



DELIBERAZIONE N. 089/13

Riunione del 04.06.2013

**OGGETTO: D.LGS. N. 150 DEL 27 OTTOBRE 2009
PIANO DELLA PERFORMANCE – OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ICE**

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- VISTO l'art. 14 del decreto-legge 6 luglio 2011, n. 98, convertito, con modificazioni, dalla legge 15 luglio 2011, n. 111, come sostituito dall'art. 22, comma 6, del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 Dicembre 2011, n. 214, che ha istituito l'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane;
- VISTO il Decreto Interministeriale del 6 settembre 2012 con il quale è stato approvato lo Statuto dell'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane;
- VISTO il D.Lgs. 27 ottobre 2009, n. 150 in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni;
- VISTI Visto l'articolo 10 comma 1, lett. b) del D.lgs. 150/2009;
- VISTA la delibera n. 5/2012 della CIVIT (Commissione Indipendente per la Valutazione, l'Integrità e la Trasparenza) sulle "Linee Guide relative alla struttura e alla modalità di redazione della Relazione sulla performance";
- VISTI l'appunto e la specifica proposta della Direzione Generale della Sede, che costituisce parte integrante della presente deliberazione:

DELIBERA

di approvare l'allegato documento "Relazione sulla Performance 2012".

Ai sensi dell'art. 10, c. 2 del D.Lgs 150/2009, la "Relazione sulla performance" dovrà essere trasmessa alla CIVIT e al Ministero dell'economia e delle finanze, nonché



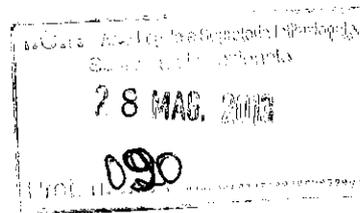
all'OIV dell'ICE che, ai sensi dell'art. 14 c. 4 lett. c), provvederà alla sua validazione, quale condizione indispensabile per l'erogazione della premialità al personale dell'ex ICE.

Il Segretario

Elisabetta Talone

Il Presidente

Riccardo Maria Monti



**UFFICIO DI SUPPORTO PER LA
PIANIFICAZIONE STRATEGICA,
STUDI E RETE ESTERA**

APPUNTO PER IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

doc. n.

E/1

del

4/6/2013

OGGETTO: RELAZIONE SULLA PERFORMANCE ICE 2012

In base all'art. 10 comma 1, lett. b) del Dlgs. 150/2009, l'ICE è tenuto a predisporre una Relazione sulla Performance che evidenzi, a consuntivo, i risultati organizzativi e individuali raggiunti rispetto ai singoli obiettivi programmati ed alle risorse impiegate, con rilevazione degli eventuali scostamenti.

La "Relazione sulla Performance 2012" è stata elaborata, in linea con gli indirizzi forniti dalla CIVIT con la Delibera n. 5/2012 ("Linee guida relative alla struttura e alla modalità di redazione della Relazione sulla performance"), previo coinvolgimento della dirigenza dell'Istituto, la costituzione di un gruppo di lavoro interdipartimentale e con l'assistenza consulenziale dell'OIV e della Struttura Tecnica Permanente.

Essa si colloca a chiusura del ciclo di gestione della performance dell'ex ICE per il 2012 e contiene le informazioni di sintesi sui risultati organizzativi e individuali raggiunti nell'anno e sugli scostamenti dai risultati attesi, individuandone le principali cause. Evidenzia anche la forte capacità progettuale e gestionale, in termini quantitativi e qualitativi della struttura e del personale.

Finalità primaria della "Relazione sulla performance" è la trasparenza e la comprensibilità dei dati, dei risultati e delle criticità: trasparenza e quindi esigenza di pubblicizzazione all'interno e verso l'esterno, aziende clienti, utenti a titolo gratuito o a pagamento, organizzazioni istituzionali e partner pubblici o privati.

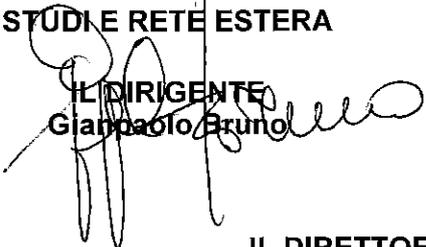


I dati di sintesi evidenziano che nel 2012 il grado di raggiungimento dei risultati da parte dell'intera struttura è stato pari in media al 96,5%, a riprova della forte determinazione dell'organizzazione a garantire l'attività di sostegno alle imprese esportatrici, nonostante le difficoltà riscontrate nel 2012, sia per via del contesto economico internazionale che per via della complicata fase di gestione transitoria dell'ex-ICE verso la nuova Agenzia-ICE.

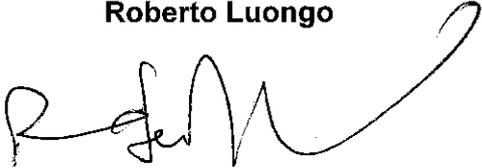
Ai sensi dell'art. 10, c. 2 del D.Lgs 150/2009, la "Relazione sulla performance" dovrà essere trasmessa alla CIVIT e al Ministero dell'economia e delle finanze, nonché all'OIV dell'ICE che, ai sensi dell'art. 14 c. 4 lett. c), provvederà alla sua validazione, quale condizione indispensabile per l'erogazione della premialità al personale dell'ex ICE.

**UFFICIO DI SUPPORTO PER LA
PIANIFICAZIONE STRATEGICA,
STUDIE RETE ESTERA**

IL DIRIGENTE
Giampaolo Bruno



IL DIRETTORE GENERALE
Roberto Luongo



“RELAZIONE SULLA PERFORMANCE ICE 2012”

art. 10 comma 1, lett. b) del D.Lgs 150/2009

Data: Maggio 2013

Predisposto da: ICE-Agenzia per la promozione e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

1. PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE E INDICE

Il 2012 è stato per l'ICE un anno particolarmente complesso, caratterizzato da un regime di gestione transitoria che si è concluso dal punto di vista operativo il primo aprile 2013 a seguito della costituzione dell'**ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane**.

Il processo di riforma dell'Ente ha generato profondi cambiamenti nella struttura organizzativa, nei processi operativi e nei compiti istituzionali dell'Ente. Le risorse finanziarie sia di natura istituzionale che promozionale hanno subito un significativo ridimensionamento rispetto al 2011, così come le risorse umane.

Malgrado le oggettive difficoltà, l'organizzazione ha messo in campo tutte le risorse disponibili che si sono adoperate per mantenere attivo il confronto con le imprese, le categorie produttive, le associazioni, le università e tutti gli altri partner istituzionali e individuali, ottenendo risultati più che lusinghieri.

La stesura della **“Relazione sulla performance”** è ispirata ai principi di trasparenza, comprensibilità, veridicità e verificabilità dei contenuti, partecipazione e coerenza interna ed esterna. Tutto questo nel rispetto della legge e nella logica di Qualità dei processi che permea da oltre dieci anni la cultura organizzativa dell'ICE.

E' proprio la logica e il metodo di sistema di gestione per la qualità, certificato dal 2003 da autorevoli organismi di certificazione esterna, che sottende alla chiarezza nell'organizzazione, alla definizione puntuale delle responsabilità, all'ottica della soddisfazione del cliente, alla misurazione dei risultati e alla rintracciabilità delle cause delle criticità, fino all'obiettivo non scritto ma sempre presente nell'organizzazione del miglioramento continuo.

La presente relazione, che si colloca a chiusura del ciclo di gestione della performance per il 2012, contiene le informazioni di sintesi sui risultati organizzativi e individuali raggiunti nell'anno e sugli scostamenti dai risultati attesi, individuandone le principali cause ed evidenziando la forte capacità progettuale e gestionale in termini quantitativi e qualitativi della struttura e del personale singolarmente considerato.

I dati di sintesi mostrano che le attività dell'Ente si sono concentrate su tre obiettivi strategici: **“Promuovere una cultura di comunicazione globale”**; **“Innovazione e qualità organizzativa e gestionale”**; **“Ottimizzare il sistema integrato dei servizi specializzati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione”**. Il perseguimento di quest'ultimo obiettivo ha assorbito la maggior parte delle risorse economiche ed umane dell'ICE in quanto funzione e misura primaria del servizio alle imprese ed agli altri utenti collettivi.

Il raggiungimento dei risultati in termini generali e sintetici da parte dell'intera struttura ha ottenuto una media di circa il 96,5% che, da un lato, certifica la forte determinazione dell'organizzazione a garantire ed assicurare l'attività di sostegno alle imprese esportatrici, mentre, dall'altro, suggerisce la possibilità di definire target maggiormente sfidanti per la pianificazione delle attività che dovrà svolgere l'Agenzia, con particolare attenzione ad alcune specifiche aree di operatività.

INDICE

2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ATRI STAKEHOLDER ESTERNI

2.1 Il contesto esterno di riferimento

2.2 L'amministrazione

2.3 I risultati raggiunti

2.4 Le criticità e le opportunità

3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

3.1 Albero della performance

3.2 Obiettivi strategici

3.3 Obiettivi e piani operativi

3.4 Obiettivi individuali

4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'

5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE

6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

6.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo della performance

Allegati:

- 1. Documento di Misurazione performance 2012**
- 2. Prospetto relativo alle pari opportunità e al bilancio di genere**
- 3. Tabella obiettivi strategici**
- 4. Tabella documenti del ciclo di gestione della performance**

2. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ATRI STAKEHOLDER ESTERNI

2.1 Il contesto esterno di riferimento

a) Il contesto economico internazionale

Il 2012 è stato un anno molto difficile per l'Europa e ancor più per l'Italia, e il 2013 si è aperto anch'esso con uno scenario internazionale assai complesso.

Il prodotto lordo mondiale nel 2012 è cresciuto del 3,2 per cento; tuttavia, questo risultato nasconde una netta divergenza tra la continua rapida crescita delle economie emergenti (5,1%) e quella, di gran lunga inferiore, delle economie avanzate (1,3%). In quest'ultimo dato va tenuto conto della situazione ancora assai critica dell'Area dell'Euro il cui PIL ha mostrato una lieve contrazione rispetto all'anno precedente, con flessioni più pronunciate, oltre che in Grecia (-6%), anche in Italia (-2,4%) e Spagna (-1,4%).

Il rischio di una prolungata stagnazione rende più urgenti le riforme e il rafforzamento delle politiche di integrazione all'interno dell'area della moneta unica.

In questo quadro macroeconomico, contrariamente a quanto successo nel biennio 2008-9, quando alla recessione si è accompagnata una ancor più netta caduta del commercio mondiale, gli scambi commerciali hanno continuato a crescere pur rallentando nel 2012 intorno al 3 per cento.

b) Il contesto economico nazionale

Il prodotto interno lordo dell'Italia si è ridotto nel 2012 del 2,4 per cento. La flessione della domanda interna, principale caratteristica della recessione del 2012, è stata pesante; il tasso d'inflazione è aumentato al 3 per cento e il livello della disoccupazione, che nella media dell'anno ha raggiunto un tasso del 10,7 per cento, nei primi mesi del 2013 ha continuato ad aumentare. Le esportazioni nette hanno apportato un contributo positivo alla variazione del prodotto di 3 punti percentuali, limitandone la flessione, grazie ad un aumento delle esportazioni di beni e servizi del 2,3 per cento, a fronte di una flessione delle importazioni del 7,7 per cento.

Il 2012 si è chiuso con un attivo della bilancia commerciale italiana di circa 11 miliardi di euro: l'avanzo dei prodotti non energetici di 74 miliardi di euro ha, infatti, più che compensato il passivo di -63 miliardi della bolletta energetica.

Le esportazioni italiane sono aumentate del 3,7 per cento, grazie all'incremento nei paesi extra Ue e nonostante un lieve calo nei mercati Ue. Al contrario si è registrata una flessione complessiva delle importazioni del -5,7 per cento, derivante da un più pronunciato calo per gli acquisti dai paesi Ue rispetto a quello dalle aree extra Ue.

Nel 2012, le esportazioni italiane sono state più dinamiche in Giappone (+19,1%) e negli Stati Uniti (+16,8%). Tra le aree geografiche, i risultati migliori si sono raggiunti nell'Africa settentrionale

(+26,3%). Buoni risultati sono stati conseguiti anche in alcuni paesi più vicini, come Regno Unito (+8%), Svizzera (+10,8%) e Turchia (10,2%). In flessione, invece, sono risultate le vendite verso India (-10,3%), Cina (-9,9%), Spagna (-8,1%) e, anche se lievemente, nei due principali mercati di sbocco, Germania (-1,1%) e Francia (-1%).

Per quanto riguarda l'andamento per settori, al netto del forte incremento delle vendite all'estero di coke e prodotti petroliferi raffinati (+21,8%), si sono principalmente distinti per aumenti più sostenuti i prodotti farmaceutici (12,5%), gli alimentari bevande e tabacco (+6,7%), gli articoli in pelle e calzature (5,8%) e i metalli e prodotti in metallo (+4,9%). Macchine e apparecchiature, le cui esportazioni hanno mostrato una dinamica inferiore alla media (+2,9%) a fronte di un calo del 6,8% dell'import, hanno tuttavia consentito il conseguimento di un avanzo pari a quasi 48 miliardi di euro.

Guardando alle caratteristiche delle imprese esportatrici italiane, il numero degli operatori attivi all'export, pari a 205.382 (dato riferito al 2011), è rimasto all'incirca invariato rispetto all'anno precedente. La ripresa delle vendite è stata più sostenuta per le imprese di grandi dimensioni, in controtendenza rispetto agli anni precedenti. Tuttavia permane la caratteristica fondamentale della struttura industriale italiana: la dimensione media delle imprese esportatrici è di 29,4 addetti (in calo rispetto al dato del 2009 pari a 34,9 addetti). La loro propensione all'esportazione (misurata dal rapporto tra fatturato all'esportazione e fatturato totale), pari in media al 29,4 per cento presenta andamenti molto differenziati tra i settori: è superiore alla media (oltre il 40%) nei settori delle macchine e apparecchi, altri mezzi di trasporto, articoli in pelle e simili. Essa è inoltre correlata positivamente con la dimensione d'impresa: è molto più bassa (8%) quella delle microimprese (da 1 a 9 addetti), mentre è pari al 37,2% quella delle grandi (250 addetti e oltre).

Il sistema produttivo italiano è caratterizzato da una elevata frammentazione: le imprese con meno di 10 addetti rappresentano il 94,9% delle imprese attive, il 47,8% degli addetti e il 31,1% del valore aggiunto. Tale caratteristica è pienamente riflessa nella distribuzione delle esportazioni per classi di addetti e di fatturato esportato. Il 93,3 per cento degli esportatori è costituito da imprese con meno di 50 addetti, cui si deve il 25,7 per cento del valore delle esportazioni. A questa peculiarità vengono generalmente ricondotti molti dei problemi strutturali del nostro sistema industriale (ritardo nella produttività del lavoro, negli investimenti, nella ricerca industriale). Di contro, all'altro estremo, le circa 2.000 imprese con più di 250 addetti, l'uno per cento del totale, realizzano il 45,5 per cento delle esportazioni italiane. Tra queste due classi di imprese, si trovano quelle del cosiddetto "quarto capitalismo", la cui incidenza sulle esportazioni totali nell'ultimo decennio ha mostrato un andamento crescente, fino a rappresentarne nel 2010 il 28,8 per cento.

Con riferimento ai processi di internazionalizzazione produttiva, i dati disponibili indicano che tra il 2010 e il 2011 il numero delle imprese estere partecipate da imprese italiane è rimasto all'incirca invariato, portandosi a 27.191 (ICE-Politecnico di Milano). Il numero dei dipendenti è lievemente diminuito (-1,5%) a fronte di un incremento del 2,9% del fatturato. D'altra parte, nel 2011 il numero delle imprese italiane partecipate è lievemente aumentato passando a 8.492 (+1,1%), è rimasto pressoché invariato il loro fatturato, a fronte di un calo dei dipendenti in esse occupati (-1,5%).

c) Gestione transitoria dell'ICE e istituzione di ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Dopo il ripristino dell'ICE nel dicembre 2011 (L.214/ 2011), avvenuto anche a seguito del dibattito emerso in occasione degli "Stati Generali del Commercio Estero", convocati nell'ottobre dello stesso anno dal Ministero dello Sviluppo Economico, il 2012 e il primo trimestre del 2013 sono stati caratterizzati da una fase di gestione transitoria. Questa si è conclusa il primo aprile 2013 con l'avvio operativo dell'ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

Il processo di riforma ha implicato un ridimensionamento dell'organico in Italia (passato nel 2012 da 613 a 574 unità), della rete di uffici in Italia (essendo rimasto solo l'ufficio di Milano), mentre è tuttora in corso la revisione della presenza ICE sui mercati esteri, dove si sta attuando una maggiore integrazione anche logistica con le sedi diplomatiche e consolari.

Cambiamenti importanti sono avvenuti anche nella *governance* dell'ente, avendo la riforma istituito una doppia vigilanza ministeriale, con il Ministero dello Sviluppo Economico che esercita i propri poteri di indirizzo e vigilanza d'intesa con il Ministero degli Affari Esteri e con il Ministero dell'Economia e Finanze, per le materie di rispettiva competenza. La Legge che ha riformato l'ICE ha poi ridisegnato anche la composizione e le funzioni della cosiddetta "Cabina di Regia". Si tratta di un comitato in cui si riuniscono i vari attori che in Italia compongono del sistema per il sostegno all'internazionalizzazione (Ministeri, Regioni, sistema camerale) e i principali destinatari delle politiche di internazionalizzazione (Confindustria, RETE Imprese Italia, Alleanza delle cooperative italiane, Associazione bancaria italiana). La finalità della Cabina è quella di emanare linee guida in materia di sostegno all'internazionalizzazione e di coordinare i vari soggetti pubblici e privati, in modo da evitare sovrapposizioni ed una frammentazione eccessiva degli interventi.

Oltre alle tradizionali funzioni di supporto ai processi di internazionalizzazione attraverso la fornitura di servizi reali alle imprese (assistenza e consulenza, informazione, formazione e promozione), la nuova legge che istituisce l'Agenzia ICE affida ad essa ulteriori compiti, quali quelli associati alla promozione dell'attrazione degli investimenti diretti esteri in Italia. A tale nuova funzione corrispondono nuove unità organizzative e nuovi sistemi di interazione inter-istituzionale finalizzati a realizzare una razionale ripartizione delle competenze tra i diversi soggetti pubblici coinvolti (Ministero dello sviluppo economico, Agenzia ICE, Invitalia, agenzie territoriali). Infine il Decreto sviluppo 2.0 (DL 18.10.2012 n.179) attribuisce all'Agenzia ICE compiti di sostegno all'internazionalizzazione delle start up innovative, attraverso la fornitura di servizi di supporto a condizioni agevolate.

2.2 L'amministrazione

Di seguito sono riportate le "cifre" dell'ICE e della sua organizzazione, riferite al 2012:

L'organizzazione:

- 1 Sede Centrale
- 17 Uffici in Italia
- 93 tra Uffici e Punti di corrispondenza in 73 Paesi del mondo
- 574 dipendenti di ruolo, di cui 40 dirigenti
- 442 dipendenti locali in servizio presso la rete estera a valere su fondi istituzionali

Le risorse:

- 33 milioni di euro per il finanziamento del piano di attività promozionale
- 71 milioni di euro per il funzionamento dell'ICE e l'erogazione di servizi di assistenza, informazione (personalizzati e standard)
- 27,5 milioni di euro spesi per l'attività promozionale, di cui 2,4 milioni di euro per il Piano Made in Italy

Le attività:

- 13.042 imprese clienti (a pagamento) e utenti (gratuiti) dell'Ice, portale escluso
- 2100 clienti partecipanti ad iniziative promozionali
- 270 le iniziative promozionali realizzate, con un contributo privato di 9,9 milioni di euro (incluse le commesse di natura privatistica)
- Portale Italtrade (www.italtrade.com): 8,5 milioni di accessi al portale, 6.723 Vetrine, 23.500 prodotti in vetrina
- Servizi di informazione e assistenza alle imprese:
 - 6.695 servizi a pagamento per un totale di fatturato di 2.030.400 euro
 - 76.266 servizi gratuiti di informazione e primo orientamento
 - 5.133 notizie "Commercio Estero News" pubblicate
 - 9.185 nuove iscrizioni all'Export Club
 - 6.219 Gare Internazionali pubblicate (con 6.911 visualizzazioni)
 - 400 Anteprime Grandi Progetti pubblicati (con 1.863 visualizzazioni)
 - 1.648 Opportunità commerciali pubblicate (con 38.222 visualizzazioni)
- 55.231 aziende italiane presenti nella banca dati dell'ICE, consultabile da operatori stranieri
- Corsi post-laurea di specializzazione in Commercio Estero
- 2 percorsi di formazione e affiancamento per imprese e manager e 43 seminari/workshop per imprese

Il periodo di transizione successivo alla soppressione e la forte riduzione nell'entità dei fondi assegnati ha comportato che l'attività di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese italiane, realizzata dall'ICE nel 2012, abbia subito un ulteriore ridimensionamento rispetto all'anno precedente, chiaramente riscontrabile in una diminuzione della spesa, in un minore numero di iniziative realizzate e di utenti che vi hanno potuto prendere parte, nonostante l'impegno profuso alacremente dalla struttura per far fronte alle richieste delle imprese, pur in presenza di una complicata fase di riorganizzazione e di reingegnerizzazione dei processi.

La distribuzione geografica degli interventi di promozione si è concentrata in particolare sui paesi appartenenti all'area asiatica (19% dello speso) ed al Nordamerica (18,6%), seguiti dall'Unione Europea (17%). In prevalenza il sostegno è stato effettuato organizzando la partecipazione di imprese a importanti manifestazioni fieristiche (34% dei fondi spesi), peraltro con elevati tassi di co-finanziamento (in media oltre il 50%).

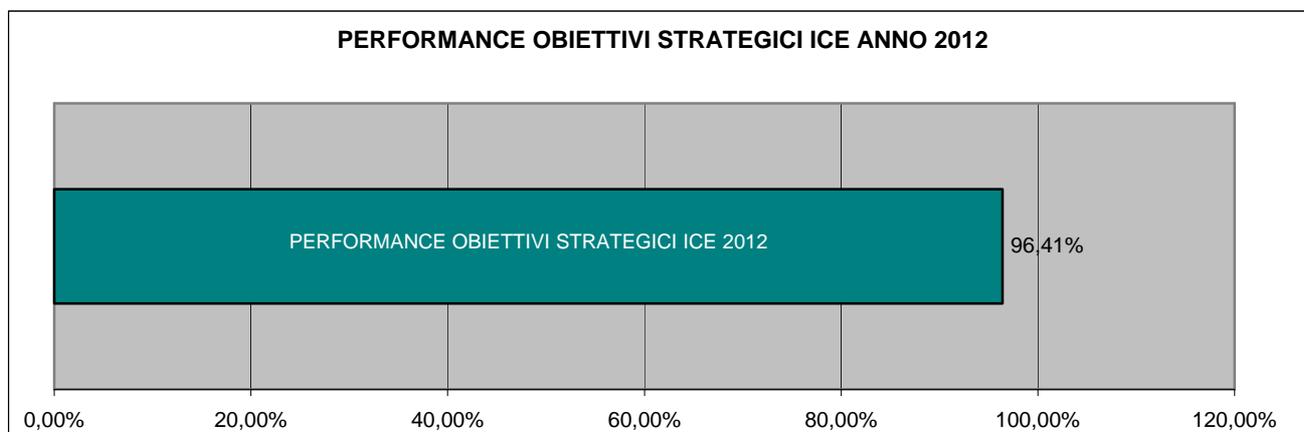
Nell'ottica di realizzare una maggiore complementarietà tra le politiche a sostegno dell'internazionalizzazione e quelle per l'innovazione, importanti per promuovere la crescita economica, si è focalizzato anche su attività dirette a favorire i processi innovativi delle imprese. Oltre a iniziative mirate a favorire il partenariato tecnologico e le start-up, sono stati attivati contatti con i principali attori del sistema nazionale dell'innovazione e promossa una collaborazione dell'ente con i costituenti Cluster Tecnologici Nazionali (Miur, Decreto Direttoriale 257 del 30 maggio 2012), in modo da incrementare la promozione di aziende appartenenti a settori ad alta intensità di innovazione e facilitare l'internazionalizzazione delle imprese connesse a centri di ricerca.

2.3 I risultati raggiunti

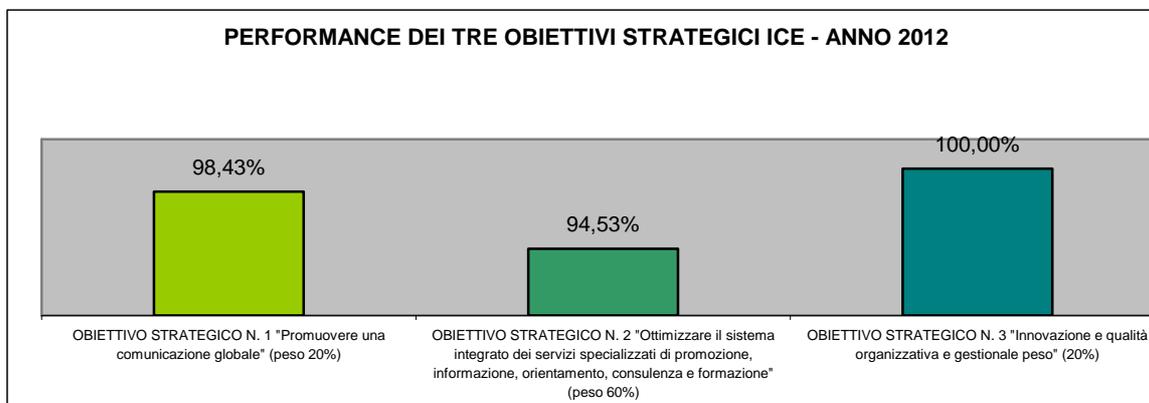
A seguito di una attività di ricognizione e di controllo, che ha coinvolto tutta la struttura organizzativa dell'Istituto (Sede, Italia ed estero), sono stati acquisiti tutti i dati di consuntivo per l'anno 2012 e si è completato il processo di misurazione del grado di raggiungimento dei 153 indicatori presenti nel "Piano della performance".

