



REGOLAMENTO DI ORGANIZZAZIONE



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

ENIT – AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

REGOLAMENTO DI ORGANIZZAZIONE

Articolo 1 (Principi di organizzazione)

1. Il presente regolamento definisce le linee fondamentali di organizzazione degli uffici dell'ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo, in coerenza con le nuove funzioni disciplinate dal Decreto del Presidente della Repubblica 6 aprile 2006, n. 207 a seguito della riforma introdotta dall'articolo 12, comma 2, del decreto-legge 14 marzo 2005, n.35, convertito, con modificazioni, dalla legge 14 maggio 2005, n. 80.

2. Le disposizioni del presente regolamento, che mirano a realizzare un assetto organizzativo funzionale alla attuazione degli obiettivi e dei programmi definiti dagli organi politici, si coordinano con le disposizioni recate dallo Statuto e con i criteri in materia di organizzazione della Pubblica Amministrazione contenuti nel decreto legislativo 165/2001 nonché con gli obiettivi di:

- a) semplificazione e flessibilità organizzativa;
- b) decentramento di poteri e responsabilità gestionali dal livello centrale al livello di coordinamento di area estera;
- c) sistematizzazione della metodologia di lavoro per processi;
- d) valorizzazione e sviluppo delle risorse umane;
- e) centralità delle relazioni con l'esterno, sia in termini di integrazione con Istituzioni pubbliche e private, sia in termini di trasparenza, tempestività, chiarezza, qualità dei servizi offerti ai cittadini, alle Regioni, alle Imprese e agli altri potenziali fruitori dei prodotti/servizi di cui all'art. 2 del D.P.R. 6 aprile 2006, n. 207;
- f) ricorso a tecnologie informatiche e telematiche avanzate, ai fini di integrazione dei processi di comunicazione, di supporto della produzione, di controllo del processo produttivo, di coordinamento della rete organizzativa, di tutela della sicurezza e della riservatezza dei dati.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Articolo 2 (Modello organizzativo)

1. Nel rispetto delle nuove missioni istituzionali attribuite alla Agenzia, con particolare riferimento alla ricerca e produzione di conoscenze sul turismo e sulle attività economiche collegate; al marketing per prodotti; ai partenariati strategici; alla veicolazione e valorizzazione del Brand Italia; alla tecnologia dell'informazione e della comunicazione, le attività complessive del sistema aziendale sono distribuite come segue, in ragione dell'assetto organizzativo:

Sede Centrale, articolata su due macro aree di attività – Area Marketing ed Area Amministrazione - cui fanno capo le Unità Direzionali di cui al successivo articolo 4.

Direzioni di Area estera: Madrid, Londra, Parigi, Bruxelles, Francoforte, Mosca, San Paolo, New York, Tokyo, Pechino.

Agenzie di Sede estera, collocate nel sistema organizzativo come articolazioni delle Direzioni di Area estera:

- a) Direzione di Area estera: Bruxelles
Agenzia di Sede estera: Amsterdam
- b) Direzione di Area estera: Francoforte
Agenzie di Sede estera: Monaco, Zurigo, Vienna
- c) Direzione di Area estera: Mosca
Agenzia di Sede estera: Stoccolma
- d) Direzione di Area estera: Tokyo
Agenzia di Sede estera: Sidney
- e) Direzione di Area estera: Pechino
Agenzia di Sede estera: Shangai, Seoul, Mumbai
- f) Direzione di Area estera: New York
Agenzie di Sede estera: Los Angeles, Toronto
- g) Direzione di Area estera: S. Paolo
Agenzia di Sede estera: Buenos Aires



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

2. Per esigenze di flessibilità, potranno essere attivati all'estero osservatori a carattere temporaneo (Antenne), in regime di convenzione con altre realtà italiane (Camere di Commercio, ICE, ecc.) nei paesi di seguito indicati: Portogallo (Lisbona), Polonia (Varsavia), Ungheria (Budapest), Repubblica Ceca (Praga), Emirati Arabi Uniti (Dubai), Stati Uniti (Chicago e Seattle).

Potrà essere, altresì, prevista l'apertura di ulteriori nuove Antenne sia in paesi in cui non è ancora presente una Direzione di Area o un'Agenzia di sede Estera ovvero in territori reputati ad elevata potenzialità turistica.

In aderenza al principio di flessibilità su enunciato e nel rispetto dei criteri illustrati, potrà essere modificato, dandone informativa all'Amministrazione Vigilante, l'assetto della presenza all'estero dell'Agenzia attraverso l'istituzione di nuove Antenne e l'eventuale soppressione di quelle non più in linea con gli obiettivi prefissati.

Articolo 3 (Sede Centrale)

1. In applicazione degli indirizzi strategici e degli obiettivi di risultato fissati dal Consiglio di Amministrazione che, nell'ambito delle proprie competenze, approva il bilancio e ne verifica e controlla i risultati, la Sede Centrale si colloca nel sistema organizzativo come Centro Direzionale, con il ruolo di:

a) assicurare agli Organi dell'Agenzia il supporto propositivo, di analisi normativa e di conoscenza di quadro socio – economico e di contesto aziendale, ai fini della tenuta dei rapporti con le Istituzioni di Governo, della definizione delle politiche e delle strategie, della pianificazione, degli obiettivi di gestione e degli investimenti, della valutazione dei risultati aziendali, dell'esercizio delle competenze decisionali attribuite per legge e Statuto agli Organi di Amministrazione;

b) assicurare a tutti i livelli del sistema aziendale le condizioni per l'attuazione della missione istituzionale, mediante le risoluzioni di contenuto normativo/regolamentare e procedurale e la definizione degli indirizzi nel rapporto con i soggetti interessati, per improntarla ai requisiti di legittimità, di efficienza, di efficacia, di tempestività di intervento;

c) garantire la costante adeguatezza del livello di funzionalità della tecnostruttura agli obiettivi di sviluppo del sistema organizzativo, esercitando il potere di elaborazione dei criteri e delle modalità di attuazione delle politiche gestionali, di allocazione delle risorse e di definizione delle responsabilità nell'ambito dei processi di budget e di controllo.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Articolo 4 (Assetto della Sede Centrale)

1. L'assetto della Sede Centrale si articola in Unità direzionali centrali costituite come uffici di livello dirigenziale che assicurano l'attività di supporto tecnico - amministrativo e di apporto propositivo agli Organi dell'Agenzia, nonché di indirizzo e coordinamento delle strutture periferiche estere coerentemente con i principi di cui all'art. 1 e nell'ambito delle direttive impartite dal Consiglio di Amministrazione.

2. Competono alle Unità direzionali centrali, di seguito indicate, le seguenti rispettive macrofunzioni:

UNITA' DIREZIONE CENTRALE PROGRAMMAZIONE E COMUNICAZIONE

Studi e ricerche sui mercati turistici e sull'andamento della domanda in collaborazione con l'Osservatorio nazionale del Turismo;

Elaborazione dei piani promozionali triennali ed esecutivi annuali in ottemperanza alle direttive degli Organismi competenti, in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri in sinergia con i Club di Prodotto;

Supporto al coordinamento delle iniziative promozionali iscritte nei piani esecutivi annuali;

Studi e monitoraggi del Brand Italia sui mercati stranieri anche al fine di stimolare ulteriori ipotesi di partenariato e sponsorizzazioni;

Servizi di consulenza, assistenza e collaborazione in favore di soggetti pubblici e privati;

Predisposizione del piano di comunicazione aziendale, in sinergia con l'Ufficio Stampa;

Organizzazione di conferenze-stampa con i rappresentanti della stampa nazionale ed estera in sinergia con l'Ufficio Stampa e le Direzioni di Area estere;

Monitoraggio delle attività della concorrenza per la tempestiva valutazione delle "best practices";

Rapporti con le organizzazioni e le associazioni turistiche internazionali;



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Supporto tecnico-organizzativo al Comitato Tecnico-Consultivo.

UNITA' DIREZIONE CENTRALE PROMOZIONE, SUPPORTO ALLA COMMERCIALIZZAZIONE E CLUB DI PRODOTTO

Supporto alla commercializzazione dell'offerta turistica, attraverso le seguenti linee di prodotto:

Convention Bureau
Mare
Città d'arte
Parchi e natura
Montagna
Laghi
Terme e benessere
Enogastronomia
Sport e vacanza attiva
Religioso

Promozione di partnerships strategiche con soggetti Istituzionali e privati e con le principali associazioni di categoria;

Fissazione, in co-determinazione con le Regioni, di criteri e modalità operative per la messa in opera delle attività di cui ai punti precedenti;

Sviluppo e coordinamento dell'attività pubblicitaria, editoriale e multimediale;

Produzione e vendita di servizi a Regioni, imprese e altri soggetti del mercato turistico - Club Italia –.

UNITA' DIREZIONE CENTRALE ORGANIZZAZIONE, PIANIFICAZIONE, CONTROLLO E SVILUPPO ATTIVITA'

Sviluppo del sistema organizzativo aziendale nonché del sistema di pianificazione, controllo e sviluppo dell'attività;

Coordinamento dell'attività delle Direzioni di Area Estera in termini di sviluppo organizzativo e di coerenza con le politiche generali dell'Agenzia;



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Controllo di gestione

Istituzione e monitoraggio del funzionamento delle Antenne ENIT. Coordinamento della gestione e dell'attività istituzionale delle stesse.

Supporto tecnico – amministrativo e Segreteria unificata Organi dell'Agenzia e del Direttore Generale;

Monitoraggio Agenda nazionale e internazionale management ENIT in collaborazione con le Unità Direzionali Programmazione e Comunicazione/Promozione e Commercializzazione;

Rapporti con le Autorità di Vigilanza e con le altre Istituzioni Pubbliche coinvolte nelle materie di competenza dell'Agenzia.

UNITA' DIREZIONE CENTRALE SVILUPPO E GESTIONE RISORSE UMANE

Elaborazione dei criteri di politica del personale, in coerenza con il modello organizzativo dell'Ente;

Selezione e reclutamento del personale di ruolo dell'Agenzia;

Gestione dello stato giuridico ed economico;

Attuazione dei processi di sviluppo professionale e di carriera del personale;

Relazioni sindacali;

Individuazione delle risorse potenziali sulle quali sviluppare processi di formazione, congruenti con le esigenze di mobilità funzionale e territoriale.

UNITA' DIREZIONE CENTRALE FINANZA, CONTABILITÀ' E BILANCIO

Formazione bilanci preventivi e consuntivi;

Gestione dei rapporti finanziari con lo Stato, le Regioni e gli altri Enti;



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Gestione finanziaria e budgetaria;

Supporto agli Organi ai fini dell'esercizio del controllo sulle società partecipate e/o controllate;

Aggiornamento ed applicazione normativa amministrativo-contabile;

Reporting direzionale nelle materie di competenza;

Applicazione normativa fiscale.

UNITA' DIREZIONE CENTRALE SISTEMI INFORMATIVO - TECNOLOGICI E AFFARI GENERALI

Acquisti mezzi strumentali, conferimento di appalti di servizi, attività di gestione del patrimonio dell'Agenzia;

Sviluppo dell'assetto logistico delle strutture degli uffici all'estero, predisponendo le necessarie indicazioni per le Direzioni di Area estera;

Adempimenti connessi alla Igiene e sicurezza sul lavoro;

Progettazione, realizzazione, manutenzione, gestione e conduzione operativa dei sistemi informativi automatizzati;

Implementazione delle procedure automatizzate coerentemente con lo sviluppo organizzativo dell'Agenzia;

Coordinamento reti aziendali e sviluppo dei siti internet e intranet, assicurando i collegamenti e le condivisioni di banche dati con gli Enti e Istituzioni pubbliche e private del settore;

Coordinamento attività di gestione del Portale nazionale dell'Agenzia per la promozione della destinazione turistica Italia e dei siti esteri ad esso collegati.

UFFICI DI STAFF

Nell'ambito della sede centrale operano, in posizione di staff al Direttore Generale:



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

l'ufficio legale, con compiti di consulenza generale professionale legale e di gestione del contenzioso dell'Agenzia, nel rispetto delle norme concernenti il patrocinio dell'Avvocatura dello Stato;

l'ufficio stampa con compiti di gestione dei rapporti istituzionali con la stampa e i media.

