

TABELLA A – Dotazione organica rideterminata ai sensi del decreto-legge n.194/2009 convertito nella legge n.25/2010

AREA	N.
Dirigenza	14
Area C	121
Area B	60
Area A	0
Professionisti	2
Totale	197

TABELLA B - La consistenza effettiva del personale – di ruolo e "locale" – dell'ENIT al 31/12/2010, era la seguente:

PERSONALE DI RUOLO				PERSONALE LOCALE ALL'ESTERO	
	SEDE	ESTERO	TOTALE		
Dirigenti di seconda fascia	8*	6	14	Area A**	72
Area C	62	7	69	Area B***	42
Area B	28	-	28		
Totale	98	13	111		
Totale Sede ed Estero	111			Totale	114

* Di cui n.1 dirigente a tempo determinato e n.1 dirigente in aspettativa.

** Oltre al Direttore Generale e ad una unità alla quale viene applicato il contratto giornalistico.

*** Mansioni di coordinamento e di concetto.

**** Mansioni esecutive.

La consistenza del personale appartenente all'area direttiva appare sostanzialmente coerente con la necessità di sostenere il confronto con le dinamiche del mercato turistico (specialmente internazionale), tanto è vero che tale consistenza è molto più marcata per le sedi estere.

3.3 Costo del personale

Il costo complessivo per il personale dipendente è stato, per l'anno 2010, pari ad € 15.118.575,93, facendo così registrare una diminuzione del 4,63% rispetto all'omologo dato dell'anno precedente (€ 15.852.510), di cui € 8.818.831 per i dipendenti di ruolo (anno precedente: € 9.567.911; -7,83%), ed euro 6.299.745 per il personale "locale" (anno precedente: € 6.284.599; pressoché immutato).

Il costo per ciascun dipendente di ruolo (111, oltre al Direttore Generale e alla unità cui si applica il contratto giornalistico) si è attestato ad € 78.043 (comprensivo di contributi previdenziali e assistenziali e degli accantonamenti per T.F.R.: € 8.818.831) (con una diminuzione del 7,01% rispetto all'omologo dato dell'anno precedente), mentre il costo per ciascun dipendente "locale" (spesa complessiva: € 6.299.745) è stato pari ad euro 55.261 (+3,76%).

Con riguardo alle singole voci di spesa relative agli oneri per il personale, si deve segnalare, da una parte, l'aumento della spesa impegnata per le indennità varie per servizio prestato all'estero, per le indennità e rimborso spese di trasporti per trasferimenti e per le retribuzione di posizione e di risultato ai dirigenti. In notevole diminuzione è risultata la spesa concernente "oneri previdenziali e assistenziali a carico dell'ente per il personale in servizio in Italia e all'estero", passando da € 1.835.763 del 2009 ad € 1.065.069 del 2010. Tuttavia, si deve rilevare che in tale spesa erano ricomprese, nell'esercizio 2009, due voci di costo (€ 255.763 per "pagamento di cartelle esattoriali" ed € 182.949 relativi a "residui per saldo premio produttività 2009 e per congruagli competenze arretrate del personale dirigente in applicazione del CCNL 2006-2009) che non riguardano oneri previdenziali e assistenziali; di tal che, il raffronto fra i due anni per tale aspetto di spesa deve essere effettuato fra € 1.065.069 (2010) ed € 1.397.051 (€ 1.835.763 diminuito delle predette somme di € 255.763 ed € 182.949: 2009), che evidenzia – comunque – una diminuzione di € 331.982, pari al 23,76%.

