



ITALIAN TRADE AGENCY

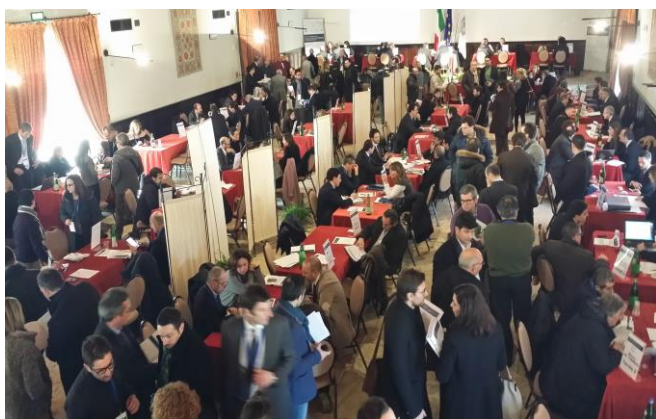
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

1926



2016

ICE AGENZIA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2015



INDICE

Presentazione	7
1. Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e per gli altri stakeholder esterni	8
1.1 Il contesto esterno	8
1.2 L'amministrazione	11
1.3 I risultati raggiunti	13
1.4 Le criticità e le opportunità	14
2. Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti	17
2.1 Albero della performance	17
2.2 Obiettivi strategici	17
2.3 Obiettivi e piani operativi	18
2.4 Obiettivi individuali	25
3. Risorse, efficienza ed economicità	27
4. Pari opportunità e bilancio di genere	28
5. Il processo di redazione della relazione sulla performance	31
5.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità	31
5.2 Punti di forza e proposte per il miglioramento del ciclo di gestione della performance	32
Allegati:	
1. Tabella relativa agli obiettivi strategici	
2. Obiettivi e piani operativi	
3. Tabella relativa alle valutazioni individuali 2015	

RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2015



PRESENTAZIONE

Nel 2015 l'ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane ha ulteriormente sviluppato il suo fondamentale ruolo di accompagnamento delle imprese italiane sui mercati esteri, avviato con la sua istituzione dal gennaio 2013, in continuità con le attività del soppresso Istituto nazionale per il Commercio Estero.

Si è trattato, in realtà, di un anno che ha visto un **fortissimo impulso alle attività promozionali all'estero, che sono incrementate del 69% rispetto all'anno precedente** grazie ad appositi stanziamenti straordinari del Ministero dello Sviluppo Economico, a fronte di una ulteriore contrazione delle risorse economiche per il funzionamento, il che ha comportato una ulteriore spinta all'efficientamento ed alla razionalizzazione dei modelli organizzativi.

Inoltre, il 2015, ha visto anche una **significativa ristrutturazione organica** dell'ICE - Agenzia, che nel mese di novembre ha portato ad un **nuovo organigramma**; questo, in particolare, dà conto della **grande rilevanza attribuita alla funzione dell'attrazione degli investimenti esteri in Italia**.

Il Piano e il Sistema di Valutazione della Performance (SVP) sono stati gli strumenti principali che hanno consentito all'ICE di fare fronte, sebbene con limiti di disponibilità economiche fortemente condizionanti il funzionamento della struttura, alle sfide sopra sinteticamente citate, e che continuerà ad indirizzare la gestione operativa dell'Agenzia, individuando gli obiettivi strategici ed operativi, monitorando, misurando e valutando il raggiungimento dei risultati.

La Relazione 2015 è l'atto finale del Ciclo di Gestione della Performance ed è redatta secondo i prescritti principi di trasparenza, comprensibilità, veridicità e verificabilità dei contenuti, partecipazione e coerenza interna ed esterna.

In particolare, **nel 2015 l'organizzazione delle attività dell'ICE è stata mirata al perseguimento dei seguenti obiettivi strategici:**

- Accrescere il grado di internazionalizzazione delle imprese italiane migliorando l'offerta dei servizi e ampliando l'utenza dell'Agenzia (peso 70%)
- Semplificare i processi di lavoro, garantendo la trasparenza e l'economicità dell'azione amministrativa (peso 30%)

Il documento presenta le **informazioni di sintesi sui risultati organizzativi e individuali raggiunti nell'anno, e sugli scostamenti dai risultati attesi**.

A tale riguardo, si evidenzia chiaramente un elevato livello di raggiungimento dei target strategici ed operativi, e **soprattutto il forte impegno del personale dell'Agenzia, profondamente dedicato ad assicurare il massimo possibile sostegno all'internazionalizzazione delle imprese italiane**.

1. SINTESI DELLE INFORMAZIONI DI INTERESSE PER I CITTADINI E GLI ALTRI *STAKEHOLDER* ESTERNI

1.1 Il contesto esterno

Lo scenario economico

Nel 2015 l'economia mondiale ha registrato una crescita del Pil del 3,1 per cento. Il dato riflette da un lato una continuazione della ripresa nelle economie avanzate, a ritmi ancora modesti (1,9 per cento) ma con una lieve accelerazione rispetto al 2014 (1,8 per cento); dall'altro vi influisce la crescita delle economie emergenti, più vivace rispetto ai paesi avanzati, ma in decelerazione per il quinto anno consecutivo (4 per cento nel 2015 rispetto al 4,6 per cento del 2014).

Tali dinamiche nascondono a loro volta performance fortemente eterogenee all'interno dei due raggruppamenti economici. Con riferimento alle economie emergenti, si è registrata la variazione negativa della Comunità degli Stati Indipendenti (CSI, -2,8 per cento) e l'andamento stagnante dell'America Latina (-0,3 per cento), mentre le altre aree hanno mostrato variazioni positive, sia pure in rallentamento rispetto agli anni precedenti. Con riferimento alla CSI, il dato è imputabile in buona misura alla Russia (-3,7 per cento), mentre la stagnazione dell'America Latina ha risentito negativamente della recessione brasiliana (-3,8 per cento); per contro il Messico ha registrato un'accelerazione del 2,5 per cento. I paesi emergenti asiatici si sono confermati anche nel 2015 l'area più dinamica, con un incremento del Pil del 6,6 per cento.

La crescita delle economie avanzate risulta trainata in buona misura dagli Stati Uniti (2,5 per cento), mentre per l'Area dell'euro si è confermata una ripresa modesta (1,5 per cento, rispetto allo 0,9 per cento del 2014).

L'Italia ha registrato ritmi di crescita inferiori alla media, tuttavia nel 2015 il Pil italiano è tornato a salire (0,8 per cento) dopo tre anni di variazione negativa. L'anno passato presenta un ulteriore elemento di discontinuità: se negli anni della crisi e fino al 2014 il principale contributo positivo all'andamento del Pil proveniva dalle esportazioni nette (esportazioni-importazioni) grazie alla crescita dell'export ma, in misura significativa, per via della contrazione delle importazioni, il 2015 ha segnato una ripresa della domanda nazionale .

Le altre principali economie dell'area dell'euro hanno registrato una crescita in linea con la media dell'area: la Germania ha conseguito l'1,5 per cento e la Francia l'1,1 per cento, mentre è emersa la dinamicità della Spagna (3,2 per cento), che ha mostrato una discreta capacità di recupero rispetto agli anni della seconda crisi.

Al ciclo economico internazionale ha corrisposto nel 2015 un ulteriore rallentamento del commercio mondiale di beni e servizi, con una variazione (in volume) del 2,6 per cento. Si tratta di un tasso di crescita

significativamente inferiore rispetto alla media 2005-2014 (4,5 per cento), principalmente dovuto all'indebolimento della domanda proveniente dalle economie emergenti.

Analizzando la domanda di importazioni di merci e servizi, nel 2015 le economie avanzate hanno registrato un'accelerazione dell'import dall'Area dell'euro (4,9 per cento) e dagli Stati Uniti (6 per cento), mentre il Giappone è risultato in forte rallentamento (0,5 per cento). Tra le principali economie dell'Area dell'euro, l'Italia ha presentato l'incremento più elevato (7,3 per cento) dopo la Spagna (7,8 per cento), mentre Germania e Francia hanno sperimentato un incremento dei propri acquisti dall'estero rispettivamente del 6,3 e 4,5 per cento.

L'andamento delle importazioni è risultato piuttosto differenziato anche fra le varie aree emergenti. Hanno contribuito al ribasso in particolare la CSI e, in misura minore, l'America Latina, per via della Russia (-30,2 per cento) e del Brasile (-5,5 per cento).

Le altre aree emergenti hanno invece registrato variazioni positive dell'import, con un andamento più vivace per le economie asiatiche e, in particolare, per il raggruppamento Asean 5, in crescita del 9,5 per cento. Il 2015 ha, invece, visto un discreto ridimensionamento della domanda proveniente dai paesi del Medio Oriente, del Nord Africa e dell'Africa subsahariana, riconducibile alle conseguenze della riduzione del prezzo del petrolio e, in alcuni casi, alle tensioni geopolitiche.

A fronte di questi andamenti della domanda estera, le esportazioni italiane di merci sono aumentate nel 2015 del 3,7 per cento (in valore), come sintesi di un incremento delle vendite registrato sia sui mercati Ue (3,8 per cento) che sui mercati extra-Ue (3,6 per cento). Peraltro, dopo tre anni di contrazione, hanno ripreso a crescere anche le importazioni (3,3 per cento), trainate dagli acquisti sui mercati di approvvigionamento dell'Unione europea. L'avanzo commerciale si è ampliato e ha raggiunto 45,2 miliardi di euro: a fronte di una riduzione dell'avanzo manifatturiero, riconducibile ad un incremento delle importazioni di manufatti superiore alle esportazioni, è stato infatti possibile conseguire un minore disavanzo energetico.

Per le **imprese italiane l'apertura internazionale rappresenta un importante volano di sviluppo**, come confermano i dati relativi alla performance delle stesse imprese in termini di produttività e retribuzioni, con un evidente differenziale fra esportatori e non.

Peraltro, gli imprenditori sembrano continuare a cogliere le opportunità derivanti dall'internazionalizzazione: **il numero di esportatori continua infatti a crescere** e ha raggiunto, nel 2014, il massimo storico di 212.000. Aumenta inoltre la quota di imprese esportatrici sul totale delle imprese attive. Resta, tuttavia, un'importante sfida per il futuro, riguardante il consolidamento dei processi di internazionalizzazione delle imprese italiane. L'Italia presenta, infatti, un'anomalia rispetto alla struttura della popolazione delle imprese esportatrici dei principali paesi dell'Unione europea, per cui un numero relativamente elevato di imprese esportatrici realizza un valore relativamente basso di esportazioni, da cui deriva un valore medio esportato relativamente contenuto.

Il sostegno nei paesi concorrenti

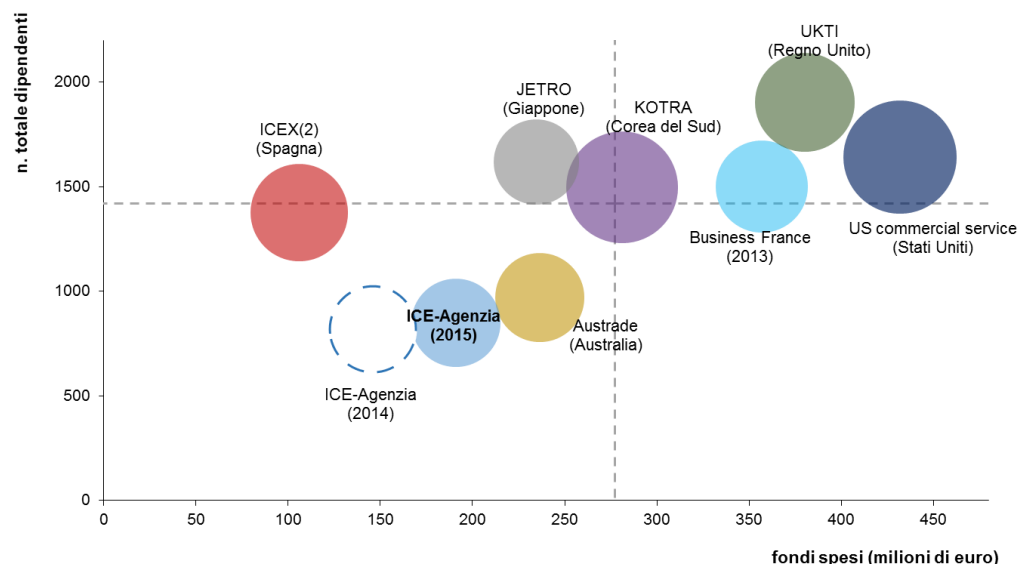
Come noto, la maggior parte dei paesi dispone di enti specializzati nel sostenere i processi di internazionalizzazione delle imprese (*Trade Promotion Organizations*, TPO). Si tratta di organismi aventi, in genere, natura pubblica, ai quali sono destinate risorse anche considerevoli per erogare servizi di assistenza-consulenza, promozione, informazione, formazione, in parte co-finanziati dalle imprese che ne beneficiano.

Va tuttavia rilevato che, con riferimento alla **dotazione di risorse finanziarie e umane, non sono ancora state raggiunte delle condizioni di parità (*level-playing field*) rispetto a molti paesi concorrenti** sui mercati mondiali (grafico 1).

Difatti, nel caso dell'ICE, **il numero complessivo di dipendenti** (847 nel 2015, su fondi istituzionali) **resta quindi sostanzialmente inferiore in confronto alla dotazione di molti altri enti** preposti al sostegno dei processi di internazionalizzazione, anche europei: per esempio UKTI (l'ente del Regno Unito) si avvale di 1.900 dipendenti per svolgere le proprie attività, Business France di circa 1.500 mentre ICEX (l'ente spagnolo) si avvale, oltre al personale assunto in proprio, di ulteriori 800 persone a carico del bilancio del Ministero dell'Economia.

Peraltro, a differenza di altre TPO, il numero dei dipendenti di ruolo è stato notevolmente ridimensionato dalla stessa legge istitutiva dell'Agenzia che ha introdotto un limite massimo all'organico (450 unità).

Risorse delle agenzie per l'internazionalizzazione : fondi spesi per attività e funzionamento (1) . La dimensione rappresenta il numero di uffici della rete estera



Fonte: elaborazioni ICE su bilanci e relazioni delle Agenzie di promozione

(1) Dati riferiti al 2014, salvo indicazione diversa; nel caso della Francia sono inclusi fondi per i *Volontariat International en Entreprises (Vie)*
(2) inclusi 790 dipendenti assegnati agli uffici esteri sul bilancio della Segreteria di Stato del Commercio

Grafico 1

1.2 L'amministrazione

Nel perseguire i suoi compiti istituzionali l'ICE, in quanto ente nazionale preposto all'accompagnamento delle imprese italiane sui mercati esteri, offre **servizi di informazione, promozione collettiva, assistenza, consulenza e formazione, con particolare attenzione alle esigenze delle piccole e medie imprese**, singole ed associate.

In materia di promozione e di internazionalizzazione opera in base alle linee guida definite dalla Cabina di Regia per l'Italia internazionale. Con il decreto legge "Sblocca Italia", convertito con legge 11 novembre 2014, all'Agenzia è stata inoltre attribuita l'attività di supporto all'attrazione degli investimenti esteri in Italia.

Le attività sono realizzate **in collaborazione con gli stakeholders istituzionali** (tra cui Regioni, Province, Ministeri, Università) e **imprenditoriali** (Confindustria, Rete Imprese, CNA, per citarne alcuni).

