scenario drammatico che impone scelte difficili a fronte di un mercato turistico in ginocchio. Queste dinamiche impongono, nell'immediato, un approccio cautelativo, di studio, di osservazione e programmazione, per essere pronti a operare al meglio nel momento in cui i mercati – in primis quello domestico – saranno pronti a ripartire. Per poter disegnare priorità e attività, al momento non possiamo che avvalerci dei dati e delle tendenze rilevate negli ultimi anni, che già fornivano alcune chiare indicazioni sulle direzioni da intraprendere per migliorare l'offerta e il posizionamento territoriale.

L'attivazione di strategie innovative nella promozione e nella formulazione dell'offerta della Basilicata turistica deve prevedere, come per il recente passato, il coinvolgimento delle istituzioni regionali e locali e degli operatori, direttamente chiamati a partecipare, in veste di attori protagonisti, alle principali iniziative di promozione e sviluppo a cui l'APT parteciperà. Dopo il 2019, l'anno che ha stabilmente segnato la presenza di Matera nella geografia internazionale delle destinazioni turistiche, la Basilicata si propone al mercato con la consapevolezza di essere una regione non più soltanto "da scoprire", ma da frequentare e conoscere a fondo. Una terra in cui farsi accompagnare e lasciarsi accogliere dall'ospitalità della sua gente. Un luogo vicino e lontano al tempo stesso: abbastanza "vicino" da poterlo raggiungere facilmente anche solo per un weekend; abbastanza "lontano" dalla contemporaneità da saper dare, nella sua disarmante bellezza, quel sollievo allo spirito che soltanto i luoghi "veri" possono dare. La Basilicata conserva, e mostra a chi la visita, tradizioni

antiche, ma accanto a queste emerge altresì, con estrema naturalezza, la capacità di innovare, come ben dimostrano i mesi appena trascorsi.

Ed è proprio all'innovazione nel linguaggio e negli strumenti del marketing turistico che è stata dedicata l'iniziativa di apertura dello stand della Basilicata alla Borsa Internazionale del Turismo di Milano. La BIT, che quest'anno si è tenuta dal 9 all'11 febbraio, ha visto la presenza dell'APT Basilicata con uno stand rinnovato, in cui la scelta delle immagini e degli strumenti di comunicazione, pensata per un viaggiatore al passo coi tempi, è stata affiancata all'uso di materiali tradizionali come il legno e il tufo. Storia e contemporaneità, tradizione e innovazione, si accompagnano, quindi, alla cura dei dettagli, la stessa cura che il sistema dell'accoglienza regionale riserva ai viaggiatori.

La Basilicata, nel 2020, offre un prodotto in cui istituzioni pubbliche e operatori privati, a partire dall'esperienza di Matera 2019, hanno il comune obiettivo di consolidare il posizionamento sul mercato e di trasferire i benefici del brand a tutto il territorio regionale, nel suo variegato ventaglio di prodotti. Non ci sono molte destinazioni al mondo, infatti, in cui è possibile trovare a distanza di pochi chilometri un'offerta così varia e attrattiva: dai centri storici al mare, dalla natura incontaminata al patrimonio storico-artistico e religioso, dall'avventura all'arte contemporanea. E in Basilicata, al patrimonio materiale e immateriale si affianca quello costituito dalle persone, dalle imprese, dalle istituzioni. Come APT intendiamo favorire la collaborazione e il protagonismo attivo dei diversi attori del territorio, perché il prodotto turistico è per sua natura l'espressione di un sistema territoriale in cui ciascuno fa la sua parte.

Bisogna, dunque, partire dalla reale potenzialità di prodotto che la Basilicata può offrire al mondo, affiancando all'ormai nota Matera una regione a particolare vocazione per lo *slow tourism*, i cui antichi borghi offrono, oltre alla qualità dell'accoglienza, un patrimonio unico dal punto di vista storico, naturalistico e paesaggistico, patrimonio quest'ultimo che si esprime, in particolare, nella rete dei Parchi, che strutturano l'offerta della Basilicata "verde" nella regione con maggior superficie protetta per abitante.

In questo la Basilicata punta, tra le altre cose, sulla sfida della fruizione adrenalinica della natura, che da anni si è andata via via consolidando attraverso, ad esempio, il volo dell'Angelo, il Volo dell'Aquila, il Ponte alla Luna e il più recente Parco delle Stelle, esempi di nuove modalità di fruizione che coniugano l'esperienza unica con un contesto paesaggistico affascinante e che pone l'offerta *outdoor* della Basilicata tra i principali elementi su cui puntare per il futuro. Proprio la promozione della "vacanza attiva" punta ad essere un elemento caratterizzante dei prossimi anni, con un occhio rivolto alle diverse tipologie di mercato potenzialmente interessate. Le caratteristiche del territorio consentono, infatti, di diversificare prodotto e promozione, tra cicloturismo, mototurismo, camperismo, e poi equiturismo, *walking*, *trekking*, *rafting*, sport invernali ecc., sapendo che il territorio deve poter fornire risposte di qualità a un'utenza esigente ed esperta.

Negli ultimi tempi è in crescita anche la motivazione sportiva, come hanno dimostrato le esperienze nell'area del Metapontino; ed è su questo terreno che ha deciso di misurarsi la città di Potenza, che sarà Città Europea dello Sport nel 2021, affrontando la sfida di saper coniugare questa opportunità con il miglioramento dei servizi di accoglienza e ricettività.

Per il turista contemporaneo, "esperienza" è anche enogastronomia, e la Basilicata ha una straordinaria varietà di tradizioni e prodotti di grande qualità. In un territorio geograficamente situato al centro del Sud, nei secoli la Basilicata (sin dal suo essere "Lucania") ha saputo cogliere le contaminazioni del passaggio dei popoli in una terra crocevia della storia. Oggi la *food* è la spesa che accomuna qualunque tipo di viaggiatore, ed è ormai diventato uno dei principali strumenti di promozione del territorio.

L'offerta regionale, inoltre, passa anche "dal mare". Una destinazione regionale caratterizzata da un entroterra vario e attrattivo, ha paradossalmente proprio nel turismo balneare la sua principale offerta strutturata e consolidata di prodotto. Determinante la fortuna del suo essere "*coast to coast*",

tra la Costa Ionica e la Costa di Maratea, con una classe di operatori che nei decenni ha determinato la crescita e la strutturazione di un'offerta di qualità.

In tutto ciò, Matera continua a strutturare la sua offerta culturale, con le prossime aperture dei Parchi tematici della Preistoria, della Civiltà Rupestre, della Civiltà Contadina e delle Stelle, e con il ruolo vibrante della sua offerta creativa e di produzione culturale. Sul tema della cultura ha lanciato idealmente una staffetta: la città di Venosa è infatti candidata a Capitale Italiana della Cultura per il 2021. In virtù della sua storia, nel cuore di un territorio straordinario come il Vulture, crocevia di antichi percorsi che oggi si trasformano in itinerari, attraverso questa candidatura sarà possibile costruire un nuovo prodotto di qualità e *appeal*, come ha insegnato la vicenda di Matera.

