

4)-L'ATTIVITA ISTITUZIONALE

Le missioni istituzionali

Molteplici sono le funzioni e le finalità poste dall'Agenzia a base della propria attività, in sintonia tanto con la funzione istituzionale primaria, fissata col decreto-legge istitutivo, di promuovere l'immagine unitaria dell'offerta turistica nazionale e di favorirne la commercializzazione, quanto con le linee operative definite col d.P.R. n. 207/2006 recante il Regolamento di organizzazione e disciplina dell'Agenzia:

- curare la promozione integrata delle risorse turistiche delle Regioni;
- promuovere le varie tipologie dell'offerta turistica nazionale;
- realizzare strategie promozionali a livello nazionale e internazionale, di informazione all'estero e di sostegno alla commercializzazione dei prodotti turistici italiani;
- svolgere attività di consulenza e di assistenza per lo Stato, le Regioni e per gli altri organismi pubblici in materia di promozione di prodotti turistici, individuando idonee strategie commerciali che permettano all'Italia di presentarsi in modo efficace sui mercati stranieri;
- organizzare servizi di consulenza, assistenza e collaborazione in favore di soggetti pubblici e privati, ivi compresi gli uffici e le agenzie regionali, per promuovere e sviluppare processi indirizzati ad armonizzare i servizi di accoglienza e di informazione ai turisti;
- attuare forme di collaborazione con gli Uffici della rete diplomatico-consolare del Ministero degli affari esteri.

Attività promozionale

L'attività promozionale si muove nell'ottica del Piano triennale 2007-2009 e del Piano esecutivo 2009, redatto in presenza di uno scenario turistico internazionale caratterizzato da una situazione di criticità generalizzata. In tale contesto, connotato dal decremento dei flussi, l'Europa registra un calo complessivo pari al 5,6%, particolarmente marcato nell'area settentrionale e orientale.

Il Piano Esecutivo Annuale 2009, elaborato in piena sintonia col Piano promozionale triennale 2007-2009, ha confermato la strategia promozionale fondata sulla pianificazione e l'attuazione di un sistema integrato di iniziative diversificate,

finalizzate a incrementare la diffusione e l'incisività degli interventi operati sul mercato a supporto dell'immagine turistica dell'Italia. Il Piano ha delineato due obiettivi primari da perseguire nella prospettiva del supporto assicurato in forma unitaria al rilancio del *brand* Italia:

- ✓ la valorizzazione delle sinergie tra ENIT e quelle Regioni e quegli Enti locali territoriali che svolgono attività promozionale all'estero mediante operazioni finalizzate a radicare il rispettivo marchio nei Paesi interessati;
- ✓ l'approfondimento di azioni a sostegno della diffusione sia dei prodotti tradizionali, quali cultura, mare e natura, sia dei prodotti in espansione, come il turismo congressuale, del benessere e delle località della "Italia nascosta".

Molteplici aspetti vengono a tal fine sottoposti costantemente ad un'accurata attività di indagine, volta a delineare gli strumenti conoscitivi indispensabili alla programmazione dell'attività promozionale coerente con il sistema turistico, e cioè, in particolare: analisi macroeconomica e valutaria del mercato turistico; caratteristiche relative all'origine dei flussi turistici dei vari Paesi; scelte dei viaggiatori relative a destinazioni preferite, periodi di permanenza e quantità di spesa; politiche della concorrenza; tipologia della domanda.

L'interazione dei diversi elementi che costituiscono l'insieme degli interventi promozionali a sostegno dell'immagine turistica unitaria dell'Italia si è ispirata al criterio dell'armonizzazione tra l'alto grado di penetrazione nel mercato delle azioni intraprese e la riduzione dei relativi oneri di spesa. A tale proposito, la Sede Centrale ha indirizzato e coordinato l'attività della rete periferica, nell'intento di consolidare e sviluppare adeguati strumenti di *comarketing* e stringere accordi e sinergie operative mirate a consentire la realizzazione di iniziative promozionali prive di costi per l'Ente o basate sulla condivisione della spesa con partner selezionati.

Le campagne pubblicitarie e le azioni di comunicazione attuate in forza di accordi di *comarketing* con le compagnie aeree di linea e *low cost*, con gli operatori turistici e l'imprenditoria privata di altri settori industriali hanno contribuito a diffondere in maniera pervasiva e capillare il messaggio promozionale a sostegno del *brand* Italia e delle risorse dell'offerta turistica nazionale.