La tabella che segue evidenzia le risultanze che precedono:

(in euro)

VOCI DI COSTO	2009	2010	Variazione %
Stipendi e altri assegni fissi al personale	3.167.576	3.034.553	-4,20%
Indennità varie per servizio all'estero	2.280.762	2.372.597	4,03%
Stipendi e altri assegni fissi al personale locale in serv. all'estero	4.729.039	4.825.102	2,03%
Fondo miglioramento efficienza Ente	1.487.300	1.434.405	-3,56%
Indennità di rimborso spese per missioni all'interno	30.888	14.862	-51,88%
Indennità di rimborso spese per missioni all'estero	105.103	54.681	-47,97%
Indennità di rimborso spese missioni al personale in servizio all'estero	99.720	91.418	-8,33%
Indennità di rimborso spese missioni al personale locale in servizio all'estero	91.315	112.454	23,15%
Indennità di rimborso spese di trasporti per trasferimenti	91.534	115.529	26,21%
Oneri previdenziali e assistenziali per il personale in servizio in Italia e all'estero	1.835.763*	1.065.069	-41,98%
Oneri previdenziali e assistenziali per il personale locale in servizio all'estero	1.223.866	1.123.724	-8,18%
Altri servizi oneri sociali	240.378	238.466	-0,80%
Corsi di formazione, aggiornamento e perfezionamento personale	42.462	52.398	23,40%
Contributo parziale per spese viaggio per congedo in Italia al personale in servizio all'estero	9.804	15.239	55,44%
Retribuzione di posizione e di risultato ai dirigenti	417.000	568.081	36,23%
TOTALE	15.852.510	15.118.576	-4,63%

*Di cui:

euro 255.763 per pagamento di cartelle esattoriali

euro 182.949 relativi a residui per saldo premio produttività 2009 e per congruagli competenze arretrate del personale dirigente in applicazione del CCNL 2006-2009

3.4 L'attività di formazione

Nonostante che l'anno in riferimento abbia fatto registrare una (ulteriore) diminuzione del contributo statale (- 12,79% rispetto all'anno precedente), l'Agenzia ha ritenuto di destinare la somma di euro 52.398 (rispetto al totale di euro 42.482 risultante dal consuntivo precedente: + 23,34%) all'attività di "formazione, aggiornamento e perfezionamento per il personale", che ha coinvolto circa la metà del personale in corsi specifici che riguardano in modo diretto l'attività istituzionale dell'Ente (in particolare, ampliamento delle conoscenze linguistiche e approfondimento della materia amministrativo-contabile).

3.5 Il processo di informatizzazione

A seguito del Protocollo di Intesa siglato il 21 dicembre 2009 dal Ministro per il turismo e dal Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione, finalizzato a favorire modalità di attuazione della riforma prevista dal decreto legislativo 27 ottobre 2009, n.150, in ordine alla *"Attuazione della legge 4 marzo 2009, n.15, in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni"*, l'Agenzia ha assunto un ruolo rilevante per la sperimentazione della riforma della pubblica amministrazione e del pubblico impiego, con il progetto denominato ENIT LAB.

Il Piano di attuazione, completato in anticipo sui tempi previsti, si è composto di quattro fasi, così suddivise:

- autovalutazione sul posizionamento dell'ENIT rispetto ai requisiti del decreto n. 150/2009, comprendente la mappatura dei processi di pianificazione e programmazione, la verifica della coerenza del sistema di gestione con le previsioni del citato decreto nonché lo sviluppo di un prototipo di gestione della *performance*;
- applicazione in via sperimentale del ciclo di gestione della *performance*;
- sviluppo dei sistemi di rilevazione della *customer satisfaction* (la cosiddetta *Iniziativa Mettiamoci la Faccia*) in sede, via telefono e attraverso Internet;
- definizione di un piano di Trasparenza.

La relazione sul processo di realizzazione delle singole fasi, approvata dal Comitato tecnico di valutazione e di monitoraggio istituito presso il Dipartimento della funzione pubblica, è stato pubblicato sul sito istituzionale www.riformabrunetta.it.

L'Organismo Indipendente di Valutazione dell'ENIT⁴, ritenuto valido il prototipo di gestione della *performance*, predisposto nell'ambito della Fase 1 del Piano di attuazione, ha ritenuto opportuno integrarne la struttura e l'impostazione nel Sistema di misurazione e valutazione della *performance*, adottato dall'Agenzia il 31 dicembre 2010.

L'esperienza sviluppata nel contesto dell'attuazione del Progetto ENIT LAB e della applicazione del ciclo di gestione della *performance* è, inoltre, confluita nell'attività di predisposizione e redazione del Piano della *Performance* 2011/2013 e del Programma Triennale per la trasparenza e l'integrità, redatti in conformità alla normativa vigente e adottati da ENIT il 31 gennaio 2011.

