

## **PIANO DETTAGLIATO DEGLI OBIETTIVI POSIZIONI ORGANIZZATIVE ANNO 2022**

### Sommario

Responsabile P.O. Ufficio Risorse Umane .....	2
Responsabile P.O. Ufficio Bilancio e contabilità.....	4
Responsabile P.O. Ufficio Economato.....	6
Responsabile P.O. Promozione Turistica.....	8
Responsabile P.O. Mice & Wedding ed attività di gestione delle missioni e trasferte .....	10
Responsabile P.O. Fiere ed Workshop.....	12
Responsabile P.O. Educational .....	14
Responsabile P.O. Comunicazione della destinazione Puglia.....	15
Responsabile P.O. Social Media .....	17
Responsabile P.O. Osservatorio Turistico.....	20
Responsabile P.O. Innovazione .....	22
Responsabile P.O. Local Destination Audit (Bari -BAT-Brindisi) .....	24
Responsabile P.O. Accoglienza e valorizzazione .....	26
Responsabile P.O. Prodotto Turistico .....	28
Responsabile P.O. Patrimonio e attività negoziali .....	31
Responsabile P.O. Procedure Amministrative di Innovazione, Governance, Comunicazione .....	33
Responsabile P.O. Procedure Amministrative di promozione, valorizzazione e prodotto.....	35
Responsabile P.O. Promozione mercati Extra UE .....	37
Responsabile P.O. Rendicontazione .....	39
Responsabile P.O. Turismo e Trasporti .....	41

## Responsabile P.O. Ufficio Risorse Umane

Centro di Responsabilità: Settore/Servizio	Responsabile
<b>RESPONSABILE UFFICIO RISORSE UMANE</b>	<b>Giovanni Occhiogrosso</b>

Titolo Obiettivo classificato di: <b>Innovazione</b> <input checked="" type="checkbox"/> X <b>Sviluppo</b> <input type="checkbox"/> □ <b>Mantenimento</b> <input checked="" type="checkbox"/> X	<b>Gestione giuridica ed amministrativa del personale dipendente dell'Agencia Pugliapromozione, delle procedure di reclutamento, della performance e dei piani formativi.</b>
<b>Descrizione Obiettivo</b>	<p>L'Ufficio Risorse Umane ha l'obbiettivo di fornire supporto all'attività complessiva del Direttore generale svolgendo tutti i compiti, anche di natura istruttoria, per garantire e assicurare l'acquisizione delle risorse umane, la loro gestione (giuridica, economica, previdenziale e disciplinare) nel rispetto dei vincoli normativi, contrattuali ed economici vigenti.</p> <p>Per l'anno in corso la struttura gli obiettivi riguardano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la definizione ed il completamento delle procedure previste dal piano di fabbisogno del personale;</li> <li>- l'attuazione e la definizione delle politiche di sviluppo e formazione del personale;</li> <li>- la cura e la gestione delle posizioni giuridico - economiche e correlati aspetti previdenziali e fiscali, del personale, inclusi i rapporti con gli Enti e le istituzioni competenti;</li> <li>- l'istituzione la conservazione e l'aggiornamento del fascicolo personale di ciascun dipendente e collaboratore;</li> <li>- l'attuazione del nuovo assetto organizzativo dell'ente attraverso un monitoraggio delle posizioni e le prestazioni dei carichi di lavoro e degli stati di ufficio, in coordinamento con il Direttore generale, per una migliore definizione efficacia ed efficienza degli uffici;</li> <li>- supportare la Direzione generale nei rapporti con le Organizzazioni sindacali.</li> </ul>
<b>Descrizione delle fasi di attuazione:</b>	<p>Le attività di gestione ordinaria del personale dell'Agencia si attua attraverso le seguenti fasi:</p> <p>1. Istituzione del fascicolo del dipendente; 2. Aggiornamento e modifica dei dati e della documentazione a fascicolo; 3. Gestione delle presenze/assenze/infortuni/missioni/incarichi; 4. Cura delle progressioni di carriera; 5. Gestione fascicolo passweb Pa04;</p> <p>La gestione del ciclo della performace comporta le seguenti fasi:</p> <p>1. Definizione del Piano Performance (regolamento); 2. Definizione Obiettivi; 3. Definizione aree di posizione; 4. Indizione avvisi posizione organizzative; 5. Monitoraggio e verifica delle attività; 6. Supporto alla fase di valutazione finale;</p> <p>La gestione delle procedure di reclutamento comporta le seguenti fasi:</p>

	1. Gestione del piano dei fabbisogni del personale;2. Avvio di procedure interne di ricognizione;3. Avvio di procedure di reclutamento esterno del personale;4. Gestione dell'iter di reclutamento;5. Gestione della fase contrattuale;	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	////////	////////

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Completamento ed aggiornamento dei fascicoli dei dipendenti e dei collaboratori dell'Agenzia Pugliapromozione.	80% dei fascicoli
Avvio ed attuazione delle procedure previste dal Piano Triennale del fabbisogno del personale	80%
Avvio ed attuazione del ciclo della performance relativo a posizioni organizzative, progetti, produttività individuale del personale dipendente;	80%
Miglioramento dell'assetto organizzativo dell'ente in attuazione del nuovo organigramma	80%

Fasi e tempi	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Gestione Fascicoli dipendenti								X	X	X	X	X
Gestione presenze assenze							X	X	X	X	X	X
Procedure di reclutamento										X	X	X
Avvio Piano performance							X	X				
Procedure previste dal Piano del fabbisogno									X	X	X	X
Miglioramento dell'assetto organizzativo dell'ente									X	X	X	X



## Responsabile P.O. Ufficio Bilancio e contabilità

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
<b>UFFICIO BILANCIO E CONTABILITA'</b>	<b>Dott.ssa Labianca Maria Lidia</b>

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione <input checked="" type="checkbox"/> X Sviluppo <input type="checkbox"/> Mantenimento <input type="checkbox"/>	Fornire supporto all'attività complessiva del Direttore Generale nell'ambito della Struttura Amministrativa garantendo la gestione della contabilità generale ed economica, la tenuta dei documenti di bilancio ordinario dell'A.re.T., la verifica di regolarità delle entrate e delle spese e la gestione del processo di liquidazione delle spese.	
Descrizione Obiettivo	Obiettivo principale è quello di gestire e garantire nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione: la verifica della sussistenza degli equilibri di bilancio; la verifica della regolarità contabile di tutti gli atti proposti dalle articolazioni dell'Agenzia e sottoposti all'approvazione del Direttore generale; le attività amministrative di carattere finanziario, contabile e fiscale inerenti alla gestione dell'Agenzia ed all'espletamento delle sue attività; la tenuta della contabilità generale; fornire il supporto tecnico alla predisposizione delle proposte per gli atti di bilancio preventivo o di conto consuntivo che saranno adottati dal Direttore Generale.	
Descrizione delle fasi di attuazione:	Le attività di gestione del Bilancio dell'Agenzia si esplica nelle seguenti fasi: Predisposizione del Bilancio di previsione; 2. Predisposizione delle variazioni di Bilancio; 3. Predisposizione assestamento al Bilancio di previsione; 4. Predisposizione del Rendiconto generale dell'Agenzia;  Le Attività di verifica contabile dei provvedimenti si esplica nelle seguenti fasi: Verifica contabile dei WorkFlow attivati; 2. Verifica della corretta imputazione contabile in adempimento al D.Lgs. 118/2011; 3. Operazioni in contabilità; 4. Predisposizione atti contabili di impegno di spesa; 5. Verifica e monitoraggio successivo;  Le attività di liquidazione della spesa si esplica nelle seguenti fasi: Verifica di conformità contabile delle fatture d'acquisto; 2 Predisposizione atti di liquidazione di spesa; 3. Predisposizione di report di monitoraggio periodico di avanzamento della spesa; attuazione delle procedure di bilancio relative al fesr /Fsc	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	diversi	////////////////

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Predisposizione atti di Bilancio (previsione/rendiconto)	Entro termini previsti da legge e regolamenti
Predisposizione variazioni di bilancio	Entro 30 giorni
Monitoraggio dei residui attivi e passivi	Entro la conclusione dell'esercizio

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Bilancio di previsione 2023-2025										X	X	X
Variazioni di Bilancio 2022-2024										X	X	X
Liquidazioni di spesa							X	X	X	X	X	X
Monitoraggio residui attivi e passivi 2022											X	X



## Responsabile P.O. Ufficio Economato

<b>Centro di Responsabilità: Servizio</b>	<b>Responsabile</b>
<b>Responsabile Ufficio Economato</b>	<b>Mariapia Moggia</b>