Nel corso del 2009 sono stati siglati accordi di cooperazione con 168 attori del mercato turistico, appartenenti a diverse categorie, che hanno consentito la realizzazione di 700 azioni promozionali congiunte, afferenti alle seguenti categorie:

roadshow; campagne pubblicitarie; allestimento vetrine; *direct mailings*; presentazioni programmi; formazione *on line* per agenti; manuali di vendita per agenti; *educational tour* per operatori; iniziative *ad hoc*.

Nell'ambito del programma di comunicazione innovativo "*Italia much more*", sviluppato in attuazione della convenzione stipulata tra ENIT, RAI e RAI TRADE, è stato realizzato uno spot promozionale in tre versioni della durata di 60, 30 e 15 secondi, concepito quale cornice di immagini denotate da profonda attrattività e modularità, all'interno della quale è possibile inserire riferimenti a prodotti e risorse turistiche specifiche.

Tale programma – che aveva dato luogo, nel 2008, alla assunzione di impegni pari ad € 4.435.576 (capitolo 105160: progetti promozionali speciali) e nessuno stanziamento per l'anno di competenza – si è sviluppato, nel 2009, utilizzando soltanto la gestione dei residui.

È stato, inoltre, utilizzato lo strumento del *comarketing* con gli imprenditori del settore turistico al fine di assicurare adeguato risalto alle risorse turistiche italiane tramite inserzioni sulla stampa specialistica e generalista e nelle pagine *web* di operatori, compagnie aeree e portali di viaggio.

In tale contesto, secondo quanto riferito dall'ENIT, le campagne di pubblicità su stampa e *outdoor*, – che, nell'anno precedente, aveva messo in evidenza l'assunzione di impegni per la notevolissima somma di € 10.774.034 (oltre un terzo di tutta la categoria "spese per prestazioni promozionali") – presenta la maggiore contrazione di impegni (che sono stati, nel 2009, pari ad € 458.095,74), evidenziando che, in tal modo, l'Agenzia ha sostanzialmente "recuperato" in gran parte la pesante diminuzione delle entrate (e, in particolare, del contributo statale).

Nell'ambito degli stanziamenti iscritti ai capitoli 105040 (spese per la organizzazione e per la partecipazione a fiere, esposizioni, convegni ed altre manifestazioni) e 105050 (spese per l'assistenza alla commercializzazione dell'offerta turistica e incentivi) si può dire che l'Agenzia ha incentrato su di essi una buona parte della propria attività dell'anno in considerazione, avendo assunto impegni di spesa di € 10.804.414,17, sul primo (circa il 58% di tutta la Categoria), e di € 2.697.417,47, sul secondo.

Infatti, al fine di favorire la scelta dell'offerta relativa alle mete italiane da parte degli operatori e sollecitare l'attenzione verso di esse da parte del pubblico, l'Ente ha curato, inoltre, la realizzazione di numerose iniziative, quali la partecipazione a manifestazioni di settore, la realizzazione di eventi promozionali di varia tipologia, lo sviluppo di forme di commercializzazione del prodotto italiano. Tra queste ultime

svolge un ruolo rilevante l'organizzazione di *Workshops*, che costituisce occasioni di incontro tra la domanda e l'offerta turistica.

Numerosi sono stati, inoltre, gli allestimenti vetrinistici curati presso gli Uffici ENIT e le sedi delle agenzie di viaggio, a supporto della diffusione dell'immagine dell'Italia e a beneficio dei prodotti turistici delle Regioni.

Le iniziative promozionali elaborate al fine di favorire la diffusione dell'immagine turistica dell'Italia e favorire, in seconda fase, la commercializzazione dei relativi prodotti ripartite nelle varie tipologie sotto indicate, hanno registrato, nel 2009, 3.838.641 contatti con il pubblico.

L'utilizzo dei diversi strumenti promozionali si dispiega in funzione delle caratteristiche dei mercati e della maggiore efficacia realizzabile.

In India, ad esempio, l'immaginario legato alla cinematografia costituisce la chiave su cui è possibile fondare interventi finalizzati alla diffusione in profondità del messaggio a favore delle destinazioni italiane, utilizzando la capacità degli attori indiani di modellare i gusti del pubblico e orientarne le scelte.

In coerenza, è stato sviluppato dall'Ufficio di Mumbai un complesso di iniziative volte a favorire la selezione di ambientazioni italiane per le opere cinematografiche indiane di ampio impatto sul pubblico.

ENIT ha, pertanto, partecipato alla decima edizione dell'IIFA, *International Indian Film Academy Awards 2009*, curando le relazioni con i principali esponenti della cinematografia indiana, al fine di motivare la produzione di film in Italia, e ha fornito assistenza alle case di produzione per facilitare lo svolgimento di riprese in località italiane.