Articolo 5 (Direzioni di Area Estera)

1. Le Direzioni di area estera si collocano nel sistema organizzativo come centri di programmazione, attuazione e verifica delle attività promozionali e di gestione delle relative risorse.

2. Sono costituite come uffici di livello dirigenziale nella località individuata come centro strategico per la promozione turistica della specifica Area estera e dalle stesse possono dipendere Agenzie di sede estera dislocate, in relazione alla rilevanza turistica dell'area geografica di competenza, nello stesso Paese e/o in paesi limitrofi, come specificato al punto 4.4 dell'allegato A.

Articolo 6 (Ruolo della Direzione di Area Estera)

1. La Direzione di Area estera, nell'ambito della propria competenza territoriale, esercita le funzioni di:

- a) Coordinamento delle Agenzie dislocate nell'area di competenza;
- b) Rapporti istituzionali con le rappresentanze italiane presenti nell'area (Ambasciate, Consolati, ICE, Istituti di Cultura) e con i soggetti pubblici esteri (Enti del turismo, Istituti di Statistica, Banche centrali, ecc.);
- c) Definizione e pianificazione delle attività di promozione all'estero dell'immagine turistica;
- d) Definizione delle linee di indirizzo organizzativo, funzionale, di orientamento promozionale, di intervento formativo e di comunicazione, di supporto strumentale per tutte le strutture operanti nel territorio;
- e) Elaborazione della proposta complessiva di budget di Area estera da sottoporre al Direttore Generale;



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

- f) Corretto e compiuto utilizzo del budget assegnato mediante l'esercizio delle funzioni manageriali di gestione;
- g) Attuazione dei processi di integrazione interistituzionale, ricercando le possibili sinergie con le altre Pubbliche Amministrazioni italiane presenti nel territorio di competenza nello svolgimento delle funzioni e dei servizi istituzionali;
- h) Definizione, in ambito di Area Estera, delle linee di attuazione dell'azione formativa in funzione dello sviluppo della risorsa umana e dell'adeguamento e aggiornamento degli assetti organizzativi delle sedi territoriali;
- i) Formulazione di proposte di modifica della dislocazione delle sedi sul territorio;
- l) Acquisizione, nei limiti del proprio budget e per ogni struttura di servizio della propria rete, di tutte le necessarie risorse strumentali, salvo quelle che per economie di scala o di sistema sono effettuate a livello centrale;
- m) Realizzazione di progetti di sviluppo del software e delle reti di comunicazione; gestione delle infrastrutture informatiche, assicurando l'omogeneità sul territorio di competenza;
- n) Supporto alla sede centrale e agli organi dell'Agenzia di analisi del mercato, di conoscenza del quadro socio – economico e di contesto aziendale nell'ambito territoriale estero di competenza;
- o) Definizione, nell'ambito territoriale, delle linee di indirizzo per un'efficace azione di diffusione e conoscenza dell'immagine dell'Italia turistica, attivando il monitoraggio sistematico dei flussi e dei report informativi utili per individuare nuove aree ad opportunità elevata.

Articolo 7 **(Agenzie di sede estera)**

1. Le Agenzie di sede estera si collocano nel sistema organizzativo come articolazioni delle Direzioni di Area estera, con il ruolo di provvedere, per l'area di competenza, a tutti i cicli di processo necessari per lo svolgimento delle funzioni



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

promozionali di cui all'art. 1 comma 2 del D.P.R. 6 aprile 2006 n. 207, nonché alle connesse attività amministrative e di supporto al funzionamento dell'agenzia stessa.

2. Il Direttore di Area estera esercita, nei confronti dei responsabili delle Agenzie, i poteri di indirizzo e coordinamento, compresi i criteri di organizzazione del lavoro e di utilizzo delle risorse.

3. L'attività delle Agenzie si svolge attraverso i processi di:

- a) gestione dei rapporti con le Regioni;
- b) gestione della promozione dell'immagine Italia;
- c) gestione dell'utente "impresa turistica", quale complesso di attività concernente il supporto alla commercializzazione del prodotto turistico;
- d) gestione e diffusione delle informazioni turistiche;
- e) gestione della comunicazione multimediale.

Articolo 8 (Direzione delle Agenzie)

1. I responsabili delle Agenzie rispondono al Dirigente incaricato della Direzione di Area competente in ordine all'applicazione delle direttive in materia di realizzazione dei piani promozionali, delle disposizioni di carattere normativo e procedurale, dei criteri e degli indirizzi in materia di gestione delle risorse umane.

2. I dirigenti preposti alle direzioni di Area nel cui ambito opera l'Agenzia effettuano il controllo sulla legittimità e regolarità degli atti dell'Agenzia.

Articolo 9 (Il budget di gestione)

1. Ai sensi del D. Lgs. 165/2001, alla dirigenza sono attribuiti il potere e la responsabilità della gestione finanziaria, tecnica ed amministrativa mediante poteri di spesa, di organizzazione delle risorse umane, strumentali e di controllo.

2. Lo strumento attraverso il quale i dirigenti assolvono alle funzioni di gestione finanziaria, tecnica e amministrativa è il budget di gestione, quale quadro di obiettivi, criteri e indirizzi generali, risorse umane, strumentali e finanziarie definito



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

e assegnato dal Direttore generale sulla base del bilancio di previsione e dei piani promozionali esecutivi annuali deliberati dal Consiglio di Amministrazione.

Il budget di gestione è supportato dal sistema di contabilità analitica che rileva per ciascun centro di responsabilità l'incidenza dei costi variabili relativi alle leve di gestione a disposizione del dirigente.

I budget definiscono:

- a) la pianificazione operativa (obiettivi/risultati);
- b) l'assegnazione delle risorse umane, strumentali e tecnologiche;
- c) le quote di stanziamento e i poteri di spesa assegnati a ciascun dirigente;
- d) le modalità di monitoraggio dell'andamento gestionale, incentrate, in particolare, sui livelli di soddisfazione del cliente esterno.

L'assegnazione dei budget ai dirigenti comprende obiettivi, risorse e stanziamenti coerenti con l'esercizio delle funzioni e i risultati da conseguire.

Articolo 10 (Direttore Generale)

Al Direttore Generale è assegnato il coordinamento degli uffici dirigenziali ai fini dell'attuazione dei programmi e degli indirizzi definiti dal Consiglio di Amministrazione, al fine di garantire l'unità dell'azione amministrativa anche per gli aspetti della gestione finanziaria, tecnica, amministrativa e contabile, di organizzazione delle risorse umane, strumentali e di controllo.

In particolare il Direttore Generale, quale vertice della tecnostuttura, nell'ambito dei poteri di cui al D. P.R. n. 207/2006 e dello Statuto:

- a) espleta funzioni di raccordo tra gli organi e la dirigenza;
- b) definisce, previo confronto con i dirigenti, i programmi triennali e gli esecutivi annuali ed assegna ai medesimi budget di gestione che individuano obiettivi specifici, criteri ed indirizzi per conseguirli, risorse necessarie, personale da impiegare, modalità di monitoraggio dei risultati anche ai fini della gestione degli scostamenti;
- c) verifica l'andamento della realizzazione dei piani e gestisce gli scostamenti attraverso procedure di controllo di gestione, attenendosi anche alle indicazioni fornite dal servizio di valutazione e controllo strategico di cui all'art. 6 del D. lgs. 286/99, e riferisce trimestralmente al Consiglio di Amministrazione sul livello di attuazione dei programmi;
- d) sottopone al Consiglio di amministrazione, sulla base delle proposte di variazione ai piani formulate dai dirigenti responsabili, le eventuali conseguenti modifiche del bilancio preventivo.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Articolo 11 (Ruolo e responsabilità dei dirigenti)

1. Spettano alla competenza dei dirigenti, i quali dovranno operare secondo criteri di efficienza e professionalità, nei limiti delle attribuzioni dell'Ufficio a cui sono preposti, l'adozione e l'attuazione delle misure e dei provvedimenti necessari all'esecuzione dei programmi promozionali triennali ed esecutivi annuali per il raggiungimento degli obiettivi assegnati, nonché quelli necessari per la gestione amministrativa ed operativa dell'Agenzia, nei limiti dei poteri discrezionali, contemplati dai regolamenti dell'Ente. Essi sono responsabili della gestione e dei relativi risultati.

Ai dirigenti, nell'esercizio delle proprie funzioni, compete in particolare:

- a) la formulazione di proposte al Direttore Generale ai fini dell'elaborazione dei Piani nazionali promozionali triennali e dei relativi piani esecutivi annuali;
 - b) l'esercizio dei poteri di spesa, assegnati nei limiti di competenza, nonché dei poteri di gestione inerenti alla realizzazione dei progetti approvati dal Direttore Generale;
 - c) la gestione del personale, delle risorse finanziarie e strumentali assegnate ai propri uffici;
 - d) la direzione e il coordinamento delle attività dei responsabili delle Agenzia di sede estera che operano nei territori di loro competenza;
 - e) la nomina dei responsabili dei procedimenti che fanno capo all'ufficio e la verifica, anche su richiesta di terzi interessati, del rispetto dei termini e degli altri adempimenti;
 - f) la formulazione di proposte al Direttore Generale in ordine all'adozione di progetti da realizzare ed ai criteri generali di organizzazione degli uffici;
2. I dirigenti sono responsabili del risultato di gestione, in termini di conseguimento degli obiettivi programmatici e di rendimenti ottenuti dall'utilizzo delle risorse.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Articolo 12 (Dotazione organica)

1. La dotazione organica dell'Ente determina la consistenza complessiva dei posti di lavoro e definisce i posti di ruolo, classificati per aree, al fine di corrispondere alle molteplici e peculiari attività mirate al perseguimento della missione istituzionale della promozione dell'Italia turistica all'estero.
2. Improntata alla acquisizione di professionalità in grado di operare strutturalmente nei processi produttivi dell'Agenzia, garantendo la qualità dei risultati, l'ottimizzazione delle risorse disponibili, la capacità di analisi e di assunzione di decisioni ai fini del raggiungimento degli obiettivi stabiliti, la dotazione organica prevede in via prevalente unità di personale di aree apicali, munite in taluni casi di profili ad alta specializzazione, come indicato in appendice alla tabella riportata nell'allegato A, punto 5.
3. Viene istituita l'Area dei Professionisti con dotazione organica di due unità di ruolo di professionisti legali al fine di disporre a tempo pieno e continuo di personale che consenta di presidiare direttamente il contenzioso dell'Ente, con particolare riguardo all'area del personale e degli appalti, nonché di fornire il necessario supporto agli Organi, al Direttore Generale ed ai dirigenti.
4. La consistenza della dotazione organica, che prevede oltre agli uffici dirigenziali anche l'Ufficio Legale e l'Ufficio Stampa come strutture di staff al Direttore Generale e, quindi, come unità organizzative di livello non dirigenziale, e la sua ripartizione, secondo i principi esplicitati nell'allegato A, punto 5, è individuata come segue:



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

UNITA' DIREZIONALI CENTRALI	dirigenti	professionisti	Area C	Area B	Area A	Totale
AREA MARKETING						
1) Programmazione e Comunicazione	1		30	11		42
2) Promozione, supporto alla Commercializzazione e club di prodotto	1		25	13		39
3) Organizzazione, Pianificazione, Controllo e Sviluppo attività	1		19	13		33
AREA AMMINISTRAZIONE						
4) Sviluppo e gestione risorse umane	1		11	8		20
5) Finanza, Contabilità e Bilancio	1		9	6		16
6) Sistemi informativi – tecnologici e affari generali	1		16	10		27
ESTERO	dirigenti		Area C	Area B	Area A	Totale
Direzione di area estera di Madrid	1		1			2
Direzione di area estera di Londra	1		1			2
Direzione di area estera di Parigi	1		1			2
Direzione di area estera di Bruxelles	1		1			2
Direzione di area estera di Francoforte	1		2			3
Direzione di area estera di Mosca	1		1			2
Direzione di area estera di S. Paolo	1		1			2
Direzione di area estera di New York	1		1			2
Direzione di area estera di Tokyo	1		1			2
Direzione di area estera di Pechino	1		1			2
Agenzia di Sede estera di Stoccolma			1			1
Agenzia di Sede estera di Monaco			1			1
Agenzia di Sede estera di Amsterdam			1			1
Agenzia di Sede estera di Vienna			1			1
Agenzia di Sede estera di Zurigo			1			1
Agenzia di Sede estera di Buenos Aires			1			1
Agenzia di Sede estera di Los Angeles			1			1



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Agenzia di Sede estera di Toronto			1			1
Agenzia di Sede estera di Sidney			1			1
Agenzia di Sede estera di Mumbai			1			1
Agenzia di Sede estera di Shangai			1			1
Agenzia di Sede estera di Seoul			1			1
TOTALE (unità direzionali centrali+estero)	16		133	61		210
STAFF						
Ufficio Stampa			2	2		4
Ufficio Legale		2 legali	2	2		6
TOTALE	16	2	137	65		220

5. A norma dell'articolo 18 dello Statuto dell'Agenzia, approvato con decreto interministeriale del Vice Presidente del Consiglio dei Ministri con delega al turismo, del Ministro dell'Economia e delle Finanze e del Ministro per le Riforme e l'Innovazione nella Pubblica Amministrazione in data 10 dicembre 2007, l'Agenzia può provvedere, eccetto che per le funzioni dirigenziali e direttive, mediante assunzione, con contratto di diritto privato, di personale di cittadinanza non italiana oppure di personale di cittadinanza italiana entrambi residenti nell'area di competenza dell'Ufficio da almeno tre anni, secondo le modalità stabilite dal Consiglio di Amministrazione.
6. Per il conferimento degli incarichi di funzione di livello dirigenziale si osservano le disposizioni di cui all'art.19 del decreto legislativo 31 marzo 2001, n.165.