Strettamente connesso al prodotto turistico regionale è anche tutto ciò che riguarda il cinema, sia per la forza di attrazione esercitata da Matera negli ultimi anni, sia per il coinvolgimento di molte location del territorio, e sia per un segmento ben specifico rappresentato dal cineturismo, su cui la Basilicata ha proficuamente investito nel corso degli anni. Notevoli sono stati i risultati promozionali, tanto con le grandi produzioni cinematografiche internazionali quanto con quelle italiane di cinema e televisione. Basti pensare all'impatto avuto, recentemente, da produzioni televisive come "Sorelle" e "Imma Tataranni", nell'attesa dell'ondata di visibilità che garantirà, dall'ultimo trimestre dell'anno in poi, l'ingresso nelle sale cinematografiche del venticinquesimo episodio di James Bond – *No Time To Die* – girato come *location* di punta nella città dei Sassi e, in parte, sulla costa di Maratea.

Dunque la Basilicata si presenta con una solida e varia piattaforma di prodotto a supporto dell'attività di promozione. Grande attenzione alla sperimentazione di nuove modalità di comunicazione digitale al rafforzamento di quelle ormai strutturate, con attenzione a come il mondo si evolve ma cercando di mantenere forte l'identità di una regione a dimensione umana, con un occhio agli strumenti e un altro all'anima. **L'intenzione è dunque quella di promuovere e valorizzare sia nuove forme di sperimentazione da seguire come Agenzia e sia supportare le innovazioni che vengono dal mercato, vera spinta propulsiva del mondo del turismo nelle destinazioni mature o che ambiscono a diventarle.**

Tra i principali impegni strategici dell'APT abbiamo, quindi, le campagne promozionali destinate ai target turistici e rivolte ai diversi mercati della domanda. La realizzazione di prodotti editoriali e promo-pubblicitari di diversa concezione e orientamento assolve al ruolo di informazione (info-point regionali) e risponde alle richieste di istituzioni, operatori, strutture ricettive, scuole, associazioni, etc. Dette pubblicazioni affrontano e soddisfano le esigenze di promozione, diretta e indiretta, attraverso le fiere e borse di settore, i workshop, le iniziative congressuali e convegnistiche. La gestione del materiale informativo e promozionale attraverso le strutture ricettive e gli info point regionali, attrezzati con espositori realizzati e messi a disposizione dall'APT, rappresenta una priorità che viene incontro alle esigenze di informazione e conoscenza del territorio, particolarmente a favore degli ospiti delle strutture ricettive e dei visitatori e viaggiatori. Il "Calendario della Basilicata", anch'esso rinnovato nell'organizzazione editoriale, nella forma grafica e di consultazione, costituisce una pubblicazione annuale di specifico interesse e particolare attenzione per la promozione e l'informazione: in esso si trovano informazioni sugli eventi che accompagnano le diverse stagioni turistiche dell'anno; la sua distribuzione avviene *on e off line*.

Le campagne di comunicazione dei grandi attrattori regionali e degli eventi, attraverso i mass media regionali, nazionali/internazionali e il web sono una componente essenziale della promozione turistica e territoriale della regione. Anche la realizzazione in Basilicata di lavori cinematografici e televisivi costituisce uno strumento particolarmente efficace per la promozione regionale. È ormai consolidata negli anni la presenza della regione a mostre-eventi, come ad esempio il Festival del Cinema di Venezia e di Roma, anche attraverso l'organizzazione di iniziative particolari. Si tratta di un'attività promozionale condotta in collaborazione con la Lucana Film Commission e con l'apporto, oltre che della stessa Regione Basilicata, di altre realtà pubbliche e private, tra cui istituzioni locali e associazioni del settore; ha sia l'obiettivo di tracciare nuovi solchi sul terreno della promozione e

dell'offerta turistica e culturale, sia di convogliare e orientare verso la Basilicata nuove proposte cinematografiche e televisive.

Un ruolo considerevole nell'ambito della strategia turistica regionale è riservato ai *press tour* per i professionisti della stampa e i mass media nazionali e internazionali interessati all'offerta turistica e culturale della Basilicata e agli *educational tour* per gli operatori del settore. Con queste iniziative si cerca di ampliare la notorietà della regione e facilitare l'incontro tra gli operatori della domanda e dell'offerta turistica.

La statistica rappresenta la fase di verifica e di analisi dei risultati conseguiti per effetto delle azioni e delle attività realizzate attraverso la promozione e lo sviluppo turistico, territoriale ed economico della regione. La raccolta e l'elaborazione dei dati statistici relativi alle strutture ricettive regionali e ai flussi turistici, per arrivi e presenze, forniscono il monitoraggio continuo della consistenza ricettiva e la portata del movimento turistico in Basilicata. Proprio con questo strumento è possibile effettuare le verifiche e le analisi dei risultati conseguiti in seguito alle azioni e alle attività di promozione turistica realizzate da APT in Italia e all'estero. In particolar modo, gran parte dei risultati ci vengono forniti attraverso la raccolta e l'elaborazione dei dati statistici delle strutture ricettive sui flussi, arrivi e presenze turistiche, consistenza, esercizi e posti letto, che rappresentano il monitoraggio quotidiano che l'Agenzia realizza su delega della Regione Basilicata e su disposizioni dell'ISTAT.

Il compendio statistico fornito dal Sistema Informativo Statistico Turistico (SIST) regionale è particolarmente utile a far emergere fenomeni e tendenze la cui analisi ci consente di meglio programmare le future attività di promozione. Anche alla luce di quello che sta avvenendo in queste settimane, possiamo dire che il 2019 ha rappresentato il compimento di un ciclo, un ciclo che ha attraversato l'intero decennio e che ha visto come principale risultato la crescita di Matera come destinazione internazionale, in particolare dal 2014, anno della designazione a Capitale Europea della Cultura per il 2019, in poi. All'incremento della domanda, se si escludono pochi importanti esempi di strutture ricettive di dimensioni medie o grandi, il sistema regionale ha risposto con un dinamismo espresso prevalentemente da piccoli imprenditori o da strutture a gestione familiare. Soprattutto negli ultimi anni, infatti, sono sorti numerosi esercizi di piccole dimensioni (con 2-3 camere e circa 5-6 posti letto), gran parte dei quali di tipo non imprenditoriale. Nel 2019 gli esercizi ricettivi in Basilicata sono passati dai 1.409 del 2018 ai 1.516 del 2019, con una crescita pari al 7,6% rispetto all'anno precedente, mentre i 43.166 posti letto hanno registrato un incremento del 2,5%. Le strutture alberghiere sono 227 (il 15% del totale) per un totale di 23.096 posti letto, mentre oltre l'85% dell'offerta ricettiva è data da esercizi extra-alberghieri (1.289), con 20.070 posti letto che rappresentano il 46,5% del totale (una crescita di oltre il 120% rispetto al 2014). Gli arrivi hanno evidenziato una discreta stagionalizzazione dei flussi, con un aumento in primavera rispetto al 2018 (16,46% in marzo, 24,27% in aprile e 27,02% in maggio), a fronte di incrementi meno significativi nella stagione invernale (dal 4,89% di febbraio al 3,38% di novembre, salvo l'eccezione del 20,10% del solo mese di ottobre). Il periodo di maggior flusso turistico è rimasto quello estivo, trainato in particolare dal Metapontino, da Matera, da Maratea e dal Pollino.

