

- disavanzo finanziario di competenza di 1.175 milioni di lire derivante dalla somma del disavanzo di parte corrente (-340 milioni di lire) e di quello in c/capitale (-835 milioni di lire);
- avanzo di amministrazione accertato al 31.12.2001 di 3.821 milioni di lire;
- disavanzo economico di 168 milioni di lire per effetto del quale il patrimonio netto passa da 4.179 milioni di lire al 31.12.2000 a 4.011 milioni di lire al termine dell'esercizio 2001.

Esaminando le voci più significative che compongono il consuntivo in esame emerge che:

- le entrate correnti, accertate in 77.893 milioni di lire ed aumentate rispetto al consuntivo 2000 di circa il 27%, sono costituite in gran parte dai trasferimenti correnti da parte dello Stato (65.087 milioni di lire) e da quelli degli Enti locali (10.037 milioni di lire). Questi ultimi, sempre rispetto ai dati del consuntivo precedente, hanno subito una contrazione di oltre il 2%, mentre l'incremento del contributo è stato del 36,55%;
- le spese correnti iscritte in bilancio per 78.233 milioni di lire ed incrementatesi rispetto all'analogo dato del 2000 di circa il 34%, attengono, essenzialmente, oltre che agli oneri per gli organi dell'Ente e per il personale (rispettivamente 538.446 e 28.523 milioni di lire), alle spese per l'acquisto di beni di consumo per 10.618 milioni di lire ed a quelle per prestazioni istituzionali per 35.337 milioni di lire. L'incremento di queste ultime (+14.321 milioni di lire), come anche evidenziato dal Collegio dei revisori, dimostra che l'aumento del contributo statale (+ 17.400 milioni) è stato in gran parte destinato a rafforzare la presenza dell'ENIT sui mercati turistici internazionali.

Per quanto concerne la situazione dei residui attivi e passivi, si evidenzia che il riaccertamento degli stessi operato dall'Ente ha comportato variazioni di segno negativo rispettivamente per 980.905 e 834.886 milioni di lire, per cui l'ammontare complessivo al termine dell'esercizio è di 22.248 milioni di lire per i residui attivi e di 25.410 milioni di lire per quelli passivi.

ATTIVITA' ISTITUZIONALE

L'ENIT ha fornito una serie di informazioni, che di seguito si riportano, relative allo svolgimento della propria attività di promozione dell'immagine turistica dell'Italia all'estero nel corso del 2001.

A) STUDI E RICERCHE

L'ENIT ha proseguito l'attività di studio e ricerca al fine di cogliere, con il dovuto anticipo, gli aspetti più significativi dei processi evolutivi della domanda turistica internazionale e conseguentemente poter individuare le aree su cui concentrare gli impegni promozionali. E' inoltre proseguita l'attività di aggiornamento dei dati statistici sul movimento turistico nazionale ed internazionale nonché quella relativa alle fonti disponibili presso Ambasciate, Consolati, istituzioni, operatori italiani ed esteri e compagnie aeree.

L'ENIT ha partecipato alla Conferenza di Vancouver che nel giugno 2001 ha chiuso il primo ciclo relativo al "Conto Satellite del Turismo". Detto Conto, i cui criteri sono stati adottati dall'ONU nel 2000, si riconduce al concetto che il turismo non è un'industria che produce beni e servizi, ma consiste nel consumo di una serie di prodotti durante uno

specifico *status* temporaneo del consumatore. Da ciò deriva una nuova ottica nella valutazione dell'indotto dell'industria turistica.

La vasta documentazione acquisita è stata successivamente utilizzata per la stesura del rapporto "Dinamica del Turismo internazionale- le Componenti Strategiche", che sintetizza la reale situazione del turismo internazionale, ponendo a confronto i mercati di origine e quelli di destinazione.

Il Rapporto ha avuto una notevole risonanza sulla stampa ed è stato anche inserito sul sito internet www.enit.it.

