



ATTO GENERALE DI ORGANIZZAZIONE

INDICE

TITOLO I – IDENTITA' E RUOLO DI PUGLIAPROMOZIONE

- 1 - Le ragioni della istituzione di Pugliapromozione
- 2 – Natura giuridica, sede legale, logo
- 3 - Risorse strumentali e patrimonio
- 4 - Missione
- 5 - Visione

TITOLO II – LA STRATEGIA DI PUGLIAPROMOZIONE

- 1 – La nuova governance del sistema turistico pugliese
- 2 – La gestione della destinazione turistica
- 3 – L’audit della destinazione
- 4 – Il marketing della destinazione
- 5 – Gli atti di programmazione

TITOLO III - IL GOVERNO E L'ORGANIZZAZIONE DELL'AGENZIA

- 1 - Gli Organi
 - 1.a - Il Direttore Generale*
 - 2.b - Il Collegio Sindacale*
 - 3. c - Il Comitato tecnico – consultivo*
- 2 - Il modello organizzativo
- 3 - La direzione generale
 - 3.a - Affari istituzionali e segreteria generale*
 - 3.b. - Marketing e pianificazione strategica*
 - 3.c. - Osservatorio e destination audit*
- 4 – Il Direttore Amministrativo
- 5 – La direzione amministrativa
 - 5.a. – Bilancio e controllo di gestione*
 - 5.c. – Risorse umane*
 - 5.d. – Patrimonio e attività negoziali*
 - 5.e – Rendicontazione e segreteria amministrativa*
 - 5.f – Economato e pagamenti*
- 6 – Il Direttore Tecnico
- 7 – La Direzione tecnica
 - 7.a. - Coordinamento territoriale*
- 8- Le Strutture Tematiche
 - 8.a - Comunicazione*
 - 8.b - Fiere, road show e attività di co-branding*
 - 8.c - Educational tour ed eventi di promozione*

8. d - Progetti speciali

9 – Le sezioni territoriali

9.a – Articolazione e sedi

9.b. – Il responsabile della sezione

9.c – La segreteria territoriale

9.d – Economato e amministrazione

9.e – Local destination audit

9. f – Rapporti con gli attori locali

9. g – Promozione del territorio

9.h – Informazione e accoglienza

TITOLO IV – DISPOSIZIONI SUL PERSONALE

1 – Dotazione organica

2 – Copertura dei posti vacanti e reclutamento del personale

3 - Mansioni generali

TITOLO V – ASPETTI DELLA GESTIONE

1 - Gestione degli acquisti beni e servizi

2- Contabilità e procedure amministrative

TITOLO VI – DISPOSIZIONI FINALI E DI RINVIO

1 – Norme finali

2 - Attuazione transitoria

TITOLO I – IDENTITA' E RUOLO DI PUGLIAPROMOZIONE

1 – Le ragioni della istituzione di Pugliapromozione

Il sistema turistico pugliese si trova oggi nella condizione di dover affrontare alcune precise condizioni di contesto:

- una costante crescita dei flussi in arrivo e della notorietà della destinazione Puglia;
- la competizione moderna tra le destinazioni turistiche impone ai territori una gestione strategica del prodotto turistico in una prospettiva sempre più globale;
- la Puglia è caratterizzata da una frammentazione istituzionale ed operativa nella attuazione delle politiche promozionali e di sviluppo turistico.

Questo scenario ha indotto negli ultimi anni il Legislatore Regionale a intervenire nel sistema turistico regionale a più riprese, attivando anche una complessiva concertazione con gli attori locali che ha portato ad un organico riassetto istituzionale del sistema.

Il quadro di frammentazione istituzionale ed operativa che si intendeva superare ha indotto la Giunta Regionale ad assicurare una transizione rapida, anche per la necessità di impostare una governance facilmente intelligibile per le attività connesse al marketing turistico, alla promozione del territorio, ai servizi di accoglienza.

Tutti questi elementi hanno fatto sì che la Regione optasse per il superamento delle APT e per la costituzione dell'azienda regionale unica, con una governance complessiva definita come di seguito:

1. soppressione delle 5 Aziende di Promozione Turistica impostate su base provinciale e contestuale attivazione della Agenzia Regionale del Turismo (ARET, ora denominata Pugliapromozione) con mission chiara e compiti precisi
2. articolazione di Pugliapromozione su base provinciale;
3. regolamentazione dei Sistemi Turistici Locali come ulteriore elemento di semplificazione e completezza dello schema di governance;
4. attivazione, di concerto con l'Assessorato allo Sviluppo Economico, delle procedure costitutive del Distretto produttivo del Turismo.

Proprio perché l'orizzonte istituzionale di riferimento è molto distante dalla precedente architettura del sistema turistico pugliese, il processo di trasformazione necessario si presenta complesso e senza precedenti.

2 – Natura giuridica, sede legale, logo

L'Agenzia Regionale del Turismo, denominata Pugliapromozione, istituita con Decreto del Presidente della Giunta della Regione Puglia n. 176 del 2011 (come previsto dalla Legge Regionale n.1 del 2011, modificata dalla L.R. 18/2010) è un Ente Pubblico non economico, un organismo tecnico operativo della Regione.

Pugliapromozione è un Ente strumentale della Regione Puglia, opera quale azienda dei servizi per l'attuazione delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione e promozione turistica locale, è dotata di autonomia organizzativa, amministrativa, patrimoniale, contabile, gestionale e tecnica, ispirato ai principi di trasparenza ed economicità, nonché ai criteri di efficienza ed efficacia.

L'Agenzia istituisce la propria sede legale a Bari, in Piazza Moro n. 33/a. L'indirizzo web ufficiale dell'Agenzia agli effetti di pubblicità legale e assolvimento degli obblighi di trasparenza è www.agenziapugliapromozione.it, reindirizzato alla apposita sezione del sito web www.viaggiareinpuglia.it che, per ragioni di semplificazione ed economicità, è l'unico indirizzo web comunicato all'utenza ed ai fornitori.

Pugliapromozione adotta quale logo dell'Agenzia, il logo utilizzato dalla Regione Puglia per la comunicazione turistica "PUGLIA", accompagnato dalle parole "Promozione" e "Agenzia Regionale del Turismo", secondo il layout posto in apertura al presente atto. Il logo dell'Agenzia, il suo utilizzo ed ogni eventuale modifica o sostituzione sono regolamentati in apposito documento.

3 - Risorse strumentali e patrimonio

Il patrimonio di Pugliapromozione è costituito da tutti i beni mobili ed immobili ad essa appartenenti come risultanti a libro cespiti o ad essa affidati in gestione o comodato dalla Regione Puglia a norma dell'art 14 della L.R. 1/2002 come modificata dalla L.R. 18/2010. Pugliapromozione dispone del proprio patrimonio secondo le norme del codice civile. Pugliapromozione riconosce la valenza strategica del patrimonio quale strumento di potenziamento e di qualificazione dell'offerta dei propri servizi e, in questa prospettiva, adotta iniziative di investimento.

4 - Missione

Pugliapromozione ha come primo mandato istituzionale quello di "attuare le politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione".