Articolo 13 (Controllo dei risultati)

1. La verifica della efficacia, efficienza ed economicità dell'azione amministrativa, la valutazione delle prestazioni del personale con qualifica dirigenziale, la valutazione della adeguatezza delle scelte compiute in sede di attuazione dei piani, programmi ed altri strumenti di determinazione dell'indirizzo politico, sono disciplinate dal D. lgs. 286/99.



ENIT - AGENZIA NAZIONALE DEL TURISMO

Articolo 14 (Rinvio)

Per tutto ciò non espressamente previsto dal presente regolamento si rinvia a quanto disposto nell'allegato A che ne forma parte integrante.



REGOLAMENTO DI ORGANIZZAZIONE

ALLEGATO A

INDICE

1. I PUNTI CARDINE DELLA RIFORMA	PAG. 3
2. IL QUADRO COMPETITIVO	PAG. 6
3. IL CAMBIAMENTO	PAG. 8
4. LA NUOVA CARTA ORGANIZZATIVA	PAG. 10
4.1 LA SEDE CENTRALE	PAG. 10
4.2 L'AREA MARKETING	PAG. 13
4.3 L'AREA AMMINISTRAZIONE	PAG. 16
4.4 LA RETE ESTERA	PAG. 19
5. LA DOTAZIONE ORGANICA	PAG. 28
6. LA MAPPATURA DEI SERVIZI	PAG. 32

LE LINEE ISPIRATRICI DEL RIORDINO

1. I PUNTI CARDINE DELLA RIFORMA

Con la trasformazione dell'ENIT in Agenzia Nazionale del Turismo, come disciplinata dalla Legge 80 del 2005 e dal D.P.R. 207 del 6 aprile 2006, si è aperto un nuovo capitolo della promozione turistica all'estero che dovrà vedere l'Ente proiettato verso dinamiche di penetrazione dei mercati esteri moderne, aggressive e all'insegna delle nuove tecniche di marketing.

Il mandato istituzionale conferito all'Agenzia nasce peraltro sotto l'egida della Presidenza del Consiglio dei Ministri, circostanza questa che ben oltre la funzione di indirizzo e vigilanza delineata dalle norme colloca l'Ente all'interno di un programma organico di sviluppo dell'intero comparto, quale **interfaccia delle Regioni e delle imprese** e canale di sbocco sui mercati esteri di una offerta turistica resa piu' competitiva grazie a politiche di modernizzazione del tessuto imprenditoriale.

L'Agenzia dovrà inoltre espandere e migliorare la propria capacità di **"partner di rete"** nella costruzione di specifici progetti promozionali con amministrazioni statali, regionali, ed altri organismi pubblici, anche attraverso la **costituzione o partecipazione a società**, sino a posizionarsi sul mercato nella piu' moderna e attuale funzione di **ente erogatore di beni e servizi**, alla stregua dei concorrenti.

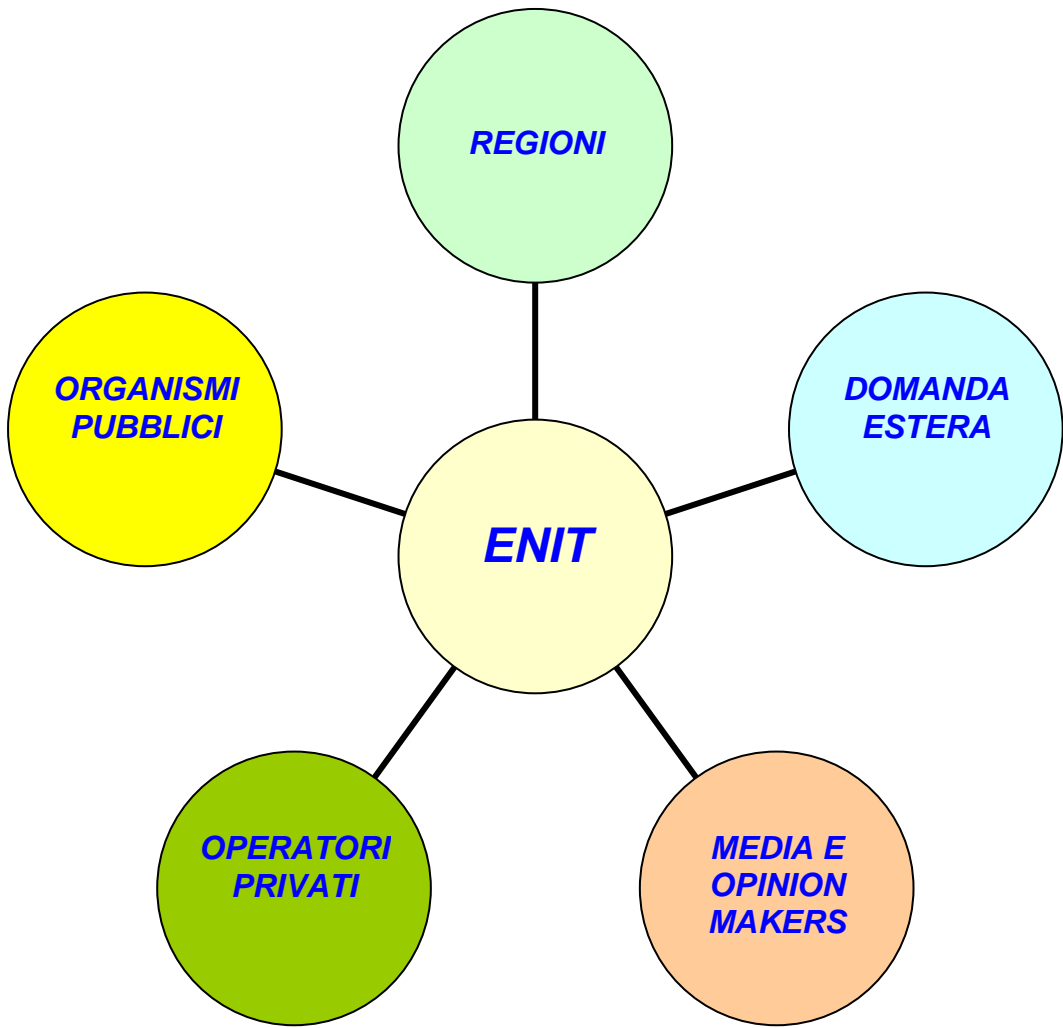
Il percorso di lavoro dovrà condurre dunque il piu' rapidamente possibile verso un modello operativo coerente con le disposizioni introdotte dalla Legge 80 e dal D.P.R. 207/2006 (vedi Tabella 1), capace di corrispondere alle esigenze della domanda degli operatori pubblici e privati e di giungere a riconversioni rapide sulla base dei feed -back registrati.

TABELLA 1

LE DISPOSIZIONI INTRODOTTE DALLA LEGGE 80/2005 E DAL D.P.R. 207/2006

- Istituzione del Comitato nazionale per il turismo, (soppresso, a seguito di sentenza della Corte Costituzionale n. 214 del 2006), con compiti di orientamento e coordinamento delle politiche del settore turistico, sia in sede nazionale che per la sua promozione all'estero, e di indirizzo per l'attività della Agenzia Nazionale del Turismo.
- Trasformazione dell' ENIT in Agenzia Nazionale del Turismo, ente di diritto pubblico dotato di autonomia statutaria, regolamentare, organizzativa, patrimoniale, contabile e di gestione. L'Agenzia succede in tutti i rapporti giuridici - attivi e passivi - dell'ENIT, con la missione istituzionale di "promuovere l'immagine unitaria dell'offerta turistica nazionale e favorirne la commercializzazione";
- Alle spese necessarie per il proprio funzionamento l'Agenzia provvede sia con contributi pubblici (Stato, Regioni, enti locali, altre pubbliche amministrazioni), anche concessi per la gestione di specifiche attività promozionali, che con proventi derivanti dalla gestione e dalla vendita di beni e servizi a soggetti pubblici e privati, nonché dalla partecipazione alle attività di gestione dell'iniziativa, già in parte avviata con il c.d. progetto "Scegli Italia", volta a promuovere il marchio Italia nel settore del turismo sulla rete Internet;
- L'Amministrazione di vigilanza può avvalersi dell'Agenzia e delle società da essa controllate per le proprie attività di assistenza tecnica e per la gestione di azioni mirate allo sviluppo dei sistemi turistici multiregionali e possa assegnare direttamente loro, con provvedimento amministrativo, funzioni, servizi e risorse relativi a tali compiti.
- Istituzione del "Comitato tecnico-consultivo" e dell' Osservatorio nazionale del turismo";
- Possibilità che l'Agenzia, per il raggiungimento degli scopi sociali, costituisca società e partecipi ad enti, consorzi e società aventi scopi analoghi o affini ai propri.

INTERFACCIAMENTO ENIT SUL MERCATO TURISTICO



2. IL QUADRO COMPETITIVO

La crescita della concorrenza internazionale, la mutevole dinamica dei consumi, i sempre più elevati livelli qualitativi dell'offerta turistica dei Paesi concorrenti rappresentano alcune delle sfide con le quali il Sistema Italia si deve confrontare.

Nasce da qui l'esigenza per l'Agenzia di costruire per il futuro un programma di azioni definite, misurabili e supportate da strumenti e strutture organizzative adeguate, queste ultime essenziali ai fini di una efficace politica di internazionalizzazione dei prodotti turistici.

Se in passato infatti le imprese turistiche potevano contare sulla concorrenzialità dei prezzi per affermarsi sui mercati internazionali, si scontrano oggi con difficoltà costituite in particolare da una presenza sempre maggiore di nuovi Paesi generatori di incoming, con una offerta sempre più competitiva e dall'aumento delle esigenze di una domanda sempre più orientata verso la qualità dei prodotti e dei servizi.

Per conquistare e mantenere una posizione sui mercati internazionali, le strategie basate esclusivamente sui prezzi non sono pertanto più sostenibili.

Occorrono, invece, politiche di offerta adeguate alle caratteristiche dei singoli mercati e basate su fattori di competitività; mutando i livelli di competitività, muta la strumentazione promozionale che deve essere via via sempre più intensificata.

L'industria turistica, ed in particolare quella europea, vede infatti crescere in maniera esponenziale la pressione delle destinazioni emergenti: lo sviluppo sociale ed economico della domanda e dell'offerta, le influenze politiche, i cambiamenti demografici e sociali, le innovazioni tecnologiche, uno scenario sempre più variegato di beni e servizi, concorrono a modificare repentinamente i comportamenti turistici e con essi le "leve di attrazione" richieste.

