

# Relazione stato dell'arte III Annualità



**PROGETTO UIV-IVSI**

**PROMOZIONE DEI VINI E DEI  
SALUMI EUROPEI DI QUALITÀ  
SUI PAESI INTERNI**

**ITALIA, SVEZIA E FINLANDIA**

# IL PROGETTO UIV-IVSI



- Periodo Annualità: 17 ottobre 2010 – 16 ottobre 2011
- Paesi Coinvolti: Italia; Svezia; Finlandia
- Azioni:
  - AZIONI COMUNI
    - ✦ Partecipazione a Fiere
    - ✦ Incoming Operatori
    - ✦ Formazione Scuole e Ristoratori
    - ✦ Promozione Nella Ristorazione
    - ✦ Campagna Pubblicitaria
  - AZIONI ORIZZONTALI
    - ✦ Sito Internet
    - ✦ DVD
    - ✦ Attività di Ufficio Stampa e Relazioni Esterne

# Partecipazione a Fiere Finlandia



- **LOCATION:** 5 -6 maggio PALACE GOURMET, Eteläranta 10 – Helsinki . 7 maggio PIAZZA NARINKKATORI, HELSINKI
- **PERIODO:** 5 – 7 MAGGIO 2011
  - **OBIETTIVI**
    - ✦ Dare visibilità ai prodotti (vini e salumi di qualità)
    - ✦ Mettere in contatto i consumatori e gli operatori interessati ai vini ed ai salumi di qualità europea DOP e IGP.
  - **ATTIVITÀ PREPARATORIE**
    - ✦ Contatti con le istituzioni e i principali operatori e Coinvolgimento ICE per garantire diffusione e partecipazione all'evento
    - ✦ Pianificazione ed organizzazione evento
    - ✦ Realizzazione Materiale Promo divulgativo (guida informativa su vini e salumi di qualità, Shopper, Poster, Grembiulini, Taglieri).
  - **ATTIVITÀ REALIZZATE**
    - ✦ **Workshop Degustazione Vini e Salumi**
    - ✦ **Cena formativa Vini e Salumi con giochi di abbianamento**
    - ✦ **Convegno e Conferenza Stampa**
    - ✦ **Seminario per Operatori GDO e Ristorazione**

# Partecipazione a Fiere Finlandia -INDICATORI



<b>Indicatore</b>	<b>Atteso/effettivo</b>	<b>U.M.</b>	<b>Totale</b>	<b>Svezia</b>	<b>Finlandia</b>	<b>Italia</b>
Stima visitatori Stand	Atteso Triennale	n.	12.500	4.000	1.500	7.000
Realizzazione Workshop		n.	6	3	1	2
Partecipanti workshop		n.	840	420	140	280
Stima visitatori Stand	Effettivo I°, II°, III° anno	n.	12.838	1.850	2.000	8.988
Realizzazione Workshop		n.	6	3	1	2
Partecipanti workshop		n.	946	626	70	250

# Partecipazione a Fiere Finlandia: LE IMMAGINI





# Partecipazione a Fiere Finlandia: LE IMMAGINI



# Partecipazione a Fiere Svezia



- **LOCATION:** Grand Hotel Stockholm
- **PERIODO:** 4 e 5 ottobre 2011
- **OBIETTIVI**
  - ✦ Dare visibilità ai prodotti (vini e salumi di qualità)
  - ✦ Mettere in contatto i consumatori e gli operatori interessati ai vini ed ai salumi di qualità europea
- **ATTIVITÀ PREPARATORIE**
  - ✦ Contatti con le istituzioni e i principali operatori e Coinvolgimento ICE per garantire diffusione e partecipazione all'evento
  - ✦ Pianificazione ed organizzazione evento
  - ✦ Realizzazione Materiale Promo divulgativo (guida informativa su vini e salumi di qualità, Shopper, Poster, Grembiolini, Taglieri).
- **ATTIVITÀ REALIZZATE**
  - ✦ **Workshop Degustazione Vini e Salumi**
  - ✦ **Convegno e Conferenza Stampa**
  - ✦ **Tavola Rotonda**
  - ✦ **Seminario per Operatori GDO e Ristorazione**

# Partecipazione a Fiere – SWE-INDICATORI



Indicatore	Atteso/effettivo	U.M.	Totale	Svezia	Finlandia	Italia
Stima visitatori Stand	Atteso Triennale	n.	12.500	4.000	1.500	7.000
Realizzazione Workshop		n.	6	3	1	2
Partecipanti workshop		n.	840	420	140	280
Stima visitatori Stand	Effettivo I°, II°, III° anno	n.	12.838	1.850	2.000	8.988
Realizzazione Workshop		n.	6	3	1	2
Partecipanti workshop		n.	946	626	70	250



