



PIANO INTEGRATO DI ATTIVITÀ E ORGANIZZAZIONE
PIAO 2025-2027

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 2025-2027, 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 2025– 2027

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;

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

- 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 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.

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

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'Ance 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;
- 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 2025.

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

Gli Obiettivi sono i seguenti:

OBIETTIVI STRATEGICI 2025 - AGENZIA REGIONALE PER IL TURISMO

A.Re.T. Pugliapromozione
(D.G.R. n. 1820 del 15/11/2021 e ss.mm.ii.)

Priorità politica del Programma di Governo OBST 2025-2027
Regione Puglia

OBIETTIVI STRATEGICI 2025

| OBIETTIVI STRATEGICI 2025 - AGENZIA REGIONALE PER IL TURISMO - A.Re.T. Pugliapromozione (D.G.R. n. 1820 del 15/11/2021 e ss.mm.ii.) | | | | |
|---|---|---|---|--------------------|
| Priorità politica del Programma di Governo | OBST 2025-2027 Regione Puglia (in corso di approvazione) | OBIETTIVI STRATEGICI 2025 Direttore Generale A.Re.T. "Pugliapromozione" | DIPARTIMENTO REGIONALE | STAKEHOLDER |
| GOVERNANCE E CAPACITÀ ISTITUZIONALE | Efficientamento e razionalizzazione dei processi e dei servizi resi dall'Amministrazione regionale, anche attraverso il potenziamento della digitalizzazione e del sistema di controlli interni per garantire il buon andamento, l'efficienza, l'efficacia e l'economicità dell'azione amministrativa (cod. OBORG25.1.11.3) | Efficientamento e razionalizzazione dei processi e dei servizi resi dall'Agenzia, anche attraverso il potenziamento della digitalizzazione e del sistema di controlli interni per garantire il buon andamento, l'efficienza, l'efficacia e l'economicità dell'azione amministrativa | Turismo, Economia della cultura e Valorizzazione del Territorio | Cittadini, Utenti |
| | Promozione di misure organizzative volte a ridurre il livello di esposizione al rischio corruttivo dei processi/procedimenti amministrativi gestiti dalle strutture regionali e, in generale, a incrementare il livello di trasparenza dell'attività amministrativa nel suo complesso (cod. OBORG25.1.11.1) | Promozione di misure organizzative volte a ridurre il livello di esposizione al rischio corruttivo dei processi/procedimenti amministrativi gestiti dall'Agenzia e, in generale, a incrementare il livello di trasparenza dell'attività amministrativa nel suo complesso | | |



PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

| | | | |
|--|--|--|--|
| PIÙ COMPETITIVI CON LA PUGLIA NEL MONDO | Promuovere lo sviluppo, la qualificazione e l'innovazione del comparto Turismo, nella prospettiva del welfare turistico, valorizzando formazione, competenze, diversificazione dell'offerta, organizzazione territoriale, sinergie con gli altri comparti (cod. OBORG25.1.2.3) | Accrescere l'attrattività della Puglia nel contesto nazionale e internazionale, attraverso la diversificazione, la qualificazione, l'innovazione, la valorizzazione, la comunicazione e la promozione del prodotto e dell'offerta turistica | Operatori turistici; Enti locali; Enti strumentali; Amministrazioni locali; Imprese turistiche; Associazioni di categoria |
| | | Proseguire l'implementazione del Nuovo Piano Strategico Regionale del Turismo "Puglia365" con particolare riferimento all'internazionalizzazione dei flussi turistici, alla riorganizzazione dei sistemi territoriali, alla qualificazione delle competenze, alle sinergie con gli altri comparti economici regionali | |
| | | Completare l'attuazione dell'Atto Organizzativo dell'Agenzia approvato con DGR n. 712/2022, valorizzando il personale interno e integrando la struttura con le competenze amministrative e tecniche necessarie ad affrontare le nuove sfide del Turismo in Puglia, in stretta sinergia con il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio | |

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

Obiettivi definiti nel PTPCT - aggiornamento 2025

(Sezione 2.3 del PIAO)

