



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - AGENZIA

ALLEGATI

ALLEGATO 1 – FAC-SIMILE DI SCHEDA DI VALUTAZIONE

Scheda di valutazione

Organizzazione	Ufficio estero		
Nominativo	Mario Rossi		
Livello	III F5	Resp.uff. io Estero - Non Dirigente	
Incarico/Posizione			
Periodo	01-JAN-	31-JAN-	
Anno	Franco Verdi		
Valutatore			

Data assegnazione	Data valutazione	O.S.	Obiettivo U.O.	Indicatore	Peso (%)	Consuntivo anno precedente	Target	Valutazione
01-JAN-		OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Conspettivi da servizi di assistenza e/o privatech (rilevati mediante Epi per anno di competenza) (2EP1)	20	33.366,50	+10%	100%
01-JAN-		OS002	Aumento dei servizi erogati rispetto al 2011	Numero delle aziende utenti/clienti (rilevato mediante simfloweb) (2EP1)	40	401	10%	69%
01-JAN-		OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle informazioni (news, guide al mercato e pubblicazioni) rilevato mediante il cruscotto direzionale e Intranet (2EP1)	20	63	7%	100%
01-JAN-		OS001	Aumento delle informazioni di settore, di mercato e delle opportunità commerciali rispetto al 2011	Numero delle opportunità commerciali e gare (rilevato mediante Intranet e cruscotto direzionale) (2EP1)	10	26	7%	100%
01-JAN-		OS003	Rilevazione della customer satisfaction degli operatori locali per eventi promozionali	Misurazione del grado di soddisfazione (scala da 1 a 5) (2EP1)	10	5	3,2	0%

Gli obiettivi sono valutati con una scala di valori da 0 a 100

Comportamenti	Livello Atteso	Valutazione
Capacità e consapevolezza organizzativa	4	4
Flessibilità	per Dirigenti e Professionisti 4, per altri 3	4
Gestione e valutazione delle risorse umane	4	4
Impegno verso l'Organizzazione	per Dirigenti e Professionisti 4, per altri 3	4
Orientamento al Cliente e/o al Servizio	per Dirigenti e Professionisti 4, per altri 3	4

I comportamenti sono valutati con una scala di valori da 1 a 5

Punteggio scheda 78.5

Osservazioni del dipendente:

Dipendente:

Valutatore:

Data: __/__/__

ALLEGATO 2 - INDICATORI COMPORTAMENTALI (DIRIGENTI)

Comportamento	Indicatori	Livello atteso
GESTIONE E VALUTAZIONE DELLE RISORSE UMANE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare scarsa attenzione nei confronti dello sviluppo professionale delle persone assegnate e della loro partecipazione al raggiungimento degli obiettivi; 2. Dare supporto non sempre adeguato alla crescita professionale delle persone assegnate e promuoverne lo sviluppo delle competenze senza un approccio sistematico; 3. Supportare sistematicamente lo sviluppo professionale delle risorse umane gestite, anche esprimendo valutazioni differenziate; 4. Riconoscere e orientare le competenze professionali delle risorse umane gestite, coinvolgendole attivamente nel raggiungimento degli obiettivi e valutandone l'impegno individuale; 5. In qualità di leader riconosciuto, ottenere dal personale assegnato la massima partecipazione al raggiungimento degli obiettivi, valutando la partecipazione di ciascuno con evidenza dei punti di forza e di debolezza e suggerendo programmi e azioni di formazione specifica. 	3
INNOVAZIONE E FLESSIBILITA'	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare resistenza alle innovazioni organizzativo gestionali ed al processo di valutazione; 2. Assecondare le innovazioni organizzativo gestionali e del processo di valutazione con modesto spirito collaborativo; 3. Partecipare attivamente alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione; 4. Porsi in maniera proattiva di fronte alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione; 5. Promuovere cambiamenti organizzativi per fronteggiare esigenze contingenti e future e/o porsi all'interno del processo di valutazione in una logica di automiglioramento. 	3
IMPEGNO VERSO L'ORG.ZIONE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare resistenza nell'applicazione delle direttive impartite; 2. Attenersi al minimo indispensabile nella gestione del rapporto che intercorre tra il proprio lavoro e gli obiettivi organizzativi; 3. Porre le priorità personali in linea con i bisogni e la missione dell'Agenzia; 4. Anteporre la soddisfazione dei bisogni organizzativi dell'Agenzia ai propri; 5. Avere chiara una visione cui tendere ed assumere decisioni in linea con questa, orientando le scelte di propria competenza verso gli obiettivi dell'Agenzia. 	3