Questo mandato è declinato dal Legislatore Regionale in obiettivi generali in cui si sostanzia la missione dell'Agenzia:

- a) promuovere la conoscenza e l'attrattività del territorio nelle sue risorse tangibili e intangibili;
- b) sulla base di specifici obiettivi definiti dalla Regione favorire lo sviluppo di occupazione stabile nell'ambito del turismo e la qualificazione degli operatori e degli addetti del settore;
- c) promuovere e qualificare l'offerta turistica dei sistemi territoriali della Puglia, favorendone la competitività sui mercati nazionali e internazionali e sostenendo la cooperazione tra pubblico e privato nell'ambito degli interventi di settore; promuove inoltre l'incontro fra l'offerta territoriale regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo;
- d) promuove lo sviluppo del turismo sostenibile, slow, enogastronomico, culturale, giovanile, sociale e religioso, nonché di tutti i "turismi" attivi ed esperienziali, sostenendo la valorizzazione degli indotti connessi;
- e) sviluppare e coordinare gli interventi a fini turistici per la fruizione e la promozione integrata a livello territoriale del patrimonio culturale, delle aree naturali protette e delle attività culturali, nel quadro delle vocazioni produttive dell'intero territorio regionale;
- f) attivare iniziative, manifestazioni ed eventi ai fini della promozione delle eccellenze territoriali, materiali e immateriali;
- g) favorire la diffusione di un'ampia cultura dell'ospitalità tra gli operatori pubblici e privati e la popolazione locale anche attraverso la rimozione di ogni orientamento e condotta direttamente o indirettamente discriminatori sotto il profilo dei diritti soggettivi, della privacy e delle condizioni personali;
- h) promuovere la cultura della tutela dei diritti del turista consumatore;
- i) assicurare alle strutture regionali strumenti operativi a supporto del coordinamento delle attività e delle iniziative Sistemi Turistici Locali;

- j) esercitare le funzioni e i compiti amministrativi già assegnati alle Aziende di promozione turistica (APT) e coordinare il sistema a rete degli IAT, anche nel loro raccordo con le Pro Loco;
- k) collaborare con il sistema delle Camere di Commercio, le istituzioni universitarie e centri di ricerca, amministrazioni, enti pubblici, organismi e agenzie specializzate;
- l) svolgere ogni altra attività a essa affidata dalla normativa regionale, dagli indirizzi strategici e dagli strumenti programmatori della Regione Puglia, anche in riferimento a interventi nazionali e a programmi interregionali e comunitari.

I compiti specifici elencati dalla Legge e dal Regolamento possono essere raggruppati in queste macrocategorie di attività di Pugliapromozione:

Marketing, pianificazione strategica e coordinamento stakeholders

- elabora il piano di attuazione della strategia generale in materia di promozione turistica;
- coordina l'attuazione degli interventi all'interno di piani di marketing turistico;
- elabora i progetti esecutivi per l'attuazione degli interventi;
- svolge attività di coordinamento degli stakeholders (gli attori locali coinvolti nella promozione o commercializzazione dei prodotti turistici) sia sotto il profilo della pianificazione strategica (condivisione della visione e delle strategie) che di quella operativa (attività di formazione, informazione, assistenza e integrazione in un network)
- fa da raccordo con gli altri settori dell'Amministrazione Regionale per la coerenza delle politiche;
- collabora con il distretto turistico regionale per la costruzione delle offerte di prodotto;
- coordina gli STL nella pianificazione strategica della promozione delle aree territoriali;
- supporta la Regione nel garantire l'organizzazione e l'efficacia operativa dei Sistemi Turistici Locali e del Distretto del Turismo nelle sue articolazioni di prodotto.

Osservatorio e destination audit

- conduce analisi e misurazioni (anche in collaborazione con le istituzioni universitarie e centri di ricerca, amministrazioni, enti pubblici, organismi e agenzie specializzate) su:
 - la competitività della destinazione;
 - la contiguità tra le azioni di gestione e promozione della destinazione con la visione e la mission affidata all'Agenzia dall'indirizzo politico della Regione Puglia;
 - la domanda turistica, relativa a specifici prodotti o mercati;
 - l'offerta turistica, relativa a specifici prodotti o mercati;
 - flussi del movimento turistico regionale;
 - la qualità del soggiorno dei turisti;
 - ogni altro fattore di necessità ai fini della programmazione strategica;
- comunica informazioni e risultati a tutti gli attori locali;
- provvede alla raccolta ed alla istruttoria delle denunce dei prezzi delle strutture ricettive;
- esercita per conto della Regione le funzioni di vigilanza e di controllo su tutte le attività turistiche;
- studia e monitora il sommerso (in relazione a imprese e occupazione);
- svolge ogni altra funzione di Osservatorio delegata dalla Regione Puglia all'Agenzia.

Promozione della destinazione Puglia

- promuove l'immagine e gestisce il brand positioning della Puglia e dei prodotti turistici originati da questa destinazione attraverso vari strumenti: media plan, ufficio stampa e le pubbliche relazioni, e-marketing e la gestione, anche redazionale, dei portali turistici della Regione, pubblicazioni per la promozione o l'informazione turistica;
- gestisce il programma delle fiere, dei road show e delle attività di co-promotion;
- gestisce le attività di educational tour ed altri eventi di promozione;
- promuove, attraverso azioni specifiche, l'incontro domanda – offerta e la commercializzazione dei prodotti turistici, in coordinamento con il Distretto del Turismo e le sue articolazioni.

Gestione della destinazione Puglia

- coordina (integrandone le componenti), controlla e monitora l'offerta del territorio (risorse e servizi);
- coordina interventi per l'ampliamento della fruibilità del territorio;
- controlla e monitora le esigenze rilevate dagli stakeholders e fornisce loro assistenza;
- supporta le attività dei Sistemi Turisti Locali;
- sulla base di apposite linee guida approvate dalla Giunta regionale sentita l'Anci Puglia, gestisce i punti informativi (I.A.T.) in coordinamento col sistema delle Pro-Loce (di cui gestisce l'istruttura e la tenuta dell'Albo);
- raccoglie dei dati statistici riguardanti il territorio di competenza;
- promuove, controlla e monitora la qualità del soggiorno turistico soprattutto in funzione della tutela dei diritti del turista-consumatore.

Il Legislatore Regione prevede poi che l'Agenzia svolga anche ogni altro compito assegnato dalla Regione.

Pugliapromozione intende realizzare un sistema efficiente, snello e capace di azioni rapide, in grado di produrre economie ed ottimizzazioni di sistema al fine di liberare risorse da destinare alla qualificazione sempre maggiore dell'offerta, in un'ottica di compatibilità e sostenibilità economica dell'intero sistema socio – economico regionale.

Assumendo i compiti sopradetti, l'ARET, attraverso la costante consultazione con le istituzioni locali, con le organizzazioni sindacali e di categoria, con le associazioni degli utenti e con il terzo settore promuove, anche per il tramite delle sue articolazioni territoriali, modalità di lavoro di rete e utilizza il principio di sussidiarietà con un livello di confronto e consultazione che permetta di verificare il livello dei servizi rispetto alla evoluzione della domanda e alle trasformazioni dell'offerta.

5 - Visione

La visione di Pugliapromozione è “Gestire e promuovere la destinazione turistica della Puglia come complesso integrato e flessibile di valori tangibili e intangibili, attraverso l'operare di soggetti diversi integrati e organizzati per uno sviluppo turistico equilibrato, conveniente e sostenibile”.

Se il turismo è un ponte tra i popoli e le culture, un atto di aggregazione umana e culturale, un'apertura consapevole all'altro e alla modernità, la Puglia vuole essere un modello di turismo virtuoso, consapevole e responsabile, perché rispettoso dell'uomo, della natura, dell'ambiente, delle regole e delle leggi che regolamentano il settore.

L'Agenzia persegue una vision volta alla leadership del turismo italiano e ritiene che il valore competitivo e l'immagine della destinazione Puglia sia costituito dalle sue molteplici identità territoriali, dal livello di integrazione tra gli attori presenti, dalla qualità del paesaggio e dell'ambiente, dal grado di civiltà e di benessere delle comunità locali residenti.

Le persone che lavorano nell'Agenzia avvicinano ogni giorno questa vision alla realtà, condividendo la missione di realizzare sul territorio pugliese una destinazione turistica matura, in grado di offrire esperienze originali e autentiche ai suoi ospiti.

