



Scheda di Programmazione Strategica N.11

<b>Area Strategica</b>	<b>CONSOLIDAMENTO E SVILUPPO DELLA STRUTTURA DEL SISTEMA ECONOMICO LOCALE</b>
<b>Analisi dei bisogni e dello scenario dal quale emerge l'opportunità di definire e assegnarsi un obiettivo strategico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rafforzare l'immagine ed il grado di attrazione turistica del territorio;</li><li>- Migliorare il livello dell'offerta turistica e dei settori ad essa correlati (ambiente, cultura, enogastronomia);</li><li>- Promuovere l'economia del settore turistico attraverso la diversificazione e la promozione integrata dei sistemi territoriali;</li><li>- Tutelare e valorizzare i beni territoriali.</li></ul>
<b>Obiettivo strategico</b>	Valorizzazione e promozione turistica del territorio
<b>Risultati attesi</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. creazione di nuovi modelli di gestione e promozione integrata per la valorizzazione del patrimonio nelle aree di particolare pregio dal punto di vista naturale, culturale e artistico;</li><li>2. attuazione programmi sul turismo integrato e progettualità legate all'economia del mare;</li><li>3. accrescere la partecipazione delle imprese e degli operatori economici ad iniziative del settore.</li></ol>
<b>Programma</b>	Turismo
<b>KPI</b>	
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero di iniziative promosse nel settore del turismo
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	numero di imprese coinvolte nelle iniziative turistiche oggetto di monitoraggio
<b>Aree organizzative coinvolte nella realizzazione</b>	Ufficio promozionale



Scheda di Programmazione Strategica N.11 - KPI di monitoraggio e valutazione

<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	<b>numero di iniziative promosse nel settore del turismo</b>
<b>Algoritmo di calcolo</b>	numero di iniziative promosse nell'anno T /numero di iniziative promosse nell'anno T-1.
<b>Descrizione dell'indicatore e della relazione fra andamento dell'indicatore e azioni del responsabile dell'unità operativa</b>	L'indicatore consente di verificare la presenza di un trend di incremento nel corso del triennio di riferimento.
<b>Risultato atteso per l'anno (T) 2012</b>	>1
<b>Valore relativo al periodo (T-1) 2011</b>	1
<b>Valore atteso a tendere (T+1) 2013</b>	>1
<b>Fonti dei dati</b>	Ufficio Promozionale
<b>Periodicità di rilevazione</b>	semestrale
<b>Responsabile della rilevazione</b>	Loredana Pugliese
<b>Campo note per considerazioni del responsabile dell'unità operativa</b>	iniziative realizzate nel 2010: 16 su 21 = 0,76; iniziative realizzate nel 2011: 12 su 12 = 1; Le iniziative oggetto di monitoraggio sono rilevate dal CST.
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	<b>numero di imprese coinvolte nelle iniziative oggetto di monitoraggio</b>
<b>Algoritmo di calcolo</b>	numero di imprese coinvolte nelle iniziative oggetto di monitoraggio nell'anno T/numero di imprese coinvolte nelle iniziative oggetto di monitoraggio nell'anno T-1.
<b>Descrizione dell'indicatore e della relazione fra andamento dell'indicatore e azioni del responsabile dell'unità operativa</b>	L'indicatore consente di verificare la presenza di un trend di incremento nel corso del triennio di riferimento.
<b>Risultato atteso per l'anno (T) 2012</b>	>1
<b>Valore relativo al periodo (T-1) 2011</b>	1,00
<b>Valore atteso a tendere (T+1) 2013</b>	>1
<b>Fonti dei dati</b>	Ufficio Promozionale
<b>Periodicità di rilevazione</b>	semestrale
<b>Responsabile della rilevazione</b>	Loredana Pugliese
<b>Campo note per considerazioni del responsabile dell'unità operativa</b>	Nel 2011: 42 imprese sellers della provincia di Latina al Buy Lazio (location Provincia di Frosinone); Nel 2010: 42 imprese sellers della provincia di Latina al Buy Lazio (location Provincia di Latina).