| Interventi Programmatici | Obiettivi | Azioni |
|--|---|--|
| <p>A. Implementazione del Valore Pubblico attraverso il Benessere interno e il consolidamento delle pratiche di Buona Amministrazione e della Legalità come principio sostanziale.</p> <p>B. Messa a punto delle Misure Generali e Specifiche per la prevenzione della Corruzione e per la Trasparenza.</p> <p>C. Individuazione e mappatura dei Processi di Rischio con le rispettive Misure Specifiche in 9 (nove) Aree di rischio</p> <p>D. Individuazione dei Soggetti Responsabili della applicazione delle Misure e degli Obblighi di comunicazione dati per la pubblicazione in Amministrazione Trasparente.</p> <p>E. Attuazione delle Misure per la prevenzione della Corruzione e della Trasparenza.</p> <p>F. Monitoraggio e verifica del rispetto delle Misure e</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Si punta innanzitutto a consolidare la Cultura della Legalità e le pratiche di Buona amministrazione, seguendo il principio della Prevenzione dei Rischi e della Trasparenza, anche attraverso la migliore collaborazione tra RPCT, Organo di Governance, OIV, Responsabile delle Risorse Umane. • Si intende innestare, nella realizzazione delle azioni dell'ente, un equilibrio più consapevole nell'attuazione di tutti i principi che regolano l'azione pubblica, secondo l'art. 97 della Costituzione, l'art. 1 della Legge 241/1990 e gli artt. 1-12 del Codice dei Contratti Pubblici (D.lgs. 36/2023 e s.m.i.). • Si intende rendere quanto più effettiva e concreta la conoscenza, da parte dei dipendenti, della disciplina dei conflitti di interesse e della incompatibilità, di quella del Codice di comportamento e del diritto di segnalazione (Whistleblowing), come previste dai Regolamenti interni approvati nel 2024. • Puntando a conseguire il massimo allineamento interno rispetto alle Regole contenute nella Sezione 2.3 del PIAO, si intende qualificare le competenze di ciascun dipendente affinché ognuno possa orientarsi sempre più autonomamente nella prevenzione dei rischi, riconoscere e scongiurare i fenomeni di maladministration. • Si intende consolidare i rapporti tra DG, RPCT, OIV, Responsabile delle Risorse Umane, anche per integrare più efficacemente gli adempimenti anticorruzione e trasparenza con gli Obiettivi di Performance e con la | <p>1- Formazione e aggiornamento in materia di principi, normativa, adempimenti Anticorruzione e Trasparenza, con un Focus speciale dedicato ai RUP e ai contratti pubblici.</p> <p>2- Divulgazione del Piano Anticorruzione e Trasparenza, con focus dedicati che coinvolgano i dipendenti anche nella elaborazione delle Misure o di altre parti del Piano.</p> <p>3- Potenziamento della conoscenza del Codice di Comportamento, con distribuzione di copie del Codice ad ogni dipendente; organizzazione di specifici Focus sul tema dell'etica nei comportamenti del pubblico dipendente.</p> <p>4- Potenziamento della conoscenza del Whistleblowing con Focus dedicato a cura di Transparency International.</p> <p>5- Potenziamento, attraverso specifici input, delle Best Practices che favoriscano la Buona Amministrazione, la Semplificazione e la Razionalizzazione dei processi interni.</p> <p>6- Miglioramento dei processi interni e delle procedure attraverso la digitalizzazione, anche in funzione preventiva dei rischi, di concerto con il RTD.</p> <p>7- Efficientare e massimizzare la Trasparenza Amministrativa nella Sezione dedicata del sito web istituzionale, con incontri di aggiornamento e monitoraggio</p> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>rilevazione dei Rischi.</p> <p>G. Formazione e attività divulgative</p> <p>H. Indicazioni applicative, interpretative, moral suasion del RPCT</p> <p>I. Integrazione tra gli obiettivi strategici dell'Organo di Governance e l'attuazione delle Misure e della normativa in materia di anticorruzione e trasparenza.</p> | <p>Gestione del Personale.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si intende integrare nei processi di outsourcing i recenti interventi della Regione Puglia per la lotta alla Corruzione, ad esempio recependo la recente D.G.R. 21 del 20.01.2025 - <i>Adozione del Patto di integrità della Regione Puglia in materia di contratti pubblici</i> - che ha introdotto il Patto Anticorruzione da allegare a tutti i contratti di appalto stipulati nell'ambito degli uffici regionali. | <p>settimanali interdisciplinari.</p> <p>8- Consultazione pubblica del Piano Anticorruzione e Trasparenza - Sezione 2.3 del PIAO.</p> <p>9- Rilevazioni semestrali con Focus dedicati e Relazioni individuali che coinvolgano tutti i dipendenti</p> <p>10- Azioni di comunicazione istituzionali, di concerto con l'Area Comunicazione, per fare conoscere all'esterno l'attivismo dell'ente sulla Legalità, sulla Prevenzione della Corruzione e sulla Trasparenza.</p> <p>11- Azioni di ascolto, sotto la guida dell'Organo di Governance, per il miglioramento del Benessere interno, per stimolare il confronto su temi come le Pari Opportunità e l'organizzazione interna.</p> <p>12- Adozione di un vademecum contenente regole minime di Social Media Policy (richiamata dal Codice di Comportamento)</p> <p>13- Completamento delle azioni di regolazione interna.</p> |
|---|--|--|

