



BILANCIO DI PREVISIONE FINANZIARIO 2021/2023

NOTA INTEGRATIVA

SOMMARIO

<u>PREMESSA.....</u>	<u>4</u>
<u>IL CONTESTO.....</u>	<u>5</u>
<u>IL CONTESTO PROGRAMMATARIO E FINANZIARIO DEL BILANCIO DI PREVISIONE 2021/2023</u>	<u>6</u>
<u>IL CONTESTO ECONOMICO REGIONALE DEL TURISMO.....</u>	<u>6</u>
<u>PREVISIONI FINANZIARIE 2021/2023.....</u>	<u>9</u>

PREMESSA

La **Nota integrativa** è allegato fondamentale del bilancio di previsione 2021 e pluriennale 2021/2023 della Destinazione Turistica Romagna, ente strumentale degli enti locali ex art. 11 ter del D.Lgs. 118/2011.

L'articolo 11 del D.Lgs. n. 118/2011, come modificato dal D.Lgs. n. 126/2014, prevede che al bilancio di previsione finanziario degli enti locali sia allegata, tra gli altri, la Nota Integrativa redatta secondo le modalità previste dal comma 5 del medesimo articolo.

Il contenuto minimo della Nota Integrativa previsto dalla normativa è costituito da:

- a) I criteri di valutazione adottati per la formulazione delle previsioni, con particolare riferimento agli stanziamenti riguardanti gli accantonamenti per le spese potenziali e al fondo crediti di dubbia esigibilità, dando illustrazione dei crediti per i quali non è previsto l'accantonamento a tale fondo.
- b) L'elenco analitico delle quote vincolate e accantonate del risultato di amministrazione presunto al 31 dicembre dell'esercizio precedente, distinguendo i vincoli derivanti dalla legge e dai principi contabili, dai trasferimenti, da mutui e altri finanziamenti, vincoli formalmente attribuiti dall'ente.
- c) L'elenco analitico degli utilizzi delle quote vincolate e accantonate del risultato di amministrazione presunto, distinguendo i vincoli derivanti dalla legge e dai principi contabili, dai trasferimenti, da mutui e altri finanziamenti, vincoli formalmente attribuiti dall'ente.
- d) L'elenco degli interventi programmati per spese di investimento finanziati col ricorso al debito e con le risorse disponibili.
- e) Nel caso in cui gli stanziamenti riguardanti il fondo pluriennale vincolato comprendono anche investimenti ancora in corso di definizione, le cause che non hanno reso possibile porre in essere la programmazione necessaria alla definizione dei relativi crono programmi.
- f) L'elenco delle garanzie principali o sussidiarie prestate dall'ente a favore di enti e di altri soggetti ai sensi delle leggi vigenti.
- g) Gli oneri e gli impegni finanziari stimati e stanziati in bilancio, derivanti da contratti relativi a strumenti finanziari derivati o da contratti di finanziamento che includono una componente derivata.
- h) L'elenco dei propri enti e organismi strumentali, precisando che i relativi bilanci consuntivi sono consultabili nel proprio sito internet.
- i) L'elenco delle partecipazioni possedute con l'indicazione della relativa quota percentuale.
- j) Altre informazioni riguardanti le previsioni, richieste dalla legge o necessarie per l'interpretazione del bilancio.

La presente nota si coordina con la relazione del Revisore Unico Dott. Fabrizio Ceccarelli, in virtù della nomina avvenuta con delibera di Assemblea soci n. 16 del 6/12/2017, nonché con il Documento unico di programmazione che è stato redatto con un orizzonte di 3 anni.

IL CONTESTO

Con il 1° gennaio 2018 si è dato avvio operativo alla DT Romagna che ha potuto contare sull'operatività del personale distaccato dalla Regione Emilia-Romagna, impegnato sia nella chiusura degli adempimenti relativi alla programmazione 2017 in capo alle Province che nell'implementazione dei lavori della Destinazione.