TITOLO II – LA STRATEGIA DI PUGLIAPROMOZIONE

1 – La nuova governance del sistema turistico pugliese

La gestione di una destinazione richiede, a partire dal patrimonio di risorse e competenze territoriali, il superamento di logiche competitive, il raggiungimento di accordi tra gli attori, pubblici e privati, imprenditori e non, locali e nazionali, per creare una visione condivisa e stimolare la partecipazione di tali soggetti al disegno complessivo della destinazione.

In tal senso, la strategia di sviluppo della destinazione Puglia, considerando che l'assunzione di decisioni politiche spettano pur sempre agli organi di governo, si esplica attraverso un'azione di governance che coinvolge le imprese e le organizzazioni residenti, attraverso quattro principali linee di intervento:

- a. l'emanazione di norme e regolamenti, che possano indirizzare l'azione degli attori locali;
- b. interventi diretti sul territorio, che ne orientino la vocazione e definiscano lo stock di risorse disponibili;
- c. l'istituzione di organi che si pongano come pivot dello sviluppo della destinazione e che operino anche attraverso il coinvolgimento degli altri attori, svolgendo attività di promozione del territorio, definizione di progetti strategici territoriali con relativo supporto finanziario;
- d. lo stimolo ed il sostegno alla nascita di aggregazioni di imprese (settoriali o di filiera) e di enti locali dedicati alla loro gestione attraverso le quali valorizzare le produzioni locali.

Per rispondere a tale strategia, il quadro normativo regionale (L.R. 1/2001, L.R. 18/2010, Regolamento 9/2011) ha recentemente ridefinito la governance delle politiche di promozione turistiche basandosi sui seguenti **principi**:

- **Elaborazione e gestione** a livello regionale delle funzioni di pianificazione strategica;
- Modello **top-down** per la gestione dei progetti, delle politiche e del loro controllo;
- Modello **bottom-up** per i processi di pianificazione strategica;

Soggetti della governance sono:

- La Regione Puglia come soggetto policy maker
- L'Agenzia **Puglia Promozione** come soggetto deputato al management della destinazione;
- Le imprese, attraverso il **Distretto produttivo** e le organizzazioni di categoria;
- I territori per il coordinamento, attraverso i **Sistemi Turistici Locali**.

2 – La gestione della destinazione turistica

In una prospettiva strategica, la gestione della destinazione turistica deve essere finalizzata alla valorizzazione in un'ottica integrata del potenziale di risorse radicate presenti nello

specifico sistema locale, piuttosto che alla definizione di singole offerte turistiche gestite individualmente da parte di diverse organizzazioni. Non a caso è la stessa legge istitutiva dell'Agenzia che le assegna il compito di gestire "in maniera unitaria" il "brand" Puglia. Un compito che si traduce nel rafforzamento della necessaria e urgente strutturazione della capacità di ascolto della Regione verso le istanze locali (E.E.L.L., STL, ecc.), dalla quale discende una opportuna omologazione degli standard delle singole offerte territoriali e l'integrazione delle proposte di accoglienza, viaggio, ospitalità e soggiorno.

Evitando la replicazione dei consueti modelli di management, l'azione dell'Agenzia tiene conto prioritariamente:

- della necessità di intervenire sul piano istituzionale, dando forma ad una struttura che operi secondo una logica di metamangement;
- della necessità di considerare una logica di azione strategica che faccia riferimento ai principi dello "stakeholder approach" e alla gestione di un network di attività le cui strategie, seppur indipendenti, convergano verso obiettivi comuni;
- della necessità di considerare i meccanismi attraverso i quali generare il coinvolgimento e la partecipazione degli attori locali a strategie sistemiche territoriali, tramite opportune modalità operative top down e bottom up e, successivamente, di indirizzarne il comportamento attraverso un sistema di regole ed incentivi.

Pertanto, a partire da queste linee, la gestione della destinazione Puglia implica per l'Agenzia la ricerca del consenso, della cooperazione e della sinergia tra gli attori della stessa, in termini di partecipazione alla definizione ed allo sviluppo delle strategie, degli obiettivi e delle azioni.

3 – L'audit della destinazione

La competitività della destinazione Puglia dev'essere oggetto di un'attenta e qualificata azione di monitoraggio. Da un lato perché il trend positivo che sta attraversando potrebbe essere frutto di variabili di contesto internazionale non facilmente replicabili mentre occorre una capacità tutta nuova di stabilizzare i successi ottenuti. Dall'altro perché i flussi della domanda sono ancora fortemente concentrati attorno ad un solo segmento e dunque subiscono una forte stagionalità.

La segmentazione del mercato turistico consente di raggiungere l'obiettivo di predisporre ed erogare simultaneamente e nello stesso luogo prodotti turistici rivolti a segmenti diversi (occorre iniziare a gestire il timing dell'erogazione, evitare collisioni non efficaci e "cannibalizzazione" tra prodotti) e, contestualmente, di superare i vincoli di localizzazione dell'offerta, generata prevalentemente da imprese turistiche di dimensioni familiari con un unico impianto fisso (necessità di tenere conto di variabili demografiche, della distanza dei flussi di domanda, ecc.).

L'analisi delle differenze (prezzo, qualità, immagine, ecc.) presenti nel ventaglio di prodotti offerti consente la differenziazione, ovvero una politica territoriale volta ad influenzare la valutazione dei consumatori sulle performance del prodotto rispetto ai singoli attributi.

Differenziare è un tentativo di rendere tangibile l'intangibile, che spesso ha a che vedere con le motivazioni dell'individuo. L'Agenzia interviene, purtuttavia, sulle modifiche tese a differenziare il prodotto e che attengono ai servizi di supporto, che possono implicare modifiche incrementali e lievi oppure modifiche sostanziali, tentando di rendere tali modifiche difficilmente imitabili (identitarie), rispondendo a esigenze specifiche del target e contribuendo positivamente all'immagine dell'intera destinazione.

Non secondariamente, l'attività di audit supporta le funzioni di vigilanza e controllo, aumentando le garanzie a favore degli operatori qualificati e dei consumatori.

4 – Il marketing della destinazione

E' da considerarsi ormai un dato consolidato che aumentare la fedeltà, sviluppare il passaparola, passare da un tipo di turismo escursionistico ad uno più prolungato nel tempo, magari oltre la stagione balneare, non possono essere considerati sufficienti i tradizionali strumenti di comunicazione. In un contesto globalizzato, sempre più connesso e virale, le informazioni viaggiano più velocemente dei turisti.

L'Agenzia dovrà contrastare l'elevata stagionalità dei flussi sconfiggendo il binomio Puglia-estate, legato al solo segmento balneare, sul quale insiste il maggior rischio di standardizzazione, ovvero di sostituibilità con altri territori sulla base di variabili di mercato quali la concorrenza di prezzo, la moda, la pressione commerciale. Per svolgere questa funzione, le leve di marketing a disposizione dell'Agenzia risiedono nelle caratteristiche intrinseche della Puglia, quale equilibrata mescolanza di elementi naturali, culturali ed artificiali che qualifica il territorio come luogo turistico in senso antropologico, e che è in grado di agire sulla originalità della destinazione, sia sulla capacità di mantenere nel tempo la sua forza attrattiva, attraverso elementi distintivi qualificanti e la capacità di attivare un'azione strategica e organizzativa attorno alle proprie matrici culturali e rurali.

Pugliapromozione è il braccio operativo della Regione per la realizzazione di tutte le attività inerenti il posizionamento dell'immagine del territorio, a livello nazionale e internazionale: un'attività che prevede la redazione di piani triennali di sviluppo e piani annuali della comunicazione che sappiano declinare, in funzione dei diversi target, le azioni di promozione del "brand" Puglia.

