



PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

PIANO INTEGRATO DI ATTIVITÀ E ORGANIZZAZIONE
PIAO 2024-2026

Sezione 2 - Valore pubblico, Performance e Anticorruzione

Sottosezione 2.2-Performance

1 - DESCRIZIONE DELLA SOTTOSEZIONE

La presente sottosezione viene predisposta secondo le logiche di *performance management*, di cui al Capo II del decreto legislativo 27 ottobre 2009, n. 150 e successive modificazioni, e secondo le Linee Guida emanate dal Dipartimento della Funzione Pubblica. Esso è finalizzato, in particolare, alla programmazione degli obiettivi e degli indicatori di performance di efficienza e di efficacia i cui esiti dovranno essere rendicontati nella relazione di cui all'articolo 10, comma 1, lettera b), del predetto decreto legislativo.

Di seguito viene rappresentato l'Albero della Performance che evidenzia, mediante l'articolazione su tre livelli (Aree strategiche - Obiettivi strategici - Obiettivi operativi) il collegamento tra le Strategie e gli obiettivi specifici assegnati alle singole strutture dell'ente.

Il Piano della Performance contiene sia gli obiettivi che discendono dalla strategia e dall'esplicitazione del Valore Pubblico dell'ente, sia quelli che nascono dalle esigenze di garantire il funzionamento e la *mission* istituzionale dell'ente. Entrambe queste componenti costituiscono le fonti per la individuazione degli obiettivi di performance che l'ente intende realizzare.

L'ente si dota anche di un *set* di indicatori di misura della performance per il funzionamento dei processi e delle attività correnti, in modo da poter consentire la valorizzazione del mantenimento dei livelli di performance attesi e da garantire nei confronti della comunità di riferimento.

Nella rappresentazione che segue, a valle dell'albero della performance vengono inoltre rappresentati, in forma tabellare, anche gli obiettivi definiti nel **Piano delle Azioni Positive**.

Il Piano Triennale delle Azioni Positive 2024-2026, così come prescritto dal decreto legislativo 198/2006 "Codice delle pari opportunità tra uomo e donna, a norma dell'articolo 6 della legge 28 novembre 2005, n. 246" è un documento programmatico, che le pubbliche amministrazioni adottano in coerenza con le linee di indirizzo dettate Dipartimento della Funzione Pubblica in materia di promozione della parità di genere e delle pari opportunità.

Va al riguardo menzionata la Direttiva n. 2/2019, con la quale il Dipartimento della Funzione Pubblica, ha stabilito che le Pubbliche Amministrazioni integrassero gli obiettivi previsti nel PAP nel ciclo della performance. Nella medesima direzione opera anche la disposizione che introduce il PIAO (art. 6, decreto-legge 80/2021) la quale prevede un unico documento che integra tutti i contenuti delle programmazioni settoriali dell'ente pubblico, contempla anche i contenuti del Piano delle Azioni Positive nel novero degli ambiti di programmazione da includere nel Documento, come ben specificato nell'articolo 3, comma 1, lettera b) del d.m. 132/2022.



Nel PAP (Piano delle Azioni Positive) sono individuati i 5 seguenti interventi programmatici, rispetto ai quali sono definiti gli obiettivi ed indicate le azioni necessarie per raggiungere gli stessi:

- a) Informazione;
- b) Conciliazione tra tempi di vita e di lavoro;
- c) Stress lavoro-correlato e benessere organizzativo;
- d) Formazione;
- e) Sviluppo di carriera e professionale.

ARET PUGLIAPROMOZIONE

Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it

direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411

Fax +39 080 5821429

Uffici Amministrativi

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari

Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727



ALBERO DELLA PERFORMANCE 2024– 2026

OBIETTIVI COMUNI

Obiettivi dell'Ente

Vision

Promuovere la destinazione turistica Puglia come un complesso integrato e flessibile di valori tangibili e intangibili, attraverso l'operare coordinato dei diversi soggetti, organizzati per uno sviluppo turistico equilibrato, conveniente e sostenibile

Mission

Attuazione delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione.

L'obiettivo si attua attraverso "compiti generali" e "compiti specifici". I compiti generali dell'ARET Pugliapromozione sono stati di recente integrati a seguito delle modifiche operate dalla Legge Regionale n. 51/2021 recante "Disposizioni per la formazione del bilancio di previsione 2022 e bilancio pluriennale 2022-2024 della Regione Puglia - legge di stabilità regionale 2022", il cui art. 51 ha modificati l'art. 7 della Legge Regionale 1/2002 recante "Norme di prima applicazione dell'articolo 5 della legge 29 marzo 2001, n. 135, riguardanti il riordino del sistema turistico pugliese":

Descrizione compiti generali

- a) diffonde e promuove la conoscenza e l'attrattività della Puglia come meta nelle sue componenti naturali, paesaggistiche e culturali, materiali e immateriali, valorizzandone le eccellenze, favorendo lo sviluppo economico del territorio anche attraverso l'Internazionalizzazione delle Imprese, dell'enogastronomia e dei Pugliesi nel Mondo, supportando altresì Il cerimoniale della Presidenza regionale;
- b) sulla base di specifici obiettivi definiti dalla Regione favorisce lo sviluppo di occupazione stabile nell'ambito del turismo, alimenta iniziative di sensibilizzazione al fine di contrastare il lavoro sommerso e irregolare, promuove raccordi con il sistema della formazione professionale, gli istituti tecnico-professionali e le università, in funzione di un complessivo processo di qualificazione del mondo degli operatori e degli addetti del settore;
- c) promuove la qualificazione dell'offerta turistica regionale favorendone la competitività sui mercati nazionali e internazionali e sostenendo la cooperazione tra pubblico e private nell'ambito degli interventi di settore; promuove, inoltre, l'incontro fra il sistema di offerta regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo;
- d) promuove lo sviluppo del turismo sostenibile, slow, sportivo, dei cammini e giovanile, nonché di quello sociale, e la valorizzazione degli indotti connessi;
- e) sviluppa e coordina gli interventi a fini turistici per la fruizione e la promozione integrata a livello territoriale del patrimonio culturale, delle aree naturali protette e delle attività culturali, nel quadro delle vocazioni produttive dell'intero territorio regionale;
- f) attiva e coordina, anche in collaborazione con altri enti pubblici e privati, iniziative, manifestazioni ed eventi, produzioni audiovisive, cinematografiche e spettacoli artistici, nonché progetti di arte urbana, che si configurino quali attrattori per il turismo culturale;
- g) favorisce la diffusione di un'ampia cultura dell'ospitalità tra gli operatori pubblici, privati e la popolazione locale anche attraverso la rimozione, nei sistemi di ospitalità, di ogni orientamento e condotta direttamente o indirettamente discriminatori sotto il profilo dei diritti soggettivi, della privacy e delle condizioni personali;
- h) promuove la tutela dei diritti del turista inteso come "consumatore";
- i) assicura alle strutture regionali strumenti operativi a supporto del coordinamento delle attività e delle iniziative dei sistemi turistici locali, fornendo altresì supporti di consulenza tecnico-amministrativa; j) esercita le funzioni e i compiti