Di tali indicatori, 78 (51%) sono rilevati mediante un supporto elettronico, mentre 75 (49%) si avvalgono di una rilevazione mediante supporto cartaceo. La percentuale di rilevazione con sistemi informatizzati è pertanto risultata notevolmente superiore rispetto all'anno precedente (51% nel 2012 rispetto al 15,1% nel 2011).

Dalle risultanze dell'attività svolta, emerge che il grado percentuale della performance degli obiettivi strategici per l'anno 2011, è pari a **96,41%**, così rappresentato graficamente:



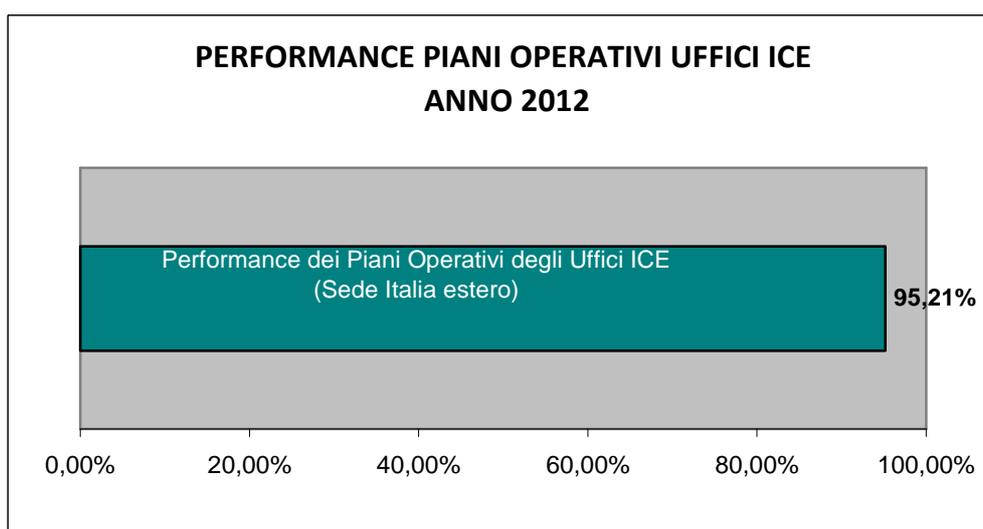
Tale risultato deriva dal grado di raggiungimento della performance di ciascuno dei 3 obiettivi strategici, come sotto riportato:



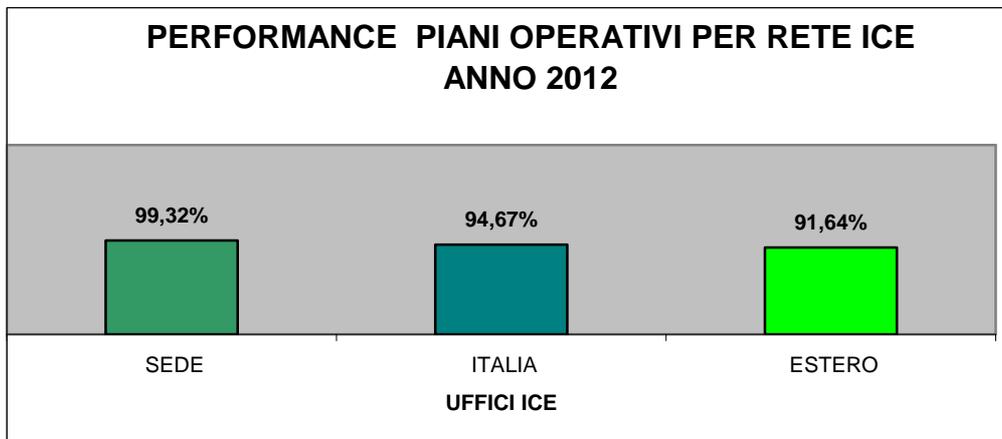
Tra gli altri risultati di rilievo si segnalano:

- **Giudizio medio pari a 4,33** (scala da 1 a 5) sulla qualità dei servizi offerti dall'ICE in occasione di iniziative promozionali espresso da 1.290 imprese partecipanti;
- **Missioni di Sistema: 81%** la soddisfazione media delle aziende partecipanti alle Missioni di Sistema organizzate nel 2012 dall'ICE, Ministeri, ABI, Unioncamere, Reteimprese Italia e Confindustria:
 - **86%** la soddisfazione globale della Missione di Sistema in Perù;
 - **76%** la soddisfazione globale della Missione di Sistema in Turchia.
- **Tasso di Placement dei corsi di formazione pari all' 82%** (target 75%).

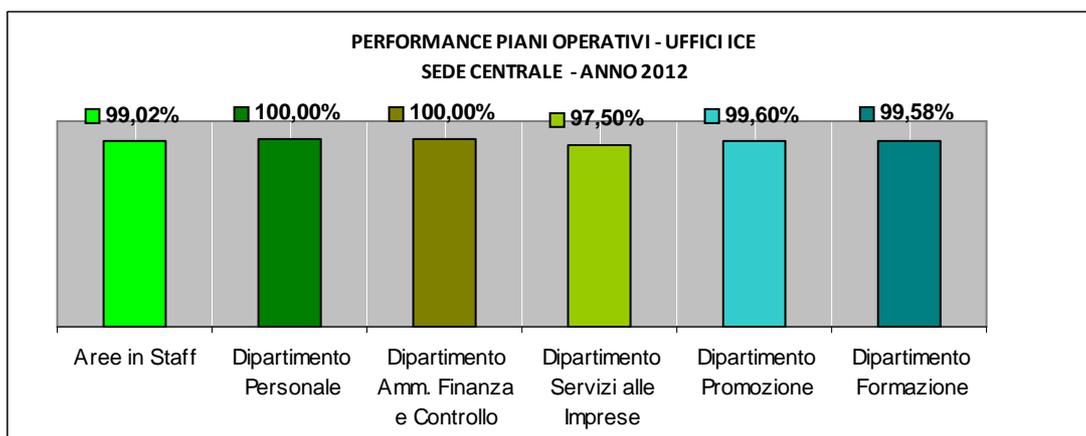
Per quanto riguarda i Piani operativi delle Unità Organizzative, il grado percentuale di raggiungimento della performance è risultato pari a **95,21%**, così rappresentato graficamente:



Nella figura che segue sono rappresentati graficamente i risultati aggregati raggiunti dagli uffici della Sede (99,32%), della rete Italia (94,67%) e della rete estera (91,64%):



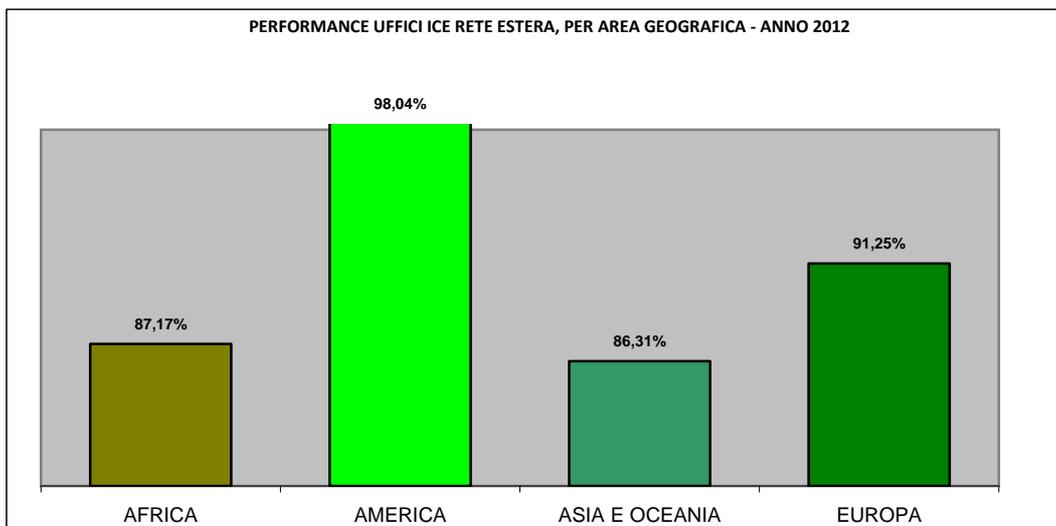
Nel dettaglio, nell'ambito delle Unità Organizzative della Sede, il grado percentuale di raggiungimento è così distribuito:



Il grado percentuale di raggiungimento degli uffici della rete Italia (**94,67%**) è distribuito nel modo seguente:



Il grado percentuale di raggiungimento degli uffici della rete estera (**91,64%**) è distribuito nel modo seguente:



Nelle sezioni successive i risultati della misurazione vengono analizzati con maggiore dettaglio, nell'ottica della massima trasparenza, sia per gli stakeholder che per le amministrazioni interessate.

2.4 Le criticità e le opportunità

Sulla base dell'analisi delle schede sintetiche compilate dalle Unità organizzative dell'ICE, è emerso che le cause degli scostamenti dei risultati della performance 2012 sono legate principalmente alle seguenti **criticità**:

- La gestione della fase transitoria, successiva alla soppressione dell'Istituto, e la predisposizione dell'avvio della "nuova Agenzia" ha implicato sostanziali modifiche delle procedure sia all'interno dell'ente che nei confronti dei Ministeri vigilanti (divenuti due), cambiamenti della struttura organizzativa, ridimensionamento delle risorse umane e finanziarie disponibili. Questo, unito all'esiguità dei fondi destinati all'attività promozionale dell'ente, ha influito in maniera determinante sulla contrazione del numero di iniziative realizzate e conseguentemente delle aziende italiane che hanno beneficiato dei servizi dell'ente.
- In particolare, per gli uffici della sede la fase transitoria e ha comportato dover affrontare un procedimento di selezione del personale, come disposto dalla riforma, sforzi di comunicazione per riconquistare un posizionamento e una credibilità presso le aziende, non sempre consapevoli del ripristino dell'ente, l'avvio di un processo di riorganizzazione interna della struttura e delle attività, e anche la mancanza di referenti sul territorio rappresentati dalla rete di uffici ICE territoriali in fase di chiusura;



- la chiusura degli uffici della rete Italia, ad eccezione della sede di Milano, ha indotto un consistente rallentamento dell'attività volta ad aumentare il numero di aziende italiane assistite e ha rallentato anche la stipula di nuove convenzioni con le Regioni, in attesa di una riorganizzazione e ripartizione dei compiti a livello territoriale con il sistema camerale e le Regioni;
- con riguardo alla rete estera, la fase di gestione transitoria ha inciso negativamente sull'operatività degli uffici nella misura in cui l'attività promozionale è stata necessariamente ridimensionata con ricadute anche sull'erogazione di servizi che, in parte, risultano correlati ad essa.
- Il drastico ridimensionamento delle risorse umane ed economiche: la diminuzione degli stanziamenti assegnati all'ICE con la legge finanziaria per il suo funzionamento ha portato al ridimensionamento della rete estera ed alla trasformazione di alcuni uffici in punti di corrispondenza, con conseguente perdita di personale locale specializzato nell'attività di supporto alle imprese. Il personale di ruolo nel 2012 si è ridotto ulteriormente, passando da 613 unità a 574 (-7%), prima dell'ulteriore ridimensionamento dovuto alla Legge istitutiva dell'Agenzia-ICE che ha fissato il tetto massimo del personale di ruolo a 450 unità. Il personale locale impiegato nella rete estera si è ridotto, nello stesso periodo, da 487 unità a 442 (-10%).
- Un contesto economico-politico particolarmente negativo in alcuni mercati europei (Germania, Francia, Spagna, Polonia, Romania) e, con riguardo ai paesi extra-europei, in Cina, il che ha inevitabilmente inciso sugli scambi commerciali.

Per contrastare o, quanto meno, per limitare le criticità sopra evidenziate, l'Istituto ha comunque messo in campo ogni risorsa disponibile per il raggiungimento degli obiettivi definiti nel Piano della performance. In particolare, al fine di realizzare un sostegno pubblico più incisivo ed efficace per le aziende italiane esportatrici, l'ICE ha concentrato la propria azione sull'Obiettivo strategico n. 2, che, avendo più degli altri un forte impatto sui destinatari dei servizi, rappresenta il *core business* dell'Istituto.

Si sottolinea peraltro che nel periodo transitorio gli uffici hanno posto in essere azioni, anche non direttamente collegate agli obiettivi programmati, che costituiscono senz'altro un'opportunità ed una risorsa per la costituenda Agenzia.

Si è trattato di:

- intensificare l'attività di informazione, primo orientamento, assistenza e consulenza alle imprese, anche attraverso azioni di marketing diretto;
- rafforzare i legami con l'utenza e con i soggetti istituzionali ed imprenditoriali coinvolti nel processo di internazionalizzazione, a parziale sostituzione di attività promozionali ICE;
- studiare e realizzare nuove forme di iniziative promozionali a carattere privatistico, cioè con il solo contributo privato delle imprese e/o di Ministeri o altri soggetti istituzionali;
- predisporre un piano di attività per le regioni Obiettivo Convergenza ("Piano Sud");

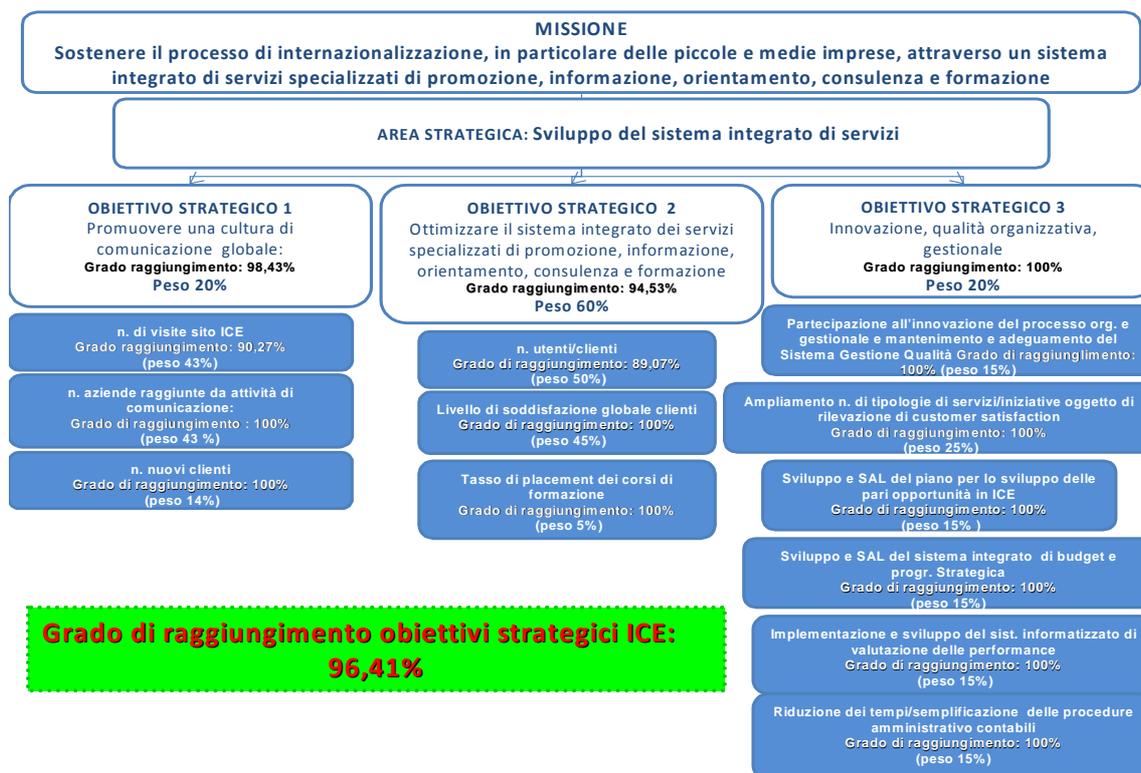
- o studiare nuove opportunità di fornire servizi all'internazionalizzazione, coinvolgendo gli enti preposti alle politiche per l'innovazione, proponendo l'ICE in qualità di referente sull'internazionalizzazione per i costituenti Cluster Tecnologici Nazionali e per promuovere sui mercati esteri le start-up innovative;
- o gestire le attività derivanti dalla legge 214/2011, come la gestione degli aspetti giuridici, amministrativi ed economici legati al periodo di transizione.

3. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

3.1 Albero della performance

Di seguito sono rappresentati graficamente l' "Indice sintetico della performance ICE per l'anno 2012" e "l'Albero della performance" con i risultati raggiunti rispetto ai target prefissati sia degli obiettivi strategici che degli indicatori ad essi correlati.

Albero della Performance ICE



3.2 Obiettivi strategici

Come accennato in premessa, il “Piano della performance” per l’anno 2012, che conclude l’attività programmatica dell’ex ICE, ha confermato la strategia delineata dal Piano della performance per il triennio 2011-2013, approvato con delibera del CdA n. 28 del 24 febbraio 2011.

Sulla base di tale impostazione programmatica, per l’anno 2012 sono stati confermati, sia pure in una logica di miglioramento delle performance rispetto all’anno precedente e di un maggiore sforzo ed impegno sulle attività considerate preminenti rispetto ad altre, i 3 obiettivi strategici, graficamente rappresentati nel Paragrafo precedente.

A seguito dell’attività di monitoraggio e misurazione della performance, è risultato che:

- **OBIETTIVO STRATEGICO 1**

Promuovere una cultura di comunicazione globale

Grado di raggiungimento: 98,43%.

L’ex ICE ha inteso puntare sulla comunicazione per la completa conoscenza e la corretta percezione dell’attività dell’Istituto da parte dei suoi stakeholders, interni ed esterni.

Il leggero scostamento dal valore del target del 100% è dovuto all’indicatore “numero di visite al sito ICE”; infatti, nel corso del 2012, l’ICE ha dovuto operare in regime di gestione transitoria e quindi non ha potuto promuovere politiche volte al miglioramento del sito Istituzionale.

- **OBIETTIVO STRATEGICO 2**

Ottimizzare il sistema integrato dei servizi specializzati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione

Grado di raggiungimento: 94,53%

Con tale obiettivo l’ex ICE ha operato in modo da consentire alle aziende clienti di poter accedere ad una gamma di servizi personalizzati, in un’ottica di integrazione che risponda a standard di qualità espliciti e preventivamente enunciati.

Lo scostamento dal valore massimo del target del 100% è dovuto all’ indicatore “Numero utenti clienti” (grado di raggiungimento 89,07%). Anche in questo caso, i dati rivelano l’impatto negativo, comunque contenuto ed arginato per quanto possibile, sull’attività di sostegno delle aziende determinato dal provvedimento di soppressione, dal conseguente regime di gestione transitorio nonché dal ridimensionamento dei fondi necessari per assicurare l’attività di erogazione dei servizi.

- **OBIETTIVO STRATEGICO 3**

Innovazione e qualità organizzativa e gestionale

Grado di raggiungimento: 100%

L’azione dell’ex ICE è stata diretta a riqualificare e innovare i processi gestionali ed i modelli organizzativi secondo logiche di interfunzionalità e miglioramento continuo della qualità e dell’efficienza.

In base alle risultanze della misurazione delle performance relativamente al livello di raggiungimento dei target 2012, il livello medio di raggiungimento dei target relativi agli obiettivi strategici è stato del 96,41% con un decremento rispetto al raggiungimento degli stessi target nel 2011 (98,53%);

3.3 Obiettivi e piani operativi

Nell'allegato 1 ("**Documento di misurazione performance ICE 2012**") è riportato il dettaglio dei risultati degli obiettivi operativi e di ciascun indicatore ad essi correlato (Descrizione dell'obiettivo e peso associato; dati di consuntivo dell'indicatore per gli anni 2010-11-12; indicatore e peso associato; target valore consuntivo dell'indicatore; grado - valore in percentuale - del raggiungimento dell'obiettivo rispetto al valore atteso).

Come accennato in precedenza:

- Il livello medio di raggiungimento dei target relativi agli obiettivi operativi degli uffici della Sede è stato del **99,32%**, con un incremento rispetto al dato di consuntivo per l'anno 2011 pari a 98,84%;
- Il livello medio di raggiungimento dei target relativi agli obiettivi operativi degli uffici della Rete Italia è stato del **94,67%**, con un sensibile incremento rispetto al dato del 2011 pari a 83,72%;
- Il livello medio di raggiungimento dei target relativi agli obiettivi operativi degli uffici della Rete estera è stato del **91,64%**, con un aumento rispetto al dato dell'anno precedente pari a 88,09%.

L'elevato livello medio di raggiungimento dei target, da un lato, è certamente interpretabile come effetto del notevole impegno profuso dall'Istituto anche in un contesto fortemente critico dovuto alla sua soppressione e ricostituzione nella nuova veste giuridica di Agenzia; dall'altro, suggerisce la possibilità di definire target maggiormente sfidanti per la pianificazione delle attività che dovrà svolgere l'Agenzia, con particolare attenzione ad alcune specifiche aree.

Nei successivi paragrafi si evidenziano le azioni effettuate per attuare il Programma Triennale per la Trasparenza e per applicare gli standard di qualità.

a) Il Programma Triennale per la Trasparenza e l'integrità e il rispetto degli obblighi di pubblicazione

E' evidente che i profondi interventi legislativi che hanno caratterizzato la struttura giuridico-istituzionale dell'Ente nel 2011 (Decreto di soppressione a luglio, decreto di ricostituzione dell'Agenzia ICE a dicembre) abbiano fortemente influenzato l'attività programmata in materia di Trasparenza per l'intero 2012.

Si ricorda che nel 2011, con delibera n. 40 del 24 febbraio, il Consiglio di Amministrazione dell'Istituto aveva approvato il Programma Triennale della Trasparenza (2011/2013), contenente una serie di interventi diretti a favorire una maggiore trasparenza e diffusione della conoscenza di regole e procedure operative. Per tutto il 2011, l'attuazione di tale programma, nonostante il decreto di soppressione, è stato condotto dalla struttura con risultati brillanti, comprovati dalla Relazione sulla performance ICE 2012

seconda edizione del Rapporto sulla Trasparenza, pubblicato a dicembre 2012 dalla CiVIT (Commissione indipendente per la Valutazione, Integrità e Trasparenza delle pubbliche amministrazioni), cui il decreto legislativo n. 150 del 2009 ha assegnato la funzione di vigilanza sul rispetto degli obblighi di trasparenza degli enti pubblici nazionali.

In tale Rapporto, la CiVIT ha assegnato all'ex-ICE i seguenti parametri:

- 64,7% per conformità alle disposizioni di legge e della CiVIT;
- 81,8% per completezza dei dati
- 68,2% per qualità delle informazioni pubblicate,

risultati notevolmente superiori alle medie generali della PP.AA. italiana in materia di trasparenza.

Il risultato attestava un ulteriore riconoscimento pubblico ottenuto dall'Agenzia ICE che confermava quello dell'ottobre 2011. In quella occasione, tre mesi dopo il decreto di soppressione, all'ICE veniva assegnata la prima posizione assoluta tra tutte le Pubbliche Amministrazioni per il Piano della Performance presentato.

La motivazione del riconoscimento certificava l'elevata qualità della strategia adottata, dal punto di vista della completezza, comprensibilità e adeguatezza alle esigenze di internazionalizzazione espresse dalle PMI italiane.

Come già affermato, nel 2012 è stato mantenuto un sistema di status quo sugli adempimenti richiesti in materia di trasparenza, con tutto l'Ente impegnato nel profondo processo di rinnovamento che ha riguardato la selezione del personale destinato alla nuova Agenzia, l'elaborazione del nuovo funzionigramma e organigramma, l'avvio della fase transitoria (1.1.2012 / 31.3.2012) e, infine, l'operatività della Agenzia ICE, fissata al 1 aprile 2013.

Per tutto l'esercizio ha continuato a operare presso la struttura l'organizzazione elaborata nel 2011, attraverso il contributo del Responsabile per la Trasparenza e l'Integrità, incarico conferito con Determinazione del Direttore Generale del 7 febbraio 2011 al Direttore del Dipartimento Servizi alle Imprese, e il Gruppo di Lavoro (nominato con comunicazione 74 del 3 maggio 2011), composto da funzionari operanti nei diversi Dipartimenti, i quali hanno operato in un contesto sicuramente non semplice, ciascuno secondo la propria competenza ma in una logica di ampia trasversalità.

Pur non avendo assicurato la realizzazione di tutti gli interventi operativi secondo la tempistica del Programma Triennale (Giornate della Trasparenza, Pubblicazione di moduli e formulari utilizzati per i singoli procedimenti, ecc.) per l'intero 2012 il Gruppo di Lavoro ha continuato a operare per consolidare le premesse gettate nel 2011 e favorire il terreno per l'implementazione degli interventi ad assestamento della struttura e dopo una serie di chiarimenti legislativi intervenuti sulla materia.

A quest'ultimo proposito infatti, appare necessario ricordare che il Gruppo di Lavoro ha operato in stretta sintonia con le valutazioni espresse sul portale della Funzione Pubblica "La Bussola della Trasparenza", che dettava norme di pubblicazione sul sito istituzionale nella rubrica "Trasparenza

e Valutazione”: tutta la normativa prodotta è stata però superata dal D.lgs. n. 33 del 14 marzo 2013, che impone la creazione sui siti istituzionali di una nuova rubrica, “Amministrazione Trasparente”, con sottorubriche fissate per legge e contenuti simili a quelli della precedente normativa.

Scendendo nei particolari, è stata mantenuta inalterata l’organizzazione del modello di gestione delle caselle PEC, ma la loro verifica è stata rimandata, per ovvie necessità, alla approvazione del nuovo funzionigramma e organigramma, intervenuto il 28 dicembre 2012.

Considerando il dettaglio delle norme di legge in materia di pubblicazione dei dati e dei documenti sui siti istituzionali, si è volutamente evitato di aggiornare il Manuale della Trasparenza che, probabilmente, nel corso del 2013 verrà ridimensionato a schemi procedurali e di responsabilità sulla correttezza dei dati e/o documenti forniti.