Sono stati inoltre pubblicati rapporti relativi all'affluenza dei visitatori, paganti e non, negli "Istituti Italiani di Cultura e d'Arte dello Stato", con le relative entrate valutarie, tramite la collaborazione del Ministero dei Beni Culturali ed Ambientali.

E' proseguita la partecipazione dell'ENIT al "Circolo qualità sulle statistiche del Turismo" presso l'ISTAT per la definizione del Piano Statistico Nazionale 2003-2005 e sono state gettate le basi per una sinergia con l'Ufficio Italiano dei Cambi per una gestione congiunta dei dati a disposizione delle 3 Istituzioni.

Particolare attenzione è stata prestata ai nuovi Paesi inseriti nella rilevazione tra cui Cina e Paesi dell'Est europeo per la costruzione di serie storiche relative agli anni precedenti all'inserimento delle nuove nazionalità.

Nel corso del 2001 in occasioni di riunioni cui hanno partecipato questo Ministero, ENIT e ISTAT nell'ambito delle attività statistiche in materia di turismo, sono stati individuati i lavori prioritari ai fini del perseguimento degli obiettivi di innovazione e miglioramento delle informazioni.

L'ENIT ha collaborato alla stesura del "X Rapporto sul Turismo italiano" con particolare riferimento al Capitolo III: " Le componenti del mercato nazionale e regionale- la domanda turistica".

A seguito del proseguimento del “Protocollo di intesa-2001” tra l’ENIT e la Confesercenti, è stata realizzata un’Indagine previsionale sui flussi turistici internazionale in Italia- stagione turistica 2001”che ha preso in esame i seguenti Paesi: Austria, Belgio, Francia, Germania, Gran Bretagna, Olanda, Spagna, Svizzera e Stati Uniti.

In collaborazione con la Federalberghi, l’ENIT ha realizzato un “Progetto sperimentale di premarketing” consistente in un ciclo di indagini di mercato per macro-aree di provenienza volte ad acquisire elementi conoscitivi sull’origine della domanda e sulle tendenze della stessa nei prossimi anni.

Sono stati forniti alla BIT di Milano dati statistici “provvisori” relativi all’anno 2001 riferiti a tutte le nazionalità di provenienza. La stima ha tenuto conto delle valutazioni effettuate dall’Organizzazione Mondiale del Turismo sull’impatto degli eventi dell’11 settembre.

B) RELAZIONI ESTERNE E MANIFESTAZIONI

L’ENIT, nell’ambito di un potenziamento delle strategie di comunicazione per richiamare l’attenzione sulle diverse realtà operanti a livello nazionale ed internazionale del turismo, ha intensificato i rapporti con le istituzioni e gli enti, le imprese e gli organismi pubblici e privati, le relazioni con giornalisti e rappresentanti della stampa estera in Italia, nonché la partecipazione a convegni, conferenze stampa, riunioni, iniziative speciali e grandi eventi , a progetti per conto di enti , imprese ed organismi pubblici e privati , a commissioni e comitati, infine a gruppi di lavoro misti con obiettivi mirati alla promozione dell’immagine all’estero.

In relazione all'analisi dei risultati conseguiti, va preliminarmente rilevata la differenziazione di impostazione operativa tra il primo semestre ed il secondo semestre del 2001.

L'attività promozionale nella prima parte dell'anno, generalmente prevalente rispetto alla seconda metà dell'anno, è stata connotata soprattutto dal coordinamento da parte dell'ENIT della partecipazione delle Regioni italiane e dei rappresentanti dell'Industria turistica nazionale a manifestazioni ed altre iniziative fieristiche come "Italia Matsuri" ed il "Workshop Estremo Oriente" a Tokyo, connesse ad "Italia in Giappone- 2001"-, che è stata la più grande rappresentazione del "Sistema Italia" in Paese estero- organizzata con il coordinamento del Ministero degli Affari esteri e della Fondazione Italia - Giappone.

