IL CONCETTO DI VALORE PUBBLICO

Il valore pubblico può essere definito come il miglioramento del livello di benessere reale (economico, sociale, ambientale, culturale etc.) di una comunità amministrata; perseguito da un ente facendo leva sulla riscoperta del patrimonio vero e autentico.

Come si realizza un valore pubblico nella P.A.?

è fondamentale utilizzare in maniera ottimale le risorse all'interno della organizzazione amministrativa.

Cosa si intende per «risorse»?

Quelle tangibili e non

risorse tangibili:

Risorse economiche
Risorse tecnologiche
Risorse umane

risorse intangibili:

Competenze delle risorse umane
Rete di relazioni interne e esterne
Capacità interattiva ai bisogni del territorio
Innovazione – sostenibilità ambientale – riduzione rischio di erosione e del valore e dei fenomeni corruttivi

La **«bidimensionalità»** nella definizione di valore pubblico

Si riferisce

* al miglioramento degli impatti esterni prodotti dalle P.A. e diretti ai cittadini, utenti e stakeholder
* Alle condizioni interne dell'Amministrazione presso cui il miglioramento viene prodotto

In tempi di risorse economiche scarse e di esigenze sociali crescenti, una PA realizza valore pubblico quando riesce a valorizzare il proprio patrimonio, a gestire secondo economicità le risorse a disposizione e a utilizzarle in modo funzionale al reale soddisfacimento delle esigenze sociali degli utenti, degli stakeholders, dei cittadini, e più in generale, del contesto sociale.

L'attenzione deve porsi non solo sul "benessere addizionale" che viene prodotto, ma anche sul "come" esso viene realizzato, nel medio-lungo periodo.

Il valore pubblico è il risultato di un processo razionalmente e pragmaticamente progettato, governato e controllato.

Il valore pubblico si realizza grazie a un mix equilibrato di economicità e socialità, compatibile con:

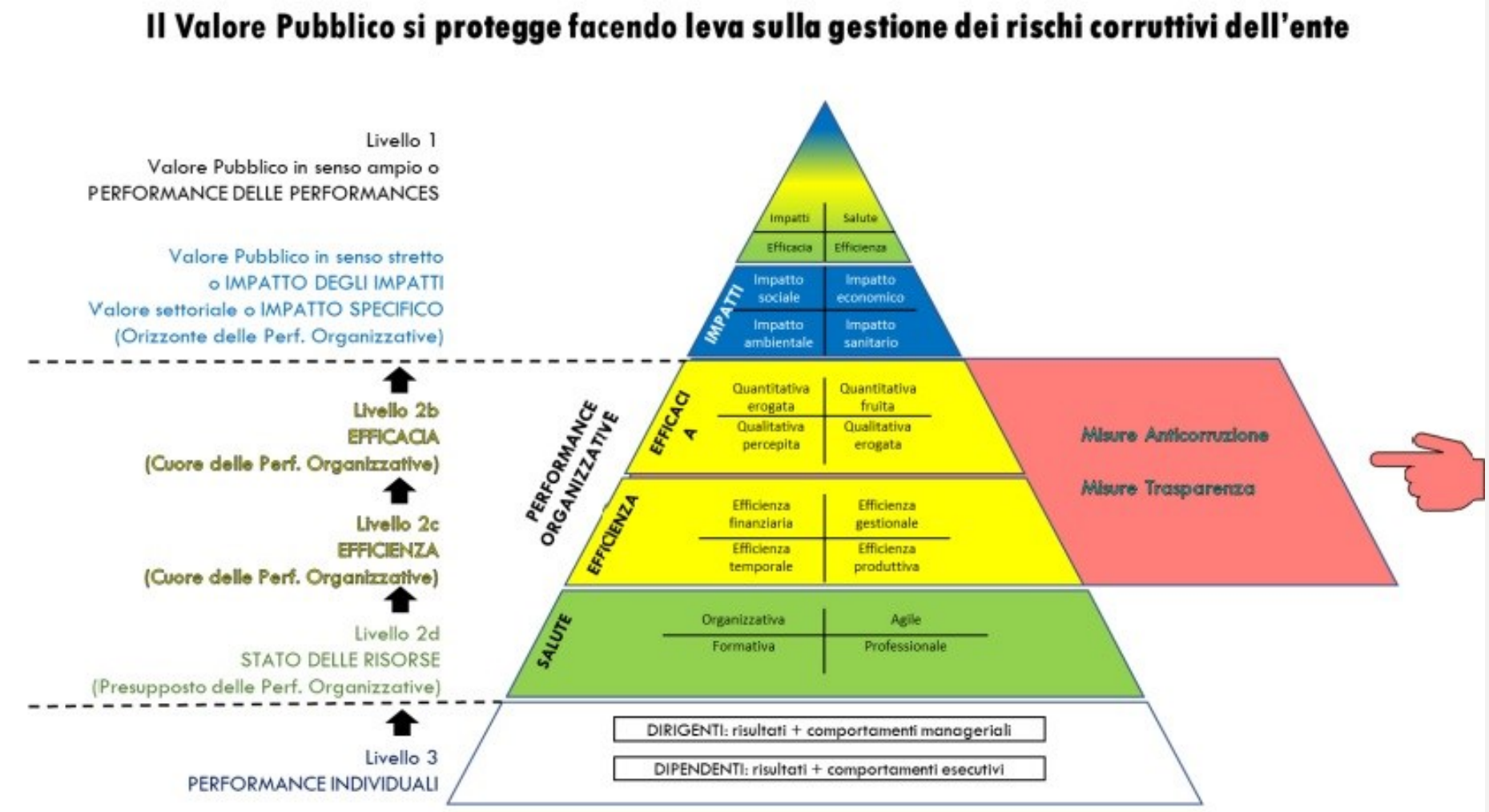
- salvaguardia e lo sviluppo sociale dei territori
- al fattore ambientale
- Alle modalità di gestione dell'apparato burocratico-amministrativo