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione           × Sviluppo               × Mantenimento       ×	Gestione della cassa economale per acquisti di modesta entità (spese minute che da Regolamento interno non possono superare euro 500,00), destinati a sopperire con immediatezza e urgenza ad esigenze funzionali dell'Ente entro il limite di 15.000,00 euro.	
Descrizione Obiettivo	Il Responsabile PO dell'Ufficio Economale deve fornire supporto all'attività del Direttore Generale nell'ambito della Struttura Amministrativa, garantendo la tenuta della contabilità relativa al fondo economale di Pugliapromozione. Le attività che la posizione organizzativa deve gestire sono le seguenti: - Gestione del fondo economale della sede centrale e degli acquisti a valere su tale fondo; - Raccordo con le sedi territoriali per la gestione degli acquisti legati alla gestione delle strutture territoriali; - Predisposizione di tutti gli atti e documenti relativi all'attività di cui sopra; - Tenuta della contabilità del fondo economale; - Rapporti con i fornitori relativamente alle procedure rientranti nella gestione economale; - Aggiornamento dell'albero della trasparenza, relativamente alla sezione "Disposizioni generali" sul sito istituzionale <a href="http://www.agenziapugliapromozione.it">www.agenziapugliapromozione.it</a> .  Infine per assicurare il raggiungimento degli obiettivi di Posizione Organizzativa, l'Economo deve garantire supporto tempestivo all'Ufficio Bilancio e Controllo di gestione per la contabilizzazione dei buoni d'ordine/workflow autorizzati dal Direttore generale dell'Ente.	
Descrizione delle fasi di attuazione:	1. Attivazione del fondo economale; 2. Gestione dei buoni d'ordine/workflow degli acquisti per il tramite del fondo economale; 3. Raccordo con le sedi territoriali; 4. Chiusura del fondo economale; 5. Aggiornamento dell'albero della trasparenza, relativamente alla sezione "Disposizioni generali" del sito istituzionale dell'Ente.	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	diversi	15.000,00 euro per l'intera annualità 2022

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Rispetto degli iter procedurali e dei tempi prefissati per l'esecuzione delle spese e dei rimborsi ai dipendenti nell'ordine di	100%

un massimo di n.15gg dall'acquisizione del giustificativo di spesa o dalla consegna della documentazione rendicontata dai dipendenti.	
Aggiornamento di tutte le disposizioni generali dell'Ente, nel rispetto della normativa sulla trasparenza.	100%

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Attivazione Fondo Economale							X					
Gestione Fondo economale							X	X	X	X	X	X
Raccordo con le sedi territoriali							X	X	X	X	X	X
Chiusura e rendicontazione												X
Aggiornamento trasparenza							X	X	X	X	X	X



## Responsabile P.O. Promozione Turistica

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
<b>PROMOZIONE</b>	<b>Alfredo de Liguori</b>

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione <input type="checkbox"/> Sviluppo <input type="checkbox"/> Mantenimento <input checked="" type="checkbox"/>	Partecipazione delle imprese alle attività Business to Business organizzate in fiere eventi e workshop nazionali ed internazionali di settore.				
Descrizione Obiettivo	L'obiettivo che si intende raggiungere è quello di implementare sia il numero che la qualità della partecipazione delle imprese del settore turismo al calendario di fiere eventi e workshop organizzati dall'Ufficio promozione. Il raggiungimento di questo obiettivo si realizza anche supportando le imprese pugliesi nella partecipazione agli eventi internazionali di promozione turistica b2b promuovendo l'incontro fra l'offerta territoriale regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo. Realizzazione database e report dei contatti acquisiti durante le attività business to business.				
Descrizione delle fasi di attuazione:	la prima fase prevede la programmazione del calendario dei diversi eventi nazionali e internazionali a cui si intende partecipare. La seconda fase si realizza attraverso la pubblicazione di una manifestazione di interesse pubblica a cui le imprese possono partecipare indicando gli eventi a cui intendono essere presenti e in che modalità. La terza fase consiste nella, organizzazione, coordinamento e realizzazione sul campo dei singoli eventi attraverso iniziative di comunicazione sia tradizionale che digitale. L'ultima fase consiste nella verifica del follow up delle imprese.				
Risorse finanziarie assegnate	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Capitolo di Bilancio</th> <th style="width: 40%;">Importo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>(se esistente)</td> <td>(budget assegnato)</td> </tr> </tbody> </table>	Capitolo di Bilancio	Importo	(se esistente)	(budget assegnato)
	Capitolo di Bilancio	Importo			
(se esistente)	(budget assegnato)				

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Realizzazione buy puglia matching platform	100%
Realizzazione gara buy puglia	100%
Completamento procedure attività previste da progetto esecutivo	100%



# PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Programmazione							X	X	X			
Manifestazione di interesse							X	X	X			
Organizzazione e coordinamento eventi							X	X	X	X	X	X
Follow up											X	X



## Responsabile P.O. Mice & Wedding ed attività di gestione delle missioni e trasferte

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
RESPONSABILE MICE & WEDDING E DELLE ATTIVITA' DI GESTIONE DELLE MISSIONI E DELLE TRASFERTE	MARIA DESARIO

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione x Sviluppo x Mantenimento x	<p>L'obiettivo è il rilancio della Puglia nell'organizzazione di eventi di qualsiasi tipologia e numero, viaggi incentive, attività di team building deve essere affiancato sia istituendo best practices per favorire eventi, matrimoni internazionali civili o religiosi sia favorendo i collegamenti aerei e la mobilità interna, per favorire l'industria MICE, matrimoni nazionali ed internazionali, incentivare nuovi mercati.</p> <p>Inoltre, l'Innovazione nell'affrontare questi mercati in ambito nazionale ed internazionale deve avvenire attraverso nuove forme di comunicazione <i>media</i>.</p> <p>Miglioramento delle tempistiche dei rimborsi al personale delle trasferte.</p>
Descrizione Obiettivo	<p>Nell'ambito delle azioni integrate con l'area promozione e con l'area prodotto l'obiettivo è quello di incrementare i già affermati segmenti della meeting industry pugliese e della wedding destination. Lo sviluppo di tali offerte fortemente "identitarie" della Puglia devono passare attraverso il maggior coinvolgimento degli operatori locali e delle categorie di riferimento, in particolare, nelle scelte strategiche di marketing al fine di sviluppare una sinergia di reti business che mirano alla "Puglia All Season for All".</p> <p>E' necessario, nella prima fase, un monitoraggio tecnico degli spazi privati e pubblici utilizzabile dagli organizzatori di eventi, wedding compreso, ed approntare la partecipazione a Fiere e work shop con "tools" più adatti alle nuove esigenze a cui devono essere affiancate nuove ed adeguate modalità di comunicazione social/media. Si rimanda, in particolare, al progetto di promozione e comunicazione di wedding destination "<i>Prima o poi, mi sposo in Puglia!</i>".</p> <p>E' negli obiettivi favorire con un lavoro in team con Comunicazione e Prodotto lo sviluppo di una mirata comunicazione non solo istituzionale, tra imprese locali e PP, ma anche B2C e B2B, per fidelizzare il mercato intermediato del MICE, degli eventi outdoor all'insegna della sostenibilità, Tutto ciò in linea con la domanda MICE più contemporanea e con tutta la filiera della wedding industry. E' intenzione, inoltre, favorire le occasioni di formazione regionale, in sinergia con Formazione e Trasporti, per attrarre, con una sempre più specializzata professionalità degli operatori locali, una "domanda" sempre più internazionale o dalla forte "brand reputation".</p> <p>Come obiettivo interno a PugliaPromozione c'è quello di uniformare le modalità di richiesta, ma soprattutto di rendicontazione/ rimborso del personale per favorire un più</p>

	rapido controllo e rimborso coinvolgendo l'ufficio risorse umane, ma soprattutto ogni singolo dipendente.	
"Descrizione delle fasi di attuazione:	Partecipazione a fiere, ma soprattutto a work shop. Educational a propria titolarità durante il periodo ott.nov. Focus group con l'ascolto diretto degli stakeholders di entrambi i prodotti turistici Monitoraggio delle location MICE e mappatura degli spazi wedding. Partecipazione a fiere e workshop del settore (IMEX IBTM BIT TTG WEDDING SHOW )	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	\	\

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Trasferte: garantire lavorazione mensile	Realizzazione dei monitoraggi tecnici delle strutture Realizzazione video/ spot/ cartaceo e web Affidamento a gestore esterno Partecipazione a Fiere ed Eventi
Partecipazione alla fiera di barcellona	(in percentuale rispetto al totale o in termini assoluti)

Fasi e tempi	gennaio	febraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Monitoraggio location wedding							x					
Aggiornamento location MICE secondo i nuovi parametri della Meeting Industry								x				
Adozione di un sistema informativo gestionale coordinato delle trasferte												x
Fiere e workshop									x	x	x	





# PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

Supporto nello scouting degli stakeholder e supporto all'ufficio educational nell'organizzazione dei tour												
Rafforzamento della partnership istituzionale con il Sistema Italia (BIT, Settimana Cucina Italiana)												



## Responsabile P.O. Educational

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
Servizio Educational	Alessandra Boccuzzi

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione           X Sviluppo                X Mantenimento <input type="checkbox"/>	Gestione e Monitoraggio delle aree geografiche e degli operatori turistici coinvolti nelle attività di educational tour	
Descrizione Obiettivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestire gli operatori pugliesi per i servizi di ospitalità nell'ambito degli educ tour</li> <li>• Monitorare la qualità dei servizi di ospitalità nell'ambito degli educ tour</li> <li>• Monitorare le aree territoriali e degli attrattori turistici coinvolti in attività di educ tour.</li> </ul>	
Descrizione delle fasi di attuazione:	- Creazioni di data base per specifici servizi (strutture ricettive, ristoranti, servizi per il turista/esperienze) acquisiti per le attività di educational tour - Analisi dei territori/ Comuni coinvolti nei programmi di educational tour	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	(se esistente)	(budget assegnato)

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Completamento del monitoraggio della qualità dei servizi, delle aree territoriali e degli attrattori turistici coinvolti nelle attività di educ. Tour; completamento di un database funzionale alle attività di educ tour.	80%
[Descrizione dell'indicatore di risultato]	(in percentuale rispetto al totale o in termini assoluti)
[Descrizione dell'indicatore di risultato]	(in percentuale rispetto al totale o in termini assoluti)

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Definizione del data base e raccolta dati							X	X				
Analisi dei dati raccolto									X	X	X	
Studio dei risultati												X



## Responsabile P.O. Comunicazione della destinazione Puglia

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
Comunicazione	Alessandra Campanile

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione <input type="checkbox"/> Sviluppo <input checked="" type="checkbox"/> Mantenimento <input type="checkbox"/>	Sviluppo di azioni di comunicazione secondo processi di organizzazione di gruppo per il raggiungimento dei risultati attraverso la gestione del progetto esecutivo Comunicazione del Brand Puglia e dei suoi macro obiettivi indicati.
Descrizione Obiettivo	<p>Le azioni di comunicazione e promozione della destinazione Puglia descritte nel progetto esecutivo, per l'anno 2022, prevedono fasi di progettazione esecutiva, realizzazione e attuazione per:            L'immagine e il <i>brand positioning</i> della Puglia e dei prodotti turistici;            La <i>media strategy</i> e il <i>media planning</i>;            Le pubblicazioni per la promozione/informazione turistica e la loro diffusione;            Il coinvolgimento degli operatori del settore media e comunicazione, nazionali e regionali, in tutte le azioni di competenza del progetto;</p> <p>Il piano obiettivi 2022 di Comunicazione intende raggiungere quanto segue:            Azioni e campagne di comunicazione dei prodotti turistici (Sport, natura e benessere; Arte&amp;Cultura; Enogastronomia; Wedding destination; Valorizzazione Borghi);            Analisi e focalizzazione su nuove idee creative e linguaggi di promozione da declinare in outdoor, sui canali media e digital/social dell'A.RE.T.;            Diversificazione e acquisizione di ulteriori modalità di comunicazione da parte dell'A.RE.T. che raggiungano i target dei potenziali turisti in modo più mirato e settoriale;            Pubblicazione di avvisi finalizzati alla realizzazione di eventi turistici e culturali che favoriscano la promozione della destinazione in bassa stagione, con particolare riferimento al primo inverno;            Incrementare il coinvolgimento del gruppo di lavoro dell'Ufficio Comunicazione nella condivisione di nuovi progetti creativi, che consentano non solo di raggiungere risultati di Agenzia ma anche più strettamente sociali di integrazione e team building.</p>
Descrizione delle fasi di attuazione:	<p>Per raggiungere gli obiettivi su indicati, si prevedono le seguenti fasi di attuazione con il coinvolgimento del gruppo di lavoro dell'Ufficio Comunicazione:</p> <p>Fase I - La prima fase consiste in:            Declinazione degli obiettivi strategici dell'A.RE.T. nelle azioni da attuare;            Progettazione in team con i colleghi delle altre aree, in particolare con l'area del Prodotto turistico, di idee e azioni che tengano conto di un target diversificato per interessi e provenienza geografica, includendo i mercati esteri;            Analisi e <i>brain storming</i> interni per la produzione dei contenuti e per le linee guida degli eventi in co-branding;            Organizzazione dei gruppi di lavoro secondo finalità di confronto operativo ed empowerment;</p>

	<p>Avvio esecuzioni e interazione con i fornitori risultati aggiudicatari degli affidamenti a valere sul Progetto Comunicazione;                  Avvio atti amministrativi (procedure per le voci di progetto e per gli avvisi) in sinergia con l'Ufficio patrimonio per il corretto espletamento delle azioni di comunicazione;:</p> <p>Fase II – La seconda fase prevede:                  Avvio ed esecuzione azioni di comunicazione nella forma di campagne di prodotto e campagne tematiche (es. Natale);                  Verifica e monitoraggio sul campo delle esecuzioni dei fornitori a cura dei gruppi di lavoro;                  Verifica procedurale delle azioni;                  Pubblicazione Avviso di “Co-branding”, con successiva cura ed esecuzione degli eventi nella finestra temporale dal 6 dicembre al 6 gennaio, come indicato dalla direzione strategica dell'A.RE.T.;                  Monitoraggio costante sull'efficacia dei processi in atto;</p> <p>Fase III – L'ultima fase prevede:                  Finalizzazione delle azioni con acquisizione materiale da parte dei fornitori;                  Organizzazione materiale multimediale ai fini della comunicazione della destinazione e dei prodotti turistici, secondo gli obiettivi strategici per la promozione della stagione 2023;                  Predisposizione media strategy e media planning;                  Valutazione e analisi di efficacia degli eventi realizzati in co-branding;                  Debrief su andamento gruppi di lavoro, in ottica di analisi dei punti di forza e di debolezza, per il miglioramento delle performance future;</p>	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	\\\\\\	\\\\\\

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Campagne di prodotto (Bike, Enogastronomia, Wedding destination) <i>Il valore atteso è riferito alle possibili condizioni sfavorevoli del meteo per le esecuzioni e alla operatività dei fornitori;</i>	60%
Valorizzazione borghi – acquisizione scatti fotografici di borghi interni e marinari di tutte le province pugliesi <i>Il valore atteso è riferito alle possibili condizioni sfavorevoli del meteo</i>	90%
Ideazione progetti creativi e linguaggi personalizzati per canali di destinazione (es. campagne tematiche come il Natale)	100%
Avvio avviso Co-branding ed esecuzione eventi <i>Il valore atteso è riferito a possibili variazioni di obiettivi strategici</i>	100%

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
I fase – anno 2022									X			
II fase – anno 2022										X	X	X





## Responsabile P.O. Social Media

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
Comunicazione	Carlo Caroppo

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione X Sviluppo X Mantenimento X	Coordinamento attività social dell'A.Re.T. Pugliapromozione per favorire lo sviluppo della brand reputation della destinazione Puglia sui social media in cui è già presente l'ARET attraverso i propri account;
Descrizione Obiettivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sviluppo della Community e del Content Management attraverso la realizzazione di progetti dedicati in area digital e social;</li> <li>- Sviluppo e mantenimento di una collaborazione dell'ARET nella comunicazione social, con agenzie regionali e account istituzionali affini al tema turistico (Regione Puglia, PACT, AFC, Assessorato, Presidenza, TPP);</li> <li>- Ampliamento dello storytelling della destinazione turistica Puglia attraverso canali istituzionali nazionali (Enit);</li> <li>- Valorizzazione di un team di risorse dedicato alla comunicazione social della destinazione turistica Puglia;</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redazione di un Piano editoriale in italiano e inglese per i canali social gestiti dall'ARET; creazione di contenuti, ideazione di campagne stagionali (autunno e Natale), ascolto della rete.</li> <li>- Allineamento sulla comunicazione social di Pugliapromozione, Regione Puglia, PACT, AFC, Assessorato e Presidenza, tramite una calendarizzazione dei contenuti e la redazione di un PED condiviso, una volta definiti gli obiettivi di ognuno.</li> <li>- Condivisione contenuti per i progetti ENIT come Viaggio Italiano. Creazione di un PED sul 3 tematiche: Turismo Lento, Turismo Attivo, Borghi.</li> <li>- Impostazione e ottimizzazione delle campagne social/digital con META e Google sulla base di fondi eventualmente stanziati per queste attività</li> <li>- Assegnazione di compiti e coordinamento degli impegni ricorrenti sulla base di competenze e motivazione del team</li> <li>- ampliamento dei canali gestiti con il lancio account su piattaforma TikTok.</li> </ul>
Descrizione delle fasi di attuazione:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redazione su base giornaliera e settimanale di un Piano Editoriale in italiano e inglese per il canale di destinazione WeAreinPuglia, Puglia365 e PugliaEvents, relativa produzione e diffusione di tutti i contenuti, monitoraggio giornaliero delle interazioni su tutti i canali (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube).</li> <li>- Incontri su base settimanale con i referenti social di ciascun team coinvolto per creare un format di Piano Editoriale da stilare insieme a più mani</li> <li>- Redazione di un PED per il progetto Viaggio Italiano con invio di contenuti sia testuali che visivi (foto e video)</li> <li>- Le campagne Meta e Google si svilupperanno sulla base del budget eventualmente stanziato</li> </ul>