Per far fronte all’ assetto istituzionale transitorio, dato che l’Ente continuava a operare sia pure con programmi ridotti a favore del processo di internazionalizzazione delle imprese italiane, sono stati realizzati degli adattamenti dell’Albo Pretorio Telematico, portati a conoscenza della struttura con Comunicazione di Servizio n. 26 del 27 marzo 2012, dove è stata prevista la pubblicazione delle Determinazioni del Dirigente Generale Delegato.

Sempre in materia di pubblicazione dei dati e in conformità al dettato dell’art. 18 della L. 134 / 2012, sono state affrontate le tematiche riconducibili all’ indicazione dei beneficiari di sovvenzioni, contributi, ausili finanziari, corrispettivi e compensi superiori al limite di € 1.000,00 per anno: il Gruppo di Lavoro ha acquisito tutti i termini legislativi in materia, procedendo alla individuazione di un applicativo gestionale in formato tabellare aperto che permetta la consultazione personalizzata di tali dati anche a utenti esterni.

L’attuazione di tale programma, secondo le specificità di una realtà complessa come quella rappresentata dall’Agenzia ICE, operante in circa 80 mercati esteri, è stata realizzata ad inizio 2013. Il Gruppo ha curato la stesura di una Comunicazione di Servizio informativa (n. 3 dell’11 gennaio 2013), seguita da un Odine di Servizio (n. 1 del 31 gennaio 2013), in cui si richiedeva al Dipartimento Amministrazione, Finanza e Controllo e all’Area Sistemi Informativi di fornire agli Uffici dell’Agenzia ICE le necessarie istruzioni per soddisfare gli obblighi di legge in materia di amministrazione digitale.

All’avvio della nuova Agenzia ICE, il Responsabile per la Trasparenza ha sottoposto al Consiglio di Amministrazione la proroga della validità del Regolamento recante la disciplina della Trasparenza dell’attività amministrativa, della pubblicazione dei contenuti sui siti internet gestiti dall’ICE e della gestione della comunicazione e diffusione di dati personali, nonché delle norme e dei Programmi da esso discendenti, fino all’ultimazione della fase di avvio e al raggiungimento dell’ordinaria amministrazione da parte dell’Agenzia ICE. Il Consiglio di Amministrazione ha approvato con delibera 1/3 del 22 gennaio 2013.

b) Definizione e gestione degli Standard di qualità dei Servizi

Gli “Standard qualitativi dei Servizi ICE” erano stati approvati dal Consiglio di Amministrazione dell’ICE-Istituto con delibera n. 36 del 24 febbraio 2011.

L'Area Sviluppo Servizi aveva dato seguito a questa delibera elaborando gli standard per gli ulteriori servizi di assistenza e consulenza, completando la gamma dei servizi previsti dal Catalogo. La soppressione dell'Istituto a luglio 2011 ha impedito la presentazione e l'approvazione di quest'ultima parte degli Standard dei Servizi. La presentazione dei nuovi Standard avrà luogo una volta completato il processo di revisione e di approvazione del Catalogo dei Servizi dell'Agenzia ICE.

Il rallentamento di attività intervenuto nel 2012 e la necessità di ristrutturare il portafoglio dei servizi integrati che dovranno essere forniti dal nuovo Ente hanno, comunque, permesso di accentuare il coinvolgimento degli stakeholders. Si tratta delle categorie principali di interlocutori della futura Agenzia, individuate con riferimento ai settori di attività svolte: promozione, informazione, assistenza, consulenza e formazione.

Rientra in tale ambito la prima analisi di "Customer Satisfaction", realizzata dall'Area Sviluppo Servizi nella primavera del 2012 e propedeutica per la presentazione della proposta di Catalogo dei Servizi.

Riferita esclusivamente ai servizi di assistenza e consulenza, richiesti dalle aziende italiane ed erogati dagli uffici delle Reti ICE a titolo oneroso, la ricerca è stata realizzata grazie alla collaborazione di una task-force di dieci persone che ha contattato le aziende nei mesi di marzo/aprile 2012.

La metodologia scelta per la raccolta dati è stata l'intervista telefonica nel corso della quale sono stati compilati dei questionari predisposti in anticipo, contenenti 8 domande, tese a individuare principalmente:

- un indicatore di soddisfazione del cliente rispetto alle caratteristiche specifiche del servizio, composto da varie componenti quali la percezione del servizio, la tempistica, il rapporto qualità/prezzo, la qualità dei partner segnalati/invitati e l'organizzazione logistica. Livello raggiunto: 3.47/5.00.
- un indicatore di risultato ottenuto dall'azienda grazie al servizio, misurato attraverso parametri oggettivi per gli intervistati, come l'acquisizione di nuovi contatti, l'identificazione di distributori/agenti, l'incremento delle vendite. Livello raggiunto: 2.81/5.00.

Si è scelto di condurre l'indagine su 6 tipologie di servizi (assistenza gare, ricerca partner esteri, organizzazione incontri affari, liste nominativi, organizzazione eventi promozionali privatistici, informazioni fiscali, doganali e tecniche), con un campione definito di 1.719 servizi erogati a 1.065 imprese: di quest'ultime, hanno deciso di prestarsi all'intervista in 447 per un totale di 736 servizi.

A fine anno, è stato eseguito un sondaggio motivazionale sulle aziende presenti nella rubrica del sito ICE "Vetrine virtuali". Il sondaggio (concretizzatosi in 4.949 questionari, con 969 risposte) è stato mirato a cogliere l'apprezzamento delle aziende nella rubrica ICE, oltre che a testare la loro disponibilità per un'eventuale conseguente tariffazione.

I risultati di tali indagini, unitamente a quanto emerso dall' "Operazione Ascolto", condotta tra il 2010 e il 2011 dal Dipartimento Servizi alle Imprese, sono stati utilizzati nel processo formativo di

revisione del Catalogo dei Servizi ICE che culminerà ad inizio 2013 con le nuove delibere approvate dal Consiglio di Amministrazione dell'Agencia ICE (marzo e aprile 2013.).

Per i consuntivi degli Standard dei servizi di assistenza e consulenza, i dati riguardano in forma aggregata la Sede di Roma, la Rete Italia (per le quote temporali in cui gli uffici hanno operato nel 2012) e la Rete Estera.

I consuntivi delle iniziative promozionali sono stati elaborati dalla competenti strutture della Sede Centrale di Roma.

L'analisi dei risultati che segue, calcolata sulla base delle segnalazioni e osservazioni, raccolta dalla casella postale osservazioni@ice.it, presso l'Area Sviluppo Servizi, è suddivisa nelle quattro dimensioni rilevanti per rappresentare la qualità effettiva dei servizi prescritta dalla delibera 88/2010 della CiVIT: Accessibilità, Tempestività, Trasparenza e Efficacia.

1. Consuntivo Standard per i Servizi di Assistenza e Consulenza 2012

Il totale delle segnalazioni di reclamo ricevute ammonta a 93, stesso numero registrato nel 2011, anche se con pesi diversi nelle dimensioni previste: innanzitutto, nonostante l'ottimo risultato raggiunto nell'esercizio precedente, in cui tutte le segnalazioni erano state risolte con transazioni negoziate tra gli uffici erogatori del servizio e i clienti coinvolti, nel 2012, 7 reclami hanno implicato un seguito giudiziale condotto dall'Area Legale.

Accessibilità

Per quanto riguarda l'accessibilità fisica, nel 2012 gli Uffici ICE hanno garantito l'apertura al pubblico secondo i giorni e gli orari stabiliti. Unica nota da sottolineare, in mancanza di dati numerici di rilevazione, la notevole riduzione di afflusso del pubblico, derivante dagli effetti della soppressione dell'Istituto e dalla fase di transizione sperimentata dalla nuova Agenzia. Tale riduzione ha riguardato, soprattutto, la Rete Italia dove nel corso dell'anno si è proceduto ad un graduale ridimensionamento di risorse e attività, fino ad arrivare alla completa chiusura delle unità organizzative e, ovviamente, la Sede Centrale. Non si è invece registrata alcuna segnalazione di riduzione delle visite da parte degli operatori per quanto concerne la Rete Estera.

Analogo risultato per l'accessibilità multicanale: nessuna delle 93 segnalazioni riguarda l'impossibilità di accedere agli uffici dell'ICE tramite uno dei 4 canali disponibili, web, telefono, email e accesso diretto.

Tempestività

Le principali criticità riguardano i tempi di riscontro delle richieste di assistenza (stabiliti dagli Standard di Qualità entro 3 giorni): 48 segnalazioni (contro le 43 del 2011) hanno avuto a oggetto proprio il ritardo degli uffici ICE nel fornire un primo riscontro alle richieste degli utenti.

Trasparenza

Nonostante l'impegno continuo dell'Amministrazione, nel 2012 si assiste ad un lieve incremento delle segnalazioni di reclami riguardanti la non completa trasparenza dell'attività e, precisamente, quattro segnalazioni riferite alla mancanza del Responsabile dell'Ufficio erogatore del servizio (stesso dato nel 2011), ma 8 riferite a una scarsa chiarezza dei costi finali del servizio (3 nel 2011).

Soprattutto a proposito di questa ultima variabile appare inderogabile la necessità di un maggior coordinamento a causa non solo del dato riportato ma, soprattutto, delle critiche alla politica di pricing non uniforme praticata dall'ICE e avanzate dalle aziende interpellate nelle diverse indagini.

Efficacia

Anche per questa dimensione, il numero dei reclami risulta in diminuzione (33 nel 2012 contro le 45 del 2011) e rientra nei limiti di accettabilità. E' chiaro, tuttavia, che si tratta dell'area di intervento di maggiore sensibilità per l'utente esterno, essendo collegata all'area di soddisfazione generale del servizio richiesto, ricevuto e ottenuto. Proprio per far fronte a tale trend negativo, il nuovo Catalogo dei Servizi dovrà assicurare una maggiore aderenza degli interventi ICE alle aspettative del cliente.

2. Consuntivo Standard per i Servizi di Promozione 2012

Per quanto riguarda i servizi promozionali, il consuntivo degli Standard di Qualità appare sicuramente in linea con gli obiettivi fissati, anche tenendo in conto la riduzione di attività promozionale svolta nel corso dell'esercizio di riferimento. I target di accessibilità, tempestività e trasparenza risultano infatti pienamente centrati, anche se, a titolo di esempio, l'invio della newsletter promozionale mensile è stato riattivato solo a partire dal mese di maggio, con la ripresa di un sufficiente livello di attività.

Per quanto riguarda l'efficacia "qualitativa esterna", rilevata dai questionari di customer satisfaction in occasione delle manifestazioni promozionali, il dato medio riferito al "giudizio globale" è stato pari a 4,33 (scala da 1 a 5), come risulta dai 1290 questionari compilati dai partecipanti, in aumento rispetto al giudizio conseguito nel 2011, pari a 4,25. Il numero di rapporti negativi sul totale dei questionari raccolti si mantiene abbondantemente entro i limiti di risultato attesi (52 su 1.290).

3.4 Obiettivi individuali

Il Sistema di misurazione e valutazione della Performance dell'ex ICE utilizzato per l'anno 2012 è quello adottato dal CdA dell'ex ICE con delibera n. 303 del 21.12.2010.

Tale sistema prevede uno stretto collegamento tra gli obiettivi strategici ed operativi e gli obiettivi individualmente assegnati ai singoli dipendenti secondo i seguenti criteri generali:

- per i ruoli direttivi (Dirigenti e Professionisti), nonché per i Responsabili rete estera, la declinazione degli obiettivi organizzativi in obiettivi individuali è effettuata dal Direttore Generale;
- per i ruoli gestionali (Responsabili Posizione Organizzativa in sede o in Italia) la declinazione degli obiettivi organizzativi in obiettivi individuali è effettuata dai ruoli direttivi.;

- per i ruoli operativi (dipendenti sede, Italia ed estero), la declinazione degli obiettivi organizzativi in obiettivi individuali è effettuata dai ruoli direttivi, sentiti i ruoli gestionali se presenti;
- per i dipendenti rete estera in uffici diretti da un responsabile, la declinazione degli obiettivi organizzativi in obiettivi individuali è effettuata dal Direttore Generale, sentito il responsabile.

Sulla base del vigente Sistema di valutazione, due sono le categorie di valutatori:

- il Direttore Generale che assegna gli obiettivi ai ruoli direttivi (Dirigenti, Responsabili di rete estera, Professionisti, Dipendenti della rete estera in servizio presso un ufficio retto da un responsabile);
- i Dirigenti e il Coordinatore PAG, che assegnano gli obiettivi ai ruoli gestionali (incaricati di posizioni organizzative) e ai ruoli operativi (il restante personale).

Il processo di assegnazione si è concluso positivamente, mediante la redazione delle schede di assegnazione di ciascun valutato. Tali schede sono processate da un applicativo informatico (SVP – Sistema Valutazione Personale) che consente a ciascun valutatore di assegnare gli obiettivi, monitorare la performance, redigere le schede di valutazione e gestire tutti i colloqui di feedback con il valutato.

La scheda individuale prevede la valutazione delle due componenti: obiettivi e comportamenti.

La componente obiettivi costituisce la parte quantitativa della valutazione della performance individuale ed è collegata al sistema di obiettivi organizzativi come esposto in precedenza, mentre la componente comportamentale attiene alla parte qualitativa della valutazione. In ciascuna scheda di assegnazione individuale sono quindi indicati gli obiettivi sul cui raggiungimento ogni dipendente deve essere valutato.

Alle due componenti della performance individuale è assegnata un'incidenza percentuale diversa in relazione alle diverse figure professionali coinvolte:

- i ruoli direttivi (Dirigenti e Professionisti) sono valutati per il 70% sulla componente obiettivi e per il 30% sui comportamenti;
- i ruoli gestionali (Responsabili rete Estera, Responsabili Posizione Organizzativa in sede e in Italia) sono valutati per il 60% sulla componente obiettivi e per il 40% sui comportamenti;
- i ruoli operativi (dipendenti presso la Sede, rete Italia e rete Estera) sono valutati:
- per il Livello C per il 40% sulla componente obiettivi e per il 60% sui comportamenti;
- per il Livello B per il 30% sulla componente obiettivi e per il 70% sui comportamenti;
- per il Livello A per il 10% sulla componente obiettivi e per il 90% sui comportamenti.

Per valutare la componente obiettivi si procede mediante la misurazione del livello di raggiungimento riportato nella scheda individuale di ciascun valutato per gli obiettivi di propria competenza.

Come per il 2011, anche per il 2012 i dati di misurazione dell'attività sono stati rilevati dalla Struttura Tecnica Permanente, secondo la procedura accennata in precedenza: l'OIV ha messo a punto uno schema di report standard, in modo da omogeneizzare le modalità di rilevazione dei

dati rilevati con strumenti non informatizzati; nel report sono indicate le evidenze a supporto dei dati, anche al fine di rendere possibile un audit del dato stesso.

Nel report ciascuna unità operativa ha rilevato per ogni indicatore il dato consuntivo per l'anno 2012, eventuali dettagli relativi alla composizione del dato per una sua migliore comprensione, e le fonti da cui il dato è stato ricavato per consentire una attività di verifica sul consuntivo comunicato.

La Struttura Tecnica Permanente nel mese di marzo del corrente anno ha predisposto il documento di "Misurazione della Performance ICE 2012", nel quale sono riportati i dati di misurazione pervenuti e la conseguente quantificazione per ciascun indicatore del livello di raggiungimento del relativo target.

Nel compilare le schede di valutazione, i valutatori hanno tenuto conto delle risultanze del processo di misurazione sopra descritto.

Si è conclusa la fase di valutazione individuale, mentre sono ancora in corso le attività di messa a punto e verifica connesse al complessivo funzionamento del sistema finalizzato alla premialità.

4. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITA'

Per l'esercizio 2012, non è stato possibile presentare un confronto con il "Piano degli indicatori e risultati attesi di bilancio", in quanto l'ICE Agenzia non ha predisposto il documento di previsione per l'anno 2012, a causa della decadenza degli organi sociali a seguito del decreto di soppressione del 6 luglio 2011.

Peraltro, fino al 31 dicembre 2012, l'ente ha svolto l'attività di ordinaria amministrazione, operando in gestione transitoria, in ottemperanza alle disposizioni di legge, come indicato dal DPCM attuativo del 28 dicembre 2012.

Nel corso della gestione transitoria dell'ex ICE 2012 sono state attuate diverse misure di contenimento delle spese ordinarie, aggiuntive rispetto a quelle attuate nell'esercizio 2011 e sono entrati a regime i risparmi connessi alle misure relative alla ristrutturazione della Rete estera che, deliberate precedentemente alla soppressione dell'Istituto, sono state realizzate a partire dalla seconda metà del 2011 e completate nei primi mesi dell'esercizio 2012.

Ulteriori risparmi sui costi di funzionamento rispetto all'esercizio precedente, complessivamente pari a 14,2 milioni di euro, hanno riguardato principalmente:

- la riduzione dei costi per servizi informatici;
- il decremento del costo del lavoro a seguito della riduzione del numero dei dipendenti per pensionamenti, mobilità e per i numerosi comandi concessi nel corso dell'esercizio, della forte contrazione del turn-over del personale di ruolo rientrato in Italia dall'estero e del personale locale dimessosi volontariamente o per raggiunti limiti di età;

- la diminuzione degli ammortamenti, prevalentemente relativi alle immobilizzazioni immateriali, dovuta alla conclusione del processo di ammortamento dei software acquisiti in passato e alla contemporanea riduzione dei nuovi investimenti.

5. PARI OPPORTUNITA' E BILANCIO DI GENERE

Il Comitato Unico di Garanzia per le pari opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni dell'ICE (CUG dell'ICE in gestione transitoria fino al 1 Aprile 2013), è stato nominato con delibera presidenziale il 31-03-2011 (successivamente ratificata dal CDA del 06 aprile 2011).

Il CUG, che ha tra le sue principali funzioni la promozione delle pari opportunità, ha operato in particolare nell'ambito dell'obiettivo strategico "Innovazione e Qualità organizzativa e gestionale" Nel Piano della Performance è stato individuato l'indicatore Sviluppo del Piano per le Pari Opportunità e SAL in seno all'ICE, all'interno del Dipartimento del Personale.

Nel corso del 2012 si è protratta la situazione di forte malessere dovuta al passaggio dalla soppressione (6 luglio 2011) alla successiva riattivazione in forma transitoria con disposizioni di legge (6 dicembre 2011). Il CUG non ha pertanto seguito un obiettivo operativo specifico, bensì ha fatto da tramite con l'Amministrazione, considerato il forte impatto che tali circostanze hanno causato a tutto il personale, senza distinzione di genere e soprattutto alla categoria dei disabili ed al personale della rete Italia. Picchi di disagio sono emersi in concomitanza alle fasi cruciali del processo di valutazione per la selezione dei 450 dipendenti che sarebbero confluiti all'ICE-Agenzia.

In tale contesto il CUG ha portato avanti la collaborazione con gli altri punti della struttura che si occupano di tematiche vicine al benessere organizzativo, Responsabile della Sicurezza ed OIV. Ha preso parte agli incontri di approfondimento del Tavolo Tecnico sugli inquadramenti con l'Amministrazione e le OO.SS nell'ambito del processo di applicazione della Legge 214/2011 (soppressione dell'ICE).

Nel corso del 2012, il Cug si è riunito ufficialmente tre volte, a parte incontri informali fra i membri motivati dall'urgenza di rappresentare all'Amministrazione (dirigente delegato) il forte disagio dovuto alla situazione sopra descritta, e ha promosso le seguenti istanze: 1) specifica richiesta di comunicazioni di fonte istituzionale, costanti ed alternative rispetto a quella posta in essere dai sindacati; 2) osservazioni relative all'avviso di procedura comparativa; 3) denuncia della mancata rappresentanza di genere al CDA dell'ICE-Agenzia; 4) sollecito per la richiesta di porre in essere forme di comunicazione istituzionale sugli sviluppi della transizione; 5) denuncia delle criticità relative alla pubblicazione della graduatoria della valutazione comparativa.

Inoltre, il Presidente del CUG ha partecipato alla Conferenza dei Direttori degli Uffici del personale presso la Funzione Pubblica (del 19 marzo 2012) ove viene riportato l'aggiornamento sullo status quo dei vari CUG, dandone conto a tutti i membri.

Il CUG ha partecipato alla riunione periodica sulla sicurezza sui luoghi di lavoro (12 aprile 2012), chiedendo al responsabile SPP che fossero registrate anche eventuali denunce di disagio, finalizzate alla valutazione statistica dello stress.

6. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

6.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

- La presente Relazione è stata redatta con il coinvolgimento di tutta la dirigenza dell'Istituto in fase informativa (riunione indetta dal Direttore Generale Dott. Luongo in data 7 Maggio c.a., alla presenza anche dell'OIV e della Struttura Tecnica Permanente) e la costituzione di un gruppo di lavoro interdipartimentale che è stato coordinato dall'Ufficio di Supporto per la Pianificazione Strategica, Studi e Rete Estera, con l'assistenza consulenziale dell'OIV e della Struttura Tecnica Permanente.

Inoltre è stata richiesta a tutte le Unità Organizzative della sede, della rete Italia e della rete estera la compilazione di una specifica scheda sintetica nella quale evidenziare:

- gli eventuali scostamenti tra i risultati ottenuti e quelli programmati, nonché le cause degli scostamenti stessi;
- le eventuali ulteriori attività, non collegate agli obiettivi programmati, svolte dagli uffici nel periodo post soppressione.

Di tale ricognizione si è tenuto conto per la compilazione della presente redazione, in particolare del Paragrafo 2.3 "I risultati raggiunti".

6.2 Punti di forza e di debolezza del ciclo di gestione della performance

Il processo di funzionamento del Sistema è stato caratterizzato da un'ampia partecipazione di tutti i soggetti interessati ed è stato svolto con il supporto operativo e di consulenza dell'OIV.

In particolare si sottolinea il completo coinvolgimento in tutte le fasi di lavoro della dirigenza nel suo complesso, incluso il Direttore Generale, e delle OO.SS. chiamate a condividere ed a suggerire interventi operativi e/o correttivi per la predisposizione del Sistema di Misurazione e valutazione. L'OIV nell'ambito di propria competenza ha operato in stretta sintonia con Presidente e Consiglio di Amministrazione dell'Ente.

La Struttura Tecnica Permanente ha svolto, tra gli altri suoi compiti, un ruolo di raccordo tra tutti i soggetti implicati nel processo di lavoro.

I principali vantaggi individuati nella implementazione della metodologia di lavoro adottata sono stati:

- Il collegamento sistematico della dimensione strategica con quella operativa,
- Il collegamento sistematico tra la misurazione della performance a livello di ente nel suo complesso, di unità organizzative e di singoli individui,
- la definizione di un orizzonte programmatico di carattere pluriennale,

- l'esplicitazione di obiettivi misurabili, di strumenti di misurazione (indicatori) e di target precisi.

Le maggiori criticità che si sono registrate sono relative invece:

- alla difficoltà di definire e ancor più di misurare con costi contenuti indicatori di outcome (l'Istituto ha definito alcuni indicatori in tal senso ma per altri che avrebbe voluto inserire si sono poste problematiche relative ai costi di rilevazione),
- alla possibilità di individuare obiettivi e target realmente sfidanti, soprattutto laddove si era nell'impossibilità di costruire adeguate serie storiche per l'indicatore prescelto,
- alla complessità nel realizzare il coinvolgimento degli stakeholder esterni con tempi e risorse ridotti sia in fase di programmazione degli obiettivi che a consuntivo di misurazione,
- alle difficoltà – elemento questo contingente ma straordinariamente importante – derivanti dalla soppressione dell'Istituto e al conseguente regime di gestione transitoria, che ha determinato una serie di difficoltà di ordine economico, procedurale, operativo, ecc. Tali elementi hanno consentito comunque l'applicazione del sistema ma con alcune limitazioni relative alla misurabilità di alcuni indicatori (si rinvia al "catalogo degli indicatori" per il dettaglio di quelli eliminati dal sistema) e all'operatività degli strumenti di supporto (sistemi informatici e di reporting).

A conclusione si può senz'altro asserire che il Piano della Performance, alimentato dai nuovi e sfidanti obiettivi che una nuova governance vorrà individuare, potrà essere di grande utilità per il controllo strategico ed operativo ed è a completa disposizione degli organi di governo e di direzione della neo-costituita Agenzia.

Inoltre l' Agenzia-ICE dispone da subito di:

- personale altamente specializzato nelle reti, di un patrimonio professionale costituito dagli addetti locali, da basi di dati, relazioni economiche e commerciali di valore, di una notevole copertura geografica;
- efficienza organizzativa e gestionale grazie alla esperienza maturata nella programmazione, nella contabilità direzionale, nella metodologia del sistema di qualità che porta alla semplificazione delle procedure, adattamenti rapidi e controlli di processo e di risultato;
- capacità di dialogo con le altre agenzie omologhe europee

Il valore di questo patrimonio di conoscenze ed esperienze è stato alla base del processo che ha condotto alla redazione del Piano e al raggiungimento degli obiettivi in esso definiti.

L'ex Istituto ha condiviso la nuova cultura di programmazione contenuta nel D.Lgs 150/2009 e realizzato le condizioni per garantire la massima trasparenza in ordine all'attuazione degli impegni delineati. L'Agenzia-ICE avrà a disposizione uno strumento tecnico di programmazione, misurazione e valutazione della performance organizzativa ed individuale funzionante ed efficace nonché conosciuto ed utilizzato da tutta la struttura.