⁴ Nominato, per un triennio – ai sensi dell'art.14, comma 3, del decreto legislativo 27 ottobre 2009, n.150 – con deliberazione n.3 del 23 luglio 2010 del Presidente del Consiglio di amministrazione, e composto di tre soggetti esterni all'Agenzia; il compenso è stato determinato – con deliberazione n.16 del 30 maggio 2012 del Presidente del Consiglio di amministrazione – in € 11.000 annui per il Presidente e in € 9.000 annui per ciascuno dei due componenti.

4. L'ATTIVITA' ISTITUZIONALE

4.1 Le missioni istituzionali

La promozione turistica verso l'Italia e il supporto alla commercializzazione dei prodotti e delle risorse regionali costituiscono i due cardini dell'attività dell'Agenzia, la cui fisionomia, in coerenza con le innovazioni normative, è stata ridisegnata dal Regolamento di organizzazione dell'ENIT, approvato con decreto 21 gennaio 2010 del Ministro del turismo, di concerto con il Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione e con il Ministro dell'economia e delle finanze.

Il riassetto organizzativo, motivato dall'opportunità di valorizzare competenze e professionalità in grado di affinare e potenziare l'azione promozionale e accogliere le nuove sfide del mercato turistico, connota il ruolo di intermediazione dell'Agenzia tra la domanda e l'offerta e la funzione di raccordo con le politiche degli Enti territoriali e, in particolare, delle Regioni.

Nel potenziare l'attività di promozione e supporto alla commercializzazione per linee di prodotto, l'Agenzia opera, infatti, all'interno della rete costituita da *stakeholders* pubblici e privati, a beneficio dei quali sviluppa e realizza servizi e attività generati *in house*, facendo leva sulle professionalità interne e senza ricorrere, sostanzialmente, all'apporto di società esterne specializzate.

Le molteplici funzioni e finalità dell'Agenzia si possono così sintetizzare:

- 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.

L'Agenzia, inoltre, al fine di garantire la massima efficacia operativa alle linee progettuali del Regolamento di organizzazione, nel corso del 2010 ha avviato un piano per l'innovazione degli strumenti e interventi promozionali relativo ai seguenti aspetti:

- erogazione di servizi all'utenza dietro copertura dei costi;
- riorganizzazione del sistema di affiliazione al Club Italia;
- nuove modalità di supporto alla commercializzazione dei prodotti turistici.

4.2 Attività promozionale

Il Piano esecutivo 2010, predisposto nell'ambito del Programma promozionale triennale 2010-2012 con il fine principale di consolidare il *brand* Italia sui mercati tradizionali ed emergenti, aveva delineato linee di azione dirette a conseguire un triplice obiettivo consistente nell'assicurare la preferenza dei viaggiatori per la destinazione Italia, nel sostenere l'offerta e nel rafforzare la presenza dell'Agenzia sui mercati, potenziandone il ruolo nei confronti dei principali competitori.

La prevista riduzione del contributo statale per il 2011 ha comportato la modifica delle strategie impostate dall'Agenzia, attraverso una riorganizzazione delle attività promozionali previste nel suddetto Piano Esecutivo, al fine di assicurare la copertura finanziaria a iniziative programmate per il 2011.

È stato, pertanto, necessario procedere a una revisione e selezione dei progetti promozionali a sostegno del *brand* Italia e dell'offerta turistica nazionale.

L'azione promozionale dell'Agenzia afferisce a tre macroaree, distinte, al loro interno, in specifiche linee di azione e attività:

- a) *Studio e ricerca* (i Paesi generatori di *outgoing*; il mercato turistico; i rappresentanti della domanda);
- b) *Supporto al Brand Italia* (progetti speciali; azioni di comunicazione e pubblicità; iniziative *ad hoc*; manifestazioni; rapporti con le Regioni; rapporti con i media);
- c) *Supporto alla commercializzazione* (rapporto con gli operatori stranieri e le imprese italiane; Workshops e azioni di formazione per agenti di viaggio).

