



REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

DELIBERAZIONE N. 25/17 DEL 12.6.2012

Oggetto: L.R. 28.12.2009, n. 5. Agenzia Governativa Regionale Sardegna Promozione. Obiettivi generali e priorità strategiche per l'anno 2012.

L'Assessore del Turismo, Artigianato e Commercio, con nota n. 507 del 6.6.2012, richiama la legge regionale n. 4/2006 la quale, all'art. 7, ha istituito l'Agenzia governativa regionale "Sardegna Promozione", le cui finalità sono quelle di promuovere l'immagine unitaria e coordinata della Sardegna.

L'Assessore rammenta che in base all'art. 4 dello Statuto dell'Agenzia, approvato in via definitiva con la Delib.G.R. n. 4/15 del 22.1.2008, la Giunta regionale deve adottare un atto di indirizzo il quale, in coerenza con gli strumenti di pianificazione e di programmazione previsti dalla normativa vigente, definisca gli obiettivi generali e le priorità strategiche dell'Agenzia.

In conseguenza di quanto disposto dai commi 23 e 24 dell'art. 1 della L.R. 28.12.2009, n. 5, che prevedono la sottoposizione dell'Agenzia Sardegna Promozione ai controlli previsti dalla legge regionale 15 maggio 1995, n. 14 (Indirizzo, controllo, vigilanza e tutela sugli enti, istituti ed aziende regionali) da parte dell'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio, l'Assessore rappresenta l'urgenza di approvare gli obiettivi generali e le priorità strategiche per l'Agenzia, validi per il 2012.

L'Assessore richiama quindi la Delib.G.R. n. 3/1 del 20.1.2012, avente ad oggetto "Bilancio di previsione dell'Agenzia Sardegna Promozione. Determinazione del Direttore Centrale f.f. n. 755 del 2.12.2011. Nulla osta all'immediata esecuzione".

In un'ottica di condivisione ed interazione tra l'Agenzia e l'Assessorato regionale del Turismo, Artigianato e Commercio, e visto il patto di stabilità per il 2012 con le relative priorità approvate con decreto assessoriale, l'Assessore propone alla Giunta regionale gli obiettivi generali che l'Agenzia dovrà perseguire nel 2012.

La Direzione Centrale è chiamata a porre in essere tutti gli strumenti gestionali ed organizzativi volti ad accelerare il processo di semplificazione, sburocratizzazione e trasparenza, ad avviare con decisione i processi di innovazione e di ottimizzazione nell'utilizzo delle risorse, velocizzare e monitorare la spesa, velocizzare e monitorare lo smaltimento dei residui passivi.



Semplificazione

Dovranno essere attivati tutti gli strumenti di gestione interna volti alla dematerializzazione, alla semplificazione amministrativa, alla trasparenza ed informazione verso l'utenza.

Ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse finanziarie

La Direzione Centrale dovrà adottare tutte le misure possibili volte ad ottimizzare l'utilizzo delle risorse presenti nel bilancio dell'Agenzia, con riferimento alla competenza e ai residui. In particolare dovrà concludersi la ricognizione riferita alla stratificazione nel tempo dei residui passivi, al fine di individuarne i meccanismi di creazione, per proporre soluzioni indirizzate alla pianificazione del loro smaltimento.

In tale ottica dovranno essere eventualmente individuati nuovi meccanismi procedurali per evitare in futuro il formarsi di nuovi residui.

La Direzione Centrale dovrà inoltre porre alle proprie direzioni obiettivi gestionali volti ad incrementare i livelli di impegno e di spesa, con riferimento alla competenza e ai residui, e dovrà attivare un costante monitoraggio con specifica reportistica, volta a misurare il miglioramento delle performance di ogni direzione.

Attività di controllo e valutazione

Con riferimento alle spese che le direzioni sosterranno per le attività operative ed in particolare per quelle di promozione, dovranno essere attivate forme di monitoraggio sulla base degli indicatori individuati nel Piano degli indicatori ai sensi della Delib.G.R. n. 34/15 del 18.8.2011, indicatori che dovranno essere adeguati come disposto nella succitata Delib.G.R. 3/1 del 20.1.2012.

Al fine di consentire il perseguimento dei compiti propri di Sardegna Promozione, occorre, come sottolineato dalla Corte dei Conti, nella relazione relativa all'indagine di controllo successivo sulla gestione finanziaria dell'Agenzia Sardegna Promozione per gli esercizi 2008, 2009 e 2010, dare seguito, rispetto alla fase di prima costituzione, alla strutturazione dell'Agenzia secondo le modalità e i limiti che saranno individuati in occasione della revisione di cui agli articoli 15 e 16 della L.R. n. 31/1998, in corrispondenza della deliberazione della Giunta regionale n. 23/9 del 29.5.2012.

