

F@CILE **CAF** 2018

RAPPORTO DI AUTOVALUTAZIONE

AC Vercelli

Formez**PA**

INTRODUZIONE

Il Rapporto di Autovalutazione è stato redatto dal Gruppo di Autovalutazione attraverso l'analisi e la lettura dei risultati emersi dalle indagini svolte sui questionari relativi ai fattori abilitanti somministrati al Personale e alla Società *in-house* (portatore di interesse diretto), e all'intervista alla Dirigenza.

Si è tenuto conto, nella stesura dei rapporti di forza e di debolezza, che molti fattori abilitanti, nelle domande e nelle risposte date, sono stati adeguati alla struttura, che ha la peculiarità di disporre di un esiguo numero di Personale e quindi i molti sottocriteri analizzati, non sempre hanno trovato riscontro nelle modalità di comunicazione, di lavoro e di percezione che già sono in atto all'interno dell'organizzazione.

In ogni caso, poiché il CAF è uno strumento che aiuta a valutare l'organizzazione, individuandone i Punti di Forza e i Punti di Debolezza che si è cercato, per ogni sottocriterio di estrapolarli al fine di migliorare l'organizzazione per il raggiungimento di risultati più soddisfacenti e incrementare positivamente l'immagine dell'Ente, assicurare un servizio migliore e mettere in grado il Personale di lavorare in armonia e in un clima organizzativo decisamente gradevole.

CAPITOLO 1: PRESENTAZIONE DELL'AMMINISTRAZIONE

DENOMINAZIONE DELL'AMMINISTRAZIONE/UFFICIO

AUTOMOBILE CLUB VERCELLI

PRESENTAZIONE DELL'AMMINISTRAZIONE. BREVE STORIA IN RELAZIONE AL CONTESTO IN CUI OPERA

L'Automobile Club Vercelli è un ente pubblico non economico senza scopo di lucro a base associativa, fondato nel 1926, ed è un ente federato con l'Automobile Club d'Italia.

L'Automobile Club Vercelli riunisce nell'ambito della sua circoscrizione territoriale di competenza le persone e gli Enti che, per ragioni di uso, di sport, di studio, di tecniche di commercio, si occupano di automobilismo.

Il nostro Ente ha come attività predominante ed istituzionale l'associazionismo all'Automobile Club d'Italia e ha come compito quello di far rispettare ai propri soci lo Statuto e i regolamenti emanati dall'Automobile Club d'Italia. Inoltre, gestisce i servizi che vengono affidati dalla Regione Piemonte per la riscossione della tassa automobilistica.

L'Ente svolge direttamente e indirettamente ogni altra attività utile agli interessi generali dell'automobilismo oltre a servizi pubblici a carattere turistico.

L'ente in conseguenza della federazione con l'Automobile Club d'Italia presidia i versanti della mobilità diffondendo una cultura dell'auto in linea con i principi della tutela ambientale e dello sviluppo sostenibile; promuove l'istruzione automobilistica e l'educazione dei conducenti di autoveicoli allo scopo di migliorare la sicurezza stradale.

L'Automobile Club Vercelli è un Ente a struttura semplice con al vertice un Presidente, un Consiglio Direttivo, un Direttore ed il personale adibito ai vari servizi; per l'espletamento di tali servizi l'Ente si avvale della prestazione di una società in-house costituita in società con altri Automobile Club del Piemonte.

TIPOLOGIA DI AMMINISTRAZIONE/SETTORE

Ente Pubblico non economico a base associativa senza scopo di lucro

ORGANIGRAMMA DELL'AMMINISTRAZIONE/SETTORE

Gli organi dell'Automobile Club sono:

Assemblea dei Soci

Consiglio Direttivo

Il Presidente

Collegio dei Revisori dei Conti

Il Direttore

PERSONALE DELL'AMMINISTRAZIONE/SETTORE

L'Ente ha in organico due funzionari dell'Area C

PRINCIPALI PARTNERSHIP STABILITE

L'Ente si avvale dei servizi forniti dalla società in house partecipata Sirio Service srl.

Attualmente l'Ente ha stabilito delle convenzioni con la Regione Piemonte per la riscossione delle tasse automobilistiche, con la società SORIS SpA per il servizio di riscossione coattiva.

PRINCIPALI STAKEHOLDER (INTERNI ED ESTERNI) DI RIFERIMENTO

I principali stakeholder interni sono i dipendenti, il personale della società in house partecipata, gli organi del Consiglio di Amministrazione.

Gli stakeholder esterni sono le Delegazioni dell'Ente, l'utenza, i soci, le istituzioni scolastiche, le forze di polizia locali, gli organi di informazione locale.

CAPITOLO 2: PRESENTAZIONE DEL PROCESSO DI AUTOVALUTAZIONE CAF SVOLTO

STEP 1 - DECIDERE COME ORGANIZZARE E PIANIFICARE L'AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

1° GIORNO

L'Ente ha aderito al progetto F@cile CAF presentato al Direttore dalla Federazione in quanto utile ad avviare un processo di miglioramento di tutta l'organizzazione.

Il referente del processo di autovalutazione è stato scelto tra i funzionari dell'Ente.

Il referente del processo ha predisposto un piano di attuazione del processo di autovalutazione con la calendarizzazione di tutte le attività per i tre mesi di durata del processo.

Il Gruppo di Autovalutazione (GAV) è composto dal Referente AV, dal Dirigente, da un dipendente della società di servizi e da un dipendente dell'Ente.

Documenti/Evidenze

1° GIORNO

PIANO ATTUAZIONE

Scheda sugli aspetti chiave della comunicazione di avvio del processo di autovalutazione

TESTO DA PUBBLICARE NEL SITO INTERNET DELL'AUTOMOBILE CLUB

FORMAT NOTA STAKEHOLDER PER DELEGAZIONI

FORMAT NOTA STAKEHOLDER PER UTENZA

STEP 2 - COMUNICARE IL PROGETTO DI AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

Si è provveduto a comunicare la decisione di avviare un processo di autovalutazione CAF al resto del personale esterno tramite una riunione e agli stakeholder esterni tramite email, affissione all'albo sociale e pubblicazione sul sito dell'Ente.

Si è provveduto ad inoltrare il Piano di Attuazione CAF dell'Ente.

Al fine di raccogliere le percezioni e le opinioni su quanto in atto nell'organizzazione (punti di forza e punti di debolezza), si è sottoposto al personale un questionario online e si è in attesa del completamento della compilazione da parte di tutti i soggetti interessati. L'operazione richiederà un intero giorno.

Si è concluso il Rapporto di autovalutazione e si è quindi provveduto ad inviarlo a tutti i componenti del GAV per la lettura definitiva.

Apportate le ultime modifiche tenendo conto delle proposte di integrazione pervenute, il documento è stato sottoposto per l'approvazione del Dirigente che a sua volta l'ha presentato al Consiglio Direttivo per deliberarne l'approvazione.

Successivamente il Rapporto di autovalutazione è stato presentato agli stakeholder interni ed esterni all'amministrazione mediante l'invio tramite e-mail, la pubblicazione sul sito istituzionale dell'Ente e l'affissione all'albo sociale.

Documenti/Evidenze

Lettera accompagnatoria al questionario

Questionario online

Presentazione powerpoint del RAV

Proposte di modifica del GAV

STEP 3 - FORMARE UNO O PIU' GRUPPI DI AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

Il gruppo di autovalutazione (GAV) è stato formato scegliendo tra i dipendenti dell'Ente, tra i dipendenti della società in house partecipata e dal Direttore.

Documenti/Evidenze

Delibera Presidenziale n 2/2018 del 22/02/2018

Determina Dirigenziale n 27 del 09/03/2018

STEP 4 - ORGANIZZARE LA FORMAZIONE

Descrizione

La formazione del GAV è stata attuata mediante riunioni compatibilmente con le attività giornaliere del gruppo scelto, con la lettura del modello CAF 2013 e la visione dei video esplicativi messi a disposizione della piattaforma per la durata di oltre un'ora e la compilazione del questionario di verifica dell'apprendimento n 1.

La formazione del GAV è stata attuata mediante la visione dei video esplicativi messi a disposizione della piattaforma per la durata di circa due ore e la compilazione del questionario di verifica dell'apprendimento n 2.

Documenti/Evidenze

questionario di verifica dell'apprendimento n 1.

questionario di verifica dell'apprendimento n 2.

STEP 5 - CONDURRE L'AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

Si è stabilito per approfondire la raccolta delle evidenze relative ai fattori abilitanti di ricorrere al questionario online rivolto al personale non dirigenziale. Il tutto richiede un tempistica di almeno un giorno lavorativo coinvolgendo n 5 risorse (due personale dipendente e n 3 personale della società partecipata in house)

Si è proceduto all'intervista alla dirigenza, alla raccolta documentale delle evidenze e dei dati relativi ai fattori abilitanti e ai risultati CAF. Il tutto è avvenuto mediante incontri del GAV e la collaborazione della Dirigenza per i documenti e sono stati impiegati 13 gg.

Il responsabile dei criteri che nella nostra amministrazione coincide con il Referente AV, in accordo col GAV, ha aggregato ed analizzato le evidenze pertinenti ai criteri, ha predisposto la sintesi complessiva, ha individuato e aggregato i punti di forza, di debolezza e le idee per il miglioramento. Il GAV ha assegnato il punteggio a ciascun sottocriterio raccolto nel gruppo e ha riportato i dati nel "Registro di Autovalutazione Individuale".

In seguito il Referente AV ha stabilito un calendario delle riunioni di consenso del GAV. Il GAV nella riunione di consenso dedicata si confronta, discute e raggiunge il consenso su tutti i punti, assegna il punteggio a ciascun sottocriterio avvalendosi dell'apposita griglia. Ha steso il rapporto di autovalutazione dell'organizzazione che è stato presentato per l'approvazione ai vertici dell'Amministrazione e per informazione agli stakeholder interni ed esterni.

Documenti/Evidenze

Questionario online

Intervista alla Dirigenza

Compilazione tabella di corrispondenza domande questionario personale/intervista alla Dirigenza
Tabella raccolta documentale

STEP 6 - STENDERE UN REPORT DESCRITTIVO DEI RISULTATI DELL'AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

LA fase di stesura del rapporto di autovalutazione si è svolta nella lettura del questionario rivolto alla Dirigenza, al Personale e ai portatori di interesse diretto (Società in-house), nell'esame dei valori assegnati rispondendo alle domande sulle percezioni e le opinioni del Personale su quanto in atto nell'organizzazione, nonché la condivisione e partecipazione agli approcci messi in atto.

Tutti i sottocriteri dei fattori abilitanti sono stati analizzati in una riunione collettiva del GAV, descritti analiticamente e in base ai risultati ottenuti sono stati trovati i singoli punti di forza e di debolezza.

Documenti/Evidenze

Nella stesura sono state prese in considerazione le evidenze che vengono di volta in volta consultate e utilizzate nell'ambito dell'organizzazione e utili alle attività lavorative in quanto costituiscono punti di riferimento per il raggiungimento degli obiettivi assegnati ed il relativo conseguimento.

Le evidenze che sono utilizzate all'interno dell'organizzazione hanno diversi scopi:

- per il raggiungimento di obiettivi e risultati (Contratto Collettivo Integrativo, Piano delle Attività, Piano Incentivante rivolto ai portatori di interesse diretto come le Delegazioni e la Società in house);
- per il benessere organizzativo dell'Ente (Codice Etico, Codice di Comportamento, Piano della Prevenzione e della Corruzione);
- per la sostenibilità economica dell'organizzazione (Budget annuale e pluriennale, Delibere del Consiglio Direttivo);
- per la percezione dell'organizzazione da parte degli stakeholder esterni (indagine di customer satisfaction, sezione amministrazione trasparente e consultazione di servizi e attività sul sito istituzionale, pubblicazione di notizie e attività su pagine di media locali e pagina social);

CAPITOLO 3: IL RAPPORTO DI AUTOVALUTAZIONE CAF

FATTORI ABILITANTI

Tabella per l'attribuzione dei punteggi utilizzata per i sottocriteri 1-5:

	ATTRIBUTI	0 - 10	11 - 30	31 - 50	51 - 70	71 - 90	91 - 100
PLAN	La pianificazione è basata sui bisogni e sulle aspettative dei portatori di interesse. La pianificazione è diffusa regolarmente nelle parti significative dell'organizzazione	Nessuna evidenza, o solo qualche idea	Alcune deboli evidenze relative a poche aree	Alcune buone evidenze relative ad aree significative	Forti evidenze relative alle maggior parte delle aree	Evidenze molto forti relative a tutte le aree	Evidenze eccellenti confrontate con altre organizzazioni, relative a tutte le aree
	Punteggio PLAN	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
DO	L'esecuzione è gestita attraverso processi e responsabilità definite e diffusa regolarmente nelle parti significative dell'organizzazione	Nessuna evidenza, o solo qualche idea	Alcune deboli evidenze relative a poche aree	Alcune buone evidenze relative ad aree significative	Forti evidenze relative alle maggior parte delle aree	Evidenze molto forti relative a tutte le aree	Evidenze eccellenti confrontate con altre organizzazioni, relative a tutte le aree
	Punteggio DO	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
CHECK	I processi sono monitorati con indicatori significativi e rivisti regolarmente nelle parti significative dell'organizzazione	Nessuna evidenza, o solo qualche idea	Alcune deboli evidenze relative a poche aree	Alcune buone evidenze relative ad aree significative	Forti evidenze relative alle maggior parte delle aree	Evidenze molto forti relative a tutte le aree	Evidenze eccellenti confrontate con altre organizzazioni, relative a tutte le aree
	Punteggio CHECK	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
ACT	Azioni correttive e di miglioramento sono assunte a seguito del controllo dei risultati e diffusi regolarmente nelle parti significative dell'organizzazione	Nessuna evidenza, o solo qualche idea	Alcune deboli evidenze relative a poche aree	Alcune buone evidenze relative ad aree significative	Forti evidenze relative alle maggior parte delle aree	Evidenze molto forti relative a tutte le aree	Evidenze eccellenti confrontate con altre organizzazioni, relative a tutte le aree
	Punteggio ACT	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100

CRITERIO 1: LEADERSHIP

1.1 Orientare l'organizzazione, attraverso lo sviluppo di una mission, una vision e dei valori

Sintesi

La mission del nostro Ente ci deriva da quella della Federazione a cui apparteniamo, la possiamo suddividere in diverse tipologie:

- una mission che prevede l'associazionismo all'Ente federante;
- una mission orientata alla sicurezza dell'automobilista con attività che vanno dai corsi di educazione stradale fatti all'interno delle scuole del territorio, nelle strutture delle ASL territoriali con corsi tenuti nei consultori;
- una mission orientata all'aiuto all'automobilista per il disbrigo di pratiche auto, al pagamento delle tasse di circolazione e di proprietà, e relativo disbrigo di pratiche per accertamenti ed ingiunzioni, al rinnovo delle patenti di guida;
- una mission relativa allo sport automobilistico con il rilascio delle diverse tipologie di licenze.

La vision del nostro Ente ci porta ad un miglioramento continuo dei nostri servizi che devono essere svolti con efficacia ed efficienza e con una qualità che ci deve essere riconosciuta dal cittadino/utente.

La mission dell'Ente viene condivisa con il Personale attraverso incontri formativi, la condivisione di documenti e circolari, la conoscenza della normativa che sovrintende ai servizi svolti. La stessa azione viene rivolta anche alla società in-house in quanto portatore di interesse diretto e pertanto condivide le conoscenze per la fornitura dei servizi richiesti.

La mission dell'Ente con i portatori di interesse esterni viene condivisa attraverso la pubblicazione di notizie, documenti e informazioni di carattere generale sul sito istituzionale dell'Ente e attraverso uno scambio di informazioni con il sistema di posta elettronica e telefonica. Periodicamente l'Ente si avvale di media locali, giornali, social network, per la comunicazione di attività e divulgazione di notizie utili ai portatori di interesse quali soci, automobilisti, Forze dell'Ordine, Enti Locali e cittadini in generale.

Al personale è stato consegnato sia un codice etico che un codice di comportamento e a tal fine è stato anche predisposto un piano per la prevenzione della corruzione dove sono state mappate le aree di rischio all'interno dell'organizzazione per evitare eventuali conflitti di interesse.

All'interno dell'organizzazione sono stati adottati dei comportamenti per un "corretto rapporto" tra il Personale e la Dirigenza con il monitoraggio continuo delle problematiche e delle necessità attese.

Punti di forza

Il punto di forza del sottocriterio 1.1 è che la Dirigenza ha definito chiaramente la mission (gli obiettivi) e la vision dell'amministrazione che vengono perseguite con convinzione dal personale e dai portatori di interesse.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza del sottocriterio 1.1 è che la Dirigenza non condivide completamente in egual modo un codice di valori in modo univoco tra il personale ed i portatori di interesse.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono in un maggior coinvolgimento del personale e dei portatori di interesse nella condivisione del codice di valori con la Dirigenza.

Punteggi

Plan: 40 Do: 40 Check: 45 Act: 45 Media: 42,5

1.2 Gestire l'organizzazione, le sue performance e il suo miglioramento continuo

Sintesi

L'organizzazione è articolata per centri di responsabilità e attività che vengono presieduti dal personale e alcune attività anche dai portatori d'interesse (Società in-house).

La Dirigenza a causa dell'esiguo numero di personale a disposizione non effettua la rotazione dello stesso privilegiando la professionalità acquisita per competenza e alcune attività dell'ufficio sono state affidate alla società di servizio.

Gli obiettivi vengono assegnati annualmente all'interno del Contratto Collettivo Integrativo e rispettano gli obiettivi assegnati alla Dirigenza dalla Federazione per la realizzazione della performance.

Le richieste di cambiamento e le iniziative di trasformazioni, qualora provenissero da esigenze interne o esterne all'Ente, vengono valutate insieme al Personale attraverso riunioni periodiche.

Le eventuali variazioni richieste ed effettuate vengono comunicate sia all'interno che all'esterno attraverso il sito istituzionale dell'Ente.

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio consiste in un'adeguata definizione dell'organizzazione nelle sue attività per il raggiungimento degli obiettivi e per soddisfare le esigenze dei cittadini/clienti.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza di questo sottocriterio è che a causa dell'esiguo numero di personale non sempre è possibile perseguire e raggiungere gli obiettivi che vengono assegnati dalla Federazione e anche dal Consiglio Direttivo dell'Ente. Spesso nuove attività ed adempimenti si aggiungono alle quotidiane attività lavorative ed essendo indispensabili richiedono un impegno maggiore da parte del Personale e della Società in-house (portatore di interesse diretto).

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento potrebbero nascere dalla disponibilità di maggiori risorse lavorative per sovrintendere sia le normali attività che quelle straordinarie.

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

1.3 Motivare e supportare il personale dell'organizzazione e agire come modello di ruolo

Sintesi

Il Personale viene informato periodicamente sui temi più rilevanti dell'organizzazione attraverso il dialogo ed in caso di tematiche estremamente rilevanti attraverso riunioni che coinvolgono il personale e i portatori di interesse diretto stimolando in questo caso anche il coinvolgimento con suggerimenti atti a migliorare i nostri servizi.

Compatibilmente con le risorse economiche e finanziarie a disposizione dell'Ente vengono di volta in volta attivati miglioramenti strutturali e interventi formativi affinché il Personale venga aiutato nelle proprie attività quotidiane per il raggiungimento degli obiettivi dati dall'Organizzazione.

Il Personale viene normalmente responsabilizzato ad agire autonomamente e solo in casi estremi o di pertinenza viene coinvolta la Dirigenza.

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio è nella delega delle attività e responsabilizzazione del Personale in quanto la Dirigenza è spesso impegnata in altre attività istituzionali o richieste dalla Federazione.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza di questo sottocriterio è che non sempre la Dirigenza riesce ad essere coerente nei rapporti tra il Personale e i portatori di interesse diretto.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono in un maggior equilibrio tra il Personale e i portatori di interesse.

Punteggi

Plan: 40 Do: 40 Check: 40 Act: 40 Media: 40

1.4 Gestire relazioni efficaci con le autorità politiche e gli altri portatori d'interesse

Sintesi

La Dirigenza promuove un dialogo costruttivo con le autorità pubbliche e gli altri portatori di interesse partecipando a riunioni condivise, mantenendo contatti sia telefonici che attraverso la posta elettronica.

La Dirigenza si adopera costantemente affinché l'Ente abbia una buona reputazione ed un'immagine positiva attraverso le attività di educazione stradale svolte all'interno delle scuole del territorio, nelle strutture delle ASL territoriali con corsi tenuti nei consultori. Promuove l'immagine dell'Ente anche con la pubblicazione sui giornali locali, sulle pagine del sito istituzionale e sulla pagina social dell'Ente, di notizie utili ai portatori di interesse (soci, automobilisti, cittadini) sulla mobilità e sulla sicurezza stradale in genere.

L'Ente è spesso presente sul territorio in occasione di manifestazioni cittadine organizzate dagli enti locali per promuovere iniziative nell'ambito della sicurezza stradale.

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio è che oggi l'Ente viene riconosciuto sul territorio locale come punto di riferimento per iniziative che riguardano la mobilità cittadina.

Punti di debolezza

Questo sottocriterio non presenta punti di debolezza.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono in una maggiore e continua attività per essere ancora più presenti.

Punteggi

Plan: 55 Do: 55 Check: 55 Act: 55 Media: 55

CRITERIO 2: STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

2.1 Raccogliere informazioni sui bisogni presenti e futuri dei portatori di interesse e sugli aspetti rilevanti della gestione dell'organizzazione

Sintesi

I portatori di interesse dell'organizzazione sono principalmente i dipendenti della Società in-house, i soci, le Delegazioni, gli utenti in genere che accedono agli sportelli, le istituzioni locali, gli uffici scolastici, le aziende private legate al mondo dell'automobilismo in genere e a volte anche gli altri attori della federazione ACI.

È presente una casella di posta sul sito dell'Ente dove i portatori di interesse possono far avere le loro opinioni e richieste; è stata realizzata una rilevazione sul soddisfacimento del cliente (customer satisfaction) per capire il grado di gradimento per i servizi dell'Ente.

Tramite applicativi informatici è possibile monitorare il raggiungimento di obiettivi necessari alla performance dell'organizzazione.

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio è che i portatori di interesse hanno sempre un punto di ascolto all'interno dell'organizzazione.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza di questo sottocriterio è che non sempre è possibile svolgere azioni di customer satisfaction per mancanza di tempo e risorse.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono nell'apertura di maggiori canali di comunicazione tra noi e i portatori di interesse esterno.

Punteggi

Plan: 45 Do: 45 Check: 45 Act: 45 Media: 45

2.2 Sviluppare strategie e piani tenendo in considerazione le informazioni raccolte

Sintesi

L'organizzazione annualmente adotta una propria strategia sempre in armonia con la mission e la vision ed il personale interviene con la dirigenza quando è necessario modificare le strategie in quanto richieste dai cittadini clienti o altri portatori di interesse.

Le strategie sono deliberate dal Consiglio Direttivo dell'Ente al Direttore ed al Personale. In seguito vengono elaborati degli obiettivi nel rispetto delle strategie che sono ricompresi nei Contratti Collettivi Integrativi, nei Piani delle Attività, nei Piani di Incentivazione verso le Delegazioni e la Società in-house (portatori di interesse).

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio è che le strategie sono condivise tra gli organi di vertice, la Dirigenza ed il Personale.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza di questo sottocriterio è che non sempre vengono coinvolti i portatori di interesse nella pianificazione di strategie.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono nel valutare l'opportunità di un maggiore coinvolgimento dei portatori di interesse verso la strategia dell'organizzazione.

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

2.3 Comunicare e implementare strategie e piani nell'intera organizzazione e riesaminarli regolarmente

Sintesi

L'Ente comunica le proprie strategie e obiettivi al Personale e ai portatori di interesse attraverso riunioni periodiche che avvengono tempestivamente una volta stabilite le attività necessarie a raggiungere gli obiettivi dati. In seguito trimestralmente vengono comunicate le percentuali della realizzazione degli obiettivi quando questi sono numerici o lo stato dell'arte quando progettuali.

L'organizzazione viene coinvolta per settori di attività a seconda che gli obiettivi riguardino l'associazionismo o progetti di educazione stradale o anche attività che impegnano l'Ufficio Ragioneria e Bilancio dell'Ente, in modo equilibrato.

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio è che le strategie sono comunicate tempestivamente e conosciute dai portatori di interesse.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza di questo sottocriterio è che il numero esiguo di personale non sempre permette un'equa distribuzione dei compiti per il raggiungimento degli obiettivi.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono in una futura razionalizzazione dei carichi di lavoro per il raggiungimento degli obiettivi.

Punteggi

Plan: 40 Do: 40 Check: 40 Act: 40 Media: 40

2.4 Pianificare, attuare e riesaminare le politiche per l'innovazione e il cambiamento

Sintesi

L'organizzazione per soddisfare le esigenze del cittadino/cliente e migliorare la qualità del servizio, ha negli ultimi anni apportato dei cambiamenti nella ricezione al front office creando postazioni multifunzionali e professionalizzando il Personale a presiedere le attività e i servizi forniti in modo uniforme evitando le specializzazioni in quanto non opportune per la tipologia dei servizi offerti.

Attraverso un'indagine di customer satisfaction condotta alcuni anni fa l'Ente ha recepito le istanze dei cittadini per un servizio più snello e ha creato una sala d'attesa con un impianto di eliminazione code. Il cittadino in questo modo accede al front office solo quando viene chiamato evitando in questo modo commistioni e nel rispetto della sua privacy.

Il Personale viene periodicamente formato per la conoscenza dei nuovi prodotti e servizi che vengono di volta in volta innovati dalla Federazione ma anche di quelli decisi dalla Dirigenza e dagli Organi di Vertice.

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio è che le innovazioni se ritenute valide e condivise sia dalla Dirigenza che dal Personale trovano sempre attuazione.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza di questo sottocriterio è che non sempre il Budget permette di intervenire tempestivamente nella realizzazione di cambiamenti strutturali.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono nel trovare sempre più soluzioni utili al miglioramento dei servizi.

Punteggi

Plan: 40 Do: 40 Check: 40 Act: 40 Media: 40

CRITERIO 3: PERSONALE

3.1 Pianificare, gestire e potenziare le risorse umane in modo trasparente in linea con la strategia e la pianificazione

Sintesi

L'organizzazione nei limiti delle attuazioni delle strategie e della realizzazione degli obiettivi cerca di venire incontro ai bisogni e aspettative del Personale ascoltandone le richieste sia

per quanto riguarda l'ambiente di lavoro (pulizia, sicurezza, spazio sufficiente) che per le esigenze personali.

Nella Contrattazione Collettiva Integrativa vengono incluse tutte quelle azioni che possono portare a dei riconoscimenti al Personale, mentre non sono previste assunzioni o riallocaimento del Personale in quanto la normativa vigente e il Budget a disposizione non lo consentono.

Le risorse umane sono state formate, con partecipazione a corsi e seminari quando l'organizzazione lo ha ritenuto necessario per la conoscenza dei nuovi servizi sia dal punto di vista tecnico che da quello normativo.

La gestione del Personale avviene in modo trasparente in quanto l'esiguo numero di addetti non permette di trovare soluzioni che non portino alla realizzazione degli obiettivi strategici dell'organizzazione.

La politica di gestione del Personale garantisce il rispetto delle pari opportunità in quanto costituito essenzialmente da genere femminile.

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio è che la gestione del Personale viene condivisa con lo stesso e tiene conto delle loro esigenze.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza di questo sottocriterio è che non sempre coincidono le esigenze del Personale con i portatori di interesse diretto (Società in-house).

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono nel trovare un punto di equilibrio tra le diverse esigenze.

Punteggi

Plan: 40 Do: 40 Check: 40 Act: 40 Media: 40

3.2 Identificare, sviluppare e utilizzare le competenze del personale allineando gli obiettivi individuali a quelli dell'organizzazione

Sintesi

L'organizzazione, a causa dell'esiguo numero di Personale, non potendo procedere alla rotazione dello stesso, ne ha sviluppato le professionalità e le competenze, in quanto presidiando sempre la stessa attività di lavoro, questo ha comportato il miglioramento continuo delle competenze, determinando autonomia decisionale e costituendo per la Dirigenza soggetto di confronto e consultazione sui processi lavorativi.

Quando è possibile viene svolta attività formativa anche mediante approccio multimediale sui nuovi prodotti della Federazione o anche normativa sulle attività presiedute dall'Ufficio Ragioneria e Bilancio.

Punti di forza

Il punto di forza è che i piani di formazione sono realizzati in accordo con il Personale

Punti di debolezza

Il punto di debolezza è che a causa dell'esiguo numero di Personale le conoscenze sono concentrate esclusivamente in determinate persone e non veicolate ad altri soggetti che presidiano attività lavorative diverse

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento sono che in un futuro prossimo si possano veicolare le stesse conoscenze a tutto il Personale

Punteggi

Plan: 40 Do: 40 Check: 40 Act: 40 Media: 40

3.3 Coinvolgere il personale attraverso lo sviluppo del dialogo e dell'empowerment e promuovendo il benessere organizzativo

Sintesi

L'organizzazione attraverso strumenti di feedback monitora costantemente le attività presiedute, accogliendo anche i suggerimenti necessari forniti dal Personale per il miglioramento delle stesse.

Il clima lavorativo ed il benessere del Personale viene raggiunto attraverso una condivisione con la Dirigenza delle problematiche sia del Personale che delle attività lavorative svolte, non imponendo "decisioni" ma valutando di volta in volta l'opportunità delle stesse.

Il Personale viene coinvolto in riunioni che vedono la partecipazione di stakeholder esterni (Delegati). Gli obiettivi definiti coinvolgono sia il Personale che la Società di Servizi in quanto portatore di interesse diretto.

Annualmente viene svolta una verifica dei risultati attesi in quanto necessaria alla valutazione degli obiettivi realizzati ai fini della Contrattazione Collettiva Integrativa.

L'organizzazione tiene sempre conto delle necessità del Personale per una corretta conciliazione vita-lavoro in quanto permessi e ferie sono concordate e mai negate.

Punti di forza

Il punto di forza è che l'organizzazione con gli strumenti informatici a sua disposizione è in grado di valutare il raggiungimento degli obiettivi individuali

Punti di debolezza

Il punto di debolezza è che a causa dell'esiguo numero, spesso non sempre il Personale per un'ottimale conciliazione vita-lavoro, con senso di responsabilità, usufruisce di ferie o permessi.

Idee per il miglioramento

L'idea per il miglioramento consiste in un allargamento della pianta organica per supportare le eventuali e attuali carenze.

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

CRITERIO 4: PARTNERSHIP E RISORSE

4.1 Sviluppare e gestire partnership con le altre organizzazioni rilevanti

Sintesi

L'organizzazione si avvale di diversi partner per la gestione delle proprie attività: con le Delegazioni che sono uffici che rappresentano un'estensione territoriale dell'organizzazione incaricati della promozione di alcune tipologie di prodotti; con i Sub Agenti della agenzia assicurativa dell'Ente, della Società ACI Informatica per lo sviluppo ed il miglioramento dei

servizi offerti; con gli Enti Locali titolari di tributi con cui l'Ente ha stabilito accordi e convenzioni e con la Società in-house per la prestazione di servizi. Inoltre, recentemente sono stati sviluppati accordi con media locali per la promozione dei nostri prodotti e servizi.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nell'aver individuato dei partner chiave utili alla promozione dei prodotti e servizi dell'organizzazione

Punti di debolezza

Non ci sono punti di debolezza

Idee per il miglioramento

L'idea per il miglioramento è aggiungere agli attuali partner altri soggetti in grado di promuovere ulteriori prodotti e servizi

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

4.2 Sviluppare e realizzare partnership con i cittadini/clienti

Sintesi

L'organizzazione in quanto Ente Pubblico non prevede al suo interno la partecipazione di cittadini/clienti se non attraverso l'audit tra questi e il Personale del front office per la conoscenza di eventuali bisogni e aspettative.

In ogni caso è possibile per ogni cittadino/cliente esprimere il proprio suggerimento o reclamo attraverso il sito istituzionale dell'Ente, o anche quando è possibile con incontri diretti con la Dirigenza.

L'informazione verso i cittadini avviene attraverso la pagina della Trasparenza presente sul sito istituzionale, che viene aggiornata puntualmente.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nell'aver messo a disposizione, strumenti utili al cittadino/cliente per esprimere suggerimenti o reclami: vedi sito istituzionale e posta elettronica

Punti di debolezza

.Il punto di debolezza potrebbe consistere nel fatto che non sempre il linguaggio adottato risulti semplice per il cittadino in quanto occorre attenersi a determinati schemi imposti dall'ANAC.

Idee per il miglioramento

L'idea per il miglioramento consiste in un maggior coinvolgimento dei cittadini/clienti in quanto riteniamo importante il rapporto tra questi ultimi e l'Ente

Punteggi

Plan: 55 Do: 55 Check: 55 Act: 55 Media: 55

4.3 Gestire le risorse finanziarie

Sintesi

La gestione finanziaria dell'organizzazione è in capo alla Dirigenza che in base ai piani strategici di volta in volta progettati dai vertici dell'Ente, distribuisce, razionalizza e destina

le risorse finanziarie, in armonia con il Budget annuale che deve rispondere in modo efficiente, efficace ed economico per la realizzazione degli stessi.

Le spese di volta in volta effettuate vengono controllate attraverso un sistema di gestione contabile che ne monitora l'efficacia e la disponibilità dello stanziamento.

L'Ente attraverso un sistema di pianificazione monitora costi e bilanci attraverso un Budget Pluriennale.

Attraverso il Piano delle Attività vengono stabiliti i costi di ciascuna attività analizzandone i costi-benefici in rapporto agli obiettivi che si vogliono realizzare.

L'Ente assicura la trasparenza della gestione finanziaria attraverso la pagina Amministrazione Trasparente in cui è possibile per chiunque visionare i costi e le spese effettuate.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nel fatto che l'organizzazione è dotata di un sistema di gestione contabile in grado di monitorare in ogni momento la sostenibilità delle spese finanziarie

Punti di debolezza

Il punto di debolezza è nel vincolo del rispetto del Budget annuale per cui a volte è necessario attenersi ad economie strettamente necessarie alla gestione ordinaria dell'Ente

Idee per il miglioramento

L'idea per il miglioramento consiste nel disporre di maggiori risorse finanziarie per la realizzazione di progetti utili ai cittadini/clienti ma anche strutturali per il benessere organizzativo del Personale

Punteggi

Plan: 55 Do: 55 Check: 55 Act: 55 Media: 55

4.4 Gestire le informazioni e la conoscenza

Sintesi

Nell'organizzazione a causa dell'esiguo numero di Personale le conoscenze sono detenute dalle singole persone che presiedono le proprie attività; molti servizi l'Ente ha provveduto a demandarli alla Società in-house che ha finito per acquisire nel tempo le stesse conoscenze del Personale, che in caso di sua assenza (ferie o pensionamento) è in grado perfettamente di gestire i servizi assegnati.

Il Personale ha l'accesso a tutte le informazioni necessarie all'espletamento del proprio lavoro e le condivide con il Personale della Società in-house in quanto portatore di interesse diretto.

Attraverso il sito istituzionale molte delle conoscenze in seno all'organizzazione vengono portate a conoscenza della cittadinanza per le proprie esigenze (pagamento tassa automobilistica, rinnovo patente, pratiche auto in genere).

Punti di forza

Il punto di forza consiste nel fatto che le conoscenze di tutto il Personale vengono condivise dall'Ente.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza consiste nel dover in futuro esternalizzare completamente i servizi a causa della mancanza di Personale.

Idee per il miglioramento

L'idea per il miglioramento consiste nell'aumento della dotazione organica per veicolare maggiormente le conoscenze acquisite

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

4.5 Gestire la tecnologia

Sintesi

L'amministrazione per la gestione dei propri processi si avvale di tecnologia informatica. Tutti i settori dell'Ente sono dotati di apparecchiature hardware con software aggiornati e adeguati con gli obiettivi strategici ed operativi.

Periodicamente viene effettuato un monitoraggio delle apparecchiature e se necessario si provvede alla loro sostituzione con hardware e software più aggiornati.

Per una migliore gestione economica ultimamente è stata adottata una politica economica di noleggio delle apparecchiature in quanto questo permette la sostituzione con sistemi più aggiornati senza aggravare sugli ammortamenti delle apparecchiature.

Il Personale ha competenze sufficienti per l'utilizzo delle tecnologie mentre viene demandata alla Società in-house una competenza più ampia sulle apparecchiature e sui software in dotazione.

L'organizzazione adegua di volta in volta le proprie conoscenze tecnologiche se richieste dai nuovi servizi.

Punti di forza

Il punto di forza è la capacità dell'organizzazione nel dotarsi di nuova strumentazione tecnologica quando necessario

Punti di debolezza

Il punto di debolezza consiste nel fatto che i servizi e la normativa sono sempre in continua evoluzione e richiedono tecnologia sempre più aggiornata e performante

Idee per il miglioramento

Non sono presenti idee per il miglioramento di questo sottocriterio

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

4.6 Gestire le infrastrutture

Sintesi

L'organizzazione possiede delle infrastrutture adeguate alle attività supportate dal Personale; la superficie a disposizione del Personale è ampiamente sufficiente in quanto la sede è abbastanza ampia ed il Personale residuale è assai esiguo.

La sede è situata in una zona semi centrale della città, facilmente accessibile dall'utenza/cliente. Il Personale lavora in un open space dove il cliente/utente viene accolto inizialmente in una sala di attesa adeguata e dotata di un elimina code, e successivamente viene accolto dal Personale in un rapporto diretto di front office dove è stato abolito il bancone e il cliente viene invitato a sedersi davanti all'operatore per un servizio più colloquiale nel rispetto della privacy.

Gli uffici sono stati dotati di attrezzature e materiale adeguati a creare un ambiente di lavoro nel rispetto della sicurezza e che favorisce un maggior benessere organizzativo e l'ufficio è dotato di un sistema di videosorveglianza.

In caso di dismissione del materiale a disposizione del Personale, sia di consumo che beni immobiliari questi vengono avviati a sistemi di smaltimento nel rispetto dell'ambiente.

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio consiste nell'ampiezza dello spazio a disposizione del Personale in rapporto al loro numero.

Punti di debolezza

In questo sottocriterio non sono stati rilevati punti di debolezza.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento possono consistere per il futuro nel trovare soluzioni diverse per l'accoglimento dei cittadini/clienti

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

CRITERIO 5: PROCESSI

5.1 Identificare, progettare, gestire e innovare i processi in modo sistematico, coinvolgendo i portatori d'interesse

Sintesi

L'organizzazione ha mappato al suo interno una serie di processi che descrivono le attività svolte dal Personale e dalla Dirigenza; alcuni di questi processi sono svolti nell'ottica della mission dell'Ente che risponde a quella della Federazione come ad esempio la produzione associativa e rilascio di licenze sportive o l'organizzazione di servizi per l'educazione stradale. Altri processi invece, presidiano ad attività proprie dell'organizzazione come l'assistenza automobilistica, attraverso le pratiche auto e i rinnovi patente, altri processi derivano da convenzioni o accordi con Enti Locali come la riscossione delle tasse automobilistiche e la gestione di contenziosi derivanti da accordi con società di riscossione. Altri processi lavorativi vengono svolti dal back office (Ufficio Ragioneria e Bilancio e Segreteria) come la gestione della contabilità, attraverso la fatturazione attiva e passiva dovuta alle attività produttive sia del Personale che dei portatori di interesse. Altre attività di questo ufficio presiedono alla gestione degli immobili (locazioni, contratti, spese di manutenzione e condominiali), inoltre l'ufficio tiene sotto controllo tutti gli adempimenti fiscali e predispone la documentazione per le verifiche degli Organi Collegiali. Predispone la documentazione necessaria all'emissione dei cedolini del Personale, contabilizza le provvigioni dei Sub Agenti assicurativi, gestisce il protocollo informatico.

Alla Dirigenza compete il processo di gestione di tutta l'organizzazione come il Personale, le spese da autorizzare, il controllo sulla produzione, le attività di relazione con gli stakeholder esterni all'Ente (Enti Locali, Forze di Polizia, la Società in-house). La preparazione di gare e appalti, o contratti con i portatori di interesse.

Punti di forza

Il punto di forza è che i processi sono mappati e ben definiti

Punti di debolezza

Il punto di debolezza è che spesso molti processi non vengono attuati in modo completo o efficace a causa dell'esiguo numero di Personale

Idee per il miglioramento

L'idea per il miglioramento consiste in un maggior numero di processi per nuove attività produttive

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

5.2 Sviluppare ed erogare servizi e prodotti orientati al cittadino/cliente

Sintesi

L'organizzazione è molto attenta a soddisfare le esigenze del cliente/utente a cui viene offerta la possibilità di accedere agli uffici per molte ore durante la giornata lavorativa ed anche con la possibilità di accedere all'ufficio in orario continuato per un giorno alla settimana in quanto richiesto dai portatori di interesse stessi.

Il cittadino cliente può avere accesso alle informazioni sulle attività e servizi dell'organizzazione consultando il sito istituzionale dell'Ente dove può trovare informazioni sugli orari e sulla logistica degli uffici sia dell'Ente che delle Delegazioni, oltre a numeri utili di uffici necessari alla sua mobilità.

Tramite il portale è stata predisposta la voce dell'accesso civico dove il cittadino può richiedere documentazione presente all'interno dell'organizzazione, nell'ottica della trasparenza.

Punti di forza

Il punto di forza di questo sottocriterio consiste nell'attenzione verso il cittadino/cliente

Punti di debolezza

Il punto di debolezza di questo sottocriterio consiste nel fatto che l'infrastruttura non dispone di accesso per i disabili.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento sono di adeguare l'infrastruttura alle esigenze del cittadino/utente

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

5.3 Coordinare i processi all'interno dell'organizzazione e con altre organizzazioni significative

Sintesi

Nell'organizzazione è molto presente sia tra il Personale, la Società in-house che la Dirigenza, quella cultura del lavoro che ha portato e continua a portare negli anni ottimi risultati sia dal punto di vista economico che nell'immagine positiva che l'Ente è riuscito a creare verso gli stakeholder esterni con attestati di riconoscimento da parte dei clienti/utenti. Anche se il Personale è attestato per questioni numeriche, su attività presidiate in esclusiva, l'organizzazione ha una vision che è condivisa da tutte le componenti.

Punti di forza

Il punto di forza è nella condivisione di tutte le componenti verso un unico obiettivo di performance

Punti di debolezza

Il punto di debolezza è che l'esiguo numero di Personale e le attività da sovrintendere non sempre permettono di trovare spazi per maggiori confronti e ampliare gli orizzonti per una maggiore "cultura del lavoro"

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono nel trovare sempre più spazi da dedicare a confronti per l'analisi delle attività dell'organizzazione

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

RISULTATI

Tabella per l'attribuzione dei punteggi utilizzata per i sottocriteri 6-9:

	ATTRIBUTI	0 - 10	11 - 30	31 - 50	51 - 70	71 - 90	91 - 100
TREND	I trend sono positivi	Nessuna misurazione	Misure in crescita, trend da negativi a stazionari a leggermente positivi	Positività trend in crescita, irregolarità in diminuzione	Progressi costanti	Progressi significativi	Confronti positivi con organizzazioni performanti su tutti i risultati
	Punteggio TREND	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
TARGET	OBIETTIVI Gli obiettivi (Target o Risultati attesi) sono stati raggiunti	Non ci sono obiettivi e/o misure risultati	Obiettivi più significativi e risultati presenti. Risultati tendenzialmente negativi	Obiettivi più significativi raggiunti	Cresce il numero di obiettivi raggiunti al di là di quelli più significativi	La maggior parte degli obiettivi raggiunti	Tutti gli obiettivi raggiunti o superati
	Punteggio OBIETTIVI	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
	CONFRONTI Confronti favorevoli con altre organizzazioni (interne e/o esterne), scelte in modo appropriato	Nessun confronto	Confronti non favorevoli o favorevoli per alcuni risultati	Alcuni confronti favorevoli per alcuni risultati scelti in modo appropriato	Alcuni confronti favorevoli per molti risultati scelti in modo appropriato	Alcuni confronti favorevoli per la maggior parte dei risultati scelti in modo appropriato	Confronti favorevoli per tutti i risultati scelti in modo appropriato
	Punteggio CONFRONTI	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
	COPERTURA I risultati sono relativi alle aree pertinenti e segmentati quando appropriato.	Nessuna misura di copertura	I risultati riguardano alcune aree	I risultati riguardano alcune aree e/o attività significative e sono segmentati quando appropriato	I risultati riguardano molte aree e/o attività significative e sono segmentati quando appropriato	I risultati riguardano la maggior parte delle aree e/o attività significative e sono segmentati quando appropriato	I risultati riguardano tutte le aree e/o attività significative e sono segmentati quando appropriato
Punteggio COPERTURA	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100	

CRITERIO 6: RISULTATI ORIENTATI AL CITTADINO/CLIENTE

6.1 Misure di percezione

Sintesi

L'organizzazione nell'ambito cittadino gode di una buona reputazione in virtù dei servizi rilasciati e dal comportamento del Personale che da anni ha adottato un approccio colloquiale e di ascolto alle necessità dell'utenza, cercando di risolvere ove possibile le problematiche che il cittadino/cliente di volta in volta pone al Personale sia di front office che di back office. Sono state realizzate indagini di customer satisfaction che hanno rilevato questa positiva immagine dell'organizzazione.

La sede dell'organizzazione è facilmente raggiungibile sia a piedi che con automezzi, ma non dispone al momento di un accesso per disabili in quanto la struttura non lo prevede.

I servizi resi al cittadino sono svolti in tempi brevi e realizzati con efficacia ed efficienza. Il Personale ha sviluppato negli anni una capacità relazionale, consigliando quando è possibile al cittadino soluzioni per le proprie problematiche, ed il Personale adotta un linguaggio utile alla comprensione evitando riferimenti a normative non di facile comprensione per il cittadino/utente di media scolarità.

Punti di forza

Il punto di forza dell'organizzazione è nel riconoscimento da parte del cittadino/utente di una buona professionalità del Personale e di una capacità di ascolto alle loro esigenze.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza è la mancanza di un accesso ai nostri servizi da parte di un utenza disabile

Idee per il miglioramento

L'idea per il miglioramento è aumentare la formazione per una professionalità sempre più adeguata alle esigenze del cittadino/utente

Punteggi

Trend: 55 Obiettivi: 55 Confronti: 0 Copertura: 55 Media: 41,25

6.2 Misure di performance

Sintesi

L'organizzazione misura la propria performance attraverso periodici monitoraggi sulle attività produttive svolte: ad esempio il numero di pratiche dell'assistenza automobilistica, il numero dei soci nuovi o rinnovanti, l'aggiornamento dei pagamenti effettuati entro le scadenze, il puntuale aggiornamento del protocollo informatico, il rispetto del Budget di gestione.

Il coinvolgimento dei portatori di interesse avviene tramite uno scambio di problematiche e la loro risoluzione mentre i cittadini/utenti vengono coinvolti solo in occasione di approvazione del Bilancio d'esercizio o in caso di nomina degli Organi di Vertice; non vengono invece coinvolti nei processi delle attività di front office in quanto queste sono semplici e ottimamente presidiate.

I risultati relativi all'accessibilità dell'organizzazione non presentano criticità in quanto ai servizi il cittadino/utente può accedere giornalmente in un'ampia fascia oraria e i tempi di attesa sono relativamente brevi.

Per quanto riguarda i risultati relativi alla trasparenza nell'erogazione di servizi e prodotti questi sono controllabili dal portale amministrazione trasparente. Non ci sono stati mai

interventi da parte di difensori civici e le informazioni presenti sul sito dell'Ente o anche presso i nostri Uffici sono facilmente accessibili e vengono presentati in modo corretto e trasparente.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nella facilità di accesso ai nostri servizi per l'utente/cittadino

Punti di debolezza

Non si evidenziano punti di debolezza

Idee per il miglioramento

Le idee di miglioramento sono, ove possibile, fornire servizi con tempistiche sempre più brevi compatibilmente con le risorse a disposizione

Punteggi

Trend: 55 **Obiettivi:** 55 **Confronti:** 0 **Copertura:** 55 **Media:** 41,25

CRITERIO 7: RISULTATI RELATIVI AL PERSONALE

7.1 Misure di percezione

Sintesi

Il Personale dell'organizzazione ha raggiunto negli anni una maturazione che lo ha portato ad una percezione del lavoro e dell'ambiente positiva, e non ha mai manifestato atteggiamenti di intolleranza sia verso la Dirigenza che tra il Personale stesso, e qualora si siano manifestate delle criticità, queste sono state prontamente appianate grazie al dialogo e alla collaborazione. Questo ha fatto sì che ogni anno venga raggiunta una performance più che sufficiente e l'organizzazione ha adottato un approccio di compartecipazione nei processi decisionali attinenti le attività svolte, con una azione di miglioramento continuo. L'organizzazione si è dotata di un piano di prevenzione della corruzione, ne ha monitorato i rischi, mettendo il Personale a conoscenza di questi, inoltre è stato adottato un codice di comportamento etico.

La Dirigenza ha provveduto a organizzare il Personale per il presidio dei diversi processi la cui progettazione è stata condivisa.

Al Personale viene annualmente assegnato un fondo di produttività nell'ambito della Contrattazione Collettiva Integrativa.

Le condizioni di lavoro hanno permesso nel corso degli anni di costruire un buon clima organizzativo e dove sono sorti conflitti, rimostranze, problemi personali questi sono state appianate e risolte tramite colloqui bidirezionali con la Dirigenza, anche l'orario di lavoro flessibile ha trovato accoglimento pur in considerazione del poco Personale a disposizione. Non ci sono problematiche sul fronte delle pari opportunità in quanto il Personale è tutto di genere femminile.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nel rapporto con la Dirigenza senza particolari conflittualità

Punti di debolezza

Il punto di debolezza consiste nella differente percezione tra il Personale e la Società in-house con la Dirigenza

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono in un maggiore coinvolgimento e formazione per il rafforzamento delle competenze acquisite.

Punteggi

Trend: 45 **Obiettivi:** 45 **Confronti:** 0 **Copertura:** 45 **Media:** 33,75

7.2 Misure di performance

Sintesi

La performance dell'organizzazione si avvale di determinati indicatori interni che rendono la misurazione dei risultati conseguiti: ad esempio il livello di assenteismo è molto basso, in quanto i giorni di malattie sono pressoché assenti, come per i giorni di sciopero.

Il Personale in collaborazione con la Società in-house è in grado di utilizzare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione, e la partecipazione ad attività di formazione è sempre molto alta.

Gli indicatori che misurano i reclami dei cittadini/clienti riscontrano che questi sono pressoché inesistenti e considerando la grande mole di afflusso la percentuale è prossima allo zero.

Periodicamente vengono organizzati dei corsi messi a disposizione dalla Federazione per l'approccio al cliente, comprese le tecniche di vendita.

Non sono stati riscontrati casi di conflitti di interesse ed il Personale ha sempre partecipato volontariamente ad attività legate alla responsabilità sociale dell'organizzazione.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nel monitorare con facilità gli indicatori di misurazione della performance

Punti di debolezza

Il punto di debolezza consiste nel fatto che la performance potrebbe essere a rischio a causa del poco Personale a disposizione.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consiste nel costruire indicatori di outcome più aderenti alla misurazione della performance

Punteggi

Trend: 45 **Obiettivi:** 45 **Confronti:** 0 **Copertura:** 45 **Media:** 33,75

CRITERIO 8: RISULTATI RELATIVI ALLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

8.1 Misure di percezione

Sintesi

L'organizzazione nel corso degli anni, grazie ad attività istituzionali, come corsi per l'educazione e la sicurezza stradale, rivolti a ogni fascia di età della collettività, si è costruita un'immagine positiva diventando al tempo stesso punto di riferimento per i temi della mobilità sostenibile e dell'educazione stradale in genere.

Le relazioni esterne con le istituzioni locali, le aziende e i media sono costantemente monitorate e mantenute sia dalla Dirigenza che dal Personale.

In riguardo alle tematiche ambientali l'organizzazione ha ingenerato una serie di attività propedeutiche alla distribuzione di ricarica elettrica per gli autoveicoli con questa alimentazione dimostrando un'attenzione verso le politiche ecologiche di tutela dell'ambiente.

L'organizzazione è stata chiamata spesso a partecipare ad incontri consultivi su problematiche che hanno impatto sull'organizzazione della sicurezza stradale e della mobilità.

L'organizzazione si è dotata inoltre di mezzi di comunicazione utili alla collettività inerenti i temi della trasparenza e del comportamento etico, e ha applicato al proprio servizio pubblico atteggiamenti di equità e continuità nello stesso.

La media riconoscendo il ruolo di responsabilità sociale che l'organizzazione ha assunto nel tempo, non mancano di mettere all'attenzione della collettività le iniziative assunte dall'organizzazione.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nel riconoscimento dell'organizzazione di un ruolo importante all'interno della collettività come responsabilità sociale.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza consiste nel fatto che non sempre l'organizzazione dispone del tempo materiale per la realizzazione di progetti.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono in una maggiore presenza per attività di responsabilità sociale.

Punteggi

Trend: 50 Obiettivi: 50 Confronti: 0 Copertura: 50 Media: 37,5

8.2 Misure di performance

Sintesi

L'organizzazione mantiene contatti continui con i referenti per le politiche sociali riferite alla mobilità come l'educazione e la sicurezza stradale organizzando, come previsto dalla mission istituzionale della Federazione corsi ed eventi su questa problematica.

Queste attività vengono pubblicizzate dalle testate giornalistiche locali che pubblicano articoli al fine di promuovere nella collettività sia le iniziative realizzate dall'organizzazione che ad accrescere una maggiore sensibilità sulle tematiche dell'incidentalità stradale.

Nell'ambito della riduzione dell'impatto ambientale l'Ente, avvalendosi della collaborazione di stakeholder esterni, ha in progetto la realizzazione di una colonnina per la fornitura di alimentazione per le autovetture elettriche.

Il Personale durante l'anno è impegnato nella raccolta fondi per Telethon e materiale plastico riciclabile a favore dell'Unicef.

Partecipazione ad eventi sulla sicurezza stradale organizzati da Enti locali in qualità di istituzione riconosciuta come autorità nel campo.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nell'essere presente sul territorio a favore della collettività sui temi della mobilità.

Punti di debolezza

Il punto di debolezza consiste nel fatto che non sempre è possibile partecipare a tutte le iniziative sociali.

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono nell'essere sempre più presenti e autorevoli nel campo della responsabilità sociale sui temi della mobilità.

Punteggi

Trend: 50 Obiettivi: 50 Confronti: 0 Copertura: 50 Media: 37,5

CRITERIO 9: RISULTATI RELATIVI ALLE PERFORMANCE CHIAVE

9.1 I risultati esterni: output e outcome prodotti rispetto agli obiettivi

Sintesi

L'organizzazione è in grado di misurare perfettamente i risultati in termini di output in quanto come descritto nel sottocriterio 1.1, la mission dell'Ente prevede l'associazionismo, valore misurabile annualmente, l'organizzazione di corsi di educazione stradale, il disbrigo di pratiche automobilistiche, l'esazione delle tasse automobilistiche con il sostegno al cittadino/cliente per la risoluzione delle problematiche di vario genere relative alla mobilità. Questi servizi e prodotti sono obiettivi dell'organizzazione e il loro raggiungimento ne costituiscono la performance. I risultati di outcome sono nel soddisfacimento del cliente per i servizi erogati in termini di aiuto alla mobilità.

Tutti i servizi erogati dall'organizzazione rispettano le normative e vengono elargiti con professionalità e qualità.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nella fornitura di servizi e prodotti qualitativi e ricchi di contenuti

Punti di debolezza

Il punto di debolezza consiste nel fatto che i prodotti offerti in periodi di crisi economica sono ritenuti non necessari perché giudicati non economici

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento consistono in una maggiore diffusione dei nostri prodotti e servizi, aggiungendone dove possibile altri più innovativi.

Punteggi

Trend: 50 Obiettivi: 50 Confronti: 0 Copertura: 50 Media: 37,5

9.2 Risultati interni: livello di efficienza

Sintesi

L'organizzazione in base ai risultati e l'esito delle misurazioni adotta piani per il miglioramento della performance legata alla produttività, adattando le risorse umane e destinandole ad attività utili per l'aumento di quest'ultima (lettere, recall, comunicazioni di posta elettronica, avvisi sul sito istituzionale); coinvolgimento dei portatori di interesse diretto (Società in-house, Delegazioni) per una politica di aumento della produttività tramite forme incentivanti.

L'organizzazione è dotata di strumentazione tecnologica utile ad aumentare i livelli di produttività in quanto più performante.

Per quanto riguarda i risultati economici, a volte strettamente legati alla produttività, l'organizzazione mantiene un'attenzione costante alle spese per la produzione dei servizi ma anche al contenimento della spesa (come da regolamento) cercando le soluzioni migliori a costi minori.

Punti di forza

Il punto di forza consiste nel monitoraggio continuo dei risultati utili alla produttività

Punti di debolezza

Il punto di debolezza consiste in costi imprevisti a causa della complessità dell'organizzazione

Idee per il miglioramento

Le idee per il miglioramento tenere costantemente dei Budget in linea con le attività dell'organizzazione razionalizzando le risorse umane e strumentali utili al contenimento dei costi.

Punteggi

Trend: 50 Obiettivi: 50 Confronti: 0 Copertura: 50 Media: 37,5

APPENDICE 1: EVIDENZE A SUPPORTO DEI SOTTOCRITERI

CRITERIO 1: LEADERSHIP

1.1 Orientare l'organizzazione, attraverso lo sviluppo di una mission, una vision e dei valori

Codice etico
Codice di comportamento
Piano per la prevenzione della corruzione

1.2 Gestire l'organizzazione, le sue performance e il suo miglioramento continuo

Contratto Collettivo Integrativo

1.3 Motivare e supportare il personale dell'organizzazione e agire come modello di ruolo

Circolari
Budget di gestione

1.4 Gestire relazioni efficaci con le autorità politiche e gli altri portatori d'interesse

pubblicazioni sui giornali locali
sito istituzionale
pagina social dell'Ente

CRITERIO 2: STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

2.1 Raccogliere informazioni sui bisogni presenti e futuri dei portatori di interesse e sugli aspetti rilevanti della gestione dell'organizzazione

sito dell'Ente
customer satisfaction

2.2 Sviluppare strategie e piani tenendo in considerazione le informazioni raccolte

delibere del Consiglio Direttivo dell'Ente
Contratti Collettivi Integrativi
Piani delle Attività
Piani di Incentivazione verso le Delegazioni e la Società in-house

2.3 Comunicare e implementare strategie e piani nell'intera organizzazione e riesaminarli regolarmente

delibere del Consiglio Direttivo dell'Ente
Contratti Collettivi Integrativi
Piani delle Attività
Piani di Incentivazione verso le Delegazioni e la Società in-house

2.4 Pianificare, attuare e riesaminare le politiche per l'innovazione e il cambiamento

customer satisfaction

CRITERIO 3: PERSONALE

3.1 Pianificare, gestire e potenziare le risorse umane in modo trasparente in linea con la strategia e la pianificazione

Contrattazione Collettiva Integrativa
Budget di gestione

3.2 Identificare, sviluppare e utilizzare le competenze del personale allineando gli obiettivi individuali a quelli dell'organizzazione

Circolari
videoconferenze

3.3 Coinvolgere il personale attraverso lo sviluppo del dialogo e dell'empowerment e promuovendo il benessere organizzativo

Contrattazione Collettiva Integrativa
Verifica dei risultati

CRITERIO 4: PARTNERSHIP E RISORSE

4.1 Sviluppare e gestire partnership con le altre organizzazioni rilevanti

articoli di giornale
piano delle attività

4.2 Sviluppare e realizzare partnership con i cittadini/clienti

sito istituzionale

4.3 Gestire le risorse finanziarie

Annuale Piano delle Attività, Budget annuale, Budget Pluriennale

4.4 Gestire le informazioni e la conoscenza

sito istituzionale

4.5 Gestire la tecnologia

software

4.6 Gestire le infrastrutture

Planimetrie dell'ufficio
Sistema di videosorveglianza

CRITERIO 5: PROCESSI

5.1 Identificare, progettare, gestire e innovare i processi in modo sistematico, coinvolgendo i portatori d'interesse

report periodici

5.2 Sviluppare ed erogare servizi e prodotti orientati al cittadino/cliente

sito istituzionale dell'Ente

5.3 Coordinare i processi all'interno dell'organizzazione e con altre organizzazioni significative

Determine

CRITERIO 6: RISULTATI ORIENTATI AL CITTADINO/CLIENTE

6.1 Misure di percezione

customer satisfaction
codice di comportamento

6.2 Misure di performance

Budget di gestione
Piano della performance
Report periodici

CRITERIO 7: RISULTATI RELATIVI AL PERSONALE

7.1 Misure di percezione

Contrattazione Collettiva Integrativa

7.2 Misure di performance

Report periodici
sito istituzionale

CRITERIO 8: RISULTATI RELATIVI ALLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

8.1 Misure di percezione

Codice etico
sito istituzionale

8.2 Misure di performance

Articoli di giornale

CRITERIO 9: RISULTATI RELATIVI ALLE PERFORMANCE CHIAVE

9.1 I risultati esterni: output e outcome prodotti rispetto agli obiettivi

Tabelle di produzione
Report e statistiche

9.2 Risultati interni: livello di efficienza

lettere
comunicazioni di posta elettronica
sito istituzionale
Piano incentivante

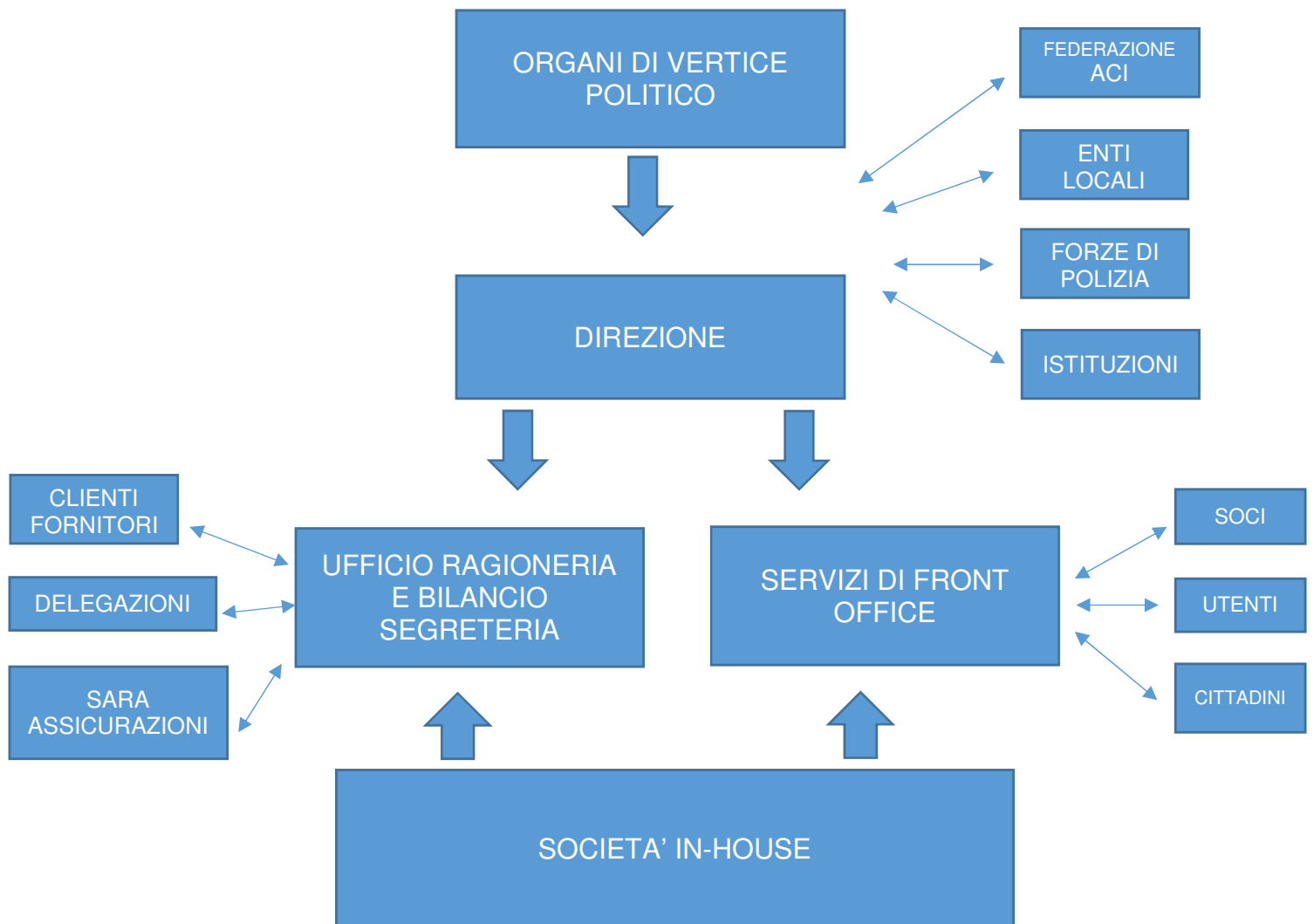
APPENDICE 2: GLOSSARIO

ACI - Automobile Club d'Italia

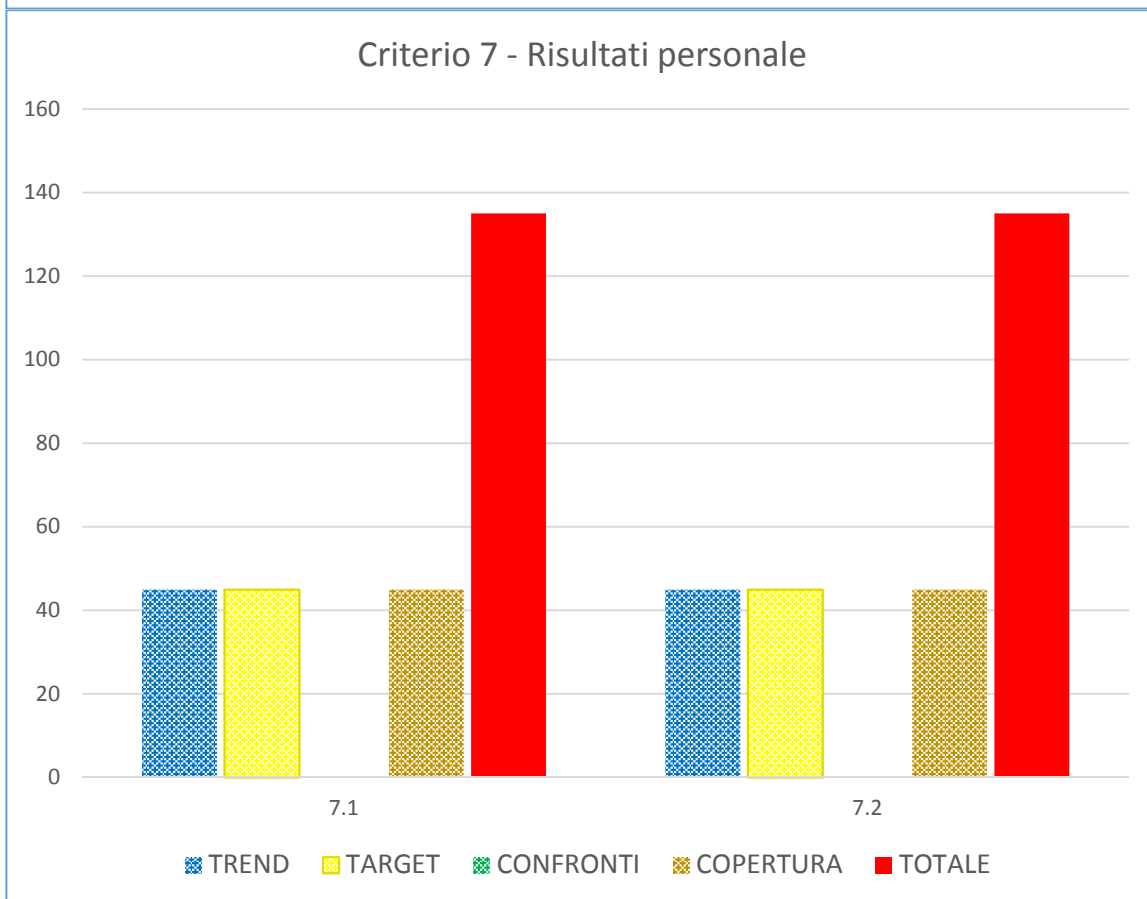
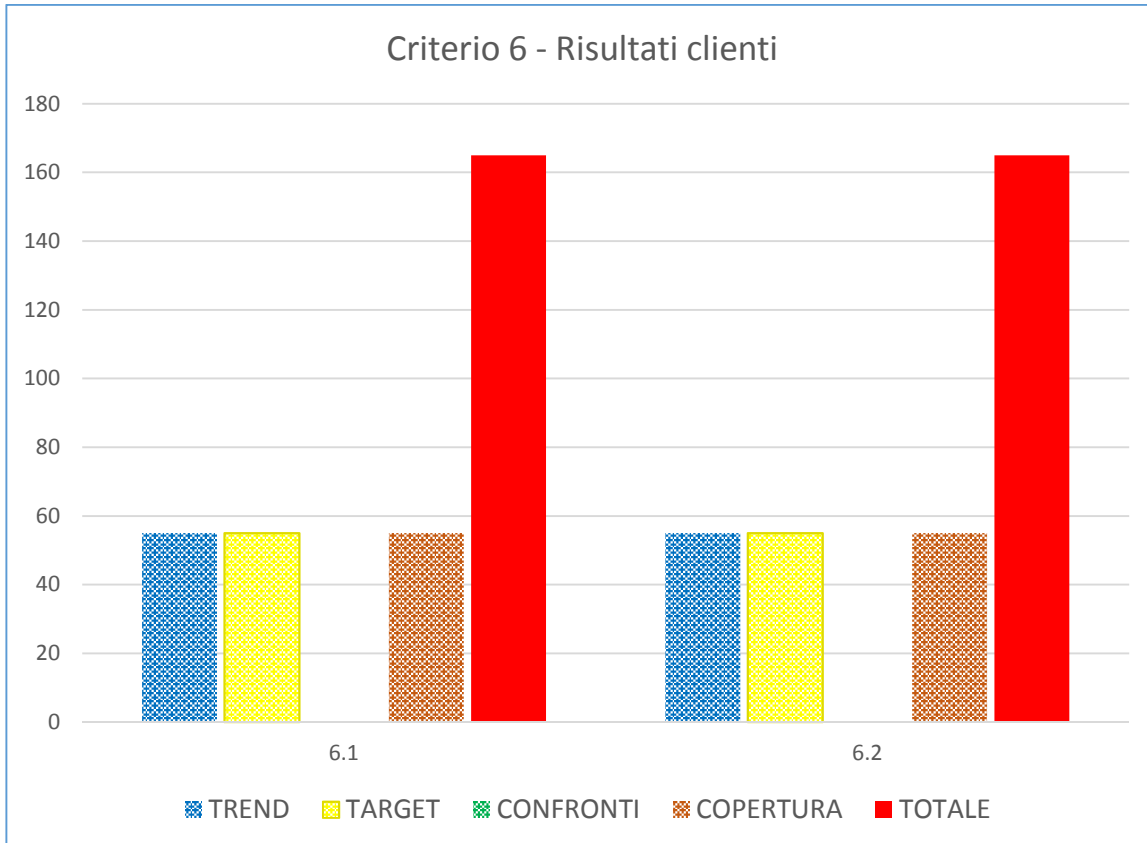
GAV - Gruppo di autovalutazione

RAV - Rapporto di Autovalutazione

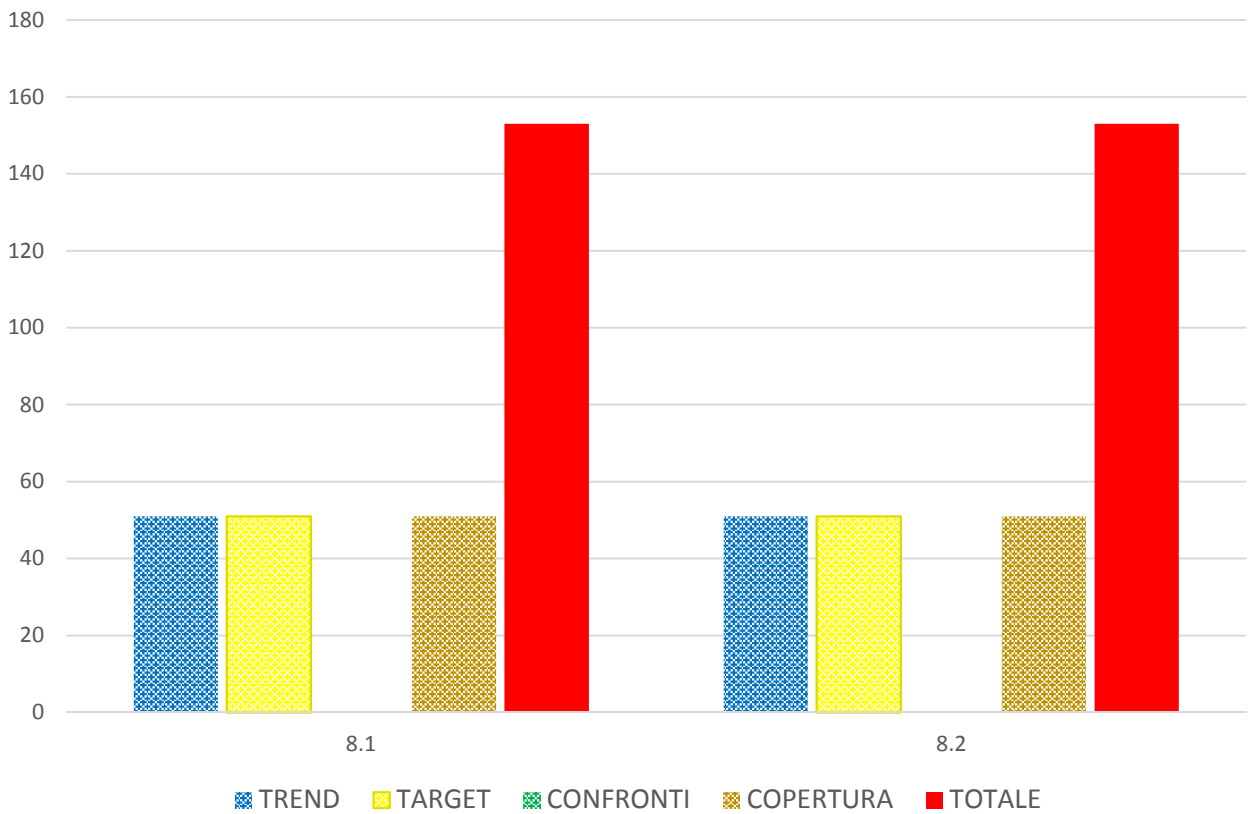
APPENDICE 3: ORGANIGRAMMA DELL'AMMINISTRAZIONE/ SETTORE



APPENDICE 4: GRAFICI E/O TABELLE CRITERIO 6, 7, 8 e 9



Criterio 8 - Risultati Responsabilità Sociale



Criterio 9 - Risultati di performance chiave