# Partecipazione a Fiere Svezia – LE IMMAGINI





# Partecipazione a Fiere Svezia – LE IMMAGINI



# Convegni – INDICATORI



<b>Indicatore</b>	<b>Atteso/ Effettivo</b>	<b>U.M.</b>	<b>Totale</b>	<b>Svezia</b>	<b>Finlandia</b>	<b>Italia</b>
Iniziativa previste	Atteso Triennale	n.	6	3	1	2
Partecipanti stimati		n.	840	420	140	280
Iniziativa previste	Effettivo I°, II°, III° anno	n.	8	4	2	2
Partecipanti stimati		n.	671	121	50	500

# Fiere – Valutazione Monitoraggio



Parametro	Peso	Punteggio Italia	Punteggio Svezia	Punteggio Finlandia	Valore Medio
N. degustazioni guidate sui salumi e vini	15%	10	10	10	1,50
Valutazione questionari di degustazione per partecipanti	20%	5	8	7	1,33
Valutazione della qualità del materiale divulgativo	15%	8	8	8	1,20
Rispetto del cronoprogramma	10%	10	5	5	0,67
Indicatore: N. di partecipanti al convegno / n. di partecipanti previsti	15%	10	10	10	1,50
Indicatore: N. di visitatori fiera / n. di visitatori previsti	15%	10	4,5	10	1,23
Materiale divulgativo distribuito / materiale divulgativo predisposto	10%	10	9	10	0,97
<b>Totale</b>	<b>100%</b>				<b>8,39</b>



# Incoming Operatori: PRIMA FASE



- **LOCATION**: Cantine e Salumifici; Vinality; Labo Sensoriale UIV VR
- **PERIODO**: dal 3 Aprile 2011 al 10 Aprile 2011(2° trimestre)
- **OPERATORI OSPITATI**: n. 8 operatori (6 svedesi; 2 finlandesi)
  - **OBIETTIVI**
    - ✦ far acquisire agli operatori selezionati conoscenze su una selezione di vini e salumi europei di qualità
  - **ATTIVITÀ PREPARATORIE**
    - ✦ Pianificazione ed organizzazione evento
    - ✦ Selezione e contatti con gli operatori
    - ✦ Condivisione degli obiettivi del programma con gli operatori invitati
    - ✦ Predisposizione del materiale formativo
  - **ATTIVITÀ REALIZZATE**
    - ✦ **Tour Guidato** Gruppo Italiano Vini (Calmasino Vr), Cantina Rocca Sveva (Soave Vr), Az. Agr. Dal Cero (Roncà Vr), Colli Berici (Lonigo VI), Salumificio Levoni (Mn), Terre di Leone (Marano di Valpolicella Vr), Az. Agr. Valentina Cubi (Fumane Vr), Casa Vinicola Sartori (Valpolicella Vr), Casa Vinicola Zonin.
    - ✦ **Visite Guidate Vinality** (workshop presso gli stand delle cantine) Regione Campania, Consorzio Sagrantino di Montefalco, Consorzio Soave, Regione Sicilia, Consorzio Franciacorta, Santa Margherita, Medici Ermete, Consorzio Trento Doc, Enoteca regionale Emilia Romagna, Unione regionale camera di commercio Calabria, Regione autonoma della Sardegna, Cantina Zeni, Tenuta Roletto.
    - ✦ **Corsi in Aula**: realizzati i corsi di analisi sensoriale e di degustazione abbinata vino-salumi presso il laboratorio sensoriale dell'Unione Italiana Vini di Verona.