Un ulteriore elemento fondante dell'azione promozionale consiste nell'utilizzazione di eventi caratterizzati da ampio richiamo di pubblico, quali, ad esempio, i Campionati Mondiali di atletica leggera svoltisi a Berlino dal 15 al 23 agosto 2009, che hanno fornito l'occasione per l'organizzazione di un complesso di iniziative a favore del *brand* Italia; ENIT ha collaborato con l'Ambasciata d'Italia e l'Istituto per il Commercio Estero per la realizzazione della manifestazione denominata "*Maratona del gusto*" e ha garantito l'attuazione del progetto teso a valorizzare le eccellenze turistiche ed enogastronomiche dell'Italia, che si è concluso nella capitale tedesca dopo le tappe di Francoforte, Vienna, Monaco e Amburgo, nella cornice allestita da FIDAL Casa Italia Atletica.

Nella città austriaca di Linz, dichiarata capitale europea della cultura 2009, molteplici tipologie di iniziative promozionali, realizzate nella cornice del festival "*Mondo Italia*", hanno concorso a promuovere il *Made in Italy* e le destinazioni nazionali presso un'ampia platea di partecipanti.

L'organizzazione di concorsi volti a premiare le pubblicazioni giornalistiche ed editoriali in materia di turismo in Italia costituisce un incentivo alla realizzazione di prodotti informativi di qualità, rappresentando, al tempo stesso, uno strumento di diffusione mediatica dell'immagine del nostro Paese e delle sue destinazioni.

Iniziative in tal senso sono state realizzate a Francoforte e Madrid; in Germania il Premio ENIT 2009 per la migliore guida turistica in lingua tedesca, giunto alla XV edizione, è stato assegnato nell'ambito della Fiera Internazionale del Libro, di fronte a una autorevole platea costituita da rappresentanti delle istituzioni italiane e tedesche, giornalisti, operatori turistici e imprenditori del mondo editoriale e culturale; in Spagna la V edizione del Premio "*Italia por Descubrir*" ha rilasciato tre riconoscimenti ai giornalisti autori di *reportages* e articoli sull'Italia.

In Olanda, l'ENIT, congiuntamente con l'ICE e l'Istituto Italiano di Cultura, ha promosso il *Made in Italy* attraverso la presentazione dei prodotti della tradizione italiana in occasione dell'evento denominato "*Het Italie Evenement*", organizzato al fine di potenziare la capacità di attrazione di una vacanza in Italia.

Le presentazioni dell'offerta turistica rientrano tra le forme di assistenza che ENIT predispone a beneficio di Regioni ed Enti locali, mediante l'attuazione di un complesso di iniziative finalizzate a conferire visibilità ai prodotti e alle risorse turistiche.

Tali azioni di comunicazione vengono assunte anche a favore degli operatori del settore nell'intento di favorire la diffusione delle proposte di catalogo sia presso gli agenti di viaggio, sia nei confronti della clientela.

Significativi aspetti inerenti alla cultura, all'arte, all'ambiente italiani, nonché innovazioni e attrattive legate all'offerta turistica costituiscono oggetto di illustrazione in incontri a tema organizzati con l'obiettivo di diffondere la conoscenza delle mete italiane presso destinatari selezionati.

La presenza di un *desk* ENIT in funzione informativa e promozionale assicura visibilità al *marchio Italia* anche in occasione della celebrazione di eventi e ricorrenze istituzionali inerenti all'Italia, al Paese in cui opera l'Ufficio dell'Agenzia o a organismi transnazionali quali l'Unione Europea, l'ONU e la NATO.

L'Ufficio di Bruxelles, ad esempio, ha collaborato con la Rappresentanza militare italiana presso la NATO e lo SHAPE (*Supreme Headquarters Allied Powers Europe*), per l'organizzazione di due giornate dedicate a presentare l'Italia e le proprie bellezze a un pubblico costituito dal corpo diplomatico e militare di oltre trenta Paesi dell'area europea e nordamericana.

Si riportano di seguito i dati significativi relativi alle fiere in cui ENIT ha garantito la visibilità delle destinazioni italiane, sviluppando altresì occasioni di incontro tra la domanda e l'offerta, nel corso del 2009:

Manifestazioni 2009	
Presenze delle Regioni	165
Operatori italiani partecipanti	3.794
Operatori stranieri partecipanti	464.972
Contatti con il pubblico	1.507.988

La presenza alle manifestazioni è stata anche finalizzata a supportare la promozione e gli incontri di commercializzazione relativi a prodotti specifici, come, ad esempio la EIBTM di Barcellona e la IMEX di Francoforte dedicate al *settore congressuale*, il *Metro Ski Show*, fortemente richiesto da Regioni e operatori a beneficio dell'*offerta ontagna*, la ILTM di Cannes sul *turismo di lusso*.