Nel 2019 la Basilicata ha visto un sostanziale incremento di arrivi e presenze, rispettivamente 944.108 arrivi (+5,83% rispetto al 2018) e 2.733.969 presenze (+5,01% rispetto al 2018). Per quanto riguarda le provenienze, 785.759 arrivi provenivano dall'Italia (+4,77% rispetto al 2018) e 158.349 dall'estero (+11,41%); a questi numeri hanno corrisposto 2.392.796 presenze dall'Italia (+3,70%) e 341.173 (+15,17%) dall'estero. Chiaramente è la città di Matera che ha fatto registrare l'aumento più consistente dei flussi turistici, con 388.158 arrivi (+12,57%) e 730.434 presenze (+33,40%), seguita dalla Costa Jonica con 275.801 arrivi (+7,54%) seppure, quest'ultima, con una leggera flessione delle presenze (1.263.873, -1,40%).

Passando alle provenienze turistiche, per quanto riguarda il mercato domestico, sebbene le principali aree di provenienza restino le regioni contermini, nel 2019 si è registrato un crescente interesse da parte del Centro-Nord. Guardando le quote di mercato, ci hanno preferito di più la Puglia

(se pur con un decremento pari a -7,3% sul 2018), la Campania (+2,4%), il Lazio (+7,6%), la Lombardia (+12,1%), l'Emilia Romagna (+11%), il Piemonte (+19,4%), la Toscana (+13,6%), per finire con Sicilia (+17,6%) e Calabria (+1,2%). Per quel che riguarda gli arrivi di turisti stranieri, i Paesi di maggior provenienza sono stati gli USA con 21.132 arrivi (+10,8% rispetto al 2018), la Francia (19.981, +14,1%), la Germania (15.377, +32,6%) e il Regno Unito (13.475, -1,0%).

Rispetto a questi dati, tralasciando l'enorme flusso di turismo escursionistico che si è registrato nel 2019, che sfugge ai dati statistici in senso stretto ma concorre fortemente alla spesa turistica, vi è comunque da ricordare che non è stato censito dal SIST regionale il movimento turistico generato dalle oltre 300 strutture ricettive non ancora classificate e dalle numerose strutture di ospitalità che praticano i cosiddetti "affitti brevi". Questa considerazione riguarda l'intera regione, ma in particolare la città di Matera: se potessimo aggregare il dato che sfugge alla rilevazione statistica, nel 2019 non saremmo lontani dal target di 2 pernottamenti per visitatore, laddove la permanenza media nelle città d'arte nazionali si attesta solitamente intorno ai 2,5-2,6.

Un dato che emerge chiaramente negli ultimi anni e in particolare nel 2019 è che la "locomotiva" Matera non ha trainato a sufficienza le altre aree subregionali, se si escludono quei territori dove è già presente un prodotto culturale (ad es. il Vulture) o quelli dove si è investito nel passato con la realizzazione dei cosiddetti "grandi attrattori": c'è un evidente margine di miglioramento per quel che riguarda l'offerta della Basilicata interna, quella dove più forte è il prodotto paesaggio-natura, associato all'autenticità dei borghi e al patrimonio culturale diffuso.

Queste considerazioni dovranno sostanziare le scelte di promozione nei prossimi mesi, soprattutto a valle di ciò che sta succedendo al settore in questo momento di crisi senza precedenti. Matera, che nel 2019 ha vissuto il suo anno di "Capitale Europea della Cultura", rappresenta una risorsa turistica straordinaria e di forte connotazione per l'immagine stessa della Basilicata intera, e sarà importante consolidarne l'immagine sul mercato dopo l'apparente colpo di spugna operato dal COVID-19. L'anno di "Matera Capitale Europea della Cultura 2019" ha consentito un salto notevole e decisivo nella percezione nazionale e internazionale dell'immagine turistica e culturale della città e dell'intera regione, consentendo di colmare svantaggi storici diversamente insuperabili. Il risultato, frutto del virtuoso concorso di diversi fattori, e la scelta del vigente Piano Turistico Regionale di puntare su Matera, hanno spinto ormai da anni l'APT ad intraprendere attività e azioni promozionali della Basilicata partendo proprio da Matera: come risultato, la strategia di comunicazione e promozione, che ha puntato sul legame della città con il cinema, l'arte e la cultura nelle sue molteplici articolazioni, ha portato a una crescita complessiva di tutta la regione. **Questa crescita dovrà essere riagganciata alla ripresa: a tal fine, tra le iniziative da porre in essere, vi è senz'altro la definizione e il rafforzamento del prodotto turistico culturale regionale, tra le altre cose con un'operazione di censimento del patrimonio storico artistico sottoutilizzato al fine di consentirne la fruizione e la valorizzazione in chiave turistica, e mediante l'approfondimento e l'attivazione di forme di collaborazione pubblico-privato per raccordare le azioni degli operatori, potenziandone l'efficacia e gli impatti in chiave di sistema.**

L'APT promuove, come negli anni scorsi, attività di sostegno e divulgazione per la promozione dei grandi attrattori regionali, quali il Volo dell'Angelo, il Cinespettacolo della Grancia, la Città dell'Utopia, i parchi tematici della Val d'Agri (Museo Virtuale di S. Maria d'Orsoleo) e del Senesese-Pollino (Volo dell'Aquila, spettacolo sul Lago Sirino), i Parchi Letterari, ecc.

Permane certamente strategica, quanto a marketing territoriale ed economia del turismo, l'offerta balneare delle coste lucane, quella jonica (Metapontino) e quella tirrenica (Maratea). Campagne di promozione e comunicazione mirate, volte a creare un'interazione tra l'offerta balneare e quella turistico-culturale-ambientale-enogastronomica dell'entroterra, vengono realizzate tenendo conto delle caratteristiche specifiche e delle peculiarità locali.

In collaborazione con gli Enti Parco si intraprendono azioni e iniziative per la promozione dell'offerta naturalistica e ambientale dei parchi nazionali e regionali in Basilicata. Attività di

promozione e comunicazione interessano le aree contrassegnate dagli itinerari di Federico II di Svevia (Castelli di Melfi e Lagopesole), le città d'arte (Venosa, Melfi, Irsina, Acerenza, Miglionico), i siti archeologici regionali (Metaponto, Venosa, Policoro, Grumentum, Vaglio di B., Baragiano, Tito-Torre Satriano). Particolare attenzione è riservata alle tradizioni locali di particolare importanza storica e antropologica (Carnevale lucano) e alle aree regionali che vantano risorse e caratteristiche oggetto di divulgazione, tra cui le diversità linguistiche regionali (Arberesh, Arabe e Galloitaliche).

L'APT garantisce la presenza dell'offerta turistica e culturale della Basilicata alle principali borse, workshop e vetrine nazionali e internazionali (secondo le indicazioni del Piano di attività 2020). Una programmazione specifica riguarda le diverse campagne promozionali tematiche pianificate per il 2020 e le varie iniziative editoriali e di comunicazione collegate.

