



Codice A.S.	Descrizione Area Strategica	Outcome	Indice	Target	Risultato	Scostamento tra risultato atteso e raggiunto	Risultato (%)	Codice Obiettivo Strategico	Descrizione	Output	Risorse necessarie (€)	Risorse utilizzate (€)	% Risorse utilizzate	Indice	Dato comparativo (C) - storico (S)	Target 2015	Risultato 2015	Scostamento tra risultato atteso e raggiunto	Risultato (%)	Causa scostamento	Strutture Riferimento	Target 2016	Risultato 2016	Target 2017	Risultato 2017	
A	Funzionamento del Parco	Garantire che la gestione dell'Ente risponda a standard di efficienza nel rispetto dei criteri di economicità, sostenibilità ambientale, efficacia nel perseguimento degli obiettivi istituzionali e di pubblicità che dovrebbero essere propri della P.A.	Riduzione dei tempi di attesa nel rilascio delle autorizzazioni rispetto ai tempi di legge (%)	50	90,5	40,5	181	A1	Organizzazione e gestione delle risorse umane	Perfezionare la struttura organizzativa dell'Ente, garantendo continuità nella gestione ordinaria, nella formazione e nelle condizioni di sicurezza e benessere nel lavoro.	247.278	128.368	52	Benessere organizzativo espresso come giornate medie di assenza dal lavoro (ferie comprese)(%)	45,1 (C) (Fonte: Conto annuale sul Pubblico impiego 2013 riel.)	37	15,09	-21,91	40,6	Lo scostamento è un fattore positivo, trattandosi di minori assenze rispetto al previsto, già migliore rispetto alla media del conto annuale sul pubblico impiego		37		37		
								A2	Organizzazione e gestione delle risorse finanziarie e patrimoniali	Amministrazione degli strumenti di bilancio, del flusso di spesa, del patrimonio, organizzazione e gestione del ciclo di performance. Funzionamento dei servizi generali dell'Ente.	454.496	268.908	59	Miglioramento della prestazione ambientale dei servizi espressa come riduzione dei consumi energetici dell'Ente espressi in tonnellate di CO2 emesse in atmosfera (- n° t)	112 (S) Consumi 2011 (Fonte: dichiarazione EMAS Ente Parco 2014 - inventario UNFCCC MATTM)	110	106	-4	96,4	Lo scostamento è positivo, trattandosi di un minore consumo e quindi di emissioni di CO2 inferiori al previsto		110		105		
								A3	Riconoscimento e rapporti esterni	Intrattenere buoni rapporti con parchi e altri soggetti preposti a tutela e valorizzazione e ottenere il riconoscimento delle proprie azioni esemplari.	11.500	1.493	13	Visibilità dell'Ente espressa come n° di visualizzazioni di pagina nella sezione news sul sito internet Parks.it di Federparchi	214.578 (S) Media n° visualizzazioni news parchi storici su Parks.it (2012)	250.000	189.480	-60.520	75,8	La necessità di confronto in termini di benchmark ha indotto a misurare la visibilità tramite un target legato alle visualizzazioni su un sito internet indipendente: Parks.it. Tuttavia la visibilità non è dovuta solo alle news inviate dall'ente ma anche alla revisione del sito ed alla sua capacità di rimanere brillante e di investire su pubblici nuovi, cosa che non si è realizzata. Di fatto il sito è divenuto obsoleto e gli inotri vengono fatti ad una mailing pressoché invariata di parchi		300.000		300.000		
B	Tutela attiva, conservazione del patrimonio naturale e paesistico e valorizzazione storico-culturale	Raggiungere una migliore conoscenza della biodiversità e del territorio dell'area protetta e garantirne gestione e conservazione	% monitoraggi eseguiti/programmi	80	91,6	11,6	181	B1	Conservazione	Proteggere l'area del parco dagli impatti negativi derivanti dall'azione umana e curarne il patrimonio naturalistico ed ambientale lasciando il più possibile che gli ecosistemi seguano un'evoluzione naturale, intervenendo attivamente quando necessario.	90.146	63.326	70	N° piante vascolari endemiche W alpine nel Parco	41 (C) (Fonte Servizio botanico Ente, anno 2014)	41	41	0	100,0				41		41	
								B2	Ricerca scientifica applicata alla conservazione	Accrescere la conoscenza sul patrimonio ambientale del parco per comprendere i fenomeni in atto e disegnare scenari futuri per la conservazione e la gestione del patrimonio naturale.	524.450	241.991	46	Impact factor totale delle pubblicazioni scientifiche prodotte dal e nel Parco	6,74 (S) Elaborazioni da Journal Citation Reports 2011	6	18,087	12,087	301,5	Le pubblicazioni scientifiche prodotte sono state citate da molti autori. Si tratta di un fattore positivo. L'IF è un parametro per misurare il livello di qualità delle pubblicazioni scientifiche.		6		5		
