

MODULARIO
P.C.M. 196



7726811

*Presidenza
del Consiglio dei Ministri*
UBRRAC

Roma *20*

Alla Presidenza del Consiglio dei Ministri

Struttura di missione per il rilancio dell'immagine
dell'Italia

Via della Ferratella in Laterano, 51 R O M A



Alla Presidenza del Consiglio dei Ministri

Ufficio controllo interno, trasparenza e integrità

Via della Mercedes, 96 R O M A

N. e, p.c.

Risposta al Foglio del

N.

R O M A

OGGETTO *Direttiva per l'anno 2013 per l'azione amministrativa e la gestione della
Struttura di missione per il rilancio dell'immagine dell'Italia*

*Si restituisce, munito del visto dello scrivente e degli estremi di registrazione
della Corte dei conti, il provvedimento specificato in oggetto.*

IL RESPONSABILE DEL SERVIZIO
(Gianfranco Sorchetti)



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Il Ministro

per gli Affari Regionali

il Turismo e lo Sport

IL MINISTRO PER GLI AFFARI REGIONALI, IL TURISMO E LO SPORT

VISTO l'art. 5 della legge 23 agosto 1988, n. 400, recante "Disciplina dell'attività di Governo e ordinamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri" e successive modificazioni;

VISTO il decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 303, recante "Ordinamento della Presidenza del Consiglio dei Ministri, a norma dell'art. 11 della legge 15 marzo 1997, n. 59, e successive modificazioni;

VISTO il decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 286, recante "Riordino e potenziamento dei meccanismi e strumenti di monitoraggio e valutazione dei costi, dei rendimenti e dei risultati dell'attività svolta dalle amministrazioni pubbliche a norma dell'art. 11 della legge 15 marzo 1997, n. 59 e in particolare l'ar. 8 concernente la direttiva generale annuale dei ministri sull'attività amministrativa e sulla gestione;

VISTO il decreto del presidente del Consiglio dei Ministri del 22 novembre 2010, recante "Disciplina dell'autonomia finanziaria e contabile della Presidenza del Consiglio dei Ministri;

VISTO il decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, recante "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche" e successive modificazioni;

VISTO il decreto del Presidente del consiglio dei Ministri in data 1 ottobre 2012 recante "Ordinamento delle strutture generali della presidenza del Consiglio dei ministri"

VISTO il decreto del Presidente della repubblica in data 16 novembre 2011, con il quale il Dr. Piero Gnudi è stato nominato Ministro senza portafoglio;

VISTO il decreto del Presidente del consiglio dei Ministri in data 16 novembre 2011, così come modificato dal decreto del presidente del consiglio dei Ministri in data 25 novembre 2011, con il quale al ministro Piero Gnudi è stato conferito l'incarico per gli Affari regionali, il Turismo e lo Sport;

VISTO il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri in data 15 dicembre 2011 con il quale è stata confermata l'istituzione, nell'ambito della presidenza del Consiglio dei Ministri la Struttura di missione per il "Rilancio dell'Immagine dell'Italia", di cui ai decreti 30 settembre 2008 e 24 giugno 2009 e successive modificazioni ed integrazioni il cui mandato termina con la fine dell'attuale Governo;



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Il Ministro

per gli Affari Regionali

il Turismo e lo Sport

VISTA la direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 12 marzo 2007 per l'attuazione, il monitoraggio la valutazione del programma di Governo;

VISTA la decisione di finanza pubblica per gli anni 2011-2013;

EMANA LA SEGUENTE

**DIRETTIVA GENERALE PER L'AZIONE AMMINISTRATIVA E LA GESTIONE
DELLA STRUTTURA DI MISSIONE PER "IL RILANCIO DELL'IMMAGINE
DELL'ITALIA" DELLA PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI PER L'ANNO
2013**

**PRIORITA' POLITICHE, OBIETTIVI STRATEGICI ED OBIETTIVI OPERATIVI PER
L'AZIONE AMMINISTRATIVA**

La presente direttiva individua gli obiettivi strategici ed operativi che la "Struttura di Missione per Rilancio Immagine dell'Italia" dovrà svolgere nell'anno 2013 per il perseguimento delle finalità e delle priorità politiche legate alla crescita dell'economia nazionale e la ripresa della competitività del Paese nel settore del turismo.

FINALITA' DELLA DIRETTIVA

La Struttura di Missione "Struttura di Missione per Rilancio Immagine dell'Italia" è una struttura della Presidenza del Consiglio dei Ministri alle dirette dipendenze del ministro per gli Affari Regionali, il Turismo e lo Sport, e si inserisce nel contesto istituzionale quale soggetto propulsore per il rilancio del settore del turismo attraverso tre principali aree di intervento:

A. Comunicazione e promozione:

- programmazione, gestione e coordinamento delle attività di comunicazione e promozione dell'immagine dell'Italia nel settore turistico, nonché la realizzazione dei relativi interventi strumentali;



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Il Ministro

per gli Affari Regionali

il Turismo e lo Sport

- sviluppo delle capacità, delle potenzialità e dell'immagine dell'Italia da realizzare con appropriate iniziative di comunicazione istituzionale, anche in relazione ai grandi eventi.

B. Sostegno e sviluppo al sistema Italia:

- azioni di sostegno all'offerta turistica dell'Italia;
- azioni di sostegno a specifiche aree del paese, anche nei casi in cui le stesse risultino pregiudicate o compromesse in conseguenza di eventi calamitosi o di altri fattori anche sociali ed economici generatori della crisi.

C. Costituzione e coordinamento di comitati di indirizzo:

- avvio di tavoli tecnici e di confronto su tematiche di interesse con i principali attori istituzionali (Ministeri, Regioni, Camere di Commercio, Comuni ecc.) e privati (associazioni di categoria, no profit, ecc.)

Al fine di garantire in modo efficiente il supporto all'organo politico, nonché la continuità dell'azione amministrativa e l'efficace funzionamento della struttura nel suo complesso, tali indicazioni di livello strategico vengono tradotte in obiettivi e programmi operativi di riferimento per la gestione amministrativa, indicandone i risultati attesi e le responsabilità per l'attuazione.

La direttiva comprende:

1. gli obiettivi strategici di riferimento su cui si fondano i programmi operativi della "Struttura di Missione per il Rilancio dell'Immagine dell'Italia" per l'anno 2013, in ottemperanza alle relative aree strategiche individuate nel DPCM 30/11/2012: "impegno per il contenimento della Spesa", "impegno per la crescita della produttività", "impegno per la buona amministrazione", "impegno per la qualificazione delle competenze".
2. gli obiettivi operativi, definiti in attuazione degli obiettivi strategici sono assegnati ai dirigenti con l'evidenziazione delle priorità politiche del Governo; tale programmazione è rappresentata dalle schede illustrative dello sviluppo operativo e temporale degli obiettivi, che sono allegati alla direttiva e ne costituiscono parte integrante;
3. le modalità di monitoraggio dei risultati conseguiti.

Si indicano di seguito i progetti da concludersi nel corso dell'anno 2013 nelle tre aree di intervento di competenza, compatibilmente con il termine dell'attuale Governo.



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Il Ministro

per gli Affari Regionali

il Turismo e lo Sport

A. COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

Le azioni e i progetti relativamente alle campagne di comunicazione secondo la direttiva annuale per l'azione amministrativa e la gestione sono finalizzate a supportare e garantire l'impegno e per il contenimento della spesa e l'impegno per la crescita della produttività.

In linea con gli indirizzi identificati sia dalla mission istitutiva che dai successivi e relativi atti di indirizzo del Ministro per gli Affari regionali, il Turismo e lo Sport, la programmazione operativa della Struttura è ispirata ai seguenti obiettivi strategici:

A.1. "CAMPAGNA PER LE DESTINAZIONI MENO CONOSCIUTE RIVOLTA SIA AL MERCATO INTERNO CHE SU ALCUNI PAESI TARGET INTERNAZIONALI."

In ottemperanza all'atto di indirizzo del Ministro per gli Affari Regionali, il Turismo e lo Sport in data 23 maggio 2012, nel quale si ritiene strategico per il rilancio del turismo italiano promuovere destinazioni del nostro paese meno conosciute, la struttura di missione ha avviato una campagna di comunicazione e promozione denominata "L'Italia che gli italiani non conoscono".

A tal fine sono stati costituiti gruppi di lavoro con gli assessorati al turismo delle regioni per l'individuazione delle località da valorizzare sui mercati nazionali ed internazionali.

Il risultato si è sostanziato nella realizzazione di un database con le destinazioni oggetto della campagna di comunicazione e promozione.

Gli obiettivi principali sono: l'innovazione per l'evoluzione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione per garantire alla campagna maggiore visibilità sia con l'utilizzo dei Social network, promuovendo la creazione e la crescita di una community di sostenitori di questa nuova immagine italiana, sia canali di tipo tradizionale per intercettare un pubblico vasto ed eterogeneo tendenzialmente giovane ma non solo, trasversale per provenienza, interessi e professioni.

Inoltre, la ricerca di partnership con altri attori istituzionali al fine di ottenere il massimo risultato attraverso un processo di razionalizzazione delle risorse:

- utilizzando i canali del Mercato Elettronico Consip/MEPA
- confrontando i risultati delle indagini sul Mercato Elettronico con indagini di mercato dirette in modo da verificare le condizioni migliorative delle forniture dei servizi o dei beni ad essi connessi.



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Il Ministro

per gli Affari Regionali

il Turismo e lo Sport

Sulla base delle informazioni raccolte nel database si avviano le campagne di comunicazione che prevedono l'utilizzo di diversi media:

A.1.1 CAMPAGNA MEDIA TRADIZIONALE

1. Lancio della campagna di comunicazione rivolta al mercato interno, con la realizzazione di 4 spot da distribuire nelle rete Telesia da gennaio a febbraio 2013 nelle aree di tutti gli aeroporti italiani, degli autogrill e delle metropolitane di Roma e Milano. Gli stessi spot in primavera saranno trasmessi sulle reti RAI a cura del Dipartimento per l'Editoria, in qualità di comunicazione istituzionale.
2. Avvio delle attività di cui alla convenzione stipulata con la RAI del 16 novembre 2012 che prevede la realizzazione di una iniziativa di comunicazione "La radio è di parola" con RADIO 1. Tale progetto si realizza attraverso un concorso radiofonico rivolto a giovani aspiranti conduttori radiofonici i quali dovranno condurre piccole trasmissioni sulle destinazioni minori italiane. I concorrenti vincitori parteciperanno alla realizzazione di un'audio-guida sulle mete turistiche italiane indicate da questa struttura di missione. Le audio-guide saranno disponibili e scaricabili sul sito www.italia.it in modalità podcast. La realizzazione dell'iniziativa inizia a marzo e si concluderà entro giugno 2013.

A.1.2 CAMPAGNA WEB DI RILANCIO DELL'IMMAGINE DELL'ITALIA ALL'ESTERO:

La campagna, volta alla valorizzazione delle destinazioni minori italiane, si basa sull'utilizzo di profili Facebook e Twitter che, tramite post, commenti, link e il numero di "like" e "followers", hanno l'obiettivo di produrre un effetto moltiplicatore di potenziali turisti o utilizzatori della rete. La finalità è quella di catturare e coinvolgere il maggior numero di persone che aderiscono e sostengono la campagna in rete.

Attori della Campagna sono dei "ripetitori" all'estero, che funzionano da connettore con i pubblici stranieri raccontando l'Italia in rete. Possono essere considerati una sorta di teste di ponte/opinion leader con funzioni di passaparola qualificata. Tali soggetti sono selezionati tra personalità note, appartenenti a vari settori (giornalismo, sport, spettacolo) e sono già utenti abituali della rete con un gran numero di "followers". Si relazionano con l'opinione pubblica



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Il Ministro

per gli Affari Regionali

il Turismo e lo Sport

all'estero diffondendo in lingua straniera i messaggi della campagna. Aderiscono apertamente alla campagna, ne sono in qualche modo testimonial spontanei.

A.1.3 CAMPAGNA DI VIRAL MARKETING :

- 1) **realizzazione di VIDEO VIRALI:** strumenti di comunicazione che si basano sulla partecipazione emotiva dello spettatore, che viene coinvolto per l'originalità dell'idea che questi video trasmettono o per le modalità di realizzazione e di conseguenza lo condivide con i propri amici. Una campagna efficace consente di arrivare a milioni di "visualizzazioni" all'estero attraverso la condivisione dei video sui Social network. In questo caso la campagna è alimentata nelle sue diverse fasi da una serie di video che mirano a "spiazzare" lo spettatore presentando un'immagine diversa e positiva dell'Italia e del suo patrimonio. Questi elementi sono il veicolo migliore per far arrivare un messaggio a un vasto numero di persone e farle sentire parte di una community con medesimi valori di riferimento. La progettazione esecutiva dell'iniziativa sarà conclusa entro febbraio 2013 mentre la realizzazione dei video e la loro diffusione sul web, in collaborazione con il portale Italia.it, entro giugno 2013.
- 2) Il "passaparola" online sarà ulteriormente alimentato **promuovendo un CONCORSO per sezioni (video, foto e articoli) in cui gli "Italy lovers"** (la community internazionale dei Fan dell'Italia) **raccontano il nostro Paese** dando un'immagine o una storia diversa da quelle comunicate dagli operatori turistici e dai media tradizionali. L'obiettivo è quello di attivare un effetto moltiplicatore di diffusione dei messaggi con la ritrasmissione virale dei video e dei contenuti selezionati.

A.2: PROMOZIONE DI ITINERARI TEMATICI DELLE VIE FRANCIGENE

- 1) Realizzazione dello studio sulla via Francigena in collaborazione con l'Opera Romana Pellegrinaggi mirato a tracciare per tutto il territorio nazionale le vie francigene percorribili e quelle da sviluppare. L'obiettivo principale è quello di ricongiungere le parti esistenti e tracciate delle principali vie francigene con i percorsi minori e meno conosciuti soprattutto di quelli del Mezzogiorno, in particolare delle Regioni del Molise, Puglia, Basilicata, Abruzzo e Campania.
- 2) Promozione delle vie Francigene italiane a Santiago de Compostela, in accordo con l'Opera Romana Pellegrinaggi mirerà ad informare il target selezionato dell'esistenza di Cammini ed Itinerari anche in Italia. Personale adeguatamente formato provvederà alla distribuzione dei materiali promozionali e, nel periodo di maggiore affluenza luglio/agosto 2013, si occuperà di fornire informazioni adeguate a quanti giungeranno a Santiago per stimolare flussi verso l'Italia.



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Il Ministro

per gli Affari Regionali

il Turismo e lo Sport

B) SOSTEGNO E SVILUPPO AL SISTEMA ITALIA

L'attività si è concentrata sul tema della qualità dell'accoglienza in Italia sia in termini di accessibilità sia in termini di armonizzazione dei criteri e delle regole della classificazione delle imprese ricettive. Questa attività risponde a due aree strategiche quali:

- a) impegno per la crescita della produttività e impegno per la qualificazione delle competenze, con l'obiettivo di potenziare e ottimizzare le linee di attività istituzionale attraverso il repertorio di tutta la documentazione, anche legislativa sulla materia, e individuare le potenziali iniziative anche legislative da porre in essere.
- b) impegno per la qualificazione delle competenze attraverso il confronto con gli indirizzi dell'Unione Europea e con il confronto con gli altri Stati Membri.

a) La classificazione alberghiera.

Codesta struttura di missione ha avviato e concluso un percorso di confronto con le Regioni per condividere a livello nazionale regole di classificazione alberghiera, partendo dal Decreto sulla classificazione alberghiera del 2000 confrontando i criteri di classificazione proposti in Europa dalle maggiori associazioni internazionali di categoria. A seguito di tale confronto è stato stilato un catalogo dei criteri di classificazione nazionale. Si tratta di uno studio, raccolta ed analisi della normativa regionale in materia di classificazione alberghiera, ricognizione e mappatura del sistema classificatorio alberghi. E' stato predisposto, inoltre, un quadro sinottico del sistema classificatorio regionale in attuazione del Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri in data 21 ottobre 2008 (Hotel Stars EU) con l'inserimento di Federalberghi.

In data 18 febbraio si è tenuto, su richiesta del Coordinamento Turismo delle regioni, il primo incontro istituzionale presso la Conferenza Stato Regioni tra il Ministro per gli Affari Regionali, il Turismo e lo Sport e i rappresentanti delle regioni. Il secondo incontro è previsto per l' 11 marzo 2013 durante il quale saranno ascoltati in audizione i rappresentanti delle più rappresentative associazioni di categoria.



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Il Ministro

*per gli Affari Regionali
e Turismo e lo Sport*

b) Il turismo accessibile

Con Decreto del 18 maggio 2012, successivamente modificato il 19 settembre 2012, è stato istituito dal Ministro per gli Affari Regionali, Turismo e Sport, il Comitato per la Promozione ed il Sostegno del Turismo Accessibile, (definito in seguito CPSTA) composto dai massimi esperti del settore, le rappresentanze istituzionali e del Terzo Settore, coordinato dalla Struttura di Missione per il Rilancio dell'Immagine dell'Italia.

Il Comitato ha il compito di delineare e promuovere politiche, strategie e progetti in materia di turismo accessibile, anche in attuazione e sulla base dei principi enunciati dell'art. 30 della Convenzione Onu sui diritti delle persone con disabilità, ratificata dal nostro Paese con la Legge n.18/2009.

Per "Turismo Accessibile" s'intende quel turismo attento ai bisogni di tutti e con una elevata qualità dell'offerta. Un Turismo quindi inclusivo, ovvero pronto a rispondere ai bisogni di diverse fasce di popolazione che hanno esigenze diversificate: bambini, anziani, mamme con i passeggini, persone con disabilità che si muovono su sedia a ruote o che hanno difficoltà di deambulazione, persone che hanno limitazioni agli arti superiori e/o inferiori, persone che non vedono e/o non sentono, che hanno allergie o intolleranze ad ambienti o ad alimenti.

Nel corso degli anni l'Unione europea ha posto le basi di una politica europea del turismo puntando sui fattori che ne determinano la competitività e tenendo conto, allo stesso tempo, degli imperativi dello sviluppo sostenibile. Parallelamente, la Commissione ha anche stabilito un sistema integrato e assai sviluppato per la tutela dei passeggeri e dei consumatori, compresi i passeggeri con disabilità e quelli con mobilità ridotta, in tutti i mezzi di trasporto.

Con l'entrata in vigore del trattato di Lisbona l'importanza del turismo è stata riconosciuta e quindi l'Unione europea è competente a sostenere, coordinare e completare l'azione degli Stati membri in questo settore, ivi compresa la promozione e tutela del turismo accessibile.

In Italia il primo tentativo di rispondere alle suddette indicazioni, è avvenuto attraverso il D.Lgs 23 maggio 2011 n.79, che introduce nel Codice del Turismo all'art.3 per la prima volta i principi in tema di turismo accessibile. Successivamente, la Corte costituzionale, con sentenza 25 aprile 2012, n. 80 (Gazz. Uff. 11 aprile 2012, n. 15 - Prima serie speciale) ne ha dichiarato l'illegittimità costituzionale.

Preso atto della Sentenza della Corte Costituzionale, nell'ambito delle attività sviluppate dal Comitato per la Promozione ed il Sostegno del Turismo Accessibile ed essendo rappresentate tutte le componenti istituzionali e gli attori del sistema turistico italiano, si è dibattuto sull'opportunità di reintegrare i principi del turismo accessibile, attraverso una riformulazione da parte delle Regioni di una proposta unitaria da presentare in sede di Conferenza Stato Regioni.



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Il Ministro

per gli Affari Regionali

il Turismo e lo Sport

Nel 2013 i lavori del Comitato hanno permesso l'elaborazione di un libro bianco sul turismo accessibile (novembre 2012). Sulla base dei lavori del Comitato per lo Sviluppo del Turismo accessibile si realizzerà una pubblicazione a ben vedere unica in Italia, il Primo "Libro Bianco" sul Turismo Accessibile in Italia, un prodotto editoriale che si pone idealmente come "numero zero" di un serie ripetibile anche con cadenza regolare.

IL MONITORAGGIO DELLA DIRETTIVA

Nel corso dell'anno verrà effettuato, con cadenza mensile, il monitoraggio delle attività connesse al raggiungimento degli obiettivi individuati nell'ambito della presente direttiva. Il coordinamento delle attività di monitoraggio sarà effettuato dal Coordinatore della Struttura di Missione per il Rilancio dell'Immagine dell'Italia.

LA VALUTAZIONE DEL PERSONALE CON QUALIFICA DIRIGENZIALE

Gli obiettivi individuati nel presente documento di programmazione e le connesse performance rilevate al termine del periodo di riferimento saranno a tutti gli effetti recepiti, per l'anno 2013, all'interno del sistema di valutazione della dirigenza in uso presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Roma, 26 FEB. 2013

IL MINISTRO

Piero Gnudi

MINISTRO DEL TURISMO E DEL LOCO
UFFICIO REGIONALE
DIREZIONE REGIONALE
VISTO ANNO IN P.N. 582/2013

6/3/2013

INVIANTE

Pres. Cons. Ministri
Reg.to ALLA CORTE DEI CONTI
Addi 19 MAR 2013
Reg. n. 2 Fog. n. 3

OBIETTIVI OPERATIVI
Programmi esecutivi di azione

**Area strategica:
Crescita per la
produttività**

Obiettivi operativi

OBIETTIVO STRATEGICO

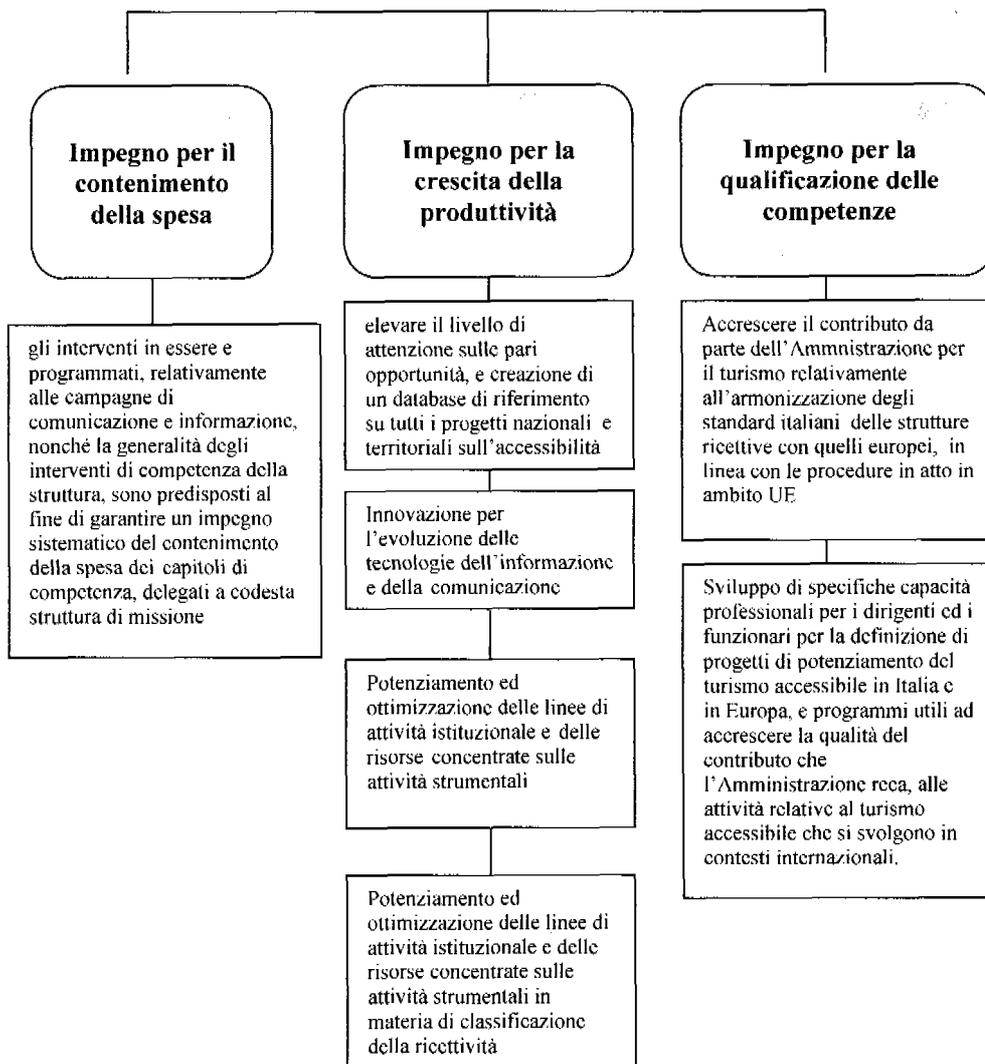
Innovazione per l'evoluzione
delle tecnologie
dell'informazione e della
comunicazione

Piano di sviluppo di campagne web per il rilancio
dell'Immagine dell'Italia

Campagna di sensibilizzazione del concetto di
ospitalità presso la cittadinanza e gli operatori
turistici

Aree strategiche

Obiettivi strategici



**Area strategica:
Contenimento Spesa**

Obiettivi operativi

OBIETTIVO STRATEGICO

Garantire un impegno sistematico del contenimento della spesa dei capitoli di competenza

utilizzo dei canali: Consip/MEPA

ricerca di partnership con altri attori istituzionali per la condivisione

confronto delle indagini Mercato Elettronico con indagini di mercato dirette per la verifica di condizioni migliorative delle forniture dei servizi o dei beni ad essi connessi

monitoraggio costante delle spese

valutazione sistematica degli elementi afferenti al controllo di gestione

**Area strategica:
Crescita per la
produttività**

Obiettivi operativi

OBIETTIVO STRATEGICO
Potenziamento ed
ottimizzazione delle linee di
attività istituzionale e delle
risorse concentrate sulle
attività strumentali in materia
di classificazione della
ricettività

Repertorio e catalogazione dei criteri di
classificazione validi nei Paesi Europei mercati
obiettivo per l'Italia

Confronto criteri di classificazione con quelli in
vigore nelle Regioni Italiane

**Area strategica: Crescita
per la produttività**

Obiettivi operativi

**OBIETTIVO
STRATEGICO**

Potenziamento ed
ottimizzazione delle linee di
attività istituzionale e delle
risorse concentrate sulle
attività strumentali

Individuazione e tracciato dei percorsi fruibili

Individuazione dei percorsi potenziali delle vie
francigene sul territorio nazionale

Realizzazione studio strategico ad hoc

**Area strategica:
Crescita per la
produttività**

Obiettivi operativi

OBIETTIVO STRATEGICO

Iniziativa volta ad elevare il livello di attenzione sulle pari opportunità, e creazione di un database di riferimento su tutti i progetti nazionali e territoriali sull'accessibilità in Italia

Sistematizzazione e catalogazione informatica dei progetti esistenti sull'accessibilità turistica

individuazione e elaborazione, delle linee guida in materia sul turismo per tutti

pubblicare il primo libro bianco sul turismo accessibile con dvd multimediale

**Area strategica:
Qualificazione delle
Competenze**

Obiettivi operativi

OBIETTIVO STRATEGICO

Sviluppo di specifiche capacità professionali per i dirigenti ed i funzionari per la definizione di progetti di potenziamento del turismo accessibile in Italia e in Europa, e programmi utili ad accrescere la qualità del contributo che l'Amministrazione reca, alle attività relative al turismo accessibile che si svolgono in contesti internazionali.

Azioni di formazione e aggiornamento sul tema dell'accessibilità per i dirigenti e i funzionari della Struttura

Divulgazione delle iniziative presso l'Unione Europea

**Area strategica:
Qualificazione delle
Competenze**

Obiettivi operativi

OBIETTIVO STRATEGICO
Accrescere il contributo da parte dell'Amministrazione per il turismo relativamente all'armonizzazione degli standard italiani delle strutture ricettive con quelli europei, in linea con le procedure in atto in ambito UE

Studio dei criteri individuati nei Paesi Membri dell'UE

Divulgazione delle iniziative presso l'Unione Europea

STRUTTURA DI MISSIONE PER IL RILANCIO DELL'IMMAGINE DELL'ITALIA

Area strategica	Impegno per la crescita della produttività/Impegno per la qualificazione delle Competenze			
Obiettivo strategico di riferimento	Iniziativa volta ad elevare il livello di attenzione sulle pari opportunità, e creazione di un database di riferimento su tutti i progetti nazionali e territoriali sull'accessibilità in Italia/Sviluppo di specifiche capacità professionali per i dirigenti ed i funzionari per la definizione di progetti di potenziamento del turismo accessibile in Italia e in Europa, e programmi utili ad accrescere la qualità del contributo che l'Amministrazione reca, alle attività relative al turismo accessibile che si svolgono in contesti internazionali.			
Obiettivo operativo	Sistematizzazione e catalogazione informatica dei progetti esistenti sull'accessibilità turistica e individuazione e elaborazione, delle linee guida in materia sul turismo per tutti al fine di realizzare e pubblicare il primo libro bianco sul turismo accessibile con dvd multimediale. Azioni di formazione e aggiornamento sul tema dell'accessibilità per i dirigenti e i funzionari della Struttura. Divulgazione delle iniziative presso l'Unione Europea			
Outcome atteso	Incrementare la soglia di attenzione sul tema dell'accessibilità nel turismo, divulgare i progetti e le best practice sull'accessibilità, reinserire le norme sul turismo accessibile nella legislazione nazionale			
Missione	Ministro Affari Regionali Turismo e Sport –			
Programma	Struttura di Missione per il Rilancio Immagine Italia			
Macroaggregato	CdR 17 – Sviluppo e Competitività del Turismo			
Capitolo	854 “Spese per il funzionamento della Struttura di Missione per il Rilancio dell'Immagine dell'Italia			
Data di inizio	1 gennaio 2013	Scadenza Governo	mandato	Priorità alta
Responsabile della struttura	Flavia Maria Coccia			
Referente	Valentino Guidi			

FASI

Periodo	Programmazione	Risultato	Peso %
Dal 1_/01/13 Al 30/01/13	Convocazione dei Gruppi di lavoro e definizione obiettivi e strategia	Elaborazione delle strategie e della lista della azioni da porre in essere	30
Dal 31/01/13 Al 10/02/13	Stesura Libro Bianco e database dei progetti	Stampa Libro Bianco e del materiale di riferimento	25
Dal 11/02/13 Al 28/02/13	Realizzazione eventi di divulgazione	Presentazione alla BIT di Milano e distribuzione di 1000 copie del libro bianco	25
Dal 01/03/13 A scad. Mandato Governò	Presentazione e diffusione del libro Bianco presso l'UE, realizzazione spot promozionali di sensibilizzazione	la partecipazione a fiere e convegni internazionali report finale e distribuzione delle restanti 1000 copie del libro bianco e veicolazione del libro bianco tramite i canali web	20
Indicatori	Rispetto delle scadenze programmate – divulgazione e distribuzione del libro bianco e – report – crescita del numero dei visitatori sulle pagine web e possibili utilizzatori del libro bianco		
Target	100%		
Stima risorse	Risorse assegnate alla Struttura	Criticità	alta

STRUTTURA DI MISSIONE PER IL RILANCIO DELL'IMMAGINE DELL'ITALIA

Area strategica	Impegno per il contenimento della spesa				
Obiettivo strategico di riferimento	gli interventi in essere e programmati, relativamente alle campagne di comunicazione e informazione, nonché la generalità degli interventi di competenza della struttura, sono predisposti al fine di garantire un impegno sistematico del contenimento della spesa dei capitoli di competenza, delegati a codesta struttura di missione				
Obiettivo operativo	<ul style="list-style-type: none"> - utilizzo dei canali: Consip/MEPA - ricerca di partnership con altri attori istituzionali per la condivisione degli interventi – ottimizzazione delle risorse dedicate - confronto delle indagini Mercato Elettronico con indagini di mercato dirette per la verifica di condizioni migliorative delle forniture dei servizi o dei beni ad essi connessi - ricognizione dettagliata delle priorità rispetto agli obiettivi prefissati - monitoraggio costante delle spese - valutazione sistematica degli elementi afferenti al controllo di gestione 				
Outcome atteso	<ul style="list-style-type: none"> - maggiore efficacia ed efficienza dell'impiego delle risorse assegnate su esercizio corrente - minori costi di gestione rispetto all'esercizio precedente con conseguente razionalizzazione delle risorse - maggiore livello di qualità dei prodotti – servizi erogati - snellimento delle procedure di impegno - spesa 				
Missione	Ministro per gli Affari Regionali il Turismo e lo Sport				
Programma	Struttura di Missione per il Rilancio dell'Immagine dell'Italia				
Macroaggregato	CdR 17 – Sviluppo e Competitività del Turismo				
Capitolo	814 - 854				
Data di inizio	01/01/2013	Data di completamento	Scad. Mandato Governo	Priorità	Alta
Responsabile della struttura	Flavia Maria Coccia				
Referente	Valentino Guidi				

FASI

Periodo	Programmazione	Risultato	Peso %
Dal 01/01/2013 A scad Mandato Governò	Valutazione e conclusione interventi in essere	Feedback contatti - campagne	40
Dal 01/01/2013 Al 28/02/2013	Prosecuzione/riavvio interventi	Riduzione impegno di risorse su prosecuzione interventi riattivati	30
Dal 30/01/2013 A scad. Mandato Governò	Elaborazione e proposte su nuovi interventi - recepimento nuovi atti di indirizzo	individuazione risorse dedicate e ampliamento platea dei potenziali fruttori	30

Indicatori	Rispetto delle scadenze		
Target	100%		
Stima risorse	Risorse assegnate alla Struttura	Criticità	Alta

STRUTTURA DI MISSIONE PER IL RILANCIO DELL'IMMAGINE DELL'ITALIA

Area strategica	Impegno per la crescita della produttività				
Obiettivo strategico di riferimento	Potenziamento ed ottimizzazione delle linee di attività istituzionale e delle risorse concentrate sulle attività strumentali				
Obiettivo operativo	Individuazione e tracciato dei percorsi fruibili, di quelli potenziali delle vie francigene sul territorio nazionale con realizzazione di uno studio ad hoc				
Outcome atteso	Ricognizione, individuazione e mappatura dei percorsi della via francigena e dei relativi siti e territori interessati				
Missione	Ministro Affari regionali, il Turismo e lo Sport				
Programma	Struttura di missione Rilancio Immagine dell'Italia				
Macroaggregato	CdR 17 – Sviluppo e Competitività del Turismo				
Capitolo	854				
Data di inizio	01/01/2013	Data di completamento	Scad. mandato Governo	Priorità	Alta
Responsabile della struttura	Flavia maria Coccia				
Referente	Emanuela Farris				

FASI

Periodo	Programmazione	Risultato	Peso %
Dal 01/01/13 Al 31/01/13	Esito analisi in collaborazione con l'ORP con il coinvolgimento delle regioni interessate e definizione del percorso della Via francigena	Stesura finale dello studio sulle Vie Francigene	60
Dal 01/02/13 Al 28/02/13	Realizzazione del "libro sulle vie francigene"	Pubblicazione e stampa del libro sui cammini delle vie francigene in Italia	20
Dal 01/03/13 Scad. Mandato Governato	Avvio e realizzazione di iniziative promozionali e di comunicazione su riviste specializzate e sul web in Italia	Realizzazione eventi e materiale di promo-comunicazione su carta stampata e via web	20
Indicatori	Diffusione di 80.000 copie di materiale informativo e promozionale in 4 lingue anche presso i centri più importanti del turismo religioso in Europa - rispetto delle scadenze		
Target	100%		
Stima risorse	Risorse assegnate alla Struttura	Criticità	Alta

STRUTTURA DI MISSIONE PER IL RILANCIO DELL'IMMAGINE DELL'ITALIA

Area strategica	Impegno per la crescita della produttività/impegno per la qualificazione delle Competenze				
Obiettivo strategico di riferimento	Potenziamento ed ottimizzazione delle linee di attività istituzionale e delle risorse concentrate sulle attività strumentali in materia di classificazione della ricettività/Accrescere il contributo da parte dell'Amministrazione per il turismo relativamente all'armonizzazione degli standard italiani delle strutture ricettive con quelli europei, in linea con le procedure in atto in ambito UE				
Obiettivo operativo	Repertorio e catalogazione dei criteri di classificazione validi nei Paesi Europei mercati obiettivo per l'Italia e confronto con quelli in vigore in Italia.				
Outcome atteso	Quadro Sinottico sui criteri di classificazione alberghiera come base per la futura predisposizione e attuazione di un nuovo regolamento italiano condiviso dalle Regioni				
Missione	Ministro Affari Regionali Turismo e Sport				
Programma	Struttura di Missione per il Rilancio Immagine Italia				
Macroaggregato	CdR 17 – Sviluppo e Competitività del Turismo				
Capitolo	Non implica risorse economiche				
Data di inizio	01/01/2013	Data di completamento	Scad. mandato Governo	Priorità	Alta
Responsabile della struttura	Flavia Maria Coccia				
Referente	Flavia Maria Coccia				

FASI

Periodo	Programmazione	Risultato	Peso %
Dal 01/01/13 Al 31/01/13	Riunioni tecniche sul tema della classificazione con il Coordinamento Turismo delle Regioni	Quadro Sinottico	50
Dal 10/02/13 Al 28/02/2013	Avvio Tavolo tecnico Conferenza Stato Regioni	Presentazione Quadro Sinottico e relativa attività di verifica e confronto	30
1/03/2013 Scad. Mandato Governò	Definizione e condivisione dei criteri di classificazione volti alla armonizzazione su standard Europei	Proposta di classificazione condivisa con le Regioni	20

Indicatori	Rispetto delle scadenze – quadro sinottico e relazione tecnica		
Target	100%		
Stima risorse	Risorse assegnate alla Struttura	Criticità	alta

STRUTTURA DI MISSIONE PER IL RILANCIO DELL'IMMAGINE DELL'ITALIA

Area strategica	Impegno per la crescita della produttività			
Obiettivo strategico di riferimento	Innovazione per l'evoluzione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione			
Obiettivo operativo	Piano di sviluppo di campagne web per il rilancio dell'Immagine dell'Italia e per la sensibilizzazione del concetto di ospitalità presso la cittadinanza e gli operatori turistici			
Outcome atteso	Sviluppo e potenziamento dei possibili turisti e/o utilizzatori della rete, disseminazione presso la cittadinanza di messaggi mirati sulla cultura dell'accoglienza e ospitalità			
Missione	Ministro Affari Regionali Turismo e Sport -			
Programma	Struttura di Missione per il Rilancio Immagine Italia			
Macroaggregato	CdR 17 - Sviluppo e Competitività del Turismo			
Capitolo	814 "Spese connesse alla realizzazione di iniziative di rilancio dell'immagine dell'Italia e del settore turistico in attuazione del OPCM n. 3794/2009			
Data di inizio	01/01/2013	Data di completamento	Scad. Mandato Governo	Priorità Alta
Responsabile della struttura	Flavia Maria Coccia			
Referente	Dragotta Carmelo			

FASI

Periodo	Programmazione	Risultato	Peso %
Dal 01/01/13 Al 31/01/13	Riunioni tecniche sul tema dei new media - avvio tavoli tecnici sul tema new media con il coinvolgimento dei maggiori esperti di settore ed i rappresentanti delle Regioni	Predisposizione progetto di comunicazione	35
Dal 01/02/13 Al 28/02/13	Stesura piano di fattibilità	Realizzazione piano di fattibilità	20
Dal 01/03/13 A Scad. Mandato Governato	Avvio di campagne coordinate e congiunte con altre pubbliche amministrazioni centrali interessate	Lancio su web della campagna e stesura del report sugli esiti e gli effetti della campagna	45
Indicatori	Rispetto delle scadenze e controllo dell'incremento dei contatti su pagine web e portale Italia.it		
Target	100%		
Stima risorse	Risorse assegnate alla Struttura	Criticità	alta