L'APT prenderà parte ad azioni di valorizzazione territoriale e culturale, anche in forma congiunta e sinergica, concordate con l'Ufficio Sistemi Culturali e Turistici Regionale, l'Ufficio Internazionalizzazione presso la Presidenza della Giunta Regionale, la Commissione dei Lucani nel Mondo e gli altri Dipartimenti Regionali.

L'Agenzia provvede alla realizzazione del Piano di attività anche in collaborazione con soggetti e istituzioni di provata esperienza scientifica e professionale, soprattutto per quanto riguarda il profilo strategico e la realizzazione di azioni e attività mirate. Con il supporto di esperienze e professionalità in grado di concorrere all'attuazione di particolari attività programmate si può mirare al raggiungimento di risultati rilevanti per importanza e per efficacia.

La forza lavoro dell'APT è composta da n. 15 lavoratori di ruolo e n. 3 unità in posizione di comando (una presso la sede APT di Potenza e le altre due presso la sede di Matera). **Le risorse umane disponibili sono solo il 56% delle 32 previste dalla pianta organica (con due figure dirigenziali previste, una tecnica e una amministrativa, nessuna delle quali "attiva")**. Il personale in servizio risulta pertanto oltremodo assorbito dai compiti e dalle assegnazioni in capo all'APT, sia per l'attività ordinaria e istituzionale sia per i progetti e le attività specifiche affidate dalla Regione all'Agenzia per la loro realizzazione.

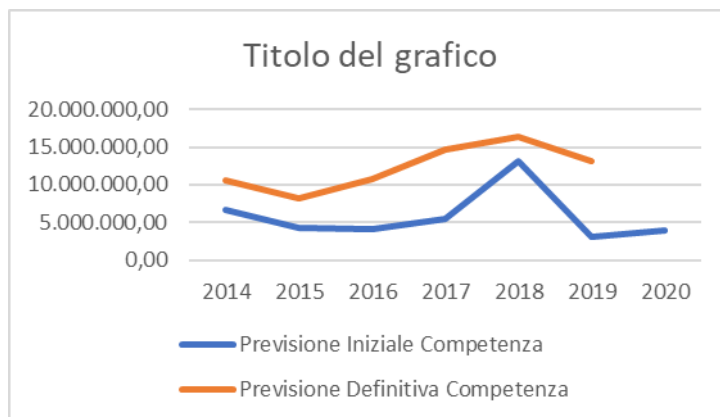
Nuovi e sempre più complessi adempimenti, previsti dal governo nazionale in materia di tracciabilità dei flussi finanziari, di accertamento dei requisiti per gli affidamenti, di regolarità contributiva dei fornitori e prestatori - Legge 136/2010, di Trasparenza Amministrativa e lotta alla corruzione - D. Lgs. n. 33/2013, di fatturazione elettronica e split payment (Decreto Ministeriale 3 aprile 2013, n. 55), nuova contabilità finanziaria (d. lgs. n. 118 del 23/06/2011), misure di contenimento della spesa pubblica (D.L. n. 78/2010, convertito in legge n. 122/2010, D.L. n. 95/2012, legge n. 228/2012, decreto legge n. 101/2013, convertito in legge n. 125/2013, D.L. 66/2014, convertito in legge 23 giugno 2014, n. 89), appesantiscono la macchina amministrativa. Le ripercussioni negative si riflettono nell'assegnazione e ripartizione di responsabilità, compiti e servizi. Con lo scopo di contrastare e attutire l'impatto negativo, sia sul personale in servizio sia sull'efficienza dei servizi e delle attività, si cerca di arginare la criticità con il ricorso mirato e inevitabile a servizi esterni di natura tecnica e operativa.

Le spese di funzionamento nel 2020 si prospettano in crescita rispetto al recente passato. Ciò anche per effetto della gestione affidata, con DGR n. 839 del 04/08/2017, dalla Regione all'APT della struttura e dei servizi connessi al progetto turistico e culturale regionale "*Basilicata Open Space*", presso il Palazzo dell'Annunziata, di proprietà dell'Amministrazione Provinciale di Matera. I locali sono concessi all'APT in comodato d'uso gratuito, in virtù dell'Accordo di Valorizzazione n. 011994 e del Decreto Presidenziale n. 137 del 25/07/2018 dell'Amministrazione Provinciale di Matera. Tuttavia l'APT dovrà provvedere alle spese di funzionamento e di gestione delle attività. Negli ultimi anni l'APT ha aderito a diverse convenzioni CONSIP e SEL (Soc. Energ. Lucana-Centrale di Committenza Regionale) per l'acquisizione di beni strumentali e macchine d'ufficio nonché per

forniture e approvvigionamenti di utenze (telefonata, internet, etc.) e per la fornitura di energia elettrica e gas metano, con significativi vantaggi economici dovuti al contenimento dei costi. Nei processi lavorativi si perseguono e si utilizzano sempre soluzioni e tecnologie innovative e di nuova generazione, in grado di abbattere sensibilmente i consumi e i costi di manutenzione. Questa attenzione nella gestione delle spese di funzionamento consente di destinare maggiori risorse alle spese di parte corrente per le attività di promozione e sviluppo del turismo e del territorio.

La dinamica della spesa effettiva gestita e amministrata dall'APT in questi ultimi anni, al netto delle partite di giro e contabilità speciali, fa registrare l'evoluzione di seguito evidenziata, secondo quanto emerge dagli elaborati di bilancio:

| Esercizio finanziario | Previsione Iniziale Competenza | Previsione Definitiva Competenza |
|-----------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| 2014 | 6.728.000,00 | 10.527.504,11 |
| 2015 | 4.354.000,00 | 8.175.780,23 |
| 2016 | 4.143.000,00 | € 10.705.868,02 |
| 2017 | € 5.400.000,00 | € 14.630.687,20 |
| 2018 | € 13.167.491,58 | € 16.368.372,43 |
| 2019 | € 3.098.500,00 | € 13.219.164,02 |
| 2020 | € 3.863.000,00 | |



Proseguendo l'esperienza maturata negli anni precedenti, anche nel 2020 la sicurezza nei luoghi di lavoro e la performance legata al benessere organizzativo rappresentano obiettivi fondamentali e importanti per l'organizzazione del lavoro e delle attività in APT, perseguendo l'obiettivo di abbassare e ridurre sensibilmente il rischio infortunistico e per tutelare la salute dei lavoratori. Con altrettanta attenzione saranno condotte le indagini volte ad accertare il livello di benessere organizzativo con l'analisi e la comparazione dei risultati ottenuti.

