

Il giorno 31 gennaio 2022, alle ore 11.30, per via telematica giusta convocazione avvenuta con nota del Presidente del Nucleo, n. 610 del 25.01.2022, il Nucleo di Valutazione istituito, ai sensi della L.R. n. 4/2007 e s.m.i., con D.G.R. n. 233 del 15.02.2021, ha incontrato lo *steering group* della valutazione *ex post* 2007-2013 in materia di turismo

Sono presenti:

Nome	Funzione	Pr.
Vitorocco PERAGINE	Presidente (giusta D.G.R. 233)	x
Fabio CAPUTO	Componente	x
Antonio CORVINO	Componente	x
Vittorio DELL'ATTI	Componente	x
Giovanni GUZZARDO	Componente	x
Cosimo Pietro GUARINI	Componente	x
Corrado LO STORTO	Componente	x
Francesco NATALE	Componente	x
Alessandro RICCHIUTI	Componente	x
Elisabetta VENEZIA	Componente	x

Tiziana CRUDELE	Responsabile Segreteria Tecnico- Amministrativa NVVIP	x
-----------------	---	----------

Per il partenariato

Elena BASSANO	Rappresentante RTI IZI Laser- CLES	x
Lorella MOLTENI	Rappresentante RTI IZI Laser- CLES	x
Cristina OTERI	Rappresentante RTI IZI Laser- CLES	

Giuseppe GALLI	Rappresentante RTI IZI Laser- CLES	x
Gabriella BELVISO	Dirigente servizio Sviluppo del Turismo della Regione Puglia	x
Mariangela SCIANNIMANICO	Regione Puglia Funzionario Sezione Turismo ed internazionalizzazione	x
Daniela RECCHIA	Regione Puglia Funzionario Sezione Turismo ed internazionalizzazione	x
Maria Elena SCHIRALDI	Regione Puglia Funzionario Sezione Turismo ed internazionalizzazione	x
Tiziana CORTI	Sezione Inclusione sociale attiva Ufficio Garante di genere	x
Annalisa BELLINO	Dirigente Sezione Attuazione Politiche di Genere della Regione Puglia	x
Loredana CAMPANELLI		x
	CISAL PUGLIA	x
Elena CANNONE	UIL Puglia	x
Cosimo LEONE	CISL PUGLIA	x
Maria Giorgia VULCANO	CGIL PUGLIA	x
Carmelo ROLLO	LEGA COOP. PUGLIA	x
Massimo SALOMONE BLASIO	CONFINDUSTRIA PUGLIA	x
Cosimo BRACCIODIETA	CONFCOOPERATIVE PUGLIA	x
Giuseppe CHIARELLI	CONFCOMMERCIO PUGLIA	x

Il Presidente del Nucleo, prof. Peragine, previi saluti e presentazione dei componenti del Nucleo, evidenzia le finalità della riunione. Si tratta della presentazione del rapporto preliminare della valutazione *ex post* 2007-2013 in materia di turismo affidata a RTI Izi-Cles_Laser. Compito dello *steering group* è verificare se l'impostazione del rapporto corrisponde alle domande valutative, nel rispetto della progettazione esecutiva approvata e dei tempi dettati dal contratto.

Il Presidente, quindi, chiede alla dott.ssa Elena BASSANO di presentare il rapporto, ponendo l'accento sullo stato di avanzamento della ricerca, e di illustrare le prospettive e le eventuali difficoltà già emerse, al fine di capire se è necessario apportare modifiche a quanto indicato nel progetto esecutivo.

Passa quindi la parola ai partecipanti per la presentazione, chiusa la quale, prende la parola la dott.ssa Bassano per evidenziare che il rapporto preliminare parte dai dati di monitoraggio della linea di intervento oggetto di valutazione: la 4.1 del POR Puglia 2007-2013 FESR. Quest'attività è servita per confermare quanto scritto nel progetto esecutivo per le tre azioni della Linea intervento 4.1 – *"Infrastrutture, promozione e valorizzazione dell'economia turistica"* denominate:

- 4.1.1 - Completamento delle infrastrutture a sostegno dell'economia turistica
- 4.1.2 - Valorizzazione e la promozione della regione
- 4.1.3 - Sviluppo di strutture di accoglienza residenziale e per il tempo libero a supporto del turismo sociale

La prima e la terza linea di intervento, dedicate al sostegno dell'infrastrutturazione turistica, sono simili, benché la 4.1.3 abbia maggiore *focus* sul sociale; la Linea 4.1.2 è dedicata alla promozione della regione Puglia a livello nazionale ma soprattutto a livello internazionale. La dotazione finanziaria era di circa 150 milioni di euro, più della metà circa 94 milioni allocati sulla misura 4.1.2, circa 60 sulle misure 4.1.1 e 4.1.3. Buona parte della ricerca valutativa si concentrerà sulle loro modalità di attuazione. Le Linee 4.1.1 e 4.1.3 sono state attivate innestandosi sulle aree vaste, mentre la Linea 4.1.2 è transitata su Pugliapromozione, Agenzia regionale che dal 2012 si occupa della promozione della Puglia come destinazione turistica, sia a livello nazionale che internazionale.

Segue una breve presentazione delle 10 aree vaste, nate nella programmazione 2000-2006, per quanto riguarda l'attuazione del FSC in ambito urbano, e poi mantenute come strumento di programmazione a livello locale nella regione. La seguente tabella riporta il numero di comuni per ciascuna area vasta

AREA VASTA	N° COMUNI
Metropoli – Terra di Bari	31
Brindisina	19
Città Murgiana	4
Tarantina	28
Capitanata 2020	31
Monti Dauni	30
Lecce 2005/2015	31
Salento 2020	66
Vision 2020	10
Valle d'Itria	8

Si può evidenziare che se in regione sono presenti aree molto vaste, con 66 comuni, ce ne sono di molto piccole come la città murgiana, con soli 4 comuni. Nell'ambito della Linea 4.1.1, il cui obiettivo è la valorizzazione dei contesti territoriali dal punto di vista dell'accoglienza e della

fruibilità turistica nell'ottica dell'affermazione delle destinazioni pugliesi sui mercati nazionali ed internazionali, sono stati attivati interventi di tipo prevalentemente infrastrutturale. I principali interventi hanno riguardato la portualità turistica, l'accoglienza e fruibilità turistica, il Centro Convegni Fiera del Levante di Bari, la Riqualificazione della rete regionale di informazione e accoglienza turistica su tutto il territorio. Sono stati fatti anche interventi di arredo urbano sul lungomare di alcuni comuni. Sulla 4.1.3 che riguardava infrastrutture turistiche dedicate al turismo sociale sono stati realizzati due interventi: 1) Comune di Novoli: *"Recupero e rifunzionalizzazione dell'edificio ex carcere da destinare a ostello della gioventù"*, 2) Comune di Altamura: *"Recupero architettonico e funzionale ex Monastero S. Croce per la realizzazione di un ostello per la gioventù e museo della pietra"*. Per quanto riguarda la Linea 4.1.2, più complessa, come già detto, tutti gli interventi sono stati affidati a Pugliapromozione, la cui nascita coincide quasi con l'attivazione di questa azione. Gli interventi possono essere ricondotti alle seguenti 6 tipologie:

- A. Promozione del sistema turistico regionale, attraverso l'organizzazione e/o la partecipazione ad iniziative previste a livello nazionale ed internazionale (**fiere, eventi, esposizioni**, ecc.).
- B. Promozione dell'offerta turistica regionale, attraverso iniziative di **ospitalità ed educ-tour** (opinion leaders, giornalisti e operatori turistici, nonché scrittori, fotografi, troupes televisive e cinematografiche, delegazioni estere e istituzionali, atleti, artisti, esperti di settore, rappresentanti di agenzie di pubblicità e comunicazione, ecc.)
- C. Azioni di **sensibilizzazione delle comunità locali e del sistema imprenditoriale** regionale alla cultura dell'accoglienza ed all'utilizzo di buone pratiche (eventi ed iniziative di promozione, diffusione di buone pratiche in tema di accoglienza, ospitalità e qualità dell'offerta)
- D. Programmi finalizzati alla **promozione e valorizzazione turistica regionale** (eventi ed iniziative promozionali sul territorio).
- E. **Piani di comunicazione integrata** (azioni di promozione, comunicazione e marketing finalizzate, realizzazione e diffusione di materiale promo-pubblicitario e informativo).
- F. **Pianificazione strategica**, analisi di settore e attività di implementazione dei Sistemi Turistici Locali (analisi e studio a supporto della programmazione integrata del settore).

Nello specifico, per le fiere si è deciso di partecipare agli eventi dove erano presenti anche gli operatori privati pugliesi che seguivano Pugliapromozione, mentre per le azioni di cui al punto B importante è stato l'intervento di Apulia Film Commission. Notevole è, altresì, per la buona riuscita della campagna promozionale, la creazione di un nuovo *brand* utilizzato per i piani di comunicazione integrata. In sintesi le azioni realizzate nella 4.1.2 sono state:

- ✓ Riorganizzazione del sistema dell'accoglienza e dell'informazione turistica tramite l'individuazione e l'allestimento di un format estetico rinnovato e uniformato per i diversi punti informativi dislocati sul territorio, oltre al miglioramento dell'organizzazione dei servizi e degli standard di accoglienza anche in raccordo con il territorio.
- ✓ Attività di promozione della Puglia come destinazione di esperienza, principalmente sul web ed i new media, orientata ai mercati esteri.
- ✓ L'immagine coordinata degli stand e del programma degli eventi internazionali è stata caratterizzata dal claim #WeAreinPuglia.
- ✓ Realizzazione di campagne progettate e diffuse a mezzo stampa editoriale ("I borghi più belli d'Italia", "Pasqua in Puglia", ecc.).
- ✓ Diffusione del portale regionale del turismo www.viaggiareinpuglia.it, anche grazie alle campagne web.
- ✓ Azioni di comunicazione all'estero, hanno migliorato o dato continuità a quanto realizzato negli anni precedenti, rafforzando esposizione e presenza del brand Puglia su quei mercati individuati come strategici attraverso il collegamento con voli diretti.
- ✓ Organizzazione dell'ospitalità di giornalisti e opinion leader in occasione di eventi promossi a livello locale.
- ✓ Realizzazione del progetto "Puglia For All: Accessibilità turistica e culturale in Puglia" rivolto in prima istanza alle persone con disabilità e agli ospiti con bisogni specifici (anziani, dializzati, talassemici, celiaci, allergici, ecc.) con i loro accompagnatori e familiari di tutte le provenienze.

La seguente tabella riepiloga, infine, i contributi erogati nell'ambito della misura 4.1.2 per ciascun intervento:

INTERVENTO	CONTRIBUTI EROGATI
A. Promozione del sistema turistico regionale	15.601.696
B. Promozione dell'offerta turistica regionale	15.826.508
C. Azioni di sensibilizzazione delle comunità locali e del sistema imprenditoriale regionale alla cultura dell'accoglienza ed all'utilizzo di buone pratiche	60.000
D. Promozione e valorizzazione turistica regionale	24.376.379
E. Piani di comunicazione integrata	26.452.848
F. Pianificazione strategica, analisi di settore e attività di implementazione dei Sistemi Turistici Locali	5.786.794
TOTALE	88.104.226

Quindi sintetizzando sullo stato dell'arte si può dire che il lavoro si concentrerà sull'analisi degli interventi infrastrutturali, finalizzati a rendere più accessibili le mete turistiche, e gli interventi di Pugliapromozione come azioni mirate di promozione e comunicazione, con obiettivi specifici di raggiungere quei paesi esteri dove era possibile ottenere maggiori risultati.

Rispetto a quanto indicato nel progetto esecutivo il RTI ritiene che possa essere utile modificare l'ordine di alcune attività, in quanto, soprattutto per le linee di attività 4.1.e 4.1.3, molte attività finalizzate alla raccolta dei dati e delle informazioni, se realizzate sul campo, possono diventare più efficaci. Ad esempio, mentre le interviste a testimoni privilegiati possono essere fatte a distanza, poiché prevedono una interazione di tipo "uno a uno", i casi studio o i focus group se fatti sul territorio diventano più efficaci. La survey si può attivare subito. L'unica difficoltà rilevabile è, pertanto, legata alle limitazioni degli spostamenti causa COVID -19, ma si auspica che da metà marzo ci si possa muovere più liberamente, pertanto le attività che si era previsto di fare a gennaio saranno posticipate. Il problema maggiore è nel reperimento dei referenti che si sono occupati delle aree vaste, perché quella è una parte molto interessante per la quale però sarà necessario il supporto dei referenti regionali per reperire i contatti.

Terminata la presentazione, il presidente Peragine dichiara aperta la discussione.

Prende la parola il rappresentante di Confcommercio, dott. Chiarelli, per avere conferma che si è ancora nella fase di raccolta documentale rispetto alla spesa e che, quindi, la fase di valutazione dei vari interventi rispetto alla finalizzazione e alla gestione dei processi avverrà successivamente. Ricevuta tale rassicurazione dalla dott.ssa Bassano, auspica che nella seconda fase si valuti l'efficacia degli interventi, senza limitarsi alla quantità della spesa, andando ad analizzare gli interventi stessi con riferimento alla loro funzionalità e alle scelte localizzative, in modo da comprendere quanti di questi siano strettamente collegati all'impostazione originaria della finalizzazione delle misure e quanti, invece, siano stati il risultato di una scelta contingente e successiva volta a soddisfare esigenze particolari del territorio. Il dott. Chiarelli, a mo' di esempio, ha fatto riferimento all'attivazione degli ostelli di Novoli e Altamura.

Il prof. Peragine rassicura sul fatto che la fase di analisi di efficacia delle misure sarà oggetto del lavoro dei prossimi mesi ed invita la dott.ssa Bassano a prenderne nota, perché meritevole di attenzione.

La dott.ssa Vulcano, delegata della CIGL, suggerisce di esaminare, alla luce della quantità di risorse impiegate, anche la qualità del lavoro attivato, per capire se ci sono margini di miglioramento e cosa si può fare per stimolare una maggiore stagionalizzazione turistica all'interno della regione. La dott.ssa Corti, collegandosi all'intervento della dott.ssa Vulcano, ricorda anche l'importanza di una specifica valutazione dell'impatto delle misure sull'occupazione femminile, dato molto importante per la Regione.

Il Presidente del NVVIP ricorda che il quadro, entro il quale ci si sta muovendo, è quello delineato dalle domande valutative che sono state approvate dallo *steering group* e invita la dott.ssa Bassano a dare riscontro agli spunti sollevati dagli interventi precedenti.

Prende la parola la dott.ssa Bassano la quale ribadisce che al RTI interessa innanzitutto capire le modalità di selezione degli interventi. Questi ultimi sono già stati completati, come ad esempio gli ostelli di Novoli e Altamura, e i soldi già spesi; pertanto, i dati di monitoraggio sono interessanti ma fino ad un certo punto. Lo sforzo principale sarà, piuttosto, quello di comprendere come si è arrivati a definirli. Rispetto all'impatto occupazionale femminile e all'altro argomento, emerso nella precedente riunione, dei servizi turistici alle famiglie, rassicura sul fatto che entrambi saranno sviluppati, per quanto non siano centrali nella ricerca valutativa. Così, in particolare, per la questione occupazionale: non sono interventi che generano occupazione diretta (eccezion fatta, forse, per i due ostelli prima citati). Semmai bisognerebbe capire se, a fronte della loro realizzazione, c'è stata occupazione indiretta, generata negli anni successivi.

Il dott. Chiarelli chiede chiarimenti sul questionario allegato al rapporto ovvero se è un questionario già somministrato o se è solo esemplificativo. La dott.ssa Bassano chiarisce che è una traccia di questionario che serve per fornire risposte ai quesiti valutativi; è uno degli strumenti che saranno utilizzati per sviluppare la valutazione. Verrà somministrato ai diversi destinatari cercando, dall'insieme di quelle domande, di costruire, di volta in volta, questionari specifici e personalizzati, coerenti con il *target* di riferimento, anche avvalendosi del fruttuoso confronto con Pugliapromozione e con i partecipanti allo *steering group*.

Il delegato di Confcommercio chiarisce meglio la sua perplessità: trattandosi di una valutazione del 2007-2013, domanda perché nel questionario ci siano riferimenti alla situazione attuale soprattutto per quanto riguarda la performance del turismo. Risponde la dott.ssa Bassano evidenziando che alcune domande si devono adattare al fatto che è trascorso un lungo lasso di tempo. Inoltre, bisogna tener presente che gli interventi erano a vantaggio di Pugliapromozione e solo indirettamente sono andati a beneficio delle imprese. Il dott. Chiarelli, pertanto, evidenzia l'importanza di intervistare Pugliapromozione per capire, ad es., quanti siano gli operatori turistici che hanno partecipato alle fiere. Per gli interventi delle Linee 4.1 e 4.1.3 sarebbe opportuno, inoltre, fare una verifica dell'impatto non solo occupazionale ma anche di crescita di PIL turistico nell'area territoriale di riferimento. La dott.ssa Bassano replica che questo rientra nella personalizzazione del questionario in base agli interventi e al soggetto destinatario.

Il delegato di Confcommercio raccomanda di porre attenzione sulla ricaduta sistemica degli interventi attivati. Sapere se gli operatori turistici regionali che hanno partecipato ad una fiera di Berlino sono 200 o solo 15 rende bene la misura di quanto quell'attività si sia inserita in un contesto di implementazione sistemica. Anche su questo la dott.ssa Bassano rassicura che si tratta di aspetti che saranno indagati. Il dott. Chiarelli, quindi, conclude chiedendo di valutare anche l'efficacia dell'azione di sensibilizzazione delle comunità locali – visto che l'importo ad essa dedicato è stato di soli 60mila euro nell'arco dei sette anni – e di capire i *follow up* degli interventi dell'azione F.

Cosimo Leone, delegato della CISL, a completamento delle cose dette, osserva che sarebbe interessante indagare anche cosa è stato prodotto a livello occupazionale. Il prof. Peragine precisa che il rapporto preliminare su cui si sta discutendo è un rapporto solo documentale in cui vengono confermate le linee indicate nel progetto esecutivo ed evidenziati gli aspetti più

importanti su cui ci si dovrà concentrare nel prosieguo. Assicura che il tema occupazionale sarà tra questi, pur con le precisazioni innanzi svolte.

In assenza di altri interventi la riunione si chiude alle 12.10. Il prossimo *step* sarà la consegna del rapporto intermedio previsto a sei mesi dalla sottoscrizione del contratto, cioè per gli inizi di aprile. Lo *stering group* sarà riconvocato per discuterne.

Il presente verbale, redatto dalla responsabile della Segreteria Tecnico-amministrativa del NVVIP, è stato sottoposto all'approvazione dello *steering group* mediante mail.

Bari, 9 febbraio 2022

Firme:

La Resp.le della Segreteria NVVIP



(Dott.ssa Tiziana Crudele)

Il Presidente NVVIP
(Prof. Vito Peragine)