In data 24 Novembre 2020 è stato approvato dall'Assemblea soci della Destinazione Turistica il Programma annuale delle attività turistiche 2021, composto da Linee strategiche e programmatiche, Programma di promo-commercializzazione e Programma turistico di promozione locale.

L'intero programma, sostenuto dai contributi e dai trasferimenti regionali, dalle quote dei soci e dalle quote dei privati aderenti al programma, ha ricevuto un'assegnazione parziale delle risorse regionali con delibera di Giunta Regionale n. 1657 del 16/11/2020.

Con il perdurare dell'emergenza sanitaria globale non si può prescindere da una premessa doverosa rispetto alla pianificazione di azione di brevissimo termine come quelle contemplate nel programma delle attività turistiche 2021.

Pur nella consapevolezza che le strategie mai come in questo momento dovrebbero avere un respiro pluriennale e puntare al vero cambiamento facendo sì che dalla crisi mondiale si possa uscire con una serie di opportunità, siamo tenuti a presentare una programmazione di brevissimo periodo che deve fare i conti inevitabilmente con l'incertezza e la consapevolezza che il settore turistico subisce, insieme agli altri, danni irreparabili. Una situazione mai verificatasi in precedenza nella storia contemporanea, e che ha colpito in maniera particolare una industria come il turismo, che non importa merci ma esporta persone e che si fonda sulle relazioni - tanto più in una terra come la Romagna che ha fatto dell'ospitalità e della convivialità il proprio DNA turistico.

Se da qualunque analisi risulta innegabile e inevitabile il cambiamento di ogni abitudine vacanziera da parte del pubblico italiano e internazionale, sia nei comportamenti che nelle aspettative, non è però dato sapere con certezza quale sarà la direzione di questo cambiamento: una condizione di lavoro completamente nuova per gli enti, come Visit Romagna, a cui è affidato nello specifico il compito della programmazione turistica. Nata formalmente nel 2017, presentata alla fine del 2018 e pienamente operativa dal 2019 (anno in cui ad esempio hanno fatto il loro debutto gli strumenti di promo-comunicazione coordinata - ad esempio il sito internet, la brochure e la mappa di destinazione), nel 2020 Visit Romagna avrebbe dovuto affrontare pienamente la sfida dell'affermazione e della valorizzazione dei diversi prodotti turistici che aveva indicato come propri 'fil rouge': da Romagna Bike, sicuramente il prodotto già più delineato e promosso come 'brand', a Romagna Empire, passando per Romagna Castle, Romagna Beach, Romagna Culture e altri da spendere commercialmente a seconda del target di mercato a cui si fa di volta in volta riferimento - ampliando anche la clientela 'tradizionale' della Romagna e destagionalizzando il più possibile le presenze turistiche.

La pandemia da Covid-19 ha però completamente stravolto ogni progetto: prima con lo stop forzato di tre mesi negli spostamenti di ogni genere che ha di fatto cancellato la primavera in Romagna e indebolito il prodotto turistico più tipico di quella stagione, poi riportando - almeno inizialmente - le prospettive della stagione su un pubblico principalmente italiano se non di prossimità, infine costringendo completamente a rivedere schemi collaudati di grandi eventi (un esempio su tutti: la Notte Rosa) che caratterizzavano da anni l'estate romagnola.

Nonostante queste difficoltà, la risposta degli operatori turistici non solo è positiva (come dimostra l'85% di tasso di apertura delle strutture alberghiere stimato per l'inizio di luglio da un sondaggio per l'Osservatorio sul Turismo Regionale commissionato a fine maggio) ma anche proattiva: la loro principale richiesta, prima ancora degli aspetti di carattere economico, finanziario e normativo, è stata "una robusta campagna d'immagine dedicata al mare, alla spiaggia e alla vacanza balneare... per troppo tempo data per scontata e acquisita" - l'80% degli operatori la ritiene addirittura 'fondamentale'. Se il numero degli italiani pronti alle ferie varia a seconda dei sondaggi (si oscilla tra il 51% di Demoskopika e il 63% di IZI), due fattori significativi sono certi: in pochissimi hanno prenotato (il 5% in media) mentre la quasi totalità ha scelto di trascorrere in Italia le proprie vacanze (il dato più basso si attesta al 93% nelle diverse rilevazioni).