I tre quarti delle NTA europee pongono a base delle proprie strategie l'incremento dei fondi destinati alla promozione; strategie di marketing più aggressive e diversificate; la creazione di joint-ventures con il settore privato; lo sviluppo della tecnologia per un accesso istantaneo ed interattivo a prodotti e servizi. Crescono infine gli investimenti per l'informatica applicata al turismo per la creazione di networks alternativi ed integrativi alle tradizionali attività svolte dagli Uffici.

Le strategie degli Enti Nazionali del turismo europei

MARKETING PER PRODOTTI

DIVERSIFICAZIONE DEI PRODOTTI

DIVERSIFICAZIONE DEI MERCATI

JOINT VENTURES CON IL SETTORE PRIVATO

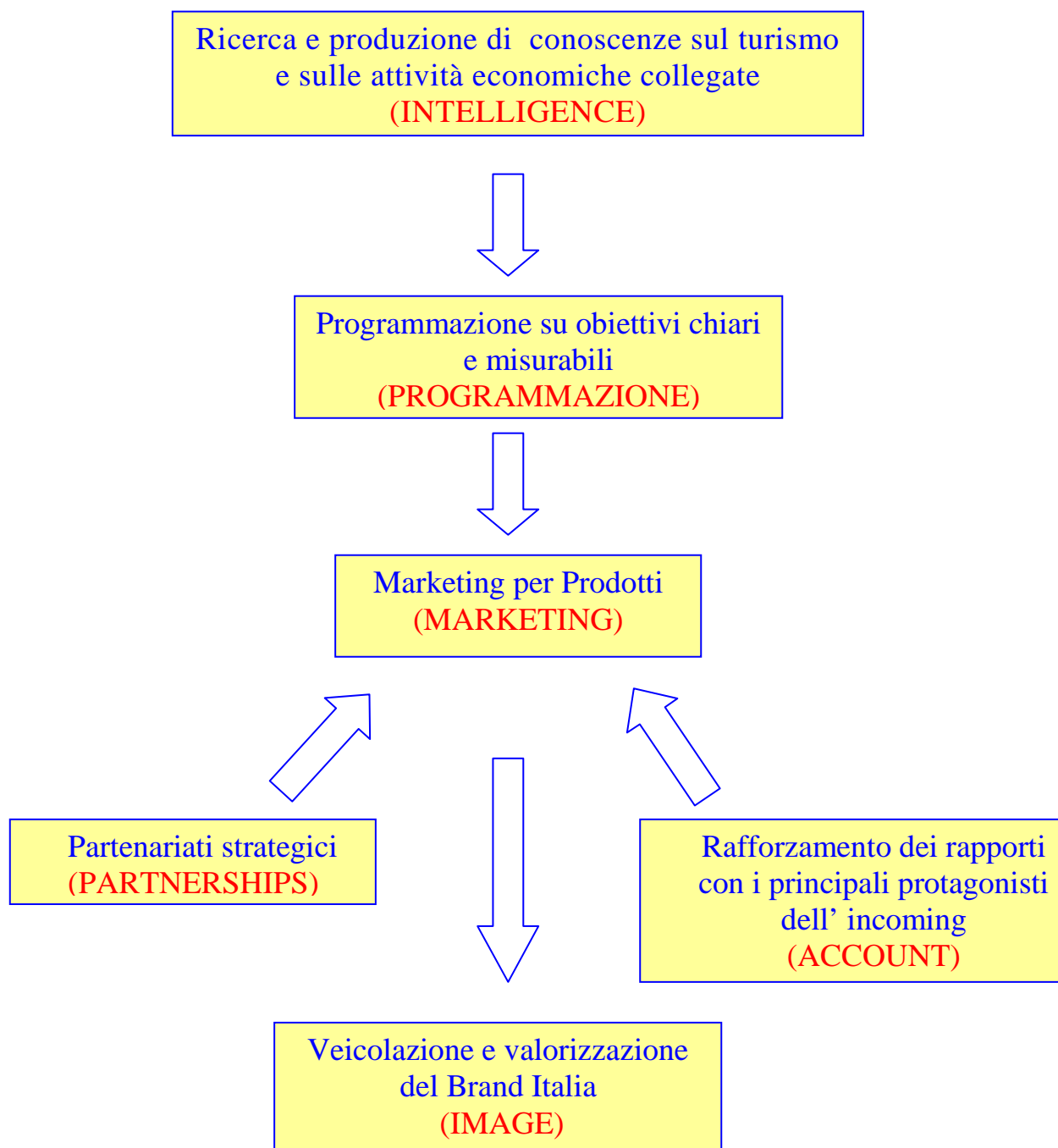
TECNOLOGIA DELL'INFORMAZIONE

3. IL CAMBIAMENTO

Mutando i livelli di competitività, muta la strumentazione promozionale che deve essere rigenerata, aggiornata e posta al passo con la concorrenza, attraverso un quadro organizzativo fondato su **nuovi outputs**:

- ❖ Ottimizzazione dei processi di **Programmazione** con obiettivi chiari e misurabili;
- ❖ **Marketing** creativo ed innovativo incentrato sui **Prodotti dell'offerta turistica italiana**;
- ❖ **Aggregazione** dei vari organismi/attori che operano nel turismo per garantire concretezza e trasversalità alle azioni intraprese;
- ❖ Focus permanente sulle **tendenze dei mercati** ed i **comportamenti dei consumatori**;
- ❖ Standards di eccellenza per elevare **professionalità e qualità**

Ecco dunque le missioni cardine, intrinsecamente ancorate al *core business* dell'Ente, che dovranno ispirare il modello organizzativo della Agenzia:



4. LA NUOVA CARTA ORGANIZZATIVA

Con il D.P.R. 207/2006 l’Agenzia diviene titolare di nuove e/o più articolate funzioni cui dovranno corrispondere altrettanti flows operazionali.

Cionondimeno, si è ritenuto comunque percorribile un processo di razionalizzazione ed ottimizzazione delle strutture operative, in ciò aderendo anche alle osservazioni formulate dalla Corte dei Conti in sede di referto sulla gestione dell’ENIT per l’esercizio finanziario 2005, dove veniva auspicato che *“ulteriori, positivi elementi di novità possano essere introdotti con gli atti, di competenza del nuovo Consiglio di amministrazione, che verranno a completare il quadro della riforma: statuto, regolamenti di contabilità e di organizzazione”*

4.1 LA SEDE CENTRALE

La Sede Centrale è e dovrà essere impegnata nello svolgimento dei molteplici adempimenti amministrativo-contabili per un efficiente ed efficace raggiungimento degli obiettivi posti a base delle macro-aree di attività sopra descritte; funzioni imprescindibili queste, in quanto imposte dal *D.P.R. 207/2006, dalla normativa amministrativo-contabile e dallo Statuto dell’ENIT.*

Il modello operativo verso cui tendere dovrà tuttavia mirare alla velocizzazione degli adempimenti amministrativo-contabili ed alla rimozione di eventuali strozzature nei canali di interazione Roma/Estero.

Ciò a vantaggio delle attività di front-office che la Sede Centrale pure sarà chiamata a svolgere in coerenza con le missioni cardine di cui sopra.

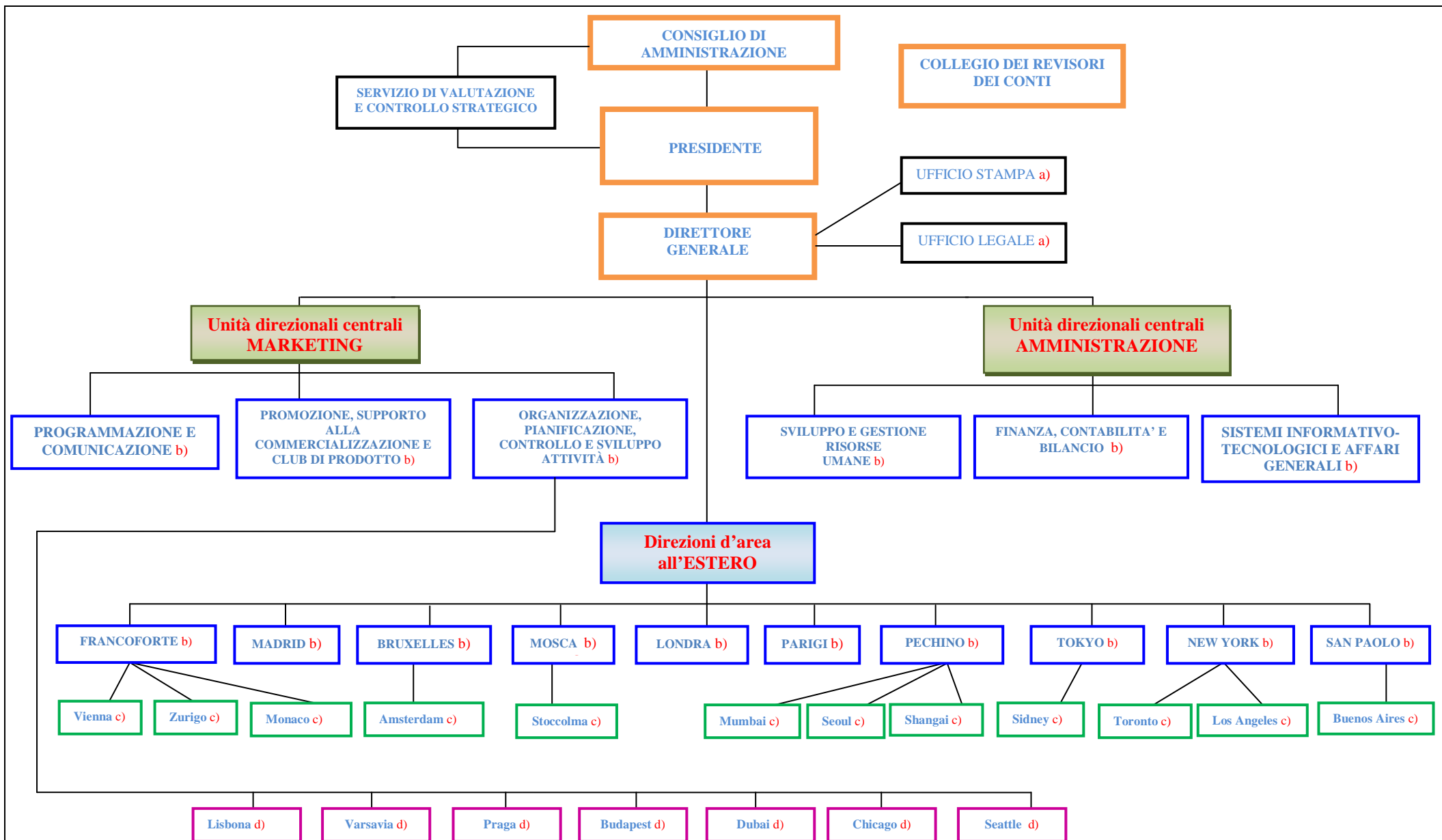
Pertanto, al fine di creare le migliori condizioni per il raggiungimento delle missions istituzionali di promozione e comunicazione poste in capo ai competenti Uffici, si renderanno necessari:

- ***un programma generale di reingegnerizzazione dei processi lavorativi;***
- ***percorsi di formazione per il personale in servizio***

Prioritario sarà inoltre ***l'inserimento di nuove figure professionali dotate di competenze specialistiche***, alla luce delle più avanzate tecniche che dovranno essere messe in campo per lo sviluppo del Portale nazionale dell'Agenzia.

Si prevede pertanto un rimodellamento della Sede Centrale secondo due macro aree di attività:

- **MARKETING**
- **AMMINISTRAZIONE**



NOTE: a) Staff al Direttore Generale; b) Ufficio di livello dirigenziale; c) Agenzie: ufficio di livello non dirigenziale; d) Antenne: strutture flessibili in regime di convenzione.