5 – Gli atti di programmazione

L'attività di auditing, preventiva, in progress e consuntiva, costituisce la materia prima fondamentale per l'attività di pianificazione e programmazione. Pugliapromozione nasce come organismo leggero, attivato sulla base di progetti concreti, magari anche di portata inizialmente ridotta, intorno ai quali il consenso si aggrega in funzione dei risultati raggiunti, evitando ogni possibile deriva burocratica.

Vi è una consapevolezza diffusa, derivata dalle migliori prassi, che non esista un soggetto che possa essere candidato in astratto a rappresentare il centro di riferimento, l'autorità in grado di regolare e coordinare lo sviluppo della destinazione: il superamento del ruolo storicamente selezionato del soggetto pubblico con il compito di regolare, sostenere e promuovere il turismo della destinazione, lasciando al privato il ruolo della produzione dei servizi turistici, impone nuovi paradigmi.

L'Agenzia è chiamata alla definizione della complessiva strategia di sviluppo territoriale e, per tale motivo, ha una visione ampia. Ma le sue articolazioni territoriali le consentono anche una panoramica profonda del territorio, con una conoscenza dettagliata delle componenti; essa può dunque svolgere un ruolo decisivo nella progettazione della struttura della destinazione, in base alle sue specifiche componenti, analizzando nel dettaglio la dotazione strutturale e il quadro delle opportunità e delle minacce esterne. A questi due ruoli, si affianca quello di "soggetto proponente", preposto alla definizione e realizzazione dei singoli progetti che rientrano nelle linee di sviluppo definite attraverso focalizzazioni di tipo strumentale.

Le linee di sviluppo sono contenute nel "Piano triennale di eccellenza turistica", mentre il quadro delle singole azioni progetto è contenuto nel "piano annuale della promozione".

Il Piano triennale di Eccellenza Turistica definisce le finalità strategiche, gli obiettivi e le linee di intervento dell'Agenzia, nel rispetto dei principi fondamentali della sostenibilità

economica, sociale e ambientale, finalizzate al posizionamento del brand Puglia. Esso è articolato in due parti: “Analisi della competitività turistica” e “Piano di Eccellenza”.

Il **Piano annuale della Promozione** articola le attività volte alla valorizzazione dei beni culturali, ambientali e paesaggistici, di promozione turistica e agrituristica, di ottimizzazione dei calendari delle manifestazioni e delle iniziative promozionali, nonché degli eventi culturali di interesse regionale, nazionale e internazionale. Esso rappresenta, nel suo insieme, un “Piano di Comunicazione Integrata”, un “Piano delle Fiere” e un “Piano intersettoriale degli interventi” che registra anche le misure di intervento comunitario e nazionale a favore degli Enti e delle Imprese attive nel comparto e nell’indotto.

TITOLO III - IL GOVERNO E L'ORGANIZZAZIONE DELL'AGENZIA

1 - Gli Organi

1.a - Il Direttore Generale

Il Direttore Generale è il rappresentante legale dell'Agenzia ed esercita tutte le funzioni ed i compiti attribuitigli dalla Legge e dal Regolamento Regionale, garantendo il perseguimento delle finalità dell'Ente ed il rispetto dei principi di efficacia e di economicità della gestione.

Oltre ai compiti espressamente richiamati dalla Legge e dal Regolamento dell'Agenzia, il Direttore Generale individua e promuove sinergie con gli interlocutori pubblici e privati per il conseguimento delle finalità istituzionali dell'Agenzia.

Spetta al Direttore Generale la pianificazione strategica delle attività dell'Agenzia, definendo obiettivi, piani e programmi, sia sotto il profilo dell'organizzazione interna che per quanto riguarda l'attività esterna e istituzionale dell'Agenzia stessa, promuovendo l'integrazione tra tutti i livelli.

Il Direttore Generale adotta tutti gli atti di alta amministrazione, esercita l'attività determinativa tramite la quale conferisce efficacia e validità giuridica agli atti di gestione dell'Agenzia, esercita il potere di delega che può riguardare le funzioni di gestione, nonché di adozione di specifici atti o provvedimenti, anche di resistenza in giudizio.

Il Direttore Generale individua, anche successivamente al presente atto organizzativo, nuove articolazioni dell'Agenzia, conferisce gli incarichi, nomina i responsabili delle strutture, Posizioni Organizzative e Unità Operative.

Nello svolgimento dei propri compiti, il D.G. si avvale del supporto del Direttore Amministrativo, del Direttore Tecnico e delle strutture a questi collegate. Il Direttore Generale si avvale comunque del contributo di tutte le strutture centrali e dei nodi operativi, in uno spirito di collaborazione e tenendo conto dei principi di sussidiarietà verticale e orizzontale.

Il Direttore Generale nell'esercizio delle sue funzioni si avvale inoltre dell'attività consultiva e di supporto del Comitato tecnico – consultivo di cui al successivo paragrafo 3.c.

Nei casi di assenza o impedimento le funzioni vicarie sono svolte dal Direttore Amministrativo o dal Direttore Tecnico in ragione della maggiore anzianità.

2.b - Il Collegio Sindacale

Si rinvia agli articoli 7 e 8 del Regolamento di organizzazione e funzionamento di Pugliapromozione (n.9 del 2011).

3. c - Il Comitato tecnico – consultivo

La composizione ed il funzionamento del Comitato tecnico-consultivo sono disciplinati dagli articoli 9 e 10 del Regolamento di organizzazione e funzionamento di Pugliapromozione (n.9 del 2011).

Esso svolge una funzione consultiva generale e un supporto tecnico-consultivo relativamente ai compiti affidati a Pugliapromozione, esercita le seguenti specifiche funzioni:

- fornisce pareri e proposte, all'interno della programmazione generale, sull'articolazione territoriale degli interventi di promozione;
- cura i rapporti con le Amministrazioni provinciali e con i Comuni;
- esprime parere sul bilancio di previsione;
- avanza proposte in merito a nuove iniziative da assumere.

Nell'ambito della missione generale di Pugliapromozione, il Comitato tecnico – consultivo svolge un ruolo centrale, soprattutto in relazione alle attività di programmazione strategica e di coordinamento degli attori istituzionali locali.

2 - Il modello organizzativo

La macrostruttura di Pugliapromozione è descritta nell'Allegato A) al presente atto, del quale è parte integrante.

3 - La direzione generale

La Direzione Generale è costituita al suo interno dalle seguenti strutture, affidate alla responsabilità di personale dirigenziale e non dirigenziale e così denominate:

- *Affari istituzionali e segreteria generale.*
- *Osservatorio e destination audit*
- *Marketing e pianificazione strategica*

3.a - Affari istituzionali e segreteria generale

La struttura si occupa di fornire supporto all'attività complessiva del Direttore Generale, ed in particolare nella:

- cura delle relazioni e della comunicazione istituzionale dell'Agenzia;
- cura della comunicazione interna tra le strutture dell'Agenzia, della gestione dei flussi di documenti e informazioni da e verso l'esterno;
- gestione del protocollo generale dell'Agenzia e archiviazione dei documenti;
- attività di segreteria degli organi dell'Agenzia.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale

Assicura l'espletamento dei propri compiti nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

3.b – Marketing e pianificazione strategica

La struttura si occupa di fornire supporto all'attività complessiva del Direttore Generale, ed in particolare nella:

- programmazione strategica e pianificazione organizzativa e operativa delle attività dell'agenzia, demandati all'attuazione delle varie strutture periferiche o affidati a fornitori terzi;
- attività di coordinamento delle varie strutture dell'Agenzia, attraverso attività di accompagnamento e formazione del personale preposto;
- redazione di studi, relazioni o programmi.