Si è continuato a prestare particolare attenzione ai *mercati emergenti* sia nell'area sud-americana, sia nel continente asiatico.

Numerose le iniziative svolte in Brasile, per le quali ci si è avvalsi anche della collaborazione con la *European Travel Commission* in America Latina.

In Cina alla partecipazione alla BITE di Pechino si è affiancata la presenza alla fiera CITM di Kunming, organizzata dalla *China National Tourism Authority*.

L'Agenzia ha, inoltre, confermato l'interesse per gli eventi fieristici svolti nei mercati di India, Corea ed Emirati Arabi, dove nel corso del 2010 inizia l'operatività del nuovo Ufficio ENIT a Dubai e Abu Dhabi.

5) I RISULTATI DELLA GESTIONE

In applicazione del d.P.R. 27 febbraio 2003, n. 97, l'Agenzia ha elaborato lo stato patrimoniale e il conto economico secondo gli schemi indicati dagli artt. 2424 e 2425 del codice civile.

Il Conto consuntivo, approvato dal Commissario Straordinario e munito del parere favorevole del Collegio dei revisori⁴ (4), presenta i seguenti dati:

CONTO FINANZIARIO*(in euro)*

	2008	2009	Variazione %
ENTRATE CORRENTI	55.280.708	44.098.751	-20,23%
ENTRATE IN CONTO CAPITALE	0	45.411	---
PARITE DI GIRO	36.210.046	42.483.808	17,33%
TOTALE ENTRATE ACCERTATE	91.490.754	86.627.970	-5,32%
SPESE CORRENTI	54.661.878	42.179.587	-22,84%
SPESE IN CONTO CAPITALE	1.797.834	1.340.158	-25,46%
PARITE DI GIRO	36.210.046	42.483.808	17,33%
TOTALE SPESE IMPEGNATE	92.669.758	86.003.553	-7,19%
AVANZO FINANZIARIO	-1.179.004	624.417	-152,96%

La situazione finanziaria si presenta in netto miglioramento, passata dal disavanzo registrato nel 2008 (€ 1.179.004) ad un avanzo di € 624.417, da attribuire alla circostanza che, nel 2009 – in presenza di diminuzione tanto delle entrate che delle uscite –, la diminuzione di queste ultime è stata più marcata (-7,19% rispetto a -5,32%).

Il contributo statale per il 2009, che era stato programmato dalla legge (finanziaria) 24 dicembre 2007, n. 244 (Tabella C) nella misura di € 49.715.000, ha subito una drastica riduzione con la legge (finanziaria) 22 dicembre 2008, n. 203 (- euro 16.160.286), che lo ha fissato in € 33.554.714. Una ulteriore decurtazione di € 70.954,00 è stata disposta dal Ministero dell'economia e delle finanze, fissando così lo stanziamento finale in € 33.483.760, con una variazione negativa di € 12.452.413, pari a -27,11%,

⁴ L'approvazione del Commissario Straordinario ebbe luogo il 30 aprile 2010, mentre la Relazione di competenza del Collegio dei revisori venne redatta il 25 maggio 2010 (si consideri che tale Organo era stato nominato il 15 marzo 2010).

rispetto al contributo del 2008. Il contributo statale è stato di pari livello nel 2010 (€ 33.386.000: -0,29%), ma ha subito una ulteriore drastica riduzione per il 2011 (almeno a livello di previsione iniziale: € 24.572.000, -26,40%, che si riporta sostanzialmente a quello del 2006).

ENTRATE

(in euro)