4.2 L'AREA MARKETING

Articolata su 3 Unità Direzionali rispetto alle 4 attuali, competono all'Area Marketing le funzioni-obiettivo definite in precedenza:

- Svolge il ruolo di ricerca e analisi dei mercati turistici internazionali (**Intelligence**);
- Elabora le linee strategiche dell'Ente da intraprendere e sviluppare (**Programmazione**);
- Sviluppa un marketing per prodotti e progetti attraverso la creazione di partnerships strategiche e rapporti con i principali protagonisti dell'incoming (**Marketing**);
- Cura la veicolazione e ottimizzazione del Brand Italia sul lato della domanda e dell'offerta (**Image**)

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE
PROGRAMMAZIONE E COMUNICAZIONE

MACRO OBIETTIVI:

- ❖ Studi e ricerche sui mercati turistici e sull'andamento della domanda in collaborazione con ***l'Osservatorio nazionale del Turismo***
- ❖ Elaborazione dei piani promozionali triennali ed esecutivi annuali in ottemperanza alle direttive degli Organismi competenti, in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri in sinergia con i ***Club di Prodotto***
- ❖ Supporto al coordinamento delle iniziative promozionali iscritte nei piani esecutivi annuali

- ❖ Studi e monitoraggi del Brand Italia sui mercati stranieri anche al fine di stimolare ulteriori ipotesi di **partenariato e sponsorizzazioni**
- ❖ Servizi di consulenza, assistenza e collaborazione in favore di soggetti pubblici e privati
- ❖ Predisposizione del **piano di comunicazione aziendale**, in sinergia con l'Ufficio Stampa
- ❖ Organizzazione di conferenze-stampa con i rappresentanti della stampa nazionale ed estera in sinergia con l'Ufficio Stampa e le Direzioni di Area estere
- ❖ Monitoraggio delle attività della concorrenza per la tempestiva valutazione delle "best practices"
- ❖ Rapporti con le organizzazioni e le associazioni turistiche internazionali
- ❖ Supporto tecnico-organizzativo al **Comitato Tecnico-Consultivo**

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE
PROMOZIONE, SUPPORTO ALLA
COMMERCIALIZZAZIONE E CLUB DI
PRODOTTO

MACRO OBIETTIVI:

- ❖ Supporto alla commercializzazione dell'offerta turistica, attraverso **linee di prodotto** strategiche e relativi strumenti di intervento coordinati da product managers:
 - Convention Bureau
 - Mare
 - Città d'arte
 - Parchi e natura
 - Montagna
 - Laghi

- Terme e benessere
 - Enogastronomia
 - Sport e vacanza attiva
 - Religioso
- ❖ Promozione di **partnerships strategiche** con soggetti Istituzionali e privati e con le principali associazioni di categoria
 - ❖ Fissazione, in co-determinazione con le Regioni, di criteri e modalità operative per la messa in opera delle attività di cui ai punti precedenti
 - ❖ Sviluppo e coordinamento dell'attività pubblicitaria, editoriale e multimediale
 - ❖ Produzione e vendita di servizi a Regioni, imprese e altri soggetti del mercato turistico - **Club Italia** –

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE

ORGANIZZAZIONE, PIANIFICAZIONE, CONTROLLO E SVILUPPO ATTIVITA'

MACRO OBIETTIVI:

- ❖ Sviluppo del sistema organizzativo aziendale, nonché del sistema di pianificazione, controllo e sviluppo attività
- ❖ Controllo di gestione
- ❖ Coordinamento dell'attività della Rete Estera (Direzioni di Area , Agenzie e Antenne) in termini di sviluppo organizzativo e di coerenza con le politiche generali dell'Agenzia
- ❖ Supporto tecnico – amministrativo e Segreteria unificata Organi dell'Agenzia e Direttore Generale.
- ❖ Monitoraggio Agenda nazionale e internazionale management ENIT in collaborazione con le Unità Direzionali Programmazione e Comunicazione/Promozione e Commercializzazione

- ❖ Rapporti con le Autorità di Vigilanza e con le altre Istituzioni Pubbliche coinvolte nelle materie di competenza dell'Agencia

4.3 L'AREA AMMINISTRAZIONE

Deputata allo svolgimento di attività per la messa a disposizione di risorse per la realizzazione di processi aziendali primari (risorse umane, finanziarie e strumentali), l'Area Amministrazione è articolata in 3 Unità Direzionali.

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE
SVILUPPO E GESTIONE RISORSE UMANE

MACRO OBIETTIVI:

- ❖ Elaborazione dei criteri di politica del personale, in coerenza con il modello organizzativo dell'Ente
- ❖ Selezione e reclutamento del personale di ruolo dell'Agencia
- ❖ Gestione dello stato giuridico ed economico
- ❖ Attuazione dei processi di sviluppo professionale e di carriera del personale
- ❖ Relazioni sindacali
- ❖ Individuazione delle risorse potenziali sulle quali sviluppare processi di formazione, congruenti con le esigenze di mobilità funzionale e territoriale

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE
FINANZA, CONTABILITÀ' E BILANCIO

MACRO OBIETTIVI:

- ❖ Formazione bilanci preventivi e consuntivi
- ❖ Gestione dei rapporti finanziari con lo Stato, le Regioni e gli altri Enti
- ❖ Gestione finanziaria e budgetaria
- ❖ Supporto agli Organi ai fini dell'esercizio del controllo sulle società partecipate e/o controllate
- ❖ Aggiornamento ed applicazione normativa amministrativo-contabile
- ❖ Reporting direzionale nelle materie di competenza
- ❖ Applicazione normativa fiscale

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE
SISTEMI INFORMATIVO - TECNOLOGICI E AFFARI GENERALI

MACRO OBIETTIVI:

- ❖ Acquisti mezzi strumentali, conferimento di appalti di servizi, attività di gestione del patrimonio dell'Agenzia
- ❖ Sviluppo dell'assetto logistico delle strutture degli uffici all'estero, predisponendo le necessarie indicazioni per le Direzioni di Area estera
- ❖ Adempimenti connessi alla Igiene e sicurezza sul lavoro

- ❖ Progettazione, realizzazione, manutenzione, gestione e conduzione operativa dei sistemi informativi automatizzati
- ❖ Implementazione delle procedure automatizzate coerentemente con lo sviluppo organizzativo dell'Agencia
- ❖ Coordinamento reti aziendali e sviluppo dei **siti internet e intranet**, assicurando i collegamenti e le condivisioni di banche dati con gli Enti e Istituzioni pubbliche e private del settore
- ❖ Coordinamento attività di gestione del **Portale nazionale** dell'Agencia per la promozione della destinazione turistica Italia e dei siti esteri ad esso collegati.

SERVIZIO DI VALUTAZIONE E CONTROLLO STRATEGICO

Ad esso sono attribuiti i compiti previsti dal decreto legislativo n. 286/1999, articoli 5 e 6, per i nuclei di valutazione e controllo strategico.

Svolge le funzioni di supporto tecnico al Consiglio di Amministrazione per la valutazione del conseguimento degli obiettivi assegnati al Direttore Generale.

Svolge l'attività di valutazione e controllo strategico fornendo al Consiglio di Amministrazione elementi di valutazione sullo stato di realizzazione delle indicazioni programmatiche, dei risultati e del conseguimento degli obiettivi di budget e, a richiesta, proposte ed indicazioni per le scelte programmatiche da effettuare.

4.4 LA RETE ESTERA

Due gli obiettivi da perseguire per la rete estera: da un lato limitare nella misura massima possibile i costi organizzativi e funzionali; dall'altro, coprire il maggior numero possibile di potenziali mercati.

A livello mondiale tutti i Paesi a vocazione turistica renderebbero necessaria una qualche presenza attiva dell'Agenzia; tuttavia, la tecnologia informatica offre in questo senso e a basso costo una grande opportunità per svolgere comunque una missione dinamica, basata su alleanze strategiche con altri organismi nazionali ed esteri e sull'opera di nuove figure professionali sia nel campo promozionale che in quello della comunicazione.

La nuova dimensione organizzativa, è stata pertanto concepita su **due livelli di presenza**:

stabili organizzazioni (Direzioni di Area Estera e Agenzie di sede estera)

- in mercati consolidati nei quali è forte la presenza dei nostri competitors (*Australia, Austria, Belgio, Canada, Francia, Germania, Giappone, Gran Bretagna, Olanda, Spagna, Svezia, Svizzera, USA,*)
- in mercati emergenti che alla luce delle potenzialità rilevate richiedono una presenza complessivamente più massiccia rispetto a quella attuale (*Argentina, Brasile, Corea, Cina, India, Russia*);

strutture flessibili (Antenne)

- in Paesi che inducono a ritenere ancora prematura una presenza "strutturata", ma che attraverso l'analisi dei contesti socio-economici, dei comportamenti turistici attuali e tendenziali ed una policy di progressivo ingresso sul territorio, consentono di monitorare le potenzialità del mercato, in vista di un successivo diverso insediamento (*Emirati Arabi Uniti, Polonia, Portogallo, Repubblica Ceca, Ungheria*)
- in mercati maturi dove la presenza di Direzioni di Area Estera e Agenzie di sede estera consentono il controllo del territorio anche attraverso moduli operativi a minor costo (*Chicago, Seattle*).


PROPOSTA DI REVISIONE RETE ESTERA

AREA	PAESE	ENIT RETE ATTUALE	PROPOSTA REVISIONE RETE	VISIT BRITAIN	TURESPANA	GERMANY TOURISM	MAISON DE LA FRANCE	GREEK NATIONAL TOURISM	AUSTRIAN NATIONAL TOURISM
Iberica	Spagna	MADRID	MADRID	Madrid	Madrid	Madrid	Madrid, Barcelona	Madrid	Madrid, Barcelona
	Portogallo	Lisbona	Lisbona (*)		Lisbona		Alges		
Francese	Francia	PARIGI	PARIGI	Parigi	Parigi	Parigi	Parigi	Parigi	Parigi
Benelux	Belgio	BRUXELLES	BRUXELLES	Bruxelles	Bruxelles	Bruxelles	Bruxelles	Bruxelles	Bruxelles
	Olanda	Amsterdam	Amsterdam						
Tedesca – Europa Centrale	Germania	FRANCOFORTE	FRANCOFORTE				Francoforte	Francoforte	
		Berlino		Berlino	Berlino		Berlino	Berlino	Berlino
		Monaco	Monaco		Monaco	Monaco		Monaco	
	Svizzera	Zurigo	Zurigo		Ginevra, Zurigo	Zurigo	Ginevra, Zurigo	Zurigo	Zurigo
	Austria	Vienna	Vienna		Vienna	Vienna	Vienna	Vienna	Vienna
	Polonia	Varsavia	Varsavia (*)		Varsavia	Varsavia	Varsavia		Varsavia
	Ungheria	Budapest	Budapest (*)	Veresegyhaz		Budapest	Budapest		Budapest
Rep. Ceca	Praga	Praga (*)	Praga		Praga	Praga	Praga	Praga	
Britannica	Inghilterra	LONDRA	LONDRA	Londra	Londra	Londra	Londra	Londra	Londra
	Irlanda			Dublino					
Ex Urss - Scandinava e Baltica	Russia	MOSCA	MOSCA	Mosca	Mosca	Mosca	Mosca	Mosca	Mosca
	Svezia	STOCCOLMA	Stoccolma	Stoccolma		Stoccolma	Stoccolma	Stoccolma	Stoccolma
	Danimarca			Copenaghen	Copenaghen	Copenaghen	Copenaghen	Copenaghen	Copenaghen
	Norvegia			Oslo	Oslo	Oslo			
	Finlandia				Helsinki	Helsinki		Helsinki	
Estremo Oriente - Oceania	Giappone	TOKYO	TOKYO	Tokyo	Tokyo	Tokyo	Tokyo	Tokyo	Tokyo
	Australia	Sidney	Sidney	Sidney		Sidney	Sidney	Sidney	Sidney

- vedi legenda pagina seguente

AREA	PAESE	ENIT RETE ATTUALE	PROPOSTA REVISIONE RETE	VISIT BRITAIN	TURESPANA	GERMANY TOURISM	MAISON DE LA FRANCE	GREEK NATIONAL TOURISM	AUSTRIAN NATIONAL TOURISM
ASIA CONTINENTALE	Cina	Pechino	PECHINO	Pechino, Hong Kong		Pechino, Hong Kong	Pechino, Hong Kong, Taiwan	Pechino	Pechino
			Shangai	Shangai					Shangai
	Corea	Seoul	Seoul	Seoul			Seoul		
	India	Mumbai	Mumbai	Mumbai			Mumbai		
	Emirati Arabi Uniti		Dubai (*)	Dubai		Dubai	Dubai		
AREA NORD AMERICA	Stati Uniti	NEW YORK	NEW YORK	New York,	New York, Miami	New York	New York	New York	New York
		Chicago	Chicago (*)	Chicago	Chicago	Chicago	Chicago		
			Seattle (*)						
		Los Angeles	Los Angeles	Los Angeles	Los Angeles	Los Angeles	Los Angeles		Los Angeles
	Canada	Toronto	Toronto	Toronto	Toronto	Toronto	Montreal	Toronto	Toronto
AMERICA LATINA	Brasile	SAN PAOLO	SAN PAOLO	Rio de Janeiro	San Paolo	San Paolo	San Paolo		
	Argentina	Buenos Aires	Buenos Aires	Buenos Aires	Buenos Aires		Buenos Aires		

LEGENDA PROPOSTA DI REVISIONE :

 Città dove l'ENIT è presente

 Città dove l'ENIT non è presente

BLU: DIREZIONE D'AREA

VERDE: AGENZIE

VIOLA: ANTENNE (*) coordinate dall'Ufficio Organizzazione, Pianificazione, Controllo e Sviluppo Attività della Sede Centrale

Conseguenti e modularmente collegati ai diversi livelli di responsabilità e attività, i macro-obiettivi.

