



DISCIPLINARE PER LA GESTIONE DELL'ASCOLTO DEL CITTADINO

Comune di Pergine

Sommario

PREMESSA

TITOLO I: CUSTOMER SATISFACTION

Capo 1 L'ascolto attivo: Principi generali	3
Articolo 1 Strutture coinvolte e termini	3
Articolo 2 Metodologia per l'ascolto del cittadino.....	4
Capo 2 Individuazione del servizio oggetto dell'indagine	5
Articolo 3 La matrice per l'individuazione del servizio oggetto di rilevazione.....	5
Capo 3 Impostazione dell'indagine	6
Articolo 4 L'analisi del processo	6
Articolo 5 La compilazione della scheda di impostazione indagine	6
Articolo 6 Il campionamento	8
Articolo 7 La progettazione del questionario	11
Capo 4 Realizzazione dell'indagine.....	18
Articolo 8 La somministrazione del questionario e il caricamento dati	18
Capo 5 Raccolta, elaborazione, analisi dei dati e Piano di miglioramento.....	18
Articolo 9 L'analisi dei dati	18
Articolo 10 Il report e il piano di Miglioramento.....	19
Capo 6 Comunicazione dei risultati.....	23
Articolo 11 Trasmissioni e pubblicazioni	23

TITOLO II: RACCOLTA SUGGERIMENTI, SEGNALAZIONI E RECLAMI

Capo 7 L'ascolto passivo :Principi generali.....	24
Articolo 12 Metodologia e strutture coinvolte.....	24
Articolo 13 Modalità di presentazione e procedure	24

Premessa

L'ascolto rappresenta la voce e il ruolo dei cittadini nel governo delle comunità. Riconoscere questo ruolo è un modo diverso di costruire il processo di decisione sulle politiche pubbliche, modifica gli obiettivi e le strategie dell'organizzazione, costruisce il valore della relazione con i soggetti di volta in volta interessati dalle decisioni degli enti.

Ai sensi dell'art. 32 comma 4 del Regolamento sui controlli interni del Comune di Pergine Valsugana “*Strumenti e metodologie di rilevazione della soddisfazione degli utenti esterni ed interni (indagine generale, indagini di approfondimento, focus group, indagini sul luogo di prestazione del servizio, sondaggi tramite sito internet , raccolta di segnalazioni, suggerimenti e reclami, istanze e petizioni, richieste del difensore civico) sono individuati con apposito disciplinare approvato dalla Giunta Comunale, nel quale sono stabilite inoltre le modalità di rendicontazione annuale, comunicazione agli organi comunali e pubblicazione degli esiti delle rilevazioni o degli altri strumenti di ascolto nonché delle misure di miglioramento adottate.*”

Si distinguono strumenti di:

- Ascolto attivo (iniziativa di customer satisfaction)
- Ascolto passivo (raccolta suggerimenti, segnalazioni, reclami)

TITOLO I : CUSTOMER SATISFACTION

Capo 1 L'ascolto attivo: Principi generali

Articolo 1 Strutture coinvolte e termini

Il controllo della qualità soggettiva/progetto ascolto del cittadino è coordinato dalla Direzione Generale, Affari Istituzionali e Organizzazione e svolto con il supporto delle Direzioni competenti per i diversi servizi erogati.

Per i servizi gestiti tramite organismi esterni le modalità di effettuazione e la pianificazione degli interventi per la rilevazione della soddisfazione degli utenti sono disciplinati nei rispettivi contratti di servizio.

Spetta alla Direzione Generale - Affari Istituzionali e Organizzazione seguire annualmente la fase 1 “Individuazione del servizio oggetto dell’indagine”, che andrà completata entro il 31.1., per la successiva comunicazione alle strutture competenti, a cui si riferiscono i servizi selezionati. In sede di prima applicazione, per l’anno 2022, la fase 1 sarà completata entro il 31.7.2022.

Le Direzioni competenti, individuate all’esito della fase 1, procederanno all’elaborazione dell’indagine, secondo la metodologia puntualmente descritta nel presente disciplinare, con specifico riferimento alle fasi 2, 3 e 4.

I risultati dell'indagine, rielaborati nel cosiddetto "Report", comprensivo del Piano di Miglioramento (fase 4), andranno trasmessi dalla Direzione competente al Sindaco e alla Direzione Generale entro il 31.12 dell'anno di riferimento.

La fase 5, relativa alla Comunicazione dei risultati, è demandata alla Direzione Generale - Area Istituzionale e Organizzazione, che cura la pubblicazione degli esiti sul sito istituzionale e la comunicazione ai Consiglieri entro il 31.12 dell'anno successivo a quello di svolgimento dell'indagine.

Articolo 2 Metodologia per l'ascolto del cittadino

Il presente disciplinare sviluppa la metodologia illustrata nella "GUIDA OPERATIVA AI PERCORSI DI CUSTOMER SATISFACTION" ed applica gli strumenti operativi messi a disposizione nella CASSETTA DEGLI ATTREZZI elaborate e messe a disposizione dal Dipartimento della Funzione Pubblica nell'ambito progetto del progetto MiglioraPA (<http://qualitapa.gov.it/page/strumenti-per-la-rilevazione-della-qualita-percepita/>).

La rilevazione della soddisfazione degli utenti esterni ed interni tramite indagine di customer satisfaction è articolata in 6 fasi, ciascuna delle quali sarà esplorata in dettaglio nei prossimi capi insieme agli strumenti operativi specifici:

Fase 1: Individuazione del servizio oggetto dell'indagine. È la fase in cui l'amministrazione deve individuare l'oggetto dell'indagine e deve valutare, tra i servizi che offre, quello da sottoporre all'indagine in funzione delle sue peculiarità

Fase 2: Impostazione dell'indagine. In questa fase viene messa a punto l'indagine nei suoi elementi principali. In relazione al servizio scelto l'amministrazione deve definire le modalità con le quali realizzare l'indagine (ad es. se con strumenti qualitativi, quantitativi, etc.), progettare lo strumento (es. questionario) e individuare i destinatari (l'universo di riferimento).

Fase 3: Realizzazione dell'indagine. Questa è la fase di rilevazione vera e propria, in funzione delle modalità scelte l'amministrazione realizza la raccolta delle opinioni degli utenti.

