

Resoconto integrale n. 33
Seduta del 15 settembre 2016

Il giorno 15 settembre 2016 alle ore 11,30 è convocata in **seduta congiunta** con la Commissione Politiche economiche, con nota prot. n. AL.2016.41872 del 09/09/2016, presso la sede dell'Assemblea legislativa in Bologna Viale A. Moro n. 50, la Commissione Bilancio, Affari generali ed istituzionali.

Partecipano alla seduta i consiglieri:

| Cognome e nome | Qualifica | Gruppo | Voto | |
|-------------------------|----------------|--|------|----------|
| POMPIGNOLI Massimiliano | Presidente | Legha Nord Emilia e Romagna | 2 | presente |
| BERTANI Andrea | Vicepresidente | Movimento 5 Stelle | 3 | presente |
| POLI Roberto | Vicepresidente | Partito Democratico | 6 | presente |
| ALLEVA Piergiovanni | Componente | L'Altra Emilia Romagna | 1 | assente |
| BARGI Stefano | Componente | Legha Nord Emilia e Romagna | 2 | presente |
| BESSI Gianni | Componente | Partito Democratico | 2 | assente |
| BIGNAMI Galeazzo | Componente | Forza Italia | 2 | assente |
| BOSCHINI Giuseppe | Componente | Partito Democratico | 3 | assente |
| CALVANO Paolo | Componente | Partito Democratico | 1 | presente |
| CARDINALI Alessandro | Componente | Partito Democratico | 2 | presente |
| DELMONTE Gabriele | Componente | Legha Nord Emilia e Romagna | 1 | presente |
| FOTI Tommaso | Componente | Fratelli d'Italia – Alleanza Nazionale | 1 | presente |
| MARCHETTI Daniele | Componente | Legha Nord Emilia e Romagna | 2 | presente |
| MOLINARI Gian Luigi | Componente | Partito Democratico | 5 | presente |
| MONTALTI Lia | Componente | Partito Democratico | 1 | presente |
| MUMOLO Antonio | Componente | Partito Democratico | 1 | presente |
| PICCININI Silvia | Componente | Movimento 5 Stelle | 2 | presente |
| PRUCCOLI Giorgio | Componente | Partito Democratico | 2 | presente |
| RANCAN Matteo | Componente | Legha Nord Emilia e Romagna | 2 | assente |
| SABATTINI Luca | Componente | Partito Democratico | 3 | presente |
| SONCINI Ottavia | Componente | Partito Democratico | 1 | assente |
| TARUFFI Igor | Componente | Sinistra Ecologia Libertà | 1 | presente |
| TORRI Yuri | Componente | Sinistra Ecologia Libertà | 1 | presente |
| ZAPPATERRA Marcella | Componente | Partito Democratico | 1 | presente |
| ZOFFOLI Paolo | Componente | Partito Democratico | 2 | presente |

Sono presenti i consiglieri: Francesca MARCHETTI in sostituzione di Gianni BESSI, Manuela RONTINI in sostituzione di Giuseppe BOSCHINI, Katia TARASCONI in sostituzione di Ottavia SONCINI.

Sono altresì presenti il consigliere Gian Luca SASSI (M5S) e l'assessore al turismo e commercio Andrea CORSINI.

Partecipano alla seduta: la dott.ssa Liviana Zanetti (Presidente APT Servizi Regione Emilia-Romagna) e il dott. Emanuele Burioni (Direttore APT Servizi Regione Emilia-Romagna)

Presiede la seduta: Massimiliano POMPIGNOLI

Assiste la segretaria: Claudia Cattoli

Trascrizione a cura della segreteria

DEREGISTRAZIONE INTEGRALE CON CORREZIONI APPORTATE AL FINE DELLA MERA COMPrensIONE DEL TESTO

- **Audizione** dell'Assessore al Turismo e commercio Andrea Corsini e della Presidente di APT Servizi Emilia-Romagna Liviana Zanetti sull'attuale situazione dell'ente

Presidente Luciana SERRI – Presidente della Commissione II Politiche economiche

Buongiorno, questa è una seduta congiunta delle Commissioni I e II, l'argomento è un'audizione, alla presenza dell'assessore al turismo e al commercio Andrea Corsini, della presidente di APT Servizi Liliana Zanetti e del direttore Emanuele Burioni. L'argomento è trattare le funzioni di APT, quindi analizzare il lavoro fatto da APT e affrontare anche una serie di temi: sia il programma portato avanti, ma anche elementi che sono stati oggetto di attenzione e di indagini in questi ultimi periodi. La seduta è diffusa in *streaming*, quindi è un elemento che deve essere tenuto in considerazione, anche perché possono esserci dati legati alla *privacy*, a elementi comunque sensibili e quindi ovviamente ogni consigliere poi è responsabile, quindi porrà la giusta attenzione rispetto a questo elemento.

È un momento importante, anche perché APT è il braccio operativo della nostra Regione, dell'assessorato al turismo. Il turismo è un settore economico importante e strategico per questa regione, quindi il ruolo, il lavoro e le strategie portate avanti da APT rappresentano un elemento di grande importanza e di grande valore per la nostra economia e per la nostra Regione. I dati a consuntivo del 2015 sul turismo sono dati positivi che ci danno soddisfazione e credo che sarà anche questo una parte comunque degli argomentazioni che oggi proveremo a trattare e a condividere.

Se siete d'accordo, darei subito la parola all'assessore. Abbiamo i tre ospiti che ho citato prima e quindi impostiamo e organizziamo il nostro lavoro di Commissione con le tre relazioni e comunicazioni e poi apriamo il dibattito fra i consiglieri.

Assessore Andrea CORSINI - Assessore al turismo e commercio

Grazie presidente. Naturalmente mi prenderò qualche minuto, perché credo sia importante contestualizzare la discussione di questa mattina rispetto alle vicende che hanno interessato in queste ultime settimane APT Servizi, in una cornice più generale legata all'attività e alla funzione strategica di APT Servizi per lo sviluppo turistico di questa regione.

Parto facendo brevemente una cronistoria, ma davvero molto sintetica, partendo dal 9 agosto, giorno in cui un quotidiano locale bolognese, come tutti sapete, ha riportato il fatto legato all'ex capo ufficio stampa di APT Servizi. Immediatamente, appena questo quotidiano bolognese ha riportato i contenuti di una conversazione, che sarebbe avvenuta a Cesenatico fra l'ex capo ufficio stampa di APT Servizi e alcuni giornalisti, noi abbiamo immediatamente e formalmente chiesto ad APT Servizi di chiarire il fatto, di avviare immediatamente un *audit* e una indagine interna per appurare l'accaduto e per approfondire eventualmente l'insorgere di altri casi simili a quello denunciato dal quotidiano bolognese. Abbiamo chiesto naturalmente un'altra cosa ad APT: che dopo gli approfondimenti, dopo la conclusione dell'indagine interna – poi su questo ci diranno meglio i vertici di APT Servizi – venissero presi nei confronti del dipendente di APT Servizi i provvedimenti disciplinari ovviamente rapportati alla gravità o meno dei fatti riscontrati.

Questo è avvenuto nello stesso giorno in cui il quotidiano bolognese ha riportato il caso che vi ho citato e che tutti conoscete. Nella stessa giornata, il dipendente di APT Servizi si è immediatamente dimesso dal ruolo importante che svolgeva e che ha svolto per diciotto anni all'interno dell'Azienda di promozione turistica della Regione, si è immediatamente dimesso da

capo ufficio stampa e responsabile della comunicazione e il 10 agosto, il giorno dopo, APT Servizi ha prontamente avviato l'indagine interna chiesta dalla Regione Emilia-Romagna, ma prevista anche nei regolamenti interni e gestionali dell'azienda.

Dico questo perché ritengo sia importante fare una discussione, un'analisi rispetto al caso che, ripeto, interessa un dipendente, dal ruolo di APT Servizi e all'interno del ruolo di APT Servizi della funzione strategica, della funzione importante che nelle progettualità di APT assumono gli *educational tour*, che sono oggi oggetto della discussione, sono messi in discussione da qualcuno. Noi riteniamo che non solo la funzione di APT sia una funzione strategica, che ha dato in questi anni risultati importanti: il turismo della nostra regione è un *asset* strategico fondamentale, lo è stato nel corso degli questi anni, e non è un caso che l'Emilia-Romagna sia la seconda regione italiana per numero di presenze turistiche, lo dobbiamo anche al lavoro dell'Azienda di promozione turistica, soprattutto io dico al lavoro dell'azione dell'Azienda di promozione turistica. Lo è stato in passato, lo è oggi e lo sarà in futuro, a dimostrazione di come il lavoro di APT – poi entreremo nel merito, naturalmente – abbia prodotto risultati importanti in termini di aumenti dei flussi turistici che sono naturalmente legati ad una serie di fattori, ad una serie di progettualità, ad una serie di azioni di carattere promo-commerciale fra cui gli *educational* hanno un ruolo essenziale.

A dimostrazione del lavoro importante svolto da APT Servizi e della crescita dei flussi turistici ci sono i numeri. Il turismo è un'industria, l'abbiamo detto eribadito, un'industria nazionale e un'industria anche regionale e quindi i numeri sono degli indicatori fondamentali per misurare la crescita di un comparto economico e produttivo. Dopo alcuni anni di stagnazione, dopo alcuni anni di lievissima crescita, purtroppo pochi, soprattutto dopo diversi anni di stagnazione, nel 2015 abbiamo fatto registrare in questa regione oltre 46 milioni di presenze turistiche. Naturalmente non sto a raccontarvi e a dirvi i numeri dell'indotto economico, dei fatturati, del numero degli addetti perché altrimenti occuperei un po' troppo spazio. Nel 2016 il *trend* di crescita, e non era scontato, perché già il 2015, anno di Expo, era stato un anno particolarmente fertile dal punto di vista dell'aumento delle presenze, quindi non era scontato partendo da una base già molto alta, crescere ulteriormente. Ora naturalmente i dati del 2016 non sono ancora chiusi, dato che il 2016 non è ancora finito, però possiamo già oggi affermare che questa crescita sostenuta del 2015 sarà accompagnata da una crescita ulteriore nel 2016: già i dati di agosto denotano un più 3% di presenze che, partendo da 46,5 milioni, significa molto in termini anche di valori assoluti.

Questi sono i numeri dell'industria turistica, questo è il frutto del lavoro importante svolto da APT Servizi, delle strategie messe in campo da APT Servizi, fra cui il ruolo importante e decisivo degli *educational tour*. Gli *educational tour* non sono degli inviti ai giornalisti, sono piuttosto dei progetti di comunicazione e di promozione, che sono sanciti come strumenti legittimi, anzi auspicabili, da parte dell'Organizzatore mondiale del turismo, cioè dall'ONU, che oltre a regolamentarli dal punto di vista del codice etico, auspicano che i Paesi membri (quindi naturalmente anche gli enti territoriali) adottino per riposizionare o per posizionare o per aggredire alcune criticità lo strumento del *educational tour* rispetto ai prodotti e alle destinazioni turistiche. È evidente che negli anni in cui abbiamo la necessità, rispetto ad alcune criticità, di accentuare il livello di comunicazione e di attenzione su un determinato prodotto e su una determinata destinazione, anche la progettualità rispetto agli *educational tour* assume un rilievo più importante, rispetto invece a situazioni più normali, dove c'è magari meno necessità di operare una serie di azioni dal punto di vista della comunicazione.

Faccio qualche esempio: come sapete, il mercato tedesco per la nostra regione, in particolare per la costa, è il primo mercato internazionale, storicamente. Noi veniamo da anni pre-mucillagini in cui avevamo circa 6 milioni di presenze tedesche; l'anno della mucillagine è stato l'anno che ha segnato purtroppo uno spartiacque drammatico da questo punto di vista. Nel 2016, raccogliendo il

frutto di un lavoro che ha visto negli *educational tour* con la stampa tedesca una delle punte di eccellenza per provare a contrastare gli effetti disastrosi delle mucillagini del 1990, che hanno generato un dimezzamento, anzi, più che un dimezzamento del mercato tedesco, abbiamo lavorato soprattutto sulla comunicazione e sugli *educational tour* per riposizionare in quel mercato il prodotto turistico balneare che era stato pesantemente colpito dalla mucillagine. Faccio anche un esempio recente: se vi ricordate, quest'estate, poco prima dell'estate, la *Bild Zeitung*, che è il principale quotidiano tedesco e che non ha una particolare simpatia per l'Italia, e neanche per l'Emilia-Romagna, in una delle sue pagine centrali ha fatto riferimento in maniera esplicita al rischio terrorismo sulle spiagge italiane di presunti terroristi dell'Isis travestiti da venditori ambulanti, senza nessun fondamento naturalmente. Notizia priva di qualsiasi fondamento che ha generato un danno enorme, che noi abbiamo provato a contrastare attraverso la comunicazione e attraverso i rapporti con la stampa tedesca per riposizionare e per dare corretta informazione rispetto a queste notizie.