Obiettivi definiti nel Piano delle Azioni Positive

| Interventi Programmatici | Obiettivi | Azioni |
|---|---|---|
| A. Informazione | <p>Favorire la conoscenza da parte dei dipendenti sull'attività svolta dall'Amministrazione in materia di pari opportunità e sulle disposizioni normative. 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> |
| B. Conciliazione tra tempi di vita e di lavoro | <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>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>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>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". 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> |
| <p>C. Stress lavoro correlato e benessere organizzativo</p> | <p>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</p> | <p>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.</p> |

| | | |
|-----------------------------|---|---|
| <p>D. Formazione</p> | <p>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> | <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 |
|---|--|---|--|
| <p>Attuazione degli interventi esecutivi secondo una modalità coordinata tra le diverse aree strategiche.</p> | <p>Programmazione, progettazione ed individuazione delle caratteristiche dei singoli interventi in ciascuna area strategica.</p> <p>Digitalizzazione delle procedure, anche ai fini della programmazione e del monitoraggio</p> <p>Adozione di progetti inseriti nel documento 3x6x5, come risultato dell'ascolto territoriale e delle associazioni di categoria</p> | <p>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.</p> | <p>Miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia delle azioni e delle attività realizzate, raggiungimento dei target e degli obiettivi generali del Piano strategico.</p> |

Area Strategica 02 – Promozione Turistica

| OBIETTIVO STRATEGICO | OBIETTIVO OPERATIVO | DESCRIZIONE OBIETTIVO | RISULTATO ATTESO |
|--|---|---|---|
| Promozione business to business della destinazione nei mercati target. | <p>Attuazione dei progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia nell'ambito del POC PUGLIA 2014/2020 annualità 2025.</p> <p>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 di mercato consolidate e potenziali; contribuire alla promozione 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.</p> | <p>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.</p> <p>Gestire i servizi digitali della B2B Puglia Matching Platform, integrata con il DMS Puglia, per le azioni B2B (fiere, workshop, educational tour), utilizzando le relative funzioni per garantire trasparenza ed efficienza agli operatori e curando i database della domanda e dell'offerta.</p> | <p>Rafforzamento del Brand Puglia; Incremento delle quote di ospiti europei ed extraeuropei; destagionalizzazione;</p> <p>Completamento delle azioni previste nell'ambito dei progetti esecutivi del POC PUGLIA 2014/2020 annualità 2025;</p> <p>Completamento della spesa prevista e perfezionamento a rendicontazione entro i termini previsti;</p> |