ARET PUGLIAPROMOZIONE

Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it

direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172

Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411

Fax +39 080 5821429

Uffici Amministrativi

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari

Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

amministrativi già assegnati alle Aziende di promozione turistica (APT) assicurandone l'articolazione organizzativa e l'efficacia operativa nelle sei province; coordina il sistema a rete degli Info-Point turistici, anche nel loro raccordo con le pro loco;

k) collabora con il sistema delle camere di commercio, le istituzioni universitarie, organismi specializzati e gli enti di ricerca per elaborare piani e progetti di studio, rilevazione e analisi;

l) svolge ogni altra attività a essa affidata dalla normativa, dagli indirizzi strategici e dagli strumenti programmatori della Regione Puglia, anche in riferimento a leggi nazionali e a programmi interregionali e comunitari;

m) promuove le tradizioni pugliesi, nonché i valori identitari del territorio, anche valorizzando l'appartenenza alla comunità pugliese nel mondo e sostenendo iniziative per la riscoperta delle radici dei migranti pugliesi e per il ritorno alla terra di origine;

n) promuove lo sviluppo di flussi turistici in luoghi strategici, connessi a infrastrutture o a mezzi di trasporto e di viaggio, anche attraverso interventi di cooperazione pubblica, volti in particolare alla diffusione della brand identity e all'accoglienza e alla informazione turistica;

o) le imprese delle filiere turistiche e culturali per favorirne la ripresa dopo eventi calamitosi di portata generale, nonché qualora ciò si renda necessario per motivi di opportunità strategica così come per lo sviluppo di asset o target strategici.

Descrizione compiti specifici

a) assolve il compito di Destination Management Organization (DMO), di natura pubblica, per la gestione coordinata di tutti gli elementi che compongono una destinazione e per il rafforzamento del sistema turistico pugliese attraverso le attività di valorizzazione, innovazione, promozione e comunicazione del territorio;

b) sviluppa gli interventi di promozione del prodotto turistico pugliese al fine di favorire l'accessibilità, la fruizione e la commercializzazione integrata dei diversi segmenti di mercato nel quadro delle vocazioni produttive dell'intero territorio regionale, con particolare riferimento all'enogastronomia, al turismo sportivo, quello culturale del MICE e del Wedding;

c) realizza progetti promozionali su incarico della Regione o su proposta degli Enti Locali, nonché progetti integrati di promozione turistica, valorizzazione e fruibilità di attività culturali e di beni culturali e ambientali, nel rispetto delle procedure previste dalla vigente normativa comunitaria nazionale e regionale;

d) organizza e supporta la realizzazione di iniziative di ospitalità (educational tour, familiarization trip, press e blog tour) riservate a operatori turistici (buyer), giornalisti, opinion leader nazionali e internazionali;

e) cura, sulla base della programmazione della Regione e in raccordo con le Amministrazioni locali, le attività di comunicazione integrata di promozione dei territori;

f) in linea con le strategie comunitarie, nazionali e regionali, programma iniziative finalizzate alla diffusione di buone pratiche, con la finalità di incentivare un modello virtuoso di sviluppo turistico sostenibile e di presentare ai mercati target una destinazione Green, in particolare promuovendo azioni di sensibilizzazione dei cittadini alla corretta raccolta differenziata, agli acquisti consapevoli e sostenibili, al rispetto dell'ambiente;

g) realizza azioni di promozione integrata delle produzioni audiovisive e d'internazionalizzazione d'impresa con particolare riferimento ad elevate componenti di innovazione, sostenibilità sociale ed ambientale;

h) provvede all'istituzione e al coordinamento a livello regionale di un sistema a rete degli Info Point, sulla base di apposite linee guida approvate dalla Giunta regionale sentita l'Anci Puglia;

i) pone in essere iniziative volte alla diffusione della cultura della tutela dei diritti del turista-consumatore, prevalentemente mediante azioni di sensibilizzazione delle imprese turistiche, nonché tramite attività informative rivolte all'utenza turistica;

j) favorisce il trasferimento di conoscenza del brand Puglia per la formazione di nuove professionalità, con specifiche competenze che tengano conto delle vocazioni dei territori al fine di rafforzare l'occupabilità;

k) sperimenta soluzioni innovative e progetti pilota al fine di valutare in prima linea l'evoluzione del mercato e di restituirne al territorio il valore, anche in collaborazione con le Università e gli Istituti per il turismo;

l) svolge su delega della Regione le funzioni di Osservatorio Turistico Regionale in osservanza dell'art. 2 della Legge Regionale 1/2001 lett. c) e d), anche in coordinamento con enti pubblici, istituti universitari ed enti economici e in raccordo con le associazioni di rappresentanza degli operatori turistici;

ARET PUGLIAPROMOZIONE
Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411
Fax +39 080 5821429

Uffici Amministrativi

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

- m) raccoglie ed elabora, secondo le direttive impartite dalla Regione, dati statistici concernenti la domanda e l'offerta turistica del territorio regionale, nonché provvede alla raccolta e alla elaborazione dei dati statistici relativi al flusso del movimento turistico regionale;
- n) provvede alla raccolta e alla istruttoria delle denunce dei prezzi delle strutture sulla base delle previsioni della Legge Regionale 29/1994;
- o) svolge attività di tutela e assistenza ai turisti contribuendo altresì a diffondere una cultura della "cittadinanza temporanea", attraverso la rete degli Info Point, nonché mediante l'attivazione di sinergie con il sistema delle Proloco;
- p) provvede ad elaborare ed attuare il Piano Strategico del Turismo ed ogni altro compito assegnato dalla Regione.

Obiettivi del Direttore generale

Con la Deliberazione n. 1820 del 15/11/2021 recante "Approvazione Linee di indirizzo assegnazione degli obiettivi strategici annuali ai Direttori Generali Agenzie Regionali", la Giunta regionale, nelle more del formale insediamento del Management Board, ha definito una procedura temporanea per l'assegnazione degli obiettivi strategici annuali ai Direttori Generali delle Agenzie Regionali, volta ad assicurare il rispetto di tempi certi e perentori della fase di programmazione/assegnazione degli obiettivi in primis e, successivamente, della fase di valutazione.