Quindi gli *educational* sono uno strumento fondamentale che noi, soprattutto nell'anno di Expo, abbiamo utilizzato in maniera importante. Il 2015 è stato da questo punto di vista un anno che credo potrà generare benefici importanti nei prossimi anni: il lavoro fatto nel 2015 con la stampa specializzata internazionale che è stata ospite della nostra Regione, non per fare delle vacanze, e i nostri responsabili hanno accompagnato diversi giornalisti internazionali a visitare le grandi eccellenze della nostra regione. Stiamo parlando di un'attività che costa alla Regione, quella degli *educational* negli ultimi tre anni poco più di 800 mila euro, in tre anni. I numeri rispetto al rapporto costi/benefici di questa attività ce li dirà poi il direttore di APT Servizi. Negli ultimi tre anni abbiamo ospitato e accompagnato nella nostra regione per fare attività di *public relation*, *press tour*, *educational tour* per promuovere i nostri prodotti e le nostre eccellenze, dalla *Motor valley* alla *Food valley* alla *Wellness valley*, oltre 500 giornalisti internazionali; fra l'altro, di questi 840 mila euro, solo 80 mila sono destinati ad attività di *educational* per il mercato italiano. Quindi in grande prevalenza questa attività si svolge per aggredire, per comunicare, per promuovere sui mercati internazionali, e lo facciamo non calando dall'alto queste iniziative, ma all'interno di una progettualità che vede protagonisti i territori, e quindi i Comuni della nostra regione, i Comuni turistici naturalmente, le associazioni di categoria, i consorzi degli albergatori, cioè la filiera turistica regionale, quella che è stata costruita con anni di fatiche in questa Regione dopo l'approvazione della legge n. 7, che si è rafforzata, che oggi ha bisogno di una nuova spinta, che speriamo di darle con la legge n. 4, dove APT, a dimostrazione di come per noi APT sia strategica e fondamentale come strumento per lo sviluppo delle politiche di promo-commercializzazione, assumerà un ruolo ancora più rilevante, di coordinamento delle politiche di promozione di carattere regionale.

È vero che abbiamo accompagnato in questi *educational* giornalisti internazionali a bordo di una Ferrari o giornaliste russe nei centri termali dell'Emilia-Romagna? Sì, è vero, perché per promuovere la *wellness valley*, che è uno dei tre *cluster* della via Emilia, la *wellness valley* è anche circuito termale, non solo, noi abbiamo fatto - e stiamo facendo anche in questi giorni fra l'altro - degli *educational tour*, in quel caso quello riportato dalla stampa, cure di bellezza, eccetera, un *educational tour* credo per sei giornaliste russe che scrivono su riviste di *life style* russe, per aggredire quel mercato, per posizionare sul mercato quel prodotto; certamente abbiamo accompagnato queste giornaliste russe in alcuni centri termali della nostra regione, facendo anche toccar loro con mano l'eccellenza e la qualità dei servizi.

Per promuovere la *motor valley* è vero che avete accompagnato uno o due giornalisti non in giro per le strade della Romagna con la Ferrari, ma dentro un autodromo? Certo che è vero e abbiamo fatto fare loro dei *test drive*, perché questi giornalisti devono promuovere la *motor valley*. Queste

sono le attività di APT Servizi, ce ne sono tante altre ovviamente, ma rispetto al tema degli *educational*.

Credo che, se possibile, noi dovremmo provare a fare una discussione di questo tipo, naturalmente l'ho detto in premessa e lo ribadisco anche oggi davanti alla presidente di APT Servizi e al direttore, che ringrazio perché prontamente, in maniera molto cosciente – non avevo dubbi, ma ne ho avuto ulteriore conferma – hanno affrontato questo problema che si è generato all'interno dell'azienda con grande senso di responsabilità, con grande prontezza e con grande competenza e nel giro di qualche giorno, sicuramente entro il mese di settembre, e quindi dopo poco più di un mese dalla denuncia del fatto, si conclude non solo l'indagine interna ma il Cda – questo ci tengo a sottolinearlo, perché il provvedimento disciplinare è naturalmente un compito del Cda dell'azienda – prenderà le opportune decisioni rispetto ai presunti illeciti che saranno, o che sono stati accertati dall'indagine interna.

Io per il momento mi fermo, poi naturalmente mi riserverò di intervenire, se del caso, durante il dibattito.

Presidente SERRI

La parola ora alla presidente di APT Liviana Zanetti.

Presidente Liviana ZANETTI – Presidente di APT Servizi Emilia-Romagna

Buongiorno a tutti e grazie a voi per l'opportunità di questo dialogo su APT, anche se è avvenuto per un episodio sgradevole, ma ci permette anche - e ringrazio anche l'Assessore - di presentare le attività che l'azienda APT Servizi esprime dal 1998 e attua in attuazione delle volontà politiche della Regione Emilia-Romagna in ambito turistico.

Parto dalla conclusione dell'assessore Corsini, poiché dopo l'episodio avvenuto sulla stampa il 9 agosto, è arrivata da parte dell'assessore Corsini, quindi dalla Regione Emilia-Romagna, la richiesta di avviare un'accurata e approfondita indagine interna ovviamente per adottare nei confronti del dipendente i provvedimenti disciplinari del caso. Condivido con voi anche la mattina del 9, poiché in quel momento il 9 eravamo in ufficio e il dipendente, appena appreso e letto i giornali, ha immediatamente dato le dimissioni da capo ufficio stampa e responsabile della comunicazione. Nella stessa giornata del 9, il direttore ha mandato una raccomandata al dipendente chiedendo spiegazioni sull'accaduto, come da termini di legge, ed è arrivata la risposta il giorno 18 agosto. In questa risposta il dipendente rispondeva di non avere contravvenuto alle norme e di avere regolarmente svolto il proprio incarico. Come ha detto l'assessore, immediatamente APT Servizi, attraverso il suo Cda, ha deciso e avviato un procedimento interno che si concluderà fra pochi giorni; al termine ci sarà, attraverso il Cda, la decisione di sanzione in funzione dei rapporti che sono dati dal procedimento interno che è in corso.

Però credo che in questo contesto, questo episodio sia anche l'occasione per socializzare insieme come l'azienda si è dotata degli organismi di controllo, perché già dal 2009 APT Servizi ha adottato il MOG (modello organizzativo di gestione) che è stato imposto dal decreto legislativo 231 che disciplina la responsabilità degli enti per illeciti amministrativi dipendenti da reati. Tra i principali protocolli della procedura del 231, quindi del MOG, abbiamo quello riferito alla gestione dei rimborsi e delle spese della società e anche agli aventi diritto ai rimborsi spese. Quindi, in base a questo protocollo, i dipendenti di APT Servizi, ma di tutte le partecipate, che hanno svolto una missione o devono svolgere, hanno l'input da parte dell'azienda di svolgere una missione per APT Servizi, devono essere rimborsati. Cosa avviene tra la missione e il rimborso? Avviene che il dipendente deve compilare e sottoscrivere un apposito modulo di rimborso che deve essere consegnato all'ufficio contabilità, e questa richiesta di rimborso deve essere firmata dai responsabili competenti. L'ufficio contabilità controlla l'attribuzione del costo al capitolo di spesa

ed effettua il pagamento, ma vengono rimborsati gli spostamenti del personale per ragioni d'ufficio, ovviamente, per scontrini, ricevute taxi, parcheggi, tagliandi autostradali, ristoranti e alberghi. Per quel che riguarda i ristoranti, il dipendente deve sottolineare il luogo, l'orario e indicare se si tratta di pranzo o cena individuale o in compagnia. Nel caso di eventuali commensali, è obbligo da parte del dipendente di scrivere nome e cognome del commensale, dopo di che si effettua il rimborso. Questo è l'iter.

In attuazione del decreto 231, APT Servizi ha anche istituito l'organismo di vigilanza che ha poteri autonomi di controllo sulle procedure contenute nel MOG: l'organismo di vigilanza controlla se APT Servizi attua il MOG indicato dal 231. In particolare, sulla base di un programma annuale, vigila sull'osservanza del modello. I risultati delle verifiche fatte dall'organismo di vigilanza vengono riportate nella relazione annuale che viene consegnata al consiglio d'amministrazione e al collegio sindacale. Quest'ultimo ha il compito di svolgere delle verifiche sull'attività svolta dalla società e valuta periodicamente, a sua scelta, l'adeguatezza della struttura organizzativa e funzionale dell'impresa. APT Servizi adotta tutti gli strumenti necessari per gestire e verificare le attività della società. La responsabilità di realizzare un sistema di controllo interno efficace è comune ad ogni livello all'interno dell'azienda: quindi tutti i dipendenti di APT Servizi, nell'ambito delle funzioni svolte, sono responsabili della definizione e del corretto comportamento e di adeguamento loro personale del funzionamento del sistema del controllo: c'è la responsabilità personale, perché da ognuno è conosciuto questo sistema adottato. Credo che sia importante collocare l'episodio avvenuto nel contesto degli organismi di controllo, di cui si è dotata l'azienda APT Servizi.

Presidente SERRI

Ora la parola al direttore di APT Emanuele Burioni.

Direttore Emanuele BURIONI – Direttore di APT Servizi Emilia-Romagna

Buongiorno a tutti, ho preparato una breve presentazione di quella che è l'attività oggetto dell'incontro della Commissione: quella degli *educational tour*, proprio per far capire un po' uno spaccato di questa attività così importante per APT Servizi. L'attività di *media relation* è l'attività principale, quella delle PR, degli *educational tour*, è molto importante per noi e viene definita proprio dal piano promozionale. Queste attività di *media relation* ci permettono di ottimizzare al massimo gli investimenti. Come vedrete più avanti, gli investimenti fatti in attività di PR *media relation* hanno un impatto in ritorno dell'investimento molto più alto rispetto ad un investimento in acquisto diretto di spazi pubblicitari. Quindi i *budget* necessari per ottenere determinati messaggi di comunicazione, risultano più bassi rispetto all'acquisto di pagine pubblicitarie.

Come operiamo. Nell'attività di *media relation*, soprattutto all'estero, APT Servizi adotta le linee definite dalle linee guida del codice etico dell'Organizzazione mondiale del turismo, che poi è stato adottato e riconosciuto dall'ONU nel 2001. Così APT Servizi, riconoscendo questo codice etico, rispetta nell'attività dei giornalisti quello che è il comportamento che deve tenere il giornalista: onestà, equilibrio, accuratezza, affidabilità dei servizi; deve riportare le informazioni corrette. Noi in questo caso dobbiamo essere di aiuto e supporto al giornalista, proprio rispettando queste caratteristiche che lui deve sempre tenere. Come diceva prima l'assessore Corsini, le attività di questi *press trip* sono particolarmente auspicate dall'Organizzazione mondiale del turismo proprio in alcuni casi: quando abbiamo una percezione sbagliata della destinazione, oppure ci sono eventi che possono pregiudicare l'immagine della nostra destinazione. È stato fatto il caso delle mucillagini, non è stato citato il caso del terremoto del 2012: noi durante quel periodo abbiamo lavorato tantissimo sia con l'Ansa che con tutte le altre agenzie di comunicazione, europee e mondiali, per cercare di far sì che ci fosse una corretta comunicazione, perché il terremoto

dell'Emilia stava intaccando tutta l'attività turistica della regione Emilia-Romagna, ma in realtà in quel caso di tutto il Paese Italia. Per cui, tramite le nostre agenzie all'estero e tutti i contatti con tutti i giornalisti che abbiamo, abbiamo cercato di dare una pronta risposta ad una comunicazione che in quel momento riportava notizie non veritiere su quello che era accaduto in Emilia-Romagna.

Un elemento molto importante è quello della trasparenza. Vi ho portato un esempio sulla trasparenza con cui operiamo. Noi nel 2012 abbiamo realizzato questo nuovo *format* che si chiama *Blogville*: è un progetto nato con dei *travel blogger* internazionali che sono stati invitati in questo *format* a visitare l'Emilia-Romagna senza nessun tipo di vincolo, in piena libertà. Noi li abbiamo ospitati in Emilia-Romagna in un *blog apartment*, li abbiamo lasciati liberi di visitare tutta la nostra regione. Abbiamo fatto un'attività solo di supporto all'accesso delle informazioni, per poi aiutarli ad andare a visitare tutti questi luoghi. Era logico, nel 2012 è stato un progetto innovativo, in quanto non c'erano vincoli, non c'erano, per così dire, filtri rispetto a quello che i *travel blogger* potevano comunicare o meno della regione Emilia-Romagna. Per noi è stato non dico un salto nel buio, sapevamo quello che potevamo fare e quello che era il nostro lavoro, e siamo stati particolarmente apprezzati per questo tipo di lavoro che è stato premiato proprio per la trasparenza e il rapporto fiduciario che esisteva tra l'ente di promozione turistica e il *travel blogger* che è venuto a visitare la nostra regione. Per questo, abbiamo vinto al *World Travel Market* di Londra il premio come miglior campagna di comunicazione digitale; successivamente in Finlandia un altro importante riconoscimento, ma la cosa importante è che tutte queste azioni hanno fatto sì che questo modello di organizzazione diventasse di utilizzo comune in molti altri Paesi stranieri, che poi vedremo nell'ultima *slide* che vi ho preparato.

Qui ho provato a dare uno spaccato per capire quelli che sono realmente i numeri dell'attività di *educational tour* per l'Emilia-Romagna. Ho fatto proprio la prima *slide* di uno spaccato generale. Italia/estero: totale investimenti, abbiamo 841 mila euro di investimento dal 2014 al 2016, totale AVE (*Advertising Value Equivalent*), il controvalore pubblicitario della campagna di comunicazione che è stata attivata con questo *educational tour*, che vale poco più di 372 milioni di euro. Naturalmente è un valore di stima, però è molto vicino alla realtà, perché comunque questo AVE è un'unità di misura che viene adottata in tutto il mondo, per cui questa è un po' un'unità di misura che ogni giornale, ogni testata si dà per quanto costa uno spazio pubblicitario del suo controvalore in spazio redazionale. Quindi è un po' il valore che viene riconosciuto in tutto il mondo per equiparare quello che è un redazionale a quella che può essere una pagina pubblicitaria. Aggiungo che quando c'è una pagina pubblicitaria, nonostante ci sia questo rapporto di valore così alto di differenza, il lettore è sempre più influenzato da un redazionale rispetto ad una pagina pubblicitaria: quindi, nonostante questo valore sia così elevato, il valore reale è ancora più elevato, perché quando un giornalista scrive liberamente, vi faccio l'esempio del *Forbes* di tre anni fa, quando definì la regione Emilia-Romagna, proprio frutto di un nostro *educational tour*, come la regione più importante, il posto più importante per l'enogastronomia al mondo, quel valore di quell'articolo vi posso garantire che ancora oggi ha alimentato tantissimo la nostra attività di comunicazione.