Area Strategica 03 – Comunicazione della destinazione

| OBIETTIVO STRATEGICO | OBIETTIVO OPERATIVO | DESCRIZIONE OBIETTIVO | RISULTATO ATTESO |
|------------------------------------|--|--|---|
| Comunicazione della brand identity | <p>Attuazione dei progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia nell'ambito del POC Puglia 2014/2020 annualità 2025.</p> <p>Il Progetto prevede di comunicare i seguenti asset:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promozione della Puglia da destinazione di viaggio a destinazione di vita quale contesto in cui non solo soggiornare ma anche realizzare progetti e/o vivere; • Proseguimento della promozione del valore dell'accoglienza dei cittadini pugliesi verso i turisti; • Consolidamento della promozione dei prodotti turistici; • Proseguimento nella comunicazione di un'offerta turistica territoriale autentica; • Internazionalizzazione; • Diversificazione flussi turistici con particolare riguardo alla bassa stagione; • Miglioramento dell'offerta turistica per una destinazione sana, sostenibile e attrattiva; | <p>Gli obiettivi operativi mirano a stimolare una continua diversificazione dei flussi, il potenziamento dell'internazionalizzazione e la valorizzazione sostenibile del territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promozione della Puglia da destinazione di viaggio a destinazione di vita: si intende realizzare una campagna di comunicazione che promuova la Puglia come luogo ideale non solo di vacanza ma di esperienze, anche permanenti, come stile di vita, residenza o luogo in cui realizzare progetti a medio e lungo termine. Una Puglia come posto in cui stare o ritrovarsi per migliorare il proprio benessere. Tale campagna sarà diffusa nel Piano media nazionale e internazionale e nel Piano social; • Promozione della destinazione e dei prodotti turistici: nel 2025 si intende proseguire la promozione dei prodotti turistici (Mare e nautica, Sport natura e benessere, Borghi, Enogastronomia, Wedding destination, MICE). La narrazione mira a far conoscere le esperienze possibili in Puglia che rendano il viaggio unico e stimolino il ritorno. L'obiettivo sarà curato mediante l'adozione di un piano media internazionale e nazionale (servizi di comunicazione e attività on site), di un piano social e con la realizzazione di grandi eventi e | <p>Consolidamento e rafforzamento del brand Puglia, in particolare nei paesi target indicati dalla strategia ARET per il 2025.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento della conoscenza della destinazione e dei prodotti turistici verso il target nazionale e il target internazionale. • Miglioramento dell'offerta turistica per una destinazione sana, sostenibile e attrattiva; • Completamento delle azioni previste nell'ambito dei progetti esecutivi del POC PUGLIA 2014/2020 annualità 2025; • Completamento della spesa prevista e perfezionamento a rendicontazione entro i termini previsti; • Interconnessione con gli altri progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | | <p>azioni in costanza di accordi pubblici.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promozione del valore dell'accoglienza dei cittadini pugliesi verso i turisti: si prosegue nella valorizzazione del patrimonio immateriale pugliese che consiste nei suoi abitanti attraverso la campagna dedicata realizzata nel 2024 ma che risulta ancora nuova e utile per un'ulteriore diffusione. L'obiettivo sarà curato mediante l'adozione di un piano media internazionale e nazionale e con la realizzazione di grandi eventi e azioni in costanza di accordi pubblici. • Coinvolgimento e supporto operatori per il caricamento contenuti nell'Ecosistema, ai fini di una comunicazione autentica e sempre più aderente all'offerta territoriale, in collaborazione con l'Ufficio Innovazione. • Internazionalizzazione: i contenuti su esposti sono funzionali all'obiettivo di internazionalizzare sempre più la destinazione verso paesi target consolidati ed emergenti. Tale obiettivo è da raggiungersi mediante le azioni specifiche di progetto; • Diversificazione dei flussi: si prosegue con azioni di comunicazione e promozione in bassa stagione. Tale obiettivo viene perseguito con la realizzazione di Grandi eventi anche in bassa stagione, Accordi pubblici mirati all'attrattività della Puglia come meta internazionale e come modello da esportare all'estero, format e storytelling social dedicato | <p>del Turismo della Regione Puglia e sinergia con gli Uffici Aret per azioni integrate, laddove possibile.</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>Destagionalizzazione dei flussi turistici.</p> <p>Qualificazione dell'accoglienza turistica;</p> | <p>Attuazione dei progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia nell'ambito del POC Puglia 2014-2020 annualità 2025</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>Supporto agli infopoint della Rete Regionale per le attività integrate nell'Ecosistema digitale turismo cultura della Regione</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 ed animazione del territorio, capaci di incidere sulla domanda turistica.</p> <p>Realizzazione azioni finalizzate a promuovere l'immagine della Puglia come destinazione turistica 365 giorni l'anno anche in occasione di eventi sportivi dotati di attenzione mediatica.</p> <p>Interventi funzionali ad una migliore conoscenza ed informazione dell'offerta turistica regionale dedicati al settore nautico e crocieristico e al trade internazionale.</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 2025;</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. | <p>Informatizzare i Servizi dell'A.Re.T. Pugliapromozione, in linea con le linee guida AGID e della cybersecurity</p> <p>Raccordo con Uffici strategici e operativi per la digitalizzazione delle procedure, per l'utilizzo consapevole di pec e firme digitali, per la gestione documentale e la conservazione</p> <p>Raccordo con RPCT per la trasparenza</p> <p>Ottimizzazione della spesa relativa ai costi degli strumenti digitali, fonia e telefonia</p> <p>Obiettivi di accessibilità come da Dichiarazione annuale</p> | <p>Proseguire e consolidare il percorso di ampliamento dell'offerta dei servizi online in linea con gli adempimenti richiesti alle Pubbliche amministrazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - intranet, siti, opendata - Pago PA - accesso unico ai servizi con identità digitale (SPID, CIE..) - integrazione App IO in coerenza con quanto previsto dall'art. 64bis del CAD per le comunicazioni all'utenza <p>Partecipare a eventi e hackathon per diffondere l'utilizzo degli opendata turistici in ottica di <i>accountability</i></p> <p>Organizzare corsi e webinar per la diffusione di conoscenza e competenze dell'amministrazione digitale</p> <p>Individuare azioni per favorire la cooperazione applicativa tra pubbliche amministrazioni, inclusa la predisposizione e l'attuazione di accordi di servizio tra amministrazioni per la realizzazione e compartecipazione dei sistemi informativi</p> | <p>Sviluppo dei servizi informatizzati attraverso concrete azioni di digitalizzazione della P.A</p> <p>Utilizzo da parte di dipendenti e cittadini dei servizi messi a disposizione, minimizzando restrizioni e favorendo la sicurezza informatica di dati, sistemi e infrastrutture</p> <p>Maggiore conoscenza e download degli opendata del turismo e della cultura</p> |

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>Innovazione dei processi e della destinazione</p> | <p>Attuazione e supporto digitale ai progetti esecutivi previsti dal Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia nell'ambito del del P.O. Fesr 2014/2020 e della nuova programmazione</p> <p>Attuazione Progetto Innovazione 2025 per</p> <ul style="list-style-type: none"> • innovare la filiera turistica, pubblica e privata, transitando i singoli profili, le singole attività e contenuti dell'offerta verso l'aggregazione territoriale e di prodotto; • innovare la relazione con la domanda (residente, B2C e B2B) in termini di comunicazione e coinvolgimento e interazione <p>Regolamentazione della gestione dell'ecosistema e riorganizzazione successiva all'introduzione del CIN</p> | <p>Progettare le evoluzioni e gestire i servizi e gli strumenti digitali dell'ecosistema, nello specifico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • portale ufficiale viaggiareinpuglia.it, • app weareinpuglia, • B2B Puglia per gestione buyer e media professional, • DAM archivio digitale multimediale, • Data Platform, • SIGEO, gestione dell'offerta • SIGEA, gestione eventi e attività, <p>in linea con le strategie di comunicazione, promozione, accoglienza, prodotto</p> <p>Affiancare e favorire l'aggiornamento dei contenuti dell'ecosistema, con un coinvolgimento sempre maggiore degli operatori alle attività di filiera</p> <p>Progetti di innovazione e digitalizzazione del comparto e dell'offerta</p> <p>Favorire il valore e l'autorevolezza dei dati e dei contenuti con</p> <ul style="list-style-type: none"> • integrazione Linee guida adottate con DDG nr.177/2024 • Acquisizione dati da fonti terze • Comunicazione digitale Data-Driven | <p>Incremento del numero e integrazione sempre più mirata, profilata e misurabile, degli operatori del comparto turistico e culturale nell'ecosistema al fine di rendere sostenibile la gestione e migliorare la misurazione dei risultati</p> <p>Promo-commercializzazione efficace e autentica della destinazione Puglia mediante il digitale, competenze differenziate e maggiore consapevolezza dell'essere online degli operatori</p> <p>Miglioramento di portale e app, in quanto raccoglitori dell'offerta esposti in prima linea nella comunicazione e promozione alla domanda (B2C e B2B), come vetrina istituzionale autorevole e autentica, della Puglia</p> <p>Gestione e completamento delle azioni previste nell'ambito dei progetti esecutivi Innovazione e Osservatorio, rendicontazione compresa</p> |
|--|---|---|---|