ENTRATE	2008	2009	DIFFERENZA	VARIAZIONE %
Contributo a carico dello Stato	45.936.173	33.483.760	-12.452.413	-27,11%
Trasferimenti per interventi speciali a sostegno dell'immagine del turismo italiano	246.000	120.000	-126.000	-51,22%
Trasferimenti da parte dello Stato	46.182.173	33.603.760	-12.578.413	-27,24%
Compartecipazione delle Regioni alle azioni promozionali dirette ai mercati esteri	6.097.809	7.319.014	1.221.205	20,03%
Trasferimenti da parte delle Regioni	6.097.809	7.319.014	1.221.205	20,03%
Compartecipazione di Comuni e Province ad azioni promozionali dirette ai mercati esteri	249.042	177.198	-71.844	-28,85%
Trasferimenti da parte dei Comuni e delle Province	249.042	177.198	-71.844	-28,85%
ENTRATE DERIVANTI DA TRASFERIMENTI CORRENTI	52.529.024	41.099.972	-11.429.052	-21,76%
Proventi derivanti dalla prestazione di incentivi di servizi pubblicitari e promozionali	324.746	278.527	-46.219	-14,23%
Entrate derivanti dalla vendita di beni e dalla prestazione di servizi	324.746	278.527	-46.219	-14,23%
Affitti di immobili	3.000	3.000	0	0,00%
Interessi attivi su depositi, conti correnti, mutui e prestiti	42.811	10.359	-32.452	-75,80%
Subaffitto di immobili	198.573	151.089	-47.484	-23,91%
Redditi e proventi patrimoniali	244.384	164.448	-79.936	-32,71%
Recuperi e rimborsi diversi	345.715	337.682	-8.033	-2,32%
Differenze cambio attive su trasferimenti valutari alla rete estera	958.115	976.706	18.591	1,94%
Poste correttive e compensative di spese correnti	1.303.830	1.314.388	10.558	0,81%
Entrate eventuali	0	35.693	35.693	---
Compartecipazione di soggetti privati ad iniziative e progetti finalizzati	878.724	1.205.723	326.999	37,21%
Entrate non classificabili in altre voci	878.724	1.241.416	362.692	41,27%
ALTRE ENTRATE	2.751.683	2.998.779	247.096	8,98%
ENTRATE CORRENTI	55.280.708	44.098.751	-11.181.957	-20,23%
Alienazioni di immobilizzazioni tecniche	0	0	0	---
Ritiri depositi a cauzione presso terzi	0	45.411	45.411	---
Riscossione di crediti	0	45.411	45.411	---
ENTRATE PER ALIENAZIONE DI BENI PATRIMONIALI E RISCOSSIONI CREDITI	0	45.411	45.411	---
ENTRATE IN CONTO CAPITALE	0	45.411	45.411	---
PARTITE DI GIRO	36.210.046	42.483.808	6.273.762	17,33%
TOTALE ENTRATE	91.490.754	86.627.970	-4.862.784	-5,32%

Nel corso dell'esercizio 2009 l'Ente ha provveduto ad accantonare, in via cautelativa, al capitolo 110020 "Oneri vari straordinari" la somma di € 1.900.586 in ottemperanza a quanto stabilito dall'art. 1, comma 482, della Legge 27 dicembre 2007, n. 296 (e con riferimento alla nota del 17 giugno 2009 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo).

Con riguardo alle altre voci che compongono le entrate, meritano segnalazione l'incremento dei trasferimenti dalle Regioni (euro 1.221.205,23, pari al 20,03% rispetto al 2008, sul capitolo 204010 "Compartecipazione delle Regioni alle azioni promozionali dirette ai mercati esteri") e l'aumento di € 326.999,04, pari al 37,21%, registrato sul capitolo 310020, "Compartecipazione di soggetti privati ad iniziative e progetti finalizzati".

Per contro, si presenta in diminuzione (€ 71.884, pari a -28,85%), la quota di "Compartecipazione di Comuni e Province alle azioni promozionali dirette ai mercati esteri", sul capitolo 205010, in presumibile collegamento con la ridotta disponibilità finanziaria degli enti locali: ma – comunque – su livelli assoluti molto inferiori a quelli citati in precedenza.

Si segnala che gli Uffici ENIT all'estero hanno provveduto anche per il 2009 a recuperare gli interessi attivi maturati sui conti correnti esteri, in ottemperanza a quanto stabilito dal decreto-legge 28 giugno 1990, n. 167, convertito nella legge 4 agosto 1990, n. 227. La minore entrata (di € 32.452,02, pari al - 75,80%) rispetto all'esercizio 2008 è dovuta alla riduzione della consistenza media dei conti correnti, conseguente alla contrazione dei trasferimenti all'estero, causata a sua volta dalla riduzione del contributo statale.

Il cespite "trasferimenti per interventi speciali a sostegno dell'immagine del turismo italiano" (€ 120.000, capitolo 203020) si riferisce al contributo assegnato all'ENIT dalla Presidenza del Consiglio – Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo per la partecipazione alla manifestazione IMEX che si è svolta a Francoforte dal 26 al 28 maggio 2009. La somma è stata interamente incassata nel corso dell'anno di competenza.