# Incoming Operatori: SECONDA FASE



- LOCATION: Cantine e Salumifici; Labo Sensoriale UIV VR
- PERIODO: dal 22 al 28 maggio 2011 (3° trimestre)
- OPERATORI OSPITATI: n. 8 operatori (6 svedesi; 2 finlandesi)
  - **OBIETTIVI**
    - ✦ far acquisire agli operatori selezionati conoscenze su una selezione di vini e salumi europei di qualità
  - **ATTIVITÀ PREPARATORIE**
    - ✦ Pianificazione ed organizzazione evento
    - ✦ Selezione e contatti con gli operatori
    - ✦ Condivisione degli obiettivi del programma con gli operatori invitati
    - ✦ Predisposizione del materiale formativo
  - **ATTIVITÀ REALIZZATE**
    - ✦ **Tour Guidato**: presso le seguenti realtà produttive: Consorzio Lison PraMaggiore (Vittorio Veneto), Bacaro della Vedova at Ca'Doro, Consorzio dei Colli Berici (Lonigo), Casa Vinicola Sartori (Valpolicella), Salumificio Levoni (Mantova), Consorzio Trento DOC (Trento), Ferrari (Trento), Az.Agricola Zeni (Castenuovo del Garda), Az. Tantini (Castenuovo del Garda), Le Fraghe (Cavaion Veronese)
    - ✦ **Corsi in Aula**: realizzati i corsi di analisi sensoriale e di degustazione abbinata vino-salumi presso il laboratorio sensoriale dell'Unione Italiana Vini di Verona.

# Incoming Operatori: INDICATORI



<b>Indicatore</b>	<b>Atteso/effettivo</b>	<b>U.M.</b>	<b>Totale</b>	<b>Svezia</b>	<b>Finlandia</b>	<b>Italia</b>
Operatori	Atteso Triennale	n.	48	36	12	0
Operatori	Effettivo I°, II°, III° anno	n.	47	35	12	0

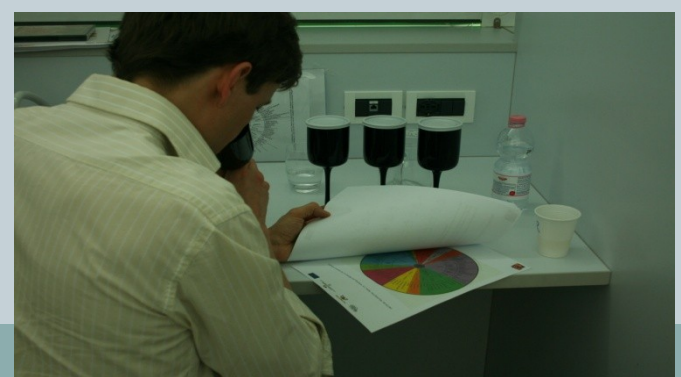
# Incoming Operatori: Valutazione Monitoraggio



Parametro	Peso	Punteggio Italia	Punteggio Svezia	Punteggio Finlandia	Valore Medio
Test di apprendimento durante i corsi di formazione e Tour nelle aree produttive	30%		10	10	3,00
Questionario di soddisfazione dei partecipanti	30%		10	7	2,55
Profilo dei partecipanti all'azione	20%		10	10	2,00
Rispetto del cronoprogramma	10%		10	10	1,00
Indicatore: N. di operatori coinvolti/n. di operatori previsti	10%		9	10	0,95
<b>Totale</b>	<b>100%</b>				<b>9,50</b>



# Incoming Operatori: MATERIALE FOTOGRAFICO





# Incoming Operatori: MATERIALE FOTOGRAFICO



# Formazione Scuole Ristoratori Svezia



- **LOCATION:**
  - Grythytte Akademi ( Grythyttan 15,16 nov 10);
  - Umea Universitet (Umea 4 mag 11);
  - Bastad Akademi (Bastad 30;31 ago 11);
  - Gustibus (Malmo 01 sett 11); Lundqvist&lindqvist (Stoccolma 12 set 2011);
  - hotel Kilafors e holel och restaurangprogrammet (Bolnas 13,14 e 15 set 11);
  - Stockholms Hotel (Stoccolma 29 set 2011).
- **PERIODO:** da novembre 2010 a settembre 2011
- **OPERATORI FORMATI:** n. 311 operatori
  - **OBIETTIVI**
    - ✦ Incrementare le conoscenze degli operatori sul panorama delle produzioni europee di qualità, in particolar modo sui prodotti europei a marchio registrato.
  - **ATTIVITÀ PREPARATORIE**
    - ✦ Realizzazione del materiale formativo e didattico in presenza
    - ✦ Realizzazione del materiale formativo e didattico ON LINE
    - ✦ Pianificazione ed organizzazione evento; selezione e contatti con gli operatori
    - ✦ Condivisione degli obiettivi del programma con i comitati didattici delle scuole target
  - **ATTIVITÀ REALIZZATE**
    - ✦ **Informazione 563 Operatori**
    - ✦ **Corsi in Aula 311 Operatori**
    - ✦ **Corsi ON LINE 252 Operatori**