L'ENIT è stato impegnato, inoltre, nell'organizzazione del workshop "Buy Italy" presso la BIT di Milano e dell'"Art Cities Exchange", rispettivamente le tradizionali attività di commercializzazione del Prodotto turistico italiano e del Prodotto Turistico Città d'Arte.

Nel corso del 2001 sono stati concessi numerosi patrocini e premi ENIT sotto forma di coppe e targhe è stata autorizzata l'utilizzazione del Logo Italia per convegni, iniziative speciali di associazioni pubbliche e private.

L'ENIT ha inoltre collaborato alla campagna di promozione "Medio ed Alto Adriatico" e ha inoltre, sottoscritto convenzioni con diverse realtà istituzionali e con vettori, nonché con associazioni culturali, con Aziende provinciali per il turismo e con Associazioni di assistenza.

E' proseguita l'attività del Comitato Tecnico ENIT-Regioni. Una parte importante dell'attività di programmazione è stata la preparazione e la definizione dei primi,

importanti, accordi di Programma con le Regioni italiane, vere e proprie “joint-ventures” della promozione turistica.

Nel corso del secondo semestre 2001, gli accadimenti dell’11 settembre hanno costretto l’ENIT a ripensare e riorganizzare le attività promozionali, analizzando preliminarmente gli effetti di quanto accaduto sull’andamento del turismo italiano e mettendo successivamente in atto iniziative di contrasto alla contrazione del mercato. In Giappone, d’altro canto, la “promozione globale” già in atto con le iniziative di “Italia in Giappone 2001”, ha moderato l’effetto indotto da reazioni negative dopo l’11 settembre sul mercato dei viaggi oltreoceano, facendo sì che la contrazione sia risultata per il nostro Paese meno penalizzante rispetto alle mete outgoing tradizionali dei giapponesi: USA, ed Australia.

C) CLUB ITALIA

Nel corso del 2001 si è registrato il consolidamento del Club Italia, che ha la finalità di dare assistenza a tutti coloro che vendono il prodotto turistico italiano. Le iscrizioni, come Soci in numero (943), sono state superiori rispetto a quelle verificatesi nel 2000 (843).

D) LA COMMERCIALIZZAZIONE

E’ stata organizzata nel corso del 2001 la presenza in alcune iniziative fieristiche all’estero di stands riservati ai prodotti turistici oltre ad alcuni allestimenti vetrinistici presso gli Uffici della rete estera.

Le nuove esigenze poste dai mercati della domanda hanno indotto l’Ente a superare il modello originario del Club Prodotto. I Club Prodotto si sono trasformati in “Prodotti

Turistici” oggetto di specifiche campagne promozionali da parte dell’ENIT. Gli otto prodotti individuati dal Consiglio di Amministrazione sono i seguenti:

vacanze all’aria aperta e natura

laghi

gastronomia

opere d’arte e tesori artistici

terme

mare

congressi e incentives

montagne.

Nel corso del 2001 l’ENIT ha coordinato, unitamente con regioni ed associazioni di categoria, la realizzazione delle borse settoriali sul territorio nazionale (per un totale di 22 workshops) inserite nel Piano Promozionale e parte delle occasioni di incontro della domanda e dell’offerta per la promozione e per la commercializzazione degli otto “Prodotti Turistici” di cui sopra. Si tratta di un settore di attività, rispetto al quale crescente è l’interesse, sia dell’organizzazione turistica regionale, sia del sistema delle imprese, poiché esso consente l’accessibilità di un crescente numero di operatori ad incontri con i più qualificati rappresentanti della domanda turistica internazionale. Anche in questo settore è da registrare un incremento per quanto riguarda il livello dei servizi e delle qualità di organizzazione complessiva, nonché il numero dei tour operators stranieri partecipanti che è passato da 1.624 a 1.925 con aumento del 18,5%.

L’Iniziativa “Art Cities Exchange” ha rappresentato inoltre la più importante occasione di commercializzazione per il prodotto Città d’Arte, ed è stata realizzata con grande successo in aprile negli ambienti del Palazzo dei Congressi di Roma-EUR, registrando una notevole affluenza.