ITALIA

Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Struttura Tecnica Permanente



DOCUMENTO DI “MISURAZIONE PERFORMANCE ICE 2012”

ALLEGATO 1 – RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE

Data: Marzo 2013

Predisposto da: Struttura Tecnica Permanente

**RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE OBIETTIVI STRATEGICI**

PERFORMANCE OBIETTIVI STRATEGICI (MEDIA PONDERATA)	96,41%
PERFORMANCE OBIETTIVI STRATEGICI (RAPPORTATA A 100)	
OBIETTIVO STRATEGICO N. 1 "Promuovere una comunicazione globale" (peso 20%)	98,43%
OBIETTIVO STRATEGICO N. 2 "Ottimizzare il sistema integrato dei servizi specializzati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione" (peso 60%)	94,53%
OBIETTIVO STRATEGICO N. 3 "Innovazione e qualità organizzativa e gestionale peso" (20%)	100,00%



RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE OBIETTIVI SEDE

UFFICI DELLA SEDE	GRADO PERFORMANCE 2012	UFFICI DELLA SEDE	GRADO PERFORMANCE 2012
Area di Staff		Dipartimento promozionale	100,00%
Area Legale e Segr. Istituzionale	100,00%	Area Programmazione	100,00%
Area Relazioni esterne	93,14%	Area Progetti speciali	100,00%
Ufficio Stampa	100,00%	Area Beni di consumo - moda	100,00%
Ufficio Auditing	100,00%	Area Beni di consumo - abitare	100,00%
Area Strategie di rete	100,00%	Area Beni strumentali	100,00%
Area Sistemi Informativi	100,00%	Area agro-alimentare	96,81%
P.A.G.	100,00%	Area Collaborazione Industriale	100,00%
Dipartimento Personale	100,00%	Dipartimento Formazione	98,33%
Area Amm. Giuridica	100,00%	Area Formazione manageriale	100,00%
Area Amm. Economica	100,00%	Area Progetti e form. internazionale	100,00%
Area Servizi Generali	100,00%	Area Studi	100,00%
Dipartimento Amm., Finanza e controllo	100,00%		
Area Amministrazione	100,00%	MEDIA SEDE	99,32%
Area Approvv. e contratti	100,00%		
Area Budget e controllo	100,00%		
Dipartimento Servizi alle imprese	98,00%		
Area Prodotti Informativi	95,00%		
Area Assistenza alle imprese	100,00%		
Area Sviluppo e servizi	97,00%		



RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE OBIETTIVI RETE ITALIA

UFFICI RETE ITALIA	GRADO PERFORMANCE 2012		
Milano e Coord. Italia Nord	95,00%	UFFICI NORD ITALIA	99,17%
Bologna	100,00%	UFFICI CENTRO ITALIA	95,00%
Trieste	100,00%	UFFICI DEL SUD ITALIA	87,50%
Torino	100,00%		
Bolzano	100,00%		
Verona	100,00%		
Ancona	100,00%		
Cagliari	100,00%		
Firenze	75,00%		
Perugia	100,00%		
Pescara	100,00%		
Palermo e Coord. Italia Sud	100,00%		
Reggio Calabria	50,00%		
Napoli	100,00%		
Bari	100,00%		
Media Performance Rete Italia	94,67%		



RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE OBIETTIVI RETE ESTERA

UFFICI RETE ESTERA	RISULTATO PERFORMANCE	UFFICI RETE ESTERA	RISULTATO PERFORMANCE
ALGERI	98,13%	MOSCA	100,00%
ALMATY	91,46%	MUMBAI	85,51%
AMMAN	80,25%	NEW DELHI	86,83%
ATLANTA	100,00%	NEW YORK	94,78%
BAKU	79,40%	PARIGI	99,34%
BANGKOK	100,00%	PECHINO	93,77%
BEIRUT	78,90%	RIYADH	82,56%
BELGRADO	77,48%	SAN PAOLO	100,00%
BERLINO	100,00%	SAN PIETROBURGO	100,00%
BRUXELLES	100,00%	SANTIAGO	100,00%
BUCAREST	90,90%	SARAJEVO	62,97%
BUDAPEST	92,80%	SEOUL	91,37%
BUENOS AIRES	100,00%	SHANGHAI	100,00%
CANTON	69,93%	SINGAPORE	93,90%
CARACAS	100,00%	SKOPJE	90,93%
CASABLANCA	66,13%	SOFIA	100,00%
CHICAGO	100,00%	STOCCOLMA	98,82%
CITTA' DEL MESSICO	99,11%	SYDNEY	94,09%
DUBAI	100,00%	TAIPEI	82,62%
GIACARTA	96,95%	TEHERAN	56,33%
HOCHIMINH	73,27%	TEL AVIV	95,61%
HONG KONG	89,79%	TIRANA	89,84%
ISTANBUL	95,76%	TOKYO	89,90%
JOHANNESBURG	84,42%	TORONTO	100,00%
KIEV	100,00%	TUNISI	100,00%
KUALA LUMPUR	100,00%	VARSAVIA	98,66%
LONDRA	80,18%	VIENNA	100,00%
LOS ANGELES	100,00%	ZAGABRIA	84,85%
LUBIANA	97,32%		
MADRID	93,08%	Media performance rete estera	91,64%

ALLEGATO N. 1

Documento di "Misurazione performance 2012"

ITALIA

Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Struttura Tecnica Permanente



DOCUMENTO DI “MISURAZIONE PERFORMANCE ICE 2012”

ALLEGATO 1 – RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE

Data: Marzo 2013

Predisposto da: Struttura Tecnica Permanente

**RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE OBIETTIVI STRATEGICI**

PERFORMANCE OBIETTIVI STRATEGICI (MEDIA PONDERATA)	96,41%
PERFORMANCE OBIETTIVI STRATEGICI (RAPPORTATA A 100)	
OBIETTIVO STRATEGICO N. 1 "Promuovere una comunicazione globale" (peso 20%)	98,43%
OBIETTIVO STRATEGICO N. 2 "Ottimizzare il sistema integrato dei servizi specializzati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione" (peso 60%)	94,53%
OBIETTIVO STRATEGICO N. 3 "Innovazione e qualità organizzativa e gestionale peso" (20%)	100,00%



RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE OBIETTIVI SEDE

UFFICI DELLA SEDE	GRADO PERFORMANCE 2012	UFFICI DELLA SEDE	GRADO PERFORMANCE 2012
Area di Staff		Dipartimento promozionale	100,00%
Area Legale e Segr. Istituzionale	100,00%	Area Programmazione	100,00%
Area Relazioni esterne	93,14%	Area Progetti speciali	100,00%
Ufficio Stampa	100,00%	Area Beni di consumo - moda	100,00%
Ufficio Auditing	100,00%	Area Beni di consumo - abitare	100,00%
Area Strategie di rete	100,00%	Area Beni strumentali	100,00%
Area Sistemi Informativi	100,00%	Area agro-alimentare	96,81%
P.A.G.	100,00%	Area Collaborazione Industriale	100,00%
Dipartimento Personale	100,00%	Dipartimento Formazione	98,33%
Area Amm. Giuridica	100,00%	Area Formazione manageriale	100,00%
Area Amm. Economica	100,00%	Area Progetti e form. internazionale	100,00%
Area Servizi Generali	100,00%	Area Studi	100,00%
Dipartimento Amm., Finanza e controllo	100,00%		
Area Amministrazione	100,00%	MEDIA SEDE	99,32%
Area Approvv. e contratti	100,00%		
Area Budget e controllo	100,00%		
Dipartimento Servizi alle imprese	98,00%		
Area Prodotti Informativi	95,00%		
Area Assistenza alle imprese	100,00%		
Area Sviluppo e servizi	97,00%		



RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE OBIETTIVI RETE ITALIA

UFFICI RETE ITALIA	GRADO PERFORMANCE 2012		
Milano e Coord. Italia Nord	95,00%	UFFICI NORD ITALIA	99,17%
Bologna	100,00%	UFFICI CENTRO ITALIA	95,00%
Trieste	100,00%	UFFICI DEL SUD ITALIA	87,50%
Torino	100,00%		
Bolzano	100,00%		
Verona	100,00%		
Ancona	100,00%		
Cagliari	100,00%		
Firenze	75,00%		
Perugia	100,00%		
Pescara	100,00%		
Palermo e Coord. Italia Sud	100,00%		
Reggio Calabria	50,00%		
Napoli	100,00%		
Bari	100,00%		
Media Performance Rete Italia	94,67%		



RIEPILOGO RISULTATI PERFORMANCE OBIETTIVI RETE ESTERA

UFFICI RETE ESTERA	RISULTATO PERFORMANCE	UFFICI RETE ESTERA	RISULTATO PERFORMANCE
ALGERI	98,13%	MOSCA	100,00%
ALMATY	91,46%	MUMBAI	85,51%
AMMAN	80,25%	NEW DELHI	86,83%
ATLANTA	100,00%	NEW YORK	94,78%
BAKU	79,40%	PARIGI	99,34%
BANGKOK	100,00%	PECHINO	93,77%
BEIRUT	78,90%	RIYADH	82,56%
BELGRADO	77,48%	SAN PAOLO	100,00%
BERLINO	100,00%	SAN PIETROBURGO	100,00%
BRUXELLES	100,00%	SANTIAGO	100,00%
BUCAREST	90,90%	SARAJEVO	62,97%
BUDAPEST	92,80%	SEOUL	91,37%
BUENOS AIRES	100,00%	SHANGHAI	100,00%
CANTON	69,93%	SINGAPORE	93,90%
CARACAS	100,00%	SKOPJE	90,93%
CASABLANCA	66,13%	SOFIA	100,00%
CHICAGO	100,00%	STOCCOLMA	98,82%
CITTA' DEL MESSICO	99,11%	SYDNEY	94,09%
DUBAI	100,00%	TAIPEI	82,62%
GIACARTA	96,95%	TEHERAN	56,33%
HOCHIMINH	73,27%	TEL AVIV	95,61%
HONG KONG	89,79%	TIRANA	89,84%
ISTANBUL	95,76%	TOKYO	89,90%
JOHANNESBURG	84,42%	TORONTO	100,00%
KIEV	100,00%	TUNISI	100,00%
KUALA LUMPUR	100,00%	VARSAVIA	98,66%
LONDRA	80,18%	VIENNA	100,00%
LOS ANGELES	100,00%	ZAGABRIA	84,85%
LUBIANA	97,32%		
MADRID	93,08%	Media performance rete estera	91,64%

ITALIA

Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



Struttura Tecnica Permanente

DOCUMENTO DI “MISURAZIONE PERFORMANCE ICE 2012”

ALLEGATO 2 – SCHEDE OBIETTIVI STRATEGICI

Data: Marzo 2013

Predisposto da: Struttura Tecnica Permanente



Note esplicative relative alle schede predisposte per gli obiettivi strategici

Obiettivo	Codice Obiettivo strategico	Peso Obiettivo	Indicatori	Peso Indicatore	Cons. 2010	Cons. 2011	Cons. 2012	Target 2012	Grado di raggiungimento indicatore	Grado di raggiungimento per peso indicatore	Grado di raggiungimento indicatori rapportato al peso dell'obiettivo	Grado di raggiungimento obiettivo strategico
-----------	-----------------------------	----------------	------------	-----------------	------------	------------	------------	-------------	------------------------------------	---	--	--

- **Obiettivo** Strategico di riferimento;
- **Codice Obiettivo Strategico**: 1 (comunicazione); 2 (servizi integrati); 3 (innovazione);
- **Peso obiettivo**: Peso % assegnato all'Obiettivo strategico;
- **Indicatori**: Indicatore di riferimento dell'Obiettivo strategico;
- **Peso indicatore**: Peso % assegnato all'indicatore dell'Obiettivo strategico;
- **Consuntivo 2010 e 2011**: Dato predefinito nel Piano della performance;
- **Consuntivo 2012**: Dato rilevato in sede di misurazione;
- **Target 2012**: Dato predefinito nel Piano della performance espresso in valore assoluto, percentuale positiva o negativa, scala di valori, valore dicotomico (SI/NO);
- **Grado di raggiungimento dell'indicatore**: Grado percentuale di raggiungimento dell'indicatore rispetto al "Valore assoluto del target" secondo la seguente formula: $(\text{Consuntivo 2012} / \text{Target in valore assoluto})$. Nel caso in cui il Consuntivo 2012 superi il Target previsto, l'indicatore sarà pari a 100.
- **Grado raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore**: E' calcolato secondo la seguente formula: $(\text{Grado raggiungimento Indicatori} * \text{PesoIndicatore})$;
- **Grado raggiungimento indicatori rapportati al peso dell'obiettivo**: E' calcolato secondo la seguente formula: $(\text{Grado raggiungimento Indicatori} * \text{PesoObiettivo})$;
- **Grado raggiungimento obiettivi strategici**: Grado totale di performance dell'obiettivo strategico calcolato sommando i valori della colonna "Grado raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore".

Obiettivo	Codice Obiettivo strategico	Peso Obiettivo	Indicatori	Peso Indicatore	Cons. 2010	Cons. 2011	Cons. 2012	Target 2012	Grado di raggiungimento indicatore	Grado di raggiungimento per peso indicatore	Grado di raggiungimento indicatori rapportato al peso dell'obiettivo	Grado di raggiungimento obiettivo strategico
Promuovere una comunicazione globale	OS001	20%	n. di visite al sito ICE	43%	1.145.721	1.159.121	1.085.992	1.203.007	90,27%	38,82%	19,69%	98,43%
Promuovere una comunicazione globale	OS001	20%	n.aziende raggiunte da attività di comunicazione (diverse dal sito)	43%	50.355,00	54.166,00	58.761,00	55.391,00	106,08%	45,62%		
Promuovere una comunicazione globale	OS001	20%	N. nuovi clienti	14%	1.173	1.253	1.149	970	100,00%	14,00%		
Obiettivo	Codice Obiettivo strategico	Peso Obiettivo	Indicatori	Peso Indicatore	Cons. 2010	Cons. 2011	Cons. 2012	Target 2012	Grado di raggiungimento Obiettivo	Grado di raggiungimento per peso indicatore	Grado di raggiungimento indicatori rapportato al peso dell'obiettivo	Grado di raggiungimento obiettivo strategico
Ottimizzare il sistema integrato dei servizi specializzati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione	OS002	60%	N. utenti/clienti	50%	17.553	14.166	12.923	14.509	89,07%	44,53%	56,72%	94,53%
Ottimizzare il sistema integrato dei servizi specializzati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione	OS002	60%	Livello di soddisfazione globale dei clienti (scala da 1 a 5)	45%	4,26	4,25	4,33	>= 4	100,00%	45,00%		
Ottimizzare il sistema integrato dei servizi specializzati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione	OS002	60%	Tasso di placement dei corsi di formazione	5%	60%	90%	82%	75%	100,00%	5,00%		

Obiettivo	Codice Obiettivo strategico	Peso Obiettivo	Indicatori	Peso Indicatore	Cons. 2010	Cons. 2011	Cons. 2012	Target 2012	Grado di raggiungimento Obiettivo	Grado di raggiungimento per peso indicatore	Grado di raggiungimento indicatori rapportato al peso dell'obiettivo	Grado di raggiungimento obiettivo strategico
Innovazione e qualità organizzativa e gestionale	OS003	20%	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	15%	SI	SI	SI	SI	100,00%	15,00%	20,00%	100,00%
Innovazione e qualità organizzativa e gestionale	OS003	20%	Ampliamento n. di tipologie di servizi/iniziativa oggetto di rilevazione di customer satisfaction	25%	4	12	16	13	100,00%	25,00%		
Innovazione e qualità organizzativa e gestionale	OS003	20%	Sviluppo e SAL del piano per lo sviluppo delle pari opportunità in ICE	15%	0%	50%	75%	75%	100,00%	15,00%		
Innovazione e qualità organizzativa e gestionale	OS003	20%	Sviluppo e SAL del sistema integrato di budget e programmazione strategica	15%	0%	60%	80%	80%	100,00%	15,00%		
Innovazione e qualità organizzativa e gestionale	OS003	20%	Implementazione e sviluppo del sistema informatizzato di valutazione delle performance	15%	20%	40%	90%	60%	100,00%	15,00%		
Innovazione e qualità organizzativa e gestionale	OS003	20%	Riduzione dei tempi/semplificazioni e delle procedure amministrative contabili	15%	N/A	-15%		-20%	100,00%	15,00%		

ITALIA

Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



Struttura Tecnica Permanente

DOCUMENTO DI “MISURAZIONE PERFORMANCE ICE 2012”

ALLEGATO 3 – SCHEDE PIANI OPERATIVI SEDE

Data: Marzo 2013

Predisposto da: Struttura Tecnica Permanente



Note esplicative relative alle schede predisposte per i Piani Operativi della Sede

Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
-----------------	--------------	----------------------	-------------------------------	------------	------	------------	------------	-----------------	-------------	-----------------------------	---	--	--

- **Centro di Costo e Responsabile** dell'Unità Organizzativa di riferimento.
- **Obiettivi Strategici:** Riferimento all'obiettivo strategico 1 (comunicazione); 2 (servizi integrati); 3 (innovazione).
- **Obiettivi dell'U.O.:** Obiettivo operativo di riferimento dell'Unità Organizzativa.
- **Indicatori:** Indicatore di riferimento dell'Obiettivo operativo dell'Unità Organizzativa.
- **Peso:** Peso % assegnato all'indicatore di riferimento dell'Obiettivo operativo dell'Unità Organizzativa.
- **Consuntivo 2010 e 2011:** Dato predefinito nel Piano della performance;
- **Consuntivo 2012:** Dato dichiarato e comunicato da ogni Unità Organizzativa;
- **Target 2012:** Dato predefinito nel Piano della performance espresso in valore assoluto, percentuale positiva o negativa, scala di valori, valore dicotomico (SI/NO).
- **Valore assoluto target 2012:** Valore assoluto del target;
- **Grado di raggiungimento dell'indicatore:** Grado percentuale di raggiungimento dell'indicatore rispetto al "Valore assoluto del target" secondo la seguente formula: $(\text{Consuntivo 2012} / \text{Target in valore assoluto})$. Nel caso in cui il Consuntivo 2012 superi il Target previsto, l'indicatore sarà pari a 100.
- **Grado raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore:** E' calcolato secondo la seguente formula: $(\text{Grado raggiungimento Indicatori} * \text{Peso Indicatore})$.
- **Grado raggiungimento obiettivi Ufficio:** Grado totale di performance dell'ufficio calcolato sommando i valori della colonna "Grado raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore".