Nel 2019, con l'indagine condotta nel mese di dicembre, si è riscontrata la seguente dinamica in materia di **Benessere Organizzativo**:

RILEVAZIONE 2019 - 6[^] ANAC - 12[^] APT

La prima tabella riguarda la sintesi generale dei dati rilevati con l'indagine condotta nel mese di dicembre 2019, tra n. 19 lavoratori che hanno aderito all'iniziativa:

| APT BASILICATA - RISULTATI INDAGINE BENESSERE ORGANIZZATIVO 2019 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|-----------|------|------|-----------|--------------|
| INDICE MEDIO GENERALE | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | Imp. | Media B.O. | L | M | N | Media CSV | O | P | Media VSG | INDICE MEDIO |
| 5,45 | 5,68 | 5,09 | 5,05 | 5,67 | 5,33 | 5,13 | 5,69 | 5,47 | 5,60 | 5,42 | 5,33 | 5,45 | 5,34 | 5,37 | 5,44 | 5,28 | 5,36 | 5,39 |

Tutti gli indicatori medi generali risultano al di sopra dell'indice medio di riferimento, fissato a quota 3,50 quale punto mediano tra le risposte estreme 1 e 6. L'indicatore medio del gruppo di risposte riferite al Benessere Organizzativo con 5,42 supera l'indice medio di + 1,92. L'indicatore della Condivisione del Sistema di Valutazione con 5,37 risulta di + 1,87. Infine la Valutazione del Superiore Gerarchico, pari a 5,36, fornisce un indicatore di + 1,86 rispetto alla soglia di sufficienza.

Il valore medio generale, ricavato dalla media degli altri tre indicatori medi, nonostante avesse raggiunto un livello ragguardevole e di assoluto rilievo già nel 2018, è tuttavia in crescita anche nel 2019 passando da **5,35 a 5,39 (+ 0,04)**, con un incremento percentuale dell'indicatore del **+ 0,74%**.

La seconda e la terza tabella, come si evince dal seguito, evidenziano il confronto dei risultati forniti dal gruppo degli uomini con i risultati del gruppo delle donne:

| APT BASILICATA - RISULTATI INDAGINE BENESSERE ORGANIZZATIVO 2019 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|-----------|------|------|-----------|--------------|
| UOMINI | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | Imp. | Media B.O. | L | M | N | Media CSV | O | P | Media VSG | INDICE MEDIO |
| 5,38 | 5,55 | 5,27 | 5,03 | 5,67 | 5,30 | 5,27 | 5,63 | 5,58 | 5,52 | 5,42 | 5,31 | 5,50 | 5,43 | 5,42 | 5,62 | 5,52 | 5,57 | 5,43 |

| APT BASILICATA - RISULTATI INDAGINE BENESSERE ORGANIZZATIVO 2019 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|-----------|------|------|-----------|--------------|
| DONNE | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | Imp. | Media B.O. | L | M | N | Media CSV | O | P | Media VSG | INDICE MEDIO |
| 5,57 | 5,89 | 4,80 | 5,09 | 5,69 | 5,37 | 4,89 | 5,80 | 5,28 | 5,74 | 5,41 | 5,36 | 5,36 | 5,17 | 5,30 | 5,14 | 4,86 | 5,00 | 5,30 |

Il raffronto degli indicatori medi, sia nel primo che nel secondo raggruppamento, si attesta al di sopra della soglia di sufficienza, rispettivamente + 1,93 e + 1,80. L'indicatore medio generale del gruppo maschile risulta di maggiore percezione positiva rispetto al gruppo femminile con un differenziale di 0,13. Esso risulta di modesta rilevanza se consideriamo che entrambi i valori risultano elevati in valore assoluto (5,43 e 5,30). Anche gli indici medi dei tre raggruppamenti di risposte risultano costantemente positivi. Si rileva inoltre che i due gruppi non hanno la stessa consistenza numerica, essendo gli uomini in numero di 12 e le donne di 7 (queste ultime crescono di 1 unità rispetto al periodo di rilevazione precedente), e la base di rilevazione tanto più risulta attendibile quanto più essa si presenta ampia e numerosa.

Gli indicatori medi nei tre gruppi di risposte variano da 4,80 a 5,89.

Di seguito la tabella confronta i risultati delle risposte comparate sulla base delle quattro fasce di età dei lavoratori:

| APT BASILICATA - RISULTATI INDAGINE BENESSERE ORGANIZZATIVO 2019 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|-----------|------|------|-----------|--------------|---------|
| FASCE DI ETÀ' | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | B | C | D | E | F | G | H | I | Imp. | Media B.O. | L | M | N | Media CSV | O | P | Media VSG | INDICE MEDIO | Età |
| 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 31-40 |
| 5,39 | 5,76 | 4,53 | 5,07 | 5,63 | 5,23 | 4,77 | 5,77 | 5,05 | 5,74 | 5,29 | 5,21 | 5,25 | 5,03 | 5,16 | 5,47 | 5,17 | 5,32 | 5,24 | 41-50 |
| 5,40 | 5,62 | 5,13 | 4,83 | 5,65 | 5,30 | 5,05 | 5,58 | 5,46 | 5,53 | 5,35 | 5,16 | 5,34 | 5,28 | 5,26 | 5,08 | 4,94 | 5,01 | 5,27 | 51-60 |
| 5,50 | 5,59 | 5,65 | 5,25 | 5,70 | 5,35 | 5,60 | 5,75 | 6,00 | 5,44 | 5,58 | 5,69 | 5,81 | 5,75 | 5,75 | 6,00 | 5,94 | 5,97 | 5,68 | Over 60 |

Si conferma la tendenza verso un indicatore elevato per tutti i gruppi di risposte ai quesiti e per le quattro fasce di aggregazione dei lavoratori. L'indice medio varia tra un minimo di 4,53 e un massimo di 6,00. Si osserva che la fascia dei lavoratori della fascia tra 31 e 40 anni risulta essere quella che esprime l'indice medio maggiore con 6,00, seguita dalla fascia over 60 con 5,68, dalla fascia di 51/60 con 5,27 e quindi la fascia di 41/50 anni con 5,24.

Infine analizziamo un prospetto con gli stessi dati aggregati secondo una classificazione di 4 fasce distinte per anzianità di servizio nelle quali sono stati raggruppati i lavoratori:

APT BASILICATA - RISULTATI INDAGINE BENESSERE ORGANIZZATIVO 2019

ANZIANITA' DI SERVIZIO

| A | B | C | D | E | F | G | H | I | Imp. | Media B.O. | L | M | N | Media CSV | O | P | Media VSG | INDICE MEDIO | Anni Servizio |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------------|------|------|------|-----------|------|------|-----------|--------------|---------------|
| 5,66 | 6,00 | 5,00 | 5,00 | 5,80 | 5,80 | 5,00 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 5,63 | 5,75 | 6,00 | 5,80 | 5,85 | 6,00 | 6,00 | 6,00 | 5,70 | fino a 5 anni |
| 5,33 | 5,63 | 4,40 | 4,90 | 5,45 | 5,25 | 4,80 | 5,70 | 5,00 | 5,78 | 5,22 | 5,25 | 5,06 | 5,00 | 5,10 | 5,25 | 5,19 | 5,22 | 5,16 | 5-10 anni |
| 5,59 | 6,00 | 5,27 | 5,67 | 6,00 | 5,27 | 5,20 | 6,00 | 5,44 | 5,78 | 5,62 | 5,33 | 5,75 | 5,13 | 5,41 | 5,73 | 5,17 | 5,45 | 5,54 | 11-20 anni |
| 5,43 | 5,57 | 5,31 | 4,95 | 5,65 | 5,33 | 5,24 | 5,58 | 5,61 | 5,45 | 5,41 | 5,32 | 5,45 | 5,47 | 5,42 | 5,38 | 5,27 | 5,33 | 5,40 | Oltre 20 anni |

Nelle fasce per “Anzianità di servizio”, l’indicatore medio va da un minimo di 4,40 fino ad un massimo di 6,00. L’indicatore medio più elevato (5,70) è dato dalla fascia con meno di 5 anni di servizio, seguito da quello della fascia tra 11 e 20 anni con 5,54, dall’indicatore della fascia oltre i 20 anni di servizio con 5,40 per finire con un valore di 5,16 attestato sulla fascia tra 5 e 10 anni di servizio.