Fasi 4/5: Raccolta, elaborazione e analisi dei dati e Piano di miglioramento. In questa fase l'amministrazione analizza, con strumenti statistici, i dati raccolti con l'obiettivo di comprendere quali sono le opinioni degli utenti anche in funzione delle loro caratteristiche. L'elaborazione dei dati raccolti è sintetizzata in un report conclusivo che, condiviso con i referenti del servizio oggetto di indagine, costituirà la base per l'elaborazione delle azioni di miglioramento. Per ciascuna criticità l'amministrazione deciderà infatti le azioni da intraprendere individuando tempi e risorse per il conseguimento dell'obiettivo.

Fase 6: Comunicazione dei risultati. È il momento di restituzione ai cittadini dei risultati dell'indagine delle azioni che l'amministrazione intende compiere per il miglioramento dei servizi.

Capo 2 Individuazione del servizio oggetto dell'indagine

Articolo 3 La matrice per l'individuazione del servizio oggetto di rilevazione

Il punto di partenza di ogni indagine di customer satisfaction è la scelta del servizio rispetto al quale effettuare la rilevazione.

Fatta la lista dei servizi erogati dall' amministrazione, per contestualizzarli e confrontare il diverso impatto che ciascuno di essi ha rispetto agli obiettivi strategici si potrà utilizzare una “matrice”, ossia uno strumento operativo utile per facilitare la selezione del servizio prioritario da indagare sulla base di aspetti qualitativi. La scelta del servizio in questione è infatti realizzata sui seguenti criteri:

- Trasversalità, cioè il servizio è erogato da un elevato numero di amministrazioni
- Ciclicità, il servizio si svolge con regolarità e sistematicamente
- Generalità, il servizio è rivolta ad un target generico
- Carico di lavoro, cioè i volumi di lavoro generati dall'erogazione del servizio
- Livello di interazione richiesto, livello di interazione richiesto all'utente
- Impatto su immagine ente, l'erogazione del servizio influenza l'immagine che l'utente ha dell'amministrazione
- Complessità organizzativa, il servizio è erogato attraverso un elevato numero di attività
- Presenza di misure, la qualità e l'efficienza del servizio sono misurate attraverso appositi indicatori A ciascun elemento di rilevazione viene attribuito un punteggio, la somma dei punteggi individua i servizi che con preferenza dovrebbero essere oggetto di rilevazione.

Per questo, per ciascuno dei servizi presi in considerazione, si chiede di valutare gli elementi riportati in colonna con una scala da 1 (Basso) a 5 (Elevato), ad eccezione del fattore “Presenza di misure” per il quale si chiede di indicare la presenza di sistemi di misurazione (0=nessuna misura; 1=presenza di misure) Si riporta a titolo di esempio una valutazione tra due servizi:

Servizio	Fattori di valutazione								Totale
	Trasversalità (n° soggetti coinvolti)	Ciclicità	Generalità	Carico di lavoro	Livello di interazione richiesto	Impatto su immagine ente	Complessità organizzativa	Presenza di misure	
x	2	5	5	2	2	4	1	2	23
y	4	5	4	3	4	3	2	2	27
z									0
									0
									0
									0
									0

La somma delle valutazioni di ciascuno degli elementi presi in considerazione consentirà di definire una scala di priorità sui servizi da sottoporre ad indagine.

Sulla base di tale scala la Direzione Generale procederà annualmente all'individuazione dei servizi da sottoporre ad indagine e al successivo coordinamento dell'attività delle Direzioni di merito coinvolte nella rilevazione.

Capo 3 Impostazione dell'indagine.

Articolo 4 L'analisi del processo

Ai fine della pianificazione dell'indagine, la Direzione competente dovrà innanzitutto procedere alla compilazione della scheda di analisi del processo.

La ricostruzione del processo, ai fini dell'impostazione dell'indagine di Customer Satisfaction, ha l'obiettivo di rendere esplicite le diverse fasi e attività che compongono il processo di erogazione e di supportare l'individuazione degli elementi di qualità da rilevare con l'indagine. Per ciascuna delle attività individuate deve esser possibile individuare i seguenti elementi:

- Destinatari finali, cioè a chi è destinato il prodotto di quella specifica attività, può essere un cliente esterno (es. l'utente finale) o un cliente interno (es. un altro ufficio appartenente all'amministrazione, in questo caso si tratta di un cliente intermedio)
- Output, cioè il prodotto (bene o servizio) generato dall'attività
- Fattori critici di successo, sono gli elementi che hanno impatto sulla soddisfazione dell'utente, quali per esempio: tempo, completezza, etc.
- Misura, sono le modalità con le quali si valutano i fattori critici di successo indicati sopra. A titolo di esempio per il fattore tempo, le unità di misura possono essere “numero di giorni per l'erogazione di un servizio /prestazione”.
- Item di qualità, sono le modalità con le quali le caratteristiche del servizio saranno valutate attraverso lo strumento quantitativo (es. questionario). A titolo di esempio, per il fattore critico Tempo, la domanda per la valutazione può essere del tipo “Il numero di giorni per il ricevimento della prestazione è adeguato”.

La ricostruzione del processo secondo le modalità indicate fornirà un apporto fondamentale nella messa a punto dello strumento di indagine quantitativa.

