

AZIENDA DI PROMOZIONE E SVILUPPO TURISTICO DI LIVIGNO Srl

Società unipersonale
Sede Legale: Plaza Dal Comun n°93 – Livigno (So)
Iscritta al Registro Imprese di SONDRIO - C.F. e n. iscrizione 92015260141
Iscritta al R.E.A. di SONDRIO al n. 57178
Capitale Sociale Euro 516.000,00=

RELAZIONE SULLA GESTIONE EX ART. 2428 C.C.

Introduzione

Signori Soci,
la presente relazione sulla gestione costituisce un elemento autonomo a corredo del bilancio di esercizio sottoposto alla Vostra approvazione.

Andamento della gestione

L'inverno 2022 è stato il primo inverno di ripresa ufficiale dopo la pandemia mondiale COVID-19, il primo senza le incertezze degli ultimi tre anni, ed ha visto una forte ripresa del turismo, con un numero di presenze superiore al milione e quasi pari alle presenze della stagione invernale 2018/2019.

L'estate 2022 ha registrato ottime presenze, addirittura maggiori a quelle della già ottima stagione estiva 2021, già superiori a quelle di tutte le stagioni estive degli anni precedenti.

Complessivamente nel 2022 si sono registrate più di 1.800.000 presenze a Livigno.

I ricavi derivanti dalla gestione della struttura AquaGranda sono aumentati rispetto agli anni precedenti, e soprattutto a partire dal mese di agosto i dati sono superiori rispetto a quelli dell'anno di riferimento 2019.

Gli stanziamenti ordinari del Socio Unico, unitamente ad un'accorta gestione delle risorse e al reperimento di fondi straordinari da imputare alla partecipazione a bandi pubblici e all'accesso a crediti d'imposta su diversi fronti, hanno permesso alla società di realizzare numerose attività turistiche e continuare ad investire per l'ammodernamento e il completamento della struttura Aquagrande, anche grazie all'accensione di un nuovo finanziamento.

Il sotto riportato "report indicatori" per l'anno 2022 fotografa con precisione la situazione che di fatto ha vissuto la località e di riflesso l'azienda.

1. INDICATORI DI PRESTAZIONE

La tabella 1 evidenzia in modo sintetico la valorizzazione degli indicatori di prestazione dell'anno 2022.

Tabella 1: valutazione indicatori di prestazione annuali al 31/12/2022

OBIETTIVO STRATEGICO	MACRO INDICATORE & OBIETTIVO 2022	VALORE OBIETTIVO AL 31/12/2022
Supporto alla stagione invernale	Numero di presenze del comparto ricettivo di Livigno durante la stagione invernale 2021/22 almeno pari all'80% delle presenze della stagione invernale 2018/19* (ossia almeno pari a 982.916 PRESENZE)	Numero di presenze inverno 2021/22 (dal 01/12/21 al 30/04/22) = 1.149.595 PRESENZE → OBIETTIVO RAGGIUNTO

Supporto alla stagione estiva e stagioni intermedie	Mantenimento del numero di presenze rispetto a quelle registrate nei mesi MAG/NOV dell'anno precedente ossia almeno 667.000 presenze	Numero di presenze stagione estiva 2022+ intermedie 2022 (dal 01/05/22 a 30/11/22) = 678.794 PRESENZE → OBIETTIVO RAGGIUNTO
Mantenimento del servizio booking	Importo delle prenotazioni effettuate su Yanovis almeno pari all'80% dell'importo delle prenotazioni dell'anno 2019*ossia almeno € 764.700	Importo prenotazioni booking engine Yanovis anno 2022 = € 1.109.647 → OBIETTIVO RAGGIUNTO
Efficienza nella gestione della struttura AquaGranda	RICAVI di AQ nell'anno 2022 in linea con quanto preventivato ossia almeno pari a € 2.300.000	Ricavi complessivi riferiti alla struttura AQUAGRANDA nell'esercizio 2022 = € 2.331.751 → OBIETTIVO RAGGIUNTO
	MOL di AQ nell'anno 2022 in linea con quanto preventivato ossia non inferiore a - 468.000 €	MOL della struttura AQUAGRANDA nell'esercizio 2022 = - € 765.585 → OBIETTIVO NON RAGGIUNTO
Efficienza nell'attività di comunicazione	CTR (click through rate) campagna invernale digitale anno 2022 > 0,3	CTR campagna invernale digitale anno 2022 = 3,68 → OBIETTIVO RAGGIUNTO
	CTR (click through rate) campagna estiva digitale anno 2022 > 0,3	CTR campagna estiva digitale anno 2022 = 0,67 → OBIETTIVO RAGGIUNTO
	ROI attività di P.R. 2022 superiore di 30 volte rispetto al valore dell'investimento in attività di p.r. rivolte ai media sull'anno	ROI attività di P.R. 2022 = 32,54 → OBIETTIVO RAGGIUNTO