Coordinata da un Responsabile della struttura, può articolarsi in strutture operative, anche temporanee, finalizzate alla definizione, promozione e gestione dei singoli prodotti orientati a specifici target ovvero alla pianificazione e coordinamento delle attività di promozione orientate a specifici mercati.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale

Assicura, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione, anche tutti gli ulteriori compiti che saranno affidati a detta struttura dal Direttore Generale.

3.c – Osservatorio del turismo e destination audit

La struttura si occupa di fornire supporto all'attività complessiva del Direttore Generale, ed in particolare nella:

- conduzione di analisi e misurazioni sulla competitività della destinazione, sui mercati in termini di domanda e offerta turistica, sui flussi turistici, sulla qualità del soggiorno, sulla verifica dei risultati dell'azione politica e su ogni altro fattore di necessità ai fini della programmazione strategica;
- comunicazione e informazioni dei risultati degli studi a tutti gli attori locali;
- coordinamento della raccolta ed istruttoria delle denunce dei prezzi delle strutture ricettive.

La struttura svolge ogni altra funzione di Osservatorio delegata dalla Regione Puglia all'Agenzia.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale.

Per le proprie attività, si avvale delle sezioni territoriali di cui coordina l'azione relativamente ai campi di propria competenza.

Assicura, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione, anche tutti gli ulteriori compiti che saranno affidati a detta struttura dal Direttore Generale.

4 – Il Direttore amministrativo

Il Direttore amministrativo è nominato con provvedimento motivato del Direttore generale ed è scelto tra personale laureato che abbia maturato una esperienza amministrativa qualificata

almeno quinquennale presso enti o strutture di medie o grandi dimensioni, sia pubbliche che private, ovvero che abbia conseguito una particolare specializzazione professionale, culturale e scientifica desumibile dalla formazione universitaria e post universitaria, da pubblicazioni scientifiche o da concrete esperienze di lavoro nei settori della ricerca, della docenza, delle magistrature, escluse quelle onorarie, e dei ruoli degli avvocati o procuratori dello Stato.

Il rapporto di lavoro del Direttore amministrativo è regolato da contratto di diritto privato di durata da tre a cinque anni ed è rinnovabile. I contenuti di tale contratto, ivi compresi i criteri per la determinazione degli emolumenti, sono determinati dal Direttore generale nel rispetto della disciplina sul conferimento degli incarichi e sul rapporto del personale di qualifica dirigenziale prevista dalla normativa statale e regionale e dai contratti collettivi.

Il Direttore generale può revocare anticipatamente l'incarico con provvedimento motivato e nel rispetto della normativa statale e regionale e dei contratti collettivi.

Il Direttore amministrativo contribuisce al governo ed alla gestione dell'Agenzia assumendo diretta responsabilità delle funzioni ad esso assegnate dal presente atto organizzativo o da successivo provvedimento del Direttore generale. Coadiuvando il Direttore generale e concorre, fornendo pareri proposte non vincolanti, alla formazione delle decisioni.

Governa e sovrintende a tutte le attività amministrative, con particolare riferimento agli aspetti giuridico - amministrativi ed economico- contabili.

Svolge le attività relative alle funzioni di propria competenza avvalendosi delle strutture inserite nell'articolazione interna della Direzione amministrativa, così come individuate nel presente atto ovvero, anche su proposta del Direttore amministrativo, in successivo atto del Direttore generale.

Svolge ogni altra attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale, anche mediante delega, con successivo provvedimento.

Ispira la propria attività al rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, efficacia, buon andamento ed economicità della gestione.

5 – La direzione amministrativa

La Direzione amministrativa è costituita al suo interno dalla seguenti strutture, affidate alla responsabilità di personale non dirigenziale e così denominata:

- *Bilancio e controllo di gestione*
- *Risorse umane*
- *Patrimonio e attività negoziali*
- *Rendicontazione e segreteria amministrativa*
- *Economato e pagamenti*

5.a. – Bilancio e controllo di gestione

La struttura si occupa di fornire supporto all'attività complessiva del Direttore amministrativo, garantendo la tenuta della contabilità generale ed economica e dei documenti di bilancio (la cui adozione è di competenza del Direttore Generale), gestendo in particolare:

- predisposizione delle proposte per gli atti di bilancio preventivo o di conto consuntivo che saranno adottati dal Direttore Generale;
- 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.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore amministrativo.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

5.b. – Risorse umane

La struttura svolge tutti i compiti, anche di natura istruttoria, a supporto della Direzione generale e amministrativa per garantire e assicurare, anche in collaborazione con i responsabili delle strutture territoriali, l'acquisizione delle risorse umane, la loro gestione (giuridica, economica, previdenziale e disciplinare) nel rispetto dei vincoli normativi, contrattuali ed economici vigenti, occupandosi in particolare di:

- curare e pianificare, nel rispetto delle direttive di carattere generale impartite dal Direttore generale e/o dal Direttore amministrativo, la gestione delle risorse umane, definendo annualmente i fabbisogni di reclutamento, le politiche di sviluppo e formazione del personale;
- gestire tutte le procedure di reclutamento, nelle forme stabilite dalla Legge, inclusa la mobilità interna ed esterna;
- curare e gestire le posizioni giuridico – economiche e correlati aspetti previdenziali e fiscali, del personale di ruolo, a tempo determinato e indeterminato, dei collaboratori a progetto, inclusi i rapporti con gli Enti e le istituzioni competenti;
- istituire, conservare e aggiornare il fascicolo personale di ciascun dipendente e collaboratore;
- gestire le presenze e le assenze del personale, gli infortuni sul lavoro, le assenze, i permessi, le malattie e gli orari. Per quanto riguarda il personale operante nelle sedi provinciali, la struttura si raccorda con i responsabili di tali strutture;
- gestire le procedure volte all'autorizzazione allo svolgimento di incarichi esterni da parte del personale dell'Agenzia;
- gestire i procedimenti disciplinari, la contestazione degli addebiti e l'irrogazione delle sanzioni;
- curare le progressioni di carriera;
- monitorare le posizioni e le prestazioni dei carichi di lavoro e degli stati di servizio;
- supportare la Direzione generale nei rapporti con le Organizzazioni sindacali.

Nello svolgimento dei propri compiti, la struttura si interfaccia con i responsabili delle strutture territoriali al fine di creare un sistema integrato ed efficiente di gestione delle risorse umane.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore amministrativo.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

5.c. – Patrimonio e attività negoziali

La struttura svolge tutti i compiti di supporto ed operativi per assicurare, sulla base degli indirizzi impartiti dalla Direzione generale, amministrativa e tecnica ed in costante relazione con i responsabili delle strutture territoriali, la gestione del patrimonio mobiliare e immobiliare e l'acquisizione di beni e servizi necessari per il funzionamento e l'attività dell'Agenzia, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

In particolare, rientrano tra i compiti della struttura:

- la predisposizione, la tenuta e l'aggiornamento dell'inventario dei beni mobili e di quello dei beni immobili;
- l'istruzione delle procedure di acquisto di beni e di affidamento di servizi, curandone tutti gli adempimenti amministrativi nel rispetto delle Leggi e dei Regolamenti della Comunità Europea e predisponendo gli atti finali da sottoporre al Direttore generale e/o amministrativo;
- la predisposizione, la tenuta e l'aggiornamento dell'Albo dei fornitori e la cura delle procedure connesse.

Nello svolgimento dei propri compiti, la struttura si interfaccia con i responsabili delle strutture territoriali al fine di creare un sistema integrato ed efficiente di gestione del patrimonio e di acquisizione di beni e servizi.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore amministrativo.