# Formazione Scuole Ristoratori Finlandia



- **LOCATION:**
  - Haaga-helia Ammattikorkeakoulu (Helsinki 15,16 e 17 mar 11);
  - Rovaniemen Ammattikorkeakoulu (Rovaniemen 23,24 mar 11);
  - Jyvaskylan Ammattikorkeakoulu (Rajakatu 29,30 mar 11)
  - Saimaan Ammattikorkeakoulu (Imatra 14,15 apr 11);
  - Turun Ammattikorkeakoulu (Turku 18,19 apr 11);
  - Kokkolan Ammattiopisto (Kokkola 21,22 set 11)
- **PERIODO:** dal *15 marzo 2011 al 22 settembre 2011* (3° e 4° trimestre)
- **OPERATORI FORMATI:** n. 194 operatori
  - **OBIETTIVI**
    - ✦ Incrementare le conoscenze degli operatori sul panorama delle produzioni europee di qualità, in particolar modo sui prodotti europei a marchio registrato.
  - **ATTIVITÀ PREPARATORIE**
    - ✦ Realizzazione del materiale formativo e didattico in presenza
    - ✦ Realizzazione del materiale formativo e didattico ON LINE
    - ✦ Pianificazione ed organizzazione evento; selezione e contatti con gli operatori
    - ✦ Condivisione degli obiettivi del programma con i comitati didattici delle scuole target
  - **ATTIVITÀ REALIZZATE**
    - ✦ **Informazione 503 Operatori**
    - ✦ **Corsi in Aula 194 Operatori**
    - ✦ **Corsi ON LINE 697 Operatori**



# Formazione Scuole Ristoratori: INDICATORI



Indicatore	Atteso/effettivo	U.M.	Totale	Svezia	Finlandia	Italia
Partecipanti ai corsi	Atteso Triennale	n.	960	600	300	60
Contatti ristoranti		n.	3.000	1.500	1.500	0
Partecipanti ai corsi	Effettivo I°, II°, III° anno		1.541	1.003	397	141
Contatti ristoranti		n.	2.575	1.575	1.000	0

# Formazione Scuole Ristoratori: Valutazione Monitoraggio



Parametro	Peso		Punteggio Italia	Punteggio Svezia	Punteggio Finlandia	Valore Medio
Valutazione test di apprendimento durante la realizzazione dei corsi di formazione	30%			10	10	3,00
Profilo degli operatori aderenti	25%			10	10	2,50
Questionario di soddisfazione dei partecipanti	25%			9	9	2,25
Rispetto del cronoprogramma	10%			8	5	0,65
Indicatore: N. di allievi coinvolti/ N. di allievi previsti	10%			10	10	1,00
<b>Totale</b>	<b>100%</b>					<b>9,40</b>

# Formazione Finlandia : MATERIALE FOTOGRAFICO





# Formazione Finlandia: MATERIALE FOTOGRAFICO





# Promozione nella Ristorazione: I Am Made For Taste



- **LOCATION**: 20 Ristoranti (STOCCOLMA)
- **PERIODO**: *dal 29 sett al 5 ottobre 2011 (4° trimestre)*
- **OPERATORI FORMATI**: n. 2000 operatori
  - **OBIETTIVI**
    - ✦ Informare i consumatori sul corretto riconoscimento dei prodotti di qualità europea
    - ✦ Informare il consumatore, con l'ausilio di personale qualificato, sulle diverse caratteristiche dei salumi italiani e degli abbinamenti con adeguati vini
  - **ATTIVITÀ PREPARATORIE**
    - ✦ Realizzazione del materiale divulgativo (Brochure do Abbinamento Vino Salumi; Guida ai Vini di Qualità Europei; Vetrofania; Cartelli Vetrina)
    - ✦ Pianificazione ed organizzazione evento
    - ✦ Selezione e formazione dei Ristoratori
  - **ATTIVITÀ REALIZZATE**
    - ✦ **Informazione Operatori**
    - ✦ **Degustazioni con Abbinamento Vino e Salumi**

# Promozione nella Ristorazione: GLI INDICATORI



Indicatore	Atteso/effettivo	U.M.	Totale	Svezia	Finlandia	Italia
Contatti ristoranti	Atteso Triennale	n.	50	50		
Contatti consumatori		n.	2.500	2.500		
Contatti ristoranti	Effettivo I°, II°, III° anno		40	78		
Contatti consumatore		n.	6.100	6.100		