Dall’osservazione dei dati sopra rappresentati emerge una generale condivisione manifestata dai lavoratori del sistema e del modello di Benessere Organizzativo adottato e attuato dall’APT.

ANALISI FINANZIARIA 2020

Il Bilancio di previsione predisposto per l’esercizio finanziario 2020, come indicato dalla programmazione e dalle previsioni della Direzione Generale dell’APT di concerto con il Servizio Finanziario, P.O. Contabilità-Sicurezza-Economato, si compone delle risultanze e analisi di contesto riportate di seguito.

Parte 1^: ENTRATE 2020

Le **ENTRATE Effettive** (al netto delle Patite di Giro e delle Contabilità Speciali) del bilancio di previsione per l’esercizio finanziario 2020 ammontano ad € 3.863.000,00. L’articolazione della previsione delle entrate di competenza 2020 si può così rappresentare:

| | | |
|---|---|-------------|
| AVANZO di Amministrazione | € | 0,00 |
| UTILIZZO Fondo Pluriennale Vincolato – FPV - | € | 0,00 |
| Totale Avanzo + FPV | € | 0,00 |

| | | |
|---|---|-------------|
| TITOLO 1 - Entrate Correnti di natura Tributaria | | |
| Categoria 1^: Proventi da Tributi | € | 0,00 |
| Nessuna entrata prevista. | | |

TITOLO 2 - Trasferimenti Correnti –
Categoria 1^: Finanziamenti Regionali e proventi vari:

3.01: Finanziamenti regionali ordinari:

- Secondo le indicazioni del DDL di Legge Finanziaria Regionale 2020, il finanziamento ordinario destinato al funzionamento della struttura APT e al sostegno delle attività di marketing e promozione territoriale di parte corrente per il 2020 è pari a € 2.600.000,00
 - Altri finanziamenti regionali correnti € 0,00
- Totale 3.01 Finanziamenti Regionali Ordinari € 2.600.000,00**

3.02: Fondi Regionali Vincolati:

- Il finanziamento regionale per il turismo scolastico, congressuale, sociale e della terza età, nel 2020 è inizialmente pari a € 75.000,00
 - Finanziamento regionale previsto a favore delle associazioni Pro-Loco di Basilicata e UNPLI per il 2020 € 300.000,00
- Totale 3.02 Fondi Regionali Vincolati** € **375.000,00**

3.03: Proventi vari:

- Introiti diversi previsti € 0,00
- Totale 3.03 – Proventi vari** € **0,00**
- TOTALE TITOLO 2** € **2.975.000,00**

TITOLO 3 - Entrate Extratributarie € **0,00**

TITOLO 4 - Entrate derivanti fondi dell'U.E e finanziamenti regionali straordinari
Categoria 1^: Fondi U.E. e Finanziamenti Regionali Straordinari

Le entrate di questo titolo sono:

2.01: Entrate da fondi U.E. e Finanziamenti Regionali Straordinari:

Con DGR 1028 del 30/12/2019 è stato assegnato un

- Finanziamento per attività di marketing 2020 € 700.000,00
- Totale 01 - Fondi Nazionali e U.E. Finanz. Reg. Straord.** € **700.000,00**

2.02: Entrate derivanti da finanziamenti straordinari:

- Finanziamento Offerta Turistica e Culturale € 0,00
 - Finanziamento Tavolo Paritetico Regione/Compagnie Estrattive € 0,00
 - Finanziamenti Prog. Speciali-Attività Culturali-Prog.d'Eccellenza € 0,00
 - Promo-Commercializzazione Offerta Turistica € 0,00
 - Finanziamento PROGETTO THEMA-TIC
Tourism Founded on Innovation Capacities € 188.000,00
- Totale 02** € **188.000,00**
- TOTALE TITOLO 4** € **888.000,00**

TITOLO 6 – Accensione Prestiti. € **0,00**

TITOLO 7 – Anticipazioni da Istituto Tesoriere € **0,00**
TOTALE ENTRATE EFFETTIVE 2020 € **3.863.000,00**

TITOLO 9 – Partite di Giro e Contabilità Speciali € **2.655.000,00**
TOTALE GENERALE ENTRATE 2020 € **6.518.000,00**

PARTE 2^: USCITE 2020

Le **USCITE Effettive** iniziali (al netto delle Partite di Giro e delle Contabilità Speciali), quantificate per l'esercizio finanziario 2020, ammontano a **3.863.000,00** e si articolano nella ripartizione di seguito illustrata:

TITOLO 1 - Spese Correnti - € 2.941.600,00

1.01 – Oneri diversi.

Si riferiscono, nella previsione 2020, agli oneri derivanti dai contenziosi ed, in particolare alla situazione ancora aperta con il Demanio Statale per l'area su cui sorge il Camping Internazionale di Metaponto. Il cap. 35-U dispone di € 124.257,40 provenienti da esercizi precedenti. Si ritiene pertanto utile e previdente per l'APT incrementare detta disponibilità di ulteriori € 30.000,00. Essa rappresenta lo 0,78% delle spese effettive, l'1,02% delle spese correnti e il 1,87% delle spese di funzionamento.

€ 30.000,00

1.02 – Spese per gli Organi dell'APT.

Le spese del raggruppamento 1.02 coprono le retribuzioni, i compensi e i rimborsi occorrenti per gli organi istituzionali dell'APT, secondo quanto stabilito dalla L.R. n° 7 del 4-06-08, con i relativi oneri fiscali e previdenziali. Dal 2014 la retribuzione per il Direttore Generale, dopo la riduzione del 10% operata dalla L.R. n° 28 del 5-085-2010, art. 12-comma 4, fu ulteriormente ridotta, come stabilito dalla DGR n. 780 del 27/06/2014 in applicazione dell'art. 10, comma 4 della L.R. n. 8 del 30/08/2014. Il compenso per il presidente e i componenti del Collegio dei Revisori è stato rideterminato con il decreto del Ministero dell'Interno e dell'Economia e Finanze del 21/12/2018.

La spesa prevista per gli organi dell'APT, nel 2020, è di € 197.000,00, Essa incide per il 5,10% sul totale delle spese effettive (€ 3.863.000,00), per il 6,70% sulle spese correnti (€ 2.941.600,00) e per il 12,29% sulle spese di funzionamento (€ 1.603.400,00).

€ 197.000,00

1.03 – Spese per il Personale dipendente.