DIREZIONE DI AREA ESTERA

COORDINAMENTO

- ⇒ Coordinamento delle Agenzie dislocate nell'area di competenza

RAPPORTI ISTITUZIONALI

- ⇒ Rapporti istituzionali con le rappresentanze italiane presenti nell'area (Ambasciate, Consolati, ICE, Istituti di Cultura) e con i soggetti pubblici esteri (Enti del turismo, Istituti di Statistica, Banche centrali, ecc.)

PROGRAMMAZIONE

- ⇒ Predisposizione, in collaborazione con le Rappresentanze diplomatiche locali, dei Rapporti congiunti MAE/ENIT triennali ed annuali
- ⇒ Esecuzione dei progetti iscritti nei Piani promozionali annuali

COMUNICAZIONE

- ⇒ Rapporti con la stampa estera, i Tour Operators, gli Agenti di Viaggio e gli Opinion Leaders, nell'ambito del **piano di comunicazione aziendale**
- ⇒ Veicolazione del Brand Italia attraverso azioni mirate al pubblico e/o agli specialisti del settore (manifestazioni, pubblicità, vetrinistica, affissionistica, eventi, settimane italiane)
- ⇒ Valorizzazione del Brand Italia attraverso la costituzione di **partenariati** con altre organizzazioni
- ⇒ Negoziazione degli strumenti migliori per la distribuzione sui cataloghi on line dei principali motori di ricerca e siti di vendita di vacanze

RAPPORTI CON LE REGIONI

- ⇒ Aspetti tecnico-organizzativi delle iniziative congiunte previste nei Piani Esecutivi annuali
- ⇒ Assistenza tecnica alle Regioni, anche attraverso **l'erogazione di servizi a pagamento**, coordinando le iniziative all'estero da queste programmate autonomamente (seminari, workshops, conferenze stampa)

ASSISTENZA ALLE IMPRESE

⇒ Supporto agli operatori:

- A) assistenza nell'ambito del marketing e della comunicazione;
- B) opportunità di accedere al mercato;
- C) assistenza nella gestione di campagne promozionali e pubblicitarie;
- D) partecipazione a manifestazioni internazionali, a workshops ed educational;
- E) accesso al database consumer e trade;
- F) assistenza dall'Ufficio stampa;
- G) consulenza per la realizzazione di materiale editoriale;
- H) disponibilità di dati statistici sul turismo internazionale

RICERCA

⇒ Elaborazione studi e ricerche di mercato *per linee di prodotto* sulla base del piano annuale di ricerca elaborato dalla Sede Centrale

WEB

⇒ Veicolazione del Brand Italia tra il grande pubblico attraverso le più moderne tecniche di *web-marketing*

⇒ Manutenzione, gestione e conduzione operativa dei sistemi informativi automatizzati

AGENZIA

RAPPORTI ISTITUZIONALI

- ⇒ Rapporti istituzionali con le rappresentanze italiane presenti nell'area (Ambasciate, Consolati, ICE, Istituti di Cultura) e con i soggetti pubblici esteri (Enti del turismo, Istituti di Statistica, Banche centrali, ecc.)

PROGRAMMAZIONE

- ⇒ Predisposizione, nell'ambito delle direttive impartite dal responsabile della Direzione d'Area, ed in collaborazione con le Rappresentanze diplomatiche locali, dei Rapporti congiunti MAE/ENIT triennali ed annuali
- ⇒ Esecuzione, sotto il coordinamento del responsabile della Direzione d'Area, dei progetti iscritti nei Piani promozionali annuali

COMUNICAZIONE

- ⇒ Rapporti con la stampa estera, i Tour Operators, gli Agenti di Viaggio e gli Opinion Leaders, nell'ambito del **piano di comunicazione aziendale** e nell'ambito del coordinamento effettuato dal responsabile della Direzione d'Area

- ⇒ Veicolazione del Brand Italia attraverso azioni mirate al pubblico e/o agli specialisti del settore (manifestazioni, pubblicità, vetrinistica, affissionistica, eventi, settimane italiane)
- ⇒ Rapporti di **partenariato** con soggetti privati ai fini della massimizzazione e ottimale penetrazione del Brand Italia
- ⇒ Negoziazione degli strumenti migliori per la distribuzione sui cataloghi on line dei principali motori di ricerca e siti di vendita di vacanze

RAPPORTI CON LE REGIONI

- ⇒ Aspetti tecnico-organizzativi delle iniziative congiunte previste nei Piani Esecutivi annuali
- ⇒ Assistenza tecnica alle Regioni, anche attraverso l'erogazione di servizi a pagamento, coordinando le iniziative all'estero da queste programmate autonomamente (seminari, workshops, conferenze stampa)

ASSISTENZA ALLE IMPRESE

- ⇒ Supporto agli operatori:
 1. assistenza nell'ambito del marketing e della comunicazione;
 2. opportunità di accedere al mercato;
 3. assistenza nella gestione di campagne promozionali e pubblicitarie;
 4. partecipazione alle manifestazioni internazionali, a workshops ed educational;
 5. accesso al database consumer e trade;
 6. assistenza dall'Ufficio stampa;
 7. consulenza per la realizzazione di materiale editoriale;
 8. disponibilità di dati statistici sul turismo internazionale

RICERCA

⇒ Elaborazione studi e ricerche di mercato **per linee di prodotto**, sulla base del piano annuale di ricerca elaborato dalla Sede Centrale

ANTENNA

⇒ Azioni di **intelligence** sul mercato analizzando:

- ❖ le dimensioni ed potenziale di sviluppo;
- ❖ il profilo del consumatore reale e/o potenziale;
- ❖ le pubblicazioni e le riviste specializzate di settore disponibili sul mercato;
- ❖ il posizionamento della concorrenza e dei canali di comunicazione adottati (stampa specializzata, tv, pubblicità diretta, ecc.);
- ❖ i punti di forza e di debolezza della concorrenza;
- ❖ i vantaggi del Prodotto Italia rispetto alla concorrenza;
- ❖ la struttura distributiva sul mercato (intermediari, canali di vendita più utilizzati, ecc.)

⇒ Veicolazione del Prodotto Italia, sulla base del coordinamento della Sede Centrale, attraverso :

- ❖ la partecipazione a Fiere generiche e/o specializzate
- ❖ l'organizzazione di eventi Italia (es. Giornate italiane, convegni, mostre, concerti, sfilate di moda, ecc.)
- ❖ la diffusione di materiale promozionale nella lingua locale

- ❖ l'instaurazione di stabili rapporti di collaborazione con *tour operators* locali
- ❖ azioni di co-marketing per la realizzazione di cataloghi esclusivi sull'Italia

5. LA DOTAZIONE ORGANICA

Di seguito la dotazione organica attuale e quella prevista alla luce del nuovo impianto organizzativo.

DOTAZIONE ORGANICA ATTUALE

UFFICI	dirigenti	Area C	Area B	Area A	Totale
Ufficio Studi, Programmazione e Marketing	1	12	6	1	20
Ufficio Relazioni Esterne e Manifestazioni	1	16	10	3	30
Ufficio Sistemi Informatici ed Informativi	1	9	8	1	19
Ufficio Amministrazione - Patrimonio - Affari Generali	1	16	13	3	33
Ufficio Personale	1	20	13	4	38
Ufficio Ragioneria	1	14	11	2	28
Ufficio Pianificazione e Metodo	1	23	9	2	35
Ufficio Pubblicità e Sistemi Multimediali	1	6	5		12
Sedi ENIT all'estero	11	25			36
TOTALE	19	141	75	16	251

NUOVA DOTAZIONE ORGANICA

UNITA' DIREZIONALI CENTRALI	dirigenti	professionisti	Area C	Area B	Area A	Totale
AREA MARKETING						
1) Programmazione e Comunicazione	1		30(1)	11		42
2) Promozione, supporto alla Commercializzazione e club di prodotto	1		25(2)	13		39
3) Organizzazione, Pianificazione, Controllo e Sviluppo attività	1		19	13		33
AREA AMMINISTRAZIONE						
4) Sviluppo e gestione risorse umane	1		11	8		20
5) Finanza, Contabilità e Bilancio	1		9	6		16
6) Sistemi informativi – tecnologici e affari generali	1		16 (3)	10		27
ESTERO						
	dirigenti		Area C	Area B	Area A	Totale
Direzione di area estera di Madrid	1		1			2
Direzione di area estera di Londra	1		1			2
Direzione di area estera di Parigi	1		1			2
Direzione di area estera di Bruxelles	1		1			2
Direzione di area estera di Francoforte	1		2			3
Direzione di area estera di Mosca	1		1			2
Direzione di area estera di S. Paolo	1		1			2
Direzione di area estera di New York	1		1			2
Direzione di area estera di Tokyo	1		1			2
Direzione di area estera di Pechino	1		1			2
Agenzia di Sede estera di Stoccolma			1			1
Agenzia di Sede estera di Monaco			1			1
Agenzia di Sede estera di Amsterdam			1			1
Agenzia di Sede estera di Vienna			1			1
Agenzia di Sede estera di Zurigo			1			1
Agenzia di Sede estera di Buenos Aires			1			1
Agenzia di Sede estera di Los Angeles			1			1

Agenzia di Sede estera di Toronto			1			1
Agenzia di Sede estera di Sidney			1			1
Agenzia di Sede estera di Mumbai			1			1
Agenzia di Sede estera di Shangai			1			1
Agenzia di Sede estera di Seoul			1			1
TOTALE (unità direzionali centrali+estero)	16		133	61		210
STAFF						
Ufficio Stampa (4)			2	2		4
Ufficio Legale (5)		2 legali	2	2		6
TOTALE	16	2	137	65		220

(1) DI CUI:

N. 1 WEB ENGINEER;
 N. 1 WEB DESIGNER;
 N. 1 WEB EDITOR;
 N. 1 WEB MASTER;
 N. 1 SVILUPPATORE
 N. 1 ANALISTA

(2) DI CUI:

N. 12 PRODUCT MANAGERS
 N. 5 PARTNER MANAGERS

(3) DI CUI:

N. 1 ARCHITETTO O INGEGNERE CIVILE
 N. 2 SISTEMISTI SENIOR;
 N. 1 SISTEMISTA JUNIOR;
 N. 1 ASSISTENTE PROCEDURE;
 N. 1 SVILUPPATORE;
 N. 1 ANALISTA

**(4) CON L'AGGIUNTA DI UN GIORNALISTA A CONTRATTO A TEMPO
 INDETERMINATO DI DIRITTO PRIVATO**

(5) N. 2 LEGALI DELL'AREA PROFESSIONISTI

La nuova dotazione organica prevede 16 dirigenti, 2 professionisti, 137 unità dell'area C, 65 unità dell'area B.

Nell'area A, contrattualmente destinata prevalentemente ad attività di mero carattere esecutivo, che vanno riducendosi con l'aumento degli strumenti informatici di produttività, non è più prevista alcuna unità di personale.