OBIETTIVO STRATEGICO	MACRO INDICATORE & OBIETTIVO 2022	VALORE OBIETTIVO AL 31/12/2022
Efficienza nell'attività di comunicazione	Tempo medio di sessione utente nel sito livigno.eu nell'anno 2022 maggiore di 2 minuti	Tempo medio di sessione utente nel sito livigno.eu nell'anno 2022 = 2'20" → OBIETTIVO RAGGIUNTO
	Tasso di conversione pagina e-commerce nell'anno 2022 ossia rapporto tra il numero di visitatori della pagina e-commerce e il numero di visitatori che effettuano una prenotazione maggiore del 1%	Tasso di conversione pagina e-commerce nell'anno 2022 = 1% → DATO NON RILEVATO
	Numero medio di pagine visitate per sessione nel sito livigno.eu nell'anno 2022 almeno pari a 2,5	Numero medio di pagine visitate per sessione nel sito livigno.eu nell'anno 2022 = 2,4 pagine → OBIETTIVO QUASI RAGGIUNTO
Efficienza nell'attività di comunicazione digitale	Mantenimento rispetto all'anno precedente del numero di nuovi contatti profilati attraverso le piattaforme online e di attivazione digitale nel corso dell'anno 2022 ossia almeno 20.000 nuovi contatti	Numero di nuovi contatti profilati attraverso le piattaforme online e di attivazione digitale nel corso dell'anno 2022 = 22.965 nuovi contatti → OBIETTIVO RAGGIUNTO
	Aumento della media mensile dei download e di aggiornamenti della nuova App My Livigno rispetto a quelli dell'anno 2022 ossia almeno 1.500 download	Media mensile dei download e di aggiornamenti della nuova App My Livigno anno 2022 = 3.057 download → OBIETTIVO RAGGIUNTO

Di seguito vengono valorizzati i valori obiettivo degli indicatori al 31/12/22.

Obiettivo strategico: Supporto alla stagione invernale

Valore obiettivo: Numero di presenze comparto ricettivo Livigno durante l'inverno 2021/22 (dic 2021/apr 2022) almeno pari all'80% delle presenze della stagione invernale 2018/19, ossia almeno pari a 982.916 presenze.

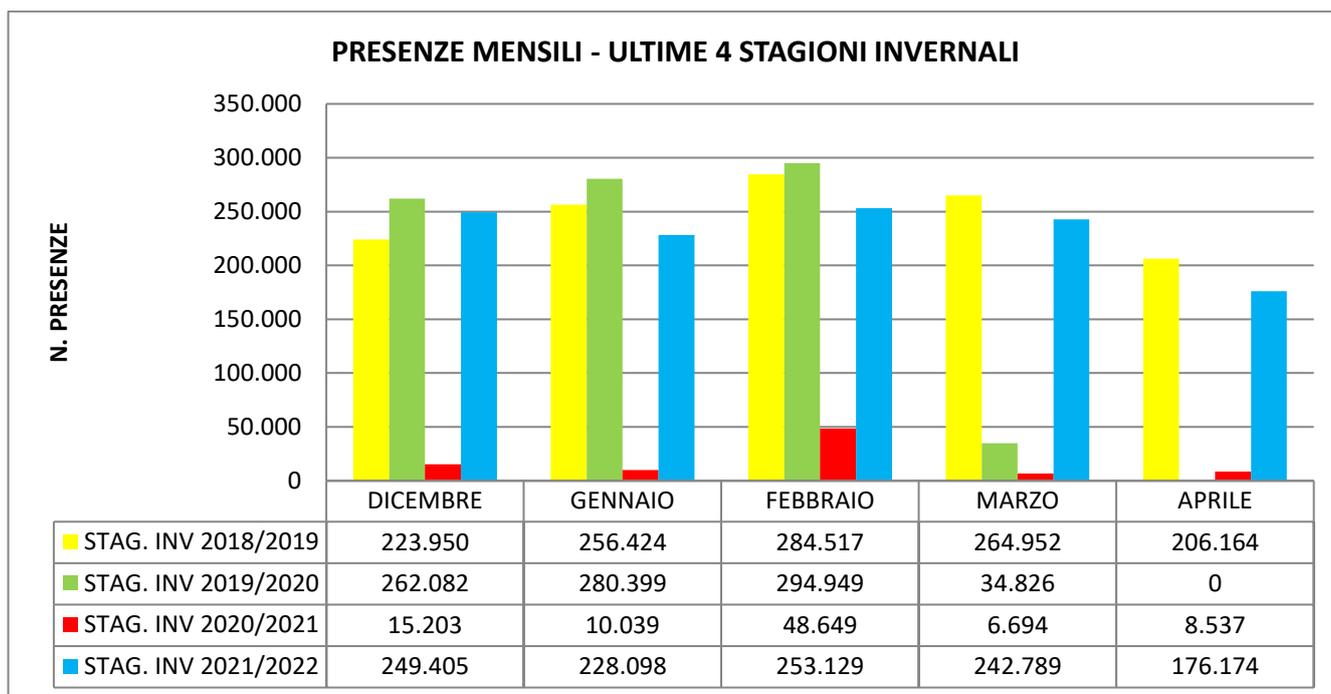
Numero di presenze inverno 2021/22 (dal 01/12/20 al 30/04/21) = 1.149.595

Numero di presenze inverno 2020/21 (dal 01/12/20 al 30/04/21) = 89.122

Numero di presenze inverno 2019/20 (dal 01/12/19 al 30/04/20) = 877.943

Numero di presenze inverno 2018/19 (dal 01/12/18 al 30/04/19) = 1.228.646

→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**



L'inverno 2022 è stato il primo inverno di ripresa ufficiale dopo la pandemia covid 19, il primo vero inverno senza le incertezze degli ultimi tre anni, ed ha visto una forte ripresa del turismo, con un numero di presenze superiore al 90% delle presenze della stagione 2018/2019.