La spesa prevista per le retribuzioni al personale dipendente in servizio e gli oneri riflessi dovuti per il 2020 è pari a € **1.111.000,00** complessivamente. Tenuto conto dello scorporo della somma di € **34.572,00** destinata alla spesa per gli incrementi contrattuali del comparto EE.LL. secondo quanto previsto dall'accordo ARAN/Sindacati siglato il 21/05/2018, la differenza di € **1.076.428,00** rientra nella media del triennio 2011/2013 (€ 1.085.255,24), come previsto dall'art. 1, comma 557, della legge finanziaria nazionale 2007 (L. 27/12/20006, n. 296). Lo stanziamento è destinato alla copertura delle spese per le 15 unità lavorative in servizio a tempo indeterminato nelle categorie A, B, C, D e 3 unità in posizione di comando presso l'APT (un D5 e due D6). La previsione di spesa (€ 1.111.000,00) rappresenta il 28,76% del totale delle spese effettive iniziali 2020, il 37,77% delle spese correnti e il 69,29% delle spese di funzionamento.

€ 1.111.000,00

1.04 – Spese Generali.

Le spese generali, per il 2020, previste in € 265.400,00, sono pari all'6,87% delle spese effettive, al 9,02% delle spese correnti e al 16,55% delle spese di funzionamento della struttura APT. Lo stanziamento consente di fare fronte alle spese per il funzionamento in senso stretto. In esse rientrano le spese per l'acquisto di beni di consumo e per l'acquisizione di servizi e il pagamento di oneri, tasse e tributi, dalla manutenzione di locali, mezzi e apparecchiature, assistenza informatica e software e il mantenimento delle utenze. Queste spese risultano in aumento per effetto della nuova struttura OPENSPACE di Matera. I locali che ospitano il progetto turistico e culturale regionale, ancorché concessi dall'Amministrazione Provinciale di Matera all'APT Basilicata in comodato d'uso gratuito, necessitano della logistica funzionale e gestionale della struttura, come le utenze (energia elettrica, acqua, telefonia, internet), la dotazione di idonee postazioni di lavoro, macchine e apparecchiature d'ufficio, pulizia locali, materiali consumabili, sicurezza e igiene degli ambienti di lavoro, etc. A seguito dell'affidamento dei servizi di fonia, internet e trasmissione dati al gestore TIM SpA, aderendo ad apposita convenzione CONSIP e delle forniture di energia elettrica e metano affidate rispettivamente alle Soc. Estra Spa ed Energetica Spa, per il tramite della Centrale Regionale di Committenza (SEL) a cui l'APT ha aderito dal 2017, si registrano già significative economie di spesa.

€ 265.400,00

1.05 – Oneri patrimoniali.

€ 0,00

1.06 – Fondi di riserva.

I fondi di riserva del 2020, come previsto dal vigente regolamento amministrativo -contabile (art. 20), per complessivi € 5.700,00, sono inferiori allo 0,4% (0,3%+0,1%) delle spese correnti.

€ 5.700,00

Totale Spese di Funzionamento + fondi di riserva

€ 1.609.100,00

2.03 – Sostegno alle associazioni Pro-loco e UNPLI della Basilicata.

E' previsto uno stanziamento di € 300.000,00 nel 2020.

Le risorse che la Regione dovesse trasferire nel corso del 2020 saranno destinate al finanziamento dei programmi di attività presentati dalle associazioni Pro-loco e UNPLI regionali, secondo quanto stabilito dagli artt. 22/28 della L.R. n. 7/2008, le direttive impartite dalla Regione e le verifiche effettuate dal Nucleo di Valutazione composto da Regione-APT-UNPLI circa i programmi proposti e le attività effettivamente realizzate nell'anno di riferimento.

€ 300.000,00

2.04 – Incentivi per il turismo scolastico, congressuale, di gruppo.

Per gli incentivi in materia di Turismo Scolastico Congressuale e di Gruppo (cap. 70-Entrate), la Regione ha assegnato per il 2020 la somma di € 75.000,00

€ 75.000,00

2.08 – Promozione e Valorizzazione Risorse Turistiche-

Compendio Statistico – Sostegno Iniziative Locali (con fondi APT).

La somma di € 957.500,00 quale disponibilità di parte corrente, è destinata a spese per l'attività istituzionale e di supporto, al fine di integrare, con funzione

complementare e talvolta sostitutiva, le attività e le iniziative finanziate dalla Regione con appositi trasferimenti di origine comunitaria/statale/regionale, nell'ambito delle spese di investimento. Tali spese finanziate con disponibilità di parte corrente sono:

- **cap. 184, € 25.000,00** per interventi di allestimento e riqualificazione finalizzati a migliorare e potenziare l'informazione e l'accoglienza turistica nella regione attraverso le strutture dell'APT o ad essa affidate.

- **cap. 185, € 45.000,00** per la gestione dei magazzini e archivi APT, per il supporto operativo agli uffici dell'Agenzia,

- **cap. 220/A, € 90.000,00** per l'assistenza amministrativa e legale alle procedure di verifica, liquidazione e rendiconto delle spese ricadenti su fondi comunitari e regionali straordinari (eventi, marketing e progetti speciali);

- **cap. 220/B, € 130.000,00** per servizi di data entry, procedure informatiche e supporto alle attività e adempimenti delle procedure ANAC, SIAB, ricezione, verifica e archiviazione elettronica delle fatture, SIC- Sistema Informatico Contabile, Amministrazione Trasparente,

- **cap. 240, € 40.000,00** per il sostegno di azioni e iniziative di interesse turistico progettate e organizzate da enti, associazioni e istituzioni varie, in ordine alla loro importanza strategica e l'incidenza sul richiamo di domanda turistica interregionale, nazionale e internazionale,

- **cap. 280, € 100.000,00** sono previsti per la realizzazione e la diffusione di materiale editoriale e promo-pubblicitario, di fondamentale importanza durante le fasi non coperte da finanziamenti comunitari o regionali per le attività di marketing. Con questo stanziamento di spesa si prevede di fare fronte alla realizzazione di pubblicazioni varie (carte geoturistiche, piante di Potenza e Matera, opuscoli, annuari delle strutture ricettive regionali, brochure tematiche e territoriali), edito dall'APT in formato cartaceo e informatizzato. Per una parte residuale sarà utilizzata per sostenere iniziative messe in atto da enti, istituzioni e associazioni locali, con la stampa di materiale grafico, editoriale e di comunicazione,

- **cap. 281, € 23.000,00** previsti per interventi di sostegno ad iniziative di valorizzazione e sviluppo culturale, ambientale, turistico e territoriale, attraverso le spese di comunicazione e materiale promozionale,

- **cap. 301, € 120.000,00** stanziati per realizzare il servizio di raccolta, implementazione ed elaborazione dei dati statistici riguardanti il movimento turistico regionale e la consistenza ricettiva, alla verifica e studio dei risultati a seguito delle attività di promozione e sviluppo turistico e territoriale intraprese,

- **cap. 302, € 50.000,00** consentiranno di affrontare le missioni di contatto e sviluppo finalizzate ad individuare, preparare e organizzare iniziative promozionali autonome o in co-marketing con istituzioni, associazioni e soggetti vari in città e paesi obiettivo e ritenuti di importanza strategica per il posizionamento dell'offerta turistica regionale e lo sviluppo del territorio lucano. Consentiranno altresì la partecipazione di rappresentanti, personale e collaboratori dell'APT a fiere e saloni turistici, a workshop, iniziative promozionali varie del marketing strategico,