5.d – Rendicontazione e segreteria amministrativa

La struttura svolge tutti i compiti di supporto al Direttore amministrativo ed alle strutture della Direzione amministrativi per assicurare:

- la conservazione e la tenuta dei documenti;
- la rendicontazione delle spese alla Regione Puglia, alla Comunità Europea, o ad altri Enti e istituzioni;
- il raccordo costante con le strutture territoriali per la circolarizzazione delle informazioni e dei documenti.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore amministrativo.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

5.e- Economato e pagamenti

La struttura svolge tutti i compiti di supporto al Direttore amministrativo ed alle strutture della Direzione amministrativi per assicurare:

- la gestione del fondo economale della sede centrale e degli acquisti a valere su tale fondo;
- il raccordo con le sedi territoriali per la gestione dei fondi economici in relazione agli acquisti effettuati dalle strutture territoriali;
- la gestione delle riscossioni dell'Agenzia, dei compensi e dei mandati di pagamento, in raccordo con l'istituto tesoriere.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore amministrativo.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

6 – Il Direttore tecnico

Il Direttore tecnico è nominato con provvedimento motivato del Direttore generale ed è scelto tra professionisti laureati che abbiano maturato una esperienza tecnica qualificata almeno quinquennale nelle materie oggetto della competenza dell'Agenzia, presso enti o strutture di medie o grandi dimensioni, sia pubbliche che private, ovvero che abbia conseguito una particolare specializzazione professionale, culturale e scientifica desumibile dalla formazione universitaria e post universitaria, da pubblicazioni scientifiche o da concrete esperienze di lavoro nei settori della ricerca o docenza, etc.

Il rapporto di lavoro del Direttore tecnico è regolato da contratto di diritto privato di durata da tre a cinque anni ed è rinnovabile. I contenuti di tale contratto, ivi compresi i criteri per la determinazione degli emolumenti, sono determinati dal Direttore generale nel rispetto della disciplina sul conferimento degli incarichi e sul rapporto del personale di qualifica dirigenziale prevista dalla normativa statale e regionale e dai contratti collettivi.

Il Direttore generale può revocare anticipatamente l'incarico con provvedimento motivato e nel rispetto della normativa statale e regionale e dei contratti collettivi.

Il Direttore tecnico contribuisce al governo ed alla gestione dell'Agenzia assumendo diretta responsabilità delle funzioni ad esso assegnate, coadiuvando il Direttore generale con proposte e pareri non vincolanti.

Governa e sovrintende a tutte le attività tecniche, svolgendo attività operative e di progettazione, in relazione alle funzioni assegnate e correlate competenze. Supporta il Direttore generale nella redazione del piano annuale delle attività e redige le proposte dei piani esecutivi delle varie attività.

Garantisce, attraverso le strutture centrali e territoriali il coordinamento delle attività e l'attuazione dei programmi.

Svolge ogni altra attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale, anche mediante delega, con successivo provvedimento.

Assicura l'espletamento dei propri compiti nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

7 - La direzione tecnica

La Direzione Tecnica è costituita al suo interno dalla seguenti strutture, affidate alla responsabilità di personale dirigenziale e non dirigenziale e così denominata:

- *Coordinamento territoriale*

7.b – Coordinamento territoriale

La struttura si occupa di fornire supporto all'attività complessiva del Direttore Tecnico, ed in particolare nella:

- cura dei rapporti con gli attori locali (pubblici e privati) coinvolti nella promozione o commercializzazione dei prodotti turistici, coinvolgendoli nelle fasi di pianificazione strategica (condivisione della vision e delle strategie) e di attuazione operativa (attività di formazione, informazione, assistenza e integrazione in un network);
- coordinamento delle attività afferenti alla gestione della destinazione svolte dalle sezioni provinciali inseriti nelle stesse

Assicura, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione, anche tutti gli ulteriori compiti che saranno affidati a detta struttura dal Direttore Generale o dal Direttore Tecnico.

8- Le Strutture Tematiche

Le strutture tematiche svolgono funzioni operative per la realizzazione delle attività di promozione della destinazione. Sono affidate alla responsabilità di personale non dirigenziale.

Il Direttore tecnico coordina queste strutture, assegna e ripartisce una razionale allocazione dei compiti tra esse e le strutture territoriali ed un'efficiente integrazione funzionale, con il supporto della struttura di coordinamento territoriale. I responsabili delle strutture partecipano alle fasi di pianificazione strategica curate dalla struttura a questo dedicata.

8.a - Comunicazione

La struttura è responsabile della realizzazione delle azioni di comunicazione, secondo la pianificazione approvata dal Direttore generale e le direttive impartite dal Direttore tecnico. La struttura cura le fasi di progettazione esecutiva, realizzazione e attuazione, in particolare relative a:

- l'immagine ed il brand positioning della Puglia e dei prodotti turistici;
- il media plan;
- l'ufficio stampa e le pubbliche relazioni;
- l'e-marketing e la gestione, anche redazionale, dei portali turistici della Regione;
- le pubblicazioni per la promozione o l'informazione turistica e la loro diffusione;
- il coordinamento ed il controllo dei servizi affidati ai fornitori esterni.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore tecnico.

Svolge i propri compiti in stretta collaborazione con le strutture regionali che si occupano delle materie di propria competenza.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

8.b - Fiere, road show e attività di co-branding

La struttura è responsabile della realizzazione delle attività di promozione programmate fuori dal territorio regionale, nelle aree geografiche target, secondo la pianificazione approvata dal Direttore generale e le direttive impartite dal Direttore tecnico.

La struttura cura le fasi di progettazione esecutiva, realizzazione e attuazione, in particolare di:

- fiere di settore;
- road show;
- workshop informativi e formativi e incontri business to business;
- attività di co-promotion intersettoriale.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore tecnico. Svolge i propri compiti in stretta collaborazione con le strutture regionali che si occupano delle materie di propria competenza e si occupa anche del coordinamento e del controllo dei servizi affidati ai fornitori esterni

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

8.c - Educational tour ed eventi di promozione

La struttura è responsabile della realizzazione delle attività di promozione programmate sul territorio regionale, secondo la pianificazione approvata dal Direttore generale e le direttive impartite dal Direttore tecnico.

La struttura cura le fasi di progettazione esecutiva, realizzazione e attuazione, in particolare di:

- educational tour e programmi di ospitalità opinion leaders e operatori;

- familiarization trips per produttori cinematografici, televisivi, dello spettacolo dal vivo o della cultura;
- borse del turismo, forum o incontri business to business in Puglia.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore tecnico. Svolge i propri compiti in stretta collaborazione con le strutture regionali che si occupano delle materie di propria competenza e si occupa anche del coordinamento e del controllo dei servizi affidati ai fornitori esterni.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

8. d - Progetti speciali

Il direttore generale può disporre l'istituzione di una o più strutture temporanee affidate alla responsabilità di personale dell'Agenzia e che possono prevedere anche la costituzione di staff temporanei per la realizzazione di attività di promozione contenute in programmi speciali o progetti finanziati ad hoc. Il gruppo di lavoro così costituito ha la responsabilità di gestire l'iniziativa/progetto assegnato in ogni suo aspetto, secondo la pianificazione approvata dal Direttore generale e le direttive impartite dal Direttore tecnico, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

9 – Le sezioni territoriali

A livello territoriale, Pugliapromozione è costituita da articolazioni organizzate a livello provinciale, denominate sezioni territoriali.

Nell'ambito delle direttive impartite dalla Direzione, le articolazioni territoriali godono di una autonomia operativa e organizzativa nelle differenti materie di competenza delle stesse.