<p>ORIENTAMENTO AL CLIENTE E/O AL SERVIZIO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitarsi a fornire risposte alle richieste esplicite del cliente interno e/o esterno; 2. Offrire risposte di servizio adeguate ai bisogni, sia espliciti che impliciti, dei clienti; 3. Dimostrare attenzione e sensibilità nei confronti delle esigenze del cliente interno e/o esterno, prevenendo situazioni di potenziale disservizio e/o complessità; 4. Considerare la soddisfazione del cliente interno e/o esterno come principale priorità su cui concentrarsi, instaurando un rapporto continuo che consenta di migliorare l'efficacia del servizio offerto; 5. Anticipare i bisogni dei clienti interni e/o esterni proponendo soluzioni innovative di servizio e indirizzi di sviluppo. 	<p>3</p>
<p>CAPACITA' E CONSAPEVOLEZZA ORGANIZZATIVA</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Replicare comportamenti organizzativi e lavorativi acquisiti; 2. Avere consapevolezza delle esigenze di miglioramento della propria unità organizzativa, senza attuare azioni adeguate; 3. Sapere coordinare il lavoro dei propri collaboratori in una logica di miglioramento organizzativo della propria unità; 4. Coinvolgere ed incoraggiare i propri collaboratori, creando un clima di lavoro favorevole e produttivo, dimostrando autocontrollo e capacità di gestione dello stress; 5. Valorizzare e diffondere all'esterno della propria unità i risultati organizzativi e gestionali, in un'ottica di partecipazione e contributo al miglioramento dell'intera struttura. 	<p>3</p>

ALLEGATO 3 - INDICATORI COMPORTAMENTALI (RESPONSABILI RETE ESTERA)

Comportamento	Indicatori	Livello atteso
SVILUPPO E TRASFERIMENTO DELLE CONOSCENZE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare scarso impegno nel trasferimento e diffusione delle conoscenze acquisite; 2. Fornire informazioni e conoscenze solo a chi ne fa richiesta; 3. Impegnarsi nella diffusione agli altri delle conoscenze acquisite; 4. Mettere a disposizione degli altri la propria competenza ed aiutarli nell'affrontare e risolvere situazioni complesse; 5. Promuovere la diffusione del know how organizzativo, offrendo aiuto specialistico in qualità di consulente interno. 	3
INNOVAZIONE E FLESSIBILITA'	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare resistenza alle innovazioni organizzativo gestionali ed al processo di valutazione; 2. Assecondare le innovazioni organizzativo gestionali e del processo di valutazione con modesto spirito collaborativo; 3. Partecipare attivamente alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione; 4. Porsi in maniera proattiva di fronte alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione. 5. Promuovere cambiamenti organizzativi per fronteggiare esigenze contingenti e future e/o porsi all'interno del processo di valutazione in una logica di automiglioramento; 	3
IMPEGNO VERSO L'ORG.ZIONE	<ol style="list-style-type: none"> a. Dimostrare resistenza nell'applicazione delle direttive impartite;; b. Attenersi al minimo indispensabile nella gestione del rapporto che intercorre tra il proprio lavoro e gli obiettivi organizzativi; c. Porre le priorità personali in linea con i bisogni e la missione dell'Agenzia; d. Anteporre la soddisfazione dei bisogni organizzativi dell'Agenzia ai propri; e. Avere chiara una visione cui tendere ed assumere decisioni in linea con questa, orientando le scelte di propria competenza verso gli obiettivi dell'Agenzia. 	3