La prevalenza del personale dell'area C è da considerarsi funzionale in un Ente che eroga servizi ad alto valore aggiunto.

Le professionalità necessarie, di livello medio - alto, nel campo dell'informatica, della statistica e del marketing turistico, devono essere in grado di operare strutturalmente nei processi produttivi dell'Agenzia, garantendo la qualità dei risultati, l'ottimizzazione delle risorse disponibili, la capacità di analisi e di assunzione di decisioni ai fini del raggiungimento degli obiettivi stabiliti.

La revisione organizzativa è conforme ai parametri dettati dalla Legge Finanziaria 2007, articolo 1, commi 440-445 e dalla legge nr.133/08.

6. LA MAPPATURA DEI SERVIZI

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE
PROGRAMMAZIONE E COMUNICAZIONE

Dotazione organica

- Dirigente.....n. **1**
- Qualifica funzionale area C.....n. **30**
- Qualifica funzionale area B.....n. **11**

Totale.....n. **42**

-

Unità organizzative: **4**

1) Unità organizzativa **Programmazione**

- Predisposizione dei Piani nazionali promozionali triennali e dei relativi Piani esecutivi annuali sulla base degli indirizzi forniti dagli Organismi governativi competenti ed in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri ed i Club di Prodotto
- Raccolta ed omogeneizzazione - in collaborazione con il MAE per la parte attinente i mercati esteri - delle proposte programmatiche elaborate dagli Uffici della Sede centrale, dalla rete estera ENIT e dalla rete diplomatico-consolare
- Elaborazione proposta di Piano
- Predisposizione dettaglio tecnico-finanziario
- Acquisizione parere Comitato Tecnico-consultivo

- Predisposizione atti propedeutici: a) alla adozione della proposta di Piano da parte del Consiglio di Amministrazione; b) alla acquisizione del parere della Conferenza Stato-Regioni per i soli Piani Triennali; c) alla approvazione da parte del Ministro vigilante
- Pubblicizzazione sul sito ENIT
- Supporto al vertice amministrativo nel coordinamento delle iniziative iscritte nei Piani Esecutivi annuali
- Supporto tecnico- organizzativo al Comitato Tecnico- consultivo
- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle funzioni, servizi e risorse a queste assegnate dall'Organo di vertice, con le Società controllate dalla Agenzia
- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle direttive dell'Organo di vertice, con le Società partecipate dalla Agenzia

2) Unità organizzativa *Studi e ricerche*

- Studi e ricerche sui mercati turistici e sull'andamento della domanda in collaborazione con l'Osservatorio Nazionale del Turismo
- Banche dati settore turistico
- Studi e monitoraggi del Brand Italia
- Studio e analisi ipotesi di partenariato e sponsorizzazioni
- Monitoraggio delle attività della concorrenza e valutazione delle "best practices"
- Servizi di consulenza, assistenza e collaborazione in favore di soggetti pubblici e privati

3) Unità organizzativa *Comunicazione*

- Predisposizione ed attuazione del Piano di comunicazione aziendale annuale in sinergia con l'Ufficio Stampa su:

- a) Incontri con i rappresentanti della stampa nazionale, del trade ed estera in collaborazione con le Direzioni di Area estere
- b) Redazione House Organ dell'ENIT- Agenzia e pubblicazioni mensili sull'attività istituzionale
- c) Elaborazione per gli uffici esteri di news sul variegato catalogo turistico-culturale delle Regioni italiane per la loro diffusione agli operatori e alla stampa trade
- d) Redazione sezione italiana del Portale "Visit Europe"
- e) Gestione Rassegne stampa telematiche e press Room Online
- f) Gestione di corsi di formazione sulla comunicazione del personale estero

- Rapporti con le organizzazioni e le associazioni turistiche internazionali

- Rapporti con altre Istituzioni pubbliche italiane

- Amministrazione e Contabilità dell'Unità direzionale

4) Unità organizzativa *Web*

- Contenuti redazionali siti istituzionali

- Redazione sezione italiana del Portale "Visit Europe"

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE
PROMOZIONE, SUPPORTO ALLA
COMMERCIALIZZAZIONE E CLUB DI
PRODOTTO

Dotazione Organica

- Dirigente	n.	1
- Qualifica funzionale area C	n.	25
- Qualifica funzionale area B	n.	13
Totale	n.	39

Unità Organizzative: 6

1) Unità Organizzativa Convention Bureau

- Unità di riferimento per la elaborazione, la definizione e la realizzazione delle strategie di promozione e di supporto alla commercializzazione della offerta congressuale ed incentive nazionale
- Sviluppo di rapporti organici con tutti i soggetti, pubblici e privati, facenti parte del sistema congressuale italiano con specifico riferimento alla evoluzione del progetto interregionale "Italia for events"

- Pianificazione di attività finalizzate allo sviluppo di un monitoraggio sistemico degli eventi ove proporre la candidatura della destinazione Italia e conseguente realizzazione delle necessarie iniziative di sostegno
- Studio ed analisi dell'andamento del mercato congressuale internazionale
- Elaborazione di proposte idonee a sostenere la crescita competitiva dell'offerta congressuale nazionale e definizione di standard di qualità omogenei sul territorio.

2) Unità Organizzativa *Club Italia*

- Promozione presso tutti i soggetti, pubblici e privati, delle opportunità e dei servizi offerti ai Soci
- Raccolta delle adesioni e rapporti sistematici con i Soci finalizzati ad assicurare una tempestiva informativa sulle iniziative previste dai piani promozionali dell'ENIT e delle Regioni
 - Attività di assistenza
 - Produzione di servizi esclusivi riservati ai Soci attraverso apposita "Carta dei Servizi"
- Attività di vendita dei servizi

Club di prodotto

Unità di riferimento per la elaborazione, la definizione e la realizzazione delle strategie di promozione e di supporto alla commercializzazione delle più importanti tipologie di prodotto dell'offerta turistica nazionale:

3) Unità Organizzativa: MARE - PARCHI E NATURA - MONTAGNA - LAGHI - SPORT E VACANZA ATTIVA- NAUTICO E CROCIERE

4) Unità Organizzativa: CITTÀ D'ARTE - TERME E BENESSERE - ENOGASTRONOMIA - RELIGIOSO - SENIOR- GIOVANI

5) Unità Organizzativa Attività pubblicitaria, editoriale e multimediale

- Definizione, d'intesa con le Regioni, del piano annuale delle manifestazioni all'estero
- Coordinamento di iniziative di supporto alla commercializzazione in Italia e all'estero e sviluppo delle iniziative necessarie per la realizzazione delle campagne pubblicitarie previste dai piani promozionali ENIT
- Sviluppo delle iniziative necessarie per la realizzazione dei programmi editoriali e multimediali previsti dai piani promozionali ENIT
- Rapporti con soggetti pubblici e privati finalizzati a definire modalità di co-marketing o di sponsorizzazione delle iniziative ENIT

- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle funzioni, servizi e risorse a queste assegnate dall'Organo di vertice, con le Società controllate dalla Agenzia
- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle direttive dell'Organo di vertice, con le Società partecipate dalla Agenzia

6) Unità Organizzativa *Partnerships strategiche*

- Unità di riferimento per lo sviluppo di relazioni esterne e di un organico sistema di rapporti con soggetti istituzionali (Regioni ed Enti locali) ed imprenditoriali (catene alberghiere, compagnie di trasporto aereo e marittimo, mondo della formazione etc...)
- Amministrazione e Contabilità dell'Unità direzionale

UNITA' DIREZIONALE CENTRALE
ORGANIZZAZIONE, PIANIFICAZIONE, SVILUPPO E
CONTROLLO ATTIVITA'

Dotazione Organica

- Dirigente.....n.	1
- Qualifica funzionale area C.....n.	19
- Qualifica funzionale area B.....n.	13
Totale..... n.	33

Unità Organizzative: 3

1) Unità organizzativa *Pianificazione organizzativa e strategica*

- Individuazione, attraverso l'impiego di metodi mirati a migliorare la razionalità delle decisioni nella gestione sistematica, del modello organizzativo aziendale coerente con gli obiettivi strategici dell'Agenzia e compatibile con le risorse, i vincoli esistenti e i mezzi disponibili

- Revisione e adattamento del modello organizzativo tramite il monitoraggio costante, il controllo delle fasi di attuazione e la revisione dei diversi processi

- Individuazione delle misure di razionalizzazione da prevedere nel piano di razionalizzazione dell'Agenzia e coordinamento delle azioni necessarie alla sua attuazione

- Coordinamento dell'attività di collaborazione tra l'Agenzia e le Rappresentanze diplomatiche italiane all'estero, finalizzata all'accelerazione delle pratiche di rilascio dei visti turistici per incrementare in modo significativo i flussi turistici verso l'Italia

- Coordinamento dell'attività delle "Antenne" costituite in sinergia con altre realtà italiane

- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle funzioni, servizi e risorse a queste assegnate dall'Organo di vertice, con le Società controllate dalla Agenzia
- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle direttive dell'Organo di vertice, con le Società partecipate dalla Agenzia

2) Unità organizzativa *Controllo e Sviluppo attività*

- Predisposizione Relazione annuale sull'attività svolta dagli Uffici in Italia ed all'estero, con particolare riguardo alla realizzazione delle indicazioni programmatiche, dei risultati e del conseguimento degli obiettivi di budget
- Predisposizione degli atti relativi all'assegnazione da parte del Direttore Generale degli obiettivi agli Uffici della Sede e dell'estero
- Funzioni di supporto tecnico al servizio di valutazione e controllo strategico per la valutazione del conseguimento degli obiettivi assegnati al Direttore Generale
- verifica dell'efficacia, dell'efficienza e della economicità dell'azione amministrativa al fine di ottimizzare, anche mediante tempestivi interventi di correzione, il rapporto tra costi e risultati (controllo di gestione)
- Amministrazione e Contabilità dell'Unità direzionale

3) Unità organizzativa *Segreterie Organi di Amministrazione, di controllo e del Direttore Generale*

- Supporto tecnico amministrativo agli Organi di Amministrazione ed al Direttore Generale
- Segreteria unificata degli Organi di Amministrazione, dell' Organo di controllo e del Direttore Generale
- Monitoraggio Agenda nazionale e internazionale management ENIT in collaborazione con le Unità Direzionali Programmazione e Comunicazione/ Promozione e Commercializzazione
- Rapporti con le Autorità di Vigilanza e le altre Istituzioni Pubbliche coinvolte nelle materie di competenza dell'Agenzia
- Redazione chiarimenti e controdeduzioni alle osservazioni e ai rilievi formulati dai Revisori dei Conti dell'ENIT e dal Magistrato della Corte dei Conti delegato al Controllo dell'Agenzia
- Gestione della casella di posta certificata

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE

SVILUPPO E GESTIONE RISORSE UMANE

Dotazione organica

- | | |
|--------------------------------------|-----------|
| - Dirigente..... n. | 1 |
| - Qualifica funzionale area C.....n. | 11 |
| - Qualifica funzionale area B.....n. | 8 |

Totale..... n.	20
----------------	-----------

Unità Organizzative: 4

1) Unità organizzativa – *Acquisizione, sviluppo e formazione risorse umane*

- Attività relative alla definizione degli organici; concorsi, assunzioni e allocazione delle risorse umane
- Movimenti e mobilità del personale fra amministrazioni diverse
- Mobilità del personale tra la sede centrale e l'estero
- Atti relativi all'autorizzazione all'assunzione del personale locale all'estero
- Valutazione dei bisogni e programmazione dei corsi di formazione e aggiornamento professionale del personale e stipula delle convenzioni e contratti necessari per la loro realizzazione
- Sviluppo professionale e selezioni interne
- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle funzioni, servizi e risorse a queste assegnate dall'Organo di vertice, con le Società controllate dalla Agenzia
- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle direttive dell'Organo di vertice, con le Società partecipate dalla Agenzia

2) Unità organizzativa – *Amministrazione giuridica del personale*

- Stato giuridico del personale dell'amministrazione centrale e delle sedi estere
- Collocamento in aspettativa
- Tenuta del ruolo del personale dirigenziale e non dirigenziale; anagrafe delle prestazioni e incarichi dei pubblici dipendenti
- Cause di servizio ed equo indennizzo; cessazioni dal servizio