Obiettivo strategico: Supporto alla stagione estiva e alle stagioni intermedie

Valore obiettivo: Numero di presenze comparto ricettivo di Livigno durante i mesi da maggio a novembre almeno pari al numero delle presenze registrate negli stessi mesi dell'anno precedente ossia almeno pari a 667.003 presenze.

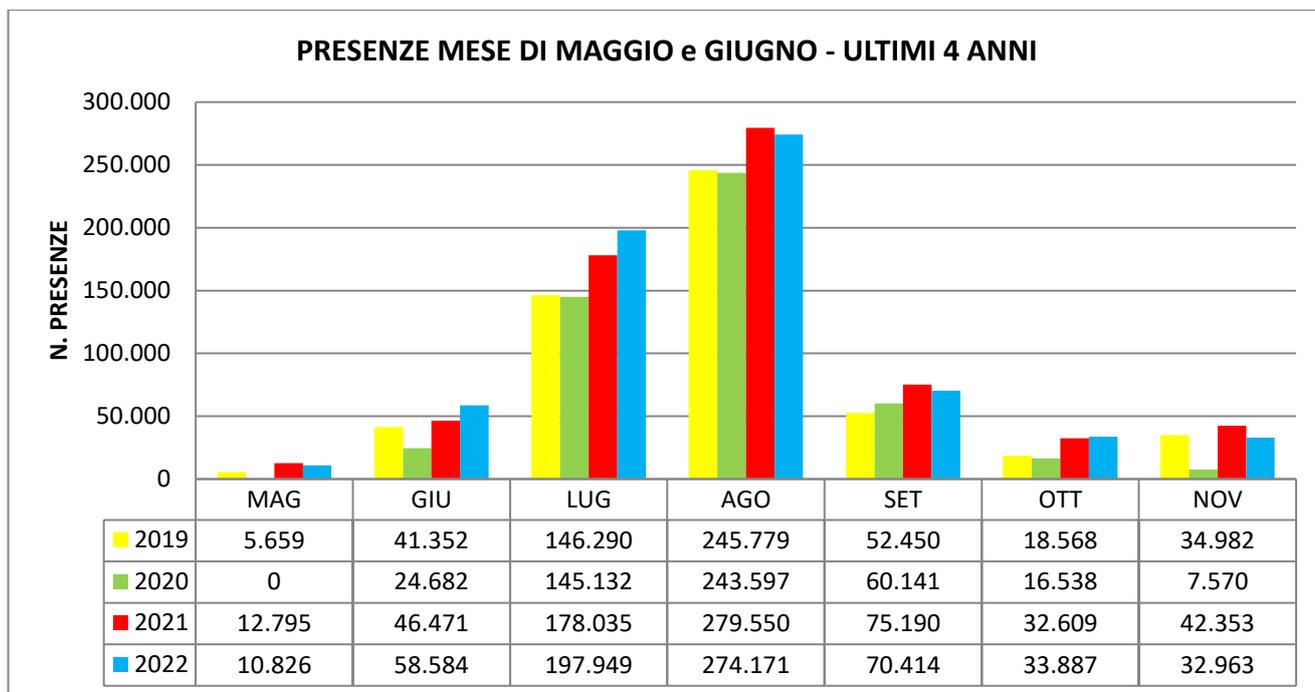
Numero di presenze durante i mesi da 01/05/22 a 30/11/22 = 678.794

Numero di presenze durante i mesi da 01/05/21 a 30/11/21 = 667.003

Numero di presenze durante i mesi da 01/05/20 a 30/11/20 = 497.660

Numero di presenze durante i mesi da 01/05/19 a 30/11/19 = 545.080

→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**



L'estate 2022 ha registrato ottime presenze, addirittura superiori a quelle della già ottima stagione estiva 2021, confermando il definitivo superamento delle difficoltà del periodo di pandemia covid.