Secondo quanto definito dalle precitate Linee di Indirizzo, nella fase di pianificazione strategica, "... la Giunta Regionale, con atto formale, sulla base degli indirizzi forniti dal competente Direttore di Dipartimento, assegna al Direttore Generale gli obiettivi strategici annuali da conseguire".

Il Direttore del Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio, al fine di allineare gli obiettivi strategici da affidare al Direttore Generale di A.Re.T. "Pugliapromozione" alle proprie Policy, ha condiviso con lui gli Obiettivi Strategici per il 2024.

Gli Obiettivi sono i seguenti:

- 1) Accrescere l'attrattività della Puglia nel contesto nazionale e internazionale, attraverso la diversificazione, la qualificazione, l'innovazione, la valorizzazione e la promozione dei prodotti e dell'offerta turistica
- 2) Implementare il Transition Design verso il Nuovo Piano Strategico regionale del Turismo "Puglia365" e l'aggiornamento del quadro normativo nazionale e regionale, avviando linee innovative di intervento

3) Dare attuazione all'Atto Organizzativo dell'Agenzia approvato con DGR n. 712/2022, valorizzando il personale interno e integrando la struttura con le competenze necessarie ad affrontare le nuove sfide del Turismo

Obiettivi definiti nel PTPCT - aggiornamento 2024

(Sezione 2.3 del PIAO)

Interventi Programmatici	Obiettivi	Azioni
<p>A. Definizione delle Misure per la prevenzione della Corruzione e per la Trasparenza</p> <p>B. Individuazione delle Misure Generali e Speciali in relazione a n.9 Aree di rischio</p> <p>C. Individuazione dei Soggetti Responsabili della applicazione delle Misure</p> <p>D. Rispetto delle Misure per la prevenzione della Corruzione e della Trasparenza</p> <p>D. Monitoraggio e verifica del rispetto delle Misure</p> <p>E. Formazione e attività divulgative</p>	<p>Gli obiettivi sono descritti nel PTPCT, precisati nell'aggiornamento 2024 e nella sezione 2.3. del PIAO. Essi vertono sul consolidamento e/o sulla puntualizzazione della cultura della legalità, dei buoni comportamenti all'interno dell'ente. La consapevolezza della correttezza delle azioni pubbliche, non tanto in termini normativi-burocratici, quanto in punto di principi fondamentali che regolano l'agere pubblico secondo lo spirito di cui all'art. 97 della Costituzione: è questa la carenza o lacuna che con maggiore evidenza occorre gestire, colmare e superare. Al contempo, nel campo dei principi delle azioni pubbliche, si rileva la massima trasversalità: pertanto, si punta ad estendere la massima consapevolezza di essi a tutti i dipendenti passando altresì per gli organi di governance. L'allineamento globale, all'interno dell'ente, che verta su specifiche competenze e sulla consapevolezza individuale, diventa la migliore garanzia dai rischi disunzionali e corruttivi, oltre che da comportamenti opachi e discontinui rispetto agli obblighi di Trasparenza. Altre conseguenza positive e benefiche solo le ricadute sul benessere organizzativo interno e sul valore pubblico, nonché la fluidità nei rapporti tra RPCT governance e singoli dipendenti.</p> <p>Tra gli obiettivi, tuttavia, vi è anche la consapevolezza che diverse procedure e interpretazioni giuridiche o esecutive</p>	<p>1- Formazione e aggiornamento, dare/ricevere alla condivisione e alla partecipazione attiva nei focus interni</p> <p>2- Recepire elaborare e conoscere il Piano e le Misure specificamente rivolte a precisi Responsabili/dipendenti e adoperarsi attuare; in caso di dubbio confrontarsi e dialogare. Seguire le Misure e attuarle secondo il cronoprogramma previsto per ciascun processo. Se la difficoltà di attuarle dipende da comportamenti altrui (compresi gli organi politici e il DG), rappresentarlo puntualmente.</p> <p>3- Accogliere e recepire con diligenza le indicazioni del RPCT.</p> <p>4 - Collaborazione serena e distesa con RPCT: trasmettere dati e informazioni, recepire indicazioni con operosità e illustrando eventuali ragioni impeditive.</p> <p>5 - Best practices rendersi parti attive di quelle ideate e indicate, senza escludere di poterne suggerire di nuove.</p> <p>6 - Partecipare attivamente alla Digitalizzazione dei processi confrontandosi con RTD.</p> <p>7 - Risolvere previamente i conflitti interessi e le incompatibilità proponendo/dichiarando il dovere di astensione, in modo da non dovere</p>

<p>F. Indicazioni applicative e interpretative del RPCT</p> <p>G. Confronto e collaborazione con RPCT e recepimento indicazioni RPCT</p>	<p>devono essere corrette e riallineate con la piena rispondenza ai principi di cui sopra e alla correttezza preventiva dei rischi, puntando sulla buona predisposizione individuale. Pertanto, viene confermato altresì che il RPCT opera in forte sinergia con il Nucleo di Valutazione e il Responsabile delle Risorse Umane, anche perché dal 2024 il ciclo della performance dell'ente e dei singoli dipendenti si lega alla valutazione degli adempimenti e della collaborazione in materia di Anticorruzione e Trasparenza.</p> <p>I rischi interni ed esterni costituiscono un macro-aggregato che passa principalmente dai singoli e da una dimensione ambientale di comportamenti e/o azioni inidonei che si devono necessariamente neutralizzare ai fini del benessere interno e della efficienza dell'ente chiamato ad operare nella massima legalità, soprattutto concreta e sostanziale.</p>	<p>procedere con audit e rilevazioni istruttorie successive, ed eventuali segnalazioni ad ANAC.</p> <p>8 - Rispettare sia quale parte attiva (es. RUP) e sia quale parte passiva le procedure (tempi, fasi, corretta interpretazione, conoscenza di regole e indicazioni) e la legalità interna, evitando ogni possibile confusione tra ciò che viene resa come burocrazia impeditiva e la legittimità delle azioni e delle attività programmate/progettate.</p> <p>9 - Riservare la massima diligenza ai doveri/obblighi di imparzialità, segretezza istruttoria, buoni comportamenti, economicità nelle azioni amministrative (es. la soglia 140mila euro per gli affidamenti diretti non significa default di spesa per quell'importo, anche considerando che l'ente non svolge attività di rilevanza essenziale e improcrastinabile per la sopravvivenza o la salute umana)</p> <p>10 - Segnalare in ogni modo (anche fuori dalla piattaforma Whistleblowing) casi disfunzionali, rischi concreti, illeciti penali, civili, amministrativi, comportamenti inappropriati e abusivi dei ruoli attribuiti.</p> <p>11 - Efficientare e massimizzare la Trasparenza anche nei rapporti interni e anche facendo di più di quanto la legge prevede, ove ciò sia possibile e sostenibile (es. in materia di Accesso agli atti)..</p> <p>12 - Interpretare i propri ruoli in maniera equilibrata e funzionale, evitando sconfinamenti e atteggiamenti appropriativi o padronali, mostrando sempre un'apertura e una capacità di buoni contatti umani e professionali, mantenendo una giusta dose di formalità commisurata ai ruoli propri e altrui.</p>
--	--	--