	- Individuazione delle capacità interne, dialogo sulle necessità del team e redazione di un documento che attesti l'organizzazione attuale e le prospettive future.	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	(se esistente)	(budget assegnato)

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Sviluppo della brand reputation della destinazione Puglia sui social media in cui è già presente l'ARET attraverso i propri account	Circa 15 post settimanali per canale attivo
Sviluppo della Community e del Content Management attraverso la realizzazione di progetti dedicati in area digital e social (Pinuccio)	3 incontri e redazione documento di lavoro propedeutico alla realizzazione del progetto "Puglia e Leggende"
Allineamento sulla comunicazione social di Pugliapromozione con Regione Puglia, PACT, AFC, Asseessorato e Presidenza, tramite una calendarizzazione dei contenuti e la redazione di un PED condiviso, una volta definiti gli obiettivi di ognuno	Creazione di 1 format editoriale Copertura di circa 10 eventi in maniera collaborativa Creazione di un calendario di lavoro condiviso
Condivisione contenuti per i progetti ENIT come Viaggio Italiano. Creazione di un PED sul 3 tematiche: Turismo Lento, Turismo Attivo, Borghi.	Reperimento contenuti, copywriting, redazione di un PED per i canali di Viaggio Italiano con circa 40 contenuti
Campagne Meta e Google	Settaggio campagne, qualora previste
Assegnazione di compiti e coordinamento degli impegni ricorrenti sulla base di competenze e motivazione del team	Incontri periodici di allineamento, redazione di un documento per attestare organizzazione attuale e prospettive future

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Sviluppo della brand reputation della destinazione Puglia sui social media in cui è già presente l'ARET attraverso i propri account									X	X	X	X
Sviluppo della Community e del Content Management attraverso la realizzazione di progetti dedicati in area digital e social										X	X	X
Allineamento sulla comunicazione social di Pugliapromozione con									X	X	X	X

# PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

Regione Puglia, PACT, AFC, Assessorato e Presidenza, tramite una calendarizzazione dei contenuti e la redazione di un PED condiviso, una volta definiti gli obiettivi di ognuno												
Condivisione contenuti per i progetti ENIT come Viaggio Italiano. Creazione di un PED sul 3 tematiche: Turismo Lento, Turismo Attivo, Borghi.								X	X	X		
Campagne Meta e Google											X	X
Assegnazione di compiti e coordinamento degli impegni ricorrenti sulla base di competenze e motivazione del team									X	X	X	X



## Responsabile P.O. Osservatorio Turistico

<b>Centro di Responsabilità: Servizio</b>	<b>Responsabile</b>
<b>P.O. UFFICIO OSSERVATORIO</b>	<b>LIVIO CHIARULLO</b>

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione           X Sviluppo                □ Mantenimento         X	<p>Ob1: AGGIORNAMENTO NORMATIVO E PROCEDURALE DEI FUNZIONARI OPERANTI PRESSO LE SEDI TERRITORIALI DI PUGLIAPROMOZIONE</p> <p>Ob2: GESTIONE DEL PROGETTO INNOVAZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA CON RIFERIMENTO ALLE ATTIVITA' DELL'OSSERVATORIO ED ATTIVITA' DI ELABORAZIONE DATI STATISTICI E QUALITATIVI. SUPPORTO ALL'ORGANIZZAZIONE E AI CONTENUTI DELLA PIANIFICAZIONE STRATEGICA 3X6X5. AGGIORNAMENTO DIPENDENTI TERRITORIALI E DEL SUPPORTO TECNICO. AVVIO NUOVI FORNITURE PER INTEGRAZIONI DATI NON STATISTICI</p>
Descrizione Obiettivo	<p>Le sedi territoriali, dislocate sul territorio regionale, fungono da interfaccia con gli operatori locali e spesso offrono supporto a questi nell'adempimento di obblighi soggetti anche a sanzioni in caso di inadempimento.</p> <p>Per permettere a questi funzionari/responsabili di Pugliapromozione di essere costantemente aggiornati sulle evoluzioni degli strumenti normativi oltre che digitali, si prevede l'organizzazione di attività e momenti di formazione e aggiornamento. Queste attività permetteranno anche di condividere dubbi e problemi che saranno affrontati in forma collegiale.</p> <p>Nell'ambito del progetto Innovazione, l'Ufficio Osservatorio potenzierà il monitoraggio di alcuni indicatori per comprendere l'evoluzione della destinazione Puglia. Il principale strumento di controllo è la movimentazione turistica che le strutture ricettive inviano alla regione mediante il sistema SPOT a cui si affiancheranno ricerche qualitative per comprendere meglio le dinamiche di alcuni prodotti turistici. Queste analisi risultano anche propedeutiche e a supporto della nuova strategia di sviluppo turistico della Puglia.</p> <p>La raccolta dei dati statistici è monitorata dalle sedi territoriali che si interfacciano quotidianamente con gli operatori. Risulta quindi importante organizzare momenti di confronto e condivisione con questi colleghi che operano nelle province.</p>
Descrizione delle fasi di attuazione:	<p>FASE1: aggiornamento mail delle attività evolutive del sistema e della normativa regionale</p> <p>FASE2: incontri periodici per allineamento e condivisione di problemi e confronto tra sedi territoriali</p>

	FASE 1: coordinamento dei lavori per la nuova piattaforma di analisi e monitoraggio dati, integrati con fonti esterne a Pugliapromozione (ISTAT, Assessorato, ecc...) FASE 2: elaborazione di tabelle di sintesi a supporto dei documenti per la pianificazione strategica della destinazione Puglia FASE 3: organizzazione di momenti di confronto e aggiornamento su strumenti e norme indirizzati ai responsabili delle sedi territoriali	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	(se esistente)	(budget assegnato)

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
INVIO COMUNICAZIONI DI ALLINEAMENTO/AGGIORNAMENTO	Almeno un invio mensile a tutte le sedi territoriali
INCONTRI PERIODICI DI ALLINEAMENTO E CONDIVISIONE	Almeno un incontro con cadenza trimestrale
Nuova piattaforma di analisi	selezione del fornitore e avvio della progettazione dello strumento
Predisposizione di un documento di analisi sui principali indicatori della destinazione	predisposizione di un report di aggiornamento
Momenti di in-formazione con responsabili sedi territoriali	organizzazione di almeno un incontro

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
OB1 - FASE1									X	X	X	X
OB1 - FASE2											X	X
OB2 - FASE1										X	X	X
OB2 - FASE2											X	X
OB2 - FASE3											X	X



## Responsabile P.O. Innovazione

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
Innovazione	Bianca Bronzino

<b>Titolo Obiettivo classificato di:</b> Innovazione <input type="checkbox"/> Sviluppo <input type="checkbox"/> Mantenimento <input type="checkbox"/>	<b>Innovazione dell'ARET e della Destinazione Puglia attraverso lo svolgimento della funzione di responsabile della transizione al digitale e la gestione del progetto osservatorio ed innovazione con riferimento alle attività di innovazione.</b>
<b>Descrizione Obiettivo</b>	Supportare la gestione e il coordinamento dell'Ecosistema Digitale Turismo Cultura della Regione Puglia, in relazione alle funzioni assegnate dal Dipartimento; Curare l'architettura ed i contenuti dei portali di Pugliapromozione, d'intesa con il Responsabile del Servizio Comunicazione per viaggiareinpuglia.it e con il Responsabile della Comunicazione Istituzionale di Pugliapromozione per AgenziaPugliaPromozione.it  Coordinamento della attività del Piano strategico del turismo e della cultura Puglia 3x6x5.  Nei mesi settembre-dicembre 2022, si lavorerà per  1. Innovazione dell'ARET e della filiera turistico-culturale degli operatori, mediante Tavoli di lavoro per PUGLIA365, aggiornamento del piano strategico Messa online del nuovo sito dell'ARET  2. Innovazione della filiera e del rapporto con il consumatore (cittadino temporaneo e residente), mediante: Messa online del nuovo sito turistico Viaggiareinpuglia Messa online della nuova app Weareinpuglia Messa in esercizio dei nuovi sistemi di gestione SIGEO (dell'offerta) e DAM (archivio digitale multimediale)
<b>Descrizione delle fasi di attuazione:</b>	Le fasi di attuazione degli obiettivi saranno sintonizzate sulle procedure in corso o da avviare previste dal Progetto esecutivo di Innovazione:  Gestione del contratto di 'transition design', evoluzione Affidamento ad agenzia della produzione di nuovi contenuti per gli strumenti di comunicazione digitale turistica Gestione contratto 'corporate' per gestione sito di comunicazione istituzionale e amministrazione digitale e avvio nuova procedura di affidamento