E) PUBBLICITA' ED EDITORIA

E' stata indetta, aggiudicata e avviata dall'ENIT la gara di appalto per la progettazione e la realizzazione di servizi relativi ad attività promo-pubblicitarie post- Giubileo 2000 sui mercati della domanda internazionale al fine di dare una nuova immagine dell'offerta turistica italiana suddivisa per prodotti quali:

- la montagna- con destinazione nei Paesi di area tedesca, inglese, francese e scandinava, con la realizzazione di una guida informativa, per circa un milione di copie, in varie lingue;
- il mare, con destinazione nei Paesi di area tedesca, inglese, del Benelux, della Scandinavia e dell'Est, con la realizzazione di un milione di copie, in varie lingue dell'opuscolo "Mari d'Italia";
- il turismo congressuale per i Paesi dell'area tedesca, dell'USA, della Gran Bretagna e dell'area Scandinava, con la realizzazione di una "Guida dei Congressi" che raccoglie le sedi congressuali italiane.

E' stata fornita, anche nel 2001, la necessaria attività di informazione, consulenza e documentazione agli Uffici ENIT all'estero ed è stato realizzato anche per il 2001 lo speciale Notiziario Turismo in collaborazione con l'Ansa, con periodicità settimanale nelle lingue italiano, tedesco, spagnolo, inglese e francese.

In collaborazione con la delegazione di Francoforte l'ENIT ha realizzato la Campagna promozionale Sommerservice insieme all'Automobil Club tedesco (ADAC), a cui hanno partecipato le regioni Friuli Venezia-Giulia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Liguria, Marche e zona del Garda per informazioni e assistenza mirate a fornire una serie di dati utili ai turisti tedeschi, attraverso la diffusione di 96 bollettini informativi.

Per l'inserzionistica istituzionale, sono state effettuate dall'ENIT inserzioni promo-pubblicitarie su svariati quotidiani (soprattutto in occasione della BIT di Milano) e riviste specializzate.

E' proseguita anche nel 2001, l'edizione della Collana Regionale con la stampa di n. 600.000 copie di volumetti delle seguenti regioni che hanno aderito all'iniziativa: Marche, Umbria, Calabria, Emilia Romagna, Abruzzo, Campania, Liguria, Piemonte, Val d'Aosta, Toscana e Veneto. Sono state ricercate nuove regioni interessate alla realizzazione di un volumetto ad esse dedicato, tra le quali figurano la Sicilia ed il Trentino.

Con il Pieghevole con i dati essenziali del turismo italiano e dell'attività dell'ENIT, si è provveduto all'aggiornamento dei dati dell'anno 2000. Con la Rivista "ENIT- Italia 2001" si provveduto alla diffusione di 3.200 copie dei 4 numeri della rivista a rappresentanti della stampa e ad operatori del settore .

L'opuscolo "Ciao-Italia" è stato tradotto e stampato anche in lingua giapponese in circa 100.000 copie ed è stato distribuito nell'ambito delle iniziative previste per la manifestazione "Italia in Giappone - 2001".

Per l'Annuario Alberghi d'Italia l'ENIT ha indetto e aggiudicato una trattativa privata per la stampa di n. 3000 copie in cartaceo e di n. 10.000 CD/rom dell'edizione 2001 dell'Annuario Alberghi d'Italia i cui costi sono stati coperti complessivamente da sponsors.

F) INFORMAZIONI ALLA STAMPA

Nel 2001 l'Ufficio Stampa dell'ENIT ha continuato a curare gli aspetti connessi alla comunicazione ed ai rapporti con la stampa italiana ed estera, intrattenendo rapporti continui con 70 testate italiane, 21 testate internazionali e 16 emittenti radio-televisive. La testata giornalistica <http://press.enit.it> ha diffuso in sei lingue le rubriche Italia turismo on line Notiziario Ciao Italia curato dall'ANSA per conto dell'ENIT ed altri svariati servizi d'informazione.