Sempre in chiave di condivisione ed interazione tra l'Agenzia e l'Assessorato regionale del Turismo, Artigianato e Commercio, l'Assessore propone quindi alla Giunta le seguenti priorità strategiche, riferite agli ambiti di attività che l'Agenzia dovrà sviluppare nell'anno 2012:

- turismo attivo, prosecuzione in affiancamento allo svolgimento di BITAS, con l'obiettivo di strutturare l'offerta riferita ai diversi segmenti, con le stesse metodologie e modalità già in essere per il cicloturismo;



- turismo sportivo, con l'obiettivo di promuovere la Sardegna attraverso la realizzazione di eventi nazionali ed internazionali (quali il Rally Italia Sardegna), i Campionati delle discipline sportive di ampia diffusione (calcio, basket, ciclismo, etc.), gli eventi nazionali e internazionali legati allo sport in mare (vela, surf, subacquea, motonautica, etc.), considerati quali forti attrattori di flussi turistici e catalizzatori dei media;
- turismo identitario, culturale e religioso, con l'obiettivo di inserire la Sardegna nell'ambito di reti e percorsi nazionali ed internazionali (rete dei cammini, itinerari religiosi e culturali), in grado di generare un'offerta turistica strutturata capace di attrarre importanti flussi soprattutto in periodi di bassa stagione, e sostenendo eventi e manifestazioni a forte connotazione identitaria specie se caratterizzati da elementi di aggregazione e di coordinamento territoriale (Isola che danza, percorsi tematici culturali e turistici);
- marketing territoriale, attraverso la promozione e valorizzazione dell'artigianato artistico e dell'agro-alimentare in Italia ed all'Estero (anche attraverso il coordinamento delle attività di animazione negli Store Sardegna), identificati quali centri di attrazione e promozione della destinazione Sardegna.

Gli eventi e le azioni riferiti a tali ambiti dovranno essere programmati nel Programma Annuale delle Attività con un'elaborazione progettuale predefinita finalizzata alla promozione della Sardegna in generale, e, in particolare, dei territori nei quali gli eventi stessi si svolgono e con l'individuazione di indicatori che consentano un monitoraggio costante del progetto ed una valutazione dei risultati in termini di impatto economico e promozionale.

Poiché i tagli imposti dalle ristrettezze del bilancio regionale, unitamente al limitato plafond del patto di stabilità 2012 attribuito all'Assessorato regionale del Turismo, non consentono la disponibilità di risorse sufficienti a sviluppare le azioni negli ambiti prioritari sopra individuati e quelle già avviate dall'Agenzia nel corso del 2012 a seguito della determinazione del Direttore Centrale f.f. n. 654 del 3.11.2011, l'Assessore del Turismo propone alla Giunta di autorizzare l'Agenzia Sardegna Promozione di utilizzare a tale scopo le risorse realmente allocate, in quanto già incassate, sul Cap. SC02.0015 UPB S02.04.001 del Bilancio 2012/R.

Pertanto l'Assessore propone il disimpegno delle somme relative alla promozione dei flussi turistici di cui al citato Cap. SC02.0015 UPB S02.04.001.

Le risorse disponibili, rinvenienti nell'avanzo, saranno utilizzate per la realizzazione degli obiettivi e del programma di promozione come sopra elencati.

La Giunta regionale, condividendo quanto rappresentato e proposto dall'Assessore del Turismo, Artigianato e Commercio, acquisito il parere favorevole di legittimità del Direttore generale del Turismo, Artigianato e Commercio



DELIBERA

- di approvare i seguenti obiettivi generali e priorità strategiche che costituiscono atto di indirizzo per il 2012 per l'Agenzia Sardegna Promozione:

Obiettivi Generali

La Direzione Centrale è chiamata a porre in essere tutti gli strumenti gestionali ed organizzativi volti ad accelerare il processo di semplificazione, sburocratizzazione e trasparenza, ad avviare con decisione i processi di innovazione e di ottimizzazione nell'utilizzo delle risorse, velocizzare e monitorare la spesa, velocizzare e monitorare lo smaltimento dei residui passivi.

Semplificazione

Dovranno essere attivati tutti gli strumenti di gestione interna volti alla dematerializzazione, alla semplificazione amministrativa, alla trasparenza ed informazione verso l'utenza.

Ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse finanziarie

La Direzione Centrale dovrà adottare tutte le misure possibili volte ad ottimizzare l'utilizzo delle risorse presenti nel bilancio dell'Agenzia, con riferimento alla competenza e ai residui. In particolare dovrà concludersi la ricognizione riferita alla stratificazione nel tempo dei residui passivi, al fine di individuarne i meccanismi di creazione, per proporre soluzioni indirizzate alla pianificazione del loro smaltimento.