Obiettivo strategico: Mantenimento del servizio booking

Valore obiettivo: Importo delle prenotazioni effettuate su Yanovis almeno pari all'80% dell'importo delle prenotazioni dell'anno 2019 ossia almeno € 764.800

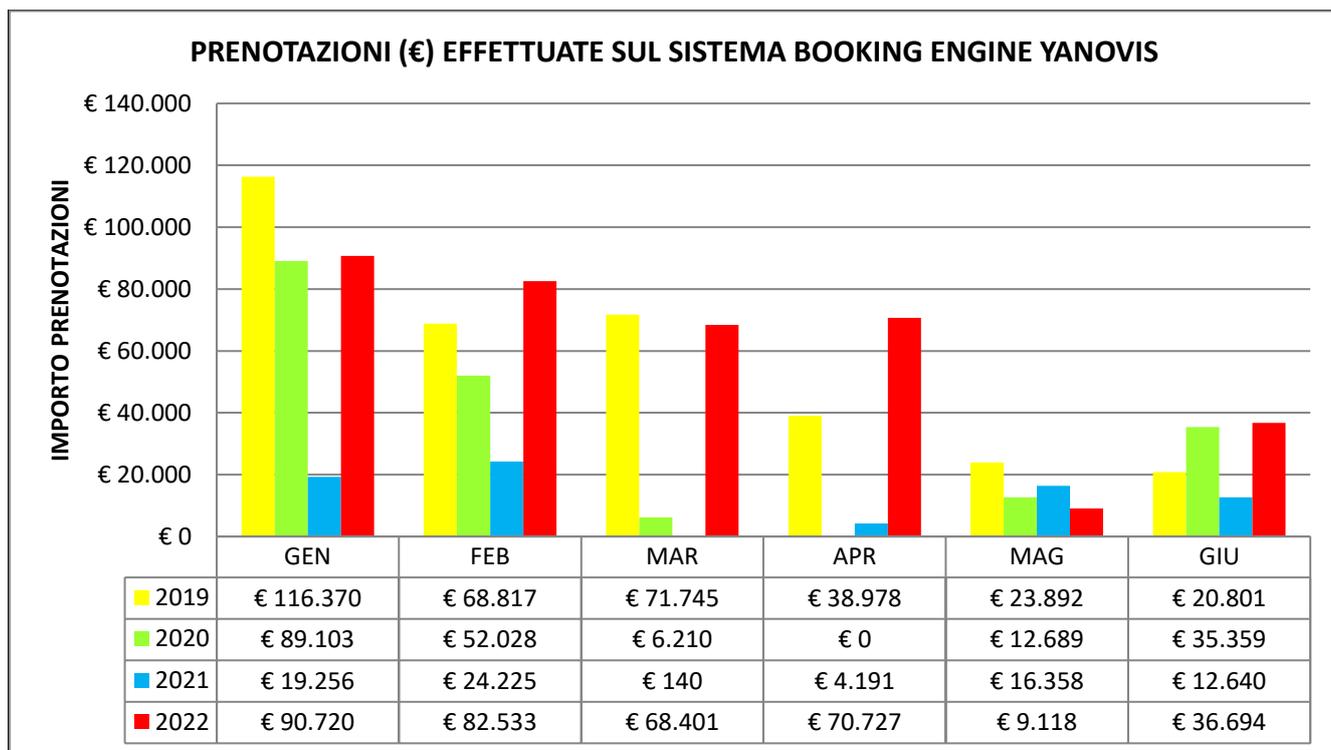
Importo prenotazioni anno 2022 = € 1.109.647

Importo prenotazioni anno 2021 = € 652.087

Importo prenotazioni anno 2020 = € 309.382

Importo prenotazioni anno 2019 = € 954.290

→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**



Le prenotazioni pervenute tramite il portale livigno.eu sono aumentate rispetto al 2021 passando da 803 a 1126 del 2022 con un incremento del 40%. I livelli di prenotazione sono tornati al periodo pre-pandemico (2019). Il valore medio di ogni singola prenotazione è passato da € 812 nel 2021 ad € 990 nel 2022. Il 50% delle prenotazioni ottenute nel 2022 avviene nei mesi autunnali, da settembre a dicembre e riguarda prenotazioni per la stagione invernale.

Obiettivo strategico: Efficienza nella gestione della struttura AquaGranda

Valore obiettivo 1: Ricavi complessivi riferiti alla struttura nell'esercizio 2022 in linea con quanto preventivato ossia almeno pari a € 2.300.000.

Ricavi complessivi riferiti alla struttura nell'anno 2022 = € 2.331.751

Ricavi complessivi riferiti alla struttura nell'anno 2021 = € 1.441.638

Ricavi complessivi riferiti alla struttura nell'anno 2020 = € 1.378.533

Ricavi complessivi riferiti alla struttura nell'anno 2019 = € 2.540.304

→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**

INGRESSI AQ	Palestra				Piscina (25m)				Corsi				Presenze tot AREA FITNESS&POOL			
	Anno 2019	Anno 2020	Anno 2021	Anno 2022	Anno 2019	Anno 2020	Anno 2021	Anno 2022	Anno 2019	Anno 2020	Anno 2021	Anno 2022	Anno 2019	Anno 2020	Anno 2021	Anno 2022
GEN	3.241	2.976	96	2385	2.439	1.486	0	1307	791	733	0	535	6.471	5.195	96	4.227
FEB	2.951	2.544	78	2645	2.106	1.312	0	1294	713	571	0	707	5.770	4.427	78	4.646
MAR	2.882	0	48	2298	2.099	0	0	1463	840	0	0	959	5.821	0	48	4.720
APR	2.301	0	341	2016	2.080	0	439	1757	719	0	95	755	5.100	0	875	4.528
MAG	1.460	0	526	1243	2.053	0	711	1658	602	112	192	566	4.115	112	1.429	3.467
GIU	1.307	968	1.521	1.487	873	702	1401	842	383	571	184	364	2.563	2.241	3.106	2.693
LUG	2.445	1.779	2.527	2.889	2.701	2.521	3.163	2.547	627	507	429	464	5.773	4.807	6.119	5.900
AGO	2.325	2.013	1.588	3.025	3.314	3.279	2.767	3.108	601	400	420	600	6.240	5.692	4.775	6.733