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XF00 - AREA LEGALE E SEGRETERIA ISTITUZIONALE	Lucio Coggiatti	OS003	Riduzione dei tempi di divulgazione delle Determinazioni del Dirigente Generale Delegato alla struttura	Tempo medio della divulgazione delle Determinazioni del DGD (n. giorni dal ricevimento della definitiva approvazione, ove necessaria)	20%	N/A	N/A	1g.	8gg.	<8gg.	100,00%	20%	100,00%
XF00 - AREA LEGALE E SEGRETERIA ISTITUZIONALE	Lucio Coggiatti	OS003	Riduzione dei tempi di inoltro delle Determinazioni del Dirigente Generale Delegato ai Ministri competenti	Tempo medio di inoltro ai Ministri competenti delle Determinazioni del DGD soggette ad approvazione esterna (n. giorni)	10%	N/A	N/A	3g.	8gg.	<8gg.	100,00%	10%	
XF00 - AREA LEGALE E SEGRETERIA ISTITUZIONALE	Lucio Coggiatti	OS003	Riduzione dei tempi di inoltro dei verbali del Collegio dei revisori agli uffici competenti	Tempo medio di inoltro agli uffici competenti dei verbali del Collegio dei revisori (n. giorni dalla data di approvazione)	20%	10 gg	3,6 gg	2g.	-20%	<8gg.	100,00%	20%	
XF00 - AREA LEGALE E SEGRETERIA ISTITUZIONALE	Lucio Coggiatti	OS003	Efficace gestione della transizione, per le funzioni della Segreteria di Presidenza, dal soppresso Istituto alla nuova Agenzia	Soluzione delle nuove problematiche (SI/NO)	5%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	5%	
XF00 - AREA LEGALE E SEGRETERIA ISTITUZIONALE	Lucio Coggiatti	OS003	Qualità percepita del DG dell'attività svolta dalla segreteria	Giudizio complessivo di customer satisfaction (scala da 1 a 5)	5%	N/A	5,0	5	3,2	3,2	100,00%	5%	
XF00 - AREA LEGALE E SEGRETERIA ISTITUZIONALE	Lucio Coggiatti	OS003	Consulenza legale ai vertici dell' Istituto e alla struttura	Tempo medio intercorso tra la richiesta di consulenza ed il riscontro effettivo (n. giorni)	40%	17,3 gg	13,7 gg	5gg.	17gg	<17gg.	100,00%	40%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XG00 - RELAZIONI ESTERNE	Fabrizio Di Clemente	OS001	Miglioramento della qualità dei servizi di assistenza resi alla struttura	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction assistenza resa alla struttura su eventi rilevanti -IJBG, WIR, Rapporto Commercio Estero- (scala da 1 a 5)	80%	N/A	5	5	4,1	4,1	100,00%	80%	93,14%
XG00 - RELAZIONI ESTERNE	Fabrizio Di Clemente	OS003	Miglioramento delle attività di partenariato attraverso la concessione e la gestione dei patrocinii nominali rispetto al 2011	Numero dei patrocinii concessi	20%	N/A	60	46	70	70	65,71%	13%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XM00 - UFFICIO STAMPA	Fabrizio Di Clemente	OS001	Accrescere la visibilità sulla stampa delle attività dell'Istituto	Numero Comunicati Stampa	60%	110	167	99	60	60	100,00%	60%	100,00%
XM00 - UFFICIO STAMPA	Fabrizio Di Clemente	OS001	Accrescere la visibilità sulla stampa delle attività dell'Istituto	% di comunicati ripresi da almeno 2 Agenzie	40%	N/A	80%	74%	73%	73%	100,00%	40%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XR00 - AUDITING	Elisabetta Talone	OS003	Rafforzamento dell'attività di verifica documentale anche a seguito dei passaggi di consegne Sede/Italia/Estero	Numero verifiche	20%	4	5	4	3	3	100,00%	20%	100,00%
XR00 - AUDITING	Elisabetta Talone	OS003	Implementazione dell'attività di ricognizione di tutti i rapporti giuridici attivi e passivi in essere su tutta la struttura ex ICE Sede, Italia, Estero	Procedure necessarie alla ricognizione/verifica dei rapporti giuridici in essere per la predisposizione dei DPCM	40%	N/A	N/A	8	8	8	100,00%	40%	
XR00 - AUDITING	Elisabetta Talone	OS003	Implementazione dell'attività connessa ai vari e complessi aspetti giuridici e di gestione del periodo transitorio	Questioni generali esaminate/sviluppate	40%	N/A	N/A	8	8	8	100,00%	40%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XS00 - STRATEGIE DI RETE	Amedeo Scarpa	OS003	Migliorare la qualità delle informazioni e della comunicazione al Direttore generale relativamente ai dati strutturali della rete estera	Numero schede anagrafica-ufficio correttamente compilate sul totale	50%	N/A	42	60	42	42	100,00%	50%	100,00%
XS00 - STRATEGIE DI RETE	Amedeo Scarpa	OS003	Migliorare la qualità delle informazioni e della comunicazione al Direttore generale relativamente ai dati strutturali della rete estera	Nuovo modello di report relativo alle strategie di rete (SI/NO)	50%	N/A	SI	SI	SI	SI	100,00%	50%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XT00 - SISTEMI INFORMATIVI	Aristide Martellini (interim)	OS003	Miglioramento del monitoraggio sullo stato di attuazione del Piano Esecutivo di Sviluppo informativo (PES) e delle altre attività informatiche	Numero di report prodotti nell'anno	50%	N/A	1	1	1	1	100,00%	50%	100,00%
XT00 - SISTEMI INFORMATIVI	Aristide Martellini (interim)	OS003	Rilevazione dei servizi e delle attività it per la gestione transitoria ex-ICE	Report sulle attività di rilevazione a analisi in materia di infrastruttura e sistemi informatici	30%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	30%	
XT00 - SISTEMI INFORMATIVI	Aristide Martellini (interim)	OS003	Contenimento dei costi it nella gestione transitoria ex-ICE	% di riduzione consuntivo budget 2012/consuntivo budget 2011	20%	N/A	€ 7.262.246,23	-24%	-15%	€ 6.172.909	100,00%	20%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XX40 - PAG	Antonello Cocca	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione di Qualità	Verifica del processo (SI/NO)	20%	N/A	SI	SI	SI	SI	100,00%	20,00%	100,00%
XX40 - PAG	Antonello Cocca	OS003	Miglioramento della qualità degli allestimenti progettati dal PAG	Giudizio complessivo di customer satisfaction (Scala da 1-5)	20%	3,5	3,9	4,0	3,7	3,7	100,00%	20,00%	
XX40 - PAG	Antonello Cocca	OS003	Aumento del numero dei Progetti Pilota	N° progetti	45%	1	1	2	2	2	100,00%	45,00%	
XX40 - PAG	Antonello Cocca	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficiente implementazione delle attività ineranti alla gestione transitoria ex ICE	Elaborazione di un documento con nuove linee guida per l'ottimizzazione dei costi nell'organizzazione delle manifestazioni fieristiche (SI/NO)	15%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	15,00%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XL00 - DIPARTIMENTO PROMOZIONALE	Roberto Luongo	OS003	Mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione di Qualità	Numero di iniziative conformi al Sistema di Qualità	10%	N/A	N/A	3	2	2	100,00%	10%	100,00%
XL00 - DIPARTIMENTO PROMOZIONALE	Roberto Luongo	OS003	Adattamento delle procedure promozionali alla fase di gestione transitoria per garantire continuità alla luce del DL 98/11 e ss. mm.	Tempestiva programmazione di iniziative in stretto raccordo con il MISE e utilizzo anche di fondi residui per code di attività su programmi precedenti	20%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	20%	
XL00 - DIPARTIMENTO PROMOZIONALE	Roberto Luongo	OS001	Miglioramento della comunicazione diretta alle aziende	Numero degli accessi alle pagine promozionali del sito web	15%	18,32	17,56	17,26	15,3	15,3	100,00%	15%	
XL00 - DIPARTIMENTO PROMOZIONALE	Roberto Luongo	OS003	Miglioramento della comunicazione diretta alle aziende	Stato avanzamento lavori (SAL) del progetto per l'implementazione dei software gestionali delle informazioni e notizie sul sito web	5%	20%	30%	100%	35%	35%	100,00%	5%	
XL00 - DIPARTIMENTO PROMOZIONALE	Roberto Luongo	OS003	Miglioramento della comunicazione diretta alle aziende	Stato avanzamento lavori (SAL) del progetto per il restyling e implementazione dei contenuti della Newsletter Promozionale	5%	10%	30%	100%	35%	35%	100,00%	5%	
XL00 - DIPARTIMENTO PROMOZIONALE	Roberto Luongo	OS003	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionali	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction (scala da 1 a 5)	15%	4,27	4,25	4,33	4	4	100,00%	15%	
XL00 - DIPARTIMENTO PROMOZIONALE	Roberto Luongo	OS002	Pianificazione di nuovi ambiti di intervento	Numero di iniziative innovative per filiera all'interno del Dipartimento Promozione	5%	15	20	50	50	50	100,00%	5%	
XL00 - DIPARTIMENTO PROMOZIONALE	Roberto Luongo	OS002	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero totale di aziende che prendono parte al Programma Promozionale (Ordinario e Straordinario)	Numero utenti/clienti partecipanti per anno solare	25%	9.208	7.436	5.488	5.000	5.000	100,00%	25%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XL10 - AREA PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	Roberto Luongo (interim)	OS003	Tempestivo coordinamento dell'elaborazione di un piano di attività promozionale	Tempo massimo di completamento dell'iter e predisposizione del documento finale	30%	70gg	41 gg	17gg. (media)	40gg	40gg	100,00%	30%	100,00%
XL10 - AREA PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	Roberto Luongo (interim)	OS003	Tempestività, flessibilità ed efficacia nell'utilizzo e/o reimpiego delle risorse economiche per le attività promozionali	Tempo massimo di predisposizione del documento di chiusura dei piani delle annualità precedenti	10%	10gg	8 gg	10gg.	10gg	10gg	100,00%	10%	
XL10 - AREA PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	Roberto Luongo (interim)	OS003	Tempestività, flessibilità ed efficacia nell'utilizzo e/o reimpiego delle risorse economiche per le attività promozionali	Tempo massimo di attesa per visti su documenti e per sbloccii in Promonet	20%	4gg	3 gg	3gg.	3gg	3gg	100,00%	20%	
XL10 - AREA PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	Roberto Luongo (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction delle iniziative promozionali e puntuale informazione alla struttura	Frequenza della rilevazione della customer satisfaction	5%	Annuale	Semestr.	SI	Annuale	SI	100,00%	5%	
XL10 - AREA PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	Roberto Luongo (interim)	OS003	Elaborazione della relazione sull'attività promozionale; analisi e monitoraggio dell'attività promozionale in itinere	Predisposizione della relazione e di reportistica e documentazione ad hoc (Tavole di comparazione, Grafici, Query, etc)	20%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	20%	
XL10 - AREA PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	Roberto Luongo (interim)	OS003	Garantire elevati standard di qualità organizzativa	Monitoraggio processi di definizione di Relazioni e Piani di attività attraverso il GANTT	5%	SI	SI	SI	SI	SI	100,00%	5%	
XL10 - AREA PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO	Roberto Luongo (interim)	OS003	Monitoraggio avanzamento del Piano annuale e quantificazione risorse disponibile per eventuali piani di adattamento e/o modifiche al programma concordate con il Ministero vigilante	Predisposizione di documenti e reportistica	10%	SI	SI	SI	SI	SI	100,00%	10%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XL30 - AREA PROGETTI SPECIALI	Maria Carmela Ottaviano	OS003	Mantenimento ed adeguamento del Sistema di Gestione di Qualità	Numero di iniziative conformi al Sistema di Qualità	20%	N/A	N/A	7	5	5	100,00%	20%	100,00%
XL30 - AREA PROGETTI SPECIALI	Maria Carmela Ottaviano	OS002	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero totale di aziende che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero utenti/clienti partecipanti per anno solare	25%	505	707	255	190	190	100,00%	25%	
XL30 - AREA PROGETTI SPECIALI	Maria Carmela Ottaviano	OS002	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionali	Giudizio medio complessivo di <i>customer satisfaction</i> (scala da 1 a 5)	25%	4,22	4,22	4,27	4	4	100,00%	25%	
XL30 - AREA PROGETTI SPECIALI	Maria Carmela Ottaviano	OS002	Pianificazione di nuovi ambiti di intervento	Numero di iniziative innovative settore/mercato all'interno	10%	1	1	1	1	1	100,00%	10%	
XL30 - AREA PROGETTI SPECIALI	Maria Carmela Ottaviano	OS001	Miglioramento della comunicazione diretta alle aziende	% delle iniziative segnalate (sul totale di quelle realizzate dall'area) per la pubblicazione sul sito ICE	20%	100%	100%	100%	95%	95%	100,00%	20%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XL51 - SISTEMA MODA	Laura La Corte	OS003	Mantenimento ed adeguamento del Sistema di Gestione di Qualità	Numero di iniziative soggette a verifiche conformi al Sistema di Qualità	20%	N/A	N/A	20	20	20	100,00%	20%	100,00%
XL51 - SISTEMA MODA	Laura La Corte	OS002	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionali	Giudizio complessivo di <i>customer satisfaction</i> (scala da 1 a 5)	20%	4,3	4,2	4,42	4	4	100,00%	20%	
XL51 - SISTEMA MODA	Laura La Corte	OS002	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero totale di aziende che prendono parte alle iniziative promozionali (fatturate e non fatturate)	Numero utenti/clienti partecipanti per anno solare	20%	2763	2333	1.314	1050	1.050	100,00%	20%	
XL51 - SISTEMA MODA	Laura La Corte	OS002	Consolidare, in relazione ai fondi il numero degli utenti promozionali fatturati	Numero fatture emesse	20%	1205	1095	839	450	450	100,00%	20%	
XL51 - SISTEMA MODA	Laura La Corte	OS002	Sviluppo nuovi ambiti intervento	Numero di iniziative innovative settore/mercato all'interno	20%	11	7	6	2	2	100,00%	20%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XL52 - SISTEMA ABITARE	Adele Massi	OS003	Mantenimento ed adeguamento del Sistema di Gestione di Qualità	Numero di iniziative conformi al Sistema di Qualità	20%	N/A	N/A	12	8	8	100,00%	20%	100,00%
XL52 - SISTEMA ABITARE	Adele Massi	OS002	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionali	Giudizio medio complessivo di <i>customer satisfaction</i> (scala da 1 a 5)	20%	4,22	4,22	4,42	4	4	100,00%	20%	
XL52 - SISTEMA ABITARE	Adele Massi	OS002	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero totale di aziende che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero utenti/clienti partecipanti per anno solare	20%	726	524	410	150	150	100,00%	20%	
XL52 - SISTEMA ABITARE	Adele Massi	OS002	Consolidare, in relazione ai fondi il numero degli utenti promozionali fatturati	Numero fatture emesse	10%	444	328	141	100	100	100,00%	10%	
XL52 - SISTEMA ABITARE	Adele Massi	OS003	Pianificazione di nuovi ambiti di intervento	Numero di iniziative innovative settore/tipologia/mercato all'interno dell'area	30%	15	10	4	4	4	100,00%	30%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XL60- BENI STRUMENTALI	Sebastiano Del Monte	OS003	Mantenimento ed adeguamento del Sistema di Gestione di Qualità	Numero di iniziative conformi al sistema di Qualità	20%	N/A	N/A	34	10	10	100,00%	20%	100,00%
XL60- BENI STRUMENTALI	Sebastiano Del Monte	OS003	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionale	% delle iniziative promozionali che fanno registrare un giudizio complessivo di <i>customer satisfaction</i> > 4 (scala da 1 a 5)	30%	55%	89%	68%	55%	55%	100,00%	30%	
XL60- BENI STRUMENTALI	Sebastiano Del Monte	OS001	Miglioramento della comunicazione diretta alle aziende	% delle iniziative promozionali comunicate con il nuovo modello di circolare	15%	30%	55%	64%	60%	60%	100,00%	15%	
XL60- BENI STRUMENTALI	Sebastiano Del Monte	OS002	Miglioramento della comunicazione diretta alle aziende	% delle notizie ed informazioni inserite/aggiornate negli strumenti di comunicazione via web (sito istituzionale, siti web settoriali)	5%	20%	67%	86%	35%	35%	100,00%	5%	
XL60- BENI STRUMENTALI	Sebastiano Del Monte	OS003	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero delle aziende fidelizzate che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero utenti/clienti partecipanti per anno solare	30%	2104	2009	1061	1015	1015	100,00%	30%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XL70 - AREA AGROALIMENTARE	Roberto Lovato	OS003	Mantenimento ed adeguamento del Sistema di Gestione di Qualità	Numero di iniziative soggette a verifiche conformi al Sistema di Qualità	30%	N/A	N/A	12	10	10	100,00%	30%	96,81%
XL70 - AREA AGROALIMENTARE	Roberto Lovato	OS002	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero totale di aziende che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero utenti/clienti partecipanti per anno solare	15%	2056	1723	902	500	500	100,00%	15%	
XL70 - AREA AGROALIMENTARE	Roberto Lovato	OS002	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionali	% delle iniziative promozionali che fanno registrare un giudizio complessivo di <i>customer satisfaction</i> > 4	25%	70%	85%	85%	80%	80%	100,00%	25%	
XL70 - AREA AGROALIMENTARE	Roberto Lovato	OS002	Favorire la partecipazione di nuove aziende alle iniziative promozionali	Numero nuove aziende	15%	100	603	219	40	40	100,00%	15%	
XL70 - AREA AGROALIMENTARE	Roberto Lovato	OS001	Miglioramento della comunicazione diretta alle aziende	% delle iniziative promozionali comunicate con il nuovo modello di circolare	15%	10%	75%	63%	80%	80%	78,75%	12%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XL80 - COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	Marinella Loddo	05003	Mantenimento ed adeguamento del Sistema di Gestione di Qualità	Numero di iniziative conformi al sistema di Qualità	30%	N/A	N/A	19	5	5	100,00%	30%	100,00%
XL80 - COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	Marinella Loddo	05003	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionale	% delle iniziative promozionali che fanno registrare un giudizio complessivo di <i>customer satisfaction</i> per i servizi ICE > 4 (scala da 1 a 5)	30%	100%	100%	100%	100%	100%	100,00%	30%	
XL80 - COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	Marinella Loddo	05003	Miglioramento della comunicazione diretta alle aziende	Numero notizie ed informazioni inserite/aggiornate negli strumenti di comunicazione via web (sito istituzionale, siti web settoriali) ed email	10%	20	57	91	30	30	100,00%	10%	
XL80 - COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	Marinella Loddo	05003	Favorire la partecipazione di nuove aziende alle iniziative promozionali	% delle nuove aziende sul totale delle aziende partecipanti alle iniziative dell'anno corrente	20%	15%	89%	66%	25%	25%	100,00%	20%	
XL80 - COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	Marinella Loddo	05003	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero delle aziende fidelizzate che prendono parte alle iniziative promozionali	% delle aziende che hanno già preso parte ad iniziative in anni precedenti sul totale delle aziende partecipanti alle iniziative dell'anno corrente	10%	N/A	24%	30%	10%	10%	100,00%	10%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado di raggiungimento obiettivi Ufficio
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS001	Contenimento reclami per il servizio di Prima Assistenza	Numero reclami sul servizio Prima Assistenza	17%	0	0	0	0	0	100,00%	17%	98,00%
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS002	Sviluppo convenzioni e carte servizi in convenzione	N. convenzioni attive	17%	4	9	11	6	6	100,00%	17%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS002	Migliorare la diffusione, la fruibilità e l'accessibilità del portale Italtrade	Audit interno di conformità al sistema di Gestione Qualità	3%	SI	SI	SI	SI	SI	100,00%	3%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Migliorare la diffusione, la fruibilità e l'accessibilità del portale Italtrade	N. visitatori (accessi al sito)	3%	31.500.000	12.665.000	10.174.607	10.132.000	10.132.000	100,00%	3%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Migliorare la diffusione, la fruibilità e l'accessibilità del portale Italtrade	N. aziende che si iscrivono alla MIBD	2%	47.500	54.880	54.941	52.250	52.250	100,00%	2%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS002	Sviluppare nuovi servizi ad alto valore aggiunto per gli utenti	Definizione del progetto per un nuovo sito di e-commerce (SI/NO)	15%	N/A	SI	SI	SI	SI	100,00%	15%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS001	Migliorare la navigabilità e accessibilità alle informazioni del sito istituzionale e messa in esercizio della nuova versione	Progettazione del sito istituzionale (SI/NO)	8%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	8%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS001	Migliorare la navigabilità e accessibilità alle informazioni del sito istituzionale e messa in esercizio della nuova versione	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction sulla navigabilità del sito (scala 1-5)	1%	N/A	N/A	NO	3	3	0,00%	0%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Miglioramento del sistema di reportistica ed analisi della navigazione sul sito	Produzione di report statistici su utilizzo rubriche	3%	N/A	N/A	3	3	3	100,00%	3%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS001	Diffusione e sviluppo dell'offerta dei servizi di informazione, assistenza e consulenza agli utenti/clienti	N° articoli e/o newsletter prodotti e pubblicati per informare sui servizi dell'ICE e stimolarne osservazioni e valutazioni	1%	10	6	6	3	3	100,00%	1%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS001	Diffusione e sviluppo dell'offerta dei servizi di informazione, assistenza e consulenza agli utenti/clienti	N° incontri formativi e di presentazione dei servizi	5%	10	17	5	5	5	100,00%	5%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS001	Diffusione e sviluppo dell'offerta dei servizi di informazione, assistenza e consulenza agli utenti/clienti	Realizzazione di un prodotto informativo in lingua inglese (relazione) su strategie, le attività ed i risultati raggiunti da ICE	1%	N/A	SI	NO	SI	SI	0,00%	0%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS001	Diffusione e sviluppo dell'offerta dei servizi di informazione, assistenza e consulenza agli utenti/clienti	Realizzazione di prodotti informativi/materiali formativi sui servizi integrati dell'ICE	1%	SI	SI	SI	SI	SI	100,00%	1%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	% dei reclami risolti in via conciliatoria	4%	75%	100%	92%	90%	90%	100,00%	4%	

XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Numero dei centri erogatori di servizi ICE inseriti nel Barometro della qualità (progetto del Dipartimento della Funzione Pubblica)	1%	10	30	30	30	30	100,00%	1%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Numero dei servizi per i quali sono definiti standard qualitativi secondo le indicazioni della CIVIT (delibera 88/2010)	2%	8	17	21	21	21	100,00%	2%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	% Audit interni su iniziative/attività gestione in Qualità	5%	N/A	N/A	56%	33%	33%	100,00%	5%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Revisione del portafoglio dei servizi e dei sistemi tariffari	4%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	4%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Nr. Aziende intervistate per la Customer Satisfaction sui Servizi di Assistenza	4%	N/A	N/A	447	400	400	100,00%	4%	
XP00 DIPARTIMENTO SERVIZI ALLE IMPRESE	Pier Paolo Celeste	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Nr. dei report del cruscotto monitorati e oggetto di proposta di revisione	3%	N/A	N/A	13	6	6	100,00%	3%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado di raggiungimento obiettivi Ufficio
XP20 AREA PRODOTTI INFORMATIVI	Francesco Alfonsi	OS003	Migliorare la diffusione, la fruibilità e l'accessibilità del portale Italtrade	Audit interno di conformità al sistema di Gestione Qualità	8%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	8%	
XP20 AREA PRODOTTI INFORMATIVI	Francesco Alfonsi	OS003	Migliorare la diffusione, la fruibilità e l'accessibilità del portale Italtrade	N° visitatori (accessi al sito)	2%	31.500.000	12.665.000	10.174.607	10.132.000	10.132.000	100,00%	2%	
XP20 AREA PRODOTTI INFORMATIVI	Francesco Alfonsi	OS003	Migliorare la diffusione, la fruibilità e l'accessibilità del portale Italtrade	N° aziende che si iscrivono alla MIBD	5%	47.500	54.880	54.941	52.250	52.250	100,00%	5%	
XP20 AREA PRODOTTI INFORMATIVI	Francesco Alfonsi	OS002	Sviluppare nuovi servizi ad alto valore aggiunto per gli utenti	Definizione del progetto per un nuovo sito di e-commerce (SI/NO)	45%	SI	SI	SI	SI	SI	100,00%	45%	95,00%
XP20 AREA PRODOTTI INFORMATIVI	Francesco Alfonsi	OS001	Nuova edizione sito istituzionale per migliorare presentazione e fruizione dei servizi di ICE Agenzia	Progettazione sito Istituzionale (SI/NO)	25%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	25%	
XP20 AREA PRODOTTI INFORMATIVI	Francesco Alfonsi	OS001	Nuova edizione sito istituzionale per migliorare presentazione e fruizione dei servizi di ICE Agenzia	Giudizio medio di customer satisfaction sulla navigabilità del sito (scala 1-5)	5%	N/A	N/A	NO	3	3	0,00%	0%	
XP20 AREA PRODOTTI INFORMATIVI	Francesco Alfonsi	OS003	Miglioramento del sistema di reportistica ed analisi della navigazione sul sito	Produzione di report statistici su utilizzo rubriche	10%	N/A	N/A	3	3	3	100,00%	10%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS001	Diffusione e sviluppo dell'offerta dei servizi di informazione, assistenza e consulenza agli utenti/clienti	N° articoli e/o newsletter prodotti e pubblicati per informare sui servizi dell'ICE e stimolarne osservazioni e valutazioni	5%	10	6	6	3	3	100,00%	5%	97,00%
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS001	Diffusione e sviluppo dell'offerta dei servizi di informazione, assistenza e consulenza agli utenti/clienti	N° incontri formativi e di presentazione dei servizi	13%	10	17	5	5	5	100,00%	13%	
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS001	Diffusione e sviluppo dell'offerta dei servizi di informazione, assistenza e consulenza agli utenti/clienti	Realizzazione di un prodotto informativo in lingua inglese (relazione) su strategie, le attività ed i risultati raggiunti da ICE	3%	N/A	SI	NO	SI	SI	0,00%	0%	
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS001	Diffusione e sviluppo dell'offerta dei servizi di informazione, assistenza e consulenza agli utenti/clienti	Realizzazione di prodotti informativi/materiali formativi sui servizi integrati dell'ICE	3%	SI	SI	SI	SI	SI	100,00%	3%	
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	% dei reclami (sul totale dei reclami) risolti in via conciliatoria	12%	75%	100%	92%	90%	90%	100,00%	12%	
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Numero dei centri erogatori di servizi ICE inseriti nel Barometro della qualità (progetto del Dipartimento della Funzione Pubblica)	3%	10	30	30	30	30	100,00%	3%	
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Numero dei servizi per i quali sono definiti standard qualitativi secondo le indicazioni della CIVIT (delibera 88/2010)	10%	8	17	21	21	21	100,00%	10%	
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	% Audit interni su iniziative/attività gestione in Qualità	15%	N/A	N/A	56%	33%	33%	100,00%	15%	
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Revisione del portafoglio dei servizi e dei sistemi tariffari	12%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	12%	
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Nr. Aziende intervistate per la Customer Satisfaction sui Servizi di Assistenza	15%	N/A	N/A	447	400	400	100,00%	15%	
XP32 AREA SVILUPPO SERVIZI	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione Qualità	Nr. dei report del cruscotto monitorati e oggetto di proposta di revisione	9%	N/A	N/A	13	6	6	100,00%	9%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XP31 AREA ASSISTENZA ALLE IMPRESE	Alessandro Liberatori	OS002	Contenimento reclami per il servizio di Prima Assistenza	Numero reclami sul servizio Prima Assistenza	50%	0	0	0	0	0	100,00%	50%	100,00%
XP31 AREA ASSISTENZA ALLE IMPRESE	Alessandro Liberatori	OS002	Sviluppo convenzioni e carte servizi in convenzione	Convenzioni attive	50%	4	9	11	6	6	100,00%	50%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XN00 - DIPARTIMENTO FORMAZIONE	Dr. Filippo Lanciotti	OS003	Innovazione moduli e modalità formative	N° progetti finanziati Accordo ICE-MISE-CRUI	40%	9	N/A	23	24	24	95,83%	38%	98,33%
XN00 - DIPARTIMENTO FORMAZIONE	Dr. Filippo Lanciotti	OS003	Innovazione moduli e modalità formative	N° corsi on line	35%	3	4	2	2	2	100,00%	35%	
XN00 - DIPARTIMENTO FORMAZIONE	Dr. Filippo Lanciotti	OS001	Miglioramento della qualità della comunicazione agli utenti esterni	N° utenti	15%	237	215	188	100	100	100,00%	15%	
XN00 - DIPARTIMENTO FORMAZIONE	Dr. Filippo Lanciotti	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del Sistema di Gestione di Qualità	N° di iniziative/processi/verifiche conformi al Sistema di Qualità	10%	N/A	N/A	2	2	2	100,00%	10%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XN50 - PROGETTI E FORMAZIONE INTERNAZIONALE	Dr.ssa Marina Damaggio	OS002	Implementazione delle iniziative formative a carattere innovativo nei mercati industrializzati ed in quelli emergenti	N° Iniziative	54%	6	8	8	8	8	100,00%	54%	100,00%
XN50 - PROGETTI E FORMAZIONE INTERNAZIONALE	Dr.ssa Marina Damaggio	OS002	Implementazione delle iniziative formative a carattere innovativo nei mercati industrializzati ed in quelli emergenti	N° totale partecipanti	8%	430	607	580	500	500	100,00%	8%	
XN50 - PROGETTI E FORMAZIONE INTERNAZIONALE	Dr.ssa Marina Damaggio	OS003	Implementazione del livello di valutazione della qualità delle iniziative al limite di 3,5	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction delle iniziative (scala 1-5)	38%	3,5	4,46	4,33	3,9	3,9	100,00%	38%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XN40 - FORMAZIONE MANAGERIALE	Dr. Luigi Ferrelli	OS002	Efficacia dei corsi per giovani laureati	Tasso di Placement (% di allievi inseriti nel mondo del lavoro a sei mesi dalla fine dei corsi)	38%	60%	90%	82%	75%	75%	100,00%	38%	100,00%
XN40 - FORMAZIONE MANAGERIALE	Dr. Luigi Ferrelli	OS003	Qualità della didattica dei corsi per giovani laureati	Valutazione dei docenti da parte degli allievi (scala da 1 a 5)	24%	3,5	4,23	4,03	4	4	100,00%	24%	
XN40 - FORMAZIONE MANAGERIALE	Dr. Luigi Ferrelli	OS003	Qualità / efficacia degli interventi per imprenditori e manager	Giudizio medio complessivo dei corsi (scala da 1 a 5)	38%	3,5	4,33	4,4	4	4	100,00%	38%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Realizzare ricerche studi ed analisi di qualità sui temi relativi all'internazionalizzazione	N° di rapporti pubblicati nell'anno	21%	4	10	4	4	4	100,00%	21%	100,00%
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Realizzare ricerche studi ed analisi di qualità sui temi relativi all'internazionalizzazione	N° di copie (dei rapporti) oggetto di download	5%	19.000	30.700	41.000	21.000	21.000	100,00%	5%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Realizzare ricerche studi ed analisi di qualità sui temi relativi all'internazionalizzazione	N° di citazioni nel sole 24 ore dei rapporti, studi e ricerche realizzate dall'ICE o a cui ICE ha collaborato	5%	N/A	14	20	12	12	100,00%	5%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS001	Tempestiva diffusione di informazioni e dati statistici utili alla struttura dell'Istituto	% delle richieste pervenute dagli Organi istituzionali, evase nei tempi previsti dalla richiesta	11%	100%	100%	100%	100%	100%	100,00%	11%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS001	Tempestiva diffusione di informazioni e dati statistici utili alla struttura dell'Istituto	% delle richieste pervenute dalla struttura ICE, evase nei tempi previsti dalla richiesta	11%	70%	100%	100%	80%	80%	100,00%	11%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS001	Tempestiva diffusione di informazioni e dati statistici utili alla struttura dell'Istituto	N° corsi di formazione sulla consultazione e l'uso delle banche dati statistiche in favore dei colleghi della struttura	5%	1	1	1	1	1	100,00%	5%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Gestione del patrimonio informativo sull'internazionalizzazione disponibile presso l'area studi (banche dati statistiche e documentazione bibliografica)	Partecipazione al Sistan (SI/NO)	5%	SI	SI	SI	SI	SI	100,00%	5%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Gestione del patrimonio informativo sull'internazionalizzazione disponibile presso l'area studi (banche dati statistiche e documentazione bibliografica)	N° utenti che accedono alla biblioteca	5%	100	107	60	50	50	100,00%	5%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Gestione del patrimonio informativo sull'internazionalizzazione disponibile presso l'area studi (banche dati statistiche e documentazione bibliografica)	% utenti esterni della biblioteca che dichiarano un livello di soddisfazione almeno sufficiente	5%	90%	100%	100%	100%	100%	100,00%	5%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Diffusione di informazioni e dati statistici agli utenti esterni	N° iniziative per la diffusione di informazioni e dati statistici	5%	10	46	48	12	12	100,00%	5%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Diffusione di informazioni e dati statistici agli utenti esterni	% delle richieste pervenute dagli utenti esterni (imprese, stampa, studiosi) evase nei tempi previsti dalla richiesta	5%	80%	100%	100%	85%	85%	100,00%	5%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Diffusione di informazioni e dati statistici agli utenti esterni	N° nuovi prodotti informativi e di aggiornamento creati	5%	1	4	1	1	1	100,00%	5%	
XN60 - AREA STUDI E RICERCHE STATISTICHE	Dr. Giampaolo Bruno	OS003	Diffusione di informazioni e dati statistici agli utenti esterni	N° dei visitatori alle banca dati	12%	39.000	40.000	50.000	40.000	40.000	100,00%	12%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS003	Qualità ed efficacia degli interventi di formazione per il personale	Giudizio medio complessivo di <i>customer satisfaction</i> dei corsi (scala da 1 a 5)	8%	3,5	3,9	3,70	3,70	3,70	100,00%	8%	100,00%
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex ICE	Rilevazioni ed analisi in materia di inquadramenti giuridici ed economici.	16%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	16%	
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex ICE	Trasmissione delle schede per il personale ai fini della presentazione delle domande per la partecipazione al procedimento di valutazione comparativa per titoli.	10%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	10%	
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS001	Miglioramento della qualità della comunicazione interna	Tempo massimo di comunicazioni/documenti/informazioni rilevanti per il personale	12%	25gg	20gg	23 gg AE 6gg AG	27gg	27gg	100,00%	12%	
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS003	Miglioramento della qualità dei servizi generali e di assistenza resi al personale	Giudizio medio complessivo di <i>customer satisfaction</i> dei servizi generali (scala da 1 a 5)	12%	N/A	4,36	4,2	3,1	3,1	100,00%	12%	
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS003	Promozione delle pari opportunità	Sviluppo e SAL del piano per lo sviluppo delle pari opportunità in ICE	12%	N/A	60%	75%	75%	75%	100,00%	12%	
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS003	Definizione del Piano di Formazione correlato alla rilevazione dei bisogni	Piano definito (SI/NO)	5%	NO	SI	SI	SI	SI	100,00%	5%	
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS003	Definizione del Piano di Formazione correlato alla rilevazione dei bisogni	% iniziative realizzate rispetto a quelle pianificate	5%	N/A	84,6%	95%	80%	80%	100,00%	5%	
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS003	Definizione del Piano di Formazione correlato alla rilevazione dei bisogni	Costo/ora formazione allievo	4%	14,5euro/ora	8,9euro/ora	4,5euro/ora	13,48euro/ora	13,48euro/ora	100,00%	4%	
XH00 - DIPARTIMENTO PERSONALE	Giulio Mulas	OS003	Supporto all'OIV ed alla struttura tecnica permanente per la corretta gestione del sistema di misurazione e valutazione della performance	Giudizio complessivo di <i>customer satisfaction</i> sul supporto reso (scala da 1 a 5)	16%	N/A	3,8	3,7	3,7	3,7	100,00%	16%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XH30 - AMMINISTRAZIONE ECONOMICA	Paola Paolucci	OS003	Razionalizzazione e velocizzazione delle procedure amministrative	Tempo medio di gestione delle procedure relative al trattamento economico, fiscale e previdenziale, al trattamento di missione, al trattamento di sede estera/Italia e al trattamento per trasferimento	20%	6,3 gg	4 gg	5,36 gg	5,36 gg	5,36 gg	100,00%	20%	100,00%
XH30 - AMMINISTRAZIONE ECONOMICA	Paola Paolucci	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex ICE	Documento di rilevazioni ed analisi in materia di inquadramenti giuridici ed economici.	35%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	35%	
XH30 - AMMINISTRAZIONE ECONOMICA	Paola Paolucci	OS003	Rafforzamento del controllo dei dati di propria competenza	Numero medio monitoraggi/simulazioni /elaborazioni mensili in corso d'opera	35%	N/A	5	6	6	6	100,00%	35%	
XH30 - AMMINISTRAZIONE ECONOMICA	Paola Paolucci	OS001	Miglioramento della qualità della comunicazione interna sulle materie di competenza	Tempo massimo di comunicazioni/ documenti/informazioni rilevanti per il personale	10%	20 gg	15,5 gg	17 gg	17 gg	17 gg	100,00%	10%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XH20 - AMMINISTRAZIONE GIURIDICA	Francesco Pensabene	OS001	Miglioramento della qualità della comunicazione interna sulle materie di competenza	Tempo massimo di comunicazioni/ documenti/informazioni rilevanti per il personale	50%	30 gg	6gg	6gg	27gg	27gg	100,00%	50%	100,00%
XH20 - AMMINISTRAZIONE GIURIDICA	Francesco Pensabene	OS003	Razionalizzazione e velocizzazione delle procedure amministrative di competenza	Riduzione dei tempi medi nella predisposizione dei provvedimenti amministrativi	50%	73 gg	63 gg	25gg	30gg	30gg	100,00%	50%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Qualità ed efficacia degli interventi di formazione per il personale	Giudizio medio complessivo di <i>customer satisfaction</i> dei corsi (scala da 1 a 5)	16%	3,5	3,9	3,7	3,7	3,7	100,00%	16%	100,00%
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Partecipazione all'innovazione del processo organizzativo e gestionale e mantenimento e adeguamento del sistema di Gestione di Qualità	% di processi conformi al Sistema di Qualità	5%	N/A	N/A	93%	90%	90%	100,00%	5%	
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex ICE	Trasmissione delle schede per il personale ai fini della presentazione delle domande per la partecipazione al procedimento di valutazione comparativa per titoli.	12%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	12%	
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex ICE	Rilevazioni ed analisi in materia di inquadramenti giuridici ed economici.	12%	N/A	N/A	SI	SI	SI	100,00%	12%	
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Supporto all'OIV ed alla struttura tecnica permanente per la corretta gestione del sistema di misurazione e valutazione della performance	Giudizio complessivo di <i>customer satisfaction</i> sul supporto reso (scala da 1 a 5)	16%	N/A	3,8	3,7	3,7	3,7	100,00%	16%	
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS001	Miglioramento della qualità della comunicazione interna	Tempo massimo di comunicazioni/documenti/informazioni rilevanti per il personale	11%	25gg	20gg	23gg.	27gg	27gg	100,00%	11%	
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Definizione del Piano di Formazione correlato alla rilevazione dei bisogni	% iniziative realizzate rispetto a quelle pianificate	5%	N/A	84,6%	95%	80%	80%	100,00%	5%	
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Definizione del Piano di Formazione correlato alla rilevazione dei bisogni	Costo/ora formazione allievo	5%	14,5euro/ora	8,9euro/ora	4,5euro/ora	13,48euro/ora	13,48euro/ora	100,00%	5%	
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Aggiornamento informazioni e pieno utilizzo del sistema Ge.Ris.	Informazioni essenziali ai fini della valutazione della performance individuali correttamente inserite/aggiornate	10%	N/A	100%	100%	100%	100%	100,00%	10%	
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Aggiornamento informazioni e pieno utilizzo del sistema Ge.Ris.	Informazioni (diverse da quelle essenziali ai fini della valutazione della performance individuali) correttamente inserite/aggiornate	5%	N/A	70%	90%	85%	85%	100,00%	5%	
XH60 - SVILUPPO E FORMAZIONE	Giulio Mulas	OS003	Aggiornamento informazioni e pieno utilizzo del sistema Ge.Ris.	N° di report/output prodotti con GERIS	3%	N/A	5	7	7	7	100,00%	3%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XH50 - SERVIZI GENERALI	Aristide Martellini	OS003	Miglioramento della qualità dei servizi generali	Giudizio medio complessivo di <i>customer satisfaction</i> dei servizi di spedizioni e assistenza su materie assicurative e privacy (scala da 1 a 5)	20%	N/A	4	4	3,1	3,1	100,00%	20%	100,00%
XH50 - SERVIZI GENERALI	Aristide Martellini	OS003	Miglioramento della qualità dei servizi generali	Giudizio medio complessivo di <i>customer satisfaction</i> dei servizi tecnici di logistica e manutenzione (scala da 1 a 5)	20%	N/A	4,36	4,3	3,1	3,1	100,00%	20%	
XH50 - SERVIZI GENERALI	Aristide Martellini	OS003	Miglioramento della qualità dei servizi generali	Giudizio medio complessivo di <i>customer satisfaction</i> dei servizi di stampa, vigilanza e gestione parco auto (scala da 1 a 5)	20%	N/A	4,38	4,35	3,1	3,1	100,00%	20%	
XH50 - SERVIZI GENERALI	Aristide Martellini	OS003	Promozione di elevati standard di sicurezza sui luoghi di lavoro	Realizzazione di iniziative di formazione ulteriori rispetto a quelle minime previste dalla normativa sulla sicurezza sui luoghi di lavoro (SI/NO)	20%	SI	SI	SI	SI	SI	100,00%	20%	
XH50 - SERVIZI GENERALI	Aristide Martellini	OS003	Miglioramento della Gestione Archivi (storico e di deposito Sede, Italia, Estero)	Numero minimo iniziative realizzate per assistenza in procedure e movimentazioni complesse per uffici Sede, Italia, Estero	20%	N/A	N/A	11	6	6	100,00%	20%	

Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XE00 - DIPARTIMENTO AMMINISTRAZIONE	Riccardo Landi	OS003	Razionalizzazione e velocizzazione delle procedure amministrativo/contabili anche attraverso lo sviluppo di nuovi processi informatici con riduzione dei tempi di gestione delle procedure	Riduzione dei tempi di lavorazione delle procedure	50%	93,4 gg.	63,4 gg.	51,24 gg.	<=74 gg.	<=74 gg.	100,00%	50%	100,00%
XE00 - DIPARTIMENTO AMMINISTRAZIONE	Riccardo Landi	OS001	Ampliamento delle attività di consulenza al cliente interno, in particolare per gli aspetti di contrattualistica e fiscale	Giudizio complessivo di customer satisfaction (scala 1 a 5)	50%	N/A	4,43	4,4	>3,2	>3,2	100,00%	50%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XE30 - APPROVIGIONAMENTI E CONTRATTI	Riccardo Landi (interim)	OS003	Monitoraggio e controllo della qualità ed affidabilità dei fornitori	Aggiornamento del database della customer satisfaction sulle forniture e cancellazione/sospensione dall'albo dei fornitori nelle fattispecie consentite dal regolamento	25%	N/A	SI	SI	SI	SI	100,00%	25%	100,00%
XE30 - APPROVIGIONAMENTI E CONTRATTI	Riccardo Landi (interim)	OS003	Assistenza e consulenza per il cliente interno sulla evoluzione della normativa in materia contrattualistica, con particolare riferimento alla normativa che regolamenta gli appalti pubblici	Giudizio complessivo di customer satisfaction (scala 1 a 5)	75%	N/A	4,43	4,4	>3,2	>3,2	100,00%	75%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XE10 - AREA BUDGET E CONTROLLO DI GESTIONE	Riccardo Landi (interim)	OS003	Gestione attività dell'area connesse al regime transitorio dell'Ex-ICE	Gestione dei processi amministrativi a cadenza mensile, come previsto dalla gestione transitoria nei tempi previsti	60%	N/A	N/A	100%	100%	100%	100,00%	60%	100,00%
XE10 - AREA BUDGET E CONTROLLO DI GESTIONE	Riccardo Landi (interim)	OS003	Raccordo ed integrazione delle schede di budget con il piano di performance dell'ICE	Assegnazione budget integrata al piano delle performance dell'ICE	20%	N/A	60%	100%	100%	100%	100,00%	20%	
XE10 - AREA BUDGET E CONTROLLO DI GESTIONE	Riccardo Landi (interim)	OS003	Supporto all'OIV ed alla Struttura tecnica permanente per la corretta gestione del monitoraggio, della misurazione delle performance dell'ICE	Giudizio complessivo di customer satisfaction sul supporto resto (scala 1 a 5)	20%	N/A	3,8	3,7	>3,7	>3,7	100,00%	20%	
Centro di costo	Respons.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
XE20 - AMMINISTRAZIONE	Riccardo Landi	OS003	Razionalizzazione e velocizzazione delle procedure amministrativo/contabili	Tempo medio di gestione delle procedure di recupero crediti, pagamento dei fornitori, registrazione delle entrate, fatturazione e rendicontazione delle commesse	35%	93,4gg.	63,4gg.	51,24 gg.	<=74gg.	<=74gg.	100,00%	35%	100,00%
XE20 - AMMINISTRAZIONE	Riccardo Landi	OS003	Rafforzamento del controllo ed orientamento della gestione contabile delle Reti	Numero delle verifiche contabili e degli atti di assistenza, orientamento e formazione agli Uffici delle Reti	20%	400	1299	949	>725	>725	100,00%	20%	
XE20 - AMMINISTRAZIONE	Riccardo Landi	OS003	Efficacia negli adempimenti di carattere fiscale, di tesoreria e di bilancio	% degli atti di carattere fiscale, di tesoreria e di bilancio adottati nella forma e nei tempi previsti	45%	100%	100%	100%	100%	100%	100,00%	45%	

ITALIA

Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



Struttura Tecnica Permanente

DOCUMENTO DI “MISURAZIONE PERFORMANCE ICE 2012”

ALLEGATO 4 – SCHEDE PIANI OPERATIVI ITALIA

Data: Marzo 2013

Predisposto da: Struttura Tecnica Permanente

Note esplicative relative alle schede predisposte per i Piani Operativi della rete Italia

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Cons. 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiung. dell'indicatore	Grado di raggiungim. rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
-----------------	-------	----------------------	-------------------------------	------------	------	------------	------------	------------	-------------	-----------------------------	------------------------------------	---	--

- **Centro di Costo e Responsabile** dell'Unità Organizzativa di riferimento;
- **Obiettivi Strategici**: Riferimento all'obiettivo strategico 1 (comunicazione); 2 (servizi integrati); 3 (innovazione);
- **Obiettivi dell'U.O.**: Obiettivo operativo di riferimento dell'Unità Organizzativa;
- **Indicatori**: Indicatore di riferimento dell'Obiettivo operativo dell'Unità Organizzativa;
- **Peso**: Peso % assegnato all'indicatore di riferimento dell'Obiettivo operativo dell'Unità Organizzativa;
- **Consuntivo 2010 e 2011**: Dato predefinito nel Piano della performance;
- **Consuntivo 2012**: Dato dichiarato e comunicato da ogni Unità Organizzativa;
- **Target 2012**: Dato predefinito nel Piano della performance espresso in valore assoluto, percentuale positiva o negativa, scala di valori, valore dicotomico (SI/NO).
- **Valore assoluto target 2012**: Valore assoluto del target;
- **Grado raggiungimento indicatori**: Grado percentuale di raggiungimento dell'indicatore rispetto al "Valore assoluto del target" secondo la seguente formula: (Consuntivo 2012/Target in valore assoluto). Nel caso in cui il Consuntivo 2012 superi il Target previsto, l'indicatore sarà pari a 100;
- **Grado raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore**: E' calcolato secondo la seguente formula: (Grado raggiungimento Indicatori * PesoIndicatore);
- **Grado raggiungimento obiettivi Ufficio**: Grado totale di performance dell'ufficio calcolato sommando i valori della colonna "Grado raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore".

Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Follow up aziende partecipanti alle iniziative in Convenzione e organizzate da ICE Milano	Num. Aziende italiane che riscontrano i questionari	5%	N/A (d)	N/A (d)	0	60 riscontri/invio 300 questionari	30	0,00%	0,00%	95,00%
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Incremento partecipanti a iniziative e che usufruiscono dei servizi di assistenza	Num. clienti/utenti	30%	21	6	29	+30%	27	100,00%	30,00%	
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	5%	136	480	565	130	130	100,00%	5,00%	
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N.aziende aggiornate (profilo aziendale)	5%	333	899	1297	650	650	100,00%	5,00%	
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Rafforzamento e miglioramento delle politiche di partenariato	Convenzione Fiera Milano e Expo 2015 (SI/NO)	25%	N/A (d)	SI	SI	SI	SI	100,00%	25,00%	
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Rafforzamento e miglioramento delle politiche di partenariato	Coordinamento marketing e promozione iniziative per le imprese del Veneto (SI/NO)	5%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	5,00%	
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Rafforzamento e miglioramento delle politiche di partenariato	Coordinamento marketing e promozione iniziative per le imprese del Trentino Alto Adige (SI/NO)	5%	N/A (d)	SI	SI	SI	SI	100,00%	5,00%	
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Rafforzamento e miglioramento delle politiche di partenariato	Coordinamento marketing e promozione iniziative per le imprese del Piemonte(SI/NO)	5%	N/A (d)	SI	SI	SI	SI	100,00%	5,00%	
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Rafforzamento e miglioramento delle politiche di partenariato	Coordinamento marketing e promozione iniziative per le imprese del Emilia Romagna(SI/NO)	5%	N/A (d)	SI	SI	SI	SI	100,00%	5,00%	
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Rafforzamento e miglioramento delle politiche di partenariato	Coordinamento marketing e promozione iniziative per le imprese del Friuli (SI/NO)	5%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	5,00%	
AD10 - MILANO	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Rafforzamento e miglioramento delle politiche di partenariato	Coordinamento marketing e promozione iniziative per le imprese del Liguria (SI/NO)	5%	N/A (d)	SI	SI	SI	SI	100,00%	5,00%	

Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
AB10 TRIESTE	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Incremento numero di aziende partecipanti a iniziative attivate in collaborazione con CCIAA, istituti bancari, enti territoriali e enti regionali per l'internazionalizzazione	Numero aziende italiane partecipanti	20%	N/A (d)	N/A (d)	27	15 aziende	15	100,00%	20,00%	100,00%
AB10 TRIESTE	Pier Paolo Celeste (interim)	OS002	Incremento numero di aziende italiane partecipanti ad iniziative promozionali e che usufruiscono di servizi di assistenza	Numero di aziende partecipanti	20%	91	138	162	+10%	100	100,00%	20,00%	
AB10 TRIESTE	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Definizione accordi con CCIAA, istituti bancari, enti territoriali e d enti regionali per l'internazionalizzazione	SI/NO	30%	NO	SI	SI	SI	SI	100,00%	30,00%	
AB10 TRIESTE	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Incremento del numero di aziende presenti in Banca Dati Centrale	Numero aziende (anagrafiche)	10%	352	580	35	+10%	35	100,00%	10,00%	
AB10 TRIESTE	Pier Paolo Celeste (interim)	OS003	Miglioramento della completezza dei dati delle aziende italiane in Banca dati Centrale	Numero aziende aggiornate (profilo aziendale)	20%	440	499	47	+10%	44	100,00%	20,00%	
Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
AF10 - BOLZANO	Paolo Pesce (interim)	OS002	Incremento partecipanti a iniziative e che usufruiscono dei servizi di assistenza	Num. clienti/utenti	50%	60	30	63	61	61	100%	50,00%	100,00%
AF - BOLZANO	Paolo Pesce (interim)	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	60	15	16	4%	2	100%	25,00%	
AF - BOLZANO	Paolo Pesce (interim)	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N.aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	0	5	15	3%	1	100%	25,00%	

Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
AA10 BOLOGNA	Romano Baruzzi		Incremento n. aziende partecipanti ad iniziative e che usufruiscono di servizi di assistenza	N° aziende italiane clienti /utenti (provenienti dalle regioni italiane)	30%	100	107	13	8%	9	100%	30,00%	100,00%
AA10 BOLOGNA	Romano Baruzzi		Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	40%	400	1.246	146	15%	60	100%	40,00%	
AA10 BOLOGNA	Romano Baruzzi		Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	30%	200	577	199	20%	40	100%	30,00%	
Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
AE10 - TORINO	Francesca Zadro	OS002	Incremento n. aziende partecipanti alle iniziative promozionali	N. aziende partecipanti	20%	5	328	425	5%	1	100%	20,00%	100,00%
AE10 - TORINO	Francesca Zadro	OS002	Incremento n.aziende che usufruiscono di servizi di assistenza	N. aziende clienti/utenti	20%	3	83	117	5%	1	100%	20,00%	
AE10 - TORINO	Francesca Zadro	OS003	Trasmissione proposte di accordi di collaborazione con enti territoriali, istituti bancari...	SI/NO	20%	SI	SI	SI	SI	SI	100%	20,00%	
AE10 - TORINO	Francesca Zadro	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	20%	30	52	465	5%	2	100%	20,00%	
AE10 - TORINO	Francesca Zadro	OS003	migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca dati centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	20%	20	107	131	5%	1	100%	20,00%	

Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado di raggiungimento obiettivi Ufficio
AG20 - VERONA	Paolo Pesce	OS002	Consolidamento n. aziende partecipanti ad iniziative e che usufruiscono di servizi di assistenza	Numero aziende italiane clienti/utenti (provenienti dalle regioni italiane in occasione di fiere internazionali)	25%	305	461	196	5%	15	100%	25,00%	100,00%
AG20 - VERONA	Paolo Pesce	OS001	Diffusione informazioni agli utenti esterni per miglioramento visibilità attività istituzionale	Numero comunicazioni, news letter, comunicati stampa diffusi alle istituzioni territoriali, stampa locale e imprese regionali	25%	SI	N/A (d)	43	40 unità	40	100%	25,00%	
AG20 - VERONA	Paolo Pesce	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	93	146	278	10%	9	100%	25,00%	
AG20 - VERONA	Paolo Pesce	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	83	219	164	10%	8	100%	25,00%	
Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado di raggiungimento obiettivi Ufficio
BE10 - ROMA	Filippo Lanciotti	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Realizzazione di un report sulle attività rese dagli Uffici nel periodo transitorio ex-ICE (SI/NO)	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50,00%	100,00%
BE10 - ROMA	Filippo Lanciotti	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Realizzazione di un report sulle attività propedeutiche alla chiusura degli Uffici (SI/NO)	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50,00%	
Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado di raggiungimento obiettivi Ufficio
BB10 - ANCONA	Andreina Guerrieri (interim)	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Report sulle attività rese dall'Ufficio nel periodo di gestione transitoria ex-ICE	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50%	100,00%
BB10 - ANCONA	Andreina Guerrieri (interim)	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca Dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	10	407	4	5%	1	100,00%	25,00%	
BB10 - ANCONA	Andreina Guerrieri (interim)	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	20	121	15	5%	1	100,00%	25,00%	

Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
CG10 - CAGLIARI	Filippo Lanciotti (interim)	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Report sulle attività rese dall'Ufficio nel periodo di gestione transitoria ex-ICE	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50%	100,00%
CG10 - CAGLIARI	Filippo Lanciotti (interim)	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca Dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	10	4	8	5%	1	100,00%	25,00%	
CG10 - CAGLIARI	Filippo Lanciotti (interim)	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	20	8	2	5%	1	100,00%	25,00%	
Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
BC10 - FIRENZE	Andreina Guerrieri (interim)	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Report sulle attività rese dall'Ufficio nel periodo di gestione transitoria ex-ICE	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50%	75,00%
BC10 - FIRENZE	Andreina Guerrieri (interim)	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca Dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	100	200	0	5%	5	0,00%	0,00%	
BC10 - FIRENZE	Andreina Guerrieri (interim)	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	40	300	10	5%	2	100,00%	25,00%	
Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
BD10 - PERUGIA	Domenico D'Amora	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Report sulle attività rese dall'Ufficio nel periodo di gestione transitoria ex-ICE	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50%	100,00%
BD10 - PERUGIA	Domenico D'Amora	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca Dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	10	7	2	5%	1	100,00%	25,00%	
BD10 - PERUGIA	Domenico D'Amora	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	10	9	17	5%	1	100,00%	25,00%	

Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
CD10 NAPOLI	Brunella Saccone	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Report sulle attività rese dall'Ufficio nel periodo di gestione transitoria ex-ICE	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50%	100,00%
CD10 NAPOLI	Brunella Saccone	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca Dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	70	292	17	5%	4	100,00%	25,00%	
CD10 NAPOLI	Brunella Saccone	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	450	411	23	5%	23	100,00%	25,00%	
Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
CA10 - PESCARA	Andreina Guerrieri (interim)	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Report sulle attività rese dall'Ufficio nel periodo di gestione transitoria ex-ICE	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50%	100,00%
CA10 - PESCARA	Andreina Guerrieri (interim)	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca Dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	28	87	54	5%	1	100,00%	25%	
CA10 - PESCARA	Andreina Guerrieri (interim)	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	29	121	10	5%	1	100,00%	25,00%	
Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
CH10 PALERMO	Filippo Lanciotti (interim)	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Realizzazione di un report sulle attività rese dagli Uffici nel periodo transitorio ex-ICE (SI/NO)	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50%	100,00%
CH10 PALERMO	Filippo Lanciotti (interim)	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Realizzazione di un report sulle attività propedeutiche alla chiusura degli Uffici (SI/NO)	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50%	

Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
CF10 - BARI	Giuseppe Lamacchia	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Report sulle attività rese dall'Ufficio nel periodo di gestione transitoria ex-ICE	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50,00%	100,00%
CF10 - BARI	Giuseppe Lamacchia	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca Dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	577	1524	1121	5%	29	100,00%	25,00%	
CF10 - BARI	Giuseppe Lamacchia	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	109	185	161	5%	5	100,00%	25,00%	
Centro di costo	Responsabile	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012	Grado di raggiungimento dell'indicatore	Grado di raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio
CC10 REGGIO CALABRIA	Antonio Domenico Neri	OS003	Garantire la continuità dei servizi e l'efficienza operativa delle attività inerenti la gestione transitoria ex-ICE	Report sulle attività rese dall'Ufficio nel periodo di gestione transitoria ex-ICE	50%	N/A (d)	N/A (d)	SI	SI	SI	100,00%	50%	50%
CC10 REGGIO CALABRIA	Antonio Domenico Neri	OS003	Incrementare il numero di aziende italiane presenti in Banca Dati Centrale	N° aziende (anagrafiche)	25%	80	40	0	5%	4	0,00%	0,00%	
CC10 REGGIO CALABRIA	Antonio Domenico Neri	OS003	Migliorare qualitativamente la completezza dei dati delle aziende italiane in Banca Dati Centrale	N° aziende aggiornate (profilo aziendale)	25%	50	0	0	5%	3	0,00%	0,00%	

ITALIA

Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Struttura Tecnica Permanente



DOCUMENTO DI “MISURAZIONE PERFORMANCE ICE 2012”

ALLEGATO 5 – SCHEDE PIANI OPERATIVI RETE ESTERA

Data: Marzo 2013

Predisposto da: Struttura Tecnica Permanente



Note esplicative relative alle schede predisposte per i Piani Operativi della rete estera

Centro di costo e Resp	Ob.Strat. e U.O.	Indicatore e Peso	Consuntivo 2010 e 2011	Target 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungimento dell'indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungimento dell'indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungimento dell'indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungimento dell'indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
------------------------	------------------	-------------------	------------------------	-------------	--	--	--	--	---	---	---	---

- **Centro di Costo e Responsabile** dell'Unità Organizzativa di riferimento.
- **Obiettivi Strategici e dell'U.O.:** Riferimento all'obiettivo strategico 1 (comunicazione); 2 (servizi integrati); 3 (innovazione) e all'Obiettivo operativo di riferimento dell'Unità Organizzativa.
- **Indicatori e Peso:** Indicatore di riferimento dell'Obiettivo operativo dell'Unità Organizzativa e peso % correlato. E' evidenziato in celeste l'indicatore "Misurazione grado soddisfazione operatori locali", per gli uffici esteri che nel corso del 2012 non hanno realizzato iniziative promozionali sulle quali misurare la customer. Il peso dell'indicatore eliminato è stato riparametrato in modo proporzionale.
- **Consuntivo 2010 e 2011:** Dato predefinito nel Piano della performance; **Consuntivo 2012:** Dato dichiarato e comunicato da ogni Unità Organizzativa. Per i "corrispettivi" i dati sono riferiti alla rilevazione ERP effettuata dal Dip.Servizi in collaborazione con Area Amm.;
- **Target 2012:** Dato predefinito nel Piano della performance espresso in valore assoluto, percentuale positiva o negativa, scala di valori, valore dicotomico (SI/NO). **Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010 e 2011:** Valore assoluto del target. Nel caso in cui il target 2012 sia espresso in percentuale il valore assoluto viene calcolato nel modo seguente: $(\text{Consuntivo } 2011/2010 * \text{Target } 2012\%)+/- \text{Consuntivo } 2011/2010$.
- **Grado raggiungimento indicatori rispetto al 2010 e 2011:** Grado percentuale di raggiungimento dell'indicatore rispetto al "Valore assoluto del target" secondo la seguente formula: $(\text{Consuntivo } 2012/\text{Target in valore assoluto rispetto al 2010 e 2011})$. Nel caso in cui il Consuntivo 2012 superi il Target previsto, l'indicatore sarà pari a 100.
- **Grado raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore:** E' calcolato secondo la seguente formula: $(\text{Grado raggiungimento Indicatori} * \text{Peso Indicatore rispetto al 2010/2011})$.
- **Grado raggiungimento obiettivi Ufficio:** Grado totale di performance dell'ufficio calcolato sommando i valori della colonna "Grado raggiungimento rapportato al peso dell'indicatore rispetto al 2010 e 2011".