SCHEDA ANALISI PROCESSO

Nome Ente						
Scheda di analisi del Processo						
Dipartimento	Servizio					
Referente						
Fase	Attività	Destinatari finali	Output	Fattori critici di successo (1)	Misura (2)	Item di qualità (3)

(1) **Fattori critici di successo** sono gli elementi del servizio (chiamati "caratteristiche" nelle tabelle DFP) che impattano maggiormente sulla soddisfazione degli utenti
(2) **Misura** si tratta di indicatori che non è obbligatorio mappare in ogni fase
(3) **Item di qualità** sono le caratteristiche del servizio che saranno valutate nel questionario

Articolo 5 La compilazione della scheda di impostazione indagine

Ultimata la mappatura, si procederà alla compilazione della “**scheda di impostazione indagine**”, attraverso la quale saranno fissati gli elementi che caratterizzeranno l'indagine ed esplicitate le

modalità e gli strumenti per la sua realizzazione. In particolare dovranno essere dichiarati i seguenti elementi:

- **Ente**, inteso, a seconda del livello al quale l'indagine è pianificata, come l'intera amministrazione, oppure una specifica Direzione/uno specifico ufficio
- **Processo**, cioè il processo la cui erogazione determina l'erogazione del servizio
- **Obiettivi dell'indagine** (es. valutare la qualità percepita ovvero rilevare le aree critiche del processo, etc..). Gli obiettivi possono essere più di uno per indagine e rilevati attraverso specifici strumenti e set di domande
- **Destinatari dell'indagine**, sono gli utenti finali del servizio, cioè coloro i quali attraverso l'indagine ed i suoi strumenti sono chiamati ad esprimere la propria valutazione circa la qualità del servizio ricevuto
- **Uffici coinvolti** nell'indagine, sono gli uffici dell'amministrazione che partecipano al processo e che sono quindi interessati alla rilevazione
- **Strumenti da utilizzare**: è l'indicazione degli strumenti qualitativi e quantitativi da utilizzare per la realizzazione dell'indagine. Gli strumenti prescelti vengono riportati con i relativi destinatari (es. 1 focus group a cui far partecipare un campione rappresentativo degli utenti del servizio, 1 questionario rivolto a tutti gli utenti che hanno usufruito del servizio nel periodo definito)
- **Campione**, per ciascuna tipologia di destinatari dell'indagine deve essere definito il campione di utenza da interpellare
- **Raccolta**, inserimento ed elaborazione dei dati, è l'indicazione puntuale delle modalità con le quali i dati saranno raccolti (es. automaticamente on line, ovvero tramite interviste), inseriti (in automatico o attraverso attività di data entry manuale) ed elaborati
- **Fasi di lavoro e tempistica**, ha lo scopo di individuare quali saranno le fasi di lavoro con le quali saranno realizzate le indagine e la tempistica di ciascuna attività, al fine di programmare ciascuna attività tenendo conto di eventuali vincoli di contesto

Si riporta di seguito un fac simile generico di scheda impostazione indagine tratto dalla Cassetta degli Attrezzi del progetto Migliora PA di Funzione Pubblica.

SCHEDA IMPOSTAZIONE INDAGINE

Ente:																																			
Processo:																																			
Obiettivi dell'indagine - -																																			
Destinatari dell'indagine - -																																			
Uffici coinvolti nell'indagine - -																																			
Strumenti da utilizzare (specificando rivolti a chi e modalità di somministrazione) - -																																			
Campione (per ogni tipologia di destinatario) - -																																			
Raccolta, inserimento ed elaborazione dei dati -																																			
Fasi di lavoro e tempistica -																																			
<table border="1"><thead><tr><th>Attività</th><th>Mese 1</th><th>Mese 2</th><th>...</th><th>...</th><th>...</th><th>Mese n</th></tr></thead><tbody><tr><td>Attività 1</td><td>Resp. - Obiettivo</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Attività 2</td><td></td><td>Resp. - Obiettivo</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>...</td><td></td><td></td><td>Resp. - Obiettivo</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>...Attività n</td><td>...</td><td>...</td><td>...</td><td>...</td><td>...</td><td>Resp. - Obiettivo</td></tr></tbody></table>	Attività	Mese 1	Mese 2	Mese n	Attività 1	Resp. - Obiettivo						Attività 2		Resp. - Obiettivo					...			Resp. - Obiettivo				...Attività n	Resp. - Obiettivo
Attività	Mese 1	Mese 2	Mese n																													
Attività 1	Resp. - Obiettivo																																		
Attività 2		Resp. - Obiettivo																																	
...			Resp. - Obiettivo																																
...Attività n	Resp. - Obiettivo																													

Articolo 6 Il campionamento

Ai fini del campionamento si specifica quanto segue.

Le indagini per la valutazione della customer/citizen satisfaction rientrano nel più vasto ambito delle ricerche statistiche di tipo campionario, nelle quali l'osservazione è limitata ad un sottoinsieme di unità statistiche appartenenti alla popolazione di interesse. La scelta di ricorrere ad un campione di unità da analizzare non è da considerarsi limitativa rispetto ad una rilevazione

censuaria presso la popolazione (se si considerano popolazioni composte da almeno 200 unità): la predisposizione di un'indagine campionaria infatti risulterebbe nella maggior parte dei casi comunque preferibile ad una rilevazione totale, anche qualora fosse possibile farvi fronte in termini di tempi e costi. Questa affermazione trova molteplici giustificazioni di ordine metodologico:

- ♣ Si rilevano meno informazioni, ma più corrette – innanzitutto il ricorso ad un campione permette un'enorme semplificazione delle modalità organizzative dell'indagine, vantaggio che porta con sé il risultato di un'attendibilità maggiore delle informazioni raccolte, in quanto la minore complessità favorisce la possibilità di concentrare le risorse sul controllo della qualità della rilevazione.
- ♣ Si rilevano meno informazioni, ma più approfondite – inoltre è più facile ottenere un maggiore approfondimento dei fenomeni oggetto di studio, andando ad analizzare nel dettaglio aspetti di forte interesse rispetto alla ricerca.
- ♣ Si rilevano meno informazioni, ma più velocemente e con costi minori – si ha un forte contenimento dei costi (che nella quasi totalità dei casi non sarebbero sostenibili per indagini censuarie) e dei tempi per la realizzazione della ricerca. Per cui si può concludere che la rilevazione campionaria non è un “surrogato” da usare solo nei casi in cui risulta impossibile o poco pratico effettuare una rilevazione completa sulla popolazione di riferimento, ma rappresenta un metodo con una validità autonoma e caratterizzato da proprietà che spesso lo rendono preferibile alle indagini censuarie.

La dimensione n del campione può essere calcolata attraverso appropriate formule matematiche, nota la numerosità della popolazione N e una volta definiti i parametri sopra illustrati (errore campionario e livello di confidenza). Senza scendere nel dettaglio, si specifica soltanto che tali formule permettono di costruire delle tabelle come quelle riportate nel presente documento, utili strumenti applicativi per la determinazione della numerosità campionaria sulla base dei diversi requisiti di precisione e differenti numerosità di popolazione.