Obiettivi definiti nel Piano delle Azioni Positive

Interventi Programmatici	Obiettivi	Azioni
<p>A. Informazione</p>	<p>Favorire la conoscenza da parte dei dipendenti sull'attività svolta dall'Amministrazione in materia di pari opportunità e sulle disposizioni normative.</p> <p>L'Amministrazione intende sostenere la promozione e diffusione delle tematiche riguardanti le pari opportunità, così da favorire una maggiore condivisione e partecipazione al raggiungimento degli obiettivi, nonché un'attiva partecipazione alle azioni che l'Amministrazione intende intraprendere.</p> <p>L'intento è quello di sensibilizzare il personale dipendente sulle tematiche delle pari opportunità anche attraverso la pubblicazione sul sito web, di disposizioni e di novità sul tema delle pari opportunità, nonché del presente Piano triennale di Azioni Positive</p>	<p>Diffondere le normative e le regole dell'Ente in materia di orario di lavoro per la tutela della genitorialità, dell'assistenza ai genitori, dell'assistenza delle diverse abilità, e gestire in modo trasparente ed uniforme l'applicazione delle norme; garantire informazione ai dipendenti in materia di permessi agevolando la gestione del tempo casa/lavoro, evitando conflitti che non favorirebbero né la serenità personale né la produttività; promuovere la conoscenza del Piano di Azioni Positive sia attraverso la pubblicazione intranet che attraverso incontri e invio di comunicazioni e documenti in posta elettronica.</p>

<p>B. Conciliazione tra tempi di vita e di lavoro</p>	<p>Favorire l'equilibrio e la conciliazione tra responsabilità familiari e professionali, attraverso azioni che prendano in considerazione le differenze, le condizioni e le esigenze di uomini e donne all'interno dell'organizzazione e della vita privata familiare, compatibilmente con le esigenze di funzionalità dei servizi. Per quanto riguarda le pari opportunità, anche in relazione alle indicazioni dell'Unione Europea, negli ultimi anni è aumentata l'attenzione delle organizzazioni pubbliche e private rispetto al tema della conciliazione tra lavoro e vita personale e familiare.</p> <p>Un ambiente professionale attento anche alla dimensione privata e alle relazioni familiari produce maggiore responsabilità e produttività. Le organizzazioni non possono ignorare, infatti, l'esistenza di situazioni, ormai molto diffuse, che possono interferire in modo pesante nell'organizzazione della vita quotidiana delle persone e che, complici da un lato l'epidemia sanitaria e la crisi economica che ha coinvolto molte famiglie e, dall'altro, ulteriori slittamenti dell'età pensionabile e dell'erogazione posticipata rispetto alla data del pensionamento del TFR, costringe lavoratori sempre più anziani, a farsi direttamente carico delle attività di cura di figli e genitori anziani, invece di delegarle a soggetti esterni</p>	<p>In un contesto di attenzione alla necessità di armonizzare i tempi di vita personale, familiare e lavorativa, si applicheranno i vari istituti di flessibilità dell'orario di lavoro nei confronti delle persone che ne faranno richiesta, ispirandosi a criteri di equità e imparzialità, cercando di contemperare le esigenze della persona con le necessità di funzionalità dell'Amministrazione, applicando il CCNL vigente. Si cercherà pertanto, nel rispetto delle norme contrattuali, di mantenere tipologie flessibili dell'orario di lavoro che consentano di conciliare l'attività lavorativa dei dipendenti con gli impegni di carattere familiare. L'obiettivo dell'Ente è quello di favorire l'equilibrio e la conciliazione tra responsabilità familiari e professionali, anche mediante una diversa organizzazione del lavoro, delle condizioni e del tempo di lavoro.</p> <p>L'Amministrazione favorisce l'adozione di politiche afferenti i servizi e gli interventi di conciliazione degli orari, dimostrando particolare sensibilità nei confronti di tale problematiche. In particolare l'Ente garantisce il rispetto delle "Disposizioni per il sostegno della maternità e della paternità, per il diritto alla cura e alla formazione".</p> <p>Deve essere utilizzato il lavoro a distanza nelle sue varie forme per consentire, non solo nel periodo pandemico ma anche nel lavoro ordinario, l'erogazione della prestazione lavorativa che tenga conto delle condizioni della vita privata familiare e di salute. L'Amministrazione deve mettere a disposizione protocolli e dispositivi informatici per l'effettiva esigibilità, efficienza ed efficacia del lavoro a distanza, nel rispetto della programmazione annuale prevista dal POLA</p>
--	---	--

Interventi Programmati	Obiettivi	Azioni
C. Stress lavoro-correlato e benessere organizzativo	Favorire una sempre maggiore circolazione delle informazioni ed una gestione più collaborativa e partecipativa che punti a rafforzare la motivazione intrinseca e il senso di appartenenza all'organizzazione. Dare completa attuazione al documento di valutazione dei rischi collegati allo stress lavoro-correlato, sulla base della situazione lavorativa percepita dal personale e rilevata attraverso la compilazione di questionari e colloqui per gruppi omogenei, secondo le indicazioni del protocollo INAIL vigente	Dovrà essere posta sempre maggiore attenzione al tema della comunicazione interna e al tema della trasparenza, anche fornendo specifiche ed adeguate motivazioni delle scelte operate nei processi riguardanti la gestione delle persone.
D. Formazione	Consentire le attività formative che, in base alle esigenze dell'Ente e nei limiti delle previsioni di bilancio, consentano a tutti i dipendenti di acquisire e sviluppare, nell'arco del triennio, una propria crescita professionale	<p>Integrare il più possibile i percorsi formativi con gli orari di lavoro, anche a tempo parziale, salvaguardando il tempo normalmente dedicato ai bisogni familiari. A tal fine verrà data maggiore importanza ai corsi organizzati internamente, utilizzando le professionalità esistenti con il coinvolgimento dei responsabili. La realizzazione di un piano della formazione deve prevedere oltre ai percorsi formativi per tutti i servizi su temi comuni trasversali già in essere da anni, percorsi sull'utilizzo delle nuove tecnologie per il lavoro in remoto, il sostegno alle professionalità che necessitano di aggiornamento su materie specifiche in evoluzione normativa e alle professionalità dei servizi che lavorano con i principi di sussidiarietà, per i quali è necessaria la formazione.</p> <p>Sarà data particolare attenzione al reinserimento lavorativo del personale assente per lungo tempo a vario titolo (es. congedo di maternità o congedo di paternità o assenza prolungata dovuta ad esigenze familiari o malattia ecc.), prevedendo speciali forme di accompagnamento che migliorino i flussi informativi nel momento del rientro, sia attraverso l'affiancamento o mediante la partecipazione ad apposite iniziative formative per colmare le eventuali lacune ed al fine di mantenere le competenze.</p> <p>Verrà messa a disposizione di tutti i dipendenti un'apposita cartella condivisa denominata "corsi di formazione" nella quale sarà inserito per argomento tutto il materiale formativo ed informativo disponibile e utile all'aggiornamento continuo.</p>