Rientrano nella competenza delle sezioni territoriali, demandate ai Responsabili preposti, sempre nel rispetto della pianificazione e delle direttive emanate dalla Direzione Generale, Amministrativa e Tecnica (Coordinamento territoriale):

- lo svolgimento delle attività tecnico-strumentali afferenti alla "gestione della destinazione turistica territoriale";
- l'attuazione dei piani e progetti assegnati alla competenza della sezione, gestendo il personale ivi preposto operante in ambito provinciale;
- la predisposizione di piani e progetti in ambito locale da sottoporre alla valutazione della Direzione Generale ai fini della successiva attuazione, anche di concerto tra le differenti articolazioni territoriali;
- ogni attività di gestione e manutenzione dei beni mobili o immobili nella disponibilità dell'Agenzia sui territori provinciali, non attratti nella competenza della sede centrale di Bari;
- ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore tecnico o dal Direttore Amministrativo.

Le sezioni provinciali svolgono i propri compiti in stretta collaborazione con gli Enti e le Istituzioni locali che si occupano delle materie di propria competenza nonché con gli S.T.L., con le articolazioni del Distretto del turismo e con gli operatori del settore.

Svolgono le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

9.a – Articolazione e sedi

Sono istituite le seguenti sezioni territoriali di Pugliapromozione:

- sezione di Bari, con sede in Piazza Moro 33/a a Bari;
- sezione di Brindisi, con sede in Lungomare Regina Margherita, 44 a Brindisi;
- sezione di Foggia, con sede in via Emilio Perrone, 17 a Foggia;
- sezione di Lecce, con sede in via Monte San Michele, 20 a Lecce;
- sezione di Taranto, con sede in Corso Umberto I, 121 a Taranto.

Il Direttore Generale, con successivo atto, provvederà alla istituzione della sezione territoriale Barletta-Andria-Trani e l'elezione della relativa sede.

Da ciascuna sezione territoriale dipendono funzionalmente gli Uffici Informazione a Accoglienza, istituiti con accordi e intese istituzionali con gli Enti locali, in rispetto della normativa regionale vigente. Gli I.A.T. insistenti nel territorio della provincia B.A.T. dipendono funzionalmente dalla sezione provinciale di Bari, fino alla istituzione della relativa sezione.

Ciascuna sezione territoriale è costituita al suo interno dalla seguenti strutture, affidate alla responsabilità di personale non dirigenziale e così denominata:

- *Segreteria territoriale*
- *Economato e amministrazione*
- *Local destination audit*
- *Rapporti con gli attori locali*
- *Promozione del territorio*
- *Informazione e accoglienza*

Il Direttore Generale, anche su proposta del Responsabile della sezione, può approvare con successivo atto una diversa organizzazione per la relativa sezione territoriale, motivata da esigenze tecnico-organizzative o contingenze legate a caratteristiche dei territori o specifiche finalità operative. Allo stesso modo, le strutture possono essere accorpate in considerazione dei carichi di lavoro e delle caratteristiche dei territori.

9.b. – Il responsabile della sezione

Il Responsabile della sezione svolge, con propria responsabilità, compiti di gestione, coordinamento ed operativi secondo gli indirizzi ed i progetti promanati dal Direttore Generale, dal Coordinatore territoriale (uno per il centro-nord, uno per il centro-sud) per gli aspetti tecnico-operativi ovvero dal Direttore Amministrativo per gli aspetti legati alla gestione amministrativa o del personale.

Il Responsabile della sezione, in particolare si occupa di:

- gestire il personale ivi preposto operante in ambito provinciale, curando l'organizzazione dei processi di lavoro;
- istruire i processi amministrativi relativi alle attività di propria competenza, secondo le direttive impartite dal Direttore amministrativo e trasmetterli alla Direzione generale per l'adozione degli atti conseguenti;

- garantire il raccordo amministrativo-contabile e tecnico-operativo con la Direzione generale segnalando esigenze, avanzando proposte, garantendo l'attuazione delle direttive e dei progetti assegnati;
- assicurare il coordinamento e controllo dei servizi affidati ai fornitori esterni.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale o dal Direttore tecnico.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

9.c – La segreteria territoriale

La struttura si occupa di fornire supporto all'attività complessiva del Responsabile della sezione, ed in particolare nella:

- cura delle relazioni e della comunicazione istituzionale dell'Agenzia nel territorio provinciale;
- cura della posta e della gestione del front-office della sede;
- gestione del protocollo della sezione e archiviazione dei documenti.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale, dai Coordinatori territoriali o dal Responsabile della sezione.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

9.d – Economato e amministrazione

La struttura è responsabile delle attività di supporto al Responsabile della sezione nella sua funzione di coordinamento amministrativo dei progetti di competenza della sezione provinciale.

La struttura opera secondo le direttive impartite dal Direttore Generale, dal Coordinatore territoriale e dal Responsabile della sezione e cura in particolare:

- la gestione del fondo economale di dotazione della sezione;
- l'istruzione dei processi amministrativi e loro trasmissione al Responsabile della sezione provinciale;
- il controllo di gestione e l'aggiornamento dei sistemi informativi adottati dall'Agenzia;
- ogni attività di gestione e manutenzione dei beni mobili o immobili nella disponibilità dell'Agenzia sul territorio provinciale;
- gestione del personale in loco;
- la conservazione e la tenuta dei documenti.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale, dai Coordinatori territoriali o dal Responsabile della sezione. Opera in stretta collaborazione con le strutture centrali e quelle tematiche deputate alle materie di propria competenza.

Il personale preposto a questa struttura svolge il proprio lavoro anche presso le sedi degli I.A.T., secondo le disposizioni impartite dalla Direzione, anche su proposta del Responsabile della sezione.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

9.e – Local destination audit

La struttura è responsabile dell'analisi e del monitoraggio dell'offerta territoriale e dei flussi turistici.

La struttura opera secondo le direttive impartite dal Direttore Generale, dal Coordinatore territoriale e dal Responsabile della sezione e cura in particolare:

- la raccolta, controllo e monitoraggio dell'offerta del territorio (risorse e servizi);
- la raccolta dei dati statistici riguardanti il territorio di competenza;
- raccolta e istruzione delle denunce dei prezzi;
- l'istruttoria dei ricorsi avverso le strutture ricettive della provincia;
- supporta la Regione nell'espletamento delle funzioni ispettive e svolge direttamente tali funzioni se delegate all'Agenzia;
- il controllo e monitoraggio della qualità del soggiorno turistico e dei diritti del turista-consumatore;
- il coordinamento le attività delle sedi I.A.T. in relazione alle materia di propria competenza);
- la consulenza agli operatori in relazione alle operazioni di propria competenza (apertura e modifica di una struttura, tariffe, Istat,etc);
- l'inserimento dei dati statistici nei sistemi informativi.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale, dai Coordinatori territoriali o dal Responsabile della sezione. Opera in stretta collaborazione con le strutture centrali e quelle tematiche deputate alle materie di propria competenza.

Il personale preposto a questa struttura svolge il proprio lavoro anche presso le sedi degli I.A.T., secondo le disposizioni impartite dalla Direzione, anche su proposta del Responsabile della sezione.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

9.f – Rapporti con gli attori locali

La struttura è responsabile della cura dei rapporti con gli operanti sul territorio provinciale al fine di condividere la strategia promozionale, coordinare le azioni promozionali, monitorarne criticità o bisogni, migliorare l'efficienza del sistema complessivo di accoglienza.

La struttura opera secondo le direttive impartite dal Direttore Generale, dal Coordinatore territoriale e dal Responsabile della sezione e cura in particolare:

- il controllo ed il monitoraggio delle esigenze rilevate dagli stakeholders a livello provinciale e loro assistenza;
- il raccordo ed il supporto alle attività dei Sistemi Turisti Locali;
- i rapporti con la CCIAA e le articolazioni provinciali delle associazioni delle imprese;
- i rapporti con i Comuni, la Provincia e gli Enti pubblici in riferimento alle questioni di competenza della sezione provinciale;
- il coordinamento delle attività delle sedi I.A.T. in relazione alle materia di propria competenza.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale, dai Coordinatori territoriali o dal Responsabile della sezione. Opera in stretta collaborazione con le strutture centrali e quelle tematiche deputate alle materie di propria competenza.