	Avvio procedura di marketing programmatico, tra le varie possibilità di comunicazione digitale 'data-driven' inserite nel progetto Innovazione	
<b>Risorse finanziarie assegnate</b>	<b>Capitolo di Bilancio</b>	<b>Importo</b>
	\\\\\\\\\\	\\\\\\\\\\

<b>INDICATORI DI RISULTATO</b>	
<b>Descrizione</b>	<b>Valore atteso</b>
Messa online del sito Viaggiareinpuglia, con la pubblicazione di circa 2.000 pagine	Almeno 70% delle schede utili per la messa online
Messa online del sito aret.regione.puglia.it con la pubblicazione di circa 1000 pagine	Almeno 70% delle schede utili per la messa online
Messa online dei sistemi di gestione digitale, con la pubblicazione di circa 10 interfacce gestionali	Almeno 70% delle schede utili per la messa online
Chiusura del contratto di transition design	Fine delle attività incluse nel contratto
Avvio procedure comunicazione digitale: turistica, corporate, data-driven.	20% del procedimento



## Responsabile P.O. Local Destination Audit (Bari -BAT-Brindisi)

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
<b>Local destination audit Bari – Bat - Brindisi</b>	<b>Giancarlo Zullino</b>

<b>Titolo Obiettivo classificato di:</b> Innovazione <input type="checkbox"/> Sviluppo <input checked="" type="checkbox"/> Mantenimento <input checked="" type="checkbox"/>	Coordinamento territori di Brindisi, Bari e BAT per quanto esplicitato nell'atto di conferimento incarico di P.O. relativo ai servizi assegnati; Incontri e riunioni con ufficio Osservatorio e Ass.to al Turismo regionale; Consulenze e indicazioni, a favore di altri Enti (Comuni, CCIA, uffici Suap, Gal, etc.) in materia di finanziamenti, bandi e aggiornamenti riguardo la normativa regionale turistica ; Verifica e controllo della corretta applicazione della normativa attinente le locazioni turistiche e del relativo codice identificativo assegnato.	
<b>Descrizione Obiettivo</b>	L'azione di coordinamento si propone di ottimizzare e rendere omogeneo il lavoro svolto nell'ambito delle tre sedi assegnate nella particolare assistenza da assicurare ad operatori ed Enti Pubblici; A tal proposito, utili e strategiche risultano essere i continui confronti con l'amministrazione regionale anche nella individuazione di nuove forme di accoglienza ai fini dell'adeguamento della legislazione in materia (Marina resort etc.) nonché sui sistemi informatici utilizzati(DMS). Frequente attività di formazione presso assessorato al Turismo del Comune di Brindisi riguardo la normativa vigente inerente strutture ricettive e locazioni brevi; Assistenza in merito all'avviso per la selezione di proposte progettuali finalizzate al potenziamento e qualificazione degli info-point turistici(POC Puglia 2014-2020). Controllo e monitoraggio delle attività di locazione breve ad uso turistico(all'incirca diecimila spalmate nei tre territori), ai fini della corretta assegnazione del codice identificativo utile a promuovere l'attività in essere.	
<b>Descrizione delle fasi di attuazione:</b>	La particolare configurazione del servizio, dislocato su varie sedi, necessita di una programmazione in continua evoluzione secondo le esigenze dell'Agenzia e dei territori interessati. Nella prima parte dell'anno verrà privilegiata l'azione di consulenza ed aggiornamento favorendo, in maniera particolare, incontri con gli operatori turistici delle province interessate. L'attività di monitoraggio e controllo sarà esercitata per l'intero anno.	
<b>Risorse finanziarie assegnate</b>	<b>Capitolo di Bilancio</b>	<b>Importo</b>
	(se esistente)	(budget assegnato)

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso



Coordinamento sedi assegnate (Brindisi, Bari, Bat)	100%
Incontri e riunioni con ufficio Osservatorio e Ass.to al Turismo regionale; Consulenze in materia di finanziamenti, bandi e aggiornamento sulla normativa regionale turistica a favore di altri Enti;	100%
Verifica e controllo della corretta applicazione della normativa attinente le locazioni turistiche e del relativo codice identificativo assegnato.	100%

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Coordinamento territori di Brindisi, Bari e BAT nei servizi assegnati;							X	X	X	X	X	X
Incontri e riunioni con ufficio Osservatorio e Ass.to al Turismo regionale;									X	X	X	X
Consulenze in materia di finanziamenti, bandi e aggiornamento sulla normativa regionale turistica a favore di altri Enti;							X	X	X	X	X	X
Verifica e controllo della corretta applicazione della normativa attinente le locazioni turistiche e del relativo codice identificativo assegnato.							X	X	X	X	X	X



## Responsabile P.O. Accoglienza e valorizzazione

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
<b>Accoglienza e Valorizzazione</b>	<b>Flavia Leone</b>

<b>Titolo Obiettivo classificato di:</b> Innovazione • Sviluppo • Mantenimento •	Coordinamento del Progetto esecutivo “Accoglienza e valorizzazione” a valere su fondi POR e FSC; Coordinamento attività di liquidazione di “Infopoint” annualità 2017-2018 e InPuglia365 2016. Attuazione interventi di valorizzazione a valere su Fondi Europei e Nazionali;	
<b>Descrizione Obiettivo</b>	Attuazione degli interventi previsti nel Progetto “Accoglienza e Valorizzazione ‘22” (fondi FESR), e ulteriori progetti di promozione (fondi FSC), garantendo: la sostenibilità dei processi interni, il coordinamento delle risorse coinvolte, il rispetto delle singole voci di costo e del budget complessivo. L’obiettivo consiste altresì nella verifica/monitoraggio dell’efficacia delle singole iniziative in relazione agli obiettivi macro strategici. Coordinamento delle attività di liquidazione di “Infopoint” annualità 2017-2018 e InPuglia365 2016.	
<b>Descrizione delle fasi di attuazione:</b>	individuazione delle priorità in relazione agli obiettivi strategici; individuazione delle risorse umane e coordinamento per distribuzione carichi di lavoro; supporto all’avvio e gestione di tutte le procedure amministrative; controllo esecuzione attività; redazione relazioni intermedie/finali; supporto alle attività di liquidazione; follow up per la rendicontazione;	
<b>Risorse finanziarie assegnate</b>	<b>Capitolo di Bilancio</b>	<b>Importo</b>
	\	\

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
impegni di spesa su fondi FESR e FSC	90%
contrattualizzazioni su fondi FSC se assegnati	100%
rispetto del budget prefissato (no sforamenti)	100%

# PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

<b>Fasi e tempi</b>	gen nai o	feb bra io	ma rzo	apr ile	ma ggi o	giu gno	lugl io	ago sto	sett em bre	ott obr e	nov em bre	dic em bre
individuazione delle priorità in relazione obiettivi strategici individuazione delle risorse umane e coordinamento per distribuzione carichi di lavoro							x	x	x	x	x	x
supporto all'avvio e gestione di tutte le procedure amministrative							x	x	x	x	x	x
contrattualizzazioni su fondi FSC se assegnati											x	x
controllo esecuzione attività							x	x	x	x	x	x
supporto alle attività di liquidazione							x	x	x	x	x	x
follow up per la rendicontazione							x		x	x	x	x



## Responsabile P.O. Prodotto Turistico

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
Prodotto Turistico	Ottavia Grassi