SET	1.565	1.440	1.194	1.925	1.449	1.348	828	1226	457	308	340	456	3.471	3.096	2.362	3.607
OTT	2.538	1.141	1.698	1.956	1.452	1.158	1.476	1.943	826	624	395	512	4.816	2.923	3.569	4.411
NOV	2.585	291	2.082	2.904	1.370	0	1.581	1.384	680	223	440	628	4.635	514	4.103	4.916
DIC	2.887	708	2.343	2.774	2.033	0	1.710	1.069	523	123	533	598	5.443	831	4.586	4.441
TOT	28.487	13.860	14.042	27.547	23.969	11.806	14.076	19.598	7.762	4.172	3.028	7.144	60.218	29.838	31.146	54.289

Tabella 2: Ingressi AquaGranda AREA FITNESS&POOL per mese – ultimi 4 anni

La tabella 2 evidenzia un sostanziale aumento del numero di ingressi all'area fitness&pool di AquaGranda rispetto ai due anni precedenti, a segnalare la ripresa definitiva rispetto al periodo pandemia. I dati degli ingressi sono comunque inferiori al 2019 di circa il 10%, sebbene soprattutto durante i mesi estivi le presenze sono aumentate rispetto all'anno indicato.

Tabella 3: Ingressi AquaGranda AREA RELAX&FUN per mese – ultimi 4 anni

INGRESSI AQ	Slide & Fun				Wellness & Relax				Presenze tot AREA RELAX&FUN			
	Anno 2019	Anno 2020	Anno 2021	Anno 2022	Anno 2019	Anno 2020	Anno 2021	Anno 2022	Anno 2019	Anno 2020	Anno 2021	Anno 2022
GEN	6.366	6.532	0	3572	3.613	3.983	0	2831	9.979	10.515	0	6.403
FEB	4.851	4.187	0	4428	2.497	2.327	0	2351	7.348	6.514	0	6.779
MAR	5.534	0	0	4852	2.725	0	0	2556	8.259	0	0	7.408
APR	5.372	0	0	4134	2.064	0	0	1634	7.436	0	0	5.768
MAG	1.481	0	0	178	451	0	0	68	1.932	0	0	246
GIU	1.942	1.140	1.045	1.476	641	0	265	538	2.583	1.140	1.310	2.014
LUG	5.430	3.498	4.663	4.556	1.420	0	1.490	1.359	6.850	3.498	6.153	5.915
AGO	7.165	6.139	5.735	7.288	1.977	0	1.845	2.176	9.142	6.139	7.580	9.464
SET	2.003	1.540	1.817	2.505	1.032	0	769	1098	3.035	1.540	2.586	3.603
OTT	936	281	1481	1936	512	0	708	757	1.448	281	2.189	2.693
NOV	1.040	0	485	131	511	0	438	67	1.551	0	923	198
DIC	4.111	0	3.593	4.109	2.958	0	3.178	3.756	7.069	0	6.771	7.865
TOT	46.231	23.317	18.819	39.165	20.401	6.310	8.693	19.191	66.632	29.627	27.512	58.356

La tabella 3 evidenzia un sostanziale aumento del numero di ingressi all'area relax&fun di AquaGranda rispetto ai due anni precedenti, a segnalare la ripresa definitiva rispetto al periodo pandemia, soprattutto a partire dal mese di agosto i dati sono superiori rispetto a quelli dell'anno di riferimento.

Valore obiettivo 2: MOL della struttura Aquagrande in linea con quanto preventivato ossia non inferiore a - € 468.000.

MOL della struttura Aquagrande anno 2022 pari a - € 765.585 → **OBIETTIVO NON RAGGIUNTO**