Comunicazione Italia/estero, totale degli investimenti: come potete vedere, l'Italia ha un *range* di circa 30 mila euro sugli investimenti, a fronte di un'attività sull'estero che è molto più rilevante. Questo lo facciamo soprattutto perché a livello italiano comunque abbiamo un rapporto più consolidato, riusciamo ad operare in maniera diretta con le testate, perché c'è un rapporto molto importante, anche perché è il nostro mercato interno dove raccogliamo il 75% dei nostri turisti, mentre l'attività all'estero per noi è molto più importante perché è in quel caso che dobbiamo lavorare di più, perché in molti Paesi non ci riconoscono più. Parlavamo della Germania, è proprio un Paese su cui dobbiamo investire molto perché non ci riconoscono più: il vecchio ricordo della

Romagna si è un po' sbiadito, quindi dobbiamo cercare di mettere insieme tutte le attività possibili per poter tornare ad essere incisivi. Comunque, potete vedere che il ritorno dell'investimento anche in questi casi è molto alto.

Mercato Italia: il 75% del movimento turistico è in Emilia-Romagna. Italia stampa e web: ho provato a dare tutto uno spaccato rispetto a tutto quello che è il nostro mondo: 11 mila euro di investimenti, 4 milioni di euro totale del ritorno del valore dell'investimento tramite l'AVE. Anche questo è il mercato Italia: abbiamo dal 2014 al 2016, quindi vedete che ad un investimento di circa 18 mila euro corrispondono 12 milioni di euro di valorizzazione in notizie che sono uscite nella stampa. Utilizziamo sempre la stessa metrica: in quel caso calcoliamo i GRP del valore dell'AVE a fronte dei centimetri quadrati che vengono utilizzati per la stampa.

Abbiamo fatto uno spaccato per andare ad analizzare tutti quelli che sono i mercati principali su cui APT Servizi sta lavorando: i Paesi di lingua tedesca dal 2014 al 2016 sono stati 200 mila euro investiti in accoglienza ai giornalisti ed *educational tour*. Io non vorrei solo dire accoglienza dei giornalisti, perché quando arriva il giornalista, veramente lo seguiamo e cerchiamo di aiutarlo un po' in tutto per andare a scoprire tutte quelle che sono le eccellenze della regione Emilia-Romagna. Molte le ha già per così dire in testa il giornalista prima di arrivare, perché magari si è in parte informato quando gli abbiamo mandato l'invito, in parte cerchiamo noi di promuovere tutte quelle che sono le nostre attività. Comunque, a fronte di 212 mila euro investiti, abbiamo oltre 17 milioni di euro di controvalore riportato. Stessa cosa per il mercato UK e Irlanda, che sta crescendo moltissimo, tramite i voli su Bologna dove stiamo avendo un grossissimo aumento, e quindi è molto importante per noi investire su questi mercati. Il mercato USA è forse il mercato su cui abbiamo avuto il maggior ritorno dell'investimento, complice anche l'Expo come diceva prima l'assessore Corsini. Come potete vedere, nel 2015, a fronte di un investimento di 70 mila euro, abbiamo avuto 292 milioni di euro di ritorno dell'investimento. È logico, è un mercato molto grande; uscire sulle pagine del *New York Times*, piuttosto che su queste testate, produce un effetto, comunque un valore della comunicazione molto alto. Non a caso proprio negli ultimi dati presentati dalla città, il primo mercato straniero per Bologna sono proprio gli Stati Uniti. Su questo mercato noi andremo, adesso gli investimenti 2016 sono solo in parte, però andremo a lavorare moltissimo perché siamo consapevoli, dai segnali che raccogliamo tutti i giorni, che il mercato degli Stati Uniti e del Canada possono diventare veramente dei mercati molto importanti per noi. Non esiste solo la Toscana, bensì la nostra regione con il mondo dei motori, con l'enogastronomia e con le città d'arte possono veramente portare dei risultati molto importanti e soprattutto far avere un ritorno dell'investimento, anche nei confronti delle strutture ricettive, molto importante, perché la spesa media turistica su questi Paesi è molto importante.

Mercati asiatici. Sono mercati su cui stiamo iniziando a puntare molto, perché comunque grazie ai voli aerei che prima la *Turkish*, adesso *Emirates*, con entrambe le compagnie di bandiera abbiamo degli accordi: loro ci mettono a disposizione molto spesso i voli aerei gratuiti per i giornalisti, riusciamo ad avere un rapporto di *partnership* molto importante perché ci consente di abbassare moltissimo i costi. Per loro logicamente è un valore, perché fanno conoscere la destinazione su quella tratta; per noi logicamente il valore è più importante perché riusciamo a posizionare la nostra regione, grazie a questo importante aeroporto di Bologna, come l'*hub* italiano per poi andare a scoprire tutta l'Italia. Questo per noi è un elemento molto importante.

Mercato Russia. Anche sulla Russia, nonostante il 2014 sia stato l'anno in cui abbiamo perso purtroppo il 50% del mercato dovuto ai tassi di cambio che hanno fatto perdere circa il 50% del valore della valuta: eravamo a 39 rubli nel periodo di aprile, nel mese dopo eravamo a 80 rubli per 1 euro, quindi purtroppo il viaggio per quei paesi è diventato improponibile. Vi ho fatto un po' uno spaccato di quelli che sono i principali mercati esteri su cui lavoriamo con APT Servizi e anche il controvalore rispetto a tutte le attività che questi *press tour* riescono a mettere in campo.

Tornerei un momento sul progetto *Blogville*: come vi ho detto, è un progetto digitale che ha coinvolto i *travel blogger* ed è stato un po' un progetto sperimentale a livello mondiale. Questi sono i risultati in termini di ritorno dell'investimento: 179 mila euro e 8,5 milioni di ritorno di valore. Ma non c'è solo questo: questo *format* è stato adottato da moltissimi Paesi europei, ma anche mondiali: abbiamo la Finlandia, abbiamo le città di Toronto e Chicago, Malta, il Sudafrica, oppure la Costa Brava che collabora attivamente con noi. Questo ci ha permesso, oltre al fatto di avere un forte impatto di comunicazione, di creare delle collaborazioni molto strette con gli enti di promozione turistica di tutti questi Paesi. Vi faccio un esempio proprio pratico: la prossima settimana ci saranno dei *travel blogger* che prima verranno in Emilia-Romagna e poi andranno in Costa Brava per parlare del tema dell'enogastronomia. Ci stiamo scambiando un po' i *format*, ci stiamo scambiando anche il meglio dei giornalisti perché queste *partnership* tra Paesi ci permettono di abbassare moltissimo i costi per ottenere dei risultati molto più ampi. Abbiamo provato a fare un piccolo spaccato di questa che è l'attività dei *found trip*. Grazie.

Presidente SERRI

Credo che le tre relazioni ci abbiano permesso di avere un quadro complessivo della cosa, sia dei fatti avvenuti in queste ultime settimane, ma anche di quella che è l'attività importante e determinante che APT fa per la promozione turistica dei nostri prodotti e del nostro territorio. Apriamo il dibattito. Voglio anche ricordare che la seduta di oggi parte da una richiesta sottoscritta dal presidente Pompignoli e dal consigliere Bargi della Lega Nord, quindi cedo la parola a chi la chiede per domande e considerazioni.

Presidente Massimiliano POMPIGNOLI – Presidente della Commissione I Bilancio, Affari generali ed istituzionali

Prego consiglia Sensoli.

Consigliera Raffaella SENSOLI

Grazie. Ringrazio l'assessore, la presidente e il direttore di essere venuti qui ed accolto la mia richiesta, poi sottoscritta anche dai colleghi della Lega. Diciamo che quello che è stato illustrato ci ha dato alcune indicazioni, alcuni numeri nuovi, però la maggior parte delle informazioni noi le avevamo già da quello che si è letto sulla stampa.

Ricordo all'assessore che in realtà la vicenda non è nata il 9 agosto, ma è nata già il 26 luglio a seguito di una nostra interrogazione in Aula, dove chiedevamo già conto di questi metodi utilizzati, e poi chiaramente da lì è nata tutta la vicenda legata anche al responsabile della comunicazione che – come ha detto l'assessore – era in questo ruolo da diciotto anni. La prima domanda che ci sorge: ma in questi diciotto anni cosa è successo? Noi dall'accesso agli atti che avevamo fatto mesi prima, dal quale abbiamo tratto i dati che poi hanno portato all'interrogazione dove ci veniva dato il dettaglio di tutti i rimborsi spese, ci chiediamo quali controlli sono stati fatti negli anni. Qui non è tanto in discussione lo strumento dell'*educational tour* in quanto tale, ma innanzitutto il fatto che sia più chiaro a tutti che sono eventualmente articoli redazionali, quindi in un certo senso pubblicitari, perché, per quanto liberi di scrivere, nel momento in cui io vado ad ospitare gratuitamente dei giornalisti, chiaramente è una forma di pubblicità, come anche voi d'altra parte avete affermato, oltretutto sottolineando anche una forma di pubblicità più economica rispetto alla mera inserzione con più ritorno, ma sempre di pubblicità si tratta.

Qui parliamo del confine tra pubblicità, promozione ed informazione, perché nei rimborsi che abbiamo trovato, dall'elenco che ci è stato fornito, ci sono anche dei rimborsi dati a dirigenti di tivù nazionali, a giornalisti di testate giornalistiche e di televisioni che poi effettuavano servizi all'interno dei telegiornali, quindi all'interno di organi di informazione. Quindi anche lì si pone il

problema del confine etico della libertà di stampa e di informazione, specialmente all'interno ad esempio di telegiornali che appunto dovrebbero fare informazione e non promozione. Così come, ad esempio – mi sono preparata qualche domanda un pochino più specifica da fare – abbiamo letto nell'ultimo mese e mezzo sulla stampa che uno dei giornalisti coinvolti, oltretutto anche un esponente dell'ordine dei giornalisti dell'Emilia-Romagna, avrebbe detto di sentirsi a posto con la propria coscienza perché lui le note spese le ha date al proprio editore, che in questo caso è la televisione pubblica. Quindi ci è sorta la domanda: esiste un accordo tra APT e le testate giornalistiche che preveda l'ospitalità gratuita in strutture turistiche della nostra regione? Se questo signore ha dichiarato di essere a posto, perché i rimborsi spese li ha ricevuti dal proprio editore e non da APT, ci sorge poi il dubbio che APT abbia addirittura a monte un accordo con le testate giornalistiche o le testate televisive. Altra domanda: chi decide se un giornalista deve essere ospitato da APT in un albergo? La decisione era in capo al responsabile della comunicazione? Vi faccio un esempio: abbiamo trovato anche il caso di giornalisti residenti a Bologna, che hanno effettuato il servizio alle 19 di sera e poi in realtà sono stati ospitati in un albergo. Quindi poniamo anche il dubbio dell'opportunità di determinati soggiorni, proprio perché logisticamente Rimini-Bologna si fa in un'ora, io la faccio tutti i giorni visto che sono di Rimini. Grazie al nostro accesso agli atti, abbiamo anche riscontrato diversi casi di ospitalità alberghiera offerta ai giornalisti anche per una settimana, riguardo ai quali però poi non abbiamo avuto il parallelo riscontro comunicativo perché abbiamo chiesto le note spese e chiaramente poi anche le varie rassegne: audio, video, stampa o quello che sia, relativamente a quello che hanno prodotto poi questi *educational*. In particolare, per alcuni giornalisti delle televisioni nazionali questo riscontro non lo abbiamo avuto. Così come ad esempio, abbiamo trovato nelle note spese il noleggio di attrezzature audio e video. Anche lì ci poniamo il dubbio di quanto possa essere promozionale una spesa del genere, perché la presidente ci ha illustrato i metodi dei criteri dei rimborsi spese, delle note spese del dipendente, ma qui in realtà stiamo parlando di altri rimborsi spese. Chiediamo anche come sono scelti i giornalisti esteri: qui parliamo proprio degli *educational tour*, e se è vero - come ci è stato riferito – che APT paga una società di consulenza che ha come obiettivo quello di cercare i giornalisti interessati a partecipare ai *tour*. Vi faccio un esempio: un giornalista di un quotidiano argentino mangia in un determinato ristorante, pagando un conto di 250 euro che poi gli è stato pagato da APT. In questo caso parlando dello specifico ristorante, ci chiediamo: non era forse più opportuno che fosse il ristorante stesso a pagare il conto della cena? Ora non è per andare a fare le pulci, chiaramente prendiamo un esempio per cercare di capire qual è il metodo, perché in quel caso a noi sembra più una promozione del singolo ristorante piuttosto che dell'enogastronomia emiliano-romagnola. Cercherò di essere breve, perché le domande sarebbero tantissime, però cercherò di essere stringata per non portare via troppo tempo.