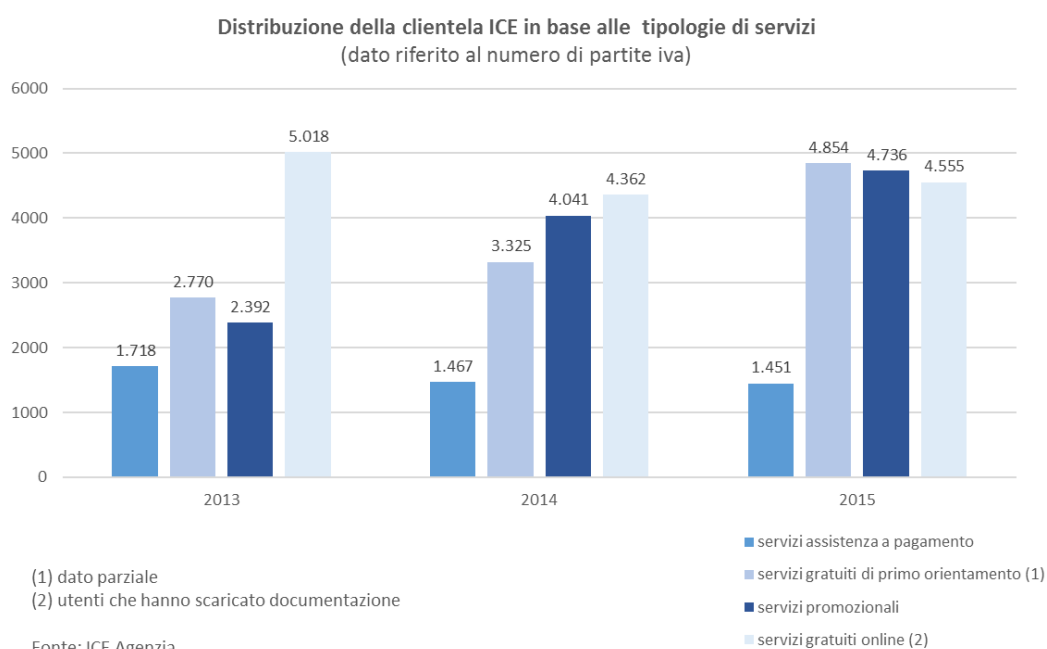
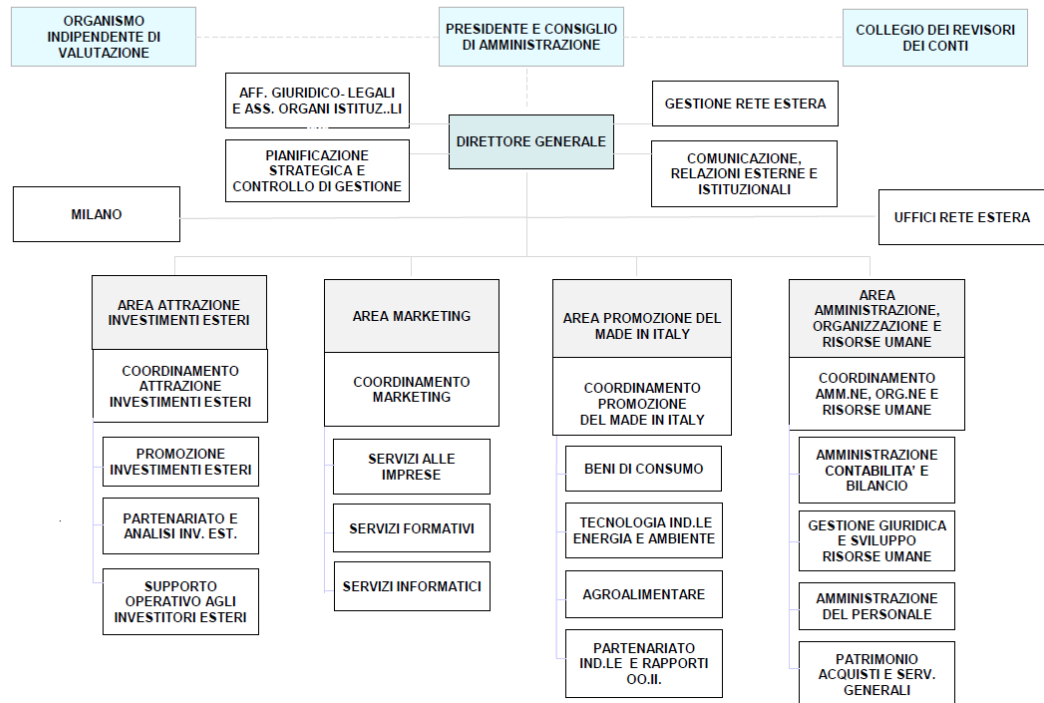


Grafico 2

Struttura organizzativa

Nel 2015 è stato avviato un processo di miglioramento dell'efficienza dei servizi erogati all'utenza e dei relativi processi.

Organigramma dell'ICE Agenzia



Ciò ha comportato una parziale modifica della struttura organizzativa, che attualmente è articolata in questo modo:

- **sede di Roma**: 22 unità organizzative dirigenziali suddivise in 4 uffici di supporto in staff al Direttore Generale e 4 Aree operative di attività: Attrazione Investimenti Esteri; Marketing; Promozione del Made in Italy; Amministrazione, Organizzazione e Risorse Umane. Ogni Area prevede un ufficio di coordinamento e da questi ultimi dipendono complessivamente 14 uffici di linea;
- **ufficio di Milano**;
- **rete estera**: 80 unità operative, suddivise in 65 uffici (di cui 14 di livello dirigenziale) e 15 punti di corrispondenza.

L'ICE-AGENZIA "in cifre"

Principali dati dell'Agenzia ICE (2015)	N.
Personale	
Dipendenti di ruolo	433
<i>di cui dirigenti:</i>	35
Dipendenti degli uffici esteri (a contratto locale):	
<i>fondi istituzionali, Full Time Equivalent:</i>	415
<i>fondi promozionali, Full Time Equivalent:</i>	86
Risorse (milioni di euro)	
Risorse spese per il funzionamento e per il personale dell'ICE	82,7
Risorse spese nel 2015 per attività di tipo promozionale ¹	109,6
Indicatori di output dei servizi	
Utenti coinvolti in iniziative promozionali	37.880
<i>di cui stranieri</i>	18.200
Utenti registrati all'export club	89.490
Utenti registrati nella banca dati Italtrade	56.469
Informazioni pubblicate nella banca dati opportunità d'affari	6.398
Partecipanti a corsi di formazione per studenti e neolaureati italiani	387
Ore stage in Italia e all'estero per studenti e neolaureati italiani	171.298
Ore di stage in Italia per studenti stranieri	20.850
Partecipanti a corsi di formazione per imprese	1.378
Partecipanti a iniziative di formazione per operatori internazionali	343

(1) Piano Annuale Ordinario, Programma Straordinario per il Made in Italy, Piano Export Regioni Convergenza, progetti commissionati da altri enti, incluso il contributo finanziario versato dalle imprese.

1.3 I risultati raggiunti

L'Agenzia ha continuato ad operare con l'obiettivo di innovare l'offerta di servizi, incrementare la capacità di spesa per sostenere le imprese e migliorare la propria performance, al fine di offrire servizi efficaci e ampliare il proprio bacino di utenza.

Sintesi dei risultati di performance

Il processo di misurazione della performance, attuato dalla Struttura Tecnica Permanente, ha avuto per oggetto tutte le unità organizzative dell'Agenzia (sede, Milano e rete estera) e si basa sui **69 indicatori presenti nel "Piano Triennale della performance"**.

La misurazione della performance verifica sia **il grado di raggiungimento degli obiettivi strategici dell'ente** (cfr. allegato n.1) che il conseguimento degli **obiettivi operativi**, attribuiti a ciascuna unità

organizzativa (cfr. allegato n.2). Inoltre, per ottenere un dato di sintesi, gli obiettivi operativi (attribuiti alla Sede, all'ufficio di Milano e alla rete estera), in quanto correlati agli obiettivi strategici dell'ente, sono stati ricondotti a questi ultimi.

Dalla media di tali risultati, ponderata con i pesi attribuiti a ciascuno degli obiettivi strategici (70% il primo obiettivo e 30% il secondo), è derivato il "risultato di performance dell'ICE Agenzia", rappresentativo cioè del raggiungimento degli obiettivi previsti per la soddisfazione dei bisogni delle imprese italiane assistite.

In complesso, la **"performance dell'ICE Agenzia nel 2015" è risultata pari al 92,82 %.**

Performance degli obiettivi/indicatori operativi di tutti gli uffici Sede, Milano ed estero correlati agli Obiettivi Strategici (0-100%)	
OBIETTIVO STRATEGICO 1	OBIETTIVO STRATEGICO 2
Accrescere il grado di internazionalizzazione delle imprese italiane migliorando l'offerta dei servizi e ampliando l'utenza dell'Agenzia	Semplificare i processi di lavoro, garantendo la trasparenza e l'economicità dell'azione amministrativa
92,84%	92,80%
Performance ponderata rispetto al peso degli obiettivi strategici	
OBIETTIVO STRATEGICO 1	OBIETTIVO STRATEGICO 2
PESO 70%	PESO 30%
64,98%	27,84%
↓	
Performance dell'ICE AGENZIA nel 2015	
92,82%	

1.4 Le criticità e le opportunità

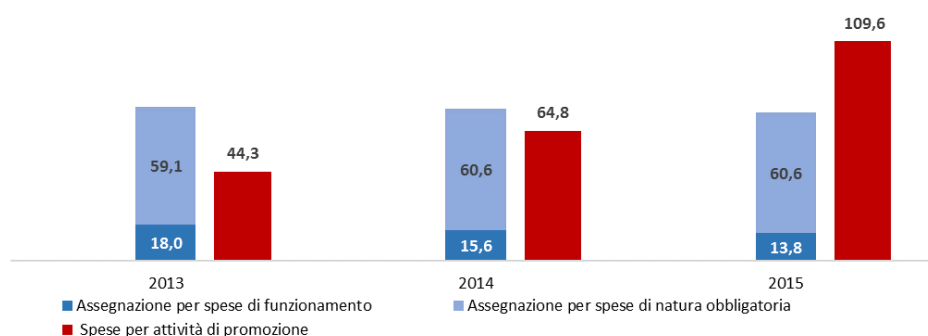
Sul ruolo dell'ente e sulla capacità di erogare servizi all'internazionalizzazione ha continuato a influire il **conferimento di risorse economiche relativamente limitate riguardo alle esigenze della struttura**, nonostante la crescente domanda di sostegno da parte delle imprese.

Negli ultimi anni, **i vincoli posti dal bilancio e dalle norme sul turnover** nella pubblica amministrazione hanno infatti comportato un sostanziale ridimensionamento della struttura: in particolare l'attribuzione di **minori fondi destinati al funzionamento dell'ente** rappresenta un limite alla possibilità di erogare il supporto alle imprese (grafico 3).

Inoltre è necessario ricordare che esiste **un limite massimo al personale di ruolo** (pari a 450) , a cui si aggiunge **un tetto di 450 unità anche per il personale estero** (spesato su fondi istituzionali), quando la dotazione delle risorse umane di altre TPO, anche europee, è di gran lunga superiore.

In secondo luogo, il fatto di non disporre di una rete di uffici a livello regionale comporta necessariamente una **minore capacità di marketing verso le imprese e gli altri soggetti presenti sul territorio**. Vi si sta ovviando – almeno in parte - con la serie di eventi "Roadshow-Italia per le imprese", organizzati in più tappe allo scopo di diffondere presso le imprese una maggiore conoscenza dei diversi servizi pubblici di supporto, in collaborazione con MAE, SIMEST, SACE e altri *stakeholder*. Un ampliamento della clientela ICE è atteso anche dalla stipula dei numerosi accordi con enti ed istituzioni che possono agire da moltiplicatore per l'offerta dei servizi ICE per sostenere i processi di internazionalizzazione.

Assegnazioni per funzionamento e spese obbligatorie e spesa per attività promozionali
(valori in milioni di euro)



Fonte: ICE Agenzia

Grafico 3

Nonostante queste criticità, l'Agenzia è riuscita a ottenere dei risultati considerevoli, ad esempio con riguardo alla **performance della rete estera ICE**: difatti, anche nel 2015 è stato conseguito un incremento della spesa pro-capite per le attività promozionali e degli incassi pro-capite derivanti dai servizi di assistenza erogati alle imprese (grafico 4).

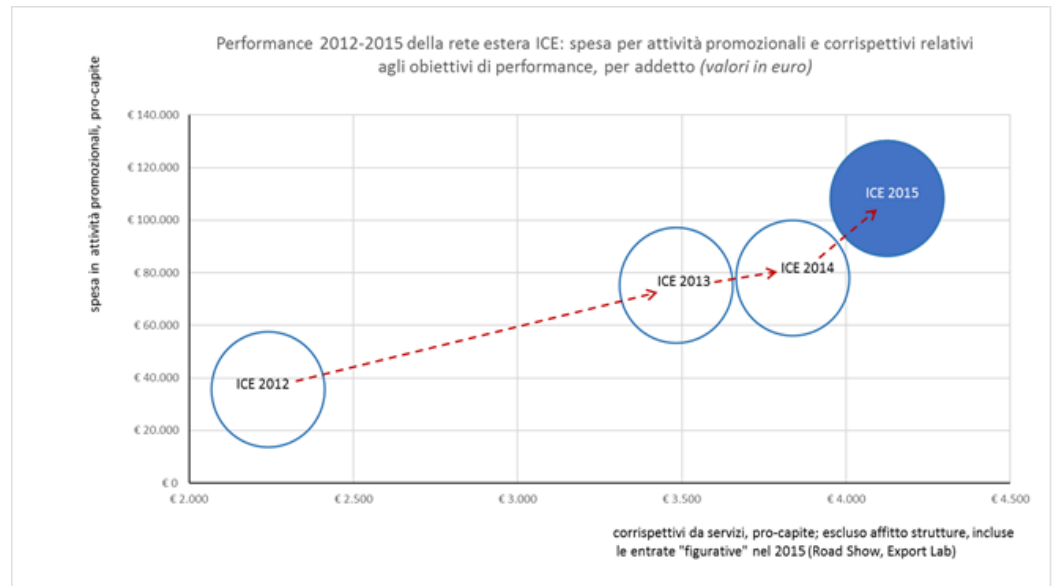


Grafico 4

Tra i propri punti di forza, l'Agencia ICE può contare su una **dotazione di personale specializzato**, caratterizzato da una forte identificazione con l'ente e con la sua funzione di ente preposto ad una politica pubblica volta a sostenere la crescita.

Va poi rilevata una **rinnovata attenzione ad investire risorse nelle tecnologie informatiche**, vitali per garantire e incrementare la produttività del lavoro. La dotazione di un sistema di CRM, avviata nel 2015, così come il rinnovamento dei siti web e una maggiore attenzione all'utilizzo dei social network, consentiranno di governare meglio le dinamiche della *customer experience*. Vi concorre anche la crescente attenzione ai temi della performance e della funzione di monitoraggio, e la consolidata rilevazione della customer satisfaction presso i fruitori di servizi, che verrà ulteriormente migliorata.

Infine, **l'articolazione della rete di uffici esteri** consente di offrire alle imprese italiane un supporto operativo su molti mercati mondiali. La relativa flessibilità nel modificare la struttura organizzativa permette all'ente di disinvestire da mercati a bassi ritorni e contemporaneamente di aprire dei presidi in mercati ad elevato potenziale, come avvenuto di recente nel rimodulare la presenza dell'ICE nei paesi dell'Africa subsahariana.

2. OBIETTIVI: RISULTATI RAGGIUNTI E SCOSTAMENTI

2.1. Albero della performance

L'albero della performance indica gli obiettivi strategici e gli indicatori per il 2015:

L'albero della performance

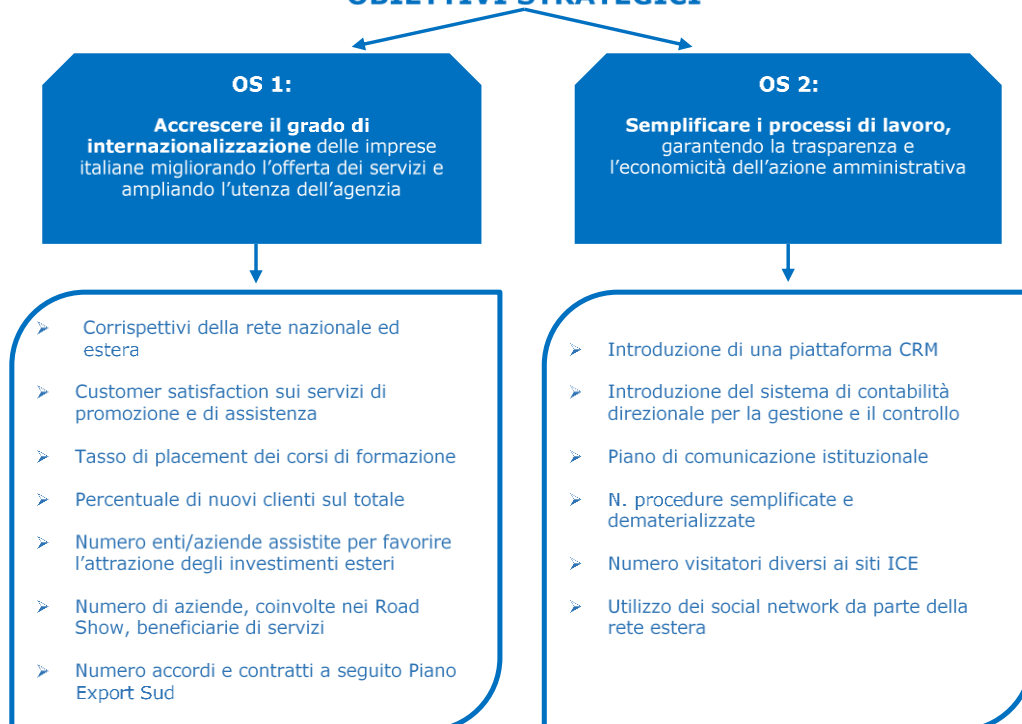
Mandato istituzionale

L'Agenzia ICE opera al fine di sviluppare l'internazionalizzazione delle imprese italiane, nonché la commercializzazione dei beni e dei servizi italiani nei mercati internazionali, e di promuovere l'immagine del prodotto italiano nel mondo.

Missione

Incrementare la presenza delle imprese italiane nei mercati internazionali in stretto raccordo con tutti i soggetti preposti all'internazionalizzazione. A tal fine l'Agenzia fornisce servizi integrati di promozione, informazione, orientamento, consulenza e formazione, contribuendo anche all'attrazione degli investimenti esteri in Italia.