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
ALGERI 4NA1	Giuseppe Agostinacchio	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	11	13	15	7%	12	14	100,00%	100,00%	20%	20%	82,81%	98,13%
ALGERI 4NA1	Giuseppe Agostinacchio	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	409	370	322	7%	438	396	73,58%	81,33%	7%	8%		
ALGERI 4NA1	Giuseppe Agostinacchio	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 33.518,75	€ 18.350,00	€ 78.510,00	10%	€ 36.870,63	€ 20.185,00	100,00%	100,00%	20%	20%		
ALGERI 4NA1	Giuseppe Agostinacchio	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	500	300	350	10%	550	330	63,64%	100,00%	25%	40%		
ALGERI 4NA1	Giuseppe Agostinacchio	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	3	3,3	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
ALMATY 2EH3	Michele Scuotto	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	0	8	9	7%	0	9	0,00%	100,00%	0%	20%	78,80%	91,46%
ALMATY 2EH3	Michele Scuotto	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	17	14	16	7%	18	15	87,96%	100,00%	9%	10%		
ALMATY 2EH3	Michele Scuotto	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 10.400,00	€ 33.330,00	€ 22.912,50	20%	€ 12.480,00	€ 39.996,00	100,00%	57,29%	20%	11%		
ALMATY 2EH3	Michele Scuotto	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	33	164	368	10%	36	180	100,00%	100,00%	40%	40%		
ALMATY 2EH3	Michele Scuotto	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
AMMAN 4HB1	Ferdinando Fiore (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	29	15	20	7%	31	16	64,45%	100,00%	13%	20%	77,85%	80,25%
AMMAN 4HB1	Ferdinando Fiore (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	253	230	148	7%	271	246	54,67%	60,14%	5%	6%		
AMMAN 4HB1	Ferdinando Fiore (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 4.916,50	€ 9.503,25	€ 7.836,25	+10%	€ 5.408,15	€ 10.453,58	100,00%	74,96%	20%	15%		
AMMAN 4HB1	Ferdinando Fiore (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	238	240	193	10%	262	264	73,72%	73,11%	29%	29%		
AMMAN 4HB1	Ferdinando Fiore (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
ATLANTA 3CB4	Fabrizio Giustarini	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	15	20	22	7%	16	21	100,00%	100,00%	20%	20%	100,00%	90,00%
ATLANTA 3CB4	Fabrizio Giustarini	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	2	0	29	7%	2	0	100,00%	0,00%	10%	0%		
ATLANTA 3CB4	Fabrizio Giustarini	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 7.115,00	€ 6.647,50	€ 33.797,50	+10%	€ 7.826,50	€ 7.312,25	100,00%	100,00%	20%	20%		
ATLANTA 3CB4	Fabrizio Giustarini	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	350	425	505	10%	385	468	100,00%	100,00%	40%	40%		
ATLANTA 3CB4	Fabrizio Giustarini	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
BAKU 2EE1	Ferdinando Pastore (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	29	37	12	7%	31	40	38,67%	30,31%	8%	6%	72,12%	79,40%
BAKU 2EE1	Ferdinando Pastore (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	19	28	10	7%	20	30	49,19%	33,38%	5%	3%		
BAKU 2EE1	Ferdinando Pastore (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 8.742,50	€ 3.454,50	€ 4.550,00	+10%	€ 9.616,75	€ 3.799,95	47,31%	100,00%	9%	20%		
BAKU 2EE1	Ferdinando Pastore (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	125	151	180	10%	138	166	100,00%	100,00%	40%	40%		
BAKU 2EE1	Ferdinando Pastore (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
BANGKOK 5IE1	Vincenzo Cali	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	78	92	136	7%	83	98	100,00%	100,00%	20%	20%	100,00%	100,00%
BANGKOK 5IE1	Vincenzo Cali	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	41	50	96	7%	44	54	100,00%	100,00%	10%	10%		
BANGKOK 5IE1	Vincenzo Cali	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 5.159,25	€ 5.891,35	€ 8.944,00	+10%	€ 5.675,18	€ 6.480,49	100,00%	100,00%	20%	20%		
BANGKOK 5IE1	Vincenzo Cali	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	245	271	313	10%	270	298	100,00%	100,00%	40%	40%		
BANGKOK 5IE1	Vincenzo Cali	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,3	4,3	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
BEIRUT 4HD1	Giuseppe Federico (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	369	213	20	7%	395	228	5,07%	8,78%	1%	2%	51,58%	78,90%
BEIRUT 4HD1	Giuseppe Federico (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	144	90	96	7%	154	96	62,31%	99,69%	6%	10%		
BEIRUT 4HD1	Giuseppe Federico (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 35.800,60	€ 25.066,00	€ 23.685,00	+10%	€ 39.380,66	€ 27.572,60	60,14%	85,90%	12%	17%		
BEIRUT 4HD1	Giuseppe Federico (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	471	179	289	10%	518	197	55,78%	100,00%	22%	40%		
BEIRUT 4HD1	Giuseppe Federico (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4,75	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
BELGRADO 2EP1	Fabio Corsi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	166	63	167	7%	178	67	94,02%	100,00%	19%	20%	69,62%	77,48%
BELGRADO 2EP1	Fabio Corsi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	33	26	210	7%	35	28	100,00%	100,00%	10%	10%		
BELGRADO 2EP1	Fabio Corsi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 24.781,25	€ 23.368,50	€ 26.530,00	+10%	€ 27.259,38	€ 25.705,35	97,32%	100,00%	19%	20%		
BELGRADO 2EP1	Fabio Corsi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	516	401	303	10%	568	441	53,38%	68,69%	21%	27%		
BELGRADO 2EP1	Fabio Corsi	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	N/A	3,2	3,2	3,2	0,00%	0,00%	0%	0%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
BERLINO 1AD3	Maria Ines Aronadio	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	109	149	129	7%	117	159	100,00%	80,91%	20%	16%	100,00%	95,53%
BERLINO 1AD3	Maria Ines Aronadio	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	3	4	4	7%	3	4	100,00%	93,46%	10%	9%		
BERLINO 1AD3	Maria Ines Aronadio	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 13.121,00	€ 21.562,50	€ 25.972,00	20%	€ 15.745,20	€ 25.875,00	100,00%	100,00%	20%	20%		
BERLINO 1AD3	Maria Ines Aronadio	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	53	89	197	10%	58	98	100,00%	100,00%	40%	40%		
BERLINO 1AD3	Maria Ines Aronadio	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
BRUXELLES 1AA1	Fabio Casciotti	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	396	452	455	7%	424	484	100,00%	94,08%	20%	19%	100,00%	86,48%
BRUXELLES 1AA1	Fabio Casciotti	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	472	632	562	7%	505	676	100,00%	83,11%	10%	8%		
BRUXELLES 1AA1	Fabio Casciotti	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 27.630,00	€ 32.319,50	€ 43.550,00	+10%	€ 30.393,00	€ 35.551,45	100,00%	100,00%	20%	20%		
BRUXELLES 1AA1	Fabio Casciotti	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	669	985	795	10%	736	1084	100,00%	73,37%	40%	29%		
BRUXELLES 1AA1	Fabio Casciotti	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
BUCAREST 2EF1	Mario Iaccarino	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	277	330	351	7%	296	353	100,00%	99,41%	20%	20%	86,45%	90,90%
BUCAREST 2EF1	Mario Iaccarino	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	187	227	246	7%	200	243	100,00%	100,00%	10%	10%		
BUCAREST 2EF1	Mario Iaccarino	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 31.540,50	€ 16.812,00	€ 24.337,00	+10%	€ 34.694,55	€ 18.493,20	70,15%	100,00%	14%	20%		
BUCAREST 2EF1	Mario Iaccarino	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	931	973	830	10%	1024	1070	81,05%	77,55%	32%	31%		
BUCAREST 2EF1	Mario Iaccarino	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,75	4,8	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
BUDAPEST 2EG1	Enrico Barbieri	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	28	134	163	7%	30	143	100,00%	100,00%	20%	20%	92,80%	91,47%
BUDAPEST 2EG1	Enrico Barbieri	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	436	364	405	7%	467	389	86,81%	100,00%	9%	10%		
BUDAPEST 2EG1	Enrico Barbieri	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 16.662,50	€ 20.504,00	€ 12.935,00	+10%	€ 18.328,75	€ 22.554,40	70,57%	57,35%	14%	11%		
BUDAPEST 2EG1	Enrico Barbieri	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	787	978	1090	10%	866	1076	100,00%	100,00%	40%	40%		
BUDAPEST 2EG1	Enrico Barbieri	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
BUENOS AIRES 7MA1	Giuseppe Pezzulo	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	38	36	55	7%	41	39	100,00%	100,00%	20%	20%	89,65%	100,00%
BUENOS AIRES 7MA1	Giuseppe Pezzulo	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	42	11	38	7%	45	12	84,56%	100,00%	8%	10%		
BUENOS AIRES 7MA1	Giuseppe Pezzulo	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 11.055,00	€ 4.514,50	€ 6.804,00	+10%	€ 12.160,50	€ 4.965,95	55,95%	100,00%	11%	20%		
BUENOS AIRES 7MA1	Giuseppe Pezzulo	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	57	25	410	10%	63	28	100,00%	100,00%	40%	40%		
BUENOS AIRES 7MA1	Giuseppe Pezzulo	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,25	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
CANTON 6LE3	Paolo Lemma	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	13	11	11	7%	14	12	79,08%	93,46%	16%	19%	69,93%	59,00%
CANTON 6LE3	Paolo Lemma	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	1	0	0	7%	1	0	0,00%	0,00%	0%	0%		
CANTON 6LE3	Paolo Lemma	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 12.702,25	€ 13.442,75	€ 8.604,00	+10%	€ 13.972,48	€ 14.787,03	61,58%	58,19%	12%	12%		
CANTON 6LE3	Paolo Lemma	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	462	787	404	10%	508	866	79,50%	46,67%	32%	19%		
CANTON 6LE3	Paolo Lemma	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4,2	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
CARACAS 7MW1	Alfredo Giorgi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	155	188	175	7%	166	201	100,00%	87,00%	20%	17%	100,00%	90,66%
CARACAS 7MW1	Alfredo Giorgi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	617	811	902	7%	660	868	100,00%	100,00%	10%	10%		
CARACAS 7MW1	Alfredo Giorgi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 12.186,00	€ 19.071,25	€ 17.404,00	+10%	€ 13.404,60	€ 20.978,38	100,00%	82,96%	20%	17%		
CARACAS 7MW1	Alfredo Giorgi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	180	239	241	10%	198	263	100,00%	91,67%	40%	37%		
CARACAS 7MW1	Alfredo Giorgi	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
CASABLAN CA 4ND1	Silvia Giuffrida	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	4	15	16	7%	4	16	100,00%	99,69%	20%	20%	58,51%	66,13%
CASABLAN CA 4ND1	Silvia Giuffrida	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet sinfoweb)	10%	6	10	11	7%	6	11	100,00%	100,00%	10%	10%		
CASABLAN CA 4ND1	Silvia Giuffrida	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 27.573,50	€ 19.710,50	€ 21.977,50	+10%	€ 30.330,85	€ 21.681,55	72,46%	100,00%	14%	20%		
CASABLAN CA 4ND1	Silvia Giuffrida	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	570	370	63	10%	627	407	10,05%	15,48%	4%	6%		
CASABLAN CA 4ND1	Silvia Giuffrida	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
CHICAGO 3CB3	Pasquale Bova (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	44	87	246	7%	47	93	100,00%	100,00%	20%	20%	99,57%	100,00%
CHICAGO 3CB3	Pasquale Bova (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	34	18	58	7%	36	19	100,00%	100,00%	10%	10%		
CHICAGO 3CB3	Pasquale Bova (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 34.841,50	€ 32.386,50	€ 37.505,00	+10%	€ 38.325,65	€ 35.625,15	97,86%	100,00%	20%	20%		
CHICAGO 3CB3	Pasquale Bova (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	353	370	506	10%	388	407	100,00%	100,00%	40%	40%		
CHICAGO 3CB3	Pasquale Bova (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
CITTA' DEL MESSICO 3MP1	Salvatore Parano	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	107	214	333	7%	114	229	100,00%	100,00%	20%	20%	95,07%	99,11%
CITTA' DEL MESSICO 3MP1	Salvatore Parano	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	23	36	67	7%	25	39	100,00%	100,00%	10%	10%		
CITTA' DEL MESSICO 3MP1	Salvatore Parano	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 11.815,00	€ 9.316,50	€ 9.790,00	+10%	€ 12.996,50	€ 10.248,15	75,33%	95,53%	15%	19%		
CITTA' DEL MESSICO 3MP1	Salvatore Parano	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	350	550	692	10%	385	605	100,00%	100,00%	40%	40%		
CITTA' DEL MESSICO 3MP1	Salvatore Parano	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
DUBAI 4GB1	Ferdinando Fiore	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	24	108	147	7%	26	116	100,00%	100,00%	20%	20%	90,00%	100,00%
DUBAI 4GB1	Ferdinando Fiore	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	0	12	98	7%	0	13	0,00%	100,00%	0%	10%		
DUBAI 4GB1	Ferdinando Fiore	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 13.093,75	€ 21.090,25	€ 40.070,00	+10%	€ 14.403,13	€ 23.199,28	100,00%	100,00%	20%	20%		
DUBAI 4GB1	Ferdinando Fiore	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	547	312	661	10%	602	343	100,00%	100,00%	40%	40%		
DUBAI 4GB1	Ferdinando Fiore	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,95	4,6	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
GIACARTA SIC1	Massimiliano Sponzilli (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	29	13	16	7%	31	14	51,56%	100,00%	10%	20%	84,45%	96,95%
GIACARTA SIC1	Massimiliano Sponzilli (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	158	88	70	7%	169	94	41,41%	74,34%	4%	7%		
GIACARTA SIC1	Massimiliano Sponzilli (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 8.645,00	€ 10.172,50	€ 10.920,00	+10%	€ 9.509,50	€ 11.189,75	100,00%	97,59%	20%	20%		
GIACARTA SIC1	Massimiliano Sponzilli (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	284	402	488	10%	312	442	100,00%	100,00%	40%	40%		
GIACARTA SIC1	Massimiliano Sponzilli (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	3	3	3,8	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
HOCHIMINH SLM1	Bruna Santarelli	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	72	76	21	7%	77	81	27,26%	25,82%	5%	5%	68,86%	73,27%
HOCHIMINH SLM1	Bruna Santarelli	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	217	283	130	7%	232	303	55,99%	42,93%	6%	4%		
HOCHIMINH SLM1	Bruna Santarelli	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 32.492,50	€ 28.463,80	€ 27.697,80	+10%	€ 35.741,75	€ 31.310,18	77,49%	88,46%	15%	18%		
HOCHIMINH SLM1	Bruna Santarelli	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	494	442	439	10%	543	486	80,79%	90,29%	32%	36%		
HOCHIMINH SLM1	Bruna Santarelli	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	N/A	5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
HONG KONG 6KB1	Paola Guida	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	108	131	70	7%	116	140	60,57%	49,94%	12%	10%	85,47%	89,79%
HONG KONG 6KB1	Paola Guida	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	39	12	14	7%	42	13	33,55%	100,00%	3%	10%		
HONG KONG 6KB1	Paola Guida	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 106.824,50	€ 64.225,50	€ 145.100,63	+10%	€ 117.506,95	€ 70.648,05	100,00%	100,00%	20%	20%		
HONG KONG 6KB1	Paola Guida	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	600	868	950	10%	660	955	100,00%	99,50%	40%	40%		
HONG KONG 6KB1	Paola Guida	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
ISTANBUL 2BG1	Ferdinando Pastore	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	128	87	445	7%	137	93	100,00%	100,00%	20%	20%	87,61%	95,76%
ISTANBUL 2BG1	Ferdinando Pastore	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	420	74	411	7%	449	79	91,46%	100,00%	9%	10%		
ISTANBUL 2BG1	Ferdinando Pastore	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 21.170,25	€ 22.001,25	€ 19.076,25	+10%	€ 23.287,28	€ 24.201,38	81,92%	78,82%	16%	16%		
ISTANBUL 2BG1	Ferdinando Pastore	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	680	400	600	10%	748	440	80,21%	100,00%	32%	40%		
ISTANBUL 2BG1	Ferdinando Pastore	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
JOHANNESB URG 8QL1	Sergio La Verghetta	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	95	93	22	7%	102	100	21,64%	22,11%	4%	4%	82,59%	84,42%
JOHANNESB URG 8QL1	Sergio La Verghetta	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	98	36	106	7%	105	39	100,00%	100,00%	10%	10%		
JOHANNESB URG 8QL1	Sergio La Verghetta	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 65.898,50	€ 38.001,50	€ 66.180,00	+10%	€ 72.488,35	€ 41.801,65	91,30%	100,00%	18%	20%		
JOHANNESB URG 8QL1	Sergio La Verghetta	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	117	140	530	10%	129	154	100,00%	100,00%	40%	40%		
JOHANNESB URG 8QL1	Sergio La Verghetta	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
KIEV 2EH2	Alessandro Gerbino	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	2	19	15	7%	2	20	100,00%	73,78%	20%	15%	100,00%	92,81%
KIEV 2EH2	Alessandro Gerbino	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	13	8	14	7%	14	9	100,00%	100,00%	10%	10%		
KIEV 2EH2	Alessandro Gerbino	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 11.878,75	€ 28.151,75	€ 43.514,00	+10%	€ 13.066,63	€ 30.966,93	100,00%	100,00%	20%	20%		
KIEV 2EH2	Alessandro Gerbino	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	401	451	472	10%	441	496	100,00%	95,14%	40%	38%		
KIEV 2EH2	Alessandro Gerbino	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
KUALA LUMPUR SID1	Andrea Ambra	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	136	177	260	7%	146	189	100,00%	100,00%	20%	20%	100,00%	95,66%
KUALA LUMPUR SID1	Andrea Ambra	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	7	8	78	7%	7	9	100,00%	100,00%	10%	10%		
KUALA LUMPUR SID1	Andrea Ambra	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 5.932,50	€ 10.638,25	€ 9.165,00	+10%	€ 6.525,75	€ 11.702,08	100,00%	78,32%	20%	16%		
KUALA LUMPUR SID1	Andrea Ambra	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)*	40%	375	402	518	10%	413	442	100,00%	100,00%	40%	40%		
KUALA LUMPUR SID1	Andrea Ambra	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	3,2	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
LONDRA 1AE1	Fortunato Celi Zullo	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	715	446	14	7%	765	477	1,83%	2,93%	0%	1%	80,18%	79,12%
LONDRA 1AE1	Fortunato Celi Zullo	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	20	23	21	7%	21	25	98,13%	85,33%	10%	9%		
LONDRA 1AE1	Fortunato Celi Zullo	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 31.786,00	€ 23.939,50	€ 44.427,50	+10%	€ 34.964,60	€ 26.333,45	100,00%	100,00%	20%	20%		
LONDRA 1AE1	Fortunato Celi Zullo	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	157	143	566	10%	173	157	100,00%	100,00%	40%	40%		
LONDRA 1AE1	Fortunato Celi Zullo	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	3	4,85	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
LOS ANGELES 3CB2	Carlo Angelo Bocchi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	63	65	132	7%	67	70	100,00%	100,00%	20%	20%	100,00%	99,65%
LOS ANGELES 3CB2	Carlo Angelo Bocchi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	228	239	265	7%	244	256	100,00%	100,00%	10%	10%		
LOS ANGELES 3CB2	Carlo Angelo Bocchi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 11.368,00	€ 21.205,00	€ 22.915,00	+10%	€ 12.504,80	€ 23.325,50	100,00%	98,24%	20%	20%		
LOS ANGELES 3CB2	Carlo Angelo Bocchi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	518	527	595	10%	570	580	100,00%	100,00%	40%	40%		
LOS ANGELES 3CB2	Carlo Angelo Bocchi	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
LUBIANA 2ES1	Alessandra Rainaldi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	37	141	152	7%	40	151	100,00%	100,00%	20%	20%	88,92%	97,32%
LUBIANA 2ES1	Alessandra Rainaldi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	98	115	159	7%	105	123	100,00%	100,00%	10%	10%		
LUBIANA 2ES1	Alessandra Rainaldi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 23.435,00	€ 19.150,00	€ 18.245,00	+10%	€ 25.778,50	€ 21.065,00	70,78%	86,61%	14%	17%		
LUBIANA 2ES1	Alessandra Rainaldi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	341	291	326	10%	375	320	86,91%	100,00%	35%	40%		
LUBIANA 2ES1	Alessandra Rainaldi	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	4,8	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
MADRID 1AK1	Fabio Casciotti (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	61	81	98	7%	65	87	100,00%	100,00%	20%	20%	88,48%	93,08%
MADRID 1AK1	Fabio Casciotti (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	94	147	256	7%	101	157	100,00%	100,00%	10%	10%		
MADRID 1AK1	Fabio Casciotti (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 21.998,25	€ 14.261,25	€ 10.260,00	+10%	€ 24.198,08	€ 15.687,38	42,40%	65,40%	8%	13%		
MADRID 1AK1	Fabio Casciotti (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	221	262	305	10%	243	288	100,00%	100,00%	40%	40%		
MADRID 1AK1	Fabio Casciotti (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,9	4,7	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
MOSCA 2EH1	Domenica Brosio (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	152	51	89	7%	163	55	54,72%	100,00%	11%	20%	81,06%	100,00%
MOSCA 2EH1	Domenica Brosio (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	179	105	167	7%	192	112	87,19%	100,00%	9%	10%		
MOSCA 2EH1	Domenica Brosio (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 88.085,00	€ 67.772,25	€ 76.542,30	+10%	€ 96.893,50	€ 74.549,48	79,00%	100,00%	16%	20%		
MOSCA 2EH1	Domenica Brosio (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	2338	1575	2289	10%	2572	1733	89,00%	100,00%	36%	40%		
MOSCA 2EH1	Domenica Brosio (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
MUMBAI 5LG1	Augusto Di Giacinto	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	61	180	126	7%	65	193	100,00%	65,42%	20%	13%	70,85%	85,51%
MUMBAI 5LG1	Augusto Di Giacinto	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	102	40	45	7%	109	43	41,23%	100,00%	4%	10%		
MUMBAI 5LG1	Augusto Di Giacinto	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 16.844,00	€ 6.106,25	€ 10.813,75	+10%	€ 18.528,40	€ 6.716,88	58,36%	100,00%	12%	20%		
MUMBAI 5LG1	Augusto Di Giacinto	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	1100	850	758	10%	1210	935	62,64%	81,07%	25%	32%		
MUMBAI 5LG1	Augusto Di Giacinto	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	3,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
NEW DELHY 5LG2	Erica Di Giovancarlo	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	6	4	2	7%	6	4	31,15%	46,73%	6%	9%	86,23%	86,83%
NEW DELHY 5LG2	Erica Di Giovancarlo	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	768	743	1211	7%	822	795	100,00%	100,00%	10%	10%		
NEW DELHY 5LG2	Erica Di Giovancarlo	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 6.757,50	€ 4.701,50	€ 31.652,50	+10%	€ 7.433,25	€ 5.171,65	100,00%	100,00%	20%	20%		
NEW DELHY 5LG2	Erica Di Giovancarlo	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	716	810	835	10%	788	891	100,00%	93,71%	40%	37%		
NEW DELHY 5LG2	Erica Di Giovancarlo	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	4,2	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
NEW YORK 3CB1	Aniello Musella	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	6	167	382	7%	6	179	100,00%	100,00%	20%	20%	84,03%	94,78%
NEW YORK 3CB1	Aniello Musella	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	45	20	133	7%	48	21	100,00%	100,00%	10%	10%		
NEW YORK 3CB1	Aniello Musella	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 11.977,65	€ 38.397,50	€ 31.220,00	+10%	€ 13.175,42	€ 42.237,25	100,00%	73,92%	20%	15%		
NEW YORK 3CB1	Aniello Musella	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	4202	2483	2777	10%	4622	2731	60,08%	100,00%	24%	40%		
NEW YORK 3CB1	Aniello Musella	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,81	4,8	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
PARIGI 1AC1	Leonardo Radicati	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	146	305	460	7%	156	326	100,00%	100,00%	20%	20%	91,08%	99,34%
PARIGI 1AC1	Leonardo Radicati	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	104	214	367	7%	111	229	100,00%	100,00%	10%	10%		
PARIGI 1AC1	Leonardo Radicati	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 50.027,00	€ 26.137,00	€ 30.484,00	+10%	€ 55.029,70	€ 28.750,70	55,40%	100,00%	11%	20%		
PARIGI 1AC1	Leonardo Radicati	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	585	673	728	10%	644	740	100,00%	98,34%	40%	39%		
PARIGI 1AC1	Leonardo Radicati	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
PECHINO 6LE1	Antonino Laspina	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	18	32	83	7%	19	34	100,00%	100,00%	20%	20%	93,77%	92,57%
PECHINO 6LE1	Antonino Laspina	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	6	28	96	7%	6	30	100,00%	100,00%	10%	10%		
PECHINO 6LE1	Antonino Laspina	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 20.177,50	€ 22.897,00	€ 25.874,00	+10%	€ 22.195,25	€ 25.186,70	100,00%	100,00%	20%	20%		
PECHINO 6LE1	Antonino Laspina	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	1120	1161	1040	10%	1232	1277	84,42%	81,43%	34%	33%		
PECHINO 6LE1	Antonino Laspina	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
RIYADH 4GA2	Andrea Quattrocchi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	57	11	2	7%	61	12	3,28%	16,99%	1%	3%	67,69%	82,56%
RIYADH 4GA2	Andrea Quattrocchi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	29	28	30	7%	31	30	96,68%	100,00%	10%	10%		
RIYADH 4GA2	Andrea Quattrocchi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 12.490,00	€ 12.821,25	€ 27.333,75	+10%	€ 13.739,00	€ 14.103,38	100,00%	100,00%	20%	20%		
RIYADH 4GA2	Andrea Quattrocchi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	930	650	700	10%	1023	715	68,43%	97,90%	27%	39%		
RIYADH 4GA2	Andrea Quattrocchi	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4,4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SAN PAOLO 7MC1	Giovanni Sacchi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	150	163	232	7%	161	174	100,00%	100,00%	20%	20%	100,00%	98,55%
SAN PAOLO 7MC1	Giovanni Sacchi	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	56	58	64	7%	60	62	100,00%	100,00%	10%	10%		
SAN PAOLO 7MC1	Giovanni Sacchi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 29.472,50	€ 31.849,25	€ 32.495,00	+10%	€ 32.419,75	€ 35.034,18	100,00%	92,75%	20%	19%		
SAN PAOLO 7MC1	Giovanni Sacchi	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	997	1063	1180	10%	1097	1169	100,00%	100,00%	40%	40%		
SAN PAOLO 7MC1	Giovanni Sacchi	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,1	4,1	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SAN PIETROBURGO 2EH4	Carlo Ferrari	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	41	45	59	7%	44	48	100,00%	100,00%	20%	20%	100,00%	100,00%
SAN PIETROBURGO 2EH4	Carlo Ferrari	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	32	44	54	7%	34	47	100,00%	100,00%	10%	10%		
SAN PIETROBURGO 2EH4	Carlo Ferrari	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 19.728,00	€ 21.899,50	€ 25.250,00	+10%	€ 21.700,80	€ 24.089,45	100,00%	100,00%	20%	20%		
SAN PIETROBURGO 2EH4	Carlo Ferrari	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	172	250	300	10%	189	275	100,00%	100,00%	40%	40%		
SAN PIETROBURGO 2EH4	Carlo Ferrari	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SANTIAGO 7MD1	Giuseppe Manenti	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	66	75	84	7%	71	80	100,00%	100,00%	20%	20%	100,00%	97,60%
SANTIAGO 7MD1	Giuseppe Manenti	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	8	23	19	7%	9	25	100,00%	77,20%	10%	8%		
SANTIAGO 7MD1	Giuseppe Manenti	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 4.287,50	€ 13.099,50	€ 16.945,00	+10%	€ 4.716,25	€ 14.409,45	100,00%	100,00%	20%	20%		
SANTIAGO 7MD1	Giuseppe Manenti	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	18	31	34	10%	20	34	100,00%	99,71%	40%	40%		
SANTIAGO 7MD1	Giuseppe Manenti	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,4	4,07	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SARAJEVO 2EQ1	Massimo Di Giandomenico	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	64	94	133	7%	68	101	100,00%	100,00%	20%	20%	62,65%	62,97%
SARAJEVO 2EQ1	Massimo Di Giandomenico	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	50	99	85	7%	54	106	100,00%	80,24%	10%	8%		
SARAJEVO 2EQ1	Massimo Di Giandomenico	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 5.284,00	€ 2.145,00	€ 9.160,00	+10%	€ 5.812,40	€ 2.359,50	100,00%	100,00%	20%	20%		
SARAJEVO 2EQ1	Massimo Di Giandomenico	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	192	103	14	10%	211	113	6,63%	12,36%	3%	5%		
SARAJEVO 2EQ1	Massimo Di Giandomenico	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,8	4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SEOUL 6KA1	Guglielmo Galli	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	74	74	45	7%	79	79	56,83%	56,83%	11%	11%	91,37%	82,81%
SEOUL 6KA1	Guglielmo Galli	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	63	105	120	7%	67	112	100,00%	100,00%	10%	10%		
SEOUL 6KA1	Guglielmo Galli	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 13.735,00	€ 27.597,50	€ 24.027,50	+10%	€ 15.108,50	€ 30.357,25	100,00%	79,15%	20%	16%		
SEOUL 6KA1	Guglielmo Galli	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	1290	1608	1575	10%	1419	1769	100,00%	89,04%	40%	36%		
SEOUL 6KA1	Guglielmo Galli	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SHANGHAI 6LE2	Maurizio Forte	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	40	49	53	7%	43	52	100,00%	100,00%	20%	20%	100,00%	97,80%
SHANGHAI 6LE2	Maurizio Forte	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	4	7	7	7%	4	7	100,00%	93,46%	10%	9%		
SHANGHAI 6LE2	Maurizio Forte	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 19.535,00	€ 26.502,00	€ 26.904,00	10%	€ 21.488,50	€ 29.152,20	100,00%	92,29%	20%	18%		
SHANGHAI 6LE2	Maurizio Forte	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	1988	2089	2298	10%	2187	2298	100,00%	100,00%	40%	40%		
SHANGHAI 6LE2	Maurizio Forte	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,27	4,37	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SIDNEY 6DA2	Claudio Pasqualucci	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	53	89	120	7%	57	95	100,00%	100,00%	20%	20%	86,79%	94,09%
SIDNEY 6DA2	Claudio Pasqualucci	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	30	11	11	7%	32	12	34,27%	93,46%	3%	9%		
SIDNEY 6DA2	Claudio Pasqualucci	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 5.273,50	€ 15.779,75	€ 12.794,00	+10%	€ 5.800,85	€ 17.357,73	100,00%	73,71%	20%	15%		
SIDNEY 6DA2	Claudio Pasqualucci	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	400	300	367	10%	440	330	83,41%	100,00%	33%	40%		
SIDNEY 6DA2	Claudio Pasqualucci	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SINGAPORE 5KC1	Massimiliano Sponzilli	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	38	39	29	7%	41	42	71,32%	69,49%	14%	14%	93,43%	93,90%
SINGAPORE 5KC1	Massimiliano Sponzilli	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	101	81	99	7%	108	87	91,61%	100,00%	9%	10%		
SINGAPORE 5KC1	Massimiliano Sponzilli	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 4.808,25	€ 5.762,50	€ 8.755,00	+10%	€ 5.289,08	€ 6.338,75	100,00%	100,00%	20%	20%		
SINGAPORE 5KC1	Massimiliano Sponzilli	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	276	312	498	10%	304	343	100,00%	100,00%	40%	40%		
SINGAPORE 5KC1	Massimiliano Sponzilli	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	3,2	3,6	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SKOPJE 2ER1	Alessandra Rainaldi (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	22%	39	39	107	7%	42	42	100,00%	100,00%	22%	22%	84,51%	90,93%
SKOPJE 2ER1	Alessandra Rainaldi (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	12%	112	135	167	7%	120	144	100,00%	100,00%	12%	12%		
SKOPJE 2ER1	Alessandra Rainaldi (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	22%	€ 14.905,75	€ 8.910,00	€ 5.760,00	+10%	€ 16.396,33	€ 9.801,00	35,13%	58,77%	8%	13%		
SKOPJE 2ER1	Alessandra Rainaldi (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	44%	144	134	154	10%	158	147	97,22%	100,00%	43%	44%		
SKOPJE 2ER1	Alessandra Rainaldi (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	0%	N/A	N/A	N/A	3,2	3,2	3,2	N/A	N/A	N/A	N/A		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
SOFIA 2EA1	Fabrizio Camastra	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	50	57	303	7%	54	61	100,00%	100,00%	20%	20%	98,05%	100,00%
SOFIA 2EA1	Fabrizio Camastra	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	143	168	180	7%	153	180	100,00%	100,00%	10%	10%		
SOFIA 2EA1	Fabrizio Camastra	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 24.298,00	€ 20.697,00	€ 24.126,00	+10%	€ 26.727,80	€ 22.766,70	90,27%	100,00%	18%	20%		
SOFIA 2EA1	Fabrizio Camastra	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	571	528	774	10%	628	581	100,00%	100,00%	40%	40%		
SOFIA 2EA1	Fabrizio Camastra	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,8	4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
STOCCOLM A 2AQ1	Gabriele Martignago	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	10	11	12	7%	11	12	100,00%	100,00%	20%	20%	96,28%	98,82%
STOCCOLM A 2AQ1	Gabriele Martignago	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	8	6	6	7%	9	6	70,09%	93,46%	7%	9%		
STOCCOLM A 2AQ1	Gabriele Martignago	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 15.368,75	€ 28.007,50	€ 30.001,60	+10%	€ 16.905,63	€ 30.808,25	100,00%	97,38%	20%	19%		
STOCCOLM A 2AQ1	Gabriele Martignago	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	500	486	540	10%	550	535	98,18%	100,00%	39%	40%		
STOCCOLM A 2AQ1	Gabriele Martignago	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	3,5	3,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
TAIPEI 6KD1	Leopoldo Sposato	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	34	16	8	7%	36	17	21,99%	46,73%	4%	9%	59,20%	82,62%
TAIPEI 6KD1	Leopoldo Sposato	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	30	32	33	7%	32	34	100,00%	96,38%	10%	10%		
TAIPEI 6KD1	Leopoldo Sposato	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 4.896,00	€ 3.029,50	€ 5.345,00	+10%	€ 5.385,60	€ 3.332,45	99,25%	100,00%	20%	20%		
TAIPEI 6KD1	Leopoldo Sposato	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	450	200	185	10%	495	220	37,37%	84,09%	15%	34%		
TAIPEI 6KD1	Leopoldo Sposato	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4	4	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
TEHERAN 4GC1	Antonio Avallone	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	22	29	73	7%	24	31	100,00%	100,00%	20%	20%	49,83%	56,33%
TEHERAN 4GC1	Antonio Avallone	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	26	8	4	7%	28	9	14,38%	46,73%	1%	5%		
TEHERAN 4GC1	Antonio Avallone	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 9.787,25	€ 8.867,50	€ 7.950,00	+10%	€ 10.765,98	€ 9.754,25	73,84%	81,50%	15%	16%		
TEHERAN 4GC1	Antonio Avallone	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	231	156	23	10%	254	172	9,05%	13,40%	4%	5%		
TEHERAN 4GC1	Antonio Avallone	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,8	5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
TEL AVIV 4HC1	Marina Scognamiglio	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	60	42	66	7%	64	45	100,00%	100,00%	20%	20%	88,12%	95,61%
TEL AVIV 4HC1	Marina Scognamiglio	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	133	122	120	7%	142	131	84,32%	91,93%	8%	9%		
TEL AVIV 4HC1	Marina Scognamiglio	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 23.423,75	€ 19.015,25	€ 17.170,00	+10%	€ 25.766,13	€ 20.916,78	66,64%	82,09%	13%	16%		
TEL AVIV 4HC1	Marina Scognamiglio	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	22	20	22	10%	24	22	90,91%	100,00%	36%	40%		
TEL AVIV 4HC1	Marina Scognamiglio	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	3,2	3,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
TIRANA 2FA1	Francesco Vitulli	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	43	101	53	7%	46	108	100,00%	49,04%	20%	10%	89,84%	82,19%
TIRANA 2FA1	Francesco Vitulli	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	22	129	162	7%	24	138	100,00%	100,00%	10%	10%		
TIRANA 2FA1	Francesco Vitulli	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 14.805,00	€ 17.428,50	€ 11.870,00	+10%	€ 16.285,50	€ 19.171,35	72,89%	61,92%	15%	12%		
TIRANA 2FA1	Francesco Vitulli	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	33	20	32	10%	36	22	88,15%	100,00%	35%	40%		
TIRANA 2FA1	Francesco Vitulli	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,41	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
TOKYO 6DB1	Federico Balmas	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	62	65	103	7%	66	70	100,00%	100,00%	20%	20%	89,46%	89,90%
TOKYO 6DB1	Federico Balmas	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	37	11	63	7%	40	12	100,00%	100,00%	10%	10%		
TOKYO 6DB1	Federico Balmas	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 170.302,18	€ 162.648,50	€ 88.564,00	+10%	€ 187.332,40	€ 178.913,35	47,28%	49,50%	9%	10%		
TOKYO 6DB1	Federico Balmas	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	910	950	1298	10%	1001	1045	100,00%	100,00%	40%	40%		
TOKYO 6DB1	Federico Balmas	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,36	4,3	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
TORONTO 3CA2	Pasquale Bova	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	22%	10	31	43	7%	11	33	100,00%	100,00%	22%	22%	100,00%	99,21%
TORONTO 3CA2	Pasquale Bova	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	12%	14	21	21	7%	15	22	100,00%	93,46%	12%	11%		
TORONTO 3CA2	Pasquale Bova	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	22%	€ 12.326,00	€ 10.275,00	€ 16.769,00	10%	€ 13.558,60	€ 11.302,50	100,00%	100,00%	22%	22%		
TORONTO 3CA2	Pasquale Bova	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	44%	37	304	493	10%	41	334	100,00%	100,00%	44%	44%		
TORONTO 3CA2	Pasquale Bova	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	0%	N/A	N/A	N/A	3,2	3,2	3,2	N/A	N/A	N/A	N/A		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
TUNISI 4NG1	Cecilia Oliva	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	N/A	59	83	7%	N/A	63	N/A	100,00%	N/A	20%	N/A	100,00%
TUNISI 4NG1	Cecilia Oliva	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	N/A	314	442	7%	N/A	336	N/A	100,00%	N/A	10%		
TUNISI 4NG1	Cecilia Oliva	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	N/A	€ 6.820,00	€ 24.940,00	+10%	N/A	€ 7.502,00	N/A	100,00%	N/A	20%		
TUNISI 4NG1	Cecilia Oliva	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	N/A	409	605	10%	N/A	450	N/A	100,00%	N/A	40%		
TUNISI 4NG1	Cecilia Oliva	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	N/A	4	3,2	N/A	3,2	N/A	100,00%	N/A	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
VARSAVIA 2ED1	Domenica Brosio	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	52	80	93	7%	56	86	100,00%	100,00%	20%	20%	92,75%	98,66%
VARSAVIA 2ED1	Domenica Brosio	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	56	55	73	7%	60	59	100,00%	100,00%	10%	10%		
VARSAVIA 2ED1	Domenica Brosio	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 47.446,80	€ 57.603,50	€ 59.131,00	+10%	€ 52.191,48	€ 63.363,85	100,00%	93,32%	20%	19%		
VARSAVIA 2ED1	Domenica Brosio	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	684	551	616	10%	752	606	81,87%	100,00%	33%	40%		
VARSAVIA 2ED1	Domenica Brosio	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4,6	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
VIENNA 2AN1	Enrico Barbieri (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	165	160	193	7%	177	171	100,00%	100,00%	20%	20%	89,41%	100,00%
VIENNA 2AN1	Enrico Barbieri (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	31	16	30	7%	33	17	90,44%	100,00%	9%	10%		
VIENNA 2AN1	Enrico Barbieri (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 43.019,50	€ 13.076,50	€ 24.525,00	+10%	€ 47.321,45	€ 14.384,15	51,83%	100,00%	10%	20%		
VIENNA 2AN1	Enrico Barbieri (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	133	123	175	10%	146	135	100,00%	100,00%	40%	40%		
VIENNA 2AN1	Enrico Barbieri (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	4,5	4,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