Incrociano quindi i desiderata di chi vive in prima linea il turismo e il rapporto con i turisti con le evidenze dei numeri degli analisti, Visit Romagna ha scelto di concentrare i propri sforzi per il 2020 - anche con una rimodulazione del Piano turistico di promozione locale e di conseguenza un importante impegno anche da parte dei Comuni - su una campagna straordinaria di comunicazione, concentrata su un mezzo tradizionale ma 'affidabile' come la televisione, acquistando spazi significativi in prime time con un'importante frequenza e rivolgendosi in maniera massiva al target 25-54. Alla campagna televisiva "La Romagna è il sorriso degli Italiani" si affianca in maniera dialogica e complementare poi una seconda campagna, "In Romagna col sorriso", che può vantare ancora prima di partire il significativo risultato di aver riunito per la prima volta sotto un unico simbolo tutti gli operatori balneari della Riviera romagnola. Se il mare è indubbiamente protagonista della promozione della Romagna per l'estate 2020, non lo è però di certo in maniera esclusiva: la spiaggia si configura infatti sempre come spunto iniziale, un primo motivo per venire in Romagna che apre poi le porte alla scoperta dei borghi dell'entroterra, della natura dell'Appennino e di altre aree di grande pregio naturalistico come il Delta del Po o le Pinete, della ricchezza dell'enogastronomia e della ricca offerta delle città d'arte - così da non deviare troppo la rotta rispetto al progetto originario (pre-Covid).

A fronte di un sentiment positivo per quanto riguarda l'intenzione della vacanza, l'obiettivo di Visit Romagna è trasformare allora questa 'apertura', questa fiducia da parte degli italiani in prenotazioni. Proprio in merito alle prenotazioni, come emerge dai sondaggi dell'Osservatorio del Turismo Regionale, per il mese di luglio il tasso medio-complessivo di occupazione letti previsto degli operatori arriva al 58% in Riviera. Per il mese di agosto il dato medio complessivo migliora ulteriormente attestandosi al 73%: storicamente questo dato si colloca attorno al 100% per diventare pilastro essenziale del bilancio stagionale. La stagione trascorsa è stata certamente migliore di quanto pronosticato, ma altrettanto certamente fa segnare un importante segno MENO rispetto alle stagioni passate. Solo agosto è stato all'altezza degli anni precedenti, la stagione estiva nel suo complesso risente della partenza tardiva e tutti i mesi - luglio compreso - hanno registrato segni negativi. Le imprese hanno lavorato con minori fatturati e margini risicati (se non negativi), dovuti anche ai maggiori costi dovuti ai presidi anti-covid indispensabili per garantire sicurezza agli ospiti e ai lavoratori. Il mercato delle città d'arte è in lieve e progressiva ripresa, ma il business è fortemente ridimensionato, il MICE idem, le Fiere sono di fatto azzerate, i viaggi di gruppo ed il turismo organizzato idem. Quali sono quindi le tendenze per l'anno 2021, quali i prodotti o le destinazioni su cui incidere maggiormente, quali i target ed i fenomeni turistici su cui puntare, quali i mercati?

IL CONTESTO PROGRAMMATARIO E FINANZIARIO DEL BILANCIO DI PREVISIONE 2021/2023

Con deliberazione di Giunta n. 1149 del 02/08/2017 la Regione, sentita la Cabina di regia, ha approvato le Linee Guida Regionali 2018/2020 - Interventi per la valorizzazione e la promo- commercializzazione turistica, definite in cabina di regia regionale. Con questa programmazione si conclude la stagione 2018/2020, prorogate con delibera di G.R. 931/2020 a tutto il 2021 in funzione dell'instabilità propria di questo momento di emergenza sanitaria globale.