Uno degli aspetti più interessanti, per procedere alla definizione di un campione, è quello relativo alla determinazione della numerosità campionaria, ovvero l'ampiezza del campione. È intuitiva la constatazione che più un campione è grande più saranno attendibili le stime; ma il vero problema da risolvere è capire qual è l'ampiezza più piccola che soddisfa certi requisiti di precisione dei risultati fissati a priori. Indicare la precisione delle stime significa stabilire il margine di errore che si è disposti ad accettare ed un livello di confidenza, ovvero la probabilità che la stima si collochi all'interno di un intervallo definito secondo i margini d'errore stabiliti. In sostanza si vuole rispondere alla domanda: Quale dimensione deve avere il campione affinché la precisione delle stime sia pari a ...% ad un livello di confidenza pari a ...% ? Ecco le grandezze che entrano in gioco:

Valore del parametro in popolazione (β)	Valore vero (ignoto) della grandezza oggetto di studio.
<i>Stima campionaria del parametro (b)</i>	Valore campionario della grandezza oggetto di studio (stima calcolata sulla base delle informazioni campionarie).
<i>Errore campionario (ε)</i>	Errore massimo di stima prefissato; è la differenza massima accettabile (in termini percentuali) che può esserci tra il vero valore del parametro in popolazione e la stima campionaria. L'errore campionario viene naturalmente fissato su livelli molto bassi. In termini formali questo significa fissare il vincolo $ \beta - b < \varepsilon$.
<i>Livello di confidenza ($1-\alpha$)</i>	Livello di probabilità con cui si vuole che si verifichi il vincolo precedente; tale valore viene fissato su livelli molto alti (solitamente 95% o 99%) che, nella realtà operativa, corrispondono a soglie di pratica certezza. In termini formali questo significa fissare il vincolo $Pr(\beta - b < \varepsilon) = 1-\alpha$.

Per cui è possibile riformulare la domanda precedente in questi termini: Quale dimensione deve avere il campione affinché la stima campionaria b abbia un errore massimo pari a ε ad un livello di confidenza del $1-\alpha$ % ?

L'operazione da svolgere è molto semplice: una volta identificato il servizio e l'universo di riferimento (es. numero utenti che accedono ai servizi demografic-sportello URP// numero utenti che hanno usufruito nell'anno precedente del servizio di prestito e/o consultazione...), si considerano le tabelle indicate nel riferimento.

Si indicano di seguito gli standard minimi da applicare per la definizione del campione:

- Livello di confidenza: 85%
- Errore massimo accettato: 5%

TABELLA PER LA DEFINIZIONE DEL CAMPIONE

livello di confidenza	85,0%				90,0%			
	3%	5%	7%	10%	3%	5%	7%	10%
Numerosità Popolazione (<i>N</i>)								
250	175	114	75	43	188	130	89	53
500	268	147	87	47	300	176	108	60
750	326	163	93	49	376	199	117	62
1.000	366	172	96	49	429	213	121	63
1.500	416	182	99	50	501	229	126	65
2.000	447	188	100	51	546	238	129	65
3.000	483	194	102	51	601	248	132	66
4.000	503	197	103	51	633	253	133	67
5.000	516	199	104	51	653	257	134	67
10.000	544	203	105	52	699	263	136	67
20.000	560	205	105	52	724	267	137	67
50.000	569	206	106	52	740	269	138	68
100.000	572	207	106	52	746	270	138	68
500.000	575	207	106	52	750	270	138	68
1.000.000	575	207	106	52	751	270	138	68
5.000.000	576	207	106	52	751	271	138	68

Articolo 7 La progettazione del questionario

Segue la progettazione del questionario, che dovrà essere strutturato secondo i seguenti criteri:

- **Introduzione con esplicitazione dello scopo dell'indagine.** Una breve introduzione o una spiegazione sintetica degli obiettivi dell'indagine è d'obbligo per un impatto trasparente utile all'utente per comprendere e partecipare alle finalità dell'indagine.
- **Indicazioni sulla scala di valutazione proposta**

“Mettiamoci la Faccia”: la CS tramite emoticons

Nelle indagini di customer satisfaction (CS) si può chiedere ai cittadini di esprimere il

proprio livello di soddisfazione in merito ad un aspetto specifico del servizio o, invece, di valutare il servizio nella sua interezza in termini di adeguatezza ad una dimensione specifica (cortesia, rapidità,...).

A tal fine nella costruzione del questionario si potrà ricorrere alla costruzione delle così dette **“scale di valutazione”**, ossia un insieme ordinato di valori crescenti o decrescenti, che nel nostro caso misurano la soddisfazione. Questi strumenti di valutazione prendono il nome di Scale Likert, dal nome del loro inventore.

Costituiscono uno strumento estremamente semplice sia per l'utente che deve rispondere (che si può dire abbia generalmente interiorizzato questa modalità di esprimere il proprio giudizio vista la sua diffusione) sia dal punto di vista della costruzione/codifica/decodifica dei dati e della stessa analisi.

Un suggerimento è quello di utilizzare scale di valutazione con un numero pari di gradi di giudizio per evitare che l'utente polarizzi le sue risposte sul valore medio. **La scala che appare più adatta e di cui suggeriamo l'adozione possiede sei gradi di giudizio** e dovrà essere decodificata in questo modo:

1-2 Giudizio negativo	3-4	Giudizio	5-6 Giudizio positivo
	sufficiente		

Per orientare l'utente ad una scelta potrà essere utile accompagnare la scala di valutazione con le così dette emoticons, ossia delle icone che rappresentano sentimenti di soddisfazione, indifferenza e insoddisfazione attraverso le faccine.

Classi	Emoticon	Giudizio di soddisfazione
1-2		Giudizio negativo
3-4		Giudizio sufficiente
5-6		Giudizio positivo

- **Impostazione di una struttura visibile e riconoscibile al questionario.** Andranno evitati effetti fastidiosi come l'utilizzo di caratteri troppo piccoli o “troppo creativi”. Si consiglia di evitare anche di esagerare nell'utilizzo di colori che potrebbero infastidire o distrarre

l’utente. Se il questionario è complesso o particolarmente lungo si potrà organizzarlo in aree tematiche.