# Promozione nella Ristorazione: Valutazione Monitoraggio



Parametro	Peso	Punteggio Italia	Punteggio Svezia	Punteggio Finlandia	Valore Medio
N. Ristoranti Aderenti / N. Ristoranti Previsti	30%		10		3,00
N. Consumatori Contattati / N. Consumatori Previsti	30%		10		3,00
Rispetto del cronoprogramma	15%		10		1,50
Valutazione materiale divulgativo predisposto	25%		8		2,00
<b>Totale</b>	<b>100%</b>				<b>9,50</b>

# Promozione nella Ristorazione: MATERIALE FOTOGRAFICO





# CAMPAGNA PUBBLICITARIA



- **TESTATE:**

- **SVEDESI (4 TESTATE CARTACEE + 2 CAMPAGNE WEB)**

- ✦ Facebook Svezia (2 settimane – dal 19 al 29 sett 2011) – campagna targettizzata su categorie: Cooking + Food&Dining + Beer, Wine & Spirits

- **FINALNDESI (2 TESTATE CARTACEE + 1 CAMPAGNA WEB)**

- ✦ Helsingin Sanomat (3 TABELLARI) - 450.000 copie settimanali
- ✦ Facebook Finlandia (dal 23 apr al 7 mag 2011)

- **OBIETTIVI**

- ✦ Informare i consumatori e gli operatori sulle produzioni di qualità europea

- **ATTIVITÀ PREPARATORIE**

- ✦ Identificazione del concept della campagna (grafica e contenuti)
- ✦ Pianificazione Media (pianificazione messaggi promo-pubblicitari; acquisto spazi su testate e banner)



# CAMPAGNA PUBBLICITARIA: GLI INDICATORI



<b>Indicatore</b>	<b>Atteso/effettivo</b>	<b>U.M.</b>	<b>Totale</b>	<b>Svezia</b>	<b>Finlandia</b>	<b>Italia</b>
Uscite	Atteso Triennale	n.	37	24	13	0
Uscite	Effettivo I° e II° anno	n.	38	27	11	0

# CAMPAGNA PUBBLICITARIA: Valutazione Monitoraggio



Parametro	Peso	Punteggio Italia	Punteggio Svezia	Punteggio Finlandia	Valore Medio
Tipologia di testata	30%		9	10	2,85
Tiratura delle riviste utilizzate	25%		10	10	2,50
Campagna banner (klik-through)	15%		6	8	1,05
Rispetto del cronoprogramma	10%		5	5	0,50
Indicatore: N. di testate utilizzate/n. di testate previste	10%		10	10	1,00
Indicatore: N. di uscite realizzate/n. di uscite previste	10%		10	7	0,85
<b>Totale</b>	<b>100%</b>				<b>8,75</b>

# Sito Internet: L'HOME PAGE



**Il mondo dei vini**

Il mondo dei salumi

Formazione

Il progetto  
I promotori

rassegna stampa  
newsletter  
primo piano  
galleria fotografica  
galleria video  
contatti

**Made for Taste**

Il logo "Made for Taste" is centered in the layout, with "Made" in a brown circle, "for" in a white circle, and "Taste" in a red circle.

Il footer contains logos for the European Union, the Italian Ministry for Agriculture, Food and Forestry Policies, the Unione Italiana Vini (UIV), and the Istituto Nazionale Salumi Italiani.

**Login**  
Registrati

# Sito Internet: GLI INDICATORI



<b>Indicatore</b>	<b>Atteso/effettivo</b>	<b>U.M.</b>	<b>Totale</b>	<b>Svezia</b>	<b>Finlandia</b>	<b>Italia</b>
Visitatori	Atteso Triennale	n.	30.000			
Dirette Realizzate		n.	7			
News letter		n.	25			
Visitatori	Effettivo I°, II°, III° anno	n.	67.010			
Dirette Realizzate		n.	6			
News letter		n.	129			



# Sito Internet: Valutazione Monitoraggio



Parametro	Peso	Punteggio Italia	Punteggio Svezia	Punteggio Finlandia	Valore Medio
Analisi risultati statistiche web	30%	10	10	10	3,00
N. dirette stream TV	10%	0	4	0	0,13
N. di news letters realizzate	15%	10	10	10	1,50
N. di registrazioni al portale	25%	8	8	8	2,00
N. partecipanti ai forum sui vini di qualità	15%	0	0	0	0,00
Rispetto del cronoprogramma	5%	10	10	10	0,50
<b>Totale</b>	<b>100%</b>				<b>7,13</b>