USCITE*(in euro)*

	2008	2009	DIFFERENZA	VARIAZIONE %
spese per gli organi dell'Ente	346.893	458.965	112.072	32,31%
Oneri per il personale in attività di servizio	15.481.195	15.852.510	371.315	2,40%
Spese per l'acquisto di beni di consumo e di servizi	8.616.270	5.221.961	-3.394.309	-39,39%
SPESE DI FUNZIONAMENTO	24.444.358	21.533.436	-2.910.922	-11,91%
Spese per prestazioni istituzionali	28.870.090	18.793.935	-10.076.155	-34,90%
Trasferimenti passivi	97.700	97.000	-700	-0,72%
Oneri finanziari	42.418	50.426	8.008	18,88%
Oneri tributari	949.823	1.023.489	73.666	7,76%
Poste correttive e compensative di entrate correnti	247.556	668.360	420.804	169,98%
Spese non classificabili in altre voci	9.933	12.941	3.008	30,28%
INTERVENTI DIVERSI	30.217.520	20.646.151	-9.571.369	-31,67%
SPESE CORRENTI	54.661.878	42.179.587	-12.482.291	-22,84%
Acquisizione di beni di uso durevole e opere immobiliari	26.065	309.202	283.137	1086,27%
Acquisizione di immobilizzazioni tecniche	286.352	482.824	196.472	68,61%
Partecipazione e acquisto di beni mobiliari	89.000	0	-89.000	-100,00%
Concessione di crediti ed anticipazioni	0	45.411	45.411	---
Indennità di anzianità e similari al personale cessato dal servizio	1.396.417	502.721	-893.696	-64,00%
INVESTIMENTI	1.797.834	1.340.158	-457.676	-25,46%
SPESE IN CONTO CAPITALE	1.797.834	1.340.158	-457.676	-25,46%
PARTITE DI GIRO	36.210.046	42.483.808	6.273.762	17,33%
TOTALE USCITE	92.669.758	86.003.553	-6.666.205	-7,19%

Il rapporto, fra il 2008 e il 2009, fra le spese promozionali (€ 28.870.090 per il primo anno, € 18.793.935 per l'anno successivo), da una parte, e le spese per gli Organi dell'Agenzia, le spese per il personale e le spese generali (complessivamente, euro 24.444.358 ed euro 21.533.436), dall'altra, si attesta, per il 2009, all'87,28%, notevolmente peggiorativo rispetto a quello dell'anno precedente (113%), il che, peraltro, è agevole comprendere stante la notevole diminuzione delle spese per prestazioni promozionali (- 34,90%) rispetto alla evidente rigidità della spesa per il personale (che, infatti, è aumentata del 2,40%).

Comunque, nell'intento di limitare le spese per il personale, l'Agenzia ha procrastinato le sostituzioni del personale collocato in pensione, sia locale che di ruolo

(infatti, al 31 dicembre 2009, i primi si sono ridotti da 123 a 118, e gli altri da 118 a 112), e riducendo significativamente le missioni fuori sede (la relativa spesa è diminuita, fra il 2008 e il 2009, da € 133.495,07 ad € 99.719,99: - 25,30%).

B) CONTO ECONOMICO

(in euro)

	2008	2009
VALORE DELLA PRODUZIONE		
Proventi e cor. della produzione	53.732.494	40.716.426
Variazioni rimanenze	0	0
Variazioni lavori in corso	0	0
Incrementi immobilizzazioni	0	0
Altri ricavi e proventi	547.288	527.464
Totale valore della produzione	54.279.782	41.243.890
COSTI DELLA PRODUZIONE		
Spese materie e merci	443.147	354.803
Spese servizi	34.668.133	21.748.360
Spese beni di terzi	2.613.105	2.428.789
Personale	16.381.157	15.950.540
Altri costi	905.440	813.551
Ammortamenti	474.136	486.304
Variazioni rimanenze	-38.566	-7.919
Accantonamento per rischi	86.500	0
Accantonamento fondi per oneri	1.022.989	1.076.226
Oneri diversi di gestione	88.174	0
Totale costi della produzione	56.644.216	42.850.654
DIFFERENZA VALORE/COSTI PRODUZIONE	-2.364.434	-1.606.764
Totale proventi finanziari	770.114	318.706
Rettifiche di valore	0	0
Totale partite straordinarie	889.620	635.932
Utile/Perdita	-704.700	-652.126

La differenza, per i due anni di riferimento, fra il valore della produzione e i costi di produzione (in entrambi casi negativa: € 2.364.434,08 per il 2008, € 1.606.764,30 per il 2009), si presenta comunque in miglioramento nell'anno più recente. Oltre tutto, la predetta differenza (negativa) fra valore della produzione e costi della produzione, per il 2009 (€ 1.606.764,30), si riduce alla somma di euro 652.125,95 per effetto del "totale proventi finanziari" (euro 318.706,36: risultato fra differenze cambio attive e differenze cambio passive, più interessi attivi) e del "totale partite straordinarie" (€ 635.931,99: eliminazione di residui passivi relativi ad esercizi precedenti).