- **Giusto equilibrio tra completezza e ridondanza.** Ogni informazione non raccolta sarà perduta quindi occorre fare in modo che il questionario sia il più completo possibile. Allo stesso tempo si deve evitare un numero eccessivo di domande (domande inutili o dalla risposta scontata): si rischia che l’utente interpellato abbandoni l’intervista prima della sua conclusione o risponda in maniera disattenta alle ultime domande.
- **Scegliere con cura la tipologia di domande.** A tal fine si deve aver presente il target di utenti a cui ci si rivolge, gli obiettivi dell’indagine, i tempi pianificati per l’intero progetto.
- **Ordine logico.** Si deve tener del vissuto esperienziale dell’utente così da aiutarne la memoria. Se, per esempio, si raccoglie la valutazione di un utente in merito alla fruizione di un servizio di sportello si potrà richiedere le impressioni in sequenza su questi aspetti:
 - accesso alla sede;
 - segnaletica degli uffici;
 - servizi di accoglienza;
 - tempi di attesa;
 - contatto con il personale;
 - erogazione delle prestazioni.
- **Inserimento di una sezione anagrafica,** utile a capire le caratteristiche di chi risponde. Vanno richieste all’utente solo le informazioni che serviranno per le finalità dell’indagine. Un profilo utente coerente e funzionale alle esigenze di rilevazione potrebbe essere costruito ad esempio a partire da dati come sesso, nazionalità, età, condizione professionale, livello di istruzione.
- **Informativa sulla modalità di trattamento dei dati.**

Si riportano di seguito due esempi di questionario, tratti dalla Cassetta degli Attrezzi del progetto Migliora PA di Funzione Pubblica, rispettivamente riferiti alla valutazione dei servizi allo sportello e alla valutazione dei servizi on line.

QUESTIONARIO SERVIZI EROGATI ALLO SPORTELLO

QUESTIONARIO DI RILEVAZIONE DELLA CUSTOMER SATISFACTION SUI SERVIZI X EROGATI ALLO SPORTELLO						
<p>Gentile Signora, il (<i>Nome Ente</i>) sta realizzando un sondaggio per valutare la soddisfazione relativamente ai servizi X erogati allo sportello.</p>						
<p>Il (<i>Nome Ente</i>) sarebbe lieta di poter avere le Sue opinioni sincere ed oggettive sui rapporti con questa struttura e sui servizi erogati.</p>						
<p>Le risposte che Lei ci darà saranno ritenute confidenziali e non saranno trattate a livello nominale, ma elaborate assieme alle risposte fornite da tutti gli altri componenti del campione di utenti.</p>						
<p>Grazie per la collaborazione.</p>						
<i>Indichi quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni dando un voto da 1 (per niente d'accordo) a 6 (completamente d'accordo)</i>	1	2	3	4	5	6
A1. Ritengo che il servizio che mi è stato fornito sia complessivamente soddisfacente	1	2	3	4	5	6
A2. L'orario di apertura degli uffici è adeguato	1	2	3	4	5	6
A3. La sede dell'ente è facilmente raggiungibile	1	2	3	4	5	6
A4. La sede dell'ente non presenta barriere architettoniche	1	2	3	4	5	6
A5. Riesco a individuare facilmente l'operatore cui mi devo rivolgere	1	2	3	4	5	6
A6. I tempi di attesa per accedere ai servizi sono rapidi	1	2	3	4	5	6
A7. Trovo facilmente le informazioni di cui ho bisogno	1	2	3	4	5	6
A8. Le informazioni mi vengono fornite con un linguaggio semplice	1	2	3	4	5	6
A9. Le informazioni che mi vengono fornite sono complete	1	2	3	4	5	6
A10. La sequenza delle operazioni da compiere per ottenere il servizio è chiara	1	2	3	4	5	6
A11. La segnaletica per individuare gli sportelli è chiara	1	2	3	4	5	6
A12. Gli ambienti sono puliti	1	2	3	4	5	6

A13. Gli ambienti sono confortevoli	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A14. I posti a sedere per l'attesa sono sufficienti	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A15. Gli ambienti sono funzionali (es. punti di appoggio per scrivere, contenitori moduli, sistemi eliminacode, etc.)	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A16. Gli operatori allo sportello sono cortesi e disponibili	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A17. Gli operatori allo sportello sono competenti e professionali	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A18. Gli operatori si comportano in modo corretto e trasparente	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A19. Il servizio mi stato erogato senza inconvenienti	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A20. ITEM SPECIFICO: La modulistica è di facile comprensione	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A21. ITEM SPECIFICO: La compilazione della modulistica è rapida	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A22. ITEM SPECIFICO: I certificati sono rilasciati in tempi brevi	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A23. Tenendo conto degli aspetti sopra indicati, ritengo che il servizio che mi è stato fornito sia complessivamente soddisfacente	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
<i>Indichi quanto è importante ognuna delle seguenti affermazioni dando un voto da 1 (per niente importante) a 6 (molto importante)</i>							
A24. Facilità e velocità nel raggiungere gli uffici e accedere ai servizi	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A25. Chiarezza e completezza delle informazioni	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A26. Aspetto e accoglienza degli ambienti	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A27. Competenza, cortesia e credibilità dei dipendenti	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A28. Idoneità del servizio a soddisfare le richieste degli utenti	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A29. È stato facile effettuare reclami / proporre suggerimenti	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A30. L'ente ha affrontato il mio reclamo in modo soddisfacente	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
I) PROFILO UTENTE							
Sesso	<table border="1"><tr><td>M</td><td>F</td></tr></table>	M	F				
M	F						
Anno di nascita							

Professione	Operaio	<input type="radio"/>
	Impiegato	<input type="radio"/>
	Dirigente	<input type="radio"/>
	Commerciante	<input type="radio"/>
	Libero prof.	<input type="radio"/>
	Pensionato	<input type="radio"/>
	Studente	<input type="radio"/>
	Disoccupato	<input type="radio"/>
	Altro	<input type="radio"/>
Nazionalità (Italiana, Comunitaria, Extracomunitaria)		