Nelle tabelle che seguono sono sintetizzati i principali risultati conseguiti dall'azione promozionale condotta dall'Agenzia nel 2010 mediante le iniziative attuate dalle sedi estere sui mercati di competenza:

Iniziative rivolte al pubblico	
Contatti con il pubblico delle iniziative promozionali	4.704.688
Contatti con il pubblico delle manifestazioni	1.363.592
Contatti con il pubblico delle campagne pubblicitarie	158.755.116
Contatti <i>Direct Mailings</i>	3.184.483
Totale contatti realizzati	168.007.879
Somme impegnate in promozione dagli Uffici all'estero	8.374.560,46
Rapporto costo/contatto	0,05

Iniziative rivolte al trade	
Operatori stranieri partecipanti alle manifestazioni all'estero	450.938
Operatori stranieri partecipanti a seminari e <i>workshops</i>	16.116
Operatori partecipanti a Borse in Italia	1.393

Iniziative rivolte alle Regioni	
Conferenze stampa organizzate per presentare l'offerta regionale	98
Iniziative promozionali realizzate a beneficio delle Regioni	237
Partecipazione delle Regioni alle manifestazioni	137

Nel corso dell'anno in riferimento, la collaborazione degli Uffici della Sede centrale ha prodotto il nuovo Catalogo dei servizi dell'ENIT, contenente la regolamentazione e la classificazione delle attività che l'Agenzia svolge su richiesta e a beneficio dell'utenza di settore.

Il documento trae origine dalla profonda revisione della Carta dei servizi, deliberata dal Consiglio di amministrazione dell'Ente nel 2004 per corrispondere all'invito rivolto dal Ministero delle attività produttive a incrementare forme autonome di entrata, anche attraverso l'erogazione di servizi specifici dietro corrispettivo, che consentano l'espansione delle prestazioni istituzionali.

La realizzazione di servizi *ad hoc* persegue l'obiettivo di incentivare la partecipazione degli *stakeholders* alle azioni di supporto alla commercializzazione del prodotto Italia, anche attraverso la valorizzazione dello strumento del *Virtual Travel Market*, che introduce, a partire dal 2011, una nuova dimensione espositiva

nell'ambito del supporto alla commercializzazione, soprattutto per le imprese medio-piccole.

Il *Virtual Travel Market*, nella veste di fiera virtuale *business to business* per la promozione della destinazione Italia, accessibile tramite il sito istituzionale www.enit.it, consente lo svolgimento di tutte le consuete attività fieristiche, nonché la realizzazione di *workshops* in un ambiente *on line* destinato all'incontro e al confronto tra qualificati rappresentanti della domanda e dell'offerta.

Mediante l'innovativo strumento della fiera virtuale, che costituisce un significativo punto di svolta per la commercializzazione del *Made in Italy*, si ampliano le possibilità di contatto tra operatori selezionati per competenze e professionalità, a vantaggio della diffusione sul mercato dei prodotti turistici nazionali.

La predetta iniziativa promozionale realizzata da ENIT rappresenta una novità sullo scenario internazionale per quanto riguarda il settore delle fiere turistiche.

Nell'ambito della promozione organica del Sistema Paese svolge una importante funzione la collaborazione con il Ministero degli affari esteri, finalizzata a favorire l'incremento dei flussi turistici provenienti dai Paesi emergenti.

In quest'ottica, fin dal 2003 ENIT cura con proprie risorse la fornitura di servizi per garantire l'accelerazione delle procedure di rilascio dei visti turistici, presso le Ambasciate e i Consolati italiani in Cina, India e nei principali paesi dell'area ex sovietica.

La collaborazione con l'imprenditoria privata svolge un ruolo importante nell'ampliamento dell'estensione e dell'incisività dell'azione promozionale a supporto della destinazione Italia.

Per conseguire questo obiettivo è fondamentale la selezione dei *partners*, in relazione al posizionamento sul mercato, al prestigio del marchio e alla qualità del progetto.