<p>E. Sviluppo di carriera e professionale</p>	<p>Compatibilmente con le normative relative agli sviluppi di carriera, garantire pari opportunità di crescita e responsabilizzazione professionale apicale tra uomini e donne</p>	<p>Garantire che le assegnazioni delle posizioni di responsabilità siano attribuite esclusivamente in base all'esperienza maturata, nell'Ente o al di fuori dello stesso, alle capacità individuali dimostrate ed alle potenzialità espresse, tenendo conto del profilo professionale e della categoria di appartenenza; applicare metodologie di premialità che tengano conto della qualità e della quantità della prestazione resa, senza penalizzare coloro che operano con orario ridotto, ma utilizzando comunque i criteri di equità e proporzionalità.</p>
---	--	---

Obiettivi specifici

Area Strategica 01 – Pianificazione Strategica

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE OBIETTIVO	RISULTATO ATTESO
Attuazione degli interventi esecutivi secondo una modalità coordinata tra le diverse aree strategiche.	Programmazione, Progettazione ed individuazione delle caratteristiche dei singoli interventi in ciascuna area strategica.	A seguito di assegnazione di risorse economico finanziarie si passa alla realizzazione della fase esecutiva del piano strategico e si declinano i singoli obiettivi nelle attività di promozione, comunicazione, valorizzazione, innovazione e prodotto.	Miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia delle azioni e delle attività realizzate, raggiungimento dei target e degli obiettivi generali del Piano strategico.

Area Strategica 02 – Promozione Turistica

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE OBIETTIVO	RISULTATO ATTESO
Promozione business to business della destinazione nei mercati target	Attuazione dei progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia nell'ambito del POC PUGLIA 2014/2020 annualità 2024. Rafforzare il Brand Puglia, promuovendo il sistema delle imprese turistiche, sui diversi mercati target; incrementare le quote di ospiti europei ed extraeuropei provenienti anche dal mercato intermediato; supportare le imprese pugliesi nella partecipazione agli eventi internazionali di promozione turistica b2b; realizzare partnership con player internazionali di settore; orientare la promozione, organizzando la destinazione Puglia secondo prodotti turistici compatibili con le aree mercato consolidate e potenziali; ampliare e diversificare il portafoglio dei prodotti turistici, incentivando quelli con un più ampio margine di destagionalizzazione; promuovere la conoscenza e l'attrattività del territorio nelle sue risorse tangibili e intangibili; promuovere l'incontro fra l'offerta territoriale regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo.	Realizzare azioni di promozione business to business per valorizzare il sistema delle imprese pugliesi (Fiere ed eventi, Workshop business to business); realizzare azioni specifiche di promozione sul mercato intermediato e proporre nuove esperienze di viaggio per rafforzare l'awareness del brand Puglia; supportare e differenziare la commercializzazione dei prodotti turistici regionali in base ai mercati.	Rafforzamento del Brand Puglia; Incremento delle quote di ospiti europei ed extraeuropei; destagionalizzazione; Completamento delle azioni previste nell'ambito dei progetti esecutivi del POC PUGLIA 2014/2020 annualità 2024; Completamento della spesa prevista e perfezionamento a rendicontazione entro i termini previsti;

Area Strategica 03 – Comunicazione della destinazione

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE OBIETTIVO	RISULTATO ATTESO
Comunicazione della brand identity (potenziamento e consolidamento della brand awareness);	<p>Attuazione dei progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia nell'ambito del POC Puglia 2014/2020 annualità 2024.</p> <p>Realizzare nuove azioni di comunicazione per:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promozione della destinazione e dei prodotti turistici; - Promozione del valore dell'accoglienza dei cittadini pugliesi verso i turisti; • Internazionalizzazione; • Destagionalizzazione; 	<p>Gli obiettivi operativi mirano a stimolare una permanente destagionalizzazione dei flussi, una maggiore internazionalizzazione e una valorizzazione sostenibile del territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promozione della destinazione e dei prodotti turistici: nel 2024 si intende perseguire la combinazione di promozione della destinazione attraverso i prodotti turistici (Mare e nautica, Sport natura e benessere, Borghi, Enogastronomia, Wedding destination, MICE). La narrazione mira a far conoscere ogni esperienza possibile in Puglia che renda il viaggio unico e stimoli il ritorno. L'obiettivo sarà curato mediante l'adozione di un piano media internazionale e nazionale, la realizzazione di grandi eventi e la promozione in costanza di accordi pubblici; • Promozione del valore dell'accoglienza dei cittadini pugliesi verso i turisti: mediante la voce di "produzione di contenuti artistici e multimediali" è prevista la realizzazione di una campagna di promozione focalizzata sulla destinazione includendo l'elemento dell'accoglienza. Il fine è il potenziamento della destinazione valorizzando per il 2024 anche il patrimonio 	<p>Consolidamento e potenziamento del brand Puglia, in particolare nei paesi target consolidati ed emergenti.</p> <p>Incremento della conoscenza della destinazione e dei prodotti turistici attraverso le voci di progetto verso il target nazionale e il target internazionale.</p> <p>Promozione dell'offerta turistica e il sostegno agli operatori, pubblici e privati del territorio, per la comunicazione di un turismo sano, sostenibile e attrattivo;</p> <p>Interconnessione e con gli altri progetti progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico del</p>



PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

		<p>immateriale;</p> <ul style="list-style-type: none">·Internazionalizzazione: si prosegue in continuità con il 2023 per la promozione all'estero con paesi target consolidati, potenziali ed emergenti. Tale obiettivo viene curato attraverso il piano media internazionale e le azioni di comunicazione digitale/social;·Destagionalizzazione: si prosegue in continuità con il 2023 nella suggestione di un viaggio in Puglia tutto l'anno, con particolare riferimento ai periodi di bassa stagione. Tutte le azioni di progetto concorrono all'obiettivo.	<p>Turismo della Regione Puglia nell'ambito del POC Puglia 2014/2020 annualità 2024.</p>
--	--	--	--

ARET PUGLIAPROMOZIONE
Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411
Fax +39 080 5821429

Uffici Amministrativi

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

Area Strategica 04 – Accoglienza e Valorizzazione

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE OBIETTIVO	RISULTATO ATTESO
<p>Valorizzazione dell'offerta turistica regionale;</p> <p>Qualificazione dell'accoglienza turistica;</p> <p>Destagionalizzazione dei flussi turistici.</p>	<p>Attuazione dei progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia nell'ambito del POC Puglia 2014-2020 annualità 2024</p> <p>Sostegno al consolidamento dei processi sinergici riferiti allo sviluppo dei principali prodotti turistici, con la finalità di promuovere la fruizione del territorio in un'ottica sostenibile ed innovativa</p> <p>Promozione del brand Puglia, finalizzato alla circolarità ed alla sua immediata riconoscibilità, a supporto di azioni di accoglienza per turisti e cittadini.</p>	<p>Realizzazione azioni di potenziamento dei luoghi nevralgici per l'accoglienza dei turisti (porti e aeroporti) elevando la qualità dei servizi e delle attività a ciò orientate, per la migliore soddisfazione di turisti e viaggiatori e per rafforzare la brand awareness della destinazione Puglia.</p> <p>Realizzazione azioni di valorizzazione del territorio, capaci di incidere sulla domanda, attraverso media partnership con il settore crocieristico</p> <p>Realizzazione azioni finalizzate a promuovere e consolidare l'immagine della Puglia come destinazione turistica 365 giorni l'anno anche in occasione di eventi dedicati al settore nautico e crocieristico e al trade internazionale.</p> <p>Interventi funzionali ad una migliore conoscenza ed informazione dell'offerta turistica e culturale regionale (realizzazione di materiali promozionali)</p>	<p>Aumento della brand awareness;</p> <p>Miglioramento della reputazione online della destinazione connessa alla fruizione di beni e servizi;</p> <p>Completamento delle azioni previste nell'ambito dei progetti esecutivi del POC PUGLIA 2014/2020 annualità 2024;</p> <p>Completamento della spesa prevista e perfezionamento a rendicontazione entro i termini previsti;</p>

Area Strategica 05- Digitalizzazione, Innovazione

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	AZIONI	RISULTATO ATTESO
Transizione al digitale dell'ARET Pugliapromozione.	Informatizzare tutti i Servizi dell'Agenzia Pugliapromozione.	<ul style="list-style-type: none"> - Prosecuzione e consolidamento del percorso di ampliamento dell'offerta dei servizi online in linea con gli adempimenti richiesti alle Pubbliche amministrazioni: - intranet, siti, opendata - Pago PA - valutazione dell'accesso unico ai servizi comunali con identità digitale (SPID, CIE..) utilizzando la App IO in coerenza con quanto previsto dall'art. 64bis del CAD. 	<p>Sviluppo dei servizi informatizzati attraverso concrete azioni di digitalizzazione della P.A</p> <p>Utilizzo da parte di dipendenti e cittadini</p>

<p>Innovazione dei processi e della destinazione</p>	<p>Attuazione e supporto digitale dei progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia nell'ambito del del P.O. Fesr 2014/2020 annualità 2023</p> <p>Attuazione Progetto Innovazione per</p> <p>Innovare la filiera turistica, pubblica e privata;</p> <p>Innovare l'offerta turistica e il rapporto con il viaggi-at(t)ore.</p>	<p>Progettazione e gestione evolutive del portale ufficiale viaggiareinpuglia.it e dell'app weareinpuglia</p> <p>Aggiornamento contenuti e coinvolgimento operatori</p> <p>E-TOURISM Innovazione e digitalizzazione del comparto</p> <p>CUSTOMER PROFILING Il valore dei dati e dei contenuti con</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Acquisizione dati da fonti terze; ● Comunicazione digitale Data-Driven; 	<p>Integrare sempre più, in maniera mirata, profilata e misurabile, gli operatori del comparto turistico e culturale nell'ecosistema al fine di rendere sostenibile la gestione e migliorare la misurazione</p> <p>Supportare la promocommercializzazione della destinazione Puglia, rafforzando le competenze degli operatori e riorganizzando la presenza e la consapevolezza dell'essere online</p> <p>Offrire a cittadini e turisti una vetrina istituzionale, autorevole ed efficace della Puglia</p> <p>Gestione delle azioni previste nell'ambito dei progetti esecutivi Innovazione e Osservatorio dell'annualità 2024;</p>
--	---	--	---

Area Strategica 06 – Prodotto Turistico

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE OBIETTIVO	RISULTATO ATTESO
<p>Nel corso dell'anno 2024, partendo dal rafforzamento delle logiche identitarie e di comunità, si continuerà a lavorare sullo sviluppo dei prodotti turistici regionali (Enogastronomia; Mare e Nautica; Natura, Sport e Benessere; Wedding; Mice; Arte e Cultura), dai quali scaturiscono altri sottoprodotti strettamente collegati, intercettando le nuove tendenze globali e, al tempo stesso, facendo fronte alle complesse sfide del momento attuale: sostenibilità, innovazione, qualità, inclusione, formazione e governance</p>	<p>Continuare a lavorare sugli ambiti di prodotto da qualificare e sviluppare implementando ulteriormente la competitività della Regione Puglia anche rispetto alle grandi concorrenti del mercato nazionale ed internazionale;</p> <p>Continuare nel percorso di sviluppo dei diversi "Brand di Prodotto" in brand territoriali riconoscibili in Italia e all'Estero al fine di posizionare la Puglia tra le mete più ricercate d'Italia (position branding);</p> <p>Destagionalizzare la destinazione;</p> <p>Puntare sulla internazionalizzazione, lo sviluppo sostenibile e l'inclusività dei territori;</p> <p>Rendere tangibile la destinazione, facilitando la conoscenza dei prodotti turistici, rafforzando gli investimenti sulla qualità dei servizi e costruendo un'offerta</p>	<p>Azioni preliminari di costruzione e valorizzazione dei prodotti turistici regionali mediante l'attivazione di un "Avviso per il sostegno alla costruzione di Prodotti Turistici Territoriali", al fine di renderli una componente chiave dell'offerta turistica regionale, rafforzando le specializzazioni turistiche della Regione Puglia, incrementandone lo storytelling e passando da una promozione generica ad una promozione di pacchetti turistici specifici. Tale azione favorirà anche la collaborazione tra soggetti pubblici e soggetti privati, diversificherà l'offerta turistica territoriale, porterà al miglioramento della qualità dei servizi e dei prodotti offerti e consentirà di riconoscere come attrattori le risorse locali (mare, enogastronomia, sport, bike, cammini, la filiera del wedding, gli attrattori culturali e naturali, ecc.), rendendole fruibili ed accessibili mediante la creazione di percorsi,</p>	<p>Rendere i prodotti turistici pugliesi componenti chiave dell'offerta turistica regionale, diventando, per i diversi target di turisti, motivazione principale di viaggio da mero elemento accessorio;</p> <p>Consolidamento e potenziamento del Brand Puglia, mediante lo sviluppo dei diversi Brand di Prodotto e della riconoscibilità degli stessi come "brand territoriali" in Italia e all'estero;</p> <p>Sviluppo di un turismo sempre più multi-prodotto e pluri-prodotto, con un'attenzione crescente verso la sostenibilità, la personalizzazione e la comunicazione coinvolgente delle esperienze di viaggio autentiche,</p>