Area Strategica 06 – Prodotto Turistico

| OBIETTIVO STRATEGICO | OBIETTIVO OPERATIVO | DESCRIZIONE OBIETTIVO | RISULTATO ATTESO |
|---|--|--|---|
| <p>Sviluppo e consolidamento dei prodotti turistici regionali (Enogastronomia e Artigianato; Mare e Nautica; Natura, Sport e Benessere; Wedding; Mice; Arte e Cultura), dai quali scaturiscono altri sottoprodotti strettamente collegati (es. Bike e Cammini), intercettando le nuove tendenze globali e, al tempo stesso, tenendo conto delle sfide del momento attuale: sostenibilità, innovazione, accessibilità ed inclusione, formazione.</p> | <p>Continuare nel percorso di sviluppo dei prodotti turistici, qualificando sviluppando ulteriormente la competitività della Regione Puglia anche rispetto alle grandi concorrenti del mercato nazionale ed internazionale;</p> <p>Continuare nel percorso di position branding dei diversi prodotti turistici al fine di renderli riconoscibili in Italia e all'Estero;</p> <p>Continuare nella strategia di destagionalizzazione ed internazionalizzazione dei prodotti turistici;</p> <p>Rendere tangibile la destinazione, facilitando la conoscenza dei prodotti turistici, rafforzando gli investimenti sulla qualità dei servizi e costruendo un'offerta che risulti più vicina possibile al punto di vista del turista;</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, resi disponibili e visibili nell'ecosistema digitale</p> | <p>Ottimizzazione dell' "Avviso per il sostegno alla costruzione dei Prodotti Turistici", al fine di renderli una componente chiave dell'offerta turistica regionale, continuando ad incrementare lo storytelling ed a puntare su una promozione specifica di esperienze autentiche.</p> <p>Azioni di qualificazione dell'offerta legata ai Prodotti Turistici:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) mappatura delle esperienze turistiche esistenti e costruzione di itinerari di fruizione legati ai prodotti turistici; 2) protocolli d'intesa e/o accordi di cooperazione pubblico-pubblico, volti a sviluppare nuove competenze ed a qualificare i diversi prodotti turistici regionali; 3) creazione e attivazione di disciplinari di prodotto che prevedano standard qualitativi e quantitativi; 4) Attivazione di focus informativi/formativi sui prodotti turistici; 5) 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; 6) Istituzione di tavoli multidisciplinari, interdipartimentali e | <p>Rendere i prodotti turistici pugliesi componenti chiave dell'offerta turistica regionale, diventando, per i diversi target di turisti, motivazione principale di viaggio;</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 e l'accessibilità;</p> <p>Valorizzare le professionalità coinvolte dell'intera filiera;</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

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>turismo-cultura della regione Puglia, ai fini della replicabilità e promozione-commercializzazione.</p> <p>Digitalizzazione delle procedure di prodotto</p> | <p>permanenti, relativi ai Prodotti Turistici.</p> <p>7) Partecipazione in accordo con le aree comunicazione e promozione a fiere settoriali, workshop, congressi, Forum, incontri di settore, BtoB di settore, valorizzazione e eventi di promozione delle aree naturali protette, delle attività legate al mare e alla nautica, del turismo termale, (es. Forum Puglia Bike Destination, International Wedding Congress LGBTQ+, Fa la cosa Giusta 2024, Fiera del Cicloturismo 2024)</p> | |
|--|--|--|--|