In tale quadro, importanti soggetti privati sono stati coinvolti, ad esempio, nel piano di comunicazione che ha ampliato la campagna pubblicitaria "*Italia much more*", iniziata nel 2009, mediante l'utilizzazione del canale cinematografico. Lo spot promozionale di trenta secondi sul patrimonio storico, artistico e paesaggistico dell'Italia, realizzato in attuazione della convenzione tra ENIT, RAI e RAITRADE, ha così beneficiato della diffusione tra il pubblico cinematografico.

A intercettare il *turismo di ritorno degli Italiani* residenti all'estero e a diffondere, per loro tramite quali *testimonial* all'estero delle attrattive del proprio Paese di origine, è appositamente dedicato il Piano di comunicazione predisposto da ENIT in collaborazione con Rai-Sipra.

In quest'ottica, la promozione e la valorizzazione dell'offerta italiana è stata affidata alla trasmissione e pubblicazione dello spot *Italia Much More*, adeguatamente personalizzato, sul canale televisivo Rai Italia e sui siti web Rai.it e Rai.tv.

L'azione pubblicitaria, attuata in Asia, in Africa e nelle Americhe, ha raggiunto un bacino di utenti superiore ai 50 milioni di spettatori, raggiungendo al tempo stesso 1.340.000 contatti sul web.

La conoscenza dei Paesi generatori di *outgoing* relativamente ai parametri e alle tendenze dell'economia, della composizione della popolazione e dei comportamenti turistici costituisce il fondamento necessario per valutare e incrementare l'efficacia della promozione a sostegno della destinazione Italia.

Adempiono questa importante funzione i cosiddetti *Focus- Paese*, previsti dalla Convenzione MAE-MAP-ENIT del 7 luglio 2004 e valorizzati dal Protocollo d'Intesa siglato il 14 gennaio 2009 dal Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo e il Ministero degli affari esteri, nel quadro della collaborazione a beneficio del posizionamento del "Sistema Paese" sullo scenario internazionale.

Il monitoraggio dei flussi turistici e valutari sia verso l'Italia, sia verso i Paesi concorrenti, ha consentito di mantenere aggiornata l'osservazione sulle dinamiche della domanda, anche ai fini dell'elaborazione di studi previsionali sulle scelte dei viaggiatori.

Gli studi, oltre a costituire la base informativa per l'azione dell'Agenzia, forniscono utili indicazioni alle Regioni e a tutti i soggetti pubblici e privati che costituiscono i principali *stakeholders* di ENIT.

Sono state curate, in particolare, le rilevazioni dei flussi turistici per i periodi di Pasqua, estate e Natale 2010, corredate dal progressivo aggiornamento delle caratteristiche della tipologia e dell'andamento della domanda turistica.

I dati raccolti e l'analisi sviluppata sul turismo natura hanno consentito all'Agenzia di predisporre un contributo alla ottava edizione del Rapporto ECOTUR, incentrato sul posizionamento dell'offerta italiana sui mercati stranieri.

Dallo studio condotto nel 2010, finalizzato a fornire ad ENIT gli strumenti per valutare l'impatto delle strategie promozionali sul mercato turistico, si ricava che su un totale di 5.114 cataloghi pubblicati nei Paesi in cui l'Agenzia è direttamente operativa, 3.426, pari al 67% del totale, contengono programmi sulle destinazioni italiane.

Nel 2010, l'Agenzia ha avviato l'ideazione e la realizzazione di un progetto promozionale di grande impatto mediatico, predisposto su impulso del Ministro del turismo al fine di consolidare la posizione dell'Italia quale destinazione turistica sui mercati di Brasile, Russia, India e Cina.

L'iniziativa, denominata "*Italia comes to you*", prevede l'utilizzo delle più moderne tecniche di comunicazione, dirette a Istituzioni, *opinion leaders*, media, nonché al pubblico e agli operatori dei suddetti Paesi, che rappresentano economie in rapida espansione, ai quali intende presentare il patrimonio artistico e naturale dell'Italia, la storia e la cultura del Paese e gli elementi maggiormente caratterizzanti del *Made in Italy*, costituendo, altresì, un'importante occasione di incontro e confronto tra i rappresentanti della domanda e dell'offerta.