QUESTIONARIO SERVIZI ON LINE

Questionario di rilevazione della Customer Satisfaction sui servizi XXXXX erogati on line							
<p>Gentile Signora, il (<i>Nome Ente</i>) sta realizzando un sondaggio per valutare la soddisfazione relativamente ai servizi X erogati on line</p> <p>Il (<i>Nome Ente</i>) sarebbe lieta di poter avere le Sue opinioni sincere ed oggettive sui rapporti con questa struttura e sui servizi erogati.</p> <p>Le risposte che Lei ci darà saranno ritenute confidenziali e non saranno trattate a livello nominale, ma elaborate assieme alle risposte fornite da tutti gli altri componenti del campione di utenti.</p> <p>Grazie per la collaborazione.</p>							
<i>Indichi quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni dando un voto da 1 (per niente d'accordo) a 6 (completamente d'accordo)</i>							
A1. Ritengo che il servizio on line sia complessivamente soddisfacente	1	2	3	4	5	6	
A2. Riesco ad accedere con facilità alle "....." on line	1	2	3	4	5	6	
A3. Sul sito trovo tutte le informazioni di cui ho bisogno per utilizzare il servizio on line, senza necessità di rivolgermi altrove	1	2	3	4	5	6	
A4. Utilizzare le "..." on line è più vantaggioso rispetto ai canali tradizionali	1	2	3	4	5	6	
A5. ITEM SPECIFICO: es. facilità di compilare la domanda	1	2	3	4	5	6	
A6. ITEM SPECIFICO: tempo di connessione adeguato	1	2	3	4	5	6	
A7. ITEM SPECIFICO: tempi di risposta adeguati	1	2	3	4	5	6	
A8. Riesco a localizzare le informazioni con pochi click	1	2	3	4	5	6	
A9. Il sito offre la possibilità di contattare facilmente il servizio xxxx	1	2	3	4	5	6	
A10. Ha formulato quesiti attraverso il sito?	Si	No					
A11. Ho ricevuto in tempi rapidi le risposte ai quesiti posti	1	2	3	4	5	6	
A12. Ha effettuato reclami attraverso il sito?	Si	No					
A13. I/I reclami/o presentati/o sono/è stati/o risolti/o in tempi rapidi	1	2	3	4	5	6	
A14. Il sito offre strumenti adeguati per presentare reclami	1	2	3	4	5	6	

A15. Il servizio xxx on line ha semplificato le mie attività	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
A16. Mi sento sicuro nell'inserire i miei dati personali	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
A17. Tenendo conto degli aspetti sopra indicati, ritengo che il servizio che mi è stato fornito sia complessivamente soddisfacente I	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
<i>Indichi quanto è importante ognuna delle seguenti affermazioni dando un voto da 1 (per niente importante) a 6 (molto importante)</i>																			
A18. Facilità di accesso al servizio xxxx on line	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
A19. Chiarezza e completezza delle informazioni	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
A20. Capacità del servizio a soddisfare le esigenze degli utenti	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
A21. Adeguatezza dell'impostazione grafica e organizzazione dei contenuti del sito	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
A22. Idoneità del a formulare quesiti, fornire soluzioni, risolvere disservizi	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
A23. Livello di sicurezza e privacy nell'uso del sito	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
A24. Utilizza gli altri servizi on line dell'amministrazione?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6																		
A25. Se sì quali?	<ul style="list-style-type: none"> • Servizio 1 • Servizio 2 • ... • Servizio n 																		
I) PROFILO UTENTE																			
Sesso	<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F																		
Anno di nascita																			
Professione	<table border="1" style="width: 100px; margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td>Operaio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Impiegato</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Dirigente</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Commerciante</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Libero prof.</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Pensionato</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Studente</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Disoccupato</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Altro</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	Operaio	<input type="checkbox"/>	Impiegato	<input type="checkbox"/>	Dirigente	<input type="checkbox"/>	Commerciante	<input type="checkbox"/>	Libero prof.	<input type="checkbox"/>	Pensionato	<input type="checkbox"/>	Studente	<input type="checkbox"/>	Disoccupato	<input type="checkbox"/>	Altro	<input type="checkbox"/>
Operaio	<input type="checkbox"/>																		
Impiegato	<input type="checkbox"/>																		
Dirigente	<input type="checkbox"/>																		
Commerciante	<input type="checkbox"/>																		
Libero prof.	<input type="checkbox"/>																		
Pensionato	<input type="checkbox"/>																		
Studente	<input type="checkbox"/>																		
Disoccupato	<input type="checkbox"/>																		
Altro	<input type="checkbox"/>																		

Nazionalità (Italiana, Comunitaria, Extracomunitaria)	
---	--

Capo 4 Realizzazione dell'indagine.

Articolo 8 La somministrazione del questionario e il caricamento dati

Questa fase si articola di due step fondamentali:

1. la somministrazione del questionario
2. la raccolta delle informazioni e il caricamento dati.

Spetterà alla Direzione competente l'individuazione del metodo di somministrazione e degli strumenti di raccolta delle informazioni e caricamento dei dati da utilizzare.

I metodi principali per la somministrazione dei questionari sono:

- l'autosomministrazione: ciascun rispondente legge le domande e poi risponde singolarmente;
- la somministrazione condotta da un intervistatore, che pone le domande e registra le risposte.

La raccolta delle informazioni e il caricamento dei dati potranno essere effettuati in via cartacea o tramite software dedicato, a discrezione del Dirigente competente. Se l'inserimento dei dati nel questionario avviene attraverso uno strumento tecnologico, per esempio un PC o un tablet, la fase di inserimento dei "dati" si esaurisce, ovviamente, nel momento stesso in cui si effettua la somministrazione. Sarà il sistema informatico a collocare ciascuna risposta in un database e ordinarle per agevolare l'analisi. Se questo non fosse possibile e, ad esempio, la Customer comportasse l'utilizzo di questionari cartacei, sarà necessario un successivo inserimento dei dati in un file organizzato. Esistono diversi software adatti all'organizzazione dei dati di una rilevazione. Indipendentemente dalla tipologia di software sul quale poggia, un database si compone di due sezioni:

- **Un'area dati:** dove vengono inserite le risposte ai questionari dopo essere state codificate in base alle classi previste. Nel database ogni riga rappresenterà un questionario, quindi un intervistato, e ogni colonna rappresenterà una delle variabili di cui il questionario si compone.
- **Un'area del codebook:** contiene la lista dei codici e i relativi criteri di decodifica e, in particolare, sono indicati:
 - il numero della domanda
 - il testo della domanda
 - le categorie di risposta
 - la scala di risposta

Capo 5 Raccolta, elaborazione, analisi dei dati e Piano di miglioramento.