Tabella 4: Calcolo MOL 2022 AquaGranda

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO E MARGINE OPERATIVO LORDO		2022 - CONS €	2021 - CONS €	2021 - BUDGET €	2020 - CONS €
(+)	RICAVI DA VENDITE E PRESTAZIONI	€ 2.286.040	€ 1.195.278	€ 1.077.200	€ 1.008.664
(+/-)	VARIAZIONE RIMANENZE PRODOTTI FINITI	-€ 45.031	-€ 12.114	€ 0	-€ 33.810
(+)	ALTRI RICAVI E PROVENTI	€ 37.630	€ 142.820	€ 89.000	€ 369.888
(+)	COSTI CAPITALIZZATI	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0
	VALORE DELLA PRODUZIONE OPERATIVA	€ 2.278.639	€ 1.325.984	€ 1.166.200	€ 1.344.743
(-)	ACQUISTI DI MERCE	-€ 414.490	-€ 148.369	-€ 149.000	-€ 234.163
(-)	ACQUISTI DI SERVIZI	-€ 752.126	-€ 441.291	-€ 497.060	-€ 490.836
(-)	GODIMENTO BENI DI TERZI	-€ 51.021	-€ 33.564	-€ 61.390	-€ 40.663
(-)	ONERI DIVERSI DI GESTIONE	-€ 16.378	-€ 59.044	-€ 49.880	-€ 39.911
(+/-)	VARIAZIONE RIMANENZE MATERIE PRIME	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0
	COSTI DELLA PRODUZIONE	-€ 1.234.014	-€ 682.269	-€ 757.330	-€ 805.573
	VALORE AGGIUNTO	€ 1.044.625	€ 643.715	€ 408.870	€ 539.170
(-)	COSTI DEL PERSONALE	-€ 1.810.209	-€ 1.264.093	-€ 1.191.200	-€ 1.385.731
	MARGINE OPERATIVO LORDO	-€ 765.585	-€ 620.378	-€ 782.330	-€ 846.561

La tabella 4 riferita al MOL indica per l'anno 2022 una mancata redditività della struttura.

Obiettivo strategico: Efficienza nell'attività di comunicazione

Valore obiettivo 1: CTR (click through rate) campagna invernale digitale anno 2022 > 0,3.

CTR medio campagne invernali digitali pari a 3,68.

→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**

Per il calcolo dell'indicatore sono state prese a riferimento le campagne digitali evidenziate in tabella 5.

Tabella 5: CTR campagna digitale invernale 2022

CANALE	TEMA	PERIODO	INVESTIMENTO	MERCATI	CTR
GOOGLE ADS	Campagna Search per traffico al sito di Livigno ed al Booking	01/01/2022-31/12/2022	€ 6.956	Italia, Repubblica Ceca, Polonia, Svizzera	13,80
MOBKOI (Italia)	Naturally Livigno	inverno 2021/2022	€ 25.000	Italia	0,39
MOBKOI (estero)	Naturally Livigno	inverno 2021/2022	€ 50.000	Germania, Polonia e Svizzera	0,26
SOJERN	Naturally Livigno	inverno 2021/2022	€ 70.000	Germania, Svizzera, Repubblica Ceca, Polonia	0,26

Valore obiettivo 2: CTR (click through rate) campagna estiva digitale anno 2022 > 0,3.

CTR medio campagne invernali digitali pari a 0,67.

→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**

Per il calcolo dell'indicatore sono state prese a riferimento le campagne digitali evidenziate in tabella 6.

Tabella 6: CTR campagna digitale estiva 2022

CANALE	TEMA	PERIODO	INVESTIMENTO	MERCATI	CTR
TEADS	Estate Livigno	24/06/2022-25/06/2022	€ 20.000	Germania, Svizzera	0,74
TEADS	Estate Livigno	16/05/2022-12/06/2022	€ 30.000	Italia	0,60

Valore obiettivo 3: ROI attività di P.R. 2022 superiore di 30 volte rispetto al valore dell'investimento in attività

ADV VALUE	Italia		Germania		Svizzera		Polonia		Totale	
Mese	N. articoli	ADV Value	N. articoli	ADV Value	N. articoli	ADV Value	N. articoli	ADV Value	N. articoli	ADV Value
Gennaio	238	1.227.174 €	49	652.570 €	5	5.070 €	0	0	292	1.884.814 €
Febbraio	177	1.193.697 €	6	185.876 €	15	101.750 €	0	0	198	1.481.323 €
Marzo	163	1.028.428 €	7	16.974 €	4	2330	0	0	174	1.047.732 €
Aprile	101	499.871 €	23	5.112 €	1	300 €	0	0	125	505.283 €
Maggio	194	380.511 €	5	17.919 €	2	6.800 €	0	0	201	405.230 €
Giugno	143	401.267 €	21	67.563 €	3	15.000 €	0	0	167	483.830 €
Luglio	241	1.786.542 €	12	57.447 €	8	9.300 €	0	0	261	1.853.289 €
Agosto	319	1.542.788 €	8	60.760 €	5	800 €	0	0	332	1.604.348 €
Settembre	131	603.391 €	5	167.035 €	0	0 €	0	0	136	770.426 €
Ottobre	298	1.695.430 €	47	236.855 €	1	9.900 €	0	0	346	1.942.185 €
Novembre	229	1.470.697 €	13	32.412 €	3	31.150 €	519	199.471 €	764	1.733.730 €
Dicembre	349	2.561.575 €	55	458.319 €	16	20.380 €	92	103.829 €	512	3.144.103 €
TOTALE	2583	14.391.371 €	251	1.958.842 €	63	202.780 €	611	303.300 €	3508	16.856.293 €

di p.r. rivolte ai media sull'anno.