OBIETTIVI STRATEGICI



2.2. Obiettivi strategici

Il grado di raggiungimento degli obiettivi strategici dell'ente, calcolato in base agli indicatori specifici riportati nell'allegato n.1 è il seguente:

Obiettivo strategico 1

Accrescere il grado di internazionalizzazione delle imprese italiane migliorando l'offerta dei servizi e ampliando l'utenza dell'Agenzia (peso 70%): **grado di raggiungimento del 99,28%**.

L'obiettivo è rappresentativo delle attività *core* dell'ICE e, ai fini della misurazione, vi è stato attribuito un peso del 70%.

Obiettivo strategico 2

Semplificare i processi di lavoro, garantendo la trasparenza e l'economicità dell'azione amministrativa (peso 30%): **grado di raggiungimento del 100 %**.

Attraverso questo obiettivo, a cui è stato attribuito un peso del 30%, l'ICE intende operare per riqualificare, semplificare e innovare i processi gestionali e i modelli organizzativi, secondo logiche di interfunzionalità, in modo da promuovere l'efficienza e l'efficacia dell'azione amministrativa.

2.3. Obiettivi e piani operativi

In questa sezione sono evidenziati **alcuni tra i più significativi risultati operativi conseguiti nel 2015 attraverso le attività di sostegno** alle aziende, rimandando all'allegato n.2 per il dettaglio sui risultati degli obiettivi operativi per unità organizzativa, con gli indicatori ad essi correlati (descrizione dell'obiettivo, indicatore, target e peso associato; dati di consuntivo per l'anno 2015; grado - valore effettivo in percentuale del raggiungimento dell'indicatore rispetto al valore atteso).

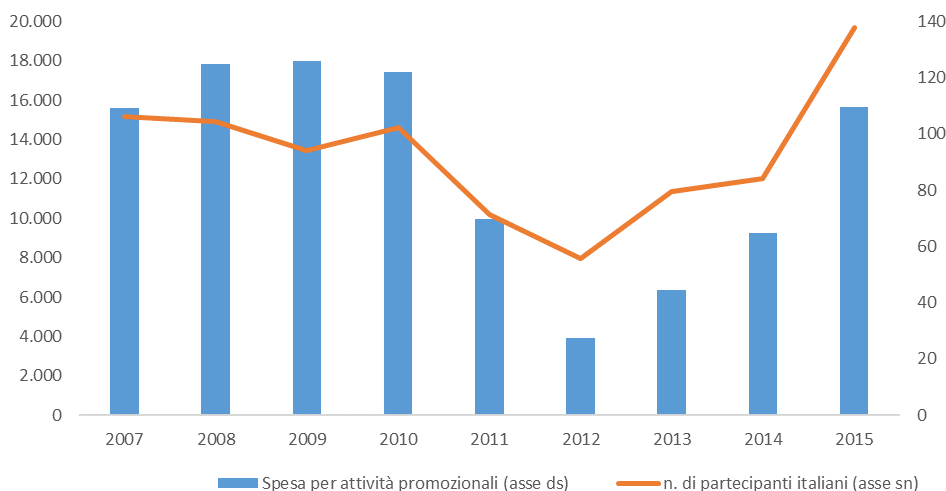
Servizi di promozione

L'attività di promozione del Made in Italy è molto articolata ed è composta da vari programmi di intervento, attuati attraverso una **vasta gamma di strumenti** che includono la partecipazione delle imprese alle principali manifestazioni espositive, l'organizzazione di seminari e di incontri b2b, azioni pubblicitarie e di comunicazione, missioni in Italia di operatori esteri, azioni presso la grande distribuzione.

Nel 2015 l'ICE-Agenzia ha organizzato eventi per la promozione delle imprese italiane **spendendo complessivamente 109,6 milioni di euro, con un aumento del 69% rispetto al 2014**, grazie alla consistente assegnazione di fondi destinati al finanziamento del "Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e attrazione degli investimenti in Italia", varato dal governo (grafico 5).

Oltre allo stanziamento previsto per il finanziamento del programma promozionale annuale, sono state infatti assegnate, nel corso del 2015, risorse aggiuntive per 98,5 milioni di euro, destinate a finanziare le linee d'intervento del Piano straordinario. L'entità dello stanziamento, rapportata alla dotazione di risorse umane, notevolmente ridimensionata rispetto al periodo pre-soppressione dell'ICE-Istituto nazionale per il Commercio Estero, mette in risalto l'impegno profuso dalla struttura e l'elevata capacità di spesa raggiunta, tornata sui livelli del 2007, anno in cui la consistenza del solo personale di ruolo ammontava a 763 unità.

Attività promozionale e numero di partecipanti italiani alle iniziative (n. di partecipazioni plurime; spesa in milioni di euro)



Fonte: ICE-Agenzia

Grafico 5

L'attività promozionale riferibile al Piano annuale e al Piano straordinario, finanziati dal Mise, ha comportato una spesa complessiva di 81,2 milioni di euro, di cui **12,6 milioni di cofinanziamento da parte delle imprese partecipanti, versato a titolo di compartecipazione ai costi di realizzazione**. A queste attività si sono affiancate le azioni realizzate nell'ambito del Programma straordinario per il Made in Italy (13,6 milioni di euro, finanziati dal Mise), nato nel 2004 per sostenere campagne straordinarie di promozione destinate a specifici mercati e settori, e il Piano Export Sud (12 milioni), adottato nell'ambito del processo di riprogrammazione del PON Ricerca e Competitività e destinato a facilitare l'internazionalizzazione delle imprese presenti nelle regioni dell' "obiettivo convergenza". Gli altri programmi di intervento, commissionati all'Agenzia da enti ed organismi pubblici e privati (Ministeri, Regioni, organismi internazionali, consorzi e aziende), hanno infine generato una spesa pari a 2,8 milioni di euro.

Uno dei principali indicatori di risultato (*output*) è dato dal numero di partecipanti italiani ed esteri coinvolti nelle iniziative promozionali organizzate da ICE-Agenzia ("partecipanti" in quanto ciascuna impresa può partecipare, nell'anno, anche a più iniziative promozionali).

Rispetto alle previsioni, si è rilevato un forte aumento dei partecipanti come conseguenza delle risorse aggiuntive stanziato con il Piano straordinario 2015, che non erano previste al momento della redazione dei risultati attesi nel 2015.

La **partecipazione delle imprese italiane è stata di oltre 19.600 unità, quasi analoga alla partecipazione di operatori esteri (18.200)**, anche grazie al successo delle attività di incoming organizzate

in occasione di Expo 2015 e del progetto "Potenziamento dei grandi eventi fieristici italiani", previste dal Piano straordinario 2015.

Un altro indicatore di rilievo riguarda la **percentuale di "newcomers"** italiani sul totale dei partecipanti alle iniziative all'estero (fiere, mostre autonome, presenze istituzionali), che nel 2015 è stato **pari al 35%**. Il numero di nuovi clienti che si avvalgono dei servizi dell'ICE rappresenta infatti una misura dell'efficacia dei servizi e delle attività di comunicazione dell'Agenzia.

Come indicatore di impatto (*outcome*) si riporta il **grado di soddisfazione dei partecipanti italiani**, rilevato durante gli eventi promozionali mediante la distribuzione di questionari di customer satisfaction, che nel 2015 ha raggiunto **in media il livello di 4,35** (in una scala da 1 a 5), per un totale di 3.627 questionari (grafico 6).

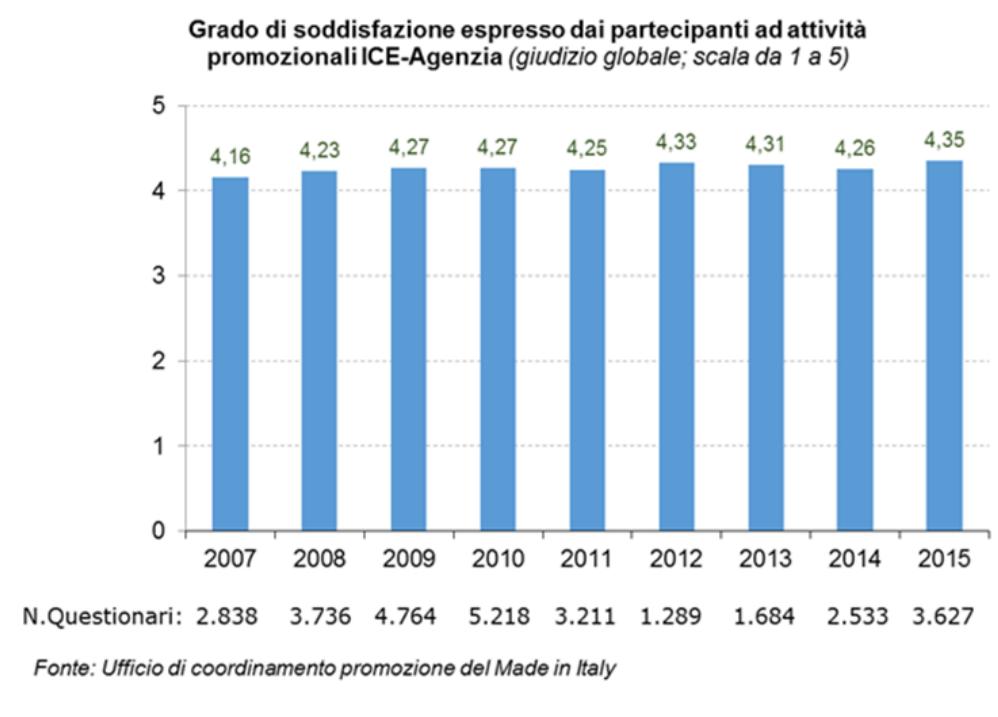


Grafico 6

Servizi di informazione, assistenza e formazione

Oltre ai servizi di tipo promozionale, l'Agenzia offre, alla stregua delle altre *Trade Promotion Organizations*, un'ampia gamma di servizi informativi e di assistenza, sia gratuiti che a pagamento, per aiutare le imprese nel selezionare i mercati esteri su cui impostare le loro strategie di marketing.

Tra i **servizi erogati gratuitamente rientrano i servizi *on line*** (cui si accede dal portale www.ice.gov.it e da www.italtrade.com per gli operatori esteri) e **quelli di "prima assistenza"**, mentre i **servizi a maggiore valore aggiunto vengono prestati dietro corrispettivo**, in genere dalla rete di uffici presente sui vari mercati.

Con riguardo ai servizi gratuiti online, nel 2015 gli utenti del portale ICE hanno consultato più di 6 milioni di pagine, mentre i visitatori che hanno avuto accesso al sito dell'Agenzia sono stati 575.420. Gli utenti del portale Italtrade hanno consultato nel 2015 più di 3,2 milioni di pagine, mentre il numero di visitatori che ha avuto accesso al sito è stato pari a 333.412.

Il servizio di Relazioni con il Pubblico (URP), che offre una "prima assistenza" alle imprese che si rivolgono all'ICE, ha fatto fronte nel corso dell'anno a oltre 2000 richieste di assistenza.

I servizi di assistenza sono erogati prevalentemente dagli uffici della rete estera in cambio di un corrispettivo e sono personalizzati in base alle esigenze delle imprese. La gamma dei servizi è ampia e copre tutti gli aspetti dei processi di internazionalizzazione delle imprese, dalla conoscenza iniziale di un mercato, allo stabilimento di una presenza produttiva all'estero e all'attrazione di investimenti esteri in Italia, tra cui i servizi di ricerca clienti e di partner esteri, le ricerche di mercato, il sondaggio prodotto, il supporto alla soluzione delle controversie, la realizzazione di campagne pubblicitarie e molti altri. Peraltro, la prosecuzione del Roadshow "Italia per le imprese" in 15 tappe, ha portato circa 3.100 imprese a conoscere l'attività di assistenza personalizzata prestata dalla rete dell'Agenzia.

I corrispettivi derivanti dalla vendita di servizi hanno registrato nel 2015 l'importo di 3,8 milioni di euro. Peraltro, **l'indagine di customer satisfaction, condotta presso le imprese assistite dalla rete** ha rilevato - quale indicatore di outcome - **un livello di gradimento medio pari a 4,13** (in una scala da 1 a 5), in aumento rispetto all'anno precedente (4,06).

Tra i risultati conseguiti, emerge poi - oltre al considerevole numero di informazioni veicolate dagli uffici esteri (oltre 20.000) - una **percentuale molto elevata di clienti che per la prima volta si sono rivolti all'ICE per ottenere assistenza (76% sul totale)**. Questo risultato è conseguenza di alcune innovazioni volte a promuovere l'offerta dei servizi. In primo luogo, la piena operatività del catalogo on-line dei servizi ha facilitato l'accesso da parte di nuove aziende, generando 1.335 richieste on-line; inoltre sono stati sviluppati vari accordi con gruppi di imprese e banche, che agiscono da moltiplicatori e hanno consentito di promuovere i servizi ICE presso nuovi bacini di utenti.

I servizi di formazione rivestono anch'essi un ruolo centrale per il sostegno delle imprese italiane e coinvolgono dalle 1.500 alle 2.000 aziende ogni anno. L'80% delle iniziative formative è orientato alle aziende italiane e agli imprenditori attraverso la realizzazione di cicli seminari, export lab (fase didattica in aula e assistenza personalizzata anche all'estero), mini corsi innovativi, attività di coaching (ore di consulenza a distanza abbinate a riunioni mensili). La formazione internazionale, invece, si riferisce a interventi su settori particolarmente innovativi sia all'estero che in Italia rivolti ad operatori stranieri; alla formazione di studenti stranieri da inserire in aziende italiane come facilitatori di relazioni tra azienda italiana e mercato estero di riferimento;

attività formative rivolte a funzionari stranieri di enti omologhi; nonché attività specifiche per architetti e interior designers ed esperti dei settori food stranieri.

Da oltre 50 anni, ICE Agenzia forma i migliori export manager, attraverso i CORCE rivolti a neolaureati italiani, da inserire nelle piccole, medie e grandi aziende italiane. Infine, la realizzazione di 6 Master in Export Management "Tem Academy", indirizzati sia a giovani laureati che manager/professionisti, per formare esperti nei processi di internazionalizzazione d'impresa che assistano gli imprenditori nella definizione e attuazione delle strategie di sviluppo sui mercati. Questa vasta gamma di servizi ha trovato largo consenso e un alto indice di gradimento tra gli imprenditori, garantendo altissimi livelli di customer satisfaction.

Per i corsi di formazione **il principale indicatore di outcome è il tasso di placement dei partecipanti**, ossia la percentuale dei partecipanti alle iniziative di formazione di ICE Agenzia che trovano una collocazione lavorativa entro 6 mesi dalla conclusione del corso, secondo i criteri di certificazione Asfor (Associazione italiana per la formazione manageriale), che **nel 2015 ha raggiunto il 95,2%**.

Servizi di supporto per l'attrazione degli investimenti esteri

Con il decreto legge "Sblocca Italia", convertito con legge 11 novembre 2014 n. 164, l'attività di attrazione degli investimenti in Italia è stata infine attribuita all'ICE-Agenzia.

Le principali attività hanno riguardato la realizzazione di 6 iniziative promozionali, tra cui l'organizzazione all'estero di **Roadshow "Invest in Italy" e l'attivazione del primo desk per l'attrazione investimenti (Istanbul)**, che sarà seguito da nuove aperture nel corso del 2016. A supporto dell'attività di informazione, promozione e assistenza per gli investimenti esteri, sono stati realizzati 7 prodotti editoriali e multimediali, a carattere generale e settoriale, finalizzati a presentare le opportunità di investimento in Italia.

A sostegno dell'offerta italiana d'investimento sono stati sviluppati alcuni **progetti specificamente incentrati sulle aziende italiane in sofferenza e sui beni immobili pubblici**. Si segnala, in particolare, il lavoro volto ad indirizzare una parte dei flussi d'investimento verso alcune realtà attualmente all'attenzione del Ministero dello Sviluppo Economico (Tavoli di Crisi), che ha portato alla selezione di 62 società italiane per le quali sono state realizzate delle schede-progetto, da sottoporre ad investitori internazionali.

Si è avviata inoltre la creazione di una **banca dati di offerta di beni immobili pubblici da dismettere** (selezione di un campione di circa 1000 unità di asset pubblici) e della relativa "Vetrina Web", da presentare in occasione di MIPIM 2016. Allo scopo di fornire assistenza agli investitori su una serie di tematiche specifiche e sulla normativa italiana, nel corso

del 2015 sono stati sottoscritti accordi e memorandum d'intesa con la Regione Lombardia, la Regione Toscana, l'Università di Pavia/Polo Tecnologico, il Consiglio Nazionale del Notariato (CNN), il Consiglio Nazionale Geometri (CNG).

Sono stati inoltre avviati dei rapporti di collaborazione con l'Agenzia delle Entrate-Settore Fiscalità Internazionale e Agevolazioni Fiscali e, nell'ottica di una stretta cooperazione con le Associazioni di categoria, con la Direzione Generale di Federmacchine, per studiare un approccio specifico al settore della meccanica nell'attrazione degli investimenti esteri.

Per incrementare il portafoglio offerta, sono state raccolte richieste di imprese ed intermediari, valutati i progetti e svolte verifiche preliminari, redigendo delle schede da proporre agli investitori. Particolare attenzione è stata dedicata, attraverso i **servizi di aftercare**, ai soggetti stranieri già operanti in Italia, intenti a consolidare o espandere i propri investimenti. Questi investitori sono stati affiancati nelle relazioni con gli enti centrali e territoriali, facilitando le relazioni tra le parti e agevolando la concessione di autorizzazioni e la finalizzazione delle operazioni d'investimento in atto.

Il programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità

Il Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità dell'ICE-Agenzia costituisce parte integrante del più ampio **Piano Triennale per la Prevenzione della Corruzione (PTPC) 2015-2017**, adottato sulla base di quanto previsto dalla Legge 190/2012, che fornisce una valutazione del diverso livello di esposizione degli uffici al rischio di corruzione, individuando gli interventi organizzativi volti a prevenire tali rischi.

Il Piano è il risultato di un processo di analisi e gestione del rischio, ispirato ai principi della norma ISO 31000 – Risk Management. Sono stati definiti i processi da analizzare mettendo a sistema le aree a rischio già identificate dalla normativa vigente ed evidenziando aree sensibili e peculiari dell'ICE Agenzia.

Per ciascun processo sono state analizzate le variabili probabilità e impatto e, per ciascuna variabile, è stata fatta una valutazione considerando elementi oggettivi e soggettivi, arrivando a determinare la dimensione di rischio di ciascun processo. Analizzando, quindi, la rischiosità di ciascun processo sono state identificate le misure da adottare per prevenire il verificarsi di eventuali eventi rischiosi. Nell'identificazione delle misure si è partiti da quelle ritenute obbligatorie dal Piano Nazionale Anticorruzione, implementandole con misure adatte alle peculiarità dell'Agenzia.

Il Piano persegue tre macro-obiettivi:

- ridurre le opportunità che si manifestino rischi di corruzione;
- aumentare la capacità dell'Amministrazione di scoprire eventuali casi di corruzione;
- creare un contesto sfavorevole alla corruzione ispirato dai principi di etica, integrità e trasparenza.

Il Programma Triennale per la Trasparenza e l'Integrità 2015-2017 è stato aggiornato sulla base del nuovo Regolamento di organizzazione e funzionamento dell'ICE-Agenzia, che ha apportato delle modifiche alla struttura organizzativa.

Standard di qualità dei servizi

Nel 2015 è avvenuto il **rilascio e l'applicazione del nuovo Sistema di Gestione per la Qualità dell'ICE-Agenzia, sulla base della Norma UNI EN ISO 9001**, come espressione di scelte strategiche nell'ottica del miglioramento dell'offerta dei servizi, dell'efficientamento e della semplificazione dei processi.

Si è passati, dunque, da una gestione delle attività focalizzata sui singoli uffici ad un modello basato sull'approccio integrato ai processi e sulla condivisione delle esperienze dei singoli, includendo la totalità delle attività e delle relative procedure: ciò ha consentito anche di assicurare ai propri clienti il mantenimento e il miglioramento della qualità dei propri servizi.

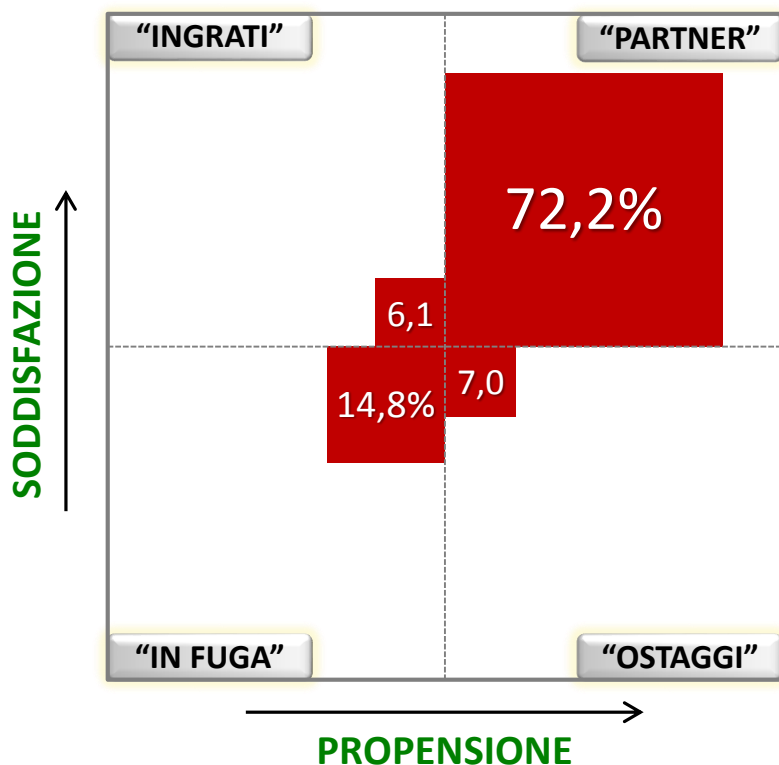
A conferma dell'importanza che per l'ICE ha l'utente esterno e dell'esigenza di fornire con regolarità, efficienza ed efficacia servizi che soddisfino i requisiti espressi ed impliciti del cliente accrescendo la soddisfazione dello stesso, l'ICE-Agenzia ha, quindi, **ridefinito in ottica ISO ogni attività legata alla gestione dei servizi al cliente, comprese la Carta dei Servizi e gli Standard Qualitativi**. Ne è derivato un importante lavoro di riorganizzazione, sulla base di modalità operative univoche e una più evidente pubblicizzazione nel sito ufficiale dell'ICE-Agenzia (www.ice.gov.it), nella sezione Servizi alle Imprese, attraverso gli Standard Qualitativi e la Carta dei Servizi.

L'Agenzia ha continuato a garantire una piena attenzione verso le esigenze dei clienti, anche attraverso il Nucleo-Ufficio per le Relazioni con il Pubblico-URP, nonché mediante l'applicazione di una nuova procedura per la gestione dei reclami, con un indirizzo di posta elettronica dedicato.

Il livello di soddisfazione dei clienti dell'Agenzia che partecipano ad eventi promozionali viene costantemente monitorato grazie alla distribuzione ed elaborazione di questionari, con l'obiettivo di perseguire un continuo miglioramento degli standard qualitativi dei servizi (cfr. pag. 21).

Inoltre, **per i servizi di assistenza e di informazione viene realizzata, annualmente e tramite una società indipendente, un'indagine sulla qualità percepita**, che consente di ottenere importanti feed back da parte dei beneficiari dei servizi. L'indagine, effettuata su un campione molto significativo, ha accertato una buona accessibilità ai servizi tramite i diversi canali di contatto, un elevato livello di soddisfazione e conferma una propensione positiva nei confronti dell'Agenzia. Ne deriva **un'ampia percentuale di clienti definibili come "partners"**, ovvero soggetti soddisfatti del servizio ricevuto e fidelizzati, che riguarda oltre 7 utenti su 10 (grafico 7).

Servizi di assistenza e informazione, erogati a pagamento: grado di soddisfazione e fidelizzazione dell'utenza



Fonte: ICE, indagine di Pragma (2016)

Grafico 7

2.4. Obiettivi individuali

Nel 2015 sono stati assegnati al personale gli obiettivi di attività basati sugli obiettivi strategici ed operativi di cui al Piano della Performance 2015 - 2017 ed è stata portata a compimento la valutazione individuale del monitoraggio infrannuale, relativamente alla componente qualitativa per l'attività svolta dal personale di Sede e Milano nei primi sei mesi dell'anno.

Nel primo semestre dell'anno corrente è stata portata a compimento la valutazione annuale, a quest'ultima seguirà la fase conclusiva di erogazione della premialità.

Il Sistema di misurazione e valutazione della performance di Ice Agenzia, adottato dal Consiglio di Amministrazione con deliberazione n. 140/13 e successive modifiche e con deliberazione n.284/15, costituisce il riferimento del processo valutativo 2015.

Lo **stretto collegamento tra gli obiettivi strategici e quelli operativi assegnati individualmente** ai singoli dirigenti/dipendenti è stato attuato dal direttore generale per i ruoli direttivi (dirigenti), per i responsabili di rete estera ed i dipendenti loro collaboratori (ruoli

gestionali ed operativi) e per i ruoli operativi, dipendenti di Sede e Milano, in condivisione con i dirigenti.

Due sono le categorie dei valutatori: direttore generale e dirigenti.

Il processo di assegnazione degli obiettivi avviene mediante le schede di assegnazione per ciascun valutato, processate da un applicativo informatico (SVP – Sistema Valutazione Personale) che consente ai valutatori di monitorare la performance e di redigere le schede di valutazione.

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

La componente obiettivi costituisce la parte quantitativa della performance individuale ed è collegata al sistema di obiettivi organizzativi del Piano della Performance; la componente comportamentale attiene alla parte qualitativa della valutazione.

In ciascuna scheda di assegnazione individuale sono 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 figure professionali coinvolte:

- i ruoli direttivi (dirigenti) sono valutati per il 60% sulla componente obiettivi e per il 40% sui comportamenti;
- i ruoli gestionali (responsabili rete estera, responsabili posizione organizzativa in Sede e Milano) sono valutati parimenti per il 60% sulla componente obiettivi e per il 40% sui comportamenti;
- i ruoli operativi (dipendenti presso Sede, Milano e rete estera) sono valutati per il 50% sulla componente obiettivi e per il 50% sui comportamenti.

La misurazione del livello di raggiungimento della componente obiettivi riportati nella scheda individuale di ciascun valutato, anche per il 2015, avviene con il processo di rilevazione e misurazione dei dati di attività da parte della Struttura Tecnica Permanente, attraverso lo schema di report standard applicato annualmente, così da omogeneizzare le modalità di rilevazione dei dati acquisiti.

Nel report ciascuna unità operativa ha, per ogni indicatore, il dato a consuntivo per l'anno 2015, assieme ad eventuali dettagli relativi alla composizione del dato per una sua migliore comprensione e le fonti da cui il dato è stato ricavato per consentire un'eventuale attività di verifica, anche da parte dell'Organismo Indipendente di Valutazione (OIV), sul consuntivo comunicato.

La Struttura Tecnica Permanente ha quindi predisposto il documento di "Misurazione e valutazione della Performance dell'ICE Agenzia 2015", nel quale sono riportati i dati di misurazione pervenuti e la conseguente quantificazione per ciascun indicatore del livello di raggiungimento del rispettivo target.

Nel redigere le schede di valutazione per la componente qualitativa, i valutatori hanno tenuto conto delle risultanze del processo di misurazione descritto e del monitoraggio infrannuale effettuato.

3. RISORSE, EFFICIENZA ED ECONOMICITÀ

Nella gestione delle risorse, sia economico/finanziarie che umane, anche alla luce della nuova contrazione delle relative assegnazioni per le spese istituzionali, l'ICE ha proseguito nel 2015 sulla strada della ricerca dell'economicità operativa e dell'efficientamento già intrapresa negli anni precedenti, perseguendo anche, laddove possibile, un incremento delle "entrate proprie" dell'Agenzia, al fine di garantire, assieme al miglioramento della qualità dei servizi offerti, la soddisfazione delle esigenze delle aziende e delle istituzioni che all'Agenzia si sono rivolte in grande numero.

La gestione istituzionale (funzionamento e spese per il personale) ha registrato un volume di spesa pari a 82,7 milioni di euro e ricavi per 83,3 milioni di euro, con un risultato positivo della gestione 2015 pari a 602.000 euro.

Tra i ricavi prevalgono i contributi pubblici derivanti dalle assegnazioni sui capitoli 2530 – Spese di funzionamento - e 2532 – spese di natura obbligatoria - pari complessivamente a 74,4 milioni di euro, in diminuzione di oltre il 2% rispetto al 2014.

La riduzione degli stanziamenti pubblici di 1,8 milioni è stata più che compensata dalla variazione positiva delle altre componenti di reddito, considerando che i ricavi totali sono aumentati di 645.000 euro rispetto a quelli registrati nell'esercizio 2014.

I ricavi di vendita dei servizi hanno fatto registrare un aumento di poco inferiore al 10%, attestandosi a 3,8 milioni di euro, rispetto ai 3,5 del 2014.

La gestione istituzionale, che registra un incremento nel complesso non rilevante, vede comunque aumentare sensibilmente il costo del personale locale in relazione ai numerosi provvedimenti di aumenti stipendiali, nuove assunzioni ed avvicendamenti intervenuti nel corso del 2015, oltre che al peggiorato andamento del tasso di cambio. Nel 2015 è stato destinato l'importo di 750 migliaia di euro alla premialità del personale locale, allo scopo di valorizzarne le professionalità ed incentivarne ulteriormente la già alta disposizione al servizio ai clienti dell'ICE.

Inoltre, al fine di potenziare e modernizzare maggiormente le funzionalità dell'ICE, va evidenziato che, sulla base dell'art. 8 del Regolamento di Amministrazione e Contabilità, l'avanzo di esercizio di 602 migliaia di euro, è stato destinato parte allo specifico fondo di riserva, per la somma di 122.000 euro, e per la restante parte, 480.000 euro, a nuovi investimenti in campo informatico.

Relativamente all'attività promozionale, che per sua natura non incide sul risultato economico, come già evidenziato, si è registrato un forte incremento rispetto al 2014 (+69%) conseguente all'incremento degli stanziamenti pubblici per la promozione e delle altre assegnazioni straordinarie intervenute a sostegno dell'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano.

Un così significativo incremento della produttività operativa, in sostanziale costanza del numero delle risorse umane complessive in Italia ed

all'estero - in quanto ormai molto vicino al numero massimo consentito dalla norma - si è reso possibile anche e soprattutto grazie alla massima dedizione applicata dal personale dell'Agenzia, non solo nello svolgimento dei compiti operativi in Italia e all'estero, ma anche nella più efficiente organizzazione generale dei processi di lavoro. Ciò è anche testimoniato dal recente ottenimento della Certificazione di Qualità ISO 9001 da parte dell'ICE.

Infine, si sottolinea che con la revisione dell'organigramma, operativa dal 9 novembre 2015, a seguito dell'adozione del nuovo "Regolamento di Organizzazione e funzionamento dell'ICE - Agenzia", adottato con delibera n. 262/15 del 29 aprile 2015, oltre a rafforzare le funzioni inerenti la specifica competenza attribuita all'ICE in materia di attrazione degli investimenti esteri, si è cercato di effettuare un ulteriore intervento di efficientamento della articolazione organizzativa dell'ICE avviato nel 2013 in seguito alla creazione dell'Agenzia. Nella stessa occasione, e sempre con l'obiettivo di garantire un più efficace ed efficiente funzionamento della struttura, è stato anche istituito l'Ufficio di Supporto per la Gestione della Rete Estera.

4. PARI OPPORTUNITÀ E BILANCIO DI GENERE

Il personale ICE, nel 2015, presenta una composizione per genere essenzialmente simile a quella del 2014, con una leggera flessione della popolazione femminile. Osservando la composizione per fasce d'età si nota un evidente incremento del peso della fascia di età > 50 anni, specificatamente: nell'area III si passa dal 45% dello scorso anno al 51% del 2015, mentre nella porzione degli altri dipendenti si passa dal 52% del 2014 al 55% del 2015.

PER GENERE E TIPO DI CONTRATTO

	DONNE	UOMINI	TOTALE
Personale a tempo pieno	218	185	403
Personale part Time al 50%	7	3	10
Personale part Time > al 50%	12	1	13
Personale con contratto telelavoro	3	4	7
Totale Personale per genere e Totale Complessivo	240	193	433
% sul Totale Complessivo	55%	45%	100%

Inoltre, nell'ambito del personale non dirigente, è tra le donne che si rileva l'incremento maggiore del peso della fascia di età > di 50 anni, passato dal 24,7% del 2014 al 28,6% nel 2015. Nella stessa fascia d'età, il peso dei dipendenti uomini cresce in misura minore, dal 21,4% del 2014 al 22,9% nel 2015.

PERSONALE AREA CONTRATTUALE III, PROFESSIONISTI

Fascia di età	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	% su Tot. per genere	Valori assoluti	% su Tot. per genere	Valori assoluti	% su Tot.
Meno di 30 anni	0	0%	0	0%	0	0%
31- 40	10	3%	9	3%	19	6%
41 - 50	90	27%	54	16%	144	43%
Oltre 50	91	27%	78	23%	169	51%
Tot. per genere	191	58%	141	42%	332	100%
% sul Totale Complessivo		44%		33%		77%

ALTRI DIPENDENTI (I+II FASCIA)

Fascia di età	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Meno di 30 anni	0	0%	0	0%	0	0%
31- 40	3	5%	2	3%	5	8%
41 - 50	13	20%	12	18%	25	38%
Oltre 50	23	35%	13	20%	36	55%
Tot. per genere	39	59%	27	41%	66	100%
% sul totale complessivo		9%		6%		15%

TOTALE PERSONALE NON DIRIGENTE COMPLESSIVO

	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Totale	230	58%	168	42%	398	100%
% sul totale complessivo		53%		39%		92%

DIRIGENTI

	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Totale	10	29%	25	71%	35	100%
% sul totale complessivo		2%		6%		8%

DISTACCHI

Fascia di età	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Meno di 30 anni	0	0%	0	0%	0	0%
31- 40	0	0%	0	0%	0	0%
41 - 50	0	0%	0	0%	0	0%
Oltre 50	2	100%	0	0%	2	100%
Tot. per genere	2	100%	0	0%	2	100%
% sul totale complessivo	0	0,5%	0	0%	0	0%

COMANDI

Fascia di età	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Meno di 30 anni	0	0%	0	0%	0	0%
31- 40	0	0%	0	0%	0	0%
41 - 50	0	0%	0	0%	0	0%
Oltre 50	3	43%	4	57%	7	100%
Tot. per genere	3	43%	4	57%	7	100%
% sul totale complessivo		1%		1%		2%

PART TIME

Fascia di età	DONNE		UOMINI		TOTALE	
	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%	Valori assoluti	%
Meno di 30 anni	0	0%	0	0%	0	0%
31- 40	0	0%	0	0%	0	0%
41 - 50	14	61%	0	0%	14	61%
di cui 3 donne inferiore al 50%						
Oltre 50	5	22%	4	17%	9	39%
di cui 2 donne ed 1 uomo inferiore al 50%						
Tot. per genere	19	83%	4	6%	23	100%
% sul totale complessivo		4%		1%		5%

CORSI DI FORMAZIONE

	DONNE	UOMINI	TOTALE
	Valori assoluti	Valori assoluti	Valori assoluti
Dirigente I fascia			
Dirigente II fascia	8	16	24
Posizioni organizzative			
Terza area (ex posizioni C o assimilati)	166	95	261
Altri dipendenti	35	30	65
Tot. per genere	209	141	350

L. 104

	DONNE	UOMINI	TOTALE
	Valori assoluti	Valori assoluti	Valori assoluti
Tot. per genere	49	22	71

ASPETTATIVE

	DONNE	UOMINI	TOTALE
	Valori assoluti	Valori assoluti	Valori assoluti
Tot. per genere	9	3	12

Utilizzo degli strumenti di flessibilità

L'aumento complessivo dei dipendenti ultra cinquantenni e la maggiore tendenza alla crescita della componente femminile porta a considerare che presumibilmente sarà sempre maggiore la necessità di ricorrere a strumenti di flessibilità delle modalità di lavoro per andare incontro a problematiche personali e di assistenza familiare tuttora maggiormente in carico alle lavoratrici donne.

Infatti, già nel 2015, tra gli strumenti di flessibilità del lavoro messi a disposizione dei dipendenti ICE, si nota che l'utilizzo del part-time è cresciuto di 5 unità per le donne e di 1 unità per gli uomini rispetto all'anno precedente e si evidenzia che vi ricorrono i dipendenti nelle fasce di età dai 41 in su. Inoltre, sempre nel 2015, tra le varie forme di part-time emerge la tendenza alla crescita dell' utilizzo uguale o superiore al 50% dell'orario di lavoro.

L'utilizzo della Legge 104 e delle aspettative ha subito un incremento di pari entità sia tra i dipendenti donne sia tra gli uomini, fermo restando che in valore assoluto le donne che utilizzano tali istituti sono molto più numerose degli uomini (49 donne e 9 uomini per L.104 e 22 donne e 3 uomini per aspettative).

Congedi parentali: il D.Lgs. n.80 del 15.06.2015 ha modificato e/o novellato la normativa sui congedi parentali regolamentati dal D.Lgs. n.151 del 26.03.2001 (Testo Unico delle disposizioni legislative in materia

di tutela e sostegno della maternità e della paternità) ampliando l'età dei figli per i quali si può chiedere il congedo fino a 12 anni, conseguentemente si è allargato il bacino delle persone che rientrano nella fattispecie. Nel corso del 2015, hanno usufruito:

- della causale di congedo parentale intera giornata e ad ore, n. 5 uomini e n. 20 donne;
- della causale di riposi giornalieri (allattamento ad ore) n. 4 uomini e n. 5 donne.

Solo nel 2015 si è iniziato ad applicare la nuova disciplina sullo strumento del telelavoro che in corso d'anno ha previsto la messa a bando di 7 progetti assegnati a 3 donne e a 4 uomini. Nel 2014 era stato assegnato 1 solo progetto.

5. IL PROCESSO DI REDAZIONE DELLA RELAZIONE SULLA PERFORMANCE

5.1 Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

La Relazione è stata curata dall'Ufficio Pianificazione Strategica e Controllo di gestione, con il coinvolgimento di vari uffici della struttura nella redazione delle sezioni descrittive sull'attività realizzata, in coerenza con quanto riportato nel Rapporto sui risultati che accompagna il bilancio consuntivo 2015.

La misurazione della performance, effettuata dalla Struttura Tecnica Permanente nei mesi di marzo ed aprile 2016, ha riguardato tutte le unità organizzative dell'Agenzia.

Dal punto di vista metodologico, l'approccio è stato caratterizzato dalla massima partecipazione di tutta la dirigenza, nonché dei responsabili della rete estera, ai quali la Struttura Tecnica ha fornito supporto riguardo a modalità di redazione della scheda di misurazione (precompilata per alcuni indicatori rilevati centralmente con l'evidenza della fonte e da completare sulla base delle modalità operative fornite), criteri di calcolo degli indicatori, istruzioni per la consultazione di banche dati statistiche di accesso al sito ICE e al cruscotto direzionale, trasmissione dei report contabili del sistema Oracle ERP in collaborazione con l'Ufficio Amministrazione e Contabilità.

Oltre ai dati di consuntivo, agli uffici è stato chiesto di motivare gli eventuali scostamenti rispetto al target fissato, al fine di consentire agli organi decisionali di meglio interpretare i risultati di performance, anche nell'ottica di una puntuale e corretta definizione di obiettivi/indicatori e target per le annualità successive.

La Struttura ha svolto un'attività di analisi dei dati, anche e soprattutto mediante i sistemi di business intelligence in dotazione all'Agenzia, con l'ulteriore intento di agevolare la successiva attività di controllo da parte dell'OIV.

5.2 Punti di forza e proposte per il miglioramento del ciclo di gestione della performance

L'Agenzia ha compiuto un grande sforzo per rispondere al meglio alle esigenze delle piccole e medie imprese, dimostrato dai più che positivi risultati sulla customer satisfaction per tutti i servizi, sia promozionali che di assistenza.

Di seguito sono indicati gli **aspetti maggiormente qualificanti dell'intero processo** della performance:

- il collegamento sistematico della dimensione strategica con quella operativa, fino a quella individuale;
- l'esplicitazione di obiettivi misurabili, di strumenti di misurazione (indicatori) e dei relativi target;
- un criterio di misurazione diretto ad esprimere il risultato di performance dell'intera organizzazione, rappresentativo di tutte le sue articolazioni;
- contributo, consapevolezza e particolare sensibilità dell'intera struttura alla performance dell'ICE Agenzia;
- il collegamento tra ciclo di gestione della performance e la programmazione economica- finanziaria realizzato tramite la redazione del piano degli indicatori dei risultati di bilancio;
- la gestione del ciclo della performance attraverso una piattaforma informatica;
- la progettazione di interventi formativi e informativi in materia di performance rivolti a tutto il personale, sia dipendente che dirigente.

Tra **le questioni da affrontare** si evidenziano le "Proposte di miglioramento del ciclo di gestione della Performance" tratte dalla "Relazione sul funzionamento complessivo del sistema di valutazione, trasparenza e integrità per il 2015" dell'OIV:

- definire target più ambiziosi, anche attraverso:
 - ✓ il rafforzamento dell'azione di monitoraggio infrannuale
 - ✓ la predisposizione di una nota metodologica per gli uffici della sede e di Milano che individui chiaramente i criteri ai quali attenersi per la proposizione di obiettivi e target.
- Puntare ad una gestione unificata della rilevazione della customer satisfaction di entrambi i servizi (sia di promozione che di assistenza), avviando il relativo processo già dai primi mesi dell'anno di riferimento;
- individuare ulteriori obiettivi comuni a tutte le unità organizzative;
- un coinvolgimento ancora maggiore degli stakeholder esterni, sia in fase di programmazione degli obiettivi che in fase di rendicontazione degli stessi, con organizzazione di eventi quali per esempio "giornata della trasparenza" ;

- completare il processo di ampliamento della base degli indicatori oggetto di rilevazione informatizzata, riducendo il più possibile il numero di quelli rilevati attraverso il supporto cartaceo;
- aggiornare gli standard di qualità;
- potenziare le risorse umane dedicate al Ciclo della Performance per rendere effettivamente operativi le suindicate proposte.

ALLEGATO N. 1

“Tabella relativa agli obiettivi strategici”

OBIETTIVO STRATEGICO 1

Accrescere il grado di internazionalizzazione delle imprese italiane migliorando l'offerta dei servizi e ampliando l'utenza dell'Agenzia

Peso 70%

Risultato Performance

99,28%

INDICATORI	PESO	TARGET	CONSUNTIVO	PERFORMANCE INDICATORE
		2015	2015	2015
Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane (scala da 1 a 5)	10%	4,30	4,35	101,16%
Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane (scala da 1 a 5)	10%	4	4,13	103,25%
Corrispettivi da rete nazionale (sede e Milano) e da rete estera	10%	€ 4.000.000	3.799.491	94,99%
Numero di aziende, coinvolte nei Road Show, beneficiarie di servizi (formazione, assistenza e promozione)	5%	350	414	118,29%
Numero accordi/contratti con controparti estere, a seguito della partecipazione al Piano Export Sud (2)	5%	100	375	375%
Numero enti/aziende assistite per favorire l'attrazione degli investimenti esteri	10%	40	50	125%
Tasso di placement dei corsi di formazione	10%	68%	95%	139,71%
Percentuale di nuovi clienti sul totale (assistenza e promozione)	5%	40%	56,50%	141,25%
Expression of interest o offerte redatte e presentate alla Commissione Europea e altre OO.II	5%	6	13	216,67%

(2) Target definito dalla DGAI del Mise su presentazione del Programma Operativo

OBIETTIVO STRATEGICO 2

Semplificare i processi di lavoro, garantendo la trasparenza e l'economicità dell'azione amministrativa

Peso 30%

**Risultato
Performance**

100%

INDICATORI	PESO	TARGET	CONSUNTIVO	PERFORMANCE INDICATORE
		2015	2015	2015
Percentuale di uffici della rete estera che utilizzano i social network*	5%	100%	-	-
Numero di visitatori ⁽¹⁾ a tutti i siti ICE – Agenzia	6%	1.000.000	1.048.205	104,82%
Realizzazione di un piano di comunicazione istituzionale	6%	SI	SI	100%
Numero di procedure oggetto di semplificazione e dematerializzazione	6%	3	3	100%
Introduzione di un sistema di contabilità direzionale per la gestione e il controllo	6%	SI	SI	100%
Introduzione di un sistema CRM (Custom Relationship Management) per la gestione e il monitoraggio della clientela ICE	6%	SI	SI	100%

**l'indicatore è stato eliminato e i pesi riparametrizzati in quanto non è misurabile per disposizioni organizzative date alla struttura dalla Direzione Generale (email 4 marzo 2015)*

(1) Visitatori diversi

Risorse Assegnate

In linea con l'importanza attribuita agli obiettivi strategici, le risorse umane e finanziarie (sia istituzionali che per attività promozionali), assegnate agli uffici in sede di programmazione mediante i piani operativi, al 31 dicembre 2015 risultano essere ripartite come segue:

	Risorse Umane ¹		Risorse Finanziarie	
	N°	%	€	%
Obiettivo Strategico 1	542	64,0	128.458,073	70,1
Obiettivo Strategico 2	305	36,0	54.791.674	29,9

(1) *Incluso Personale Estero*

ALLEGATO N. 2
“Obiettivi e piani operativi”

Direzione Generale

Responsabile	Roberto Luongo
Centro di Costo	SA00
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 4.000
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 537,00
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 5.320,36
Risorse Umane 2015	9

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%
OS002	Migliorare l'attività di assistenza e supporto operativo al Direttore Generale	Collaborazione operativa ed elaborazione di documenti strategici a supporto della Cabina di Regia, organismi territoriali e stakeholder	25%	100%	100%	100%
OS002	Migliorare l'attività di assistenza e supporto operativo al Direttore Generale	Elaborazione e sistematizzazione di progetti/documenti in collaborazione con le unità operative dell'Agenzia	20%	SI	SI	100%
OS002	Migliorare l'attività di assistenza e supporto operativo al Direttore Generale	Gestione dell'agenda del DG e predisposizione di documentazione connessa ai suoi impegni	20%	SI	SI	100%
OS002	Migliorare l'attività di assistenza e supporto operativo al Direttore Generale	Predisposizione di report periodici sui dati di controllo strategico	20%	4	6	150%

Ufficio di Supporto per gli Affari Giuridico Legali e Assistenza Organi Istituzionali

Responsabile	Elisabetta Talone
Centro di Costo	SB00
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 509.230
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 385.678
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 30.204,39
Risorse Umane 2015	19

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Favorire l'adozione e l'applicazione del Sistema di Gestione per la Qualità	Audit di QUALITA' sulla documentazione del SGQ	25%	SI	SI	100%
OS002	Contenimento dei costi nella gestione dei documenti relativi agli Organi Istituzionali e Ministeri	Percentuale di documenti informatizzabili trasmessi in formato digitale	25%	100%	100%	100%
OS002	Garantire l'efficienza dell'attività di verifica di auditing	Percentuale di verifiche sui passaggi di consegne degli uffici della rete estera, effettuate entro 15 gg lavorativi dalla ricezione dei documenti	25%	90%	100%	111,11%
OS002	Garantire l'efficienza nell'attività di Consulenza Legale ai vertici e alla struttura	Tempo medio intercorso tra la richiesta di consulenza ed il riscontro (n. giorni lavorativi)	25%	8GG	8GG	100%

Ufficio di Supporto per l'attrazione degli investimenti esteri *

Responsabile	Andrea Napoletano
Centro di Costo	SC00
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 26.600
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 9.781
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.346.272,82
Risorse Umane 2015	9

**Risultato
Performance**

2015

94,6%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Promuovere l'attrazione degli investimenti esteri	Numero di iniziative per favorire la promozione degli investimenti esteri in Italia	18%	4	6	150%
OS001	Promuovere l'attrazione degli investimenti esteri	Numero di enti/imprese italiani assistiti	23%	30	50	166,67%
OS001	Promuovere l'attrazione degli investimenti esteri	Numero di investitori esteri assistiti e inseriti nella banca dati operatori locali	11%	10	50	500%
OS001	Promuovere l'attrazione degli investimenti esteri	Numero di servizi after care alle imprese estere	11%	5	8	160%
OS002	Miglioramento della qualità dell'informazione fornita a potenziali investitori esteri	Giudizio medio sulla qualità delle informazioni rese ai potenziali investitori esteri (scala da 1 a 5)	12%	4,3	4,3	100%
OS002	Promuovere la diffusione di informazioni sull'attività dell'ICE nella promozione degli IDE e sull'attrattività dell'Italia quale destinazione di investimenti	Numero di prodotti editoriali	18%	10	7	70%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)**	15%			

* Ufficio operativo fino all'8 novembre 2015, dal 9 novembre 2015 l'ufficio ha cambiato denominazione in "Uff.Coord.Attr.Invest.Esteri"

**L'indicatore è stato eliminato in quanto l'ufficio non è responsabile/competente per le procedure inserite nella documentazione soggetta agli audit del Sistema di Gestione Qualità.

Ufficio di supporto per la pianificazione strategica, studi e rete estera

Responsabile	Riccardo Landi
Centro di Costo	SD00
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 347.979
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 261.277,52
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.526.152,83
Risorse Umane 2015	14

Risultato Performance 2015

100%

Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consumivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Introduzione di un sistema di rilevazione della customer satisfaction per gli utenti sulle Banche Dati Statistiche, sui servizi di assistenza e sugli utenti della biblioteca	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction da parte degli utenti (scala da 1 a 5)	25%	4	4	100%
OS001	Migliorare la qualità delle informazioni sui temi relativi all'internazionalizzazione	Numero di ricerche, studi e analisi realizzati e diffusi nell'anno	25%	4	5	125%
OS001	Incrementare il numero delle start up partecipanti ad eventi dedicati	Numero medio di start-up partecipanti alle iniziative realizzate	15%	8	41	512,50%
OS002	Migliorare la qualità delle informazioni e della comunicazione al Direttore generale relativamente ai dati strutturali della rete estera	Numero di Report per l'Alta Direzione volta a monitorare la performance della rete estera	20%	2	2	100%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

**dal 9 novembre 2015 l'ufficio ha cambiato denominazione in "Ufficio di Supporto per la Pianificazione Strategica e il Controllo di Gestione"

Ufficio di Supporto per la Comunicazione, le Relazioni Esterne e Istituzionali

Responsabile	Filippo Lanciotti
Centro di Costo	SE00
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 269.925
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 210.780
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.030.987,34
Risorse Umane 2015	12

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Accrescere la visibilità dell'Agenzia presso soggetti pubblici e privati (stakeholders pubblici e privati)	Percentuale di comunicati ripresi da almeno 3 Agenzie di stampa o quotidiani, sul totale dei comunicati	15%	80%	85%	106,25%
OS002	Miglioramento della qualità dei servizi resi a stakeholder	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction sull'assistenza resa ai partecipanti agli eventi organizzati (scala da 1 a 5)	20%	4,3	5,0	116,28%
OS002	Miglioramento delle attività di partenariato attraverso la concessione e gestione dei patrocini nominali e la stipula di accordi con enti omologhi	Numero di patrocini concessi e accordi stipulati con enti omologhi	10%	80	111	138,75%
OS002	Accrescere la visibilità dell'Agenzia presso soggetti pubblici e privati (stakeholders pubblici e privati)	Numero di Newsletter ICE	20%	10	12	120%
OS002	Accrescere la visibilità dell'Agenzia presso soggetti pubblici e privati (stakeholders pubblici e privati)	Realizzazione di un piano di comunicazione istituzionale	20%	SI	SI	100%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

Ufficio di Coordinamento Servizi di promozione del Sistema Italia**

Responsabile	Giovanni Sacchi
Centro di Costo	SF00
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 0,00
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 2.265,15
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.190.114,46
Risorse Umane 2015	25

**Risultato
Performance
2015**

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%
OS001	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero delle aziende fidelizzate che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero di utenti-clienti partecipanti italiani	7%	350	614	173,43%
OS001	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionale	Giudizio medio di customer satisfaction (scala da 1 a 5)	8%	4,3	4,6	106,98
OS002	Coordinamento dell'elaborazione del piano annuale di attività promozionale e di altri programmi	Percentuale di atti ed elaborati predisposti nella forma e nei tempi previsti	20%	100%	100%	100%
OS002	Predisposizione di relazioni, dati e informazioni sull'attività promozionale per la struttura e gli interlocutori istituzionali	Percentuale di documenti ed elaborati predisposti nei tempi richiesti	15%	100%	100%	100%
OS002	Tempestività, flessibilità ed efficacia nell'utilizzo delle risorse economiche per le attività promozionali	Analisi degli scostamenti e monitoraggio sull'utilizzo dei fondi su base trimestrale; percentuale di iniziative oggetto di analisi	20%	100%	100%	100%
OS002	Tempestività, flessibilità ed efficacia nell'utilizzo delle risorse economiche per le attività promozionali	Tempo massimo di attesa per visti su documenti e per sblocchi in Promonet	15%	3 gg	3GG	100%

**dal 9 novembre 2015 l'ufficio ha cambiato denominazione in "Ufficio di Coordinamento promozione del Made in Italy".

Ufficio Meccanica, Chimica, Energia, Ambiente**

Responsabile	Ferdinando Pastore
Centro di Costo	SF10
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 1.000
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 400,97
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 9.145.220,16
Risorse Umane 2015	19

Risultato Performance

2015

98,6%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare la qualità e la completezza dei dati sulla clientela, in vista dell'implementazione di un sistema integrato di CRM	Percentuale di equivalenza tra il numero di partecipanti indicati in Promonet (codice P) e il numero di partecipanti riportato sulla scheda "parametri di efficacia" a consultivo	5%	90%	87,3%	97%
OS001	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionale	Giudizio medio di customer satisfaction (scala da 1 a 5)	5%	4,3	4,4	102,33%
OS001	Garantire la completa rilevazione delle iniziative soggette a customer, attraverso l'elaborazione centralizzata	Percentuale di iniziative per le quali sono stati acquisiti i questionari di customer, sul numero totale delle iniziative soggette a customer (1)	5%	100%	75%	75%
OS001	Favorire la partecipazione di nuove aziende alle iniziative promozionali	Numero di newcomers per settore/mercato/iniziativa/linea di attività	10%	150	711	474,00%
OS001	Incremento di opportunità commerciali, misurato attraverso la creazione di "occasioni di incontro con buyer e importatori esteri"	Numero di operatori esteri per i quali sono organizzati "incoming" in Italia, per incontrare aziende espositrici a fiere di settore o sui territori	35%	700	1.997	285,29%
OS001	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero delle aziende fidelizzate che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero di utenti-clienti partecipanti italiani	25%	650	1.859	286,00%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

**dal 9 novembre 2015 l'ufficio ha cambiato denominazione in "Ufficio Tecnologia Industriale, energia e ambiente" ed ha assorbito completamente l'Ufficio Alta Tecnologia.

Ufficio Beni di Consumo

Responsabile	Ferdinando Fiore
Centro di Costo	SF20
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 350
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 9.484,08
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 12.255.944,67
Risorse Umane 2015	26

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero delle aziende fidelizzate che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero di utenti-clienti partecipanti italiani (1)	20%	3.000	4106	136,87%
OS001	Favorire la partecipazione di nuove aziende alle iniziative promozionali	Numero di newcomers per settore/mercato/iniziativa/ linea di attività (1)	15%	750	889	118,53%
OS001	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionale	Giudizio medio di customer satisfaction (scala da 1 a 5)	10%	4,3	4,39	102,09%
OS001	Garantire la completa rilevazione delle iniziative soggette a customer, attraverso l'elaborazione centralizzata	Percentuale di iniziative per le quali sono stati acquisiti i questionari di customer, sul numero totale delle iniziative soggette a customer (2)	15%	100%	100%	100%
OS001	Migliorare la qualità e la completezza dei dati sulla clientela, in vista dell'implementazione di un sistema integrato di CRM	Equivalenza tra il numero di partecipanti indicati in Promonet (codice P) e il numero di partecipanti riportato sulla scheda "parametri di efficacia" a consultivo	5%	90%	90,9%	101,00%
OS001	Incremento di opportunità commerciali, misurato attraverso la creazione di "occasioni di incontro con buyer e importatori esteri"	Numero operatori esteri per i quali sono organizzati "incoming" in Italia, per incontrare aziende espositrici a fiere di settore o sui territori (1) (3)	20%	2.000	4.858	242,90%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

Ufficio Agroalimentari e Vini

Responsabile	Ines Aronadio
Centro di Costo	SF30
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 39.240,00
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 35.369,70
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 7.935.802,05
Risorse Umane 2015	20

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare la qualità e la completezza dei dati sulla clientela, in vista dell'implementazione di un sistema integrato di CRM	Percentuale di equivalenza tra il numero di partecipanti indicati in Promonet (codice P) e il numero di partecipanti riportato sulla scheda "parametri di efficacia" a consultivo	10%	90%	97%	107,78%
OS001	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionale	Giudizio medio di customer satisfaction (scala da 1 a 5)	15%	4,3	4,3	100%
OS001	Garantire la completa rilevazione delle iniziative soggette a customer, attraverso l'elaborazione centralizzata	Percentuale di iniziative per le quali sono stati acquisiti i questionari di customer, sul numero totale delle iniziative soggette a customer (1)	10%	100%	100%	100%
OS001	Favorire la partecipazione di nuove aziende alle iniziative promozionali	Numero di newcomers per settore/mercato/iniziativa/ linea di attività	10%	200	222	111%
OS001	Incremento di opportunità commerciali, misurato attraverso la creazione di "occasioni di incontro con buyer e importatori esteri"	Numero di operatori esteri per i quali sono organizzati "incoming" in Italia, per incontrare aziende espositrici a fiere di settore o sui territori	20%	120	3727	3105%
OS001	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero delle aziende fidelizzate che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero di utenti-clienti partecipanti italiani	20%	650	971	149,38%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

Ufficio Alta Tecnologia, Terziario Avanzato, Servizi e Prodotti Strategici*

Responsabile	Lucio Coggiatti
Centro di Costo	SF40
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 0,00
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 0,00
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.381.704,29
Risorse Umane 2015	10

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare la qualità e la completezza dei dati sulla clientela, in vista dell'implementazione di un sistema integrato di CRM	Percentuale di equivalenza tra il numero di partecipanti indicati in Promonet (codice P) e il numero di partecipanti riportato sulla scheda "parametri di efficacia" a consultivo	10%	90%	100%	111,11%
OS001	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionale	Giudizio medio di customer satisfaction (scala da 1 a 5)	15%	4,3	4,5	104,65%
OS001	Garantire la completa rilevazione delle iniziative soggette a customer, attraverso l'elaborazione centralizzata	Percentuale di iniziative per le quali sono stati acquisiti i questionari di customer, sul numero totale delle iniziative soggette a customer (1)	15%	100%	100%	100%
OS001	Favorire la partecipazione di nuove aziende alle iniziative promozionali	Numero di newcomers per settore/mercato/iniziativa/ linea di attività	15%	88	98	111,36%
OS001	Incremento di opportunità commerciali, misurato attraverso la creazione di "occasioni di incontro con buyer e importatori esteri"	Numero di operatori esteri per i quali sono organizzati "incoming" in Italia, per incontrare aziende espositrici a fiere di settore o sui territori	10%	123	169	137,40%
OS001	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero delle aziende fidelizzate che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero di utenti-clienti partecipanti italiani	20%	955	1315	137,70%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

* Ufficio operativo fino all'8 novembre 2015

Ufficio Partenariato Industriale e Rapporti con OO.II.

Responsabile	Giulio Mulas
Centro di Costo	SF50
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 476
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 0,00
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 800.907,43
Risorse Umane 2015	19

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero delle aziende fidelizzate che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero di utenti-clienti partecipanti italiani	25%	800	1547	193,38%
OS001	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionale	Giudizio medio di customer satisfaction (scala da 1 a 5)	20%	4,3	4,4	102,33%
OS001	Incrementare il numero di dati sulla customer satisfaction gestiti centralmente, in modo da agevolare le elaborazioni sulla qualità dei servizi resi	Percentuale di iniziative per le quali sono stati acquisiti i questionari di customer, sul numero totale delle iniziative soggette a customer (1)	20%	100%	100%	100%
OS001	Migliorare la qualità e la completezza dei dati sulla clientela, in vista dell'implementazione di un sistema integrato di CRM	Percentuale di equivalenza tra il numero di partecipanti indicati in Promonet (codice P) e il numero di partecipanti riportato sulla scheda "parametri di efficacia" a consuntivo	5%	50%	50%	100%
OS001	Garantire un adeguato livello di partecipazione di funzioni di vertice e/o responsabili delle decisioni in occasione di eventi pubblici dedicati alla promozione delle attività degli OOII e dell'UE	Percentuale di partecipanti qualificati (2) sul totale dei partecipanti a eventi organizzati da ICE Agenzia	15%	40%	45%	111,25%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

Ufficio Intersettoriale e Grandi Progetti Internazionali*

Responsabile	Maria Carmela Ottaviano
Centro di Costo	SF60
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 360
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 260,70
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.445.706,12
Risorse Umane 2015	6

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Incrementare il numero di dati sulla customer satisfaction gestiti centralmente, in modo da agevolare le elaborazioni sulla qualità dei servizi resi	Percentuale di iniziative per le quali sono stati acquisiti i questionari di customer, sul numero totale delle iniziative soggette a customer (1)	15%	100%	100%	100%
OS001	Migliorare la qualità e la completezza dei dati sulla clientela, in vista dell'implementazione di un sistema integrato di CRM	Percentuale di equivalenza tra il numero di partecipanti indicati in Promonet (codice P) e il numero di partecipanti riportato sulla scheda "parametri di efficacia" a consuntivo	10%	90%	99%	110%
OS001	Mantenere l'alto livello di soddisfazione complessiva dei partecipanti alle iniziative promozionali	Giudizio medio di customer satisfaction (scala da 1 a 5)	10%	4,3	4,3	100%
OS001	Favorire la partecipazione di nuove aziende alle iniziative promozionali	Numero di newcomers per settore/mercato/iniziativa/ linea di attività	5%	10%	49%	490%
OS001	Incremento di opportunità commerciali, misurato attraverso la creazione di "occasioni di incontro con buyer e importatori esteri"	Numero di operatori esteri per i quali sono organizzati "incoming" in Italia, per incontrare aziende espositrici a fiere di settore o sui territori	20%	80	110	137,50%
OS001	Consolidare, in relazione ai fondi, il numero delle aziende fidelizzate che prendono parte alle iniziative promozionali	Numero di utenti-clienti partecipanti italiani	25%	481	782	162,58%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)	15%	SI	SI	100%

*Ufficio operativo fino all'8 novembre 2015

Ufficio di Coordinamento Imprese e Istituzioni**

Responsabile	Antonino Laspina
Centro di Costo	SG00
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 20.720
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 24.441,83
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.421.594,71
Risorse Umane 2015	7

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Diffusione della conoscenza del piano triennale di prevenzione della corruzione e del programma triennale della trasparenza	Aggiornamento del PTPC 2015-2017 e monitoraggio del sito Amministrazione Trasparente	20%	SI	SI	100%
OS002	Individuazione nuovi filoni di attività ed input progettuale agli uffici operativi di riferimento	Numero di attività	20%	5	5	100%
OS002	Coordinamento attività degli uffici operativi di riferimento	Numero di incontri	45%	50	145	290%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

**dal 9 novembre 2015 l'ufficio ha cambiato denominazione in "Ufficio di Coordinamento Marketing".

Ufficio Servizi Informativi e di Assistenza alle Imprese**

Responsabile	Francesco Alfonsi
Centro di Costo	SG10
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 0,00
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 7.690,10
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.340.393,94
Risorse Umane 2015	21

Risultato Performance

2015

86,8%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Promozione dei servizi dell'Agenzia mediante sportello telefonico, telematico e visite URP	Numero di aziende che hanno richiesto servizi attraverso URP	25%	2.700	1.994	73,85%
OS001	Promozione filiera fieristica settore agroindustria/expo 2015	Numero di operatori/giornalisti partecipanti agli incoming	25%	150	135	90%
OS002	Promozione dei servizi dell'Agenzia mediante i Road Show	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction delle imprese partecipanti alla sessione tecnica (scala da 1 a 5)	20%	4,3	4,78	111,16%
OS002	Migliorare la qualità delle informazioni rese dall'Agenzia verso gli stakeholders	Implementazione del nuovo sito ICE Agenzia e incremento degli accessi (n. di pagine visitate)	15%	8,3 mln	6.0 mln	72,29%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

**dal 9 novembre 2015 l'ufficio ha cambiato denominazione in "Ufficio Servizi alle Imprese"

Ufficio Servizi Formativi per l'Internazionalizzazione**

Responsabile	Adele Massi
Centro di Costo	SG20
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 140.000
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 139.910
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.848.438,63
Risorse Umane 2015	16

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Implementazione di iniziative formative a carattere innovativo	Numero di iniziative implementate	15%	5	11	220%
OS001	Migliorare la qualità dei servizi	Giudizio medio di customer satisfaction dei servizi di formazione internazionale (scala da 1 a 5)	15%	4,3	4,47	103,95%
OS001	Migliorare l'efficacia dei servizi	Giudizio medio di customer satisfaction dei servizi di formazione d'impresa (scala da 1 a 5)	15%	4,3	4,43	103,02
OS001	Migliorare l'efficacia dei corsi per giovani laureati	Valutazione esame finale dei partecipanti (scala da 60 a 100)	15%	80	87	108,75%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%
OS002	Migliorare la qualità didattica dei corsi	Valutazione dei docenti (scala da 1 a 5)	25%	4	4,43	110,75%

**dal 9 novembre 2015 l'ufficio ha cambiato denominazione in "Ufficio Servizi Formativi"

Ufficio Accordi e Convenzioni*

Responsabile	Francesco Alfonsi
Centro di Costo	SG30
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 1.500
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 216,77
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 17.426,18
Risorse Umane 2015	9

Risultato Performance

2015

99,3%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Miglioramento del sistema di valutazione	Adeguamento dell'applicativo "Cruscotto direzionale" al tracciamento dei servizi erogati, in termini quantitativi e qualitativi	35%	SI	SI	100%
OS001	Marketing dell'ente	Copertura mediatica (numero di articoli) relativa alle alleanze sottoscritte da ICE-Agenzia	15%	40	38	95%
OS001	Definizione di alleanze strategiche	Numero di saloni esteri rappresentati in Italia, gestiti in collaborazione con gli uffici della rete estera ed ICE Milano	35%	21	21	100%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

*Ufficio operativo fino all'8 novembre 2015

Ufficio Acquisizione Progetti Strategici e Gare Internazionali*

Responsabile	A.I. Aniello Musella	Risultato Performance 2015 100%
Centro di Costo	SG40	
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 3.700	
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 272,81	
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 4.521,62	
Risorse Umane 2015	6	



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%
OS002	Acquisire nuove risorse finanziarie in ambito Unione Europea a integrazione fondi del Piano Nazionale per l'Export e promuovere l'immagine dell'Agenzia ICE quale beneficiario istituzionale di fondi UE o di altre OO.II attraverso la partecipazione a gare.	Expression of interest o offerte redatte e presentate alla Commissione Europea o altre OO.II.	25%	6	13	216,67%
OS002	Acquisire nuove risorse finanziarie in ambito Unione Europea a integrazione fondi del Piano Nazionale per l'Export e promuovere l'immagine dell'Agenzia ICE quale beneficiario istituzionale di fondi UE o di altre OO.II. attraverso la creazione di network e la promozione di alleanze strategiche	Numero di incontri con interlocutori nazionali e internazionali per la costituzione di raggruppamenti rivolti alla partecipazione a gare.	15%	10	13	130%
OS002	Acquisire nuove risorse finanziarie in ambito Unione Europea a integrazione fondi del Piano Nazionale per l'Export e promuovere l'immagine dell'Agenzia ICE quale beneficiario istituzionale di fondi UE o di altre OO.II. attraverso attività di scouting sui bandi.	Numero di programmi o bandi individuati e analizzati.	30%	20	30	150%
OS002	Acquisire nuove risorse finanziarie in ambito Unione Europea a integrazione fondi del Piano Nazionale per l'Export e promuovere l'immagine dell'Agenzia ICE quale beneficiario istituzionale di fondi UE o di altre OO.II. attraverso il coinvolgimento degli Uffici ICE nelle azioni di scouting e redazione delle offerte.	Numero di uffici ICE coinvolti e sensibilizzati	15%	20	21	105%

*Ufficio operativo fino all'8 novembre 2015

Ufficio di Coordinamento Amministrazione, Organizzazione e Risorse Umane

Responsabile	Federico Balmas
Centro di Costo	SH00
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 29.060
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 21.986,42
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 13.963,72
Risorse Umane 2015	5

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Semplificazione ed efficientamento della gestione amministrativa	Redazione di un piano per l'esternalizzazione di servizi di back office a NOI PA	20%	SI	SI	100%
OS002	Miglioramento del processo di pianificazione e del controllo di gestione	Attuazione del sistema di contabilità direzionale per la gestione ed il controllo	25%	SI	SI	100%
OS002	Miglioramento delle relazioni con le organizzazioni sindacali	Definizione di accordi condivisi e concordati con le OOSS su istituti contrattuali previsti dal contratto integrativo	15%	2	2	100%
OS002	Migliorare la gestione delle informazioni per il controllo strategico	Produzione di reportistica trimestrale per il controllo di gestione dell'Alta Direzione e per il monitoraggio strategico	25%	SI	SI	100%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

Ufficio Amministrazione Contabilità e Bilancio

Responsabile	Maria Carmela Ottaviano
Centro di Costo	SH10
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 4.699.520
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 4.447.552,75
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 16.667,21
Risorse Umane 2015	24

**Risultato
Performance**

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Supporto informativo/consulenziale alle Reti in materia amministrativo/contabile	Aggiornamento e traduzione in inglese della Guida contabile	35%	SI	SI	100%
OS002	Supporto informativo/consulenziale alle Reti in materia amministrativo/contabile	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction del supporto informativo/consulenziale agli Uffici ICE (scala da 1 a 5)	41%	4	4,26	106,5%
OS002	Migliorare la gestione contabile dei flussi finanziari	Integrazione del sistema contabile con codici finanziari in affiancamento alla contabilità economica	24%	SI	SI	100%
OS002	Implementazione del SGQ*	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI		

**L'indicatore è stato eliminato in quanto l'ufficio non è responsabile/competente per le procedure inserite nella documentazione soggetta agli audit del Sistema di Gestione Qualità. I pesi pertanto sono stati riparametrati*

Ufficio Amministrazione Economica del Personale**

Responsabile	Roberto Luongo a.i.
Centro di Costo	SH20
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 29.164.651
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 28.668.280,91
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 30,00
Risorse Umane 2015	15

**Risultato
Performance
2015**

96,9%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Implementazione del SGQ*	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	-	-
OS002	Miglioramento della qualità dei servizi resi a stakeholder interni	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction sul servizio e/o supporto informativo/consulenziale	24%	4	3,48	87%
OS002	Migliorare la comunicazione nei confronti del personale su istituti economici, fiscali e previdenziali	Numero di vademecum informativi redatti/aggiornati trasmessi al personale	41%	3	3	100%
OS002	Migliorare la gestione delle informazioni per il controllo strategico	Reportistica trimestrale condivisa per l'Alta Direzione per il monitoraggio strategico	35%	SI	SI	SI

*L'indicatore è stato eliminato in quanto l'ufficio non è responsabile/competente per le procedure inserite nella documentazione soggetta agli audit del Sistema di Gestione Qualità. I pesi pertanto sono stati riparametrati.

**dal 9 novembre 2015 l'ufficio ha cambiato denominazione in "Ufficio Amministrazione del Personale".

Ufficio Organizzazione e Gestione Risorse umane**

Responsabile	Marina Damaggio
Centro di Costo	SH30
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 362.600
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 313.017
Risorse Promozionali Spese 2015	//
Risorse Umane 2015	18

**Risultato
Performance
2015**

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%
OS002	Migliorare la gestione delle informazioni per il controllo strategico	Completamento dell'informatizzazione degli stati di servizio del personale	30%	SI	SI	100%
OS002	Miglioramento della qualità dei servizi resi a stakeholder interni	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction sul servizio e/o sul supporto informativo/consulenziale (scala da 1 a 5)	25%	4	4	100%
OS002	Migliorare la comunicazione nei confronti del personale su istituti giuridici, formazione e gestione del personale	Numero di vademecum informativi redatti/aggiornati trasmessi al personale	25%	3	4	133,33%
OS002	Migliorare la gestione delle informazioni per il controllo strategico	Reportistica trimestrale condivisa con l'Alta Direzione per il monitoraggio strategico	5%	SI	SI	100%

**dal 9 novembre 2015 l'ufficio ha cambiato denominazione in "Ufficio Gestione Giuridica e sviluppo Risorse Umane".

Ufficio Servizi Informatici***

Responsabile	Roberto Lovato
Centro di Costo	SH40
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 3.701.475
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 3.559.021,33
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 88.094,06
Risorse Umane 2015	14

**Risultato
Performance**

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%
OS002	Realizzazione Piattaforma E-Learning Agenzia ICE	Attivazione della Piattaforma per l'erogazione di Corsi di Formazione in modalità E-Learning	20%	SI	SI	100%
OS002	Portale per le richieste di Assistenza Ufficio Servizi Informatici	Attivazione del Portale	20%	SI	SI	100%
OS002	Ampliamento delle funzionalità del servizio di Posta Gmail	Implementazione delle funzioni PEC, Firma Digitale e Servizio di Invio Massivo	20%	SI	SI	100%
OS002	Miglioramento della rete di trasmissione dati tra Sede centrale e Rete Estera	Percentuale di uffici presso cui verrà implementata la nuova Rete di Sicurezza S-Ripa	25%	50%	60%	120%

***dal 9 novembre 2015 l'ufficio è passato al Coordinamento Marketing cambiando anche il centro di costo in SG50.

Ufficio Patrimonio, Acquisti e Servizi Generali

Responsabile	Paola Paolucci
Centro di Costo	SH50
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 2.477.334
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 2.241.580,83
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 917,20
Risorse Umane 2015	18

Risultato Performance

2015

99,6%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%
OS002	Miglioramento della qualità dei servizi resi a stakeholder interni	Giudizio medio complessivo di customer satisfaction sul servizio/supporto informativo, di assistenza o di consulenza per le attività rivolte al cliente interno (scala da 1 a 5)	20%	4	3,91	97,75%
OS002	Migliorare la comunicazione nei confronti del personale sulla contrattualistica e i servizi generali	Numero di vademecum informativi redatti/aggiornati trasmessi al personale	55%	2	2	100%
OS002	Miglioramento della qualità dei servizi resi a stakeholder interni	Progettazione di un repertorio unico dei contratti per la Rete Ice Agenzia (individuazione dei suoi contenuti e dei possibili collegamenti con procedure gestite da altre unità organizzative)	10%	SI	SI	100%

Ufficio di Milano

Responsabile	Marinella Loddo
Centro di Costo	AD10
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 393.000
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 280.701
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 291.287,45
Risorse Umane 2015	11

**Risultato
Performance**

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Rilevazione della soddisfazione dei clienti/utenti	Grado di soddisfazione dei partecipanti a iniziative di cui l'ufficio è centro di responsabilità (scala da 1 a 5)	20%	4,3	4,3	100%
OS001	Incrementare il numero di aziende assistite gratuitamente e a pagamento	Numero clienti-utenti	35%	800	1127	140,88%
OS002	Rafforzamento e miglioramento delle politiche di partenariato	Numero di iniziative di collaborazione e di promozione in partenariato con gli enti territoriali	30%	7	8	114,29%
OS002	Implementazione del SGQ	Riscontro positivo agli Audit di Qualità (interni e/o di certificazione)*	15%	SI	SI	100%

ADDIS ABEBA

Responsabile	BIANCHI ALESSIA
Centro di Costo	4QD1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 157.093
Risorse Istituzionali Spese 2015	€140.265
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 90.366,91
FTE - Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	1,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	1,66

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 5.000	6.185	123,70%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,00	100%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,50	104,65%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	40	44	110%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	83	141	170%

ALGERI

Responsabile	AGOSTINACCHIO GIUSEPPE
Centro di Costo	4NA1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 311.290
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 305.276
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 812.363,35
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,30
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	7,38

Risultato Performance

2015

95,9%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 72.000	66.417	92,25%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,71	92,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,41	102,56%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	177	257	145%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	221	597	270%

ALMATY

Responsabile	SCUOTTO MICHELE
Centro di Costo	2EH3
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 381.552
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 380.537
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 424.160,63
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,1
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,15

Risultato Performance

2015

86,7%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 68.000	€ 50.544	74%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,36	84%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,35	101%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	148	191	129%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	185	165	89%

AMMAN*

Responsabile	PONZ DE LEON ALESSIO
Centro di Costo	4HB1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 312.144
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 312.934
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 185.679,33
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,98

Risultato Performance

2015

78,8%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 23.000	€ 15.125,50	65,76%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	3,93	98,25
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane **	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	168	2	1,19%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	349	425	122%

* Include Ramallah, Erbil

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati

BAKU

Responsabile	D'APREA LUIGI
Centro di Costo	2EE1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 289.493
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 301.762
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 539.595,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	4,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	4,82

Risultato Performance

2015

91%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 68.000	€ 50.193	73,81%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,82	95,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,38	102%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	116	119	102,59%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	145	357	246%

BANGKOK

Responsabile	DE CILLIS FABIO
Centro di Costo	5IE1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 251.310
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 256.640
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 257.174,73
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	3,6
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	5,85

Risultato Performance

2015

98,3%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 14.000	€ 14.274	102%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	4,00	100%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane **	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	140	106	75,71%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	176	347	197%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati

BEIRUT

Responsabile	GIANGRANDE MARINA
Centro di Costo	4HD1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 381.785
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 390.635
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 191.416,18
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,7
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,04

Risultato Performance

2015

87,8%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 15.000	€ 8.875,10	59,17%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,5	112,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,83	112%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	145	183	126%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	302	496	164%

BELGRADO*

Responsabile	MAFODDA GIOVANNI
Centro di Costo	2EP1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 384.237
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 384.445
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 166.880,64
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,8
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	8,00

Risultato Performance

2015

85,7%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 30.000	€ 17.117	57%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,78	94,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,80	112%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	192	421	219%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici ⁽⁴⁾	15%	240	1300	541,67%

* Include Podgorica

BERLINO

Responsabile	CASCIOTTI FABIO
Centro di Costo	1AD3
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 975.653
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 971.742
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.660.373,40
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	12,7
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	13,79

Risultato Performance

2015

98%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 41.000	€ 61.392,60	149,74%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,75	93,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,22	98,14%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	331	364	110%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	414	938	227%

BERNA

Responsabile	BERNARDINI SIMONA
Centro di Costo	2BF2
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 363.674
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 335.254
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 709.982,61
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	1,3
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	3,99

Risultato Performance

2015

85,7%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 10.000	€ 15.102	151%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	4,00	100%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane**	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	96	126	131%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	200	57	29%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati.

BOGOTÀ

Responsabile	PAOLO PONTI
Centro di Costo	7ME1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 221.605
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 211.253
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 315.751,14
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	3,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	3,00

Risultato Performance

2015

99%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 12.000	€12.222,05	102%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,75	118,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	5,00	116%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	72	58	80,56%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	150	449	299%

BRUXELLES

Responsabile	DI CLEMENTE FABRIZIO
Centro di Costo	1AA1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 931.163
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 895.962
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 422.134,65
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	10,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	9,80

Risultato Performance

2015

99,5%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	15%	€ 37.000	€ 45.183,08	122%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,28	107%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,21	98%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Expression of interest /offerte redatte e presentate alla Commissione Europea	15%	6	18	300%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	235	302	128,51%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	490	863	176%

BUCAREST

Responsabile	GENTILE LUCA
Centro di Costo	2EF1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 317.471
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 308.081
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 109.107,04
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	9,7
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	10,00

Risultato Performance

2015

99,7%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 30.000	€ 40.325,38	134,42%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,95	98,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,38	102%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	240	281	117%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	500	582	116,40%

BUDAPEST

Responsabile	BULF MARCO
Centro di Costo	2EG1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 365.743
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 367.338
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 165.524,68
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,40

Risultato Performance

2015

87,5%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 33.000	€ 19.223,25	58,25%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,16	104%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	5,00	116,28%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	154	190	123,38%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	192	497	258,85%

BUENOS AIRES

Responsabile	LA VERGHETTA SERGIO
Centro di Costo	7MA1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 391.696
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 386.358
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 211.218,33
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,5
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,00

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 13.000	€ 14.394,55	110,73%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	4,75	118,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane **	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	144	195	135,42%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	300	408	136%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati

CANTON

Responsabile	QUATTROCCHI PAOLO
Centro di Costo	6LE3
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 360.208
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 359.091
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 492.515,79
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	4,8
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	5,00

Risultato Performance

2015

91,2%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 20.000	€ 17.040,40	85,20%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,38	84,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,29	99,77%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	119	110	92,44%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	149	152	102%

CARACAS

Responsabile	CUCINO PIER ALBERTO
Centro di Costo	7MW1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 295.999
Risorse Istituzionali Spese 2015	€295.949
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 26.276,18
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	4,6
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	4,96

Risultato Performance

2015

93,4%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 10.000	€ 8.640	86,40%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	5,00	125%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane **	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	168	140	83,33%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	350	786	224,57%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati

CASABLANCA

Responsabile	BIFULCO GIOVANNI
Centro di Costo	4ND1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 451.302
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 505.606
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 423.966,36
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	6,7
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	7,00

Risultato Performance

2015

98,1%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 31.000	€ 33.527	108,15%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,77	94,25%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,22	98,14%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	194	344	177,32%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	242	566	233,88%

CHICAGO

Responsabile	PICARIELLO MATTEO
Centro di Costo	3CB3
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€843.958
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 836.986
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 5.097.630,90
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	8,4
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	8,07

Risultato Performance

2015

92,6%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 57.000	€ 51.434,30	90,24%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,50	112,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,48	104,19%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	168	173	102,98%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	210	147	70%

CITTA' DEL MESSICO

Responsabile	PARANO SALVATORE
Centro di Costo	3MP1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 452.894
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 434.535
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.164.272,90
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	6,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	7,00

Risultato Performance

2015

97,2%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 22.000	€ 20.329,55	92,41%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,33	108,25%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,23	98,37%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	106	104	98,11%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	133	743	558,65%

DOHA

Responsabile	FERRARI ANDREA
Centro di Costo	4GG1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 318.038
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 318.611
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 415.235,64
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	3,7
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	4,43

Risultato Performance

2015

99,2%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 15.000	€ 30.630	204,20%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,60	115%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,16	96,74%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	106	121	114,15%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	240	275	114,58%

DUBAI

Responsabile	BRUNO GIANPAOLO
Centro di Costo	4GB1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 819.830
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 897.974
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.831.768,39
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	9,2
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	8,00

Risultato Performance

2015

97,5%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 49.000	€ 54.832,50	111,90%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,65	91,25%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,25	98,84%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	158	306	193,67%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	198	298	150,51%

GIACARTA

Responsabile	LIBERATORI ALESSANDRO
Centro di Costo	5IC1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 404.636
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 410.894
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 347.231,09
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,7
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,18

Risultato Performance

2015

86,4%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 32.000	€ 21.966,10	68,64%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,14	103,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,38	101,86%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese ⁽³⁾	5%	148	24	16,22%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici ⁽⁴⁾	15%	185	514	277,84%

HOCHIMIN CITY

Responsabile	SANTARELLI BRUNA
Centro di Costo	5LM1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 285.530
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 282.746
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 297.778,64
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	5,85

Risultato Performance

2015

93,7%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 35.000	€ 31.273,83	89,36%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,53	113,25%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,70	109,30%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	140	53	37,86%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	293	608	207,51%

HONG KONG

Responsabile	GUIDA PAOLA
Centro di Costo	6KB1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 844.484
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 864.513
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.001.916,75
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	9,00

Risultato Performance

2015

99,5%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 83.000	€ 187.974,92	226,48%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,50	112,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,22	98,14%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	216	222	102,78%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	270	621	230%

IL CAIRO

Responsabile	SPONZILLI MASSIMILIANO
Centro di Costo	4NB1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 325.406
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 328.018
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 271.855,46
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,2
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,00

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 13.000	€ 24.555	188,88%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,60	115%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	5,00	116,28%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	144	277	192,36%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	300	397	132,33%

ISTANBUL

Responsabile	MUSELLA ANIELLO
Centro di Costo	2BG1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 831.712
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 891.286
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 470.259,03
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	10,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	11,00

Risultato Performance

2015

75,6%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 30.000	€ 8.125	27,08%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,80	95%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,31	100,23%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	264	197	74,62%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	330	1001	303,33%

JOHANNESBURG

Responsabile	PINTUS MARCO
Centro di Costo	8QL1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 526.416
Risorse Istituzionali Spese 2015	€523.153
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 351.013,96
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	8,92

Risultato Performance

2015

76,9%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 55.000	€ 32.716,30	59,48%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,33	108,25%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,56	106,05%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	214	109	50,93%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	268	117	43,66%

KIEV

Responsabile	GERBINO ALESSANDRO
Centro di Costo	2EH2
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 396.408
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 399.746
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 46.553,99
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	9,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	9,00

Risultato Performance

2015

72,9%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 15.000	€ 7.480	49,87%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	4,40	110%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane **	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	216	0	0,00%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	450	537	119,33%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati.

KUALA LUMPUR

Responsabile	PORSIA SAMUELE
Centro di Costo	5ID1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 360.197
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 348.914
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 79.212,45
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	6,6
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,81

Risultato Performance

2015

84,8%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 26.000	€ 18.356	70,60%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	4,67	116,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	-	
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	163	84	51,53%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	204	493	241,67%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati.

LONDRA

Responsabile	CELI ZULLO FORTUNATO
Centro di Costo	1AE1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 710.911
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 969.949
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.811.297,86
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,60

Risultato Performance

2015

93,8%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 35.000	€ 48.561	138,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,50	104,65%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	3,00	75%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	158	254	160,76%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	198	577	291,41%

LOS ANGELES

Responsabile	BLANDOLINO FLORINDO
Centro di Costo	3CB2
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€896.890
Risorse Istituzionali Spese 2015	€994.887
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.301.313,06
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	10,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	10,00

Risultato Performance

2015

98,9%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 26.000	€52.719,30	202,77%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,38	109,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,61	107,21%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese ⁽³⁾	5%	240	188	78,33%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici ⁽⁴⁾	15%	300	327	109%

LUANDA

Responsabile	DEL GROSSO MARIA MADDALENA
Centro di Costo	4QA1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€323.600
Risorse Istituzionali Spese 2015	€333.229
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.083.862,93
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	1,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	3,73

Risultato Performance

2015

72,2%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 5.000	€3.692	73,84%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	5,00	125%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,42	102,79%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	90	0	0,00%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	187	1	0,53%

LUBIANA

Responsabile	SCELSA ELISA
Centro di Costo	2ES1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€242.699
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 230.628
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 69.567,59
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	5,01

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 19.000	€21.019,50	110,63%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	4,18	104,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane **	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	120	159	132,39%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	150	1509	1006%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati.

MADRID

Responsabile	VERNA MARCO
Centro di Costo	1AK1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 507.074
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 505.090
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 460.776,39
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	6,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	7,86

Risultato Performance

2015

99,5%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 20.000	€26.478	132,39%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,31	107,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,42	102,79%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	189	169	89,42%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	393	578	147,07%

MAPUTO

Responsabile	FERRI MAURIZIO
Centro di Costo	4QI1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 236.252
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 219.467
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 463.695,94
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	2,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	3,84

Risultato Performance

2015

98,4%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 10.000	€9.938,50	99,39%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	5,00	125%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,31	100,23%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	92	121	131,52%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	115	104	90,43%

MIAMI

Responsabile	ALBANO GIANCARLO
Centro di Costo	3CB7
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 311.420
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 389.221
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.116.065,55
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	3,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	5,04

Risultato Performance

2015

82,3%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 20.000	€ 17.253	86,27%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,00	75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,57	106,28%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	121	115	95,04%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	151	80	52,98%

MOSCA*

Responsabile	CELESTE PIERPAOLO
Centro di Costo	2EH1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 1.975.627
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 1.981.592
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.338.693,18
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	26,3
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	27,00

Risultato Performance

2015

82%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 93.000	€40.776,30	43,85%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,82	95,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,34	100,93%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	648	838	129,32%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	810	1519	187,53%

* Include Ekaterinburg, San Pietroburgo, Novosibirsk

MUMBAI

Responsabile	MARIANI MAURO
Centro di Costo	5LG1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 470.206
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 467.288
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 153.356,57
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	8,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	9,14

Risultato Performance

2015

63%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 15.000	€2.646,80	17,65%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,00	100%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	3,87	90,00%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	219	32	14,61%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	457	288	63,02%

NEW DELHI

Responsabile	PENSABENE FRANCESCO
Centro di Costo	5LG2
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 541.026
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 552.144
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 412.526,93
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,5
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	9,00

**Risultato
Performance**

2015

90,5%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 26.000	€19.971,15	76,43%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,00	100%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,50	104,65%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	216	111	51,39%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici ⁽⁴⁾	15%	450	568	126,22%

NEW YORK*

Responsabile	FORTE MAURIZIO
Centro di Costo	3CB1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 2.495.655
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 2.468.821
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 9.969.756,51
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	23,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	26,01

Risultato Performance

2015

99,6%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 123.000	€129.899,16	105,61%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,23	105,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,36	101,40%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	624	579	92,79%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	780	1050	134,62%

* Include Atlanta

PARIGI

Responsabile	LA CORTE LAURA
Centro di Costo	1AC1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 1.207.375
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 1.150.450
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 3.054.649,83
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	10,1
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	12,33

Risultato Performance

2015

99,8%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 35.200	€ 46.723,50	132,74%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,00	100%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,27	99,30%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	296	516	174,32%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	370	809	218,65%

PECHINO*

Responsabile	SCARPA AMEDEO
Centro di Costo	6LE1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 1.301.322
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 1.308.986
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.758.324,05
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	15,8
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	16,15

Risultato Performance

2015

78,7%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 43.000	€30.803,50	71,64%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,67	91,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,08	94,88%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	388	0	0,00%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	485	340	70,10%

* Include Chengdu, Tianjin

RIYADH*

Responsabile	LAMACCHIA GIUSEPPE
Centro di Costo	4GA2
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 423.342
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 457.435
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 419.831,35
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,92

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 30.000	€37.337	124,46%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,59	114,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,50	104,65%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese ⁽³⁾	5%	166	197	118,67%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	208	459	220,67%

* Include Kuwait

SAN PAOLO

Responsabile	DI GIOVANCARLO ERICA
Centro di Costo	7MC1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 933.030
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 837.876
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 1.939.143,84
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	10,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	11,15

Risultato Performance

2015

83,3%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 38.000	€20.907,24	55,02%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,80	120%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,54	105,58%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese ⁽³⁾	5%	268	522	194,78%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici ⁽⁴⁾	15%	335	263	78,51%

SANTIAGO

Responsabile	MANENTI GIUSEPPE
Centro di Costo	7MD1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 335.376
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 351.508
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 753.566,67
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	6,6
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,88

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 32.000	€ 36.792,05	114,98%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,70	117,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,70	109,30%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	165	236	143%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	206	453	219,09%

SEOUL

Responsabile	BELLUSCI PAOLA
Centro di Costo	6KA1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 471.632
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 478.676
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 444.708,01
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,6
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	7,94

Risultato Performance

2015

94,2%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 37.000	€ 53.482	144,55%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,36	109%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,86	113,02%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	191	189	98,95%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici ⁽⁴⁾	15%	397	246	61,96%

SHANGHAI

Responsabile	PASQUALUCCI CLAUDIO
Centro di Costo	6LE2
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 985.683
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 1.012.208
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.917.957,53
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,3
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	10,62

Risultato Performance

2015

74,4%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 48.000	€ 34.203	71,26%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,20	80%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,30	100%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese ⁽³⁾	5%	255	700	274,51%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici ⁽⁴⁾	15%	319	64	20%

SIDNEY

Responsabile	BACCANARI ANTONIETTA
Centro di Costo	6DA2
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 520.699
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 513.783
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 421.334,82
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	6,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	5,89

Risultato Performance

2015

100%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 20.000	€ 21.667,50	108,34%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,55	113,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,38	101,86%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	141	164	116,31%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	295	429	145,42%

SINGAPORE

Responsabile	RADICATI LEONARDO
Centro di Costo	5KC1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 634.173
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 655.014
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 557.497,84
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	6,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,00

Risultato Performance

2015

96,2%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 20.000	€ 17.465	87,33%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,00	100%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,46	103,72%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	144	202	140,28%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	300	818	272,67%

SOFIA*

Responsabile	BRUNO CINZIA
Centro di Costo	2EA1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 357.542
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 326.583
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 142.676,34
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	7,8
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	8,74

Risultato Performance

2015

90%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 38.000	€28.139,80	74%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,37	109,25%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,30	100%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	210	117	55,71%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	262	1335	509,54%

* Include Skopje

STOCCOLMA

Responsabile	CIPOLLINI CORRADO
Centro di Costo	2AQ1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 573.384
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 574.697
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 553.790,39
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,7
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	7,29

Risultato Performance

2015

97,9%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 35.000	€61.651,50	176,15%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,00	100%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,17	96,98%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	175	128	73,145%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	219	342	156,165%

TAIPEI

Responsabile	PETRO' CHIARA
Centro di Costo	6KD1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 315.310
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 311.729
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 131.317,01
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	4,1
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	5,00

Risultato Performance

2015

79,7%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 17.000	€8.390,20	49,35%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	4,20	105%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	120	186	155%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	250	456	182,40%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati.

TEHERAN

Responsabile	MARTIGNAGO GABRIELE
Centro di Costo	4GC1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 330.815
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 333.758
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 533.518,06
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	3,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	4,88

Risultato Performance

2015

96,2%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 10.000	€ 25.188,50	251,89%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,58	114,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,07	94,65%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	117	407	347,86%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	244	204	83,61%

TEL AVIV

Responsabile	GUIDO MASSIMILIANO
Centro di Costo	4HC1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 438.889
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 437.160
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 136.824,42
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	4,9
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	5,83

Risultato Performance

2015

94%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 20.000	€16.020	80,10%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,43	110,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,43	103,02%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	140	186	132,86%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	292	394	134,93%

TIRANA*

Responsabile	LOMBARDI GABRIELLA
Centro di Costo	2FA1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 229.318
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 224.613
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 163.601,20
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,3
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	5,84

Risultato Performance

2015

99,2%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 14.000	€ 20.603	147,16%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,2	105%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,17	96,98%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	140	1259	899,29%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	292	1503	514,73%

* Include Pristina

TOKYO

Responsabile	MARTELLINI ARISTIDE
Centro di Costo	6DB1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 1.639.443
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 1.704.339
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 4.051.590,79
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	13,4
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	15,67

Risultato Performance

2015

99,7%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€128.000	€ 169.004	132,03%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,74	118,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,25	98,84%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	376	428	113,83%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici ⁽⁴⁾	15%	470	557	118,51%

TORONTO*

Responsabile	BOVA PASQUALE
Centro di Costo	3CA2
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 1.011.943
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 971.914
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 2.200.546,34
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	10,6
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	11,62

Risultato Performance

2015

98,4%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 51.000	€ 64.717,50	126,90%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	3,75	93,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,87	113,26%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese ⁽³⁾	5%	279	705	252,69%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici ⁽⁴⁾	15%	581	803	138,21%

* Include Montreal

TUNISI

Responsabile	SALAZAR ELISA
Centro di Costo	4NG1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 165.033
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 164.527
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 52.585,55
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	6,00
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,00

Risultato Performance

2015

80,5%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 20.000	€ 11.466	109,03%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	3,70	92,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane **	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	144	157	109%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	300	441	147%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati.

VARSAVIA

Responsabile	FEDERICO GIUSEPPE
Centro di Costo	2ED1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 390.693
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 392.795
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 101.769,49
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	8,1
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	9,00

Risultato Performance

2015

77,4%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 36.000	€ 25.485,20	70,79%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	4,07	101,75%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane **	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	216	1057	489,35%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	270	122	45,19%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati.

VIENNA

Responsabile	VENTRESCA ANTONIO
Centro di Costo	2AN1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 521.791
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 503.724
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 163.677,47
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	5,7
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	6,00

Risultato Performance

2015

99,4%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	40%	€ 25.000	€ 25.047	100,19%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	33%	4,0	4,00	100%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	-	-
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	7%	144	131	90,97%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	20%	300	375	125%

** L'ufficio Promozione del Made in Italy ha comunicato a STP con email del 24.02.16 di non aver rilevato dati di customer satisfaction per questo ufficio l'indicatore quindi è stato eliminato e i pesi sono stati riparametrati.

ZAGABRIA*

Responsabile	SESSA MASSIMO
Centro di Costo	2EC1
Risorse Istituzionali Assegnate 2015	€ 363.512
Risorse Istituzionali Spese 2015	€ 357.267
Risorse Promozionali Spese 2015	€ 269.427,80
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali	9,4
FTE Personale ruolo e locale su fondi istituzionali - consuntivo 2015	10,00

Risultato Performance

2015

82,8%



Obiettivi Strategici	Obiettivi Unità Organizzativa	Indicatori	Peso	Target 2015	Consuntivo 2015	Performance 2015 Indicatore
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	Ricavi da servizi	30%	€ 40.000	€ 17.127,50	42,82%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di assistenza resi alle imprese italiane	25%	4,0	4,38	109,50%
OS001	Migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela	Customer satisfaction sui servizi di promozione resi alle imprese italiane	25%	4,3	4,59	106,74%
OS001	Migliorare il livello di efficacia delle attività	n. servizi gratuiti resi alle imprese	5%	240	744	310%
OS002	Migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio	n. di informazioni prodotte dagli uffici	15%	500	1586	317,20%

* Include Sarajevo

ALLEGATO N. 3

“Tabella relativa alle valutazioni individuali”

DELIBERA CIVIT 5/2012

Tabella 1 - Categorie di personale oggetto della valutazione individuale

	personale valutato (valore assoluto)	periodo conclusione valutazioni		Quota di personale con comunicazione della valutazione tramite colloquio con valutatore (indicare con "X" una delle tre opzioni)		
		mese e anno (mm/aaaa)	valutazione ancora in corso (SI/NO)	50% - 100%	1% -49%	0%
Dirigenti di I fascia e assimilabili						
Dirigenti di II fascia e assimilabili	35	giu-16	NO	X		
Non dirigenti	414	giu-16	NO	X		

Tabella 2 - Peso (%) dei criteri di valutazione

	contributo alla <i>performance</i> complessiva dell'amm.ne	obiettivi organizzativi della struttura di diretta responsabilità	capacità di valutazione differenziata dei propri collaboratori	obiettivi individuali	obiettivi di gruppo	contributo alla <i>performance</i> dell'unità organizzazione di appartenenza	competenze/ comportamenti professionali e organizzativi posti in essere
Dirigenti di I fascia e assimilabili							
Dirigenti di II fascia e assimilabili	Nota 1	60	Nota 2	/			40
Non dirigenti	Resp. Uff. Estero - Titolari di pos. Organizzative			60			40
	Dip.Aree IIIIF,IIF,IF Sede, Milano, Estero			50			50

Nota 1

Il ciclo della Performance definisce gli obiettivi strategici dell'Agenzia a cui vengono correlati gli obiettivi delle unità organizzative componenti la struttura e la misurazione delle performance individuali.

Nota 2

La dirigenza è valutata anche per il parametro di comportamento "Gestione e valutazione delle risorse umane" finalizzato a misurare la capacità di differenziazione dei giudizi del dirigente.

Tabella 3 - Distribuzione del personale per classi di punteggio finale

	personale per classe di punteggio		
	100%- 90%	89%- 60%	inferiore al 60%
Dirigenti di I fascia e assimilabili			
Dirigenti di II fascia e assimilabili	22	13	-
Non dirigenti	289	125	-

Tabella 4 - Collegamento alla performance individuale dei criteri di distribuzione della retribuzione di risultato/premi inseriti nel contratto integrativo

	Si (indicare con "X")	No (indicare con "X")	(se si) indicare i criteri	(se no) motivazioni	data di sottoscrizione (gg/mm/aaaa)
Dirigenti e assimilabili	X		Nota 3		Nota 4
Non dirigenti	X				

Nota 3

La correlazione della performance individuale alla premialità per dirigenti e non dirigenti tiene conto dei seguenti criteri:
 Per i non dirigenti il giudizio finale di ciascun valutato viene raccolto in classi di punteggio (100 – 91; 90,99 - 79; 78,99 - 63; 62,99 - 45; inferiore a 44,99), a ciascuna classe viene correlato l'ammontare della premialità (rispettivamente 100%, 95%, 90%, 80%, corrisposta in misura proporzionale). Per i dirigenti, il giudizio finale è correlato alla retribuzione di risultato che viene corrisposta in misura proporzionale al giudizio nel rispetto delle previsioni dell'art.24 c.2 e 3 del CCNL 2006/2009.

Nota 4

Detti criteri di distribuzione mutuano dall'ex-Istituto i criteri approvati dal MEF per il 2012, integrati da quanto approvato dal MEF in merito alla infrannualità della erogazione per il 2015.

Tabella 5 - Obblighi dirigenziali

I sistemi di misurazione e valutazione sono stati aggiornati, con il richiamo alle previsioni legislative degli obblighi dirigenziali contenute anche nei recenti provvedimenti legislativi e, in primo luogo, nella legge per la prevenzione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione?

Si (indicare con "X")	No (indicare con "X")
X	