La Regione delinea precisamente le finalità primarie delle Destinazioni turistiche che rimangono, unitamente alla **valorizzazione territoriale congiunta e coordinata, l'innalzamento del livello di appeal del territorio nel suo complesso e la creazione/sviluppo di link commerciali** per il sistema turistico imprenditoriale che opera per generare flussi sul territorio medesimo. Fattore essenziale di innovazione, all'interno delle Destinazioni, deve essere quello legato alla costruzione ed alla conseguente promo-commercializzazione di **prodotti innovativi**, sensoriali/emozionali, che devono avere la forza di rappresentare un unicum valoriale, o per il fatto della loro estrema innovazione, o per la condizione di essere strutturalmente non riproducibili.

Altro segmento di competenza delle destinazioni è la **promozione locale** relativa al sistema territoriale di competenza, e più nello specifico si intendono come tali i servizi di **accoglienza turistica, animazione ed intrattenimento, nonché le attività di promozione di interesse locale**. Dovrà essere garantito il servizio di informazioni ed accoglienza turistica agli ospiti, che possono andare dal più tradizionale sistema di uffici IAT e UIT sino a formule più moderne e diversificate, che vedono un maggiore coinvolgimento e partecipazione delle attività commerciali del territorio, ad esempio gli IAT diffusi o i greeters, definendo un sistema il più possibile organizzato ed ottimizzato di presenza di tali servizi, ove la localizzazione dei medesimi deve essere pianificata considerando la gestione dei flussi in entrata sull'ambito della Destinazione, distribuzione e presidio territoriale, in funzione del mercato turistico e non della singola località. Oltre a ciò, è altresì compito delle Destinazioni **sostenere gli Enti aderenti** che realizzano progetti per valorizzare il proprio territorio, le peculiarità, le eccellenze di ogni tipo che insistono in ambito locale, purché di valore per l'incremento turistico. Verranno sostenuti con priorità i progetti di rete territoriale, anche legati agli appuntamenti di valorizzazione delle tematiche locali. Emerge quindi l'esigenza, soprattutto per lo svolgimento di queste attività che necessitano di una forte connessione diretta con il territorio che le Destinazioni abbiano **presidi provinciali**.

Le Destinazioni si relazionano con il territorio anche attraverso appositi **Tavoli Tematici**: in tali luoghi saranno definite le priorità degli interventi a sostegno/valorizzazione dei prodotti tematici trasversali, verranno individuati strumenti e mercati di riferimento, attribuiti i budget – sia quello di Apt Servizi come pure quelli di supporto delle Destinazioni – etc. Le opportunità promo-commerciali individuate dovranno poi essere messe a disposizione delle imprese private interessate alla specifica tematica, che potranno anche partecipare all'investimento.

I prodotti tematici trasversali fanno riferimento alle offerte "appennino e parchi naturali", "terme e benessere", "città d'arte", "congressi, convegni, eventi" e "motor valley, food valley, wellness valley".

In linea con le Linee Guida regionali Visit Romagna nel 2021 opererà ancor più:

- sul mercato nazionale che rappresenta, da sempre, il core business primario per l'intero ambito regionale, quotando circa il 75% dei flussi turistici. La destinazione necessariamente opererà per

mantenere salda la presenza sul mercato nazionale, anche attraverso una nuova proposizione in termini di immagine e di posizionamento dei prodotti;

- sui mercati DACH, che rappresentano, per il territorio regionale, il primo mercato estero di riferimento con un'ingerenza più forte sui Paesi dell'Est Europa che hanno trovato una propria stabilità economica/politica. In questo contesto il sistema dei collegamenti aerei rappresenta la grande sfida per conquistare quote di mercato, con azioni specifiche che andranno a fidelizzare ancor più ad aggredire singoli mercati interni solo qualora il flusso e la mobilità delle persone potrà riprendere.