Area Strategica 07 – Osservatorio Turistico

| OBIETTIVO STRATEGICO | OBIETTIVO OPERATIVO | DESCRIZIONE ATTIVITA' | RISULTATO ATTESO |
|--|---|--|--|
| <p>Supporto all'attività complessiva del Direttore Generale, dell'Assessorato e degli Uffici dell'Agenzia.</p> <p>Supporto alla pianificazione strategica del turismo in Puglia.</p> | <p>Redazione di report statistici e analisi sia a uso interno che per finalità di comunicazione e divulgazione esterna.</p> <p>Coordinamento e conduzione di analisi e ricerche qualitative sulla competitività della destinazione, con il supporto della Data Platform.</p> <p>Coordinamento con l'OTR (Osservatorio Turistico Regionale) e con partner istituzionali, le associazioni di categoria, Anci e altri enti pubblico/privati).</p> <p>Supporto al percorso delle DMO locali e dei cluster territoriali, in ottica di organizzazione turistica.</p> <p>Controllo di qualità dei dati, invio a Sezione Turismo, Istat e pubblicazione</p> | <p>Redazione di report statistici e analisi con cadenza trimestrale, divulgazione dei dati relativi alla movimentazione turistica e ad altri indicatori di performance relativi alla destinazione e al brand Puglia. Divulgazione scientifica attraverso i canali dell'Agenzia (portale Aret, Social, Ufficio Stampa). Divulgazione dati ai Comuni pugliesi.</p> <p>Gestione di affidamenti a fornitori esterni per ricerche e analisi su specifici prodotti turistici di interesse per la pianificazione strategica regionale.</p> <p>Gestione dell'attività di divulgazione scientifica dei dati, dei report e delle ricerche con Assessorato e i partner regionali attraverso incontri mensili. Gestione della divulgazione delle informazioni sull'economia turistica con stampa nazionale e internazionale, esperti e operatori specializzati. Gestione dei rapporti con le Università per lo scambio di informazioni e altre attività di Formazione (docenze, partecipazione a eventi e seminari, ecc).</p> <p>Verifiche e controlli mensili sulla qualità dei dati sul movimento turistico e sulla capacità ricettiva nel rispetto dei parametri e dei vincoli ISTAT (tasso di copertura statistica, presenze/posti letto, tasso di occupazione, soglia di pubblicazione, applicazione del segreto statistico). Controlli dati lato sorgente (SPOT) e fonte (DP).</p> | <p>Valutazione e misura del valore economico del turismo.</p> <p>Pubblicità e accesso ai dati e alle ricerche.</p> <p>Approfondimenti scientifici volti a orientare le strategie di Prodotto, Comunicazione e Promozione dell'Agenzia</p> <p>Rendicontazione dei progetti esecutivi dell'Osservatorio entro i termini previsti.</p> <p>Scambio e condivisione in tempo reale delle informazioni sull'economia turistica per costruire una strategia autorevole, condivisa e riconosciuta.</p> <p>Trasparenza e qualità dei dati</p> <p>Perfezionare l'analisi della domanda,</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

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>Raccolta e trasmissione flussi e movimentazione turistica in Puglia, della capacità ricettiva e dei dati sulla domanda e sull'offerta turistica.</p> | <p>in tempo reale in Data Platform.</p> <p>Acquisizione dati da fonti terze e customer profiling</p> <p>Espletamento degli adempimenti normativi nazionali e regionali e ottimizzazione delle procedure per la raccolta dei flussi turistici.</p> <p>Regolamentazione della gestione dell'ecosistema, con attuazione delle Linee guida adottate con DDG nr.177/2024 e riorganizzazione della ricettività, successiva all'introduzione del CIN.</p> | <p>Integrazione dei dati sul movimento turistico con altri indicatori quali-quantitativi sulla domanda turistica, con nuovi dati provenienti da fonti esterne (celle telefoniche, sentiment, passeggeri, ecc). Integrazioni previste anche in formato API e consultabili anche dalla DP (Data Platform).</p> <p>Coordinamento delle attività degli uffici statistica/ricettività delle Sedi territoriali in relazione agli adempimenti SPOT, DMS, CPS a carico degli operatori turistici regionali del Registro Regionale Strutture Ricettive.</p> <p>Gestione dei database degli operatori turistici e culturali e della interoperabilità con le piattaforme regionali e nazionali, anche con un'evoluzione mirata e ottimizzata della Data Platform.</p> <p>Gestione dei servizi digitali del DMS Puglia, per garantire trasparenza ed efficienza agli operatori nelle azioni di comunicazione, promozione, valorizzazione.</p> <p>Gestione ricorsi e chiarimenti da parte delle autorità di controllo in relazione agli adempimenti previsti dalla normativa.</p> <p>Gestione Help Desk e relazioni con gli operatori per adeguamento normativo e adempimenti regionali e nazionali.</p> | <p>dell'offerta, del turismo che non appare, della reputazione e dell'impatto economico della destinazione.</p> <p>Incremento numero di operatori iscritti al DMS Puglia, ai fini del monitoraggio e degli adempimenti.</p> <p>Allineamento di tutti i referenti della ricettività e del Supporto Tecnico agli adeguamenti normativi definiti dalla Regione e dal Ministero.</p> <p>Riscontro puntuale a chiarimenti e ricorsi ricevuti, via mail ed help desk.</p> <p>Gestione e chiusura delle Segnalazioni della BDSR; delle anomalie dei CIN ottenuti e della integrazione con il registro regionale.</p> |
|---|--|---|---|