Ancora, nel corso del 2010 è entrato nella fase realizzativa il Progetto *European Passion*, un'iniziativa promozionale internazionale di grande spessore, definita nelle sue linee strategiche dal Protocollo di Intesa siglato a Milano il 19 febbraio 2009 dai Ministri del turismo di Italia, Francia e Spagna, che vede per la prima volta riuniti i tre grandi Paesi europei nel comune intento di rilanciare il turismo con forza ed innovatività.

Integrare Italia, Francia e Spagna in un unico itinerario di viaggio e incrementare i flussi turistici attraverso la creazione e il posizionamento sul mercato di un *brand* di forte impatto è, infatti, l'ambizioso obiettivo che ha motivato la nascita, sotto il logo *European Passion*, del progetto congiunto, volto a favorire la commercializzazione dell'offerta dei tre Paesi nei mercati di Brasile, India e Cina.

È il primo – ma importante – passo verso un nuovo modo di promuovere le risorse turistiche in forma integrata, cercando di cogliere il desiderio del viaggiatore proveniente da altri continenti, che ha l'esigenza di conoscere l'Europa, invece di visitare singole destinazioni.

Nell'ambito del supporto alla commercializzazione, ENIT svolge inoltre una proficua opera di assistenza volta a facilitare il contatto diretto degli operatori con il territorio e con le risorse dell'organizzazione turistica periferica, al fine di consentire l'incremento delle proposte di viaggio in Italia presentate nei cataloghi della domanda.

Nel 2010 sono stati assistiti dagli Uffici ENIT complessivamente 4.383 operatori, dei quali 1.192 hanno partecipato ai 252 *educational tours* in Italia organizzati per assicurare la conoscenza e la sperimentazione del patrimonio culturale e paesaggistico e delle strutture turistiche, mentre 1.393 sono stati invitati a *workshops* per favorire l'incontro con l'offerta e la commercializzazione dei prodotti.

Nell'adempimento della funzione di intermediazione tra gli attori del mercato turistico, l'Agenzia cura, inoltre, l'organizzazione di *workshops* quali occasioni di incontro e confronto tra i rappresentanti della domanda e dell'offerta.

Tra le diverse iniziative realizzate da tutti gli Uffici della rete estera si segnala il *workshop* Italia-Brasile organizzato a San Paolo da ENIT in collaborazione con la

Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo. Presso i locali del Circolo Italiano 374 operatori brasiliani si sono incontrati con i rappresentanti dell'offerta italiana per elaborare proposte e soluzioni di viaggio finalizzate a convogliare verso le destinazioni italiane le potenzialità di un mercato in forte espansione.

Il *workshop* è stato preceduto da una conferenza stampa destinata a una selezionata platea di giornalisti, operatori e agenti di viaggio, volta a illustrare l'interesse del mercato brasiliano verso l'Italia, e dalla presentazione dell'offerta turistica italiana.

In Italia sono state organizzate 21 Borse del turismo, alle quali hanno partecipato 1.393 operatori turistici e 48 rappresentanti dei media, che hanno beneficiato dell'assistenza dell'Agenzia.

Nel 2010 sono stati 16.711 gli articoli pubblicati sulla stampa (generalista e di settore) in seguito a iniziative giornalistiche autonome, che hanno potuto beneficiare dell'assistenza assicurata dagli Uffici ENIT, mentre sono state realizzate complessivamente 4.478 pubblicazioni in conseguenza di azioni di comunicazione e iniziative realizzate dall'Agenzia.

Si deve segnalare che, con riguardo alle spese per l'attività istituzionale (somma complessivamente impegnata: € 16.463.005), l'Agenzia ha incentrato in buona parte la sua attività sulle disponibilità finanziarie destinate alle "spese per la organizzazione e per la partecipazione a fiere, mostre, esposizioni, convegni ed altre manifestazioni", sulle quali è stata impegnata la somma di € 10.031.467 (60,1% del totale). Meritano comunque segnalazione anche le somme impegnate per "progetti promozionali speciali" (€ 1.552.961) e per "spese per l'attività degli osservatori turistici" (€ 1.069.545).