<p>ORIENTAMENTO AL CLIENTE E/O AL SERVIZIO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitarsi a fornire risposte alle richieste esplicite del cliente interno e/o esterno; 2. Offrire risposte di servizio adeguate ai bisogni, sia espliciti che impliciti, dei clienti; 3. Dimostrare attenzione e sensibilità nei confronti delle esigenze del cliente interno e/o esterno, prevenendo situazioni di potenziale disservizio e/o complessità; 4. Considerare la soddisfazione del cliente interno e/o esterno come principale priorità su cui concentrarsi, instaurando un rapporto continuo che consenta di migliorare l'efficacia del servizio offerto; 5. Anticipare i bisogni dei clienti interni e/o esterni proponendo soluzioni innovative di servizio e indirizzi di sviluppo. 	<p>3</p>
<p>CAPACITA' E CONSAPEVOLEZZA ORGANIZZATIVA</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Replicare comportamenti organizzativi e lavorativi acquisiti; 2. Avere consapevolezza delle esigenze di miglioramento della propria unità organizzativa, senza attuare azioni adeguate; 3. Sapere coordinare il lavoro dei propri collaboratori in una logica di miglioramento organizzativo della propria unità; 4. Coinvolgere ed incoraggiare i propri collaboratori, creando un clima di lavoro favorevole e produttivo, dimostrando autocontrollo e capacità di gestione dello stress; 5. Valorizzare e diffondere all'esterno della propria unità i risultati organizzativi e gestionali, in un'ottica di partecipazione e contributo al miglioramento dell'intera struttura. 	<p>3</p>

ALLEGATO 4 - INDICATORI COMPORTAMENTALI (RESPONSABILI POSIZIONI ORGANIZZATIVE SEDE E MILANO)

Comportamento	Indicatori	Livello atteso
SVILUPPO E TRASFERIMENTO DELLE CONOSCENZE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare scarso impegno nel trasferimento e diffusione delle conoscenze acquisite; 2. Fornire informazioni e conoscenze solo a chi ne fa richiesta; 3. Impegnarsi nella diffusione agli altri delle conoscenze acquisite; 4. Mettere a disposizione degli altri la propria competenza ed aiutarli nell'affrontare e risolvere situazioni complesse; 5. Promuovere la diffusione del know how organizzativo, offrendo aiuto specialistico in qualità di consulente interno. 	3
INNOVAZIONE E FLESSIBILITA'	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare resistenza alle innovazioni organizzativo gestionali ed al processo di valutazione; 2. Assecondare le innovazioni organizzativo gestionali e del processo di valutazione con modesto spirito collaborativo; 3. Partecipare attivamente alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione; 4. Porsi in maniera proattiva di fronte alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione. 5. Promuovere cambiamenti organizzativi per fronteggiare esigenze contingenti e future e/o porsi all'interno del processo di valutazione in una logica di automiglioramento 	3
IMPEGNO VERSO L'ORG.ZIONE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare resistenza nell'applicazione delle direttive impartite; 2. Attenersi al minimo indispensabile nella gestione del rapporto che intercorre tra il proprio lavoro e gli obiettivi organizzativi; 3. Porre le priorità personali in linea con i bisogni e la missione dell'Agenzia; 4. Anteporre la soddisfazione dei bisogni organizzativi dell'Agenzia ai propri; 5. Avere chiara una visione cui tendere ed assumere decisioni in linea con questa, orientando le scelte di propria competenza verso gli obiettivi dell'Agenzia. 	3

<p>ORIENTAMENTO AL CLIENTE E/O AL SERVIZIO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitarsi a fornire risposte alle richieste esplicite del cliente interno e/o esterno; 2. Offrire risposte di servizio adeguate ai bisogni, sia espliciti che impliciti, dei clienti; 3. Dimostrare attenzione e sensibilità nei confronti delle esigenze del cliente interno e/o esterno, prevenendo situazioni di potenziale disservizio e/o complessità; 4. Considerare la soddisfazione del cliente interno e/o esterno come principale priorità su cui concentrarsi, instaurando un rapporto continuo che consenta di migliorare l'efficacia del servizio offerto; 5. Anticipare i bisogni dei clienti interni e/o esterni proponendo soluzioni innovative di servizio e indirizzi di sviluppo. 	<p>3</p>
<p>TENSIONE AL RISULTATO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attenersi al minimo indispensabile nello svolgimento del proprio lavoro; 2. Svolgere correttamente il lavoro assegnato; 3. Risolvere la maggior parte delle problematiche operative, dimostrando impegno, autocontrollo e capacità di gestione dello stress; 4. Risolvere problematiche complesse, anche nuove, attribuendo priorità e stabilendo una linea di azione; 5. Indirizzare e spingere la propria attività e quella dei collaboratori verso il conseguimento di obiettivi innovativi e sfidanti per l'Agenzia nel suo complesso. 	<p>3</p>

ALLEGATO 5 - INDICATORI COMPORTAMENTALI (DIPENDENTI III AREA CONTRATTUALE)

Comportamento	Indicatori	Livello atteso
INNOVAZIONE E FLESSIBILITA'	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare resistenza alle innovazioni organizzativo gestionali ed al processo di valutazione; 2. Assecondare le innovazioni organizzativo gestionali e del processo di valutazione con modesto spirito collaborativo; 3. Partecipare attivamente alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione; 4. Porsi in maniera proattiva di fronte alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione. 5. Promuovere cambiamenti organizzativi per fronteggiare esigenze contingenti e future e/o porsi all'interno del processo di valutazione in una logica di automiglioramento. 	3
IMPEGNO VERSO L'ORG.ZIONE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare resistenza nell'esecuzione delle istruzioni ricevute; 2. Attenersi al minimo indispensabile nella gestione del rapporto che intercorre tra il proprio lavoro e gli obiettivi organizzativi; 3. Porre le priorità personali in linea con i bisogni e la missione dell'Agenzia; 4. Anteporre la soddisfazione dei bisogni organizzativi dell'Agenzia ai propri; 5. Avere chiara una visione cui tendere ed assumere decisioni in linea con questa, orientando le scelte di propria competenza verso gli obiettivi dell'Agenzia. 	3
ORIENTAMENTO AL CLIENTE E/O AL SERVIZIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitarsi a fornire risposte alle richieste esplicite del cliente interno e/o esterno; 2. Offrire risposte di servizio adeguate ai bisogni, sia espliciti che impliciti, dei clienti; 3. Dimostrare attenzione e sensibilità nei confronti delle esigenze del cliente interno e/o esterno, prevenendo situazioni di potenziale disservizio e/o complessità; 4. Considerare la soddisfazione del cliente interno e/o esterno come principale priorità su cui concentrarsi, instaurando un rapporto continuo che consenta di migliorare l'efficacia del servizio offerto; 5. Anticipare i bisogni dei clienti interni e/o esterni proponendo soluzioni innovative di servizio e indirizzi di sviluppo. 	3

<p>ACCURATEZZA E QUALITA'</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attenersi al minimo indispensabile nella cura del proprio ambiente di lavoro; 2. Controllare le proprie attività in riferimento alle scadenze fissate e alla completezza del lavoro; 3. Dimostrare impegno per garantire che l'attività assegnata sia realizzata con accuratezza e qualità; 4. Controllare con costanza ed attenzione lo stato di avanzamento del proprio lavoro rispetto alle scadenze fissate; verificare la completezza e la sicurezza dei dati, al fine di garantire il raggiungimento del livello qualitativo promesso e atteso dal cliente interno e/o esterno; 5. Pianificare in maniera preventiva alcuni momenti di controllo a garanzia della qualità del processo di lavoro nel suo complesso. 	<p>3</p>
<p>PROBLEM SOLVING</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attenersi al minimo indispensabile nell'affrontare le problematiche elementari; 2. Dimostrare sufficiente capacità di risolvere le problematiche operative; 3. Risolvere adeguatamente la maggior parte delle problematiche operative dimostrando impegno e collaborazione; 4. Risolvere problematiche complesse, valutando gli effetti e/o imprevisti di ciascuna alternativa di soluzione e scegliendo l'alternativa ottimale; 5. Garantire la soluzione delle problematiche complesse modificando i propri schemi di lavoro in base a un piano di azione dettagliato. 	<p>3</p>

ALLEGATO 6 - INDICATORI COMPORTAMENTALI (DIPENDENTI II E I AREA CONTRATTUALE)

Comportamento	Indicatori	Livello atteso
<p style="text-align: center;">INNOVAZIONE E FLESSIBILITA'</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimostrare resistenza alle innovazioni organizzativo gestionali ed al processo di valutazione; 2. Assecondare le innovazioni organizzativo gestionali e del processo di valutazione con modesto spirito collaborativo; 3. Partecipare attivamente alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione; 4. Porsi in maniera proattiva di fronte alle innovazioni organizzativo gestionali e al processo di valutazione. 5. Promuovere cambiamenti organizzativi per fronteggiare esigenze contingenti e future e/o porsi all'interno del processo di valutazione in una logica di automiglioramento. 	<p>3</p>
<p style="text-align: center;">INTEGRAZIONE/ COLLABORAZIONE</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Condividere poco le informazioni e la propria esperienza; 2. Relazionarsi con altri solo ed esclusivamente nell'ambito di quanto previsto dalle esecuzioni operative; 3. Dimostrare di comprendere l'importanza che il proprio ed altrui contributo riveste nel raggiungimento dell'obiettivo comune, attivandosi con risultati adeguati; 4. Dimostrare attenzione alle esigenze ed obiettivi delle altre unità organizzative, offrendo disponibilità e supporto; 5. Mettere a disposizione la propria competenza ed esperienza creando sinergie e promuovendo attivamente la coesione e l'attivazione, orientandosi al raggiungimento degli obiettivi complessivi. 	<p>3</p>
<p style="text-align: center;">ORIENTAMENTO AL CLIENTE E/O AL SERVIZIO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitarsi a fornire risposte alle richieste esplicite del cliente interno e/o esterno; 2. Offrire risposte di servizio adeguate ai bisogni, sia espliciti che impliciti, dei clienti; 3. Dimostrare attenzione e sensibilità nei confronti delle esigenze del cliente interno e/o esterno, prevenendo situazioni di potenziale disservizio e/o complessità; 4. Considerare la soddisfazione del cliente interno e/o esterno come principale priorità su cui concentrarsi, instaurando un rapporto continuo che consenta di migliorare l'efficacia del servizio offerto; 5. Anticipare i bisogni dei clienti interni e/o esterni proponendo soluzioni innovative di servizio e indirizzi di sviluppo. 	<p>3</p>

<p>ACCURATEZZA E QUALITA'</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attenersi al minimo indispensabile nella cura del proprio ambiente di lavoro; 2. Controllare le proprie attività in riferimento alle scadenze fissate e alla completezza del lavoro; 3. Dimostrare impegno per garantire che l'attività assegnata sia realizzata con accuratezza e qualità; 4. Controllare con costanza ed attenzione lo stato di avanzamento del proprio lavoro rispetto alle scadenze fissate; verificare la completezza e la sicurezza dei dati, al fine di garantire il raggiungimento del livello qualitativo promesso e atteso dal cliente interno e/o esterno; 5. Pianificare in maniera preventiva alcuni momenti di controllo a garanzia della qualità del processo di lavoro nel suo complesso. 	<p>3</p>
<p>PROBLEM SOLVING</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attenersi al minimo indispensabile nell'affrontare le problematiche elementari; 2. Dimostrare sufficiente capacità di risolvere le problematiche operative; 3. Risolvere adeguatamente la maggior parte delle problematiche operative dimostrando impegno e collaborazione; 4. Risolvere problematiche complesse, valutando gli effetti e/o imprevisti di ciascuna alternativa di soluzione e scegliendo l'alternativa ottimale; 5. Garantire la soluzione delle problematiche complesse modificando i propri schemi di lavoro in base a un piano di azione dettagliato. 	<p>3</p>

ALLEGATO 7 - METODOLOGIA E DEFINIZIONE DEGLI INDICATORI DELLA RETE ESTERA

La scelta degli indicatori relativi alla rete estera dell'ICE-Agenzia e i pesi attribuiti *mirano in primo luogo a far aumentare l'erogazione di servizi a pagamento* (promozionali o di assistenza), soprattutto in quelle unità organizzative che svolgono poca attività promozionale “istituzionale”, tenendo conto delle risorse umane assegnate.

Inoltre sono tesi a sollecitare una maggiore attenzione alla rilevazione e circolazione di informazioni sui rispettivi mercati. Un peso considerevole viene attribuito anche alla qualità dei servizi erogati (soddisfazione della clientela), sia promozionali che di assistenza e informazione.

In buona parte i target del 2013 sono stati calcolati in base ai dati rilevati nel triennio 2010-2012, in modo da essere realistici; gli Uffici sono stati ripartiti in quattro *cluster omogenei*, per tenere conto delle caratteristiche del paese in cui l'Ufficio opera, e gli obiettivi sono stati tarati, laddove possibile, in base al cluster di riferimento. I paesi sono raggruppati in 4 cluster: *maturi vicini, maturi lontani, emergenti vicini, emergenti lontani*¹.

Ai fini del raggiungimento degli obiettivi strategici 1 e 2 individuati nel Piano Triennale della Performance 2013-15, sono stati previsti tre macro-obiettivi:

- migliorare il livello di efficienza e produttività dell'attività dell'Ufficio (impegno);
- migliorare il livello di efficacia dell'attività dell'Ufficio (efficacia);
- migliorare il livello di soddisfazione della qualità percepita dalla clientela (qualità).

Per ogni macro-obiettivo sono individuati alcuni indicatori, che pesano in maniera diversa ai fini della rilevazione del consuntivo.

Gli indicatori individuati sono:

1. RAPPORTO TRA VALORE DEI CORRISPETTIVI E N° DEI SERVIZI A PAGAMENTO

Misura il valore aggiunto dei servizi offerti dalla rete estera e riguarda solo i servizi di assistenza/informazione. Il target da raggiungere, calcolato in base al valore medio del cluster di riferimento, è definito come incremento del livello medio ottenuto da ciascun Ufficio nell'anno precedente.

Il peso di questo indicatore è pari al 12,5% del totale.

¹ Definizione Prometeia.

2. NUMERO DI SERVIZI GRATUITI E A PAGAMENTO, DI ASSISTENZA E INFORMAZIONE, RESI ALLE AZIENDE ITALIANE

Il target è dato dalla somma dei servizi gratuiti e di quelli a pagamento.

Per i servizi a pagamento, l'obiettivo è stato definito selezionando per ciascun Ufficio (all'interno di ciascun cluster) la migliore tra le medie relative agli ultimi 3 anni, con riferimento alle unità di personale (media dei servizi a pagamento per unità di personale). Ciascun Ufficio è tenuto a raggiungere un numero di servizi a pagamento pari al valore medio calcolato, moltiplicato per il numero di unità di personale assegnate.

Per quanto riguarda i servizi gratuiti, l'obiettivo è quello di fornirne almeno 3 per ogni servizio a pagamento (per la scarsa qualità dei dati disponibili non è stato possibile utilizzare la serie storica).

Il peso di questo indicatore è pari al 12,5% del totale.

3. NUMERO DI INFORMAZIONI PRODOTTE DAGLI UFFICI E RELAZIONE SULL'EFFICACIA DELL'INFORMAZIONE

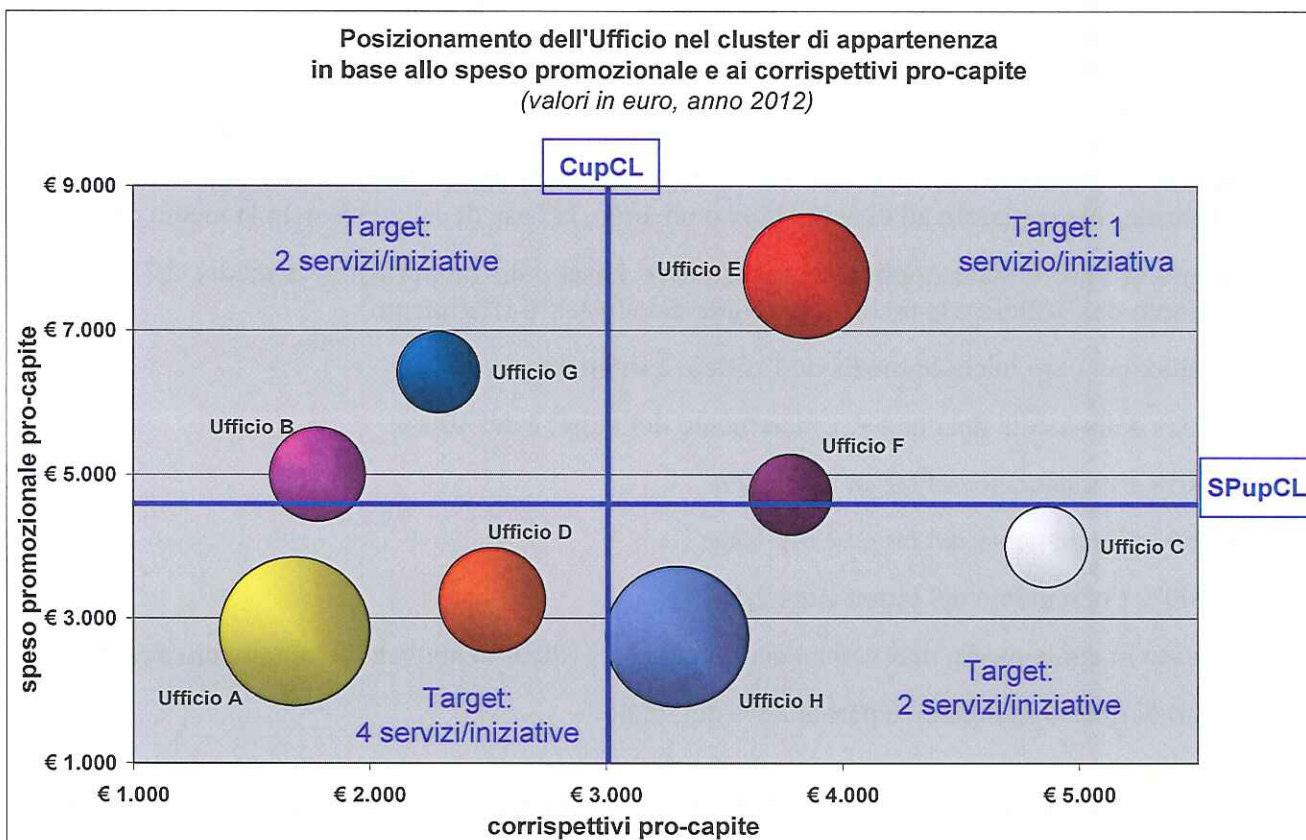
Il target è calcolato prevedendo 35 informazioni l'anno per ciascuna unità di personale (news, opportunità e gare, anteprima grandi progetti, finanziamenti internazionali) e 6 prodotti informativi standard (tra Guida al mercato, pubblicazioni settoriali, prodotti informativi di nuova introduzione (comprese le edizioni aggiornate di uno stesso prodotto). A questo si aggiunge n.1 relazione sulla rilevazione dell'efficacia dell'informazione prodotta.

Il peso di questo indicatore è pari al 10% del totale.

4. NUMERO DI SERVIZI PROMOZIONALI A PAGAMENTO (PRIVATISTICHE), REALIZZATI AL DI FUORI DEL PIANO PROMOZIONALE E DI ALTRI PROGRAMMI DI ATTIVITÀ ISTITUZIONALI (MATTM, Made in Italy).

Le tipologie di "servizi promozionali" da considerare per questo indicatore fanno riferimento al catalogo dei servizi ICE-Agenzia.

Il target assegnato è modulato in base al carico di attività dell'ufficio derivante dai Programmi Promozionali istituzionali e dal livello pro capite dei corrispettivi, prevedendo per ogni ufficio la realizzazione da 1 a 4 iniziative/servizi.



Il peso di questo indicatore è pari al 5% del totale.

5. NUMERO DI INIZIATIVE PROMOSSE NEL PAESE (O NELL'AREA DI COMPETENZA) CON ALTRI SOGGETTI ISTITUZIONALI E/O PRIVATI

Si tratta di promuovere attività in collaborazione con gli altri attori della Cabina di Regia presenti sul territorio. Il target fissato è uguale per tutti gli uffici, prevedendo la realizzazione di almeno una iniziativa ogni 4 unità di persone (almeno 2 iniziative se il numero delle persone è minore/uguale a 8 ecc.). La misurazione dell'obiettivo richiede da parte degli Uffici esteri la registrazione dell'attività in Sinfoweb ("pratiche").

Il peso di questo indicatore è pari al 5% del totale.

6. CORRISPETTIVO

Si riferisce all'importo derivante da servizi di assistenza, promozione e informazione. Comprende i corrispettivi derivanti dalle attività privatistiche, escludendo però dal conteggio di queste ultime le entrate relative a commesse di fondi pubblici (MATTM, Made in Italy e simili).

Come per l'indicatore precedente, il calcolo si basa sulle unità di personale assegnate, sui valori del cluster di riferimento e sull'andamento dell'Ufficio nell'ultimo triennio.

Per la definizione del target 2013, ad esempio, per ogni Ufficio è stata confrontata la media degli ultimi tre anni dei corrispettivi per unità di personale con quella del cluster di riferimento; nel caso in cui la media dell'Ufficio è risultata maggiore di quella del suo cluster, la stessa è stata utilizzata come base di calcolo per la definizione del target. Se i corrispettivi nel triennio 2010-2012 sono risultati sempre inferiori alla media del cluster, ai fini del calcolo la base considerata è stata la migliore performance del triennio. Se l'Ufficio ha avuto una performance media inferiore a quella del cluster, ma superiore ad essa in almeno un anno, la base di calcolo è stata la media dell'Ufficio.

Su questa base è stato applicato un correttivo basato sul rapporto tra la media del corrispettivo raggiunto dall'ufficio e la media conseguita dal cluster di riferimento.

Pertanto, nel caso in cui la media dell'ufficio è inferiore:

- al 35% della media del cluster, l'incremento del target è del 100%;
- al 50%, l'incremento del target è del 50%;
- al 75%, l'incremento del target è del 10%;
- al 100% l'incremento del target è del 2,5%;

Nel caso in cui la media dell'ufficio sia superiore al 100%, si applica un incremento dell'1%.

Il peso di questo indicatore è pari al 25% del totale.

7. NUMERO DI NUOVI INVESTIMENTI ESTERI AVVIATI/REALIZZATI IN ITALIA

Si richiede agli Uffici di monitorare l'avvio di nuovi progetti in Italia e/o l'acquisizione di imprese italiane da parte di investitori locali.

Per il momento a questo indicatore viene attribuito un peso pari allo 0%.

8. CUSTOMER SATISFACTION SUI SERVIZI DI ASSISTENZA E PROMOZIONE

Per la parte promozionale la rilevazione è già centralizzata. Per il 2013 il livello richiesto è pari almeno a 4 (scala da 1 a 5). Per i servizi di assistenza si richiede, sempre per il 2013, un livello medio di 3,5 (scala da 1 a 5); il sistema di rilevazione attraverso la somministrazione di questionari e l'inserimento centralizzato dei dati è da implementare.

Il peso di questo indicatore è pari al 25% del totale.

9. PERCENTUALE DI RECLAMI SUL NUMERO DI SERVIZI, GRATUITI E A PAGAMENTO

Vanno considerati solo i reclami "fondati" e la rilevazione va centralizzata. Il target è raggiunto se non si supera una percentuale del 2% sul numero di servizi forniti.

Il peso di questo indicatore è pari al 5% del totale.