Fra le partite di costo "Accantonamenti fondi per oneri" (euro 1.076.226) assume rilevanza quasi totalitaria la spesa per "imposte, tasse e tributi vari" (€ 1.023.489).

C) STATO PATRIMONIALE

(in euro)

ATTIVITÀ	2008	2009
Disponibilità liquide	14.581.097	7.989.965
Residui attivi	19.025.224	15.288.476
Investimenti mobiliari	213.140	245.930
Immobili	4.505.258	4.822.603
Immobilizzazioni tecniche	0	0
Diverse	505.585	471.761
Immobilizzazioni in corso	0	0
Totale attività	38.830.304	28.818.735

PATRIMONIO NETTO

PASSIVITÀ	2008	2009
Residui passivi	28.475.381	17.170.690
Fondi amm.ti e dep.ti	4.643.906	4.950.420
Fondo rischi ed oneri futuri	261.852	1.900.586
Fondo liquidaz. Personale	0	0
Totale passività	33.381.140	24.021.696
PATRIMONIO NETTO	5.449.165	4.797.039

Il patrimonio netto si è ridotto, nel corso del 2009, da euro 5.449.164,72 ad euro 4.797.038,77, con una diminuzione di € 652.126,00, pari alla perdita di esercizio.

Tra gli "investimenti mobiliari" si segnala la partecipazione alla Società "Promuovi Italia" (costituita nel 2004), di cui, nel 2007, l'Ente ha acquisito l'intero Portafoglio (capitale sociale: € 11.000), mentre, nel corso del 2008, il capitale sociale è stato elevato ad € 100.000. In data 15 settembre 2009, l'Assemblea Straordinaria della Promuovi Italia ha disposto, da una parte, la trasformazione della Società da s.r.l. in s.p.a, e, dall'altra, l'aumento del capitale sociale di € 20.000,00, utilizzando parte della riserva straordinaria.

Le funzioni fondamentali consistono nello "svolgere azioni di promozione turistica, fornire consulenza tecnica per la definizione ed attuazione di politiche di sviluppo nel settore del turismo in Italia nonché nei principali Paesi europei ed extraeuropei" e nel "fornire supporto e consulenza tecnica alle Amministrazioni territoriali e locali per le attività di concertazione, progettazione ed attuazione di programmi ed iniziative multilaterali o integrate di sviluppo turistico promossi dall'UE e dallo Stato".

Il patrimonio netto al 31 dicembre 2009 ascende ad € 178.903,00 (capitale sociale, euro 120.000; riserva straordinaria, euro 56.208,00; reddito di esercizio 2009, euro 2.695,00). Con riferimento a tale Società *in house*, è opportuno segnalare che, con decreto in data 23 novembre 2010, il Dipartimento competente – in esecuzione di due direttive del Ministro del turismo – ha disposto il versamento all'ENIT della somma di euro sette milioni, che deve essere riversata in un'unica soluzione alla Promuovitalia s.p.a., al fine dell'aumento del capitale sociale della società stessa (per un milione) e del finanziamento (per la somma restante), per tre anni, delle attività (specificamente indicate) che dovranno essere svolte da una società *in house* di nuova costituzione (e denominata "Convention Bureau s.p.a."). La somma di euro sette milioni è stata incassata dall'ENIT verso la fine del mese di dicembre 2010.

D) SITUAZIONE AMMINISTRATIVA

(in euro)