All'assessore Corsini: con lei sono state condivise queste strategie? Fino a che punto ha avuto modo di parlare e di entrare anche nel dettaglio di queste strategie di promozione turistica, e quindi anche del modo con cui sono state effettuate queste spese? Chiaramente c'è un'opportunità etica nel settore giornalistico, ma c'è anche un discorso di opportunità politica chiaramente, perché dal punto di vista politico in alcuni casi potrebbe essere sembrato quasi un volersi imbonire la stampa, piuttosto che un voler promuovere il territorio. Ultima domanda: il criterio di scelta di ristoranti, alberghi e agriturismi perché molto spesso vediamo che si ripetono sempre gli stessi ristoranti, gli stessi hotel e le stesse strutture dove vengono ospitati i giornalisti. Grazie.

Presidente SERRI

Non ho altri interventi al momento. Se ci sono, facciamo un giro di raccolta di considerazioni e interventi, altrimenti diamo la parola già per rispondere a queste prime osservazioni. Presidente Pompignoli.

Presidente POMPIGNOLI

Grazie, intervengo dopo la consigliera Sensoli, che ha fatto giustamente le sue osservazioni, ma ricordo in prima battuta che la seduta della Commissione è stata chiesta dalla Lega Nord, l'audizione della Commissione. Poi invece la diffusione dell'audizione in *streaming* è stata chiesta dal Movimento 5 Stelle. Giusto per chiarire gli ambiti sui quali si va a discutere oggi.

Chiaro che quello che abbiamo sollevato, e che è stato sollevato anche dal Movimento 5 Stelle, è un qualcosa di abbastanza inusuale. Prima sentivo il direttore che parlava di trasparenza, sentivo la presidente Zanetti che parlava invece di come effettivamente dovevano essere gestiti i rimborsi, scaricando un po' sull'organo di vigilanza, e suo malgrado purtroppo io faccio parte di un organo di vigilanza, quindi conosco molto bene la legge 231, e fondamentalmente quello che lei ha detto non è molto corretto. L'organo di vigilanza è un organo che adotta un modello su richiesta del consiglio d'amministrazione della APT Servizi, quindi è il consiglio d'amministrazione che dà all'organo di vigilanza ovviamente le direttive su cui si deve muovere. Non è il contrario. L'organo di vigilanza non eroga rimborsi, vigila se il modello è stato adottato regolarmente. Poi trasmette al consiglio d'amministrazione le eventuali segnalazioni, non so se in questo caso l'organo di vigilanza abbia mandato al consiglio d'amministrazione delle segnalazioni: questo non è dato sapere da parte mia, perché non sono all'interno, però quello che stupisce è che solo dal 9 agosto APT Servizi viene a conoscenza di rimborsi fasulli attraverso un articolo di un giornale. Giusta la domanda della consigliera Sensoli di dire: 18 anni che il direttore è lì, vorrei capire anche prima come funzionava. Prima anche del 2009, quando non c'era il modello 231, come funzionavano i rimborsi: questo deve essere chiarito.

In più, deve essere chiarito in questo modello, visto che la presidente di APT ha parlato esclusivamente di ODV (organismo di vigilanza) e non di altro, quindi non di responsabilità del consiglio d'amministrazione, bisognerebbe capire anche se quando il direttore faceva delle uscite verso cui chiedeva i rimborsi, capire se effettivamente lui nelle segnalazioni e nelle comunicazioni che faceva all'organo di vigilanza indicava i motivi per cui è andato fuori, con chi è uscito, il tipo di rimborso, dove, quando e come. Questo non è dato sapere.

Dall'altro lato, è evidente che qualcosa non ha funzionato e a me viene il sospetto che APT, il Cda non poteva non sapere. Rendiamoci conto che se si chiedono rimborsi, si dovrà un attimo valutare e capire se questi rimborsi sono coerenti oppure no, ma non lo controlla l'organo di vigilanza, lo controlla il consiglio d'amministrazione. E il consiglio d'amministrazione è formato dal presidente e dai soci. È ovvio che questi rimborsi arrivavano al consiglio d'amministrazione. Ora, lo spogliarsi da ogni responsabilità, anzi, erigendosi a paladini della giustizia, dicendo: faremo delle sanzioni e adotteremo delle sanzioni, dopo che ancora non sono state adottate, perché si è dimesso e lui ha dichiarato di aver svolto regolarmente il suo ruolo - allo stato attuale i fatti sono questi. Oggi non sappiamo che scelte prenderà il Cda, però erigersi a paladini della giustizia dicendo: noi non sapevamo nulla, è tutta colpa del soggetto che ha chiesto i rimborsi, o è tutta colpa degli organi che all'interno di APT Servizi non hanno vigilato correttamente, diamo colpa all'organo di vigilanza, mi sembra un po' assurdo. Il fatto di non sapere e di essere catapultati in agosto in una situazione del genere attraverso un articolo di giornale, mi sembra un po' fuori da ogni logica.

Quindi è evidente che qualcosa non ha funzionato. Non ha funzionato nelle comunicazioni, e quello che mi stupisce è che il soggetto per il quale voi avete chiesto conto, quindi al direttore dell'ufficio gli avrete chiesto in questa lettera: hai fatto rimborsi, dove hai dichiarato che ci sono persone ma in realtà non c'erano? e lui ha risposto che tutto andava bene e che lui ha svolto il suo

compito. Mi sembra un po' tirato per i capelli come giustificazione il sostenere che fondamentalmente voi non sapevate assolutamente nulla. Vi ringrazio di esservi sottoposti al confronto, questo è fuori discussione, però sia l'assessore Corsini che APT Servizi nel suo complesso oggi non è che ci ha delucidato in maniera esaustiva su quello che è successo. Benissimo il discorso legato ad APT, poi su come viene fatta promozione e informazione in ambito regionale noi abbiamo una linea diversa; però è ovvio che APT è governata dalla Regione e quindi la Regione, tramite l'assessore Corsini, darà le sue indicazioni, giuste o sbagliate che siano: io su questo non entro nel merito. Però è ovvio che da questo punto di vista c'è stato un qualcosa legato alla trasparenza, che si diceva prima, che non ha funzionato. E lo scaricare responsabilità non mi sembra corretto, a organi che non hanno quel tipo di competenza: la responsabilità è del consiglio d'amministrazione e del suo presidente, ovviamente, che lo presiede. Grazie.

Presidente SERRI

Altri interventi? Bertani.

Consigliere Andrea BERTANI

Senza mettere in dubbio la bontà e i risultati che portano gli *educational tour*, volevo capire qual è il confine dell'*educational tour*. Quando chiamo giornalisti di stampa specializzata, sia esteri che italiani, capisco che c'è un progetto di un *educational tour*. Quando chiamo giornalisti invece di testate giornalistiche anche locali o di giornalisti della Rai che fanno servizi all'interno dei telegiornali, quindi degli organi di informazione, questi secondo me non vengono classificati come *educational tour*, anche casi di dirigenti Rai ospitati con la famiglia. Quindi, per capire, internamente qual è il confine, che immagino a volte possa essere labile, però dal punto di vista etico deve essere ben definito, perché ci deve essere una procedura che mi dice questo è un *educational tour* riservato ad un'agenzia specializzata, e questo invece a un giornalista e a quel punto rischia di diventare, visto che poi parliamo di amministrazione pubblica – come diceva la mia collega –, un imbonimento della carta stampata o del telegiornale. Quindi su questo, secondo me, va fatta chiarezza.

L'altro aspetto che vorrei capire, è che l'inchiesta interna quindi è partita solo a seguito di quell'articolo di giornale, quindi l'interrogazione che noi facemmo, e quindi il fatto che noi abbiamo sollevato, non aveva sollevato alcun dubbio. Questo secondo noi è grave, perché qualche dubbio a noi lo aveva sollevato con i dati che noi avevamo pubblicato e sollevato. Grazie.

Presidente SERRI

Grazie. Calvano.

Consigliere Paolo CALVANO

Onde evitare che Lega e Movimento 5 Stelle si arrabbino tra di loro su chi ha la primogenitura, io ringrazio entrambi per questa seduta di Commissione, ma anche per alcune delle cose che sono emerse pubblicamente negli ultimi mesi, perché ritengo che laddove ci siano delle irregolarità o si possano fare emergere delle irregolarità, credo che sia nostro compito fare tutte le azioni del caso per poterle far emergere. In questo caso, l'azione intrapresa ha determinato, poi per mezzo del Corriere della Sera attraverso quell'intervista o quel servizio, ha determinato l'emergere di una probabile – c'è un procedimento in corso – irregolarità soggettiva grave. Ci tengo a definirla così. Siamo in presenza di una irregolarità soggettiva grave: se le sentenze confermeranno le accuse, siamo in presenza di un soggetto che ha utilizzato le regole che aveva a disposizione, o forzandole o andando oltre quelle regole, o fingendo di aver rispettato quelle regole. Questo è il tema: il controllore verifica se sono state rispettate le regole. Se nel fare una determinata cosa c'è un

atteggiamento che punta a dire che le regole sono state rispettate, quando in realtà non c'è stato questo rispetto, è ovvio che c'è un elemento soggettivo che non è detto che in qualunque momento possa essere verificato o verificabile immediatamente dal soggetto controllore. Lo sappiamo molto bene, perché ci sono tutta una serie di procedure che vengono avanti attraverso forme di autocertificazione, o che si basano sulle dichiarazioni dei singoli, e credo non sia un caso che sia emerso anche pubblicamente il fatto che per ottenere un determinato rimborso, l'abbia dovuto scrivere nei modi in cui poteva averlo quel rimborso, perché se l'avesse scritto in un altro modo non gli sarebbe stato dato.

Questo evidenzia che il sistema nel suo insieme funziona, a meno che non ci sia qualcuno che forza il sistema e, facendo dichiarazioni mendaci che sono responsabilità soggettive di chi le fa, compie un atto irregolare. È ovvio che se ci sono strumenti che consentono di farlo emergere, compresa l'interrogazione di un consigliere regionale, piuttosto che il servizio di un giornalista, ben venga. A quel punto, siccome il caso magari uno può pensare che non è isolato, io mi sarei aspettato quello che in realtà l'azienda ha fatto: avviare un'indagine interna per capire se questa situazione è isolata o soggettiva, o se ci sono altri soggetti che hanno forzato quelle regole per ottenere cose che non gli spettavano. Quindi da questo punto di vista, credo che APT abbia fatto quello che doveva fare, sia prima che dopo.

Ci tengo a fare questa premessa, perché rischiamo di far passare anche qui un messaggio, ma mi rendo conto che tra il partito che rappresento io e gli altri partiti, in particolare i 5 Stelle, ma anche la Lega, c'è un punto che ci divide: che quando in una determinata situazione c'è una cosa su 100 che non funziona, non bisogna correggere l'una cosa, bisogna smettere di fare le altre 99. È un atteggiamento purtroppo che ricorre. Lo vedo anche in un argomento che esula da quello di oggi: quando emerge che c'è corruzione negli appalti, la risposta di qualcuno è facciamo di tutto perché la corruzione non ci sia più, la risposta di qualcun altro è smettiamo di fare appalti, o smettiamo di fare opere pubbliche. Lo so che sto estremizzando, e ci confronteremo anche sulle eventuali estremizzazioni perché bisogna farsi capire, però l'atteggiamento è questo. Io invece credo che quando c'è un problema che riguarda una questione, vada affrontato quel problema, non decidere di andare completamente oltre la questione. Su una roba di questo genere, noi rischiamo che un'azione promozionale di APT che, dati alla mano, oggi dimostra che funziona, la mettiamo completamente alla berlina, perché c'è stato un comportamento, al momento ad oggi soggettivo, - se l'inchiesta interna e altre inchieste diranno se c'è qualcosa in più lo si andrà a verificare -, ma si mette alla berlina un'attività che ha portato dei frutti, che non si inventa l'assessore Corsini, la Giunta, il Partito democratico, sono cose scritte nero su bianco che parlano di milioni di presenze in aumento negli ultimi due anni, probabilmente anche frutto di un'attività promozionale fatta in un certo modo, finalizzata a cercare di promuovere al massimo le bellezze del nostro territorio, che ne abbiamo.

La cosa che un po' mi ha stupito, poi magari la consigliera Sensoli mi smentirà nel corso di questo dibattito, però una delle cose che è emersa dalle sue dichiarazioni, è che ci sono state campagne o informazioni date da organi di stampa o dei media più in generale, che erano talmente belle sulla Romagna che ci è venuto il dubbio. Devo dire la verità, io su questa cosa purtroppo ho sempre sentito che qualcuno ci faceva l'accusa contraria, cioè di non riuscire mai a promuovere abbastanza bene le cose che facciamo. Di fronte a questo, credo si debba cercare di valorizzare al massimo le cose fatte bene. Il prodotto che oggi ci ha illustrato l'APT, compreso il *Blogville* ad esempio, sta dentro una strategia che a mio avviso è funzionale a far percepire la bellezza del nostro territorio e a fare in modo che ci siano sempre più persone che decidono di passare le proprie vacanze, o i propri momenti di riposo o quello che desiderano di più nei propri momenti di svago, nella nostra terra.

E nell'utilizzare questa strategia stiamo in un campo, che credo sia un campo nel quale si muovono tutti i soggetti di promozione e che quindi deve mettere l'Emilia-Romagna nelle condizioni di poter fare le cose che in tutta Europa, in tutto il mondo vengono fatte, di farle nel modo giusto, rispettando ovviamente le regole e facendo in modo che i singoli rispettino le regole, e laddove non c'è rispetto delle regole da parte di quei singoli, quei singoli vengano fatti accomodare all'uscio, come deve essere normalmente. Quindi sarei per la logica del: risultati ci sono, attività promozionale sta assolutamente funzionando; ci sono comportamenti sbagliati da parte di qualche soggetto? se ci sono, vanno puniti e vanno messi all'uscio. Però starei lì, starei in quel campo, non andrei oltre, perché altrimenti se andiamo oltre, c'è il rischio davvero che a fronte di un comportamento soggettivo sbagliato, si buttino a mare anni di promozione che hanno portato risultati importanti. Possono essere ancora migliori? Assolutamente sì. Vogliamo lavorare tutti perché siano migliori? Assolutamente sì. Credo che ci siano le condizioni, vista la base di partenza che abbiamo, per poterlo fare. Ma quella base di partenza c'è, e pensare che sia una base completamente da prendere e buttare a mare – per utilizzare un termine (mare) caro alla Romagna– credo che sarebbe veramente un grave errore per la nostra terra e per l'obiettivo che abbiamo tutti, di fare in modo che sia valorizzato il più possibile.