5. I RISULTATI CONTABILI 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 negli artt. 2424 e 2425 del codice civile, affiancando alla contabilità finanziaria la contabilità economico-patrimoniale

Il Conto consuntivo, approvato dal Commissario straordinario, previo parere favorevole del Collegio dei revisori, presenta i seguenti dati:

5.1 IL RENDICONTO FINANZIARIO

La tabella che segue riporta i dati di sintesi degli ultimi due anni.

(in euro)

DESCRIZIONE	2009	2010	Variazione %
ENTRATE CORRENTI	44.098.751	43.159.396	-2,13
ENTRATE IN CONTO CAPITALE	45.411	28.159	-37,99
PARTITE DI GIRO	42.483.808	27.325.484	-35,68
TOTALE ENTRATE ACCERTATE	86.627.970	70.513.039	-18,60
SPESE CORRENTI	42.179.587	38.331.541	-9,12
SPESE IN CONTO CAPITALE	1.340.158	2.495.444	86,21
PARTITE DI GIRO	42.483.808	27.325.484	-35,68
TOTALE SPESE IMPEGNATE	86.003.553	68.152.469	-20,76
AVANZO FINANZIARIO DI COMPETENZA	624.417	2.360.570	278,04

L'avanzo finanziario registrato nell'anno 2010 si è attestato ad € 2.360.570 (+278 % rispetto all'anno precedente). Ciò, essenzialmente, per effetto della gestione di parte corrente.

Seguono i prospetti generali delle entrate e delle uscite.

(in euro)

ENTRATE	2009	2010	DIFFERENZA	VARIAZIONE %
Contributo a carico dello Stato	33.483.760	29.202.507	-4.281.253	-12,79
Trasferimenti per interventi speciali a sostegno dell'immagine del turismo italiano	120.000	7.140.090	7.020.090	5850,08
Trasferimenti da parte dello Stato	33.603.760	36.342.597	2.738.837	8,15
Compartecipazione delle Regioni alle azioni promozionali dirette ai mercati esteri	7.319.014	4.615.775	-2.703.239	-36,93
Trasferimenti da parte delle Regioni	7.319.014	4.615.775	-2.703.239	-36,93
Compartecipazione di Comuni e Province ad azioni promozionali dirette ai mercati esteri	177.198	162.122	-15.076	-8,51
Trasferimenti da parte dei Comuni e delle Province	177.198	162.122	-15.076	-8,51
ENTRATE DERIVANTI DA TRASFERIMENTI CORRENTI	41.099.972	41.120.494	20.522	0,05
Proventi derivanti dalla prestazione di incentivi di servizi pubblicitari e promozionali	278.527	176.787	-101.740	-36,53
Realizzi per cessione di materiali fuori uso	0	2.082	2.082	---
Entrate derivanti dalla vendita di beni e dalla prestazione di servizi	278.527	178.869	-99.658	-35,78
Affitti di immobili	3.000	3.250	250	8,33
Interessi attivi su depositi, conti correnti, mutui e prestiti	10.359	3.756	-6.603	-63,74
Subaffitto di immobili	151.089	150.725	-365	-0,24
Redditi e proventi patrimoniali	164.448	157.731	-6.717	-4,08
Recuperi e rimborsi diversi	337.682	474.785	137.103	40,60
Differenze cambio attive su trasferimenti valutari alla rete estera	976.706	87.442	-889.264	-91,05
Poste correttive e compensative di spese correnti	1.314.388	562.227	-752.161	-57,23
Entrate eventuali	35.693	0	-35.693	-100,00
Compartecipazione di soggetti privati ad iniziative e progetti finalizzati	1.205.723	1.140.076	-65.647	-5,44
Entrate non classificabili in altre voci	1.241.416	1.140.076	-101.340	-8,16
ALTRE ENTRATE	2.998.779	2.038.902	-959.877	-32,01
ENTRATE CORRENTI	44.098.751	43.159.396	-939.355	-2,13
Alienazioni di immobilizzazioni tecniche	0	0	0	---
Ritiri depositi a cauzione presso terzi	45.411	28.159	-17.252	-37,99
Riscossione di crediti	45.411	28.159	-17.252	-37,99
ENTRATE PER ALIENAZIONE DI BENI PATRIMONIALI E RISCOSSIONI CREDITI	45.411	28.159	-17.252	-37,99
ENTRATE IN CONTO CAPITALE	45.411	28.159	-17.252	-37,99
PARTITE DI GIRO	42.483.808	27.325.484	-15.158.324	-35,68
TOTALE ENTRATE	86.627.970	70.513.039	-16.114.931	-18,60