Area Strategica 08 – 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>Promuovere l'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>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>Sviluppare la collaborazione con le Università pugliesi per la condivisione di rapporti di ricerca su temi trasversali al destination management e all'internazionalizzazione</p> | <p>Sviluppare attività di ricerca dirette alla valorizzazione dei processi formativi e del patrimonio culturale</p> <p>Sviluppare la collaborazione con attori locali, nazionali e internazionali, a favore dell'innovazione e mediante la partecipazione a bandi nazionali e internazionali</p> | <p>Sottoscrizione di Accordi Quadro con le Università pugliesi e con la Rete ITS Turismo (numeri di Accordi e Convenzioni stipulate)</p> <p>Sviluppare e promuovere azioni formative per gli operatori turistici, 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, anche mediante stipula di Convenzioni con Università estere</p> |

| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>Promozione di programmi formativi in tema di destination management</p> <p>Favorire lo scambio generazionale tra Operatori Senior e Operatori Junior del settore turistico per il confronto e scambio di idee, iniziative, informazioni sulle politiche regionali, sugli strumenti finanziari, sul DMS e sulle attività in corso</p> <p>TRASPORTI</p> <p>Miglioramento dei servizi di accesso alle informazioni sul sistema dei trasporti</p> <p>Promozione della mobilità sostenibile, inclusiva e accessibile</p> | <p>Sviluppo di percorsi formativi, rivolti a operatori turistici e studenti, sui temi di destination management e promozione di prodotti turistici, in collaborazione con il Dipartimento Turismo e Cultura della Regione Puglia e la Sezione Formazione professionale della Regione Puglia</p> <p>Sviluppo di tavoli tematici con Aeroporti di Puglia, per l'aggiornamento sulle rotte attive</p> | <p>Partecipazione a laboratori formativi in collaborazione con le Università pugliesi,</p> <p>Organizzazione di workshop o laboratori di <i>Training on the Job</i> con gli operatori turistici, nell'ambito di fiere ed eventi B2B, in collaborazione con la Regione Puglia e i Dipartimenti Sviluppo economico e Formazione professionale</p> <p>Organizzazione e promozione di percorsi di <i>coaching online, mediante gli strumenti digitali</i>, per gli operatori della filiera turistica,</p> <p>Partecipazione a fiere ed eventi B2B,eB2C, seminari e convegni sia del settore turistico che del settore formazione</p> <p>Sviluppare percorsi di <i>Learning by doing</i> con gli studenti</p> <p>Aggiornamento dei contenuti delle sezioni dedicate alla mobilità sul portale viaggiareinpuglia.it, in collaborazione con l'Ufficio Innovazione</p> <p>Partecipazione a eventi e workshop in collaborazione con Aeroporti di Puglia, dedicati a operatori della filiera turistica e compagnie aeree</p> | <p>Numero di laboratori e/o workshop e/o focus group attività realizzate</p> <p>Numero di attività realizzate ivi inclusa la partecipazione ad eventi B2B o B2C</p> <p>Numero di attività realizzate</p> |
|---|--|--|--|

| | | | |
|--|---|--|--|
| | | Partecipazione a riunioni e/o incontri interdipartimentali con i vettori di trasporti | |
| <p>PROGETTO C.OS.T.A.- Comunità Ospitali per il Turismo Accessibile</p> <p>Integrazione delle politiche di Welfare e Turismo per la promozione di una destinazione turistica per tutti e tutte</p> <p>Favorire l'inclusione sociale di persone con disabilità per la creazione di esperienze turistiche</p> | <p>Sviluppo delle azioni del Progetto ministeriale C.Os.T.A. - Creazione e promozione di esperienze turistiche inclusive ed accessibili</p> <p>Sviluppo di partnership pubblico-private mediante la buona pratica della progettazione di rete</p> <p>Sviluppo di azioni di animazione territoriale e formazione per i Soggetti partecipanti alle Reti</p> | <p>Procedura di scorrimento della graduatoria relativa ai Progetti di Rete per valorizzare le partnership avviate</p> <p>Redazione di documentazione amministrativa per l'esecuzione delle attività</p> <p>Realizzazione di incontri e focus group per illustrare gli obiettivi di progetto</p> <p>Aggiornamento della landing page progettocosta.it</p> <p>Aggiornamento del catalogo digitale https://dms.progettocosta.it/</p> | <p>Numero di azioni e output del progetto C.Os.T.A.</p> <p>Monitoraggio delle attività svolte mediante indicatori quantitativi e qualitativi, in collaborazione con l'Ufficio Osservatorio</p> |

Area Strategica 09 - 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 recente 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> |



GLI INDICATORI TURISTICI NEL 2024 E PROSPETTIVE

Nel 2024 il turismo in Puglia ha registrato 5,9milioni di arrivi e più di 20milioni di presenze che hanno soggiornato nelle strutture ricettive (alberghiere ed extralberghiere) e nelle locazioni turistiche della regione, con il 41% degli arrivi che proviene dall'estero.