Rimarrà alta l'attenzione, ma certamente sospesa, l'azione sui mercati lontani, extra-europei. Vera sfida per il futuro dell'economia turistica regionale. Dalla Russia – in fase di netta ripresa – sino alla Repubblica Cinese, dagli USA al Sud America sino ad una molteplicità di altre nazioni che stanno incrementando a doppia cifra i propri flussi outbound, in collaborazione con Apt Servizi, anche solamente con micro-interventi a supporto/presentazione di specifici prodotti.

IL CONTESTO ECONOMICO REGIONALE DEL TURISMO

In questo progetto nazionale si inserisce la legge regionale dell'Emilia-Romagna 25 marzo 2016, n. 4, che sposta l'attenzione dalla promozione del prodotto turistico alla valorizzazione di un mix fra destinazioni e prodotti di eccellenza dell'Emilia-Romagna. Partendo dalla considerazione dell'evoluzione del mercato turistico, della rapida trasformazione delle modalità di acquisire conoscenze e informazioni e del nuovo modo di viaggiare che ha portato le persone - siano residenti in Italia, in Europa o provenienti da Paesi lontani - a cercare in maniera sempre più assidua non solo "luoghi" da conoscere ma anche "esperienze" da vivere. Per questo motivo il nuovo ordinamento, mantenendo fede ad alcuni fattori base della normativa previgente - soprattutto il sistema di cooperazione tra pubblico e privato - parte dai territori e dalle loro proposte per disegnare un nuovo modo di approccio ai mercati nazionali e internazionali e ai potenziali ospiti. Protagonista della definizione delle politiche turistiche è l'ambito territoriale di area vasta (le "destinazioni turistiche") che definirà i prodotti e le offerte sulle quali investire i fondi per la promo-commercializzazione, in stretta collaborazione tra gli enti locali e le aggregazioni private che si occupano di turismo.

La concertazione fra i soggetti istituzionali pubblici e privati del settore turistico avviene, a livello regionale, all'interno di una Cabina di regia che coinvolge più assessorati regionali proprio per l'aspetto trasversale che riveste il turismo, l'assessorato ai Trasporti, che è di importanza strategica per lo sviluppo e l'accessibilità al turismo, l'assessorato all'agricoltura, grande volano di sviluppo del territorio, l'assessorato alla cultura, elemento imprescindibile di un turismo diffuso su tutto il territorio.

La legge regionale ha inteso riorganizzare il sistema di promo-commercializzazione turistica, definire le funzioni regionali e l'esercizio delle funzioni conferite agli enti locali e agli altri organismi interessati allo sviluppo turistico nel rispetto dei principi di sussidiarietà, differenziazione e adeguatezza, di integrazione tra i diversi livelli di governo garantendo necessarie forme di cooperazione e procedure di raccordo e di concertazione, ai fini di una programmazione coordinata e nel rispetto delle norme della legge regionale n. 13 del 30 luglio 2015 (Riforma del sistema di governo regionale e locale e disposizioni su Città Metropolitana di Bologna, Province, Comuni e loro Unioni) e di Completezza, omogeneità delle funzioni, unicità della responsabilità amministrativa. Nel nuovo disegno la Regione mantiene a sé in particolare le funzioni di programmazione e di coordinamento delle attività ed iniziative turistiche, anche attraverso l'emanazione di atti d'indirizzo nei confronti dei soggetti dell'organizzazione turistica regionale e locale. Le Province esercitano le funzioni amministrative relative al Coordinamento delle attività di accoglienza, informazione locale e assistenza ai turisti e alla definizione delle proposte ai fini della programmazione turistica locale che possono presentare in un'unica proposta di Programma turistico di promozione locale attraverso la propria Destinazione turistica a seguito dell'istituzione della stessa, ai sensi dell'art. 6 comma 4 della L.r. 4/2016.