Dal prospetto che precede si rileva la diminuzione, rispetto all'anno precedente, del contributo a carico dello Stato (-12,79 %), nonché dei trasferimenti delle Regioni, dei Comuni e delle Province. Né vale ad eliminare tale differenza l'assegnazione (in chiusura dell'esercizio finanziario 2010) di 7 milioni di euro da parte del Ministero del turismo, trattandosi in sostanza di una partita di giro, destinata, per un milione di euro, ad aumentare il capitale sociale della Promuovitalia s.p.a. (di cui l'Agenzia è unica azionista), e, per la parte restante, al finanziamento della costituzione e dell'avviamento della "Convention Bureau s.p.a.", che ha la finalità di promuovere all'estero l'Italia quale destinazione per il turismo congressuale, in conformità degli atti di indirizzo del Ministro del turismo.

Segue il prospetto generale delle spese.

(in euro)				
U S C I T E	2009	2010	DIFFERENZA	VARIAZIONE %
spese per gli organi dell'Ente	458.965	179.012	-279.953	-61,00
Oneri per il personale in attività di servizio	15.852.510	15.118.576	-733.934	-4,63
Spese per l'acquisto di beni di consumo e di servizi	5.221.962	4.832.687	-389.275	-7,45
SPESE DI FUNZIONAMENTO	21.533.437	20.130.275	-1.403.162	-6,52
Spese per prestazioni istituzionali	18.793.935	16.463.005	-2.330.930	-12,40
Trasferimenti passivi	97.000	97.450	450	0,46
Oneri finanziari	50.426	18.776	-31.650	-62,76
Oneri tributari	1.023.489	828.177	-195.312	-19,08
Poste correttive e compensative di entrate correnti	668.360	759.743	91.383	13,67
Spese non classificabili in altre voci	12.941	34.115	21.174	163,62
INTERVENTI DIVERSI	20.646.151	18.201.266	-2.444.885	-11,84
SPESE CORRENTI	42.179.588	38.331.541	-3.848.047	-9,12
Acquisizione di beni di uso durevole e opere immobiliari	309.202	89.333	-219.869	-71,11
Acquisizione di immobilizzazioni tecniche	482.824	192.186	-290.638	-60,20
Partecipazione e acquisto di beni mobiliari	0	0	0	---
Concessione di crediti ed anticipazioni	45.411	28.159	-17.252	-37,99
Indennità di anzianità e similari al personale cessato dal servizio	502.721	2.185.766	1.683.045	334,79
INVESTIMENTI	1.340.158	2.495.444	1.155.286	86,21
SPESE IN CONTO CAPITALE	1.340.158	2.495.444	1.155.286	86,21
PARTITE DI GIRO	42.483.808	27.325.484	-15.158.324	-35,68
TOTALE USCITE	86.003.554	68.152.469	-17.851.085	-20,76

Il rapporto fra il 2009 e il 2010, fra le spese per prestazioni istituzionali (€ 18.793.935 per il primo anno, € 16.463.005 per l'anno 2010), da una parte, e le spese di funzionamento (complessivamente, € 21.533.436, e, rispettivamente, € 20.130.275), dall'altra, si attesta, per l'anno 2010, al 122 %, peggiorativo rispetto a quello dell'anno precedente (113%): il che si attribuisce chiaramente alla diminuzione delle spese per prestazioni istituzionali (-12,40%), superiore alla diminuzione delle spese generali, per gli Organi e per il personale (-6,52%).