	<p>che risulti più vicina possibile al punto di vista del turista;</p> <p>Sviluppare e sostenere i settori economici di riferimento dei prodotti turistici individuati (Enogastronomia; Mare e Nautica; Natura, Sport e Benessere; Wedding e Mice; Arte, Cultura e Spiritualità), dai quali scaturiscono altri sottoprodotti strettamente collegati, con ricadute positive sull'occupazione (impact on employment);</p> <p>Attivare processi locali virtuosi per realizzare azioni preliminari di costruzione del Cluster Prodotto Turistico, ampliando la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia.</p>	<p>servizi di supporto alla visita, eventi, pacchetti turistici. Tale azione consentirà di fornire al turista un'offerta "unica", "autentica" e rispettosa di determinati standard qualitativi;</p> <p>Azioni di qualificazione dell'offerta esistente legata ai Prodotti Turistici. Tali azioni saranno finalizzate alla realizzazione di:</p> <p>1) mappatura delle risorse e delle esperienze turistiche esistenti e costruzione di itinerari di fruizione ed attività esperienziali, legate ai prodotti turistici,</p> <p>2) protocolli d'intesa e/o accordi di cooperazione pubblico-pubblico, volti a sviluppare nuove competenze ed a qualificare i diversi prodotti turistici regionali,</p> <p>3) realizzazione di un "Avviso Co-branding", per la realizzazione di "Azioni co-branding" finalizzate ad ottenere un vantaggio attrattivo per il posizionamento dei prodotti turistici e del brand Puglia,</p> <p>4) Creazione e attivazione di disciplinari di prodotto che prevedano standard qualitativi e quantitativi, riconosciuti a livello nazionale ed internazionale,</p> <p>5) Definizione di linee d'indirizzo regionali volte alla nascita di DMO pubblico/private;</p>	<p>del patrimonio materiale e immateriale e degli attrattori culturali e naturali;</p> <p>Valorizzazione delle professionalità coinvolte, evidenziando altresì la qualità delle filiere coinvolte;</p> <p>Completamento della spesa prevista e perfezionamento a rendicontazione entro i termini previsti;</p>
--	---	--	--



PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

		<p>6) Realizzazione di studi di fattibilità e/o comitati scientifici che rispondano alle nuove esigenze della domanda e dei territori e portino anche alla definizione di modelli innovativi e aggregativi di collaborazione pubblico - privata,</p> <p>7) Attivazione di momenti informativi/formativi sui prodotti turistici e sui nuovi modelli di governance,</p> <p>8) Realizzazione di cataloghi, brochure, dépliant, guide, cartine, mappe, gadget, geo-localizzazione di percorsi ciclabili e dei cammini di Puglia e/o inerenti i diversi prodotti turistici,</p> <p>9) Istituzione di tavoli multidisciplinari, interdipartimentali e permanenti, relativi ai Prodotti Turistici.</p> <p>Azioni preliminari di comunicazione e promozione dei prodotti turistici e sottoprodotti conseguenti individuati da realizzarsi sul territorio regionale, nazionale ed internazionale: fiere settoriali, workshop, congressi, Forum, sponsorizzazioni ad eventi, incontri di settore, BtoB di settore, eventi di networking, valorizzazione e promozione delle aree naturali protette, delle</p>	
--	--	--	--

ARET PUGLIAPROMOZIONE
Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411
Fax +39 080 5821429

Uffici Amministrativi

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727



PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

		attività legate al mare e alla nautica, del turismo termale, (es. Forum Puglia Bike Destination, 2° International Wedding Congress LGBTQ+, Fa la cosa Giusta 2024, Fiera del Cicloturismo 2024);	
--	--	--	--

ARET PUGLIAPROMOZIONE

Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it

direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172

Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411

Fax +39 080 5821429

Uffici Amministrativi

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari

Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

Area Strategica 07 – Osservatorio Turistico

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	RISULTATO ATTESO
Supporto all'attività complessiva del Direttore Generale	Redazione di report statistici e analisi sia ad uso interno che per finalità di comunicazione e divulgazione esterna	Redazione di report statistici e analisi con cadenza almeno trimestrale, divulgazione dei dati relativi alla movimentazione turistica e ad altri indicatori di performance relativi alla destinazione e al brand Puglia	Rapporto annuale 2023 contenente la sintesi dei principali indicatori relativi al turismo della Regione Puglia
Supporto alla pianificazione strategica del turismo in Puglia	Coordinamento e conduzione di analisi e ricerche qualitative sulla competitività della destinazione;	Gestione di affidamenti a fornitori esterni per ricerche e analisi su specifici prodotti turistici (turismo delle radici, turismo giovanile, ecc...) di interesse per la pianificazione strategica regionale	Nuovi affidamenti relativi a indagini, ricerche, acquisizione da fonti terze. Rendicontazione dei progetti esecutivi dell'Osservatorio entro i termini previsti;
Raccolta e monitoraggio trasmissione flussi e movimentazione turistica in Puglia	Espletamento degli adempimenti normativi e delle procedure per indagine Istat sui flussi turistici.	Gestione solleciti per la trasmissione dei flussi e coordinamento dei controlli sulla correttezza dei dati trasmessi Coordinamento delle attività degli uffici statistica/ricettività delle sedi territoriali in relazione agli adempimenti SPOT, DMS, CPS a carico degli operatori turistici regionali	Tasso di trasmissione da parte degli operatori turistici non inferiore 75% Allineamento di tutti i referenti della ricettività e del supporto tecnico agli adeguamenti normativi definiti dalla Regione



PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

		Gestione ricorsi e chiarimenti da parte delle autorità di controllo in relazione agli adempimenti previsti dalla l.r. 49/2017	Riscontro a tutti i chiarimenti e a tutti i ricorsi ricevuti
--	--	---	--

ARET PUGLIAPROMOZIONE

Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it

direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411

Fax +39 080 5821429

Uffici Amministrativi

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari

Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

Area Strategica 09 – Formazione e Trasporti

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE AZIONI PER OBIETTIVO	RISULTATO ATTESO E INDICATORE
<p>FORMAZIONE</p> <p>Agevolare la creazione di percorsi formativi strutturati e progettati di concerto con il tessuto produttivo regionale</p>	<p>Stipula di Accordi Quadro e/o protocolli d'intesa e/o Convenzioni con Università e Istituti di formazione terziaria (ITS) per instaurare un rapporto continuativo e costante a favore del modello innovativo di Destination Management "governance pubblica - Università/ITS - studenti - imprese turistiche";</p> <p>Attuazione del Tavolo tecnico interdipartimentale della Regione Puglia "Turismo e Politiche del lavoro, Istruzione e Formazione";</p>	<p>Sviluppare attività di ricerca dirette alla valorizzazione dei processi formativi e del patrimonio culturale con l'obiettivo di far crescere le identità distintive e di generare valore, consapevolezza e riflessività;</p> <p>Fornire elevata preparazione professionale di primo, secondo e terzo livello a figure che si collocano nei settori del turismo e della cultura rispettando il fabbisogno della filiera turistica;</p> <p>Internazionalizzare i rapporti di ricerca e di collaborazione didattica, con attenzione ai paesi delle due sponde del Mediterraneo grazie alla collaborazione con attori locali, nazionali e internazionali, a favore dell'innovazione e mediante la partecipazione a bandi nazionali e internazionali</p>	<p>Sottoscrizione di Quadro con le Università pugliesi e con la Rete ITS Turismo (numeri di Accordi e Convenzioni stipulate);</p> <p>Avvio del gruppo di lavoro in sinergia con la Sezione Formazione Professionale della Regione Puglia;</p> <p>Realizzazione di Laboratori di Sviluppo Turistico e Destination Management</p> <p>Sviluppo di tirocini formativi rivolti a studenti interessati a svolgere attività formativa presso l'A.RE.T Pugliapromozione</p>



PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

<p>Sviluppo di programmi formativi in tema di turismo esperienziale</p>	<p>Attuazione di percorsi di turismo esperienziale, in collaborazione con il Dipartimento Turismo e Cultura della Regione Puglia e la Sezione Formazione professionale della Regione Puglia</p>	<p>Partecipazione al Nucleo di Valutazione per percorsi formativi in turismo esperienziale, in collaborazione con il Dipartimento Turismo e Cultura della Regione Puglia e la Sezione Formazione professionale della Regione Puglia</p>	<p>Numero di corsi in turismo esperienziale attivati in sinergia con il Dipartimento Turismo e Cultura</p>
---	---	---	--

ARET PUGLIAPROMOZIONE
Direzione Generale

agenziapugliapromozione.it
direzione.generale@aret.regione.puglia.it

Fiera del Levante, PAD. 172
Lungomare Starita, 70122 Bari

Tel. +39 080 5821411
Fax +39 080 5821429

Uffici Amministrativi

Piazza Aldo Moro 33/A, 70122 Bari
Tel/fax +39 080 5242361

C.F. 93402500727

Area Strategica - Struttura Amministrativa

OBIETTIVO STRATEGICO	OBIETTIVO OPERATIVO	DESCRIZIONE OBIETTIVO	RISULTATO ATTESO
Ottimizzazione dei procedimenti amministrativi	L'amministrazione si propone di conseguire elevati standard qualitativi nell'espletamento dei procedimenti amministrativi attraverso il rispetto dei termini stabiliti dalla normativa vigente.	Implementazione delle procedure di lavoro che utilizzano la più recenti tecnologie informatiche consentendo la diminuzione dei tempi, l'agevolazione dell'iter di lavoro, la riduzione dei costi di stampa e l'archiviazione dei documenti nonché una migliore accessibilità agli atti ed ai procedimenti	Miglioramento del servizio Miglioramento nel coordinamento delle azioni di tutta la struttura amministrativa composta da: Risorse umane, Patrimonio ed attività negoziali, Bilancio e contabilità, Economato e pagamenti, Audit e Rendicontazione Segreteria amministrativa
Ottimizzazione della gestione economico finanziaria del bilancio dell'ente	Ottimizzare nell'utilizzo delle risorse finanziarie con contenimento della spesa corrente	Obiettivo prioritario sarà quello di ottimizzare le risorse finanziarie disponibili e adottare misure concrete per il contenimento della spesa corrente, anche attraverso processi di revisione e analisi delle singole voci di bilancio, attivando il controllo di gestione sui centri di spesa strategici per l'amministrazione, pur mantenendo e, ove possibile, migliorando, la qualità dei servizi offerti alla cittadinanza, evitando sprechi o mala gestione delle risorse pubbliche.	Miglioramento del servizio

<p>Anticorruzione, Trasparenza e Partecipazione attiva e democratica</p>	<p>Prevenzione della corruzione e della illegalità all'interno dell'amministrazione</p>	<p>Si ritiene fondamentale il potenziamento: - della trasparenza dei processi e delle informazioni e l'attuazione dei principi di semplificazione; - del sistema di controllo e monitoraggio delle misure di anticorruzione e trasparenza anche mediante l'utilizzo di una struttura di supporto tecnico; - della formazione del personale in materia di anticorruzione e trasparenza; - delle azioni di miglioramento della qualità di pubblicazione dei dati</p>	<p>Adozione e costante aggiornamento del PTPC come sistema organico di azioni e misure a presidio del rischio corruttivo e a tutela dell'integrità e della trasparenza.</p>
<p>Supporto alla Struttura Organizzativa e miglioramento dell'efficacia e gestione dei flussi documentali e della Trasparenza dell'azione amministrativa</p>	<p>Completamento della dematerializzazione dei flussi documentali</p>	<p>Completamento della dematerializzazione dei flussi documentali con particolare riferimento ai contratti e convenzioni. Riorganizzazione e migliore accessibilità del materiale archivistico in previsione del trasferimento presso la nuova sede di archivio</p>	<p>Accessibilità e piena e semplice conoscibilità delle fasi e degli strumenti relativi alla gestione degli atti e dei flussi documentali</p>