Investimento effettivo dell'azienda in attività di P.R. anno 2022 = circa € 450.000

Per la valorizzazione sono utilizzati i listini pubblicitari ufficiali delle singole testate: a partire dal valore pubblicitario della singola pagina si effettua quindi la proporzione in base a quanto della pagina è dedicato a Livigno.

I dati ADV Value Equivalent raccolti per stampa, web e radio sono sinteticamente riportati nella tabella 7.

Tabella 7: ADV Value Equivalent stampa+web+radio anno 2022

ADV Value anno 2022 pari a € 16.856.293 (vedi tabella 6)

ROI attività di P.R. 2022 = ADV value campagne 2022 / investimento in attività di P.R. 2022 = € 16.856.293 / € 518.000 = 32,54 > 30

→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**

Valore obiettivo 4: Tempo medio di sessione utente nel sito livigno.eu nell'anno 2022 maggiore di 2 minuti.

Tempo medio di sessione utente nel sito livigno.eu nell'anno 2022 = 2'20"

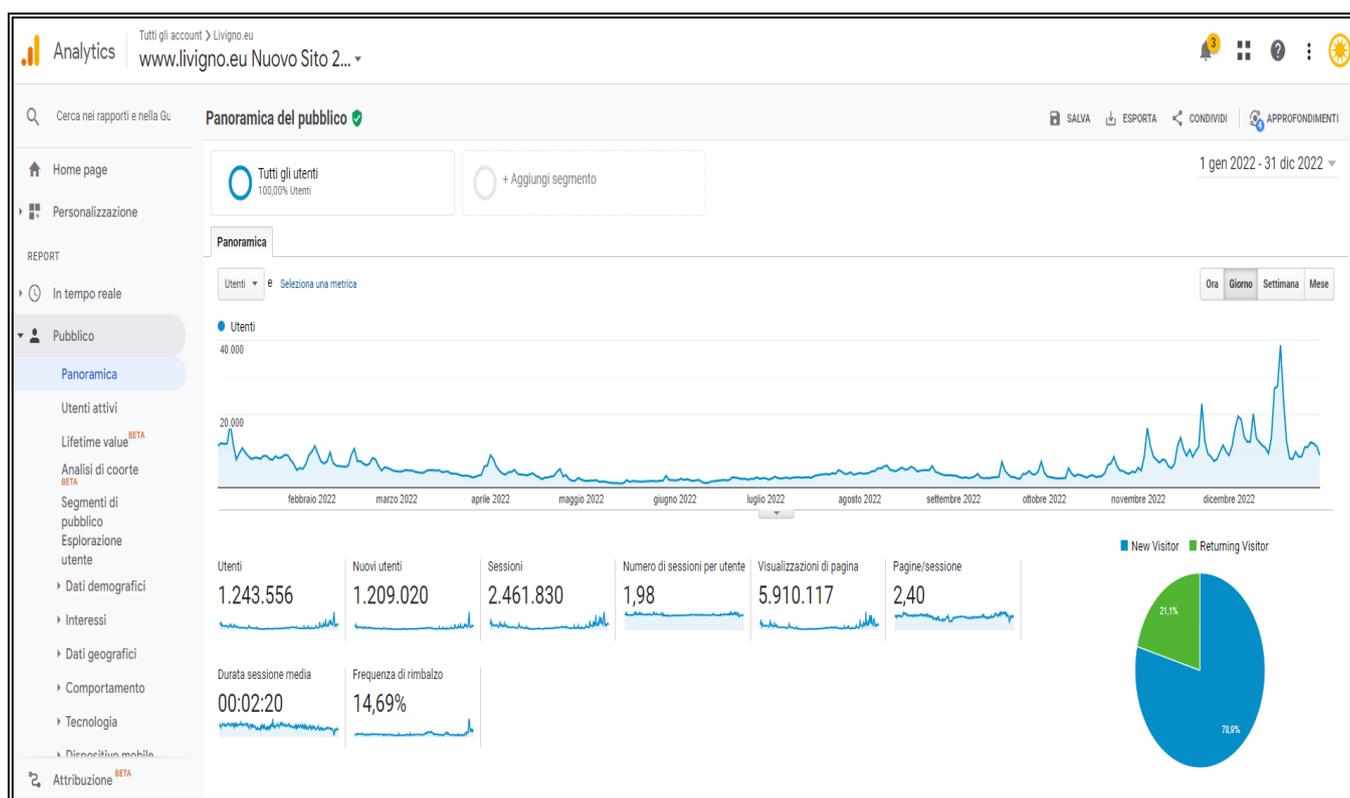
→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**

Valore obiettivo 5: Tasso di conversione pagina e-commerce nell'anno 2022 ossia rapporto tra il numero di visitatori della pagina e-commerce e il numero di visitatori che effettuano una prenotazione maggiore del 1%. Non è stato possibile rilevare il dato, poiché nell'anno 2022, l'introduzione di restrizioni sul tracciamento dei dati imposto dalle normative sulla privacy e GDPR, (nuove modalità di tracciamento e gestione dei cookie) ha reso i dati misurati molto parziali e in alcuni casi molto lontani dalla realtà. I dati ottenuti tramite gli strumenti in nostro possesso non sono quindi più in grado di intercettare e calcolare correttamente l'indicatore riferito al tasso di conversione.