Articolo 9 L'analisi dei dati

La fase di analisi dei dati è quella nella quale, dall'insieme organizzato ma generico di dati raccolti, si passa a delle evidenze, traendo conseguenze e significati dal raggruppamento delle singole risposte dei singoli questionari.

Sentita l'utenza, raccolti gli input, analizzati i dati, si ha a disposizione materiale concettuale sufficiente per restituire un piano di azioni di miglioramento che trasformi le azioni in progetto comune di tutta l'amministrazione.

Il punto di partenza è, ovviamente, l'orientamento alla qualità; l'obiettivo è coprire il “gap” fra il livello atteso nell'erogazione di un determinato servizio e il livello effettivamente percepito dall'utenza. Il piano di miglioramento è lo strumento che conduce verso questo obiettivo.

Nell'effettuare l'analisi delle criticità, redigendo un Report di analisi dei dati raccolti, la struttura competente dovrà individuare i seguenti elementi:

- Livello di gravità della criticità (dando un valore del tipo alto, medio, basso)
- Tipologia della criticità
- Descrizione della criticità
- Indicatori di riferimento e relativa misurazione

Questi dati consentiranno di definire il perimetro della criticità al fine di impostare in maniera puntuale le relative azioni di miglioramento.

Per ciascuna criticità dovrà essere quindi individuato:

- Obiettivo del progetto
- Il titolare del progetto, cioè il responsabile della realizzazione
- Funzionari coinvolti, cioè le altre risorse che dovranno operare per la risoluzione della criticità
- Indicatore di riferimento, per la misurazione dei miglioramenti ottenuti
- Il valore iniziale dell'indicatore
- Il valore obiettivo da raggiungere
- Le date entro le quali il miglioramento dovrà essere conseguito
- Una descrizione del progetto
- Le singole azioni da intraprendere per conseguire il miglioramento
- Le risorse economiche e materiali messe a disposizione per il progetto

Articolo 10 Il report e il piano di Miglioramento

Si riporta di seguito un fac simile di Report con annesso Piano di Miglioramento, tratto dalla Cassetta degli Attrezzi del progetto Migliora PA di Funzione Pubblica.

PREMESSA

Nell'ottica del miglioramento continuo della Qualità dei servizi offerti, ENTE ha svolto un'indagine di customer satisfaction finalizzata a conoscere la percezione dei servizi in materia di XXXXXXXXXXXX. L'obiettivo complessivo dell'indagine svolta è raccogliere la valutazione dell'utenza XXXXXXXXXXXX circa la qualità e l'efficacia del servizio provinciale in tema di XXXXXXXXX.

Il presente documento ha lo scopo di illustrare, in maniera sintetica ma completa, i risultati emersi dall'indagine rivolta a XXXXXXXXXXXX.

In particolare gli strumenti utilizzati per la realizzazione della presente indagine sono stati i seguenti:

- N°x Focus Group con il coinvolgimento xxxxxxxxxxxx (focus group realizzati in data , con la partecipazione di xx rappresentanti);
- N°x Questionario on line/cartaceo/autocompilato rivolto xxxxx.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INDAGINE

L'attività di indagine si è svolta attraverso il seguente procedimento:

- Rilevazione del funzionamento del procedimento, dei servizi offerti e della loro modalità di erogazione;
- Indagine qualitativa con un campione di utenti XXXX
- Progettazione dei questionari condivisa con xxx
- Somministrazione del questionario agli utenti che hanno usufruito del servizio attraverso la seguente modalità: on line/mail, cartaceo auto compilato, castaceo con intervista, telefonico rivolto a xxx
- Elaborazione dei dati.

Nelle pagine successive si riportano gli esiti dei focus group e dei questionari utilizzati.

STRUMENTI QUALITATIVI

Elenco dei focus group realizzati con indicazioni di dettaglio

Partecipanti ai focus group

- Partecipanti (n° ed elenco nomi)
- Osservatori
- Gestore e verbalizzatore

Esiti dei focus group

Domande stimolo e risposte

Elenco di dettaglio delle domande stimolo e delle risposte

Sintesi degli esiti dei focus group

Elaborazione del paragrafo precedente

Punti di forza
✓

Punti di debolezza
✓

Dai focus group sopra citati sono emersi alcuni indicatori sui possibili interventi attuabili dalla Provincia al fine di migliorare il servizio.

Proposte di miglioramento
✓

STRUMENTI QUANTITATIVI

Tipologia dei questionari utilizzati e vari utenti a cui erano rivolti, con questionari in allegato

Esiti della indagine rivolta a XXX

Si presentano di seguito i risultati dell'indagine realizzata con XXX

In base ai risultati dell'indagine sono stati considerati i seguenti aspetti che costituiscono dunque oggetto di analisi:

- I dati statistici sugli utenti che hanno compilato il questionario
- Conoscenza del servizio
- Frequenza, modalità e motivazioni di utilizzo
- Il giudizio complessivo sul servizio
- Il giudizio sugli aspetti specifici del servizio e sulle priorità da considerare
- I miglioramenti del servizio richiesti dagli utenti
- Indicazioni e suggerimenti liberi.

Qui di seguito si presentano i dettagli di tali aspetti.

Dati statistici

.....
Istogrammi

Conoscenza del servizio

Frequenza, modalità e motivazione di utilizzo del servizio

.....
Valore numerico medio

Il giudizio complessivo

.....
Valore numerico medio per ogni dimensione della qualità
Curva della percezione
Curva della percezione con priorità

I miglioramenti del servizio

Agli utenti è stato chiesto anche di esprimere una preferenza per i possibili interventi che potrebbero essere messi in atto per migliorare il servizio offerto.