I comportamenti amministrativi caratterizzati da sprechi economici e bassa attenzione ai bisogni della società porterebbero infatti gli enti pubblici, in particolare gli enti locali, verso il fallimento istituzionale e finanziario.

In che modo è possibile generare concretamente valore pubblico, compatibilmente con i vincoli economico-finanziari dell'ente, con quali strumenti proteggerlo e attraverso quali leve abilitarlo?

- "*Il concetto di Valore Pubblico dovrebbe guidare quello della performance dell'Ente, divenendone la stella polare sia in fase di programmazione che di misurazione e di valutazione e ponendosi, quindi, come una sorta di "meta-indicatore" o "performance delle performance*". *(prof. Deidda Gagliardo)*

La piramide del Valore Pubblico



La creazione di valore pubblico esterno da cosa dipende?

Miglioramento delle performance → Stato delle risorse dell'amministrazione

pertanto, creare **valore pubblico interno** → è → il presupposto per l'ulteriore produzione di **valore pubblico esterno.**

Il concetto di **valore pubblico** dovrebbe guidare quello delle **performance;**

le **performance** dovrebbero venire misurate e valutate secondo un:

- ✓ contributo individuale;
- ✓ contributo organizzativo;
- ✓ contributo istituzionale al valore pubblico.

La missione istituzionale delle Pubbliche Amministrazioni è **la creazione di valore pubblico** a favore di:

- utenti
- stakeholder
- cittadini

Senza cercare → consenso sociale

Un'amministrazione pubblica dovrebbe mirare all'eccellenza organizzativa, erogando servizi di qualità (outputs)

tenendo in considerazione i contributi individuali (inputs) di dirigenti e dipendenti, con maggiori chances di raggiungere gli obbiettivi istituzionali originariamente previsti nei propri programmi.

L'ente che crea «Valore Pubblico» → Raggiunge risultati soddisfacenti → aumentando il benessere reale della collettività amministrativa salvaguardando le proprie condizioni di sopravvivenza e sviluppo.