- **cap. 303, € 30.000,00** sono previsti per realizzare educational e press-tour destinati a tour operator, rappresentanti dei mass media e opinion leader nazionali e internazionali,

- **cap. 304, € 500,00** si prevede per piccole spese di rappresentanza, acquisto di coppe, targhe e souvenir da assegnare ad iniziative a carattere culturale, turistico, sportivo e filantropico,

- **cap. 310, € 5.000,00** sono destinati all'aggiornamento della fototeca e della videoteca dell'APT,
- **cap. 330, € 2.000,00** per piccole spese di ospitalità a personalità e rappresentanti istituzionali e ospiti interessati alla crescita turistica e territoriale della Basilicata,
- **cap. 340, € 109.000,00** per potenziare la presenza dell'offerta turistica regionale nelle iniziative promozionali in Italia e all'estero, e per garantire la partecipazione a borse, fiere e workshop turistici di rilevanza regionale e interregionale.
- **cap. 350, € 3.000,00** destinati all'acquisto di pubblicazioni e prodotti multimediali di interesse turistico e territoriale,
- **cap. 356, € 65.000,00** consentono di sostenere il potenziamento dell'informazione e dell'accoglienza turistica regionale con particolare riferimento alle località di Maratea, Potenza, Castelmezzano e Pietrapertosa,
- **cap. 364, € 40.000,00** per organizzare e gestire lo stoccaggio, la custodia e il recapito alle strutture ricettive e agli info point regionali del materiale editoriale e promozionale,
- **cap. 368, € 80.000,00** destinati ad iniziative promozionali attraverso la comunicazione. Garantirà un adeguato utilizzo dei mezzi di comunicazione per realizzare il media-planning dell'APT e promuovere campagne di informazione e sensibilizzazione su eventi e attrattori regionali.

€ 957.500,00

TOTALE TITOLO 1 - SPESE CORRENTI € 2.941.600,00

TITOLO 2 - SPESE IN CONTO CAPITALE.

2.01 – Valorizzazione e abbellimento territorio. € 0,00
Nessuna previsione di spesa.

2.02 – Promozione Territoriale.
Lo stanziamento iniziale è rapportato a zero in assenza di conferme da parte della Regione circa le risorse previste dal Tavolo Paritetico Regione/società Estrattive
€ 0,00

2.05 – Progetti Speciali.
E' previsto uno stanziamento per il PROGETTOTHEMA-TIC Tourism Founded on Innovation Capacities, nell'ambito del programma ADRION - Interreg V-B Adriatic-Ionian Cooperation Programme 2014-2020, con a capofila l'Università degli Studi della Basilicata (cfr. nota di prot. n. 1313/05.01.04 del 27/02/2020). L'APT di Basilicata, sarà, infatti, partner nel progetto Thematic, con a capofila l'Università degli Studi della Basilicata, con un budget complessivo assegnato di € 187.235,84. Il cofinanziamento UE, pari a € 159.150,46, copre l'85% dei costi totali, mentre il restante 15% (€ 28.085,38) di cofinanziamento è a carico del Fondo di rotazione nazionale.
L'obiettivo del progetto è quello di promuovere il turismo sostenibile, la valorizzazione del patrimonio naturale e culturale e la protezione dell'ambiente come condizione sine qua non per la sostenibilità del turismo e dell'utilizzo del patrimonio. APT Basilicata, in quanto organismo delegato della Regione Basilicata per l'attuazione delle politiche regionali per la promozione del turismo culturale e naturalistico in Basilicata e per il sostegno agli investimenti in infrastrutture turistiche, culturali e attività, ha una lunga e forte esperienza nella

progettazione e realizzazione di iniziative internazionali. APT Basilicata ha svolto un ruolo importante nella promozione del posizionamento internazionale della Basilicata che ha raggiunto, negli ultimi anni, una forte crescita nell'incoming internazionale del turismo in Basilicata. La collaborazione di APT Basilicata nel progetto THEMATIC porterà anche ad un consolidamento della sua posizione nel mercato transnazionale di turismo culturale e l'aiuterà a pianificare una strategia innovativa per promuovere lo sviluppo sostenibile e accessibile del turismo in molti dei luoghi culturali e naturalistici di Basilicata. Gli impegni di spesa per la realizzazione del progetto, a valere sul cap. 358-U, saranno assunti dall'APT solo dopo la conferma dei relativi finanziamenti, da accertare sul cap. 58-E.

€ 188.000,00

2.06 – Gestione fondi Nazionali, U.E. e Finanziamenti Regionali Straordinari

Nella gestione 2020 di fondi nazionali, comunitari e di assegnazioni straordinarie della Regione Basilicata e destinate ad azioni e attività di marketing strategico, eventi e progetti di promozione e sviluppo territoriale, si prevedono stanziamenti per complessivi € 700.000,00, assegnati all'APT con DGR 1028 del 30/12/2019 (le iniziative e azioni inerenti a questo stanziamento sono illustrate nell'allegato Piano delle attività). Nella stessa DGR n. 1028 del 30/12/2019 sono stati previsti, inoltre, € 300.000,00 finanziati da fondi FSC, che l'APT si riserva di inserire nel bilancio di previsione 2020 solo dopo l'assegnazione delle risorse da parte della Regione a valere sull'esercizio 2020.

€ 700.000,00

2.07 – Manifestazioni, eventi, spettacoli e iniziative varie

€ 0,00

2.09 – Spese per immobili, mobili, macchine e autovetture.

Le spese in c/capitale propriamente dette, comprendono:

- cap. 151, la somma di € 3.400,00 è destinata all'acquisto di mobili e arredi,
- cap. 154, uno stanziamento di € 25.000,00 sarà utilizzato per rinnovare e integrare le macchine e attrezzature d'ufficio e le postazioni informatiche,
- cap. 155, nessuno stanziamento per l'acquisto di autoveicoli.
- cap. 156, uno stanziamento di € 5.000,00 per l'acquisto di immobilizzazioni Immateriali, software e licenze.

€ 33.400,00

TOTALE TITOLO 2 -

€ 921.400,00

TITOLO 5 – Chiusura Anticipazioni da Istituto Tesoriere

€ 0,00

TOTALE SPESE EFFETTIVE 2020

€ 3.863.000,00

TITOLO 7 - Spese per c/terzi e partite di giro

€ 2.655.000,00

TOTALE GENERALE USCITE 2020

€ 6.518.000,00

Esaminando le risultanze sintetiche delle previsioni di spesa 2020, secondo la classificazione per Missioni e Programmi, si osserva la seguente ripartizione iniziale:

| | |
|--|-----------------------|
| - Missione 7 – TURISMO: | |
| - Programma 1 – SVILUPPO E VALORIZZAZIONE TURISMO | € 2.941.600,00 |
| - Programma 2 – POLITICA UNITARIA REGIONALE PER IL TURISMO | € <u>921.400,00</u> |
| TOTALE MISSIONE 7 – TURISMO | € <u>3.863.000,00</u> |
| | |
| - Missione 99 – Servizi per conto terzi e partite di giro | € <u>2.655.000,00</u> |
| TOTALE GENERALE USCITE 2020 | € <u>6.518.000,00</u> |