Centro di costo	Resp.	Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Cons. 2010	Cons. 2011	Consuntivo 2012	TARGET 2012	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2010	Valore assoluto target 2012 rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rispetto al 2011	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2010	Grado di raggiungim. dell' indicatore rapportato al peso rispetto al 2011	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2010	Grado raggiungimento obiettivi Ufficio rispetto al 2011
ZAGABRIA 2EC1	Fabio Corsi (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e intranet	20%	370	301	416	7%	396	322	100,00%	100,00%	20%	20%	84,85%	83,38%
ZAGABRIA 2EC1	Fabio Corsi (interim)	OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante intranet e cruscotto direzionale)	10%	221	167	241	7%	236	179	100,00%	100,00%	10%	10%		
ZAGABRIA 2EC1	Fabio Corsi (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Corrispettivi da servizi di assistenza e/o privatistiche (rilevati mediante Erp per anno di competenza)	20%	€ 29.000,00	€ 21.594,75	€ 31.114,00	+10%	€ 31.900,00	€ 23.754,23	97,54%	100,00%	20%	20%		
ZAGABRIA 2EC1	Fabio Corsi (interim)	OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante sinfoweb)	40%	987	1070	688	10%	1086	1177	63,37%	58,45%	25%	23%		
ZAGABRIA 2EC1	Fabio Corsi (interim)	OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5)	10%	N/A	5	3,5	3,2	3,2	3,2	100,00%	100,00%	10%	10%		

ALLEGATO N. 2

**Prospetto relativo alle pari opportunità e al bilancio di
genere**

SITUAZIONE DEL PERSONALE ICE AL 31.12.2012

PER GENERE E TIPO DI CONTRATTO

	DONNE	UOMINI	TOTALE
Personale a tempo pieno	297	256	553
Personale part Time al 50%	8	1	9
Personale part Time > al 50%	11	1	12
Personale con contratto telelavoro	2	0	2
Totale Personale per genere e Totale Complessivo	316	258	574
% sul Totale Complessivo	55%	45%	100%

PERSONALE Area contrattuale C con POSIZIONI ORGANIZZATIVE per Fasce D'ETA' e Complessivo

Fascia di età	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	% su Tot. per genere	Valori assoluti	% su Tot. per genere	Valori assoluti	%
Meno di 30 anni	0	0%	0	0%	0	0%
31- 40	3	4%	0	0%	3	3%
41 - 50	33	49%	7	23%	40	40%
Oltre 50	32	47%	24	77%	56	57%
Tot. per genere	68	100%	31	100%	99	100%
% sul Totale Complessivo		12%		5%		17%

PERSONALE AREA CONTRATTUALE C, Professionisti e Dir.Divisione

Fascia di età	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	% su Tot. per genere	Valori assoluti	% su Tot. per genere	Valori assoluti	%
Meno di 30 anni	2	0%	1	0%	3	1%
31- 40	34	8%	17	4%	51	12%
41 - 50	117	29%	75	18%	192	47%
Oltre 50	79	19%	84	21%	163	40%
Tot. per genere	232	56%	177	43%	409	100%
% sul Totale Complessivo		40%		31%		71%

ALTRI DIPENDENTI (A+B)

Fascia di età	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Meno di 30 anni	0	0%	0	0%	0	0%
31- 40	7	6%	7	6%	14	11%
41 - 50	33	26%	20	16%	53	42%
Oltre 50	34	27%	24	19%	58	46%
Tot. per genere	74	59%	51	41%	125	100%
% sul totale complessivo		13%		9%		22%

TOTALE PERSONALE NON DIRIGENTE COMPLESSIVO

	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Totale	306		228		534	
% sul totale complessivo		53%		40%		93%

DIRIGENTI

	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Totale	10		30		40	
% sul totale complessivo		2%		5%		7%

ALLEGATO N. 3

“Tabella relativa agli obiettivi strategici”

PERFORMANCE OBIETTIVO STRATEGICO N. 1 "Promuovere una comunicazione globale"

Codice Obiettivo strategico	Obiettivo	Peso Obiettivo	Risorse umane obiettivo*	Risorse economiche obiettivo*	Indicatori	Peso Indicatori	CONSUNTIVO 2010	CONSUNTIVO 2011	CONSUNTIVO 2012	TARGET 2012	Grado di Raggiungimento Obiettivo (valore compreso tra 0 e 100%)	GRADO RAGGIUNGIMENTO PER PESO INDICATORE	GRADO RAGGIUNGIMENTO INDICATORI RAPPORTATO AL PESO	GRADO RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVO STRATEGICO
05001	Promuovere una comunicazione globale	20%	205	€ 19.711.033	n. di visite al sito ICE	43%	1.145.721	1.159.121	1.085.992	1.208.007	96,35%	41,43%	19,69%	98,43%
					n.aziende raggiunte da attività di comunicazione (diverse dal sito)	43%	50.355	54.166,00	58.761,00	55.391,00	100,00%	43,00%		
					N. nuovi clienti	14%	1.173	1.253	1.149	970	100,00%	14,00%		

PERFORMANCE OBIETTIVO STRATEGICO N. 2 "Ottimizzare il sistema integrato dei servizi specializzati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione"

Codice Obiettivo strategico	Obiettivo	Peso Obiettivo	Risorse umane obiettivo*	Risorse economiche obiettivo*	Indicatori	Peso Indicatori	CONSUNTIVO 2010	CONSUNTIVO 2011	CONSUNTIVO 2012	TARGET 2012	Grado di Raggiungimento Obiettivo (valore compreso tra 0 e 100%)	GRADO RAGGIUNGIMENTO PER PESO INDICATORE	GRADO RAGGIUNGIMENTO INDICATORI RAPPORTATO AL PESO	GRADO RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVO STRATEGICO
06002	Ottimizzare il sistema integrato dei servizi specializzati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione	60%	616	€ 59.133.010	N. utenti/clienti	50%	17.553	14.166	12.923	14.509	89,06%	44,53%	56,72%	94,53%
					Livello di soddisfazione globale dei clienti (scala da 1 a 5)	45%	4,25	4,25	4,33	≥4	100,00%	45,00%		
					Tasso di placement dei corsi di formazione	5%	60%	90%	82%	75%	100,00%	5,00%		

PERFORMANCE OBIETTIVO STRATEGICO N. 3 "Innovazione e qualità organizzativa e gestionale"

Codice Obiettivo strategico	Obiettivo	PESO OBIETTIVO	Risorse umane obiettivo*	Risorse economiche obiettivo*	INDICATORI	PESO INDICATORI	CONSUNTIVO 2010	CONSUNTIVO 2011	CONSUNTIVO 2012	TARGET 2012	Grado di Raggiungimento Obiettivo (valore compreso tra 0 e 100%)	GRADO RAGGIUNGIMENTO PER PESO INDICATORI	GRADO RAGGIUNGIMENTO INDICATORI RAPPORTATO AL PESO	GRADO RAGGIUNGIMENTO OBIETTIVO STRATEGICO
05003	Innovazione e qualità organizzativa e gestionale	20%	205	€ 19.711.033	Ottenimento/Rinnovo ISO 9001	15%	SI	SI	SI	SI	100,00%	15,00%	20,00%	100,00%
					Ampliamento n. di tipologie di servizi/iniziativa oggetto di rilevazione di customer satisfaction	25%	4	12	16	13	100,00%	25,00%		
					Sviluppo e SAL del piano per lo sviluppo delle pari opportunità in ICE	15%	0%	50%	75%	75%	100,00%	15,00%		
					Sviluppo e SAL del sistema integrato di budget e programmazione strategica	15%	0%	60%	80%	80%	100,00%	15,00%		
					Implementazione e sviluppo del sistema informatizzato di valutazione delle performance	15%	20%	40%	90%	60%	100,00%	15,00%		
					Riduzione dei tempi/semplificazione delle procedure amministrativo contabili	15%	N/A	-15%	-20%	-20%	100,00%	15,00%		

* il dato delle risorse umane comprende il personale di ruolo e il personale locale in servizio al 31 dicembre 2012; il dato delle risorse economiche comprende sia le risorse istituzionali che promozionali per l'anno 2012

ALLEGATO N. 4

**“Tabella relativa ai documenti del ciclo di gestione
della performance”**

Documento	Data di Approvazione	Data di pubblicazione	Data ultimo aggiornamento	Link documento
Sistema di misurazione e valutazione della performance	21/12/2010 delibera CdA n. 303/10	22/12/2010		http://www.ice.gov.it/trasparenza/trasparenza.htm
Piano della performance Triennale 2011-2013	24/02/2011 delibera CdA n. 28/11	25/02/2011		http://www.ice.gov.it/trasparenza/trasparenza.htm
Piano della performance annuale 2012	Atto Dirigente Delegato STP Prot. 058/STP del 28.11.2012			
Programma triennale per la trasparenza e l'integrità	24/02/2011 delibera CdA n. 40/11	25/02/2011		http://www.ice.gov.it/trasparenza/trasparenza.htm
Standard di qualità dei servizi	24/02/2011 delibera CdA n. 36/11	25/02/2011		http://www.ice.it/servizi/StandardQualitativi.pdf