								B3	Pianificazione e sorveglianza ambientale	Indirizzare le attività e gli interventi operativi sul territorio, prevenire, controllare e reprimere comportamenti ed atti contrari alla legge, assicurare la sicurezza dei visitatori e orientarne i comportamenti.	269.859	247.503	92	Mantenimento della naturalità espresso in % di nuovo suolo consumato annualmente rispetto alla superficie totale del parco	0,001 (S)	0,001	0,0006162	-0,00038376	61,6	Il consumo di suolo è sempre negativo, tuttavia la percentuale di superficie di parco consumata rimane ad un livello molto basso.		0,001		0,001		

Codice A.S.	Descrizione Area Strategica	Outcome	Indice	Target	Risultato	Scostamento tra risultato atteso e raggiunto	Risultato (%)	Codice Obiettivo Strategico	Descrizione	Output	Risorse necessarie (€)	Risorse utilizzate (€)	% Risorse utilizzate	Indice	Dato comparativo (C) - storico (S)	Target 2015	Risultato 2015	Scostamento tra risultato atteso e raggiunto	Risultato (%)	Causa scostamento	Strutture Riferimento	Target 2016	Risultato 2016	Target 2017	Risultato 2017
C	Valorizzazione, fruizione sostenibile del Parco e diffusione della consapevolezza ambientale	Mettere a disposizione di turisti, scolari, ricercatori e comunità locale luoghi e strumenti di conoscenza per un approccio informato e consapevole alla complessità e delicatezza degli equilibri naturali e del secolare rapporto tra Uomo e natura in montagna per favorire un nuovo approccio agli equilibri naturali globali	Incremento % partecipanti alle attività didattiche del Parco	10	97,4	87,4	974	C1	Informazione turistica ambientale	Fornire notizie utili e di interesse sull'area protetta, le regole da rispettare all'interno del parco, le attività e gli eventi	188.500	197.382	105	Grado di conoscenza del parco espresso come incremento % delle visite al sito istituzionale rispetto all'anno precedente	31,56 (C) (Visitatori anno 2012: 250.279 Fonte: Google Analytics)	5	127,8	122,8	-2556,0	Il numero di visite al sito del Parco è in costante crescita grazie ad un buon lavoro di aggiornamento ed arricchimento di contenuti, foto e video.		5		5	
			C2	Sensibilizzazione ambientale	Portare all'attenzione dei visitatori temi ritenuti cruciali per la conservazione e la tutela dell'ambiente e della natura	4.033.992	2.487.533	62	Fruizione Centri visitatori rispetto ai pernottamenti nell'area del parco (%)	31,1 (C) (Fonte dati pernottamenti : Regione Valle d'Aosta e Turismo Torino e Provincia 2011)	29	9,1	-19,9	31,4	Il risultato riportato in realtà non è negativo. Per un errore di trascrizione del dato comparativo che è 9 invece di 31,1 (vedansi anni precedenti) è stato conseguentemente indicato un target con valore simile, che è ovviamente pressoché irraggiungibile.		29		29						
			C3	Divulgazione naturalistica e scientifica	Diffondere alla collettività i risultati delle ricerche e dei progetti scientifici realizzati dal parco	3.500	500	14	Riscontri positivi all'Annual student workshop (%)	5 (C) (Fonte interna)	5	3,33	-1,67	66,6	Trattandosi del primo anno di applicazione dell'indicatore è sicuramente necessaria una messa a punto di formula e target, considerato che l'indice di gradimento raggiunto dal workshop è stato massimo, mentre il rapporto tra partecipanti e coloro che hanno presentato lavori è stato di 3 a 1.		5		5						
			C4	Educazione ambientale	Stimolare comportamenti positivi verso la natura e formare alla cittadinanza attiva e responsabile	29.000	29.000	100	Gradimento espresso in % di soddisfazione degli utenti per i programmi educativi	100 (S) (Fonte interna:2012)	80	97	17	121,3	Lo scostamento è dovuto ad un gradimento elevato dei programmi offerti.		80		80						
D	Promozione dello sviluppo economico e sociale delle comunità locali	Costruire insieme alle comunità locali nuove opportunità di lavoro e di vita giocata sulla qualità, grazie ad innovazioni, processi produttivi e filiere rispettosi dell'ambiente	N° partecipanti ad iniziative Expo 2015 del Parco	1.500	2204	704	146,9	D1	Marketing territoriale	Valorizzare le tradizioni, le tipicità e l'economia del territorio e promuovere l'attrattività e la riconoscibilità dell'area	112.500	128.594	114	Gradimento espresso in % di soddisfazione dei partecipanti rilevata da questionari	-	75	98	23	130,7	Lo scostamento è dovuto ad un gradimento elevato degli eventi presentati.		75		75	
			D2	Finanziamenti	Supportare e incentivare una miglior gestione del territorio e contribuire alla crescita della qualità della vita delle comunità locali	6.500	25.148	387	Utilizzazione dei finanziamenti ricevuti (%)	-	80	66,7	-13,3	83,4	E' da evidenziare un certa lentezza da parte dei soggetti cui sono state elargite contribuzioni nella realizzazione dei progetti finanziati, nonostante i ripetuti solleciti.		90		100						