Al nuovo sistema turistico centrali sono i Comuni e le loro Unioni, che assicurano i servizi turistici di base relativi all'accoglienza (assistenza ai turisti e informazione a carattere locale), organizzano o partecipano a manifestazioni di intrattenimento o altre iniziative di animazione e promozione turistica di interesse locale, avvalendosi anche delle Pro loco e di altri organismi operativi sul territorio, sviluppano reti integrate per la gestione dei servizi di informazione turistica di interesse regionale, assicurano inoltre l'esercizio delle funzioni amministrative relative alle strutture ricettive di cui alla L.r. 28 luglio 2004 n.16 (disciplina delle strutture ricettive dirette all'ospitalità), alle agenzie di viaggio e turismo, alla comunicazione dei prezzi concernenti attività turistiche ad uso pubblico gestite in regime di concessione, al demanio marittimo, alla collaborazione al sistema informativo sulla ricettività, attrezzature, dotazioni e servizi delle strutture ricettive nonché per la vigilanza e controllo sulle materie delegate alle Province (L.r. 13/2015), alla vigilanza e controllo sulle attività professionali di cui alla L.r. 4/2000 (norme per la disciplina delle attività di animazione e di accompagnamento turistico) la cui funzione amministrativa e autorizzativa viene svolta dalle Province.

Con la legge regionale nascono le Destinazioni Turistiche di interesse regionale che sono organismi strumentali degli Enti locali ai sensi dell'art. 11 ter del Dlgs 23 giugno 2011 n.118, dotati di personalità giuridica e di autonomia amministrativa, organizzativa, finanziaria e contabile, costituiti dagli enti locali, a cui possono aderire le Camere di Commercio e qualsiasi altra amministrazione pubblica operante in ambito turistico, che rientri tra quelle indicate dall'ISTAT come pubbliche, retti dai seguenti Organi: Assemblea, Presidente, legale rappresentante dell'ente, Consiglio di amministrazione, revisore unico e Direttore.

Strumento importante della Destinazione è la cabina di regia, costituita sulla base di specifiche linee guida della Giunta regionale (D.G.R. n. 447 del 10/04/2017), che vede la partecipazione dei soggetti privati del settore turistico locale in un ruolo attivo propositivo e di concertazione sulle linee strategiche e programmatiche per lo sviluppo delle attività di promo-commercializzazione turistica, attivando con i soggetti privati le opportune forme di consultazione per la definizione e l'attuazione dei programmi di promo-commercializzazione turistica dell'area di riferimento al fine di favorire la concreta efficacia.

Al finanziamento della destinazione turistica concorrono gli enti soci attraverso la quota annuale di adesione, la Regione, gli imprenditori che intendono partecipare alle azioni di promo-commercializzazione organizzate da Visit Romagna e APT servizi Emilia Romagna.

Con deliberazione di G.R. n. 786 del 05/06/2017 sono state approvate le modalità, le procedure e i termini per l'attuazione degli interventi regionali per la promo-commercializzazione turistica che in particolare definiscono:

- Programmazione delle strategie regionali per la promo-commercializzazione turistica
- Modalità, procedure e termini per l'attuazione dei Progetti di marketing e promozione turistica di APT Servizi s.r.l.
- Modalità, procedure e termini per il finanziamento delle attività delle Destinazioni Turistiche
- Modalità, procedure e termini per l'attuazione dei Programmi Turistici di Promozione Locale
- Obiettivi di semplificazione amministrativa

Poiché le strategie regionali per la promo-commercializzazione turistica sono definite dalle Linee guida triennali 2018/2020, ad oggi prorogate a tutto il 2021, queste ultime rappresentano il punto di riferimento propedeutico per:

- l'elaborazione e l'attuazione da parte di APT Servizi srl, dei progetti di marketing e di digitalizzazione della promozione turistica, in particolare per i mercati internazionali e dei progetti tematici trasversali, di cui alla lettera a) del comma 2 dell'art. 7 e del comma 4 dell'art. 10;
- l'elaborazione e l'attuazione da parte delle tre Destinazioni turistiche istituite con apposite deliberazioni di Giunta regionale, dei progetti di marketing e promozione turistica, in particolare per il mercato italiano, di cui alla lettera b) del comma 2 dell'art. 7 e al comma 4. dell'art. 6, ricompresi nel documento denominato "Programma annuale di Attività Turistica";
- il finanziamento delle iniziative di promo-commercializzazione turistica realizzate dalle imprese, in forma singola o associata, aventi i requisiti fissati dalla Giunta regionale e stabiliti nel bando denominato "L.R. 4/2016 e s.m. - Bando per la concessione di contributi regionali ai progetti di promo-commercializzazione turistica presentati dalle imprese";

- il finanziamento dei progetti speciali e delle iniziative di cui al comma 4 dell'articolo 7, meritevoli dell'intervento regionale.

PREVISIONI FINANZIARIE 2021/2023

Le previsioni di Parte Entrate

Le entrate correnti della Destinazione sono in gran parte entrate per trasferimenti dalla Regione Emilia-Romagna e dalle pubbliche amministrazioni socie.

Il Programma delle attività Turistiche 2021 della DT Romagna, documento fondamentale di programmazione approvato in Assemblea dei soci il 24/11/2020 con delibera n. 8, indica quale previsione per la sua realizzazione entrate da trasferimenti dalla Regione per € 5.715.500,00 di cui 2.484.500,00 a sostegno del Programma di Promo-commercializzazione e la restante parte a sostegno del Programma Turistico di promozione locale (PTPL), nonché a sostegno del sistema turistico digitale per € 24.000,00, entrate da quote di adesione delle amministrazioni socie per € 350.000,00 ed entrate da privati per 22.500,00.

I trasferimenti ed i contributi dalla RER sono previsti in continuità con gli anni precedenti al netto di situazioni straordinarie verificatesi nel corso del 2020.

Le quote di adesione complessive delle amministrazioni socie che ammontano a € 350.000,00 sostengono l'attuazione del Programma di Promocommercializzazione per 285.500,00 euro, che, secondo la delibera regionale 786/2017 e seguenti, può essere finanziato dalla Regione nella misura massima del 90%. La restante parte supporta la gestione ordinaria dell'Ente per 65.000,00.

Dalla contribuzione sono escluse le Province, almeno fino a quando la situazione finanziaria non permetterà di coinvolgerle. Le quote sono state approvate dall'Assemblea dei soci, con delibera n. 8 del 24/11/2020, in misura doppia del peso % detenuto in Assemblea.

Le previsioni di Parte Spesa

Il secondo anno di attività a regime, seppur non esaustivo ancora in termini di casistiche, ha permesso di affinare le previsioni di parte spesa in particolare relative alla gestione dell'ente e all'attività di promozione turistica.

Per la parte spesa, la voce più significativa è quella relativa alle attività di promozione turistica locale, funzione principale dell'ente, derivante dalla riforma del sistema turistico regionale avvenuta con L.R. 4/2016, che svolge sia direttamente attraverso il sostegno di progetti direttamente sostenuti che attraverso l'attuazione di attività di informazione ed accoglienza turistica, le iniziative di intrattenimento ed animazione e la promozione turistica locale dei Comuni.

Nel dettaglio le spese sono riferite:

Nella Missione 1

Il Programma 03 - Macroaggregato 03 contiene l'importo relativo al compenso per il revisore Unico pari a € 12.000,00

Nel Programma 10 – Macroaggregato 03 è previsto il compenso per l'organismo indipendente di valutazione pari a € 3.000,00

Nel Programma 10 - Macroaggregato 09 è previsto il rimborso del costo complessivo del personale comandato presso l'Ente alla Regione Emilia-Romagna e agli enti locali dai quali potrà pervenire personale in comando a supporto dell'organizzazione dell'ente per complessivi € 637.432,78.