In tale ottica dovranno essere eventualmente individuati nuovi meccanismi procedurali per evitare in futuro il formarsi di nuovi residui.

La Direzione Centrale dovrà inoltre porre alle proprie direzioni obiettivi gestionali volti ad incrementare i livelli di impegno e di spesa, con riferimento alla competenza e ai residui, e dovrà attivare un costante monitoraggio con specifica reportistica, volta a misurare il miglioramento delle performance di ogni direzione.

Attività di controllo e valutazione

Con riferimento alle spese che le direzioni sosterranno per le attività operative ed in particolare per quelle di promozione, dovranno essere attivate forme di monitoraggio sulla base degli indicatori individuati nel Piano degli indicatori ai sensi della Delib.G.R. n. 34/15 del 18.8.2011, indicatori che dovranno essere adeguati come disposto nella succitata Delib.G.R. n. 3/1 del 20.1.2012.

Al fine di consentire il perseguimento dei compiti propri di Sardegna Promozione, occorre, come sottolineato dalla Corte dei Conti, nella relazione relativa all'indagine di controllo



successivo sulla gestione finanziaria dell'Agenzia Sardegna Promozione per gli esercizi 2008, 2009 e 2010, dare seguito, rispetto alla fase di prima costituzione, alla strutturazione dell'Agenzia secondo le modalità e i limiti che saranno individuati in occasione della revisione di cui agli articoli 15 e 16 della L.R. n. 31/1998, in corrispondenza della deliberazione della Giunta regionale n. 23/9 del 29.5.2012.

Priorità strategiche, riferite agli ambiti di attività che l'Agenzia dovrà sviluppare nell'anno 2012:

- a) turismo attivo, prosecuzione in affiancamento allo svolgimento di BITAS, con l'obiettivo di strutturare l'offerta riferita ai diversi segmenti, con le stesse metodologie e modalità già in essere per il cicloturismo;
- b) turismo sportivo, con l'obiettivo di promuovere la Sardegna attraverso la realizzazione di eventi nazionali ed internazionali (quali il Rally Italia Sardegna), i Campionati delle discipline sportive di ampia diffusione (calcio, basket, ciclismo, etc.), gli eventi nazionali e internazionali legati allo sport in mare (vela, surf, subacquea, motonautica, ecc.), considerati quali forti attrattori di flussi turistici e catalizzatori dei media;
- c) turismo identitario, culturale e religioso, con l'obiettivo di inserire la Sardegna nell'ambito di reti e percorsi nazionali ed internazionali (rete dei cammini, itinerari religiosi e culturali), in grado di generare un'offerta turistica strutturata capace di attrarre importanti flussi soprattutto in periodi di bassa stagione, e sostenendo eventi e manifestazioni a forte connotazione identitaria specie se caratterizzati da elementi di aggregazione e di coordinamento territoriale (Isola che danza, percorsi tematici culturali e turistici);
- d) marketing territoriale, attraverso la promozione e valorizzazione dell'artigianato artistico e dell'agro-alimentare in Italia ed all'Estero (anche attraverso il coordinamento delle attività di animazione negli Store Sardegna), identificati quali centri di attrazione e promozione della destinazione Sardegna.

Gli eventi e le azioni programmate riferiti a tali ambiti dovranno essere programmati nel Programma Annuale delle Attività con un'elaborazione progettuale predefinita finalizzata alla promozione della Sardegna in generale, e, in particolare, dei territori nei quali gli eventi stessi si svolgono e con l'individuazione di indicatori che consentano un monitoraggio costante del progetto ed una valutazione dei risultati in termini di impatto economico e promozionale;

- di autorizzare l'Agenzia Sardegna Promozione affinché utilizzi, per sviluppare gli ambiti di attività precedentemente indicati quali priorità strategiche e per il completamento delle attività inserite nel piano di cui alla determinazione del Direttore Centrale f.f. n. 654 del 3.11.2011 le



risorse realmente allocate, in quanto già incassate, sul Cap. SC02.0015 UPB S02.04.001 del Bilancio 2012/R.;

- di autorizzare l'Agenzia Sardegna Promozione al disimpegno delle somme relative alla promozione dei flussi turistici, sul Cap. SC02.0015 UPB S02.04.001 del Bilancio 2012/R dell'Agenzia;
- di autorizzare il Direttore Centrale all'utilizzo delle risorse disponibili, rinvenienti nell'avanzo, per la realizzazione degli obiettivi e del programma di promozione delle attività 2012 proposti nella presente deliberazione.

Il Direttore Generale

Gabriella Massidda

Il Presidente

Ugo Cappellacci