- Ricostruzioni di carriera e riconoscimento dei servizi
- Rilascio attestazioni di servizio

3) Unità organizzativa – *Amministrazione economica del personale*

- Trattamento economico fondamentale ed accessorio del personale dell'amministrazione centrale
- Trattamento economico fondamentale e indennitario del personale di ruolo delle sedi estere
- Applicazione contratti collettivi nazionali ed integrativi; aggiornamento schede economiche
- Amministrazione dei fondi relativi alle competenze accessorie del personale dirigenziale e del personale delle aree ed ex art. 15.
- Versamenti previdenziali
- Benefici assistenziali; erogazione dei buoni pasto; missioni
- Trattamento pensionistico, indennità di anzianità e tfr

4) Unità organizzativa - *Servizi generali della Direzione*

- Gestione delle presenze e assenze
- Protocollo generale
- Tenuta e aggiornamento dei fascicoli personali cartacei ed automatizzati
- relazioni sindacali
- Bilancio preventivo, consuntivo e conto annuale

- Procedimenti disciplinari
- Procedure automatizzate per la gestione giuridica ed economica del personale

UNITÀ' DIREZIONALE CENTRALE
FINANZA, CONTABILITÀ' E BILANCIO

Dotazione organica :

- Dirigenten. **1**
- Qualifica funzionale area C.....n. **9**
- Qualifica funzionale area B n. **6**

Totalen. **16**

Unità Organizzative : n. 4

1) -Unità Organizzativa *Bilancio e Impegno della Spesa*

- Elaborazione bilancio previsione, variazioni, conto consuntivo e bilancio pluriennale
- Registrazione e controllo della spesa. Gestione dei rapporti finanziari con lo Stato e gli altri Enti
- Supporto agli organi ai fini dell'esercizio del controllo sulle società partecipate e/o controllate
- Aggiornamento sulla normativa di riferimento

2) - Unità Organizzativa *Tributario Fiscale*

- Adempimenti tributari e fiscali
- Tenuta libri obbligatori e denunce IVA
- Emissione fatture
- Aggiornamento sulla normativa di riferimento

3) - Unità Organizzativa *Contabilità Uffici all'estero*

- Trasferimento fondi sedi periferiche
- Accertamento entrate Uffici all'estero
- Controllo rendicontazione Uffici all'estero

4) - Unità Organizzativa *Tesoreria e Gestione Pagamenti*

- Rapporti con l'Istituto di Credito Cassiere
- Registrazione e accertamento entrate sede centrale
- Emissione mandati di pagamento e reversali d'incasso
- Gestione dei fondi trasferiti dall'O.T.P. pubblica e privata per iniziative promozionali
- Trimestrali di Cassa

- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle funzioni, servizi e risorse a queste assegnate dall'Organo di vertice, con le Società controllate dalla Agenzia
- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle direttive dell'Organo di vertice, con le Società partecipate dalla Agenzia

UNITÀ DIREZIONALE CENTRALE

SISTEMI INFORMATIVO - TECNOLOGICI E AFFARI GENERALI

Dotazione organica

- Dirigente..... n. **1**
- Qualifica funzionale area C.....n. **16**
- Qualifica funzionale area B.....n. **10**

Totale.....n. **27**

Unità Organizzative: 5

1) Unità Organizzativa *Gestione ordinaria e straordinaria dei beni immobili*

- Contratti di assicurazione, di utenze, di servizi e di manutenzione degli impianti e conservazione e adattamento degli stabili della Sede centrale.

- Interventi per la sicurezza nei luoghi di lavoro (D.Lgs 626/94 e successive modificazioni)

2) Unità Organizzativa *Pianificazione e acquisto beni mobili e beni di consumo*

- Predisposizione degli atti concernenti le gare per l'acquisto e le alienazioni dei beni mobili, per la fornitura di beni di consumo, lavori e servizi vari
- Gestione albo dei fornitori
- Gestione del servizio economato, del deposito del materiale di consumo e di altro materiale inventariato, con relativa tenuta dei libri di carico e scarico.

3) Unità Organizzativa *Patrimonio*

- Compilazione e tenuta dei libri inventario dei beni mobili ed immobili
- Adempimenti per l'acquisto e l'iscrizione a pubblici registri dei beni immobili e mobili registrati
- Compilazione e tenuta del Repertorio Generale dell'Agenzia

4) Unità Organizzativa *Affari Generali*

- Impegni e liquidazione delle spese relative al patrimonio e all'amministrazione dei beni dell'Agenzia, nonché accertamento delle entrate
- Gestione del laboratorio stampa, del centro foto-riproduzioni e del centralino telefonico

- Organizzazione e controllo dei servizi di portineria e vigilanza
- Gestione protocollo informatico con l'accettazione, spedizione e smistamento della corrispondenza in arrivo ed in partenza
- Abbonamenti ai giornali ed altri periodici, nonché a servizi di agenzie di stampa, su indicazione degli uffici interessati
- Archiviazione e conservazione di pubblicazioni e documenti dell'Agenzia
Gestione della biblioteca
- Magazzinaggio e spedizione del materiale informativo editoriale ed audiovisivo in Italia e all'estero
- Gestione cassa economale
- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle funzioni, servizi e risorse a queste assegnate dall'Organo di vertice, con le Società controllate dalla Agenzia
- Raccordo, per le materie di competenza della Unità Direzionale, e sulla base delle direttive dell'Organo di vertice, con le Società partecipate dalla Agenzia
- Amministrazione e Contabilità dell'Unità direzionale

5) Unità Organizzativa *Sistemi informatici e tecnologici*

- Gestione CED
- Acquisto, manutenzione e sviluppo di hardware e software
- Programmazione, coordinamento e gestione del sistema informatico aziendale

- Verifica periodica dell'efficienza degli impianti, del software e dei collegamenti tele e video con la rete periferica

DIREZIONI DI AREA ESTERE

Dotazione organica Direzione di **Francoforte**

- Dirigente..... **n. 1**
- Qualifica funzionale area C..... **n. 2**

Totale..... **n. 3**

Dotazione organica Direzioni di **Bruxelles, Londra, Madrid, Mosca, New York, Parigi, Pechino, San Paolo, Tokyo**

- Dirigente..... **n. 1**
- Qualifica funzionale area C..... **n. 1**

Totale..... **n. 2**

Unità Organizzative: 3

1) Unità Organizzativa *Programmazione e coordinamento*

- Coordinamento, ove presenti, delle Agenzie dislocate nell'area di competenza:
- Adozione atti amministrativo-contabili inerenti alla gestione della Direzione di Area
- Rapporti istituzionali con le rappresentanze italiane presenti nell'area (Ambasciate, Consolati, ICE, Istituti di Cultura) e con i soggetti pubblici esteri (Enti del turismo, Istituti di Statistica, Banche centrali, ecc.)
- Predisposizione, in collaborazione con le Rappresentanze diplomatiche locali, dei Rapporti congiunti MAE/ENIT triennali ed annuali
- Esecuzione dei progetti iscritti nei Piani promozionali annuali

2) Unità Organizzativa *Comunicazione e ricerca*

- Rapporti con la stampa estera, i Tour Operators, gli Agenti di Viaggio e gli Opinion Leaders, nell'ambito del **piano di comunicazione aziendale** predisposto dalla Sede Centrale
- Veicolazione del Brand Italia attraverso azioni mirate al pubblico e/o agli specialisti del settore (manifestazioni, pubblicità, vetrinistica, affissionistica, eventi, settimane italiane)
- Valorizzazione del Brand Italia tra il grande pubblico attraverso le più moderne tecniche di **web-marketing** e la costituzione di **partenariati** con altre organizzazioni
- Negoziazione degli strumenti migliori per la distribuzione sui cataloghi on line dei principali motori di ricerca e siti di vendita di vacanze
- Elaborazione studi e ricerche di mercato **per linee di prodotto** sulla base del piano annuale di ricerca elaborato dalla Sede Centrale
- Gestione dei call centers

- Manutenzione, gestione e conduzione operativa dei sistemi informativi automatizzati

3) Unità Organizzativa *Assistenza tecnica Regioni/ operatori*

- Assistenza tecnico-organizzativa alle Regioni nell'ambito delle iniziative congiunte previste nei Piani Esecutivi annuali
- Assistenza tecnica alle Regioni, anche attraverso ***l'erogazione di servizi a pagamento***, coordinando le iniziative all'estero da queste programmate autonomamente (seminari, workshops, conferenze stampa)
- Attività sinergiche per la realizzazione di viaggi di studio per media e di educational diretti a Tour Operators ed Agenti di Viaggio
- Supporto agli operatori attraverso:
 - A. assistenza nell'ambito del marketing e della comunicazione;
 - B. opportunità per l'accesso al mercato;
 - C. assistenza nella gestione di campagne promozionali e pubblicitarie;
 - D. partecipazione alle manifestazioni internazionali, a workshops ed educational;
 - E. accesso al database consumer e trade;
 - F. assistenza dall'Ufficio stampa;
 - G. consulenza per la realizzazione di materiale editoriale;
 - H. disponibilità di dati statistici sul turismo internazionale
- Rapporti ed azioni mirate con Tour Operators ed Agenti di Viaggio esteri

AGENZIE

Dotazione organica Agenzie di Amsterdam, Buenos Aires, Los Angeles, Monaco, Mumbai, Shanghai, Seoul, Sidney, Stoccolma, Toronto, Vienna, Zurigo

Qualifica funzionale area C.....n.	1
Totale.....n.	1

Unità Organizzative: 3

1) Unità Organizzativa Programmazione

- Rapporti istituzionali con le rappresentanze italiane presenti nell'area (Ambasciate, Consolati, ICE, Istituti di Cultura) e con i soggetti pubblici esteri (Enti del turismo, Istituti di Statistica, Banche centrali, ecc.)
- Predisposizione, nell'ambito delle direttive impartite dal responsabile della Direzione d'Area, ed in collaborazione con le Rappresentanze diplomatiche locali, dei Rapporti congiunti MAE/ENIT triennali ed annuali
- Esecuzione, sotto il coordinamento del responsabile della Direzione d'Area, dei progetti iscritti nei Piani promozionali annuali
- Predisposizione atti amministrativo-contabili inerenti alla gestione dell'Agenzia

2) Unità Organizzativa *Comunicazione e ricerca*

- Rapporti con la stampa estera, i Tour Operators, gli Agenti di Viaggio e gli Opinion Leaders, nell'ambito del **piano di comunicazione aziendale** e nell'ambito del coordinamento effettuato dal responsabile della Direzione d'Area
- Veicolazione del Brand Italia attraverso azioni mirate al pubblico e/o agli specialisti del settore (manifestazioni, pubblicità, vetrinistica, affissionistica, eventi, settimane italiane)
- Rapporti di **partenariato** con soggetti privati ai fini della massimizzazione e ottimale penetrazione del Brand Italia
- Elaborazione studi e ricerche di mercato **per linee di prodotto**, sulla base del piano annuale di ricerca elaborato dalla Sede Centrale
- Negoziazione degli strumenti migliori per la distribuzione sui cataloghi on line dei principali motori di ricerca e siti di vendita di vacanze

3) Unità Organizzativa *Assistenza tecnica Regioni/ operatori*

- Assistenza tecnico-organizzativa alle Regioni nell'ambito delle iniziative congiunte previste nei Piani Esecutivi annuali
- Assistenza tecnica alle Regioni, anche attraverso l'erogazione di servizi a pagamento, coordinando le iniziative all'estero da queste programmate autonomamente (seminari, workshops, conferenze stampa)
- Attività sinergiche per la realizzazione di viaggi di studio per media e di educational diretti a Tour Operators ed Agenti di Viaggio
- Supporto agli operatori:

- A. assistenza nell'ambito del marketing e della comunicazione;
- B. opportunità di accesso al mercato;
- C. assistenza nella gestione di campagne promozionali e pubblicitarie;
- D. partecipazione alle manifestazioni internazionali, a workshops ed educational;
- E. accesso al database consumer e trade;
- F. assistenza dall'Ufficio stampa;
- G. consulenza per la realizzazione di materiale editoriale;
- H. disponibilità di dati statistici sul turismo internazionale

- Rapporti ed azioni mirate con Tour Operators ed Agenti di Viaggio esteri