Valore obiettivo 6: Numero medio di pagine visitate per sessione nel sito livigno.eu nell'anno 2022 almeno pari a 2,5.

Il grafico sotto riportato mostra l'andamento del numero di pagine visitate a sessione.

L'andamento del grafico evidenzia un pubblico maggiore nei mesi invernali.



Numero medio di pagine visitate per sessione nel sito livigno.eu nell'anno 2022 = 2,4

→ **OBIETTIVO PARZIALMENTE RAGGIUNTO**

Obiettivo strategico: Efficienza nell'attività di comunicazione digitale

Valore obiettivo 1: Mantenimento rispetto all'anno precedente del numero di nuovi contatti profilati attraverso le piattaforme online e di attivazione digitale nel corso dell'anno 2022 ossia almeno 20.000 nuovi contatti

Numero di nuovi contatti profilati attraverso le piattaforme online e di attivazione digitale nel corso dell'anno 2022 = 22.965 nuovi contatti

→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**

Valore obiettivo 2: Mantenimento della media mensile dei download e di aggiornamenti della nuova App My Livigno rispetto a quelli dell'anno 2021 ossia almeno 1.500 download.

Media mensile dei download e di aggiornamenti della nuova App My Livigno anno 2022 = 3.057 download

→ **OBIETTIVO RAGGIUNTO**

Descrizione dei principali rischi ed incertezze

Si espongono di seguito, ai sensi del nuovo articolo 2428 del Codice Civile, i principali rischi e/o incertezze cui la società è sottoposta.

Rischi di mercato

I principali rischi a cui è sottoposto il mercato sono connessi alla variazione dei prezzi e all'andamento della domanda a seguito della sfavorevole congiuntura internazionale.

Rischi connessi a contenziosi civili e fiscali

Non sono presenti rischi connessi a cause civili in corso.

Rischi ambientali

La società svolge la propria attività nel pieno rispetto delle disposizioni in materia di ambiente e di igiene sul posto di lavoro. Eventuali informazioni, in proposito, saranno rese ogni qualvolta esisteranno concreti, tangibili e significativi impatti ambientali, tali da generare potenziali conseguenze patrimoniali e reddituali per la società.

Dichiarazione art. 2364

Si precisa che, con riguardo al bilancio dell'esercizio in commento, l'Assemblea è stata convocata entro 180 giorni dalla chiusura dell'esercizio sociale ai sensi del D.L. n.183/2020, in deroga al termine ordinario di approvazione stabilito dell'art. 2364, comma 2, C.C.

Continuità aziendale – Eventi successivi

Il Presidente del Consiglio di amministrazione segnala che nel bilancio in esame la continuità aziendale è stata valutata con le regole ordinarie ricorrendo al combinato disposto dettato dall'art. 2423 bis, comma 1, c.c. e dal principio interpretativo OIC 11.

Il D.LGS. 175/2016 (art. 6, c. 2 e art. 14, c. 2) prevede che le società a controllo pubblico predispongano specifici programmi di valutazione del rischio di crisi aziendale e individuino strumenti ed indicatori idonei per monitorare lo stato di solidità della Società e segnalare predittivamente i primi sintomi di crisi aziendale al fine di prevenire potenziali rischi patrimoniali, finanziari ed economici a danno dei soci, nonché di favorire la trasparenza dei meccanismi di raccolta e gestione delle informazioni necessarie al monitoraggio nei confronti dei soci stessi, ponendo in capo all'organo di amministrazione ed a quello di controllo, obblighi informativi sull'andamento della Società.

Al fine di rendere una chiara e completa informativa al bilancio relativo all'esercizio chiuso al 31/12/2022, la Società ha redatto la Relazione sul governo societario (ai sensi dell'art.6, c.2 e dell'art. 14, c.2 del D.Lgs 175/2016), che come ogni anno, viene allegata al Bilancio.

Nel Piano Programma annuale per l'anno 2023 sono previsti nuovi ulteriori investimenti nel Piano Programma annuale per l'anno 2023 per circa € 3.770.000 relativi a interventi su AquaGranda e impianti sportivi. Gli investimenti previsti per AquaGranda riguardano il completamento degli uffici dei dipendenti apt, il rifacimento del tetto e copertura con pannelli fotovoltaici, il collegamento della nuova piscina 50 mt con la struttura esistente, l'implementazione di un sistema di monitoraggio dei consumi per efficientamento energetico, la realizzazione di due campi da tennis e due campi da paddle coperti, vari investimenti riconducibili all'acquisto di beni strumentali nuovi, materiali e immateriali, funzionali alla trasformazione tecnologica e digitale dei processi produttivi della struttura, oltre a ulteriori interventi e acquisto attrezzature specifiche per la struttura. Inoltre, si prevede di effettuare l'ampliamento dell'impianto di innevamento artificiale lungo la pista di sci nordico.

Per il Consiglio di Amministrazione
IL PRESIDENTE
Moretti Luca