Valore Pubblico, Performance e valutazione partecipativa

- Il valore pubblico costituisce, quindi, una nuova frontiera di valutazione e indirizzo delle performance, consentendo a ogni PA di mettere queste ultime al suo servizio finalizzandole verso lo scopo ultimo del mantenimento delle promesse (performance istituzionali) e del miglioramento delle condizioni di vita dell'ente, dei suoi utenti e stakeholder, sfruttando la partecipazione attiva di questi ultimi ai processi di valutazione.

- Alla base della predetta valutazione partecipativa, il cittadino, singolarmente o riunito in associazioni, è un soggetto attivo, idoneo a collaborare con le istituzioni negli interventi che lo riguardano. Per garantire la giusta e corretta interazione è però necessario un lavoro costante, approfondito, di consultazione, audizione e contraddittorio fra le parti.

- L'Organismo Indipendente di Valutazione (OIV) potrebbe in tal senso acquisire il ruolo fondamentale di interlocutore dei cittadini e degli utenti, a cui comunicare in forma diretta il proprio grado di soddisfazione per le attività e i servizi erogati.

Valutazione partecipativa

concerne

attività istituzionali

prestazioni di servizi delle PA

- cittadini
- utenti finali dei servizi resi
- stakeholders

- direttamente
- indirettamente

nell'operato delle amministrazioni

Valutazione partecipativa

riduce l'autoreferenzialità della PA

carta dei servizi

standard di qualità

- rinnovamento dell'amministrazione
- rapporto con il mondo esterno
- qualità dei servizi
- sviluppo delle relazioni con i cittadini e con gli altri soggetti interessati.

- **miglioramento della qualità dei servizi offerti**

creazione di Valore Pubblico attraverso il miglioramento dei processi amministrativi tutelando il cittadino

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

SERVIZIO PUBBLICO → *Tipo di servizio reso alla collettività, ovvero quel complesso di attività prestate nei riguardi degli utenti per il soddisfacimento di bisogni collettivi.*

↓

Elementi principali

Vantaggio collegato al servizio
che può essere sia di natura fisica sia esclusivamente psicologica ed emotiva

Eterogeneità
o come viene più comunemente definita, la personalizzazione del servizio

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

UTENTE

Non è un soggetto passivo e tramite la propria valutazione, partecipa attivamente:

- alla definizione degli standard del servizio
- alle modalità di erogazione
- all'evoluzione dello stesso a livello programmatico

Valutazione dell'utenza

Permette:

- di redigere statistiche
- una corretta analisi di efficienza, efficacia e costi/benefici del servizio

Gli **strumenti di partecipazione dell'utenza** sono fondamentali per:

- la pianificazione di eventuali modifiche e riorganizzazioni del servizio
- la realizzazione di misure migliorative come, ad esempio, la redazione di un elenco FAQ (Frequently Asked Questions, domande poste frequentemente), cioè di una lista predisposta di domande e risposte per l'accesso e la fruizione di un determinato servizio.

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

PACCHETTO SERVIZI

Presentato all'esterno dal soggetto erogatore quando sono offerti più servizi ed è costituito dall'insieme combinato dei vari elementi (impliciti/espliciti, tangibili/intangibili) che l'organizzazione offre all'utente.

nucleo centrale
costituito dai contenuti fondamentali del servizio, che devono essere in grado di informare con chiarezza l'utente.

serie di elementi periferici
che descrivono i vantaggi o i servizi accessori che si offrono all'utenza e che rappresentano un'attrattiva ulteriore del servizio.

Strutturazione del pacchetto di servizi persegue i seguenti obiettivi:

- definire le caratteristiche del servizio da progettare
- gestire, migliorare o valutare sulla base delle esigenze, dei bisogni degli utenti, e sulla base delle caratteristiche dell'organizzazione che gestisce il servizio
- gestire in maniera "strategica" il servizio sviluppando alti livelli di standard, oppure investire sulla sua personalizzazione
- aumentare gli elementi periferici oppure intervenire sul pacchetto dei servizi facendo leva, in particolare, su alcuni specifici elementi periferici
- favorire una migliore interazione con gli utenti/fruitori del servizio
- favorire la diffusione all'interno dell'organizzazione di una visione comune del servizio
- differenziare il servizio da quello della concorrenza