Nella Missione 7

Programma 01 - Macroaggregato 02 è stata prevista l'irap per € 39.400,00 relativa ad eventuali incarichi di Collaborazione e al personale comandato

Nel Macroaggregato 03 – Acquisto di beni e di servizi sono previste le seguenti voci in sintesi:

spese per aggiornamento del personale € 3.000,00

incarichi di collaborazione € 30.000,00

acquisto di beni per infrastruttura Destinazione € 10.000,00

fitti passivi € 58.000,00

Missioni € 5.000,00

consulenti amministrativo-contabile-fiscale € 30.000,00

spese varie e generiche € 172.000,00

L'acquisto di beni per € 10.000,00 consiste in acquisto di piccole attrezzature, cancelleria, materiale idoneo alla partecipazione alle fiere, workshop e alle iniziative di promo-commercializzazione in genere.

La voce di acquisto di servizi si compone principalmente dei servizi relativi alla promozione turistica locale e alla realizzazione di progetti di promo-commercializzazione per € 2.663.000,00, nei quali sono ricompresi acquisizioni di strumenti e mezzi di promozione, radio, stampa, campagne tv, ecc, editing, brandizzazioni, costruzione dei prodotti di Destinazione, percorsi e fil rouge, ecc, partecipazione a fiere e workshop, serate promozionali, per lo più virtuali, data la circostanza, come risultante dal Programma delle attività turistiche 2021.

Gli incarichi di studio e ricerca saranno affidati a supporto delle attività progettuali a professionisti di comprovata capacità professionale.

Le spese di funzionamento della Destinazione sono relative all'acquisizione di servizi idonei alla gestione operativa, il funzionamento dell'ente (licenze, utenze, assicurazioni, servizi di tesoreria, canoni attrezzature, servizi ed oneri per la sicurezza ecc.).

Sono previsti nell'ambito del Macroaggregato 4 - Trasferimenti correnti, i contributi ai Comuni e loro società di gestione degli IAT, per la attività di informazione ed accoglienza turistica nonché di intrattenimento e animazione territoriale per l'anno 2021 per complessivi € 3.231.000,00 e i trasferimenti per progetti di partenariato relativi all'accordo con San Marino per la titolazione del Moto Mondiale 2021.

La presenza di entrate derivanti da trasferimenti degli enti pubblici e in misura residuale da privati nell'ambito di progetti cofinanziati ha determinato l'assenza di accantonamenti al fondo crediti di dubbia esigibilità.

Con riferimento all'accantonamento al fondo di garanzia dei debiti commerciali previsto dalla Legge 145/2018 – Legge di Bilancio 2019 – ai commi 859 e seguenti come modificati dalla Legge 160/2019 al comma 854 si procederà allo stanziamento previsto nella parte corrente del bilancio all'esito della verifica dell'indicatore di ritardo annuale dei pagamenti.

Spese in conto capitale

Nel microaggregato 99 non sono previste poste di bilancio.

Le previsioni di bilancio per le annualità 2022 e 2023 sono state valorizzate con lo stesso criterio del bilancio 2021, non essendo a conoscenza degli appostamenti di bilancio da parte della Regione si andrà a variazione non appena si avranno indicazioni.

Risultato di amministrazione presunto, indebitamento, FPV, garanzie e partecipazioni

Non è stato applicato al bilancio di previsione il risultato di amministrazione presunto dell'esercizio 2020.

Non sono stati programmati interventi per spese di investimento finanziati col ricorso al debito e con le risorse disponibili.

Non sono presenti in bilancio stanziamenti riguardanti il fondo pluriennale vincolato.

L'Ente non ha prestato garanzie principali o sussidiarie a favore di enti e di altri soggetti ai sensi delle leggi vigenti.

L'Ente non ha in essere contratti relativi a strumenti finanziari derivati o da contratti di finanziamento che includono una componente derivata.

L'Ente non ha partecipazioni in enti e organismi strumentali.