G) SISTEMI INFORMATIVI.

Le attività svolte dall'ENIT nel corso del 2001 sono state caratterizzate dal proseguimento delle attività di manutenzione, di gestione e di sviluppo del sistema informatico aziendale, unitamente al proseguimento di progetti destinati a potenziare la gamma dei servizi turistici erogabili tramite internet. Inoltre è proseguita la verifica e la ricerca di possibili occasioni per la formazione di quote di autofinanziamento, attraverso una formula di partnership che includesse l'erogazione di servizi a pagamento e la suddivisione degli eventuali utili tra i partner. In questa cornice, si è mirato ad utilizzare la presenza su internet come strumento di promozione e commercializzazione dell'offerta turistica nazionale. Un'intera sezione del sito istituzionale dell'ENIT (la Sezione ENIT-Press) è stata assegnata alla più vasta informazione plurilingue ai soggetti interessati.

Uno specifico progetto ha riguardato la riorganizzazione complessiva del sito www.enit.it per una migliore informazione al pubblico generico e professionale.

Si è poi provveduto alla progressiva attuazione del piano editoriale della nuova versione del sito istituzionale, secondo il piano deliberato dal Consiglio di Amministrazione dell'ENIT e destinato a chiudersi nel periodo dicembre 2001/aprile 2002.

Il conseguimento di tale obiettivo ha implicato una costanza di contatti con il Dipartimento di Informatica ed Automazione dell'Università degli Studi di Roma 3, nell'ambito di un Comitato Scientifico previsto negli accordi contrattuali e la cui attività è diretta a dare sostanza tecnico-scientifica e di contenuti alle attività descritte nel piano editoriale.

In termini di illustrazione concreta dei risultati, nel corso del mese di luglio 2001 si è pervenuti ad una versione graficamente evoluta del sito ed una migliore presentazione delle pagine interne. E' stata svolta un'ampia attività di iconizzazione di gran parte dei servizi turistici, con particolare riguardo alla ricettività alberghiera. Il sito stesso è stato arricchito con la predetta nuova sezione " Enit-press" con 6 diversi canali informativi.

Sono state create nuove strutture di banche dati in modo da ricomprendervi tutte le tipologie della ricettività nazionale. E' anche iniziata l'implementazione di tutte le suddette banche dati, anche se il materiale pervenuto dalle Regioni è risultato, in molti casi, largamente incompleto per cui, aggiuntivamente alle attività già illustrate, sono state assunte le seguenti iniziative:

- Progetto omogeneizzazione informatica del sistema turistico nazionale: start-up nella riunione Comitato Tecnico ENIT- Regioni del 7 novembre 2001;
- Riunione di insediamento ed inizio dei lavori del Gruppo di coordinamento ENIT/Regioni per l'uniformazione del trattamento informatico dei dati turistici;
- Azione di mailing in fax-postel su tutti i comuni d'Italia per l'ottenimento di informazioni turistiche aggiornate (dicembre 2001).

E' stato dato inizio all'implementazione di una banca dati riguardante le agenzie italiane di viaggio e turismo.

Si è altresì provveduto direttamente, ai fini della produzione editoriale dell'Annuario Alberghi d'Italia da parte della De Agostini, a colmare le profonde lacune che comunque esistevano nel "pacchetto-dati" di varie Regioni italiane.

Un altro tema di particolare rilievo è costituito dal fatto che il Piano editoriale di www.enit.it prevede la mappatura delle risorse turistiche esistenti sul territorio: la fonte primaria per la fornitura dei dati è costituita dai comuni italiani. L'Iniziativa ha ottenuto ottima risposta da parte delle Autorità municipali.

Infine l'ENIT ha continuato a diffondere i dati nivometeorologici delle stazioni invernali italiane su Televideo RAI per un totale di n.187 comunicati per la stagione invernale 200/01 e n.202 comunicati per la stagione 2001/02

Roma, 23 dicembre 2002

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.