Secondo i dati della Banca d'Italia la spesa turistica internazionale nel 2024 in Puglia si attesta su 1,6miliardi di euro con un valore più che raddoppiato rispetto al 2019 (635milioni di euro), in un settore che occupa oggi oltre 220mila addetti e rappresenta più del 10% del Pil regionale.

La seguente tabella riporta i valori dei principali indicatori turistici (arrivi, presenze, permanenza media, tasso di internazionalizzazione, numero di strutture e posti letto e altri dati sull'economia turistica) con un confronto tra gli anni 2015, 2019 e 2024, con previsioni attese per il biennio 2025/2026.

L'imponente crescita del turismo pugliese, in particolare dall'estero, trova conferme in una combinazione di fattori che derivano dall'impegno della Regione Puglia, di Pugliapromozione e degli altri partner pubblico/privati nella promozione delle imprese e dei prodotti regionali, nel rafforzamento delle infrastrutture e delle connessioni e nell'aumento della notorietà internazionale, elementi che hanno reso la regione meta ricercata per soggiorni e investimenti.

NOTE:

Fonte, elaborazioni a cura dell'Ufficio Osservatorio di Pugliapromozione su dati ISTAT/SPOT per l'analisi della domanda turistica regionale. Per altri dati sul valore economico del turismo sono stati utilizzati dati dell'Istat, Conti territoriali, e della Banca d'Italia, Indagine sul turismo internazionale.

A partire dal 2021 la Regione Puglia, nell'ambito dell'Indagine Istat sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi, rileva anche i dati provenienti dalle Locazioni Turistiche che hanno aderito al database regionale attraverso il CIS (Codice Identificativo Struttura). Attualmente sono circa 46mila le unità che hanno generato, nel 2024, 979mila arrivi e 3,1milioni di presenze portando il saldo regionale complessivo a 5,9milioni di arrivi e 20,7milioni di presenze.

1 – Indicatori del turismo in Puglia, anni 2015, 2019, 2024 e previsioni. Variazione percentuale 2019-2024.

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

| Indicatore Turistico | Anno 2015 | Anno 2019 | Anno 2024 | Anno 2025/2026 (Valore atteso)* | Variazione % 2019-2024 |
|--|------------|------------|------------|------------------------------------|---------------------------|
| Numero di Arrivi Turistici totali (Alberghiero ed Extralberghiero) | 3.434.839 | 4.249.307 | 4.934.071 | 5.250.000 | +16,1 |
| Numero di Presenze turistiche totali (Alberghiero ed Extralberghiero) | 13.525.402 | 15.385.226 | 17.663.335 | 18.300.000 | +14,8 |
| Arrivi Turistici nelle Locazioni Turistiche* | N.D. | N.D. | 979.217 | 1.100.000 | N.D. |
| Numero di Presenze nelle Locazioni turistiche | N.D. | N.D. | 3.111.177 | 3.500.000 | N.D. |
| Numero di Arrivi Turistici Internazionali | 730.122 | 1.170.456 | 2.395.683 | 2.900.000 | +104,7 |
| Numero di Presenze Turistiche Internazionali | 2.675.678 | 3.833.124 | 7.111.126 | 8.500.00 | +85,5 |
| Permanenza Media dei Turisti | 3,9 | 3,6 | 3,7 | 3,9 | +2,6 |
| Internazionalizzazione incoming (quota % stranieri sul totale turisti) | 21,3 | 27,5 | 40,5 | 43,0 | +13 punti percentuali |
| Strutture Ricettive | 5.727 | 8.153 | 11.300 | 11.900 | +38,6 |

| | | | | | |
|---|-------------|---------------|----------------|---------|----------------------|
| Posti Letto nelle Strutture Ricettive | 194.000 | 269.000 | 308.000 | 350.000 | +14,5 |
| Locazioni turistiche | N.D. | N.D | 48.000 | 52.000 | N.D. |
| Posti letto nelle Locazioni turistiche | N.D. | N.D | 242.000 | 295.000 | N.D. |
| Quota % del Turismo sul PIL regionale (Valore IPRES) | 7 | 8 | 9 | 11 | +1 punto percentuale |
| Occupazione nel Settore Turistico (numero occupati) | N.D. | 135.000 | 228.000 | 280.000 | +14,1 |
| Spesa turistica internazionale (Bankitalia), valori in euro | 544.000.000 | 635.000.000 | 1.600.000 | | +151% |
| Valore Aggiunto Turismo (VAT), euro | N.D. | 8.900.000.000 | 10.447.000.000 | N.D | +17,4 |
| Consumi turistici, euro | N.D. | 6.400.000.000 | 7.303.000.000 | N.D | +14,1 |

* Per la stima del valore atteso 2025/26, sono state considerate le cifre del 2024 alle quali è stata applicata la variazione media annua dell'ultimo triennio, stime attendibili se mantenute, per il prossimo biennio, parità di condizioni (*ceteris paribus*).

N.D. Valore non disponibile.