Presidente SERRI

Grazie. Lori.

Consigliera Barbara LORI

Grazie presidente, ringrazio l'assessore, ma anche la presidente Zanetti e il direttore Burioni, per il contributo che ci hanno dato oggi, sia riguardo alle questioni puntuali legate alle note vicende, sia - e mi sentirei di dire soprattutto – per quello che è stato lo spaccato che francamente mi auguro anche di poter approfondire e ampliare in futuro. Dico questo, perché APT oggi per noi rappresenta un'opportunità e una risorsa grande su cui ci giochiamo, anche rispetto alla prospettiva futura, la piena attuazione della nuova legge sul turismo, che presuppone la nuova organizzazione, ma che prevede anche un ruolo assolutamente di grande rilievo rispetto ad APT. Quindi davvero l'augurio e l'auspicio è che anche in futuro ci possano essere opportunità, e credo che saremmo tutti impegnati proprio anche in questo.

Detto questo, non voglio naturalmente ripetere quello che è stato appena detto da Calvano, ma credo valga la pena di sottolineare, semmai ce ne fosse bisogno – ma mi pare di sì – quello che è stato il grande lavoro che questa Amministrazione regionale ha fatto in un periodo che ancora non ha compiuto i due anni rispetto al tema dell'ottimizzazione e della razionalizzazione. Questo ha riguardato i consiglieri, ha riguardato le strutture e riguarda, sta riguardando anche tutto quello che è l'ambito della riorganizzazione delle partecipate. Dico questo, perché è evidente che laddove si dovessero in qualche modo trovare spazi di miglioramento anche sul sistema dei controlli, sarà un lavoro che dovrà essere fatto e mi pare sia anche *in itinere*. Non veniamo dal nulla, come è stato evidenziato in modo assolutamente chiaro, ma la ricerca di un buon utilizzo, anche rigoroso, delle risorse pubbliche mi pare che sia un tratto caratterizzante di questa Amministrazione, in particolare, che ci arriva anche da una storia che ci ha consegnato delle grandi opportunità come il caso di APT. Quindi gli interventi sono stati messi in campo, come è stato illustrato, sarà sicuramente molto importante capire quali saranno gli esiti di questi accertamenti in corso e quali saranno le scelte che il Cda, che è competente, naturalmente intenderà mettere in atto. Credo che sia utile assolutamente, questo riguarda tutti, maggioranza e minoranza, che tutti noi abbiamo da un lato un occhio attento su ciò che accade, perché fa parte del nostro ruolo, e dall'altro abbiamo però anche l'opportunità e la possibilità di avere un ruolo attivo in quella che è l'operazione di

ulteriore valorizzazione e promozione del nostro territorio, così come tra l'altro è delineato dal nuovo quadro normativo che recentemente ci siamo dati.

Ringrazio ancora per la presenza, per il lavoro fatto. È evidente che sarà importante capire quali sono le prospettive non solo sulla vicenda specifica, ma soprattutto rispetto a quello che dovrà essere fatto il più possibile insieme in futuro, perché il turismo nella nostra regione possa raggiungere risultati ancora più significativi e positivi rispetto a quelli di oggi, che sono comunque assolutamente apprezzabili, come emerge dai numeri che sono stati illustrati da altri che forse oggi non abbiamo trattato, ma che magari avremo occasione di vedere più approfonditamente in futuro.

Presidente SERRI

Sensoli.

Consigliera SENSOLI

Grazie presidente, mi dispiace dover intervenire di nuovo, ma il collega Calvano l'ha voluta buttare in polemica politica, mentre invece ero qui per ascoltare le risposte da APT, ma faccio una breve replica. Innanzitutto non ho mai detto che i servizi al telegiornale erano così belli da non essere veri, perché potrebbe essere interpretato come un non apprezzare il mio territorio, mentre invece è qualcun altro che nell'ultima Assemblea, a proposito di TRC, ha detto c'è quel muro, ma tanto poi di così bello cosa c'è in quelle zone? Peccato che siano le zone a ridosso del mare e quindi non sono di certo io che vado a parlar male, o a non apprezzare le bellezze del mio territorio, di cui oltretutto faccio parte, di Rimini. Quindi non ho detto questo, ho detto semplicemente che all'interno di un servizio del telegiornale, se veramente libero, si devono dire le cose belle e quelle meno belle. Ma ci siamo posti il dubbio che se un giornalista viene ospitato, non pagato direttamente, per poi fare un servizio al telegiornale, magari prima di dire quello che non va ci pensa due volte, mentre invece gli organi di informazione devono essere liberi di dire anche quello che non va. Questo è stato detto.

Seconda cosa. Qui nessuno vuole buttare all'aria tutto: anche questa è un'affermazione che nessuno ha mai fatto. Noi stiamo dicendo: bene i risultati degli *educational tour*, ma fino a che punto sono *educational tour*? fino a che punto invece si spinge un'ipotesi di corruzione. E sono parole che non ho detto io, le ha dette il presidente dell'Ordine nazionale dei giornalisti, perché se noi troviamo 1.000 euro di rimborsi spese per un giornalista del Tg2 ospitato a Cesenatico in hotel a quattro stelle, e poi non ritroviamo un corrispondente servizio in merito a quello che ha visto, visitato, fatto all'interno delle nostre zone, a quel punto vengono pagate delle vacanze ai giornalisti e vengono inserite all'interno delle spese per i *promo tour*? perché anche questo si pone.

Noi stiamo facendo delle domande per avere dei chiarimenti, non stiamo mettendo in dubbio l'operato di APT riguardo i risultati promozionali; eventualmente stiamo chiedendo se ci siano stati controlli negli anni, perché appunto visto che l'ex responsabile della comunicazione è stato lì per diciotto anni, abbiamo il timore che per diciotto anni abbia usato questo sistema. Poi ognuno pagherà personalmente, però di sicuro abbiamo il dubbio che questo fosse un sistema, ed è un sistema che parzialmente per noi non va bene.

Presidente SERRI

Bargi.

Consigliere Stefano BARGI

Anch'io molto velocemente volevo chiarire la posizione politica, perché se no sembra che siamo venuti con la baionetta in mano, ma in realtà non l'abbiamo né tirata fuori quando è emersa la cosa, né siamo venuti qui oggi: abbiamo chiesto questo incontro, proprio per poterci confrontare e capire meglio. Anzi, credo sia stato anche abbastanza interessante essere qui oggi. Anche perché siamo consapevoli che nel mondo l'informazione gioca un ruolo rilevante, in special modo nell'attrattività turistica; ricordo la pubblicità che c'era qualche tempo fa: venite in Egitto, le piramidi e la sfinge; ho avuto la fortuna di andarci, posso dirvi che la sfinge è dirimpettaia di una casa. Sicuramente è una meraviglia dell'umanità, però resta il fatto che l'hanno saputo vendere bene. Quindi in un mondo come questo, dove l'informazione ha questa rilevanza, dove potremmo dire che esiste, passatemi il termine, una certa guerra di informazione per saper attrarre il turista nella propria realtà, noi non avendo dalla nostra né le piramidi, né la sfinge, né la grande muraglia, né Machu Picchu, né altre di queste meraviglie riconosciute universalmente, dobbiamo sapercela cavare con quello che abbiamo; e credo che il lavoro fatto comunque non sia da prendere e da buttare via.

Detto questo, cosa crea un certo fastidio o quasi qualcosa da ritrarre, non di certo da cancellare? C'è la questione del rimborso che avete già sollevato, ne avete già discusso tutti: chiaramente bisogna vedere come va a finire. Però la questione, almeno quello che mi ha lasciato perplesso veramente tanto, è quando emerge che tra coloro che hanno potuto chiedere questi rimborsi, ci sono giornalisti Rai. La Rai la paghiamo tutti quanti, adesso è anche in bolletta elettrica quindi non si scappa più, quindi credo che questi giornalisti che giustamente - veniva detto prima - dovrebbero fare informazione e non promozione commerciale, vogliono comunque dare un contributo al loro territorio, abbiano già il loro contributo pubblico. Non stiamo parlando di un ente privato, non stiamo parlando di riviste di promozione turistica o enogastronomica, io posso capire viene fatta magari a volte la recensione in un solo ristorante, anche questa è una cosa da rivedere: il ristoratore che vuole la recensione, come su tutte le riviste di ristorazione, se la paga lui, non la paga la comunità. Questo nel rispetto anche di tutti gli altri ristoratori. Prima veniva fatto questo esempio. Però anche queste sono piccolezze che si possono tarare.

Il sistema tutto sommato può anche andare, non è che siamo venuti a dire cancelliamo tutto, però queste sono cose che lasciano perplessi, quindi capiamoci: la Rai è un ente pubblico, è già pagato dal pubblico, dai contribuenti, anche chi non la guarda, quindi facciamo in modo che il sistema vada più nella direzione di promuovere il turismo, laddove invece c'è la possibilità di farlo, riviste internazionali come dicevate, begli esempi con quelli che sono i giornalisti internazionali.

Presidente SERRI

Poli.

Consigliere Roberto POLI

Grazie presidente, anch'io naturalmente ringrazio sia l'assessore Corsini che i vertici di APT, perché credo ci abbiano offerto un quadro di informazione e di conoscenza molto utile sulle attività svolte e sui risultati, anche sui problemi che inevitabilmente, quando si fanno le cose, si riscontrano. Credo che occorra fare alcune considerazioni molto chiare. Se ci sono, e vengono dimostrate, responsabilità rispetto a comportamenti non rispettosi delle norme, delle regole, del codice etico e di tutto quanto attiene l'esercizio di una responsabilità in modo corretto, siamo i primi noi a chiedere che vengano perseguite. E da questo punto di vista, credo che possiamo affermare che sia la Regione che APT si sono mossi tempestivamente in relazione a questa vicenda. Detto questo e credo che si possa esser tutti d'accordo su questo punto, così come se si dimostra utile ricercare elementi di ulteriore verifica, di maggiore precisione in relazione alle verifiche che già si fanno e che in prospettiva si debbono fare, anche qui credo che possiamo dire che si conviene.

Bisogna anche dire però, in modo molto chiaro, almeno dalla discussione di questa mattina mi pare di poterlo rilevare, che in nessun intervento è emersa un'idea alternativa rispetto allo strumento di cui si è dotata la Regione per sviluppare il tema della promozione turistica. A parte il presidente Pompignoli, che nel suo intervento, se non ho capito male, ha detto "noi abbiamo un'idea diversa", ma l'idea diversa presentiamola, discutiamola, approfondiamola. In realtà, a parte questa affermazione, né i colleghi del Movimento 5 Stelle, né gli altri interventi dei colleghi hanno ipotizzato un'alternativa ad un modello di promozione dei nostri territori. Peraltro, suffragato dai risultati. Se crediamo che i risultati che ci sono stati presentati, siano reali e quindi rispondenti al vero, ricordo un dato che anche il nostro presidente assieme all'assessore Corsini, per quanto riguarda il 2015, ha più volte ripetuto: che nel 2015, se non sbaglio, abbiamo avuto 1 milione e 500 mila presenze in più nella nostra regione. Mi pare sia questo il dato. E solo quel 3% cento in più ad agosto, a cui faceva riferimento l'assessore Corsini nella sua apertura dei lavori di questa Commissione, credo ci possano portare a dire che nel 2016 quel dato complessivo dei 46 milioni possa ulteriormente confermarsi e incrementarsi.

È tutto merito del lavoro di APT? Credo che nessuno di noi abbia la condizione di poter affermare in termini assoluti questo. Sicuramente però un collegamento con le politiche di promozione che ci venivano rappresentate c'è, ed è molto forte. Ora io credo che, da questo punto di vista, noi possiamo dire che la strada che abbiamo intrapreso sia la strada giusta: puntare per la nostra regione, anche attraverso quello che la nuova legge regionale sul turismo prevede, su quei binari di crescita dell'industria e del turismo che è fatto di tantissime cose, sia la scelta giusta perché poi se le scelte sono giuste o sbagliate, sono i numeri a farsi carico di dimostrarlo oppure no. Credo che non bisogna sottovalutare quando si mettono in evidenza comportamenti non corretti; sarebbe un grave errore sottovalutare, e credo anche che sia molto importante alla fine il tipo di discussione che abbiamo fatto questa mattina, ma partendo dall'affermazione che conferma la validità dello strumento di cui la Regione si è dotata, che è una conferma legata ai risultati prodotti da un'attività di quello strumento.