<p>Titolo Obiettivo classificato di:</p> <p>Innovazione <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Sviluppo <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Mantenimento <input type="checkbox"/></p>	<p>Innovazione mediante la realizzazione di una serie di azioni che, correlate alla strategia di promozione e innovazione della destinazione, puntino ad una mappatura delle sperienze turistiche, riferite ai prodotti turistici, sviluppando un calendario di eventi a tema, coordinato e strutturato e attraverso la creazione di una visione innovativa di offerta turistica e di rapporto con il turista, favoriscano la nascita di azioni preliminari di costruzione del Cluster Prodotto Turistico.</p> <p>Sviluppo di quattro prodotti turistici (Enogastronomia; Mare, natura, sport e benessere; Wedding e Mice; Arte e Cultura), dai quali scaturiscono altri sottoprodotti strettamente collegati, con l'obiettivo principale di implementare la competitività della regione Puglia, in tema di prodotto turistico, rispetto alle grandi concorrenti del mercato nazionale ed internazionale.</p> <p>Realizzazione di azioni che rendano tangibile la destinazione, strutturando un'offerta che, mediante lo sviluppo di diversi "brand di prodotto" e la riconoscibilità degli stessi come "brand territoriali" in Italia e all'estero, sia in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica, destagionalizzi i flussi, punti sull'internazionalizzazione e lo sviluppo sostenibile del territorio e favorisca la nascita di DMO pubblico/private.</p>
<p>Descrizione Obiettivo</p>	<p>Il servizio Prodotto Turistico, attraverso la realizzazione del progetto esecutivo Prodotto Turistico, persegue i seguenti obiettivi:</p> <p>Sviluppare diversi "Brand di prodotto" rendendoli brand territoriali riconoscibili in Italia e all'Estero;</p> <p>Destagionalizzare la destinazione;</p> <p>Puntare sull'internazionalizzazione, lo sviluppo sostenibile del territorio e l'inclusività;</p> <p>Sviluppare e sostenere i settori economici di riferimento dei quattro prodotti turistici (Enogastronomia; Mare, natura, sport e benessere; Wedding e Mice; Arte e Cultura), dai quali scaturiscono altri sottoprodotti strettamente collegati, implementando la competitività della regione Puglia anche rispetto alle grandi concorrenti del mercato nazionale ed internazionale, con ricadute positive sull'occupazione (impact on employment);</p> <p>Attivare processi locali virtuosi realizzare Azioni preliminari di costruzione del Cluster Prodotto Turistico, generando la nascita di reti di imprese e DMO pubblico/private;</p> <p>Ampliare la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia;</p> <p>Supportare il comparto del M.I.C.E. &amp; Wedding.</p> <p>Per il raggiungimento degli obiettivi indicati, sono previste tre azioni prioritarie:</p> <p>1. Azioni di comunicazione del prodotto turistico e preliminari attività di qualificazione dell'offerta esistente, mediante la mappatura delle esperienze turistiche esistenti legate ai prodotti turistici (enogastronomia, cammini, bike, sport e benessere, wedding, arte e cultura), partendo dall'autenticità del territorio e dalla genuinità ed alta qualità dei prodotti ed accompagnando gli operatori alla nascita di DMO pubblico/private;</p>

	<p>2. Attività di promozione b2c del prodotto turistico attraverso la partecipazione a fiere settoriali, workshop, forum e incontri di settore nazionali ed internazionali specializzati per prodotto, da realizzarsi su territorio regionale, nazionale e internazionale;</p> <p>3. Azioni preliminari di costruzione Cluster Prodotto Turistico mediante un ascolto mirato dei territori e delle imprese ed ampliando la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia.</p> <p>Per perseguire tali obiettivi ed azioni mirate il Servizio Prodotto Turistico attua un confronto costante e continuo con l'esterno (mercati esteri, altre regioni italiane) e l'interno (operatori e stakeholders pugliesi, partenariato socio-economico) e svolge i propri compiti in stretta collaborazione con gli altri Uffici di Pugliapromozione e le Strutture Regionali (Dipartimento Turismo e Cultura, Sezione Turismo e Sezione Cultura e Valorizzazione dei Beni Culturali).</p> <p>Nei mesi settembre-dicembre 2022, si lavorerà per:</p> <p>1. Sviluppo dei quattro prodotti turistici (Enogastronomia; Mare, Natura, Sport e Benessere; Wedding e Mice; Arte e Cultura), mediante                  - la partecipazione ad eventi promozionali specifici per ogni prodotto da realizzarsi in Puglia e sul territorio nazionale per accrescere la conoscibilità del Brand Puglia Prodotto Turistico (Wta Puglia 2022, Zerobarriere, Salone Nautico Brindisi, Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico: BMTA 2022 Paestum; Al Gawsit 2022, Identità Golose);                  - Redazione del progetto attuativo di promozione e comunicazione della Puglia wedding - destination "prima o poi mi sposo...in Puglia" e completamento Bonus Wedding 2020</p> <p>2. Innovazione del prodotto turistico, mediante:                  Mappatura delle migliori location wedding;                  Mappatura delle migliori esperienze enogastronomiche;</p>	
Descrizione delle fasi di attuazione:	<p>Le fasi di attuazione degli obiettivi saranno strettamente correlate alla realizzazione delle azioni previste dal Progetto esecutivo del Prodotto Turistico e nello specifico così articolate:                  Analisi e Mappatura dell'esistente al fine di definire possibili azioni attuative, identificare partner potenziali, giungere ad una pianificazione di possibili risultati;                  Avvio ed Esecuzione delle attività/eventi/workshop di promozione e comunicazione del prodotto turistico, mediante pianificazioni di riunioni mirate, la creazione di una documentazione completa, la realizzazione e il lancio promozionale degli stessi;                  Monitoraggio, Controllo e Rendicontazione delle attività/eventi/workshop anche mediante debriefing con gli stakeholder di progetto.</p>	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio  \\	Importo  \\

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Completamento esame istanze e liquidazioni procedure bonus wedding	100% delle schede utili per la messa online

Redazione dei progetti attuativi di promozione e comunicazione del Prodotto Wedding – Destination, Arte e Cultura, Sport e Natura (es. Bike e Cammini), Mare	Almeno 70% delle schede utili per la messa online
Partecipazione ad eventi promozionali specifici per ogni prodotto turistico (fiere settoriali, workshop, forum e incontri di settore nazionali ed internazionali) da realizzarsi su territorio regionale, nazionale e internazionale.	Almeno 70% delle schede utili per la messa online
Avvio delle Azioni preliminari di costruzione Cluster Prodotto Turistico mediante un ascolto mirato dei territori, degli operatori turistici, e favorendo il dialogo tra gli stakeholders e la Regione Puglia, Pugliapromozione, Autorità Portuali e Aeroportuali, gli altri Enti locali, il partenariato economico e sociale.	Almeno 50% delle schede utili per la messa online
Azioni di supporto al comparto del M.I.C.E. & Wedding	Almeno 70% delle schede utili per la messa online

Fasi e tempi	gennaio	Febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Analisi e Mappatura dell'esistente							X					
Avvio ed Esecuzione delle attività/eventi/workshop di promozione e comunicazione del prodotto turistico							x	x	x	x	x	x
Monitoraggio, Controllo e Rendicontazione delle attività/eventi/workshop							x	x	x	x	x	x



## Responsabile P.O. Patrimonio e attività negoziali

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
<b>Ufficio Patrimonio e Attività Negoziati</b>	<b>Miriam Giorgio</b>

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione <input type="checkbox"/> Sviluppo <input type="checkbox"/> Mantenimento <input type="checkbox"/>	L'obiettivo principale è quello di gestire il coordinamento del Piano strategico Puglia365 relazionandosi con i responsabili dei progetti esecutivi per l'attuazione tecnica e con i Rup di ciascun progetto per la attuazione giuridico-amministrativa.  Inoltre, obiettivo prioritario per l'anno in corso è il buon andamento del coordinamento delle attività di Aiuto alle imprese delle filiere Turismo e Cultura attraverso la gestione dell'Organismo intermedio.  Ulteriore obiettivo è la gestione delle attività giuridico-amministrative come Rup del Bilancio ordinario, con riferimento a tutte le esternalizzazioni e al Cerimoniale regionale.  Infine l'obiettivo è la gestione del contenzioso e degli affari legali relativa a tutte le attività dell'Agenzia.				
Descrizione Obiettivo	Gli obiettivi si articolano in: ordinari o di mantenimento, con riferimento al coordinamento del Piano Strategico del Turismo, ai rapporti con il Direttore Generale e le Aree tecniche, al fabbisogno ordinario di servizi, beni e lavori necessari per la normale conduzione e il regolare funzionamento dell'A.RE.T.; altresì, per consentire il rispetto delle regole giuridiche e amministrative che presidono l'utilizzo delle risorse ricadenti nei Fondi Strutturali dell'Unione Europea; altresì, per favorire l'attuazione delle strategie e delle azioni del "core business". di sviluppo e innovazione per contribuire ad aggiornare il funzionamento dell'ente attraverso indicazioni operative per la semplificazione amministrativa e l'aggiornamento normativo degli atti e dei processi di attuazione, in relazione all'operato dei RUP di progetto e degli altri funzionari e istruttori amministrativi; altresì, per accrescere la efficienza dell'ente attraverso processi innovativi, nonché per ridurre la burocrazia delle procedure, nei rapporti con gli operatori di settore e con gli altri soggetti interessati dalle azioni e/o attività negoziali dell'ente.				
Descrizione delle fasi di attuazione:					
Risorse finanziarie assegnate	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Capitolo di Bilancio</th> <th style="width: 40%;">Importo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">\</td> <td style="text-align: center;">\</td> </tr> </tbody> </table>	Capitolo di Bilancio	Importo	\	\
Capitolo di Bilancio	Importo				
\	\				