Le opzioni che, tra le 5 indicate, hanno fatto registrare i maggiori consensi sono:

- Ipotesi 1 (xxx%);
- Ipotesi 2 (xx %).

Ulteriori indicazioni e suggerimenti da parte degli intervistati

Infine è stato chiesto a tutti gli utenti di fornire ulteriori indicazioni e suggerimenti per migliorare i servizi offerti da parte del Servizio XX.

SINTESI DEGLI ESITI DELL'INDAGINE

Dall'analisi incrociata dei dati ricavati in sede di focus group e dalle rilevazioni a mezzo di questionari (cartacei ed online), è possibile definire gli insiemi dei punti di forza e di debolezza del servizio in materia di xxxx e delineare le azioni di miglioramento prioritarie su cui puntare.

Principali punti di forza

.....
Tabella sintetica con commento

Principali criticità

.....
Tabella sintetica con commento

ANALISI DELLE CRITICITÀ RISCONTRATE

Criticità numero 1: ...

Servizio coinvolto dalle criticità

Servizio numero 1

Livello di gravità della criticità

(alto – medio – basso)

Tipologia di criticità

- a) Problematiche relative ad uno scambio critico con un altro servizio
- b) Problematiche relative al personale
- c) Problematiche relative alla tecnologia
- d) Problematiche funzionali (locali inadatti, mezzi, ecc.).
- e)

Descrizione della criticità

Indicatori di riferimento

Indicatore 1: Indice di soddisfazione complessiva

Valore misurato: 5

Indicatore 2:

Valore misurato:

IL PIANO DI MIGLIORAMENTO

Progetto di miglioramento A

<i>Nome del progetto</i>	
Riduzione dei tempi per il rilascio delle autorizzazioni in materi di...	
<i>Titolare del progetto</i>	Dott. Mario Rossi
<i>Funzionari coinvolti</i>	G. Verdi, A. Bianchi
<i>Indicatore di riferimento</i>	Tempo medio per il rilascio dell'autorizzazione per ...
<i>Valore iniziale:</i>	145 giorni
<i>Data di inizio</i>	01/11/2008
<i>Valore obiettivo:</i>	90 giorni
<i>Data di scadenza</i>	31/10/2009
<i>Descrizione del progetto</i>	
<i>Azioni da intraprendere</i>	
<i>Azione 1</i>	
<i>Azione 2</i>	
<i>Azione n</i>	
<i>Risorse finanziarie assegnate</i>	

Capo 6 Comunicazione dei risultati.

Articolo 11 Trasmissioni e pubblicazioni

Gli esiti del controllo della qualità dei servizi erogati , definiti all'interno degli appositi report, e sono trasmessi dal Dirigente della struttura competente al Sindaco e alla Direzione Generale.

Ai fini della trasparenza, gli stessi sono pubblicati nel sito del Comune e di quest'ultima pubblicazione è dato avviso ai Consiglieri Comunali.

TITOLO II: RACCOLTA SUGGERIMENTI, SEGNALAZIONI E RECLAMI

Capo 7 L'ascolto passivo :Principi generali

Articolo 12 Metodologia e strutture coinvolte

Nel nuovo assetto amministrativo, in cui il rapporto fra Comune e cittadini è in primo piano e in cui si mira alla creazione di un sistema avanzato di partecipazione, consultazione, trasparenza e rendicontazione nei confronti dei cittadini e degli altri stakeholders, diventa fondamentale strutturare una procedura di gestione dei suggerimenti, delle segnalazioni e dei reclami che provengono dall'utenza.

Di seguito, una breve definizione dei termini “chiave”:

- suggerimento: azione del cittadino diretta a sottoporre all’Amministrazione comunale proposte e pareri per migliorare un servizio che risponde ai suoi bisogni;
- segnalazione: azione del cittadino diretta a comunicare all’Amministrazione fatti, eventi, disservizi o malfunzionamenti che ritiene rientrino nell’interesse della stessa, e sui quali ritiene che questa debba porre la propria attenzione, intervenendo con un’azione di rimedio;
- reclamo: espressione di insoddisfazione rivolta all’Amministrazione comunale dall’utente, che richiede una risposta (tramite un provvedimento amministrativo o, comunque, un rimedio) o attenzione.

L’ascolto del cittadino in questo caso è “passivo”: è l’utente, quindi, che volontariamente inoltra un suggerimento, segnala un problema o presenta un reclamo all’Ente. Cogliere tali input da parte dell’Amministrazione implica molteplici aspetti positivi (es. non vengono sostenuti costi per indagare la soddisfazione o i desideri dell’utenza; la rilevazione è in genere immediata rispetto al verificarsi dell’evento scatenante).

Suggerimenti, segnalazioni e reclami andranno presentati direttamente all’ U.R.P. del Comune di Pergine Valsugana sito in Piazza Garibaldi, 4 – I° piano del Palazzo ex Filanda - negli orari di apertura al pubblico o inviate allo stesso via e-mail

Articolo 13 Modalità di presentazione e procedure

Suggerimenti, segnalazioni e reclami andranno presentati preferibilmente in forma scritta. L’ufficio U.R.P. provvederà alla valutazione di pertinenza della richiesta. Se la richiesta non è pertinente reindirizzerà l’utente all’Ente di competenza, diversamente procederà allo smistamento agli uffici competenti, della richiesta, per gli adempimenti conseguenti.

La modulistica, di seguito riportata, è resa reperibile all’utente sul sito istituzionale e costantemente aggiornata.



DIREZIONE SERVIZI AI CITTADINI
URP – Servizi Demografici
38057 Pergine Valsugana - P.zza Garibaldi, 4
0461/502222 - 0461/502244
e-mail: urg@comune.pergine.tn.it
pec: servizidemografici@pec.comune.pergine.tn.it

OGGETTO: SEGNALAZIONI / RECLAMI / RICHIESTA INFORMAZIONI.

Il/la sottoscritto/a _____

nato/a a _____ il _____,

residente a _____

tel. _____, e-mail _____

COMUNICA

le seguenti segnalazioni / reclami

CHIEDE INFORMAZIONI

riguardanti i seguenti argomenti

Data _____

FIRMA _____

RISERVATO UFFICIO

Comunicazione trasmessa all'Ufficio _____ in data _____

Esito della richiesta _____