Detto questo, siccome non voglio buttarla in "caciara", che non merita la riunione di questa mattina di fare in questo modo, però un po' di animosità, un po' di pepe: mi fa piacere che anche i colleghi che fino a qualche tempo fa non parlavano con i giornalisti, non andavano in televisione, oggi sono su tutti i giornali e in tutte le televisioni, hanno scoperto che oltre ai *tweet* c'è anche un grande rilievo dei mezzi di comunicazione che arrivano a milioni di persone, quindi anche coinvolgere questi soggetti nell'attività di promozione della nostra realtà territoriale e delle eccellenze, credo sia una scelta giusta che va fatta nei dovuti modi e in modo corretto. Quindi penso che dalla discussione di stamattina, anche per quanto mi riguarda, siano venuti elementi utili di valutazione rispetto a come eventualmente precisare ulteriormente le nostre dinamiche nello svolgimento dell'attività, ma che dalla discussione di questa mattina emerga in modo altrettanto forte e chiaro come lo strumento di cui si è dotata la Regione per la promozione turistica cioè APT, sia uno strumento che ha dato dei risultati assolutamente positivi, confermati dai numeri.

Presidente SERRI

Bagnari.

Consigliere Mirco BAGNARI

Grazie presidente e grazie all'assessore Corsini e ai vertici di APT per la presenza di stamattina, ma ovviamente non solo per la presenza, anche per le informazioni e i chiarimenti che hanno dato, ed eventualmente daranno ulteriormente nella replica.

Io vorrei prenderla in positivo, nel senso che vorrei partire da un'affermazione che ha fatto la consigliera Sensoli in apertura del suo primo intervento, quando ha detto con molta chiarezza che vogliamo scindere quella che è la possibile potenziale efficacia degli *educational tour* da tutta un'altra serie di conseguenze negative che ci possono essere se questi strumenti non sono utilizzati bene. Poi ha fatto tutta un'altra serie di osservazioni o anche domande sulle quali si può essere d'accordo o meno, però io partirei da questo aspetto: il taglio che mi sembra ci sia stato stamattina, la volontà generale di cercare di non approfittare di questa occasione per buttare tutto nel cestino, ma dire ci sono degli strumenti, compreso questo di cui stiamo discutendo su cui stiamo cercando di fare dei chiarimenti, che non è che va buttato via: va fatta una serie di approfondimenti, e io lo colgo come un aspetto positivo. Anche perché mi sembra che i numeri che hanno mostrato, in particolare il direttore, dimostrano che c'è comunque un'utilità di questi strumenti e una loro capacità di generare risparmi e anche un ritorno molto positivo per il nostro territorio dal punto di vista delle presenze turistiche. Quindi credo che questo vada evidenziato.

Poi, credo che ci sia una linea etica oltre la quale non bisogna andare, ma credo che alla fine non bisogna dare per scontato che questo tipo di strumento debba essere visto come uno strumento che può generare corruzione, anzi. Io credo che, a fronte di quello che abbiamo visto, anche di campagne di comunicazione proprio di quest'estate davvero vergognose nei confronti del nostro Paese, quello che ha fatto la stampa tedesca, e apprezzo che non ci sia stata la volontà di cavalcare questo spauracchio del terrorismo collegandolo come si fa troppo spesso all'immigrazione, credo che invece questi strumenti siano stati usati in maniera corretta e importante per cercare di contrastare questa campagna, ripeto, vergognosa che ovviamente non è che fosse fatta gratuitamente, ma probabilmente c'era anche la volontà nel nostro paese di dare un attacco al nostro sistema turistico.

Quindi credo che lo strumento dell'*educational tour* fatto e usato con i criteri etici, necessari e dei quali comunque APT si è dotata, siano strumenti importanti che vanno valorizzati ancora di più in futuro. La cosa secondo me da sottolineare è questa, poi ognuno ovviamente fa i conti con l'etica e con i codici comportamentali nel proprio ambito. Come lo si sta facendo e lo si sta cercando di fare in ambito Regione e APT, così io credo a proposito di quello che fanno e non dovrebbero fare i giornalisti, che ognuno debba fare i conti in casa propria. Per quanto riguarda poi le citazioni, le dichiarazioni anche del presidente dell'ordine nazionale dei giornalisti, credo che ognuno debba fare le verifiche adeguate in casa propria. Chiederlo anche agli interlocutori con i propri operatori, ma si debbano fare.

Riprendo una cosa riguardo gli *educational tour*; mi sembra che si sia dato un po' troppo per scontato che automaticamente il giudizio di chi viene qui ed usufruisce di queste campagne sia poi positivo. Non sempre credo sia così, nel senso che i giornalisti qualcosa devono scrivere e non sempre scrivono positivamente, semplicemente perché fai far loro questi *tour*.

Per quanto riguarda l'atteggiamento tenuto da APT, a parte che mi sembra ci sia stata comunque una volontà di fare controlli adeguati, tant'è che non è che APT si è limitata a chiedere al dipendente se si è comportato bene o male; è scattata tutta un'altra serie di verifiche e di controlli che mi sembra stiano portando a fare un certo tipo di lavoro di trasparenza e approfondimento che va apprezzato. Riprendo le parole del consigliere e collega Calvano, che poi tutta una parte di quello che è emerso, sia anche legato al fatto che c'è stato un blocco ad un certo punto da parte della direzione proprio su questo tema dei rimborsi, quindi vuol dire che i controlli c'erano e che sono comunque stati messi in campo. Questo non vuol dire che automaticamente andava bene tutto quello che si è fatto prima; sono d'accordo anch'io che bisogna andare a sviscerare tutto e anche se si parla di cifre non astronomiche. Questo non diventa un discriminare per dire vale la pena guardarci o no, lì bisogna – come diceva anche il collega Poli – non fare sconti a nessuno.

Chiudo dicendo che noi abbiamo il dovere di applicare quanto già prevede l'azienda al massimo, di verificare e valutare anche se ci sono gli strumenti ulteriori di trasparenza maggiore o controlli stringenti, e anche qui riprendo quello che disse a suo tempo la consigliera Sensoli quando parlavamo di APT, chiedendo verifiche, confronti, mi sembra che la verifica e il confronto ci sia. Quella di stamattina non mi sembra una cosa così banale, l'incontro di approfondimento che abbiamo fatto. Sono anch'io, pur non volendo inflazionare le presenze di APT e dell'assessore Corsini all'interno di questa Commissione, a chiedere senza problemi tutti i confronti e gli approfondimenti che vogliamo, certo e sicuro che l'azienda non ha nessun problema a fornire i chiarimenti del caso, e sono il primo a chiedere che ci sia questa trasparenza, sapendo che questa azienda è uno strumento molto importante. Lo è stato, ma lo sarà sempre di più per l'applicazione anche della nuova legge 4, quindi su questo credo ci sia proprio la necessità di questo scambio continuo.

Chiudo da dove sono partito, dicendo che ho apprezzato la volontà di non dire buttiamo a mare APT, gli *educational tour*, ecc., ma di chiedere una serie di chiarimenti e di trasparenza sul fatto che ci trova perfettamente d'accordo, anche perché - vorrei ricordarlo - quando c'è stata la richiesta dello *streaming*, nessuno ha posto alcuna questione sapendo che c'è un'indagine in corso, quindi con la delicatezza del caso ma sapendo che anche per noi è importantissima la trasparenza e la chiarezza anche su questi temi.

Presidente SERRI

Foti.

Consigliere Tommaso FOTI

Visto che siamo in *streaming*, sarebbe innanzitutto importante che nessuno facesse il processo a nessuno, anche perché qui abbiamo capito chi la maggioranza vuole assolvere e chi vuole condannare. Non avendo visto le carte, e soprattutto anche per rispetto delle parti, perché fino a prova contraria abbiamo anche un eccellente assente: colui il quale si è dimesso dall'incarico, quindi se dovessimo formulare un giudizio di merito, dovremmo quantomeno ascoltare tutte le parti. Io non entrerei in un discorso che in primo luogo appartiene già ad altre autorità, in secondo luogo non assolve, se dovesse essere provata la reiterazione di reati, un *management* che non se ne è mai accorto. Perché dimmi con chi vai, ti dirò chi sei. Lo dico, perché se uno per 18 anni avesse effettivamente truffato la società nella quale lavorava, sarà stato anche bravo, ma penso che i livelli di controllo e i livelli di fiducia fossero mal posti quantomeno. Quindi è pur vero che l'istituto delle dimissioni in Italia è sempre acclarato e mai praticato, ma questo è un altro paio di maniche. Io penso invece che i temi di fondo siano due.

La prima questione: noi riteniamo che gli *educational tour* siano uno strumento o non uno strumento operativo? Nella risposta che ha dato l'assessore Corsini il 26 luglio in sede di Assemblea legislativa, io ho trovato una sua condivisione di un *modus operandi* che, al di là della formula inglese utilizzata per far finta che si cambino le cose, è un mezzo che va avanti da quarant'anni nel mercato delle attività pubblicitarie, perché io lavoravo in una delle più grandi aziende italiane e, quando avevamo l'*offshore* o la macchina che correva in Formula Uno, invitavamo tutti i giornalisti al nostro box. Quindi si è scoperta l'acqua calda quando era già bollita. È vero che la formula è una formula delicata, ma al tempo stesso efficace: un po' perché ti mette direttamente a contatto con un insieme di persone che contattare singolarmente diventerebbe molto difficile, un po' perché è inutile nascondere che si crea anche un rapporto diverso da quello meramente burocratico: anche sotto questo profilo, i paletti ci devono essere, ma devono trovare un limite anche da parte degli interlocutori.

Ho sentito prima parlare di giornalisti Rai, ma i giornalisti Rai dovrebbero rispondere alla Rai se potevano o non potevano accettare degli inviti o meno, perché loro il contratto di lavoro non ce l'hanno con la Regione Emilia-Romagna o con APT, ce l'hanno con la Rai. Così come in generale il mondo dei giornalisti italiani, come i politici devono leggere le regole che non possono accettare regali superiori a 50 euro, dovrebbero leggersi il codice deontologico e capire se nell'ambito del codice deontologico che si sono autodati, vi siano dei limiti o non dei limiti oltre i quali non si può andare. Se invece lo strumento è ritenuto uno strumento negativo, bisogna dirlo. Se si vogliono porre dei limiti, eviterei però di porli per valore, perché mi ricordo un Consiglio comunale della città di Milano dove un consigliere di opposizione continuava 15 anni fa a lamentare una spesa di 1 milione, perché una sera il sindaco Tonioli era andato a cena. Dopo dieci volte che il sindaco Tonioli gli ripeteva di guardare bene la data, alla fine ha sbottato dicendogli: mi sono chiesto dove potevo portare la regina d'Inghilterra, ma se non li invitavo da Gualtiero Marchesi, non avevo idea di dove li potessi portare a Milano. Quindi anche sotto questo profilo una differenza è tra l'articlista che passa del *Washington Post* e il direttore del *Washington Post*, perché se vogliamo fare una promozione di un certo tipo, il rilievo della testata è indubbio che apre dei margini di discrezionalità, sui quali se noi fissiamo delle regole troppo strette, non troveremo mai più nessuno che vada a fare quel ruolo. Delle due l'una: o noi gli diciamo tu spendi 50 euro al giorno e magari li porterà tutti a mangiare la piadina, sperando che la piadina faccia effetto. Fortunatamente, il costo della piadina in Romagna, perché se fosse la Giunta della Toscana e va a Forte dei Marmi a mangiare una focaccia, forse 50 euro non gli bastano: ci deve mettere la differenza lui.

Allora penso che l'errore se c'è errore, il reato se c'è reato, è se uno ha dichiarato degli inviti indicando persone che non hanno mai partecipato alla colazione, al pranzo, al ricevimento, o all'ospitalità, perché quella è una forma di truffa. Ma su tutto il resto – torno a ripetere – se vogliamo fissare dei parametri, li dobbiamo fissare però chiaramente anche a tutela di chi poi opera praticamente perché, tanto per essere chiari, forse fa molta gola un incarico magari di 100 mila euro all'anno, ma se poi uno rischia quello che va a rischiare di spenderne 200 mila di avvocato per poi uscire, il gioco non vale la candela. Penso che su questo siamo d'accordo tutti. Io coglierei l'occasione per dire: se si mettono in moto delle azioni come queste, dove si sa che c'è un certo tipo di discrezionalità, come diceva prima il collega Pompignoli, i controlli devono essere più attenti, perché se io lascio molta discrezionalità, al tempo stesso il controllo a campione non lo lascio fare solo dal revisore dei conti, dove magari uno fortunatamente per dieci anni non ci cade dentro, ma anche altri organi intermedi si devono preoccupare di questo caso.

La seconda partita che mi permetto di consigliare, è questa: vedo che anche nella risposta dell'assessore Corsini, data a suo tempo in Aula, c'è una ricerca di nuovi mercati, o di mercati che hanno perso o che non hanno più aumentato le loro quote di partecipazione. Dato che oggi ho sentito un peana sull'aumento del numero dei turisti, vorrei far presente che tra i turisti italiani, sicuramente significativi come presenza, e i turisti stranieri vi è una diversa appetibilità. Soprattutto mi pare che si registri una qualche difficoltà con il turismo dell'Est. Non so se dipenda dalle vicende anche aeroportuali che interessano Rimini, però mi pare che due delle vecchie capitali di attrazione del turismo russo, anche dall'altra parte della Toscana, Forte dei Marmi, inizino a segnare il passo. Sotto questo profilo, mi permetto di dire che noi dovremmo fare un'analisi pensando che non c'è solo lo strumento del giornale che parla bene di un luogo, perché in molti casi c'è un turista che era già venuto e che non torna. E forse bisogna proporgli un pacchetto, un insieme di attrazioni, un combinato disposto mare/entroterra, che possa ulteriormente sollecitarlo, perché penso che tutti siamo coscienti che in un mondo globalizzato stessa spiaggia, stesso mare, stessa cabina, stesso lettino non paga più. Su questo siamo d'accordo tutti.