# Sito Internet: Provenienza Contatti

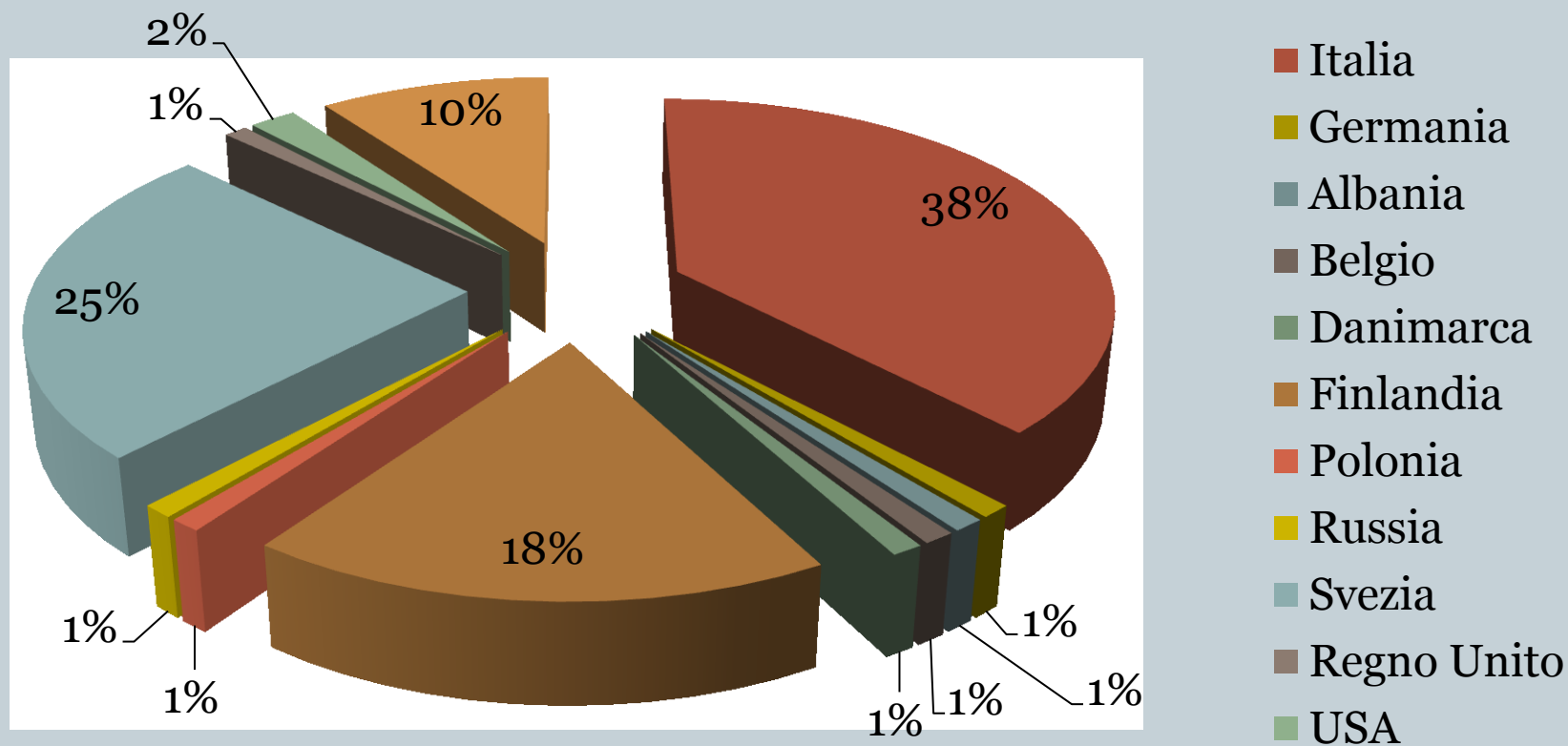


Italia	38%
Germania	1%
Albania	1%
Belgio	1%
Danimarca	1%
Finlandia	18%
Polonia	1%
Russia	1%
Svezia	25%
Regno Unito	1%
USA	2%
altro	10%

# Sito Internet: Provenienza Contatti



## Visite per Paese





# Sito Internet: Statistiche di Accesso



Visitatori	67.010
Clic su pagina	176.717
Referenti	72
Bot/Spiders unici	516
Bot/Spiders	23.843

- **Visitatori:** visitatori complessivi nell'anno
- **Clic su pagina:** clic complessivi sulle pagine del portale
- **Referenti:** pagine o siti web che referenziano pagine del portale
- **Bot/Spiders unici:** indicizzatori automatici unici che visitano il portale (motori di ricerca)
- **Bot/Spiders:** indicizzatori automatici complessivi che visitano il portale (motori di ricerca)

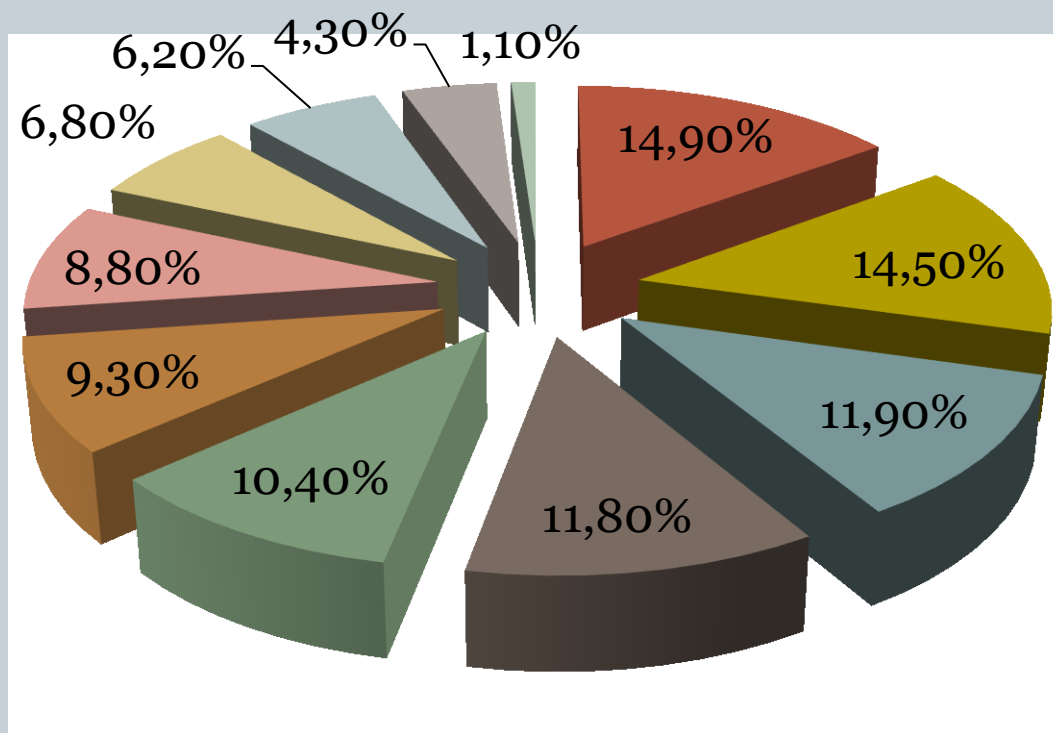
# Sito Internet: PAGINE/SEZIONI PIÙ ACCEDUTE



Formazione	14,90%
"Made for Taste"	14,50%
La storia del vino	11,90%
Contatti	11,80%
Video	10,40%
I vini rossi europei	9,30%
I promotori	8,80%
Video	6,80%
I salumi DOP e IGP	6,20%
Storia e tradizioni	4,30%
altro	1,1%

# Sito Internet: PAGINE/SEZIONI PIÙ ACCEDUTE

## Visite per Sezione



- Formazione
- "Made for Taste"
- La storia del vino
- Contatti
- Video
- I vini rossi europei
- I promotori
- Video
- I salumi DOP e IGP
- Storia e tradizioni
- altro



# DVD



- **COPIE DISTRIBUITE: 13500**
- **LINGUE: Svedese; Italiano; Finlandese; Inglese**
- **OBIETTIVI**
  - ✦ Disporre di un supporto dvd per la distribuzione di contenuti promozionali e divulgativi agli operatori nel corso degli eventi di promozione e formazione
- **ATTIVITÀ REALIZZATE**
  - ✦ Pianificazione le attività
  - ✦ Definizione dei contenuti del DVD in relazione al target di consumatori e ai momenti formativi
  - ✦ Realizzazione delle riprese all'aperto e in aula
  - ✦ Montaggio delle riprese e riproduzione dei DVD
  - ✦ Distribuzione del materiale durante gli eventi

# DVD: GLI INDICATORI



Indicatore	Atteso/effettivo	U.M.	Totale	Svezia	Finlandia	Italia
Copie distribuite	Atteso Triennale	n.	13.700			
Copie distribuite	Effettivo I°, II°, III° anno	n.	13.700			

# DVD: Valutazione Monitoraggio



Parametro	Peso	Punteggio Italia	Punteggio Svezia	Punteggio Finlandia	Valore Medio
N. Copie distribuite/ N.copie realizzate	50%	10	10	10	5,00
Analisi questionario di gradimento DVD in manifestazioni	45%	6	8	7	3,15
Rispetto del cronoprogramma	5%	10	10	10	0,50
<b>Totale</b>	<b>100%</b>				<b>8,65</b>



# Attività di Ufficio Stampa e Relazioni Esterne



- **OBIETTIVI:**
  - ✦ Informare e mantenere viva l'attenzione del mondo del vino sul progetto e sulla campagna info-promozionale
- **ATTIVITÀ REALIZZATE**
  - ✦ Realizzazione comunicati stampa
  - ✦ Realizzazione schede informative sul programma
  - ✦ Raccolta della rassegna stampa di settore inserita poi sul sito.
  - ✦ **Realizzazione della conferenza stampa organizzata il 14 ottobre 10 presso l'Hotel "Sheraton" di Stoccolma (partecipanti 18 giornalisti)**

# Attività di Ufficio Stampa e Relazioni Esterne: GLI INDICATORI



<b>Indicatore</b>	<b>Atteso/effettivo</b>	<b>U.M.</b>	<b>Totale</b>	<b>Svezia</b>	<b>Finlandia</b>	<b>Italia</b>
Comunicati/redazionali emessi	Atteso Triennale	n.	200			
<b>Comunicati/redazionali emessi</b>	<b>Effettivo I°, II°, III° anno</b>	<b>n.</b>	<b>205</b>	<b>69</b>	<b>57</b>	<b>79</b>

# Attività di Ufficio Stampa e Relazioni Esterne: Valutazione Monitoraggio



Parametro	Peso	Punteggio Italia	Punteggio Svezia	Punteggio Finlandia	Valore Medio
Conferenze annuali previste/Conferenze annuali realizzate	30%		10		3,00
N. Comunicati realizzati/N. di comunicati previsti	30%	10	10	10	3,00
N. Partecipanti alle confereze annuali	15%		8		1,20
N. accordi-convenzioni con agenzie di stampa	25%	0	0	0	0,00
<b>Totale</b>	<b>100%</b>				<b>7,20</b>

# Risultati Valutazioni Monitoraggio



Totale Punteggio	59,03
Azioni N	8
Punteggio di merito	7,38



# PERFORMANCE MERCATI



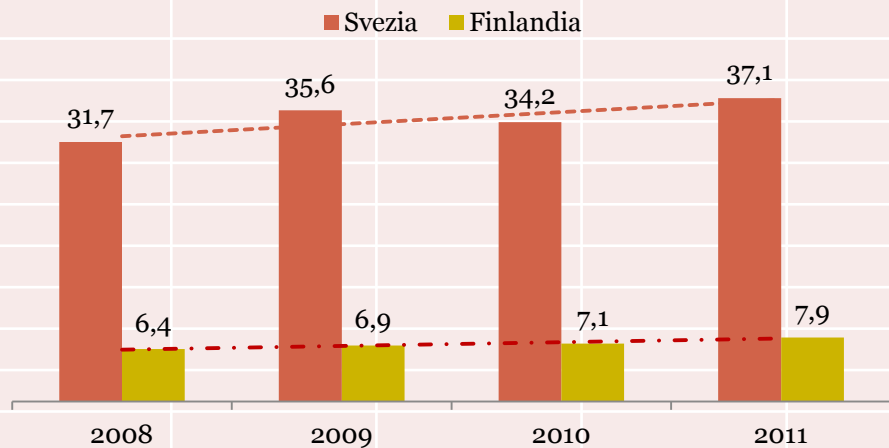
## Export Italia

	Litri				Euro			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Svezia	31.746.647	35.620.653	34.199.268	37.132.367	83.520.529	83.076.478	85.110.051	97.726.319
Finlandia	6.421.750	6.859.835	7.090.270	7.858.312	17.685.221	17.404.726	19.235.894	21.573.450
Ue	1.336.048.553	1.430.435.868	1.545.834.450	1.727.017.718	2.045.761.868	1.954.289.814	2.092.668.683	2.333.803.362

## Var. %

	Litri				Euro			
	2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2011
Svezia		12,2	-4,0	8,6		-0,5	2,4	14,8
Finlandia		6,8	3,4	10,8		-1,6	10,5	12,2
Ue		7,1	8,1	11,7		-4,5	7,1	11,5

## Export volumi (mln litri)



## Export valori (mln euro)