### Scheda di Programmazione Operativa N.11.1

<b>Obiettivo strategico</b>	<b>Valorizzazione e promozione turistica del territorio</b>
<b>Programma</b>	Turismo
<b>Budget</b>	€ 321.994,97
<b>11.1) Obiettivo operativo</b>	<b>Favorire la promozione turistica del territorio, sviluppando iniziative in sinergia con le filiere leader operanti nel contesto provinciale</b>
<b>Descrizione</b>	Esaltare la vocazione turistica del territorio anche attraverso l'integrazione con altre filiere leader operanti nel contesto provinciale, con la definizione di strategie di programmazione ed intervento condivise, oltre un percorso di sviluppo integrato per la valorizzazione del patrimonio culturale, comprendendo anche borghi, immobili di pregio storico/culturale, parchi naturali ed aree protette, del turismo religioso, congressuale e nautico.
<b>Unità operativa di riferimento</b>	Ufficio Promozionale
<b>Responsabile</b>	Rosario Cecere, Loredana Pugliese
<b>azioni</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- attività del Centro Studi sul Turismo;</li><li>- attività riguardanti: Turismo religioso, etico e sportivo, Green Economy, storico culturale, ittico turistico, convegnistico, Obiettivo turismo 2012;</li><li>- attività del Club del Gusto;</li><li>- attività riguardanti il Premio Suio Terme;</li><li>- attività per l'assegnazione delle Bandiere Arancioni (T.C.I.), Tourist Quality point / marchio di qualità turistica;</li><li>- attività relative al Festival del cortometraggio;</li><li>- attività relative al progetto "Latina Città del '900";</li><li>- attività relative al progetto Wojtyla Generation Love Rock Opera;</li><li>- partecipazione al Buy Lazio 2012;</li><li>- miss Italia 2012.</li></ul>
<b>Risultati attesi</b>	Completamento delle iniziative programmate entro il 31/12/2012
<b>Budget</b>	€ 321.994,97
<b>Risorse umane coinvolte</b>	Roberta Dell'Aquila, Felice D'Argenzio, Cristina Sarappa
<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	realizzazione delle iniziative programmate nel settore del turismo
<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	variazione del numero di imprese, della provincia di Latina, coinvolte nelle iniziative oggetto di monitoraggio (Buy Lazio)



Scheda di Programmazione Operativa N.11.1 - KPI di monitoraggio e valutazione

<b>1) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	<b>realizzazione delle iniziative programmate nel settore del turismo</b>
<b>Algoritmo di calcolo</b>	numero di iniziative realizzate nell'anno T/numero iniziative programmate nell'anno T.
<b>Descrizione dell'indicatore e della relazione fra andamento dell'indicatore e azioni del responsabile dell'unità operativa</b>	L'indicatore consente di monitorare il grado di attuazione delle iniziative programmate.
<b>Risultato atteso per l'anno (T) 2012</b>	100%
<b>Valore relativo al periodo (T-1) 2011</b>	100%
<b>Valore atteso a tendere (T+1) 2013</b>	100%
<b>Fonti dei dati</b>	Ufficio promozionale
<b>Periodicità di rilevazione</b>	Semestrale
<b>Responsabile della rilevazione</b>	Loredana Pugliese
<b>Campo note per considerazioni del responsabile dell'unità operativa</b>	<b>Nel 2010</b> grado di realizzazione del <b>76%</b> con n. 16 iniziative realizzate su 21 previste; <b>Nel 2011</b> grado di realizzazione del <b>100%</b> con n. 12 iniziative realizzate su 12 previste.

<b>2) KPI di monitoraggio e valutazione</b>	<b>variazione del numero d'impresе, della provincia di Latina, coinvolte nelle iniziative oggetto di monitoraggio (Buy Lazio)</b>
<b>Algoritmo di calcolo</b>	n. impresе coinvolte in iniziative oggetto di monitoraggio nell'anno T/n. impresе coinvolte in iniziative oggetto di monitoraggio nell'anno (T-1).
<b>Descrizione dell'indicatore e della relazione fra andamento dell'indicatore e azioni del responsabile dell'unità operativa</b>	L'indicatore consente di calcolare la variazione del numero di impresе della provincia di Latina, partecipanti al Buy lazio nell' anno T rispetto ad altrettante partecipanti nell'anno (T-1).
<b>Risultato atteso per l'anno (T) 2012</b>	> = 1
<b>Valore relativo al periodo (T-1) 2011</b>	> = 1
<b>Valore atteso a tendere (T+1) 2013</b>	> = 1
<b>Fonti dei dati</b>	Ufficio promozionale
<b>Periodicità di rilevazione</b>	Semestrale
<b>Responsabile della rilevazione</b>	Loredana Pugliese
<b>Campo note per considerazioni del responsabile dell'unità operativa</b>	Nel 2011: 42 impresе sellers della provincia di Latina al Buy Lazio (location Provincia di Frosinone); Nel 2010: 42 impresе sellers della provincia di Latina al Buy Lazio (location Provincia di Latina).