Il personale preposto a questa struttura svolge il proprio lavoro anche presso le sedi degli I.A.T., secondo le disposizioni impartite dalla Direzione, anche su proposta del Responsabile della sezione.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

9. g – Promozione del territorio

La struttura è responsabile della realizzazione delle attività di promozione programmate sul territorio provinciale.

La struttura opera secondo le direttive impartite dal Direttore Generale, dal Coordinatore territoriale e dal Responsabile della sezione e cura in particolare:

- gestione degli educational tour, familiarization trips e di tutti gli eventi promozionali organizzati dall'Agenzia nel territorio di propria competenza;
- gestione di progetti speciali di promozione affidati alla competenza della sezione territoriale;
- redazione, produzione e organizzazione della distribuzione di materiali informativi sul territorio provinciale;
- la raccolta e la diffusione (anche attraverso l'inserimento nei portali regionali) di eventi, iniziative e ogni altra informazione relativa al territorio di propria competenza e che possa costituire elemento di attrattività per i turisti;
- archivio del materiale informativo;
- rapporti con gli organi di informazione, giornalisti, troupe televisive e cinematografiche, opinion leader e opinion makers;
- tenuta e aggiornamento degli elenchi delle guide turistiche;
- raccogliere e verificare tutte le informazioni utili ai turisti, afferenti ai servizi complessivi del territorio provinciale e diffonderli alle strutture di informazione e accoglienza;
- raccolta e prima valutazione delle richieste di patrocinio, collaborazioni e partnership dai soggetti del territorio;
- coordina le attività delle sedi I.A.T. in relazione alle materie di propria competenza.

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale, dai Coordinatori territoriali o dal Responsabile della sezione. Opera in stretta collaborazione con le strutture centrali e quelle tematiche deputate alle materie di propria competenza. Il personale preposto a questa struttura svolge il proprio lavoro anche presso le sedi degli I.A.T., secondo le disposizioni impartite dalla Direzione, anche su proposta del Responsabile della sezione. Svolge le proprie funzioni nel rispetto di leggi e regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

9.h – Informazione e accoglienza

La struttura è responsabile della realizzazione delle attività di informazione e accoglienza dei turisti, dei tour operator e degli opinion leader che visitano il territorio provinciale.

La struttura opera secondo le direttive impartite dal Direttore Generale, dal Coordinatore territoriale e dal Responsabile della sezione e cura in particolare:

- la gestione dei punti informativi (I.A.T.) di competenza diretta dell'Agenzia sul territorio provinciale attraverso attività di accoglienza, informazione, distribuzione di materiali informativi, organizzazione di visite guidate e itinerari di visita;
- il coordinamento del sistema provinciale delle Pro-Loco;
- il coordinamento e controllo dei servizi affidati ai fornitori esterni;
- la raccolta di eventi, iniziative e ogni altra informazione relativa al territorio di propria competenza e che possa costituire elemento di attrattività per i turisti;
- l'espletamento di compiti attinenti la raccolta di dati statistici, dati e informazioni afferenti al monitoraggio della qualità del soggiorno turistico e dei diritti del turista-consumatore, alle denunce dei prezzi ed al controllo delle strutture ricettive, in supporto alla struttura provinciale di "destination audit".

Svolge anche ogni altro compito o attività anche non prevista dal presente atto, attinente alle materie di propria competenza, che saranno attribuite dal Direttore generale, dai Coordinatori territoriali o dal Responsabile della sezione. Opera in stretta collaborazione con le altre strutture in cui è articolata la sezione provinciale.

Il personale preposto a questa struttura svolge il proprio lavoro anche presso le sedi degli I.A.T. istituiti e operanti, secondo le disposizioni impartite dalla Direzione, anche su proposta del Responsabile della sezione.

Svolge le proprie funzioni nel rispetto delle leggi e dei regolamenti, nonché nel rispetto dei principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione.

TITOLO IV – DISPOSIZIONI SUL PERSONALE

1 – Dotazione organica

La dotazione organica dell'Agenzia è determinata dal Direttore Generale secondo quanto previsto dalla Legge e fatte salve le norme riguardanti la partecipazione delle OO.SS.

Al Direttore Generale spetta la verifica periodica dei fabbisogni e la modifica della pianta organica nel rispetto delle procedure previste dalla Legge.

All'assegnazione del personale alle varie strutture provvede il Direttore Generale, sentiti i Responsabili delle strutture stesse.

2 – Copertura dei posti vacanti e reclutamento del personale

Alla copertura dei posti di pianta organica si provvede secondo quanto previsto dalle norme statali, regionali e dalla contrattazione collettiva vigenti.

3 - Mansioni generali

Ogni dipendente di Pugliapromozione deve svolgere le proprie mansioni nel rispetto delle seguenti regole:

- svolgere il proprio lavoro in modo professionale e con senso di responsabilità e cura dell'interesse pubblico;

- svolgere il proprio lavoro seguendo i principi di imparzialità, legalità, efficienza, buon andamento ed economicità della gestione;
- collaborare con i superiori ed i colleghi per raggiungere il massimo risultato in un clima di lavoro ottimale;
- mantenere il segreto d'ufficio;
- gestire i rapporti con il pubblico in modo professionale, con correttezza e con l'obiettivo di garantire la massima soddisfazione e accoglienza dei turisti, rispondendo a qualunque comunicazione scritta nel tempo massimo di 3 giornate lavorative;
- avere cura delle attrezzature e degli impianti, dei immobili e mobili, evitando usi a fini privati, evitando sprechi e garantendo la tutela dell'ambiente;
- rispettare l'orario di lavoro, richiedendo tempestivamente le autorizzazioni per ogni assenza o permesso anche se per esigenze di servizio.

Pugliapromozione persegue l'obiettivo della informatizzazione dei processi di lavoro, al fine di garantire una migliore efficienza, economicità e velocità delle operazioni. A tale fine, ogni dipendente presta la propria disponibilità all'utilizzo della tecnologia e ad acquisire nuove abilità a queste collegate.

TITOLO V – ASPETTI DELLA GESTIONE

1 - Gestione degli acquisti beni e servizi

Il Direttore Generale adotta, con apposito atto, il regolamento per la gestione degli acquisti di beni e servizi.

2- Contabilità e procedure amministrative

Il Direttore Generale adotta, con apposito atto, il regolamento per il funzionamento e la contabilità dell'Agenzia.

TITOLO VI – DISPOSIZIONI FINALI E DI RINVIO

1 – Norme finali

Il presente atto entra in vigore il giorno successivo alla approvazione da parte del Direttore Generale. Per quanto non disciplinato dal presente atto – le cui disposizioni non possono in alcun modo essere in contrasto con norme di Legge o della contrattazione collettiva , che in caso di conflitto prevalgono sulle prima – si applicano le disposizioni della legge istitutiva, delle leggi statali, regionali, della contrattazione collettiva e del Regolamento di organizzazione e funzionamento dell'Agenzia. Il Direttore, con apposito atto, provvede alla revisione anche parziale della organizzazione dell'Agenzia.

2 - Attuazione transitoria

Entro sei mesi dall'entrata in vigore il Direttore Generale adotta gli atti applicativi ai fini della determinazione dell'organizzazione delle singole strutture e delle responsabilità e mansioni dei singoli dipendenti. Nel periodo intermedio, per quanto compatibili, si applicano le disposizioni contenute nell'atto di indirizzo di cui alla Determinazione 03 del 2011.