CONSISTENZA DELLA CASSA ALL'INIZIO DELL'ESERCIZIO	2008		2009		Variazione %
		5.582.817		14.581.097	
Riscossioni	In c/competenza	74.191.859		73.881.719	
	In c/residui	16.457.356	90.649.215	16.476.605	90.358.324
					-0,32%
Pagamenti	In c/competenza	66.264.277		72.895.876	
	In c/residui	15.386.658	81.650.935	24.053.580	96.949.456
CONSISTENZA DELLA CASSA ALLA FINE DELL'ESERCIZIO		14.581.097		7.989.965	-45,20%
Residui attivi	In c/competenza	1.726.330		2.542.225	
	In c/residui	17.298.895	19.025.224	12.746.251	15.288.476
					-19,64%
Residui passivi	In c/competenza	2.069.900		4.063.013	
	In c/residui	26.405.481	28.475.381	13.107.677	17.170.690
					-39,70%
AVANZO D'AMMINISTRAZIONE ALLA FINE DELL'ESERCIZIO		5.130.940		6.107.751	19,04%
Quota vincolata per la formazione e l'aggiornamento del personale		88.174		108.282	22,80%
Quota vincolata per rinnovi contrattuali in corso		222.547		309.047	---
Quota costituita dai proventi della vendita di immobili, destinata all'acquisto di immobili		516.393		516.393	0,00%
Quota vincolata per gara pubblicità in corso di espletamento				0	-100,00%
TOTALE PARTE VINCOLATA		827.114		933.722	---
AVANZO DI AMMINISTRAZIONE DISPONIBILE		4.303.826		5.174.029	0,84%
Residui attivi di dubbia esigibilità		-65.100		-65.100	0,00%
Accantonamento art. 1, c. 482, legge finanziaria 2007		0		-1.900.586	---
QUOTA DISPONIBILE DELL'AVANZO DI AMMINISTRAZIONE		4.238.726		3.208.343	-36,67%

L'avanzo di amministrazione dell'esercizio, pari ad € 6.107.751 (superiore del 19,04% rispetto a quello dell'anno precedente), è disponibile per il 2010 nella misura di € 3.208.343, dopo avere accantonato la somma di € 108.282 per la formazione e l'aggiornamento del personale, la somma di € 309.047 per rinnovi contrattuali in corso e la somma di € 516.393 quale quota costituita dai proventi della vendita di immobili, destinata all'acquisto di altri immobili, nonché la somma di € 1.900.586 ai sensi e per gli effetti dell'art. 1, comma 482, della legge finanziaria 2007 (legge 27 dicembre 2006, n. 296), che trova riscontro nella nota del 17 giugno 2009 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo; inoltre è stato escluso dall'avanzo di amministrazione la somma di € 65.100 per residui attivi di dubbia esigibilità.

E) GESTIONE DEI RESIDUI

Il rendiconto finanziario evidenzia che i residui attivi alla conclusione della gestione di competenza dell'esercizio 2009 si attestano alla somma di € 15.288.476, con una diminuzione del 19,65% rispetto al dato iniziale, per effetto dell'andamento nettamente favorevole delle riscossioni di residui provenienti da anni precedenti rispetto ai residui di nuova formazione; e che i residui passivi si sono ridotti (drasticamente) del 40% (passando da euro 28.475.381 ad € 17.170.690), ma solo come conseguenza del disimpegno della somma di € 10.740.000 per l'annullamento, in autotutela, di un bando di gara per la realizzazione di una campagna pubblicitaria (e non a dimostrazione – quindi – di una migliorata capacità di smaltimento dei residui passivi).

RESIDUI ATTIVI

(in euro)

CONSISTENZA AL 1/01/2009		19.025.224
RISCOSSIONI	16.476.605	
MINORI ACCERTAMENTI	6.394	2.542.225
RESIDUI ESERCIZIO 2009		12.746.251
TOTALE RESIDUI ATTIVI AL 31/12/2009		15.288.476
CONSISTENZA AL 1/01/2009		28.475.381
PAGAMENTI	24.053.580	
MINORI IMPEGNI	358.789	4.063.012
RESIDUI ESERCIZIO 2009		13.107.678
TOTALE RESIDUI PASSIVI AL 31.12.2009		17.170.690

L'89% del totale dei residui attivi al 31 dicembre 2009 riguarda (come l'anno precedente) tre soli capitoli: € 8.200.292 per il capitolo 203010 (contributi a carico dello Stato); euro 4.416.194 per il capitolo 204010 (compartecipazione delle Regioni alle azioni promozionali dirette ai mercati esteri); euro 1.047.023 per il capitolo 722090 (somme recuperate dagli uffici periferici per prestazioni istituzionali).

Con riguardo ai residui passivi, meritano segnalazione – dopo il disimpegno di € 10.740.000 di cui si è detto in precedenza – quelli registrati al 31 dicembre 2009 sui seguenti capitoli: euro 3.409.051 sul capitolo 105040 (spese per l'organizzazione e per la partecipazione a fiere, mostre, esposizioni, convegni e ad altre manifestazioni); euro

1.840.597 sul capitolo 105050 (spese per l'assistenza alla commercializzazione dell'offerta turistica e incentivi); euro 1.699.070 sul capitolo 105180 (spese per l'attività degli osservatori turistici); euro 1.367.826 sul capitolo 105160 (progetti promozionali speciali). L'importo dei residui su tali quattro capitoli (euro 8.316.544) costituisce il 48,43% della massa complessiva dei residui passivi.