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Numero di procedimenti/provvedimenti prodotti	50%

Numero di contestazioni/ricorsi/reclami	20%
Tempi medi (velocità) di espletamento delle procedure	30%

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Procedimenti ordinari							X	X	X	X	X	X
Procedimenti contribuiti							X	X	X	X	X	X
Acquisto beni/servizi/lavori							X	X	X	X	X	X
Snellimento – semplificazione – riduzione oneri amministrativi							X	X	X	X	X	X
Gestione ricorsi/reclami/contestazio ni							X	X	X	X	X	X
Supporto azioni core business							X	X	X	X	X	X
Avvio Albo Fornitori												X





## Responsabile P.O. Procedure Amministrative di Innovazione, Governance, Comunicazione

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
<b>PATRIMONIO, ATTIVITA' NEGOZIALE E PROCEDURE</b>	<b>BUONO OLGA</b>

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione <input type="checkbox"/> Sviluppo <input checked="" type="checkbox"/> Mantenimento <input type="checkbox"/>	Realizzare le attività con tempestività efficacia ed efficienza di responsabile unico del procedimento dei progetti esecutivi di governance comunicazione ed Innovazione
Descrizione Obiettivo	Svolgere le attività amministrative relative ai suddetti progetti di concerto con le aree tecniche garantendo l'espletamento delle fasi di: 1 fase: programmazione con riferimento alle azioni dei progetti esecutivi 2 fase: pianificazione con la stesura degli atti di gara 3 fase: esecuzione delle procedure su piattaforme pubbliche E i tempi di realizzazione delle iniziative secondo le indicazioni del Direttore generale.
Descrizione delle fasi di attuazione:	Progetto comunicazione: Avviso co-branding in scadenza al 06.11.2022, Avviso media plan, Certificazione e liquidazione multivalenti accordo TPP, Valutazione integrazioni per eventi in accordo TPP ante 2020, di concerto con Resp. Rendicontazione e Resp. Progetto, Incarico a Pubblicità legale per avviso Maritim Tourism  Progetto Governance Completamento predisposizione atti Avviso Pugliesi nel mondo  Progetto Innovazione Liquidazione SAL 5 RTI Engineering per affidamento in epoca covid, Liquidazione SAL RTI Engineering per affidamento SIRTUR, Modifica contrattuale senza impatto finanziario per conduzione operativa del Portale Cultura in affidamento SIRTUR di concerto con i due DEC Modifica contrattuale per nuovo progetto sui dati (Knowage) Avviso consultazione in vista di una RDO su Agenzia Comunicazione per contenuti sito di concerto con Resp. e DEC, Procedura negoziata trattativa diretta su MEPA per turismo giovanile, Pubblicazioni MIT per procedure avviate da giugno a dicembre.  Bilancio ordinario Liquidazione Contributi, Affidamento US lecce: contrattualizzazione Convezione pulizie, manutenzione e reception: liquidazione 1 anno Rassegna stampa: contrattualizzazione, Pulizie altre sedi e sanificazioni: avvio TD su MEPA, Attrezzature varie: ODA su MEPA, Convezioni Stampanti su MEPA, Pubblicazioni MIT per procedure

Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	(se esistente)	(budget assegnato)

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Percentuale di attuazione delle procedure previste dal progetto esecutivo "innovazione"	80%
Percentuale di attuazione delle procedure previste dal progetto esecutivo "governance"	80%
Percentuale di attuazione delle procedure previste dal progetto esecutivo "comunicazione"	80%

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	Agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Procedure di attuazione								X	X	X	X	X
contrattualizzazione								X	X	X	X	X
Liquidazione										X	X	X



## Responsabile P.O. Procedure Amministrative di promozione, valorizzazione e prodotto

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
PATRIMONIO, ATTIVITA' NEGOZIALE E PROCEDURE	ANTONINO CARMELA

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione <input type="checkbox"/> Sviluppo <input checked="" type="checkbox"/> Mantenimento <input type="checkbox"/>	Attuazione dei progetti inerenti all'area Promozione, Valorizzazione e Prodotto turistico fino a dicembre 2022.		
Descrizione Obiettivo	<p>Area Promozione: è prevista la realizzazione di attività di promozione della destinazione Puglia attraverso interventi quali Fiere ed eventi e workshop business to business. Gli obiettivi da realizzare entro dic. 2022 nell'ambito dell'area promozione consistono nella messa a punto delle procedure amministrative inerenti la realizzazione dei seguenti eventi e in parte la loro liquidazioni: IMTM (Tel Aviv); BTM (Taranto); BIT Area; Bit allestimenti; TEJ Turismo expo; TTG area; TTG allestimenti; TTG sicurezza; IGLTA Convention; IGLTA materiale informativo; WTM; IBTM (Barcellona); ILTM Cannes.</p> <p>Area Valorizzazione : è previsto l'Avviso pubblico di manifestazione di interesse Maritim Tourism per acquisire offerte di servizi di comunicazione e promozione del brand puglia nell'ambito del maritime tourism e la contrattualizzazione delle imprese vincitrici dell'Avviso.</p> <p>Area Prodotto: entro dicembre 2022 gli obiettivi previsti consistono prevalentemente in azioni di comunicazione del prodotto turistico e attività di qualificazione dell'offerta esistente. Azioni di comunicazione volte alla mappatura delle esperienze turistiche esistenti legate ai prodotti turistici (enogastronomia, cammini, bike, sport e benessere, wedding, arte e cultura), utili per comunicare al turista non generalista, un calendario di eventi e di esperienze turistiche "pure, più strutturato e differenziato per prodotto turistico.</p> <p>Qui di seguito i progetti da attuare entro dicembre 2022: Zero barriere; WTA Puglia; Salone nautico Puglia; Fiera di Paestum; <b>Al Gawsit Endurance Cup 2022; Accordo ANCI Puglia bike e cammini.</b></p>		
Descrizione delle fasi di attuazione:	Realizzazione delle procedure amministrative inerenti l'attuazione dei progetti delle aree suddette attraverso l'applicazione della legge 241/1990 e ss.mm.ii. (norme sul procedimento amministrativo); il Codice dei Contratti Pubblici (D.Lgs. 50/2016) e ss.mm.ii.; il D.L. 33/2013 (riguardante il diritto di accesso e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione delle informazioni da parte della PA) e, la soft law dell'ANAC ad integrazione della normativa vigente in tema di appalti pubblici. Redazione dei contratti con i vari soggetti privati e pubblici. Redazione degli atti di liquidazione e verifica della corretta esecuzione dei contratti da parte del DEC. Inoltre sovrintendendo l'esecuzione delle azioni progettuali come garante della legalità e della correttezza della fase esecutiva.		
	<table border="1"> <tr> <td>Capitolo di Bilancio</td> <td>Importo</td> </tr> </table>	Capitolo di Bilancio	Importo
Capitolo di Bilancio	Importo		

Risorse finanziarie assegnate	///	///
-------------------------------	-----	-----

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Percentuale di attuazione delle procedure previste dal progetto esecutivo "promozione"	80%
Percentuale di attuazione delle procedure previste dal progetto esecutivo "valorizzazione"	80%
Percentuale di attuazione delle procedure previste dal progetto esecutivo "prodotto"	80%

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	Agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Procedure di attuazione								X	X	X	X	X
contrattualizzazione								X	X	X	X	X
Liquidazione										X	X	X





# PROMOZIONE

Agenzia Regionale del Turismo

Toronto, Settimana Cucina Italiana Tel Aviv)												
Supporto nello scouting degli stakeholder e supporto all'ufficio educational nell'organizzazione dei tour									X	X	X	X
Rafforzamento della partnership istituzionale con il Sistema Italia (BIT, Settimana Cucina Italiana)											X	



## Responsabile P.O. Rendicontazione

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
Rendicontazione	Giuseppe Milella

Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione <input type="checkbox"/> Sviluppo <input type="checkbox"/> Mantenimento <input type="checkbox"/>	L'obiettivo dell'attività pianificata consiste nel controllo e nell'inserimento dati in MIRWEB, ai fini della certificazione, di un target-quantum di spesa a valere sull'Azione 6.8, per lo step di dicembre 2022 di € 6.900.000,00 (cumulato a quanto già realizzato a Luglio 2022 (€ 5.600.000,00)).	
Descrizione Obiettivo	Il target obiettivo è stato concordato con la Sezione Turismo in fase di previsioni fornite all'AdG del Programma PO FESR 2014-2020; Contestualmente all'obiettivo di breve indicato, l'Ufficio ha pianificato un'attività di Audit su tutta la spesa affidata dell'Azione 6.8, con distinguo tra le annualità 2016-2020 (vecchi CUP) e le annualità 2020-2022 (nuovi CUP)	
Descrizione delle fasi di attuazione:	1) Individuazione dello schema di affidamenti e della spesa in lavorazione; 2 Controllo delle cartelle digitali e elaborazione report di audit- check della documentazione; 3 Caricamento dati in rendiconto MIRWEB; trasmissione note. Attività di audit finalizzata alla programmazione attività 2023.	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	\	\

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
Target di spesa concordato a Dicembre Azione 6.8	100%

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
Rendicontazione Az.6.8;							X	X	X	X	X	
Interazione e contraddittorio con gli Uffici preposti alla certificazione										X	X	X
Attività di Audit spesa Vecchi CUP e rendicontazione vecchi CUP							X	X				X
Attività di audit Nuovi CUP											X	X



## Responsabile P.O. Turismo e Trasporti

Centro di Responsabilità: Servizio	Responsabile
Formazione e Trasporti	Mastronardi Nica
Titolo Obiettivo classificato di: Innovazione <input checked="" type="checkbox"/> X Sviluppo <input type="checkbox"/> Mantenimento <input type="checkbox"/>	<p>A - TURISMO E FORMAZIONE            OBIETTIVO GENERALE: FORMAZIONE OPERATORI DEL TURISMO</p> <p>OBIETTIVO GENERALE: FORMAZIONE STUDENTI E GIOVANI INOCCUPATI</p> <p>B – TURISMO E TRASPORTI            OBIETTIVO GENERALE: PROMOZIONE DELLA MOBILITA’ TURISTICA, SOSTENIBILE E ACCESSIBILE</p>
Descrizione Obiettivo	<p>A - TURISMO E FORMAZIONE            OBIETTIVO GENERALE: FORMAZIONE OPERATORI DEL TURISMO            La Regione Puglia, attraverso l’ARET Agenzia regionale del Turismo Pugliapromozione intende avviare una serie di iniziative rivolte a: qualificare e diversificare l’offerta turistica della Puglia; individuare e mettere a punto un sistema di eccellenze regionali; sviluppare la cultura dell’accoglienza in sintonia con le Associazioni di categoria del settore. In questo contesto risulta centrale individuare nella formazione una risorsa strategica per lo sviluppo del settore ed, in particolare, creare un sistema stabile di formazione continua per gli addetti e per i titolari delle PMI della filiera turistica, per meglio comprendere le nuove sfide del mercato globale al fine di innovare l’accoglienza, promuovere l’identità e la sostenibilità, valorizzare e gestire il patrimonio culturale.</p> <p>OBIETTIVO GENERALE: FORMAZIONE STUDENTI E GIOVANI INOCCUPATI            La priorità deve essere quella di realizzare un settore turistico più innovativo, inclusivo e sostenibile in cui i giovani siano i protagonisti.</p> <p>B – TURISMO E TRASPORTI            OBIETTIVO GENERALE: PROMOZIONE DELLA MOBILITA’ TURISTICA, SOSTENIBILE E ACCESSIBILE            L’ARET, di concerto con l’Assessorato regionale al turismo e l’Assessorato regionale ai trasporti intende garantire l’innalzamento della qualità dei servizi offerti dalla rete dei trasporti in termini di sostenibilità            OBIETTIVO GENERALE: ATTUAZIONE DEL PROGETTO MINISTERIALE “C.Os.T.A” - Comunità ospitali per il turismo accessibile - Progetti pilota per il turismo accessibile lungo le coste pugliesi”            La Regione Puglia, attraverso la propria Agenzia specializzata Pugliapromozione, intende individuare, mediante avviso pubblico, alcuni territori lungo la costa adriatica e ionica in cui dare sviluppo a</p>



	<p>un modello partecipato di turismo accessibile, coinvolgendo in maniera diretta gli operatori economici e sociali ivi presenti. I territori da selezionare avranno una diretta connessione con i perimetri degli Ambiti Territoriali Sociali in modo da poter beneficiare del ruolo di coordinamento dei servizi che gli Ambiti già svolgono come compito istituzionale ed anche al fine di connettere l'azione pilota che si intende sviluppare con il più ampio sistema di welfare ed inclusione sociale attivato sul territorio.</p> <p>Il progetto prevede la sperimentazione di progetti pilota in diverse zone del territorio regionale attraverso il coinvolgimento di soggetti del Terzo settore e di imprese turistiche che dovranno promuovere apposite manifestazioni di interesse utili allo scopo. Nell'ambito del progetto si andrà a sperimentare un modello di lavoro congiunto fra i due Dipartimenti regionali interessati (Welfare e Turismo), con il coinvolgimento dell'Agenzia Regionale Strategica per il Turismo (AreT-Puglia Promozione).</p>
<p>Descrizione delle fasi di attuazione:</p>	<p><b>A - TURISMO E FORMAZIONE</b></p> <p>OBIETTIVO GENERALE: FORMAZIONE OPERATORI DEL TURISMO  OBIETTIVO GENERALE: FORMAZIONE STUDENTI E GIOVANI INOCCUPATI</p> <p>Il raggiungimento di questi obiettivi prevede le seguenti fasi:</p> <p><b>ANALISI DEL FABBISOGNO (1-2 mesi):</b> sulla base di dati esistenti e ricerche rese disponibili dalle Università, Centri di ricerca, enti di formazione e Osservatorio turistico regionale nonché rilevati dagli incontri territoriali già effettuati per l'aggiornamento del PST, si svilupperà una fase di studio e analisi del fabbisogno esistente. La valutazione ex ante consentirà di verificare le azioni da implementare nel breve, medio e lungo termine.</p> <p><b>PROGETTAZIONE (1-2 mesi):</b> programmazione delle azioni da sviluppare per il conseguimento degli obiettivi</p> <p><b>SVILUPPO DELLE AZIONI (10 mesi):</b> sulla base del PST si implementeranno le azioni per il raggiungimento dei risultati, in collaborazione con gli uffici regionali</p> <p><b>FOLLOW UP E ANALISI DEI RISULTATI (2 mesi):</b> analisi e verifica dei risultati delle azioni realizzate per il conseguimento degli obiettivi</p> <p><b>B – TURISMO E TRASPORTI</b></p> <p>1) OBIETTIVO GENERALE: PROMOZIONE DELLA MOBILITA' TURISTICA, SOSTENIBILE E ACCESSIBILE</p> <p>2) OBIETTIVO GENERALE: ATTUAZIONE DEL PROGETTO MINISTERIALE "C.Os.TA" A FAVORE DEL TURISMO ACCESSIBILE</p> <p>- ANALISI DEL FABBISOGNO (1-2 mesi): sulla base di dati esistenti e ricerche rese disponibili dalle Università, Centri di ricerca, uffici regionali e Osservatorio turistico regionale nonché rilevati dagli incontri territoriali già effettuati per l'aggiornamento del PST, si svilupperà una fase di studio e analisi del fabbisogno esistente. Questa fase prevede l'aggiornamento della mappatura, per tipologia di servizi e aree, dei servizi di mobilità turistica esistenti. La valutazione ex ante</p>

	consentirà di verificare le azioni da implementare nel breve, medio e lungo termine. - PROGETTAZIONE (1-2 mesi): programmazione delle azioni da sviluppare per il conseguimento degli obiettivi attraverso tavoli di confronto con la Sezione Turismo e gli uffici regionali di competenza sulla materia trasporti - SVILUPPO DELLE AZIONI (10 mesi): sulla base del PST si implementeranno le azioni per il raggiungimento dei risultati, in collaborazione con gli uffici regionali e i Dipartimenti coinvolti nella progettazione dei servizi - FOLLOW UP E ANALISI DEI RISULTATI (2 mesi): analisi e verifica dei risultati delle azioni realizzate per il conseguimento degli obiettivi	
Risorse finanziarie assegnate	Capitolo di Bilancio	Importo
	//	//

INDICATORI DI RISULTATO	
Descrizione	Valore atteso
N° di soggetti coinvolti	100%
N° di workshop ed eventi formativi	100%
N° di corsi attivati per le imprese	100%
N° di procedure amministrative e atti prodotti	100%
N° di azioni comunicazione attivate (web, social, ecc.)	100%
N° di servizi di mobilità turistica attivati e promossi	100%

Fasi e tempi	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre
ANALISI DEL FABBISOGNO						X	X	X				
PROGETTAZIONE							X	X				
SVILUPPO DELLE AZIONI							X	X	X	X	X	X
FOLLOW UP E ANALISI DEI RISULTATI											X	X