Ormai c'è una parte significativa di clientela, che tra l'altro decide all'ultimo minuto, va a scegliersi il mercato turistico magari sul cellulare, e aggiungo anche una considerazione – e colgo l'occasione della presenza del presidente di APT – per dire che anche rispetto ad alcuni strumenti tipo *Trip advisor* qualche riserva inizio a nutrirla, perché se è vero che molti si fanno guidare nelle scelte dall'insieme dei punteggi e dall'insieme dei commenti, soprattutto dopo che è possibile acquistare un pacchetto di consensi, voi capite che stiamo parlando di un mercato che rischia di diventare drogato. Alla fine l'albergo che non gliene frega niente di andarle a comprare, il ristorante che non gliene frega niente, scende nei punteggi e nelle classifiche, e magari ha un trattamento eccellente, altrove vi è una situazione differente.

In conclusione, penso che a fronte di una persona che si è dimessa, si può avere soltanto il responso, se ci sarà o meno, dell'autorità giudiziaria in ordine alla sua responsabilità, fatto salvo che se si dovesse aprire effettivamente una fase di processo, penso che APT, come la Regione, debbano costituirsi parte civile, perché se si va lì, il danno ce l'ha avuto APT e la Regione. Sotto il profilo invece del futuro, forse una riflessione un po' più attenta perché la Regione dà delle linee guida, ma poi operativamente bisogna decodificarle, e soprattutto rispetto a chi va a ricoprire o a chi ricopre questo incarico, un mansionario attento e qualche verifica in più, senza ovviamente far venire meno il principio dell'*intuitu personae*, perché se lo vai a prendere perché ritieni che sia un professionista, poi diventa anche abbastanza antipatico trattarlo come se fosse ogni giorno un criminale. Però una forma di controllo più precisa ci vuole. Se si vogliono fissare dei limiti, a questo punto li si fissino sapendo però che più si fissano dei limiti verso l'alto, più si apre una fase di discrezionalità, più si fissano dei limiti verso il basso è forse meno efficiente è lo strumento. Quindi probabilmente occorre un combinato disposto, che sia soprattutto più informazione sulla modalità con cui uno esercita la sua professione.

Presidente SERRI

Bene, grazie, non ho altri interventi. Prego Pruccoli.

Consigliere Giorgio PRUCCOLI

Grazie presidente, molto brevemente. Per mia natura sono garantista, fino a prova provata che qualcosa davvero sia successo e che sia successo qualcosa di irregolare, quindi anch'io scelgo la strada di non entrare nel merito della questione, perché intanto è apprezzabile il fatto che ci siano state delle dimissioni in attesa dell'accertamento e molto apprezzabile che il sistema dell'azienda abbia pensato di avviare subito delle indagini approfondite interne per arrivare alla determinazione e all'accertamento dello svolgimento dei fatti. Per cui, in questa fase mi sento dire che per quanto mi riguarda sono sulla posizione del "si vedrà se è successo, che cosa è successo e casomai si vedrà anche nell'eventualità – come qualcuno chiedeva di fare – semmai anche per quanto tempo". Questo però – e riprendo le parole del collega Calvano - significa che c'è un sistema, una rete di sicurezza e che serve andare ad intercettare questi comportamenti, che in un certo qual modo ha funzionato ed è stata in grado di intervenire non appena il problema è emerso. Si tratta in buona sostanza, come in tutti gli ambienti di lavoro, ma ovviamente anche all'interno delle istituzioni, si tratta di agire per andare ad intercettare a volte purtroppo la capacità di infilarsi nelle pieghe di un sistema, di un regolamento, di un insieme di modi di operare, capitalizzando quell'esperienza ad agire per intercettare preventivamente la mala intenzione. Se abbiamo capito che qualcuno o qualcosa è riuscito a infilarsi nel sistema, questo fa storia per capire che bisogna eventualmente andare ulteriormente a stringere le maglie, per far sì che la mala intenzione e la premeditazione da parte del singolo, da parte di chi opera e dovrebbe essere – ma talvolta può succedere che non lo sia – garante della regolarità dei percorsi, possa prendere un'altra strada. Il sistema rafforzato dei controlli va sempre bene, il che non significa

arrivare all'ingessatura e alla paralisi totale, ma il sistema dei controlli, anche tenendo conto delle esperienze che si maturano, va sempre bene.

Il tema più politico, che è quello che abbiamo davanti noi, posto che non siamo magistratura e non siamo nemmeno coloro che devono agire durante la fase eventualmente inquirente, è se questa prassi degli *educational tour* sia una cosa buona oppure no: qui sta il tema politico. Se quel tipo di investimento che viene fatto dalla nostra azienda, sia un qualcosa che porta dei risultati, che ha qualcosa di positivo in sé oppure no. E credo che anche dalla relazione di questa mattina, anche io ringrazio sia i vertici di APT che l'assessore Corsini per questa ampia illustrazione, credo che questa mattina abbiamo avuto la prova provata che questo è un sistema che funziona, che ha dato dei risultati. L'aumento di presenze turistiche sul nostro territorio, al netto del calo dei turisti russi che ricordava il collega Foti, è evidentemente un dato che fa capire che la promozione turistica all'interno di questa regione funziona e anzi, in un momento di grande difficoltà, ha dei numeri da poter portare in maniera positiva alla nostra attenzione.

Il valore dei redazionali credo che un po' lo si conosca tutti; credo non sfugga nemmeno che sia le testate giornalistiche che anche i telegiornali, devo dire da profano della comunicazione, ma che questi organi abbiano al loro interno degli spazi dove il confine tra informazione e promozione qualificata non è facilmente distinguibile. Credo che questo sia evidente a tutti, anche a chi non è esperto di settore o di comunicazione. Penso anche solo a tutti i pezzi che vengono fatti sulla promozione della cultura, dove evidentemente negli spazi della cultura c'è una scelta fatta a monte, e la redazione o chi firma il pezzo si prende la responsabilità di andare a calcare e a promuovere e ad evidenziare i pregi di una situazione, di un evento piuttosto che di un altro.

Credo quindi, per supportare un po' il ragionamento, che nelle regole di settore in cui si opera – questo vale per tutti e quindi vale anche nel settore del turismo – bisogna starci. A quelle regole bisogna starci. Se è una pratica invalsa che porta risultati positivi, quella degli *educational tour*, non è che noi possiamo chiamarci fuori perché c'è un rischio. Qui riprendo ancora una volta il discorso che faceva Calvano: non possiamo pensare che, siccome ci possono essere dei problemi, agiamo preventivamente e non facciamo le cose. Se per le regole e per una buona promozione del nostro territorio dobbiamo adottare determinati strumenti che, fino a prova contraria, sono leciti, perché non hanno nulla di irregolare, noi in quel mondo ci dobbiamo stare e quelle pratiche dobbiamo pensare di spingerle al massimo fino al confine della correttezza, della responsabilità, dico della diligenza del buon padre di famiglia, che è quella che dovrebbe accompagnare tutti noi nello svolgimento delle nostre mansioni quotidianamente. Poi, è chiaro che se qualcuno sbaglia, bisogna arrivare, perseguire e cercare di migliorare, magari introducendo degli ulteriori elementi di barriera per far sì che eventuali comportamenti non consoni vengano identificati prima, intercettati prima e colpiti prima. Però attenzione a non demonizzare lo strumento, attenzione a non portarci al sospetto preventivo su APT nel suo insieme, intesa come azienda, perché sta operando bene: abbiamo avuto tutti quanti gli elementi per poterlo dire credo in maniera unanime oggi, e al momento siamo davanti ad un'indagine in corso su un caso isolato, quindi su un tentativo – ad oggi un tentativo – di aggirare le regole che l'azienda stessa si era data sui controlli. Questo non significa buttare il bambino con l'acqua sporca. Grazie.

Presidente SERRI

Pompignoli.

Presidente POMPIGNOLI

Due considerazioni dopo tutti gli interventi. Sono anche contento del fatto che dopo aver parlato, comunque ho stimolato un po' la discussione con tutti i consiglieri, perché sono intervenuti praticamente tutti. Tutti siamo comunque dell'idea che questa audizione sia stata importante,

perché comunque ci ha evidenziato degli aspetti. È anche vero, dall'altro lato, che guarda caso tutte le volte che ci sono delle problematiche, a richiedere l'audizione è sempre l'opposizione, non è mai un'iniziativa del centrosinistra. Questo giusto per un appunto che devo semplicemente fare. Dall'altro lato, è vero che le scelte di APT Servizi sul turismo comunque sono scelte dettate dal centrosinistra.

Come diceva il consigliere Poli, noi abbiamo idee diverse: ad esempio, il non far parte della Macroregione Alpina secondo noi è stato un errore, non soltanto dal punto di vista economico, ma anche dal punto di vista della promozione della nostra regione. Questa è un'idea diversa rispetto a quella che è la promozione del turismo e la valutazione del nostro territorio. Ci sono altre idee, non era questo il caso di poterle portare ora in Commissione evidentemente, perché oggi l'oggetto della Commissione è capire lo stato dell'arte non tanto di APT Servizi (conosciamo i numeri e conosciamo tutto), ma di quello che è successo, e quindi entrare più nel merito della questione. Non credo sia stata fatta tanta luce e tanta chiarezza sulla base di questa audizione, pertanto verificheremo poi un domani, all'esito dei vari procedimenti, quello che è stato, quelle che saranno le conseguenze e se effettivamente – e non si vuole fare un processo alle intenzioni – se verranno riscontrate queste irregolarità, come peraltro già dichiarato dalla presidente di APT Servizi sui giornali che ci sono irregolarità, vedremo a chi attribuire le responsabilità.

Presidente SERRI

Solo una considerazione prima di ridare la parola all'assessore per le considerazioni e le risposte finali. Credo che l'impostazione iniziale dell'assessore, che era quella di scindere in due parti la discussione di oggi, quindi da una parte riportare i fatti avvenuti dal 9 agosto in avanti e illustrare, mettere a conoscenza quello che è stato il percorso fatto sia rispetto al suggerimento dell'Assessorato che ha chiesto subito di aprire un'indagine interna, e poi l'attenzione posta da APT nell'approfondire per far emergere tutti i fatti, credo che sia stato un elemento positivo.

Allo stesso tempo, credo che sia stato ben messo in luce sia dalla relazione, ma anche dagli interventi – credo che possiamo dire che su questo c'è stato un giudizio unanime – che dobbiamo tenere dritta la barra rispetto all'obiettivo di sviluppo di un settore come il turismo che è strategico per la nostra economia. I risultati che abbiamo visto nell'ultimo anno sono risultati importanti, quindi dobbiamo stare su questo obiettivo che deve vederci ancora migliorare quei dati. Quindi gli strumenti devono essere utilizzati e analizzati, perché essi siano i migliori e quelli più efficaci, e devono essere anche gli strumenti che dialogano con il mondo, perché quando ragioniamo di turismo, credo che la competizione sia una competizione che va a un livello di questo tipo: l'internazionalizzazione credo che sia uno degli obiettivi – lo diceva anche qualcuno nei suoi interventi – molto importante.

Mi sentirei di proporre di impegnarci su una futura seduta di Commissione, che potrà magari aggiornare anche la discussione sui fatti, ma soprattutto approfondire, perché credo che questo sia utile e importante per tutti i consiglieri, quelle che sono le misure messe in campo, le strategie messe in campo anche per il futuro, a partire anche dalle prossime stagioni turistiche del prossimo anno, da APT che, voglio anche sottolineare, è uno strumento che ci viene spesso invidiato anche dagli altri territori regionali. Credo che sia bene ricordare anche questi aspetti, e poi ovviamente se ci sono comportamenti non corretti, devono essere assolutamente ripresi: ovviamente le indagini e gli approfondimenti ci diranno poi quali sono i livelli di responsabilità e poi dovranno esserci i provvedimenti che ne conseguono. Quindi ora cedo la parola al direttore Burioni per rispondere alle tante domande e considerazioni che sono state poste.

Direttore BURIONI

Grazie della parola. Intanto vorrei ringraziare la consigliera Sensoli e il consigliere Pompignoli per le domande puntuali, che effettivamente meritano un approfondimento.

Per quello che riguarda i rimborsi di dirigenti, di giornalisti di TV pubbliche se esiste un accordo tra APT Servizi e queste emittenti televisive: non ci sono accordi né verbali, né scritti su questo, esiste un dialogo. Ci sono occasioni in cui effettivamente le segreterie di Rai, Sky e Mediaset ci chiedono un supporto per ospitare un giornalista che magari termina il servizio notturno, oppure hanno delle difficoltà a reperire le camere di albergo; solitamente loro hanno delle convenzioni, a volte gli alberghi in determinati periodi non glielo danno, per cui esiste una richiesta tra segreterie che ci può arrivare. In questo caso, abbiamo fatto queste azioni di ospitalità, perché arrivavano dalle segreterie. Però gli hotel comunque avevano la fattura di APT Servizi ed era intestato tutto a APT Servizi, quindi nessun genere di rimborso c'era su questo.

Chi decide di ospitare. Solitamente è il capo ufficio stampa, il direttore della comunicazione quello che decide chi sono gli ospiti da ospitare, però a volte capitava che ad esempio io o altri collaboratori eravamo in una fiera all'estero importante, incrociavamo un importante giornalista, logico che riportavamo quel nominativo in APT e cercavamo in tutti i modi, vista la bontà del giornalista, di portarcelo a casa. La esprimo così: sono capitati dei giornalisti molto buoni in Brasile e adesso da loro partirà un film con la *Paramount Pictures*. Per cui, dal Brasile siamo finiti negli Stati Uniti e adesso ci sarà un'importante produzione televisiva. Magari capitano anche botte di fortuna – come le chiamo io – su questi incontri che si possono fare.

Per quello che riguarda l'ospitalità alberghiera di una settimana, anche per i *travel blogger* effettivamente abbiamo fatto – in questo caso era un giornalista Rai – dei pernottamenti un po' più lunghi e non c'è stato un immediato riscontro di un servizio televisivo, bensì utilizziamo questi momenti anche per fare delle *satisfaction* che è il giornalista stesso che ci chiede, per cui vuole andare a vedere la *Wellness valley*, la *Motor valley* e lo portiamo a visitare le varie eccellenze. È logico, non di tutti i giornalisti ci sarà poi il servizio televisivo, questo a volte capita. Come tanti giornalisti non scrivono, anche i *travel blogger* purtroppo non scrivono, oppure hanno scritto di noi dopo tre anni. Non vi so spiegare adesso la regola precisa, per cui ci sia una temporalità tra ospitalità e realizzazione del pezzo o comunicazione: a volte purtroppo trascorrono anche tre o quattro anni e poi magicamente esce fuori il pezzo. Su questo non abbiamo questo legame causa/effetto.

Per quel che riguarda la Fly, che era il servizio di Mediaset, io personalmente avevo contattato la redazione di Mediaset per un evento, loro mi hanno detto di non avere un budget sufficiente, che l'evento gli interessava ma non avevano il budget per coprire l'evento, non c'erano i soldi per coprire l'ospitalità della giornalista, tanto più per mandare un operatore da Milano per coprire questo genere di evento. In quel caso, è stata fatta la scelta di fornire determinati servizi che servono per realizzare il servizio TV. Sono stati fatti sette servizi su Mediaset, perché effettivamente l'evento era piacevole, era importante, per un controvalore di 200 mila euro: quello che avevamo calcolato noi rispetto ai sette servizi Mediaset. In quel caso, è un costo opportunità che abbiamo cercato di valutare. Non sapevamo naturalmente dei sette servizi, magari sui due o tre servizi ci speri sempre quando fai questo genere di operazioni.

Come sono scelti i giornalisti esteri. In alcuni mercati che, secondo me, sono particolarmente importanti, abbiamo fatto secondo la nostra procedura degli appalti, in realtà sono contratti atipici, abbiamo chiesto dei preventivi a delle agenzie molto importanti che si trovano su questi mercati, perché effettivamente noi tramite l'Ente nazionale del turismo riusciamo ad avere dei nominativi, li abbiamo anche noi, però è logico che avere proprio dei giornalisti buoni, molto influenti, a volte c'è la necessità di avere un'agenzia che ti supporta, una sorta di antenna che ti facilita la scelta del giornalista migliore. Questo lo facciamo per la Germania, lo facciamo per il Regno Unito, per gli Stati Uniti; una piccola parte l'abbiamo fatta sui social media per la Cina,

perché lì la parte *social network* sta avendo una pressione molto importante. Per cui, in questo caso su alcuni mercati che riteniamo importanti, utilizziamo anche dei centri media.

Sulla scelta del ristorante. Credo che il ristorante si sia capito qual è. Effettivamente è stato il giornalista che, quando è stato qui ospite nostro, ha fatto questa precisa richiesta. Purtroppo non siamo riusciti a scaricarlo sul ristoratore. Abbiamo ritenuto comunque congruo che il peso e l'importanza del giornalista potesse essere tale da poter effettuare quel genere di spesa per poterlo ospitare in quel determinato ristorante. Mi ricordo bene il caso.

Criteri di ristoranti e hotel. Anche sui criteri di scelta di ristoranti e hotel, ci sono alcuni hotel – faccio un esempio su Rimini – che effettivamente danno un po' il simbolo della città, e comunque riusciamo ad ottenere dei prezzi che sono da quattro stelle o anche meno per questo tipo di accordo, ma perché sono dei monumenti della città che sono coperti da Soprintendenza e quindi si capisce perché c'è una simbologia dietro a questa cosa. Ricordo comunque che nella scelta dei ristoranti, agriturismi e quant'altro noi ci giochiamo la carta quando abbiamo ospite il giornalista: cerchiamo di individuarli in un albo dove sappiamo che ci fanno fare la figura, o comunque che danno dei servizi particolari. Quella è sicuramente una caratteristica di cui teniamo conto, però chiediamo sempre al giornalista di evitare di inserire il nome del ristorante, perché secondo me non è corretto. Quello che dobbiamo far emergere è il territorio, la cucina e quant'altro. È logico che in questo periodo ci stiamo giocando un rapporto molto stretto tra enogastronomia e chef, perché tramite associazioni, o anche singoli chef, abbiamo una visibilità, un potere di attrarre verso questo territorio e farlo conoscere a delle importanti riviste, quindi cerchiamo di utilizzarlo al meglio come leva di visibilità. Questo sicuramente è importante.

La divisione tra *educational tour* specializzato e quando non è un *educational tour*, ma è una *hospitality* per un giornalista. Solitamente quando trattiamo la stampa straniera, è sicuramente quasi sempre un *educational tour*, perché dobbiamo prendere il viaggio, l'hotel e tutto quanto. A volte capita invece che in questa parte, che è la *media relation*, esistano anche rapporti tra le segreterie dei vari telegiornali in cui ci si accorda anche per un'ospitalità su un giornalista. Faccio l'esempio della Notte rosa, che finisce alle tre del mattino per alcune riprese televisive, effettivamente magari ci sono delle richieste di ospitalità.

C'era la domanda dell'indagine interna del 9 agosto. Effettivamente è partita quel giorno, perché fino a quel momento non risultava nulla: ci potevano essere le segnalazioni che abbiamo visto, ma assolutamente non pensavamo nulla di scorretto. Questo si collega poi alla domanda del presidente Pompignoli e ribadisco questa cosa: non dubitavamo di nulla. Tutto qui.

Presidente SERRI

Zanetti.

Presidente ZANETTI

Mi scuso se nell'esposizione degli organismi di controllo ho dato la sensazione di aver voluto "scaricare" la responsabilità sull'organismo di vigilanza, cosa assolutamente non vera. La mia volontà era semplicemente quella di esporre alle due Commissioni gli organismi di controllo di cui si avvale APT Servizi, e ribadisco che le procedure sono state decise, votate dal Cda e il sistema di controllo e di codice etico è stato consegnato a tutti i dipendenti di APT Servizi e da qui ogni persona, ogni componente del personale di APT Servizi, dal presidente, al direttore, ai dirigenti, ai responsabili, sono tenuti al rispetto delle modalità sotto la personale responsabilità. Quindi è evidente che il Cda che si riunirà, alla luce di questi episodi, anche in collaborazione con la Regione che ha avviato un dialogo che riguarda proprio questo tema delle partecipate, se decide di attuare altre modalità di controllo, ma ripeto e ribadisco che ogni componente è tenuto a rispettare il codice etico e le modalità che sono state dettate dal Cda.

Assessore CORSINI

Ho ascoltato con molta attenzione tutti gli interventi e sono molto confortato dalla discussione che si è sviluppata questa mattina, perché nessuno dei consiglieri intervenuti, che ringrazio, ha messo in discussione il ruolo strategico di APT. Ho colto questo primo segnale politico dalla discussione di questa mattina. Non era scontato. Credo che questo sia un elemento da sottolineare.

Naturalmente come in tutte le cose, anche il lavoro di APT può essere messo in discussione, ci mancherebbe altro, e da questo punto di vista accolgo volentieri l'invito che ha fatto il presidente della Commissione Bilancio Pompignoli, raccolto da altri, di fare una discussione nel merito rispetto alle strategie. Massima disponibilità naturalmente, anzi non pretendo, e neppure i vertici di APT, di avere le ricette miracolose per attrarre milioni di turisti: se ci sono, come mi auguro, delle proposte o dei contributi che potranno migliorare le strategie turistiche della regione, non solo quelle relative alla promo commercializzazione, c'è non solo la massima disponibilità ma anche un auspicio rispetto a questo obiettivo, per fare una discussione politica ma di merito sulle strategie.

D'altronde, mi pare fosse stato ricordato da qualcuno nei propri interventi, in Emilia-Romagna esiste l'APT regionale. Quando è partita la riorganizzazione, la grande riforma turistica regionale ce n'erano 9 di APT. Lo dico perché in molte Regioni italiane ci sono ancora le APT provinciali, e alcuni miei colleghi, di qualsiasi colore politico, stanno studiando il nostro modello. Mi chiedono come abbiamo fatto, anche dal punto di vista politico, a cancellare 9 APT provinciali e farne una unica regionale. È uno strumento che funziona e che è preso come riferimento a livello nazionale. Poi ripeto, naturalmente si può fare e cercheremo di fare sempre meglio rispetto al lavoro fatto fino ad oggi. Quindi sono confortato, perché tutti nei propri interventi hanno raccolto il mio invito a tenere distinte le cose: da una parte, come diceva il consigliere Calvano, la responsabilità soggettiva, se appurata grave, di un dipendente che ha un ruolo – che aveva, perché si è dimesso immediatamente il 9 agosto da quel ruolo – una responsabilità e una funzione strategica dalla funzione dell'Azienda di promozione turistica. Questa distinzione è stata rispettata nella discussione di questa mattina. Ora non entro nel merito dei singoli casi, perché lo ha fatto molto bene il direttore.

Poi, per provare a dare una risposta anche al quesito che mi ha posto direttamente la consigliera Sensoli, se sono a conoscenza delle strategie, o comunque delle azioni di APT Servizi, naturalmente ne sono a conoscenza, nel senso che le cose che vi ha illustrato questa mattina il direttore rispetto ai vari mercati, non se le è inventate il direttore: non nascono dal caso, prendono origine da una delibera della Giunta, che approva il piano operativo della promozione turistica della Regione. La approva su proposta del Comitato di concertazione turistica, che è il Tavolo regionale che domani sarà sostituito da un'altra cosa, ma comunque la cui funzione rimane quella, composto dai territori e dalle associazioni di categoria che rappresentano le imprese turistiche di questa regione, che propongono alla Giunta un piano di azione: prima era annuale, adesso siamo passati dal piano di azione annuale al piano di azione triennale, perché le politiche e gli obiettivi strategici della promozione turistica non possono avere il respiro di un anno, soprattutto se li pensiamo traguardati ai mercati internazionali.

Faccio un piccolo esempio, piccolo ma significativo: noi abbiamo fatto quest'anno un investimento forte sul mercato tedesco di lingua tedesca per provare a recuperare quote di quel mercato, investimento importante che, sommando le diverse azioni, non tutte di APT, ma del sistema turistico è stimato in circa 1 milione di euro; verificheremo i risultati. Posso già dire che abbiamo avuto nel primo anno un incremento significativo delle presenze dai mercati di lingua tedesca verso l'Emilia-Romagna. Probabilmente di quelle azioni che abbiamo fatto, ce n'è qualcuna da

confermare, ad esempio il treno, anzi da potenziare; forse qualcuna di quelle azioni non ha dato risultati efficaci e quindi la ritarderemo, la cambieremo. Però quell'iniziativa, quell'investimento, che è stata una scelta politica scritta e decisa dal Comitato di concertazione turistica, quindi dalla Regione che lo coordina e che lo indirizza, ma condivisa dagli altri soggetti pubblici e privati, è una scelta che noi porteremo avanti almeno anche nei prossimi due anni, per dare continuità ad una progettualità finalizzata ad aggredire quel mercato, che sappiamo quanto è importante per la nostra regione.

Quindi le strategie sono naturalmente decise dalla Giunta, su proposta del Comitato di concertazione; i mercati sono decisi all'interno di questa strategia; i prodotti da promuovere sono decisi all'interno di questa strategia, perché se l'APT ha fatto diversi *educational* sulla *Wellness valley* portando nei centri termali più eccellenti della nostra regione questi giornalisti, lo ha fatto perché a monte la strategia politica della Regione è stata quella, ed è quella, di promuovere la *Wellness valley*. Poi naturalmente non so il nome e il cognome dei giornalisti che vengono invitati, ci mancherebbe altro; c'è la struttura operativa di APT Servizi che si deve occupare di questo aspetto.

Mi fermo qui, faccio un'ultimissima considerazione sul caso specifico e sul tema invadendo un po' il campo. Ho seguito ovviamente con grandissima attenzione le vicende di questi ultimi giorni, di queste ultime settimane, a partire dal 26 luglio, giorno della presentazione dell'interrogazione, e devo dire che, con l'attenzione giusta che questa cosa meritava, APT – e lo dico con la certezza di quello che dico – ha un sistema interno di controlli che si sono accentuati, si sono rinforzati dopo che le aziende *in house providing* sono state assimilate agli enti pubblici, e quindi controllo analogo, assolutamente in regola, forse qualcosa in più, rispetto alle normative. Un sistema che funziona – ce lo ha descritto prima la presidente –, tre livelli di controllo. Detto questo, nulla toglie, e ci lavoreremo, perché partendo comunque da questo principio, da questa constatazione: che APT fa le cose in regola rispetto alle normative sul sistema dei controlli, sulla trasparenza, nulla vieta che si possano valutare degli ulteriori strumenti che rafforzano il sistema presente attualmente, ripeto, perfettamente in regola con le norme previste a livello nazionale e regionale. Anche per raccogliere l'invito che durante gli interventi venivano fatti, anche per fare tesoro dell'esperienza dei fatti che sono successi, rispetto ai quali naturalmente io non sono quello che deve dare un giudizio, perché ci sarà fra qualche giorno il consiglio d'amministrazione che farà le proprie considerazioni e poi prenderà i necessari provvedimenti. Grazie.

Presidente SERRI

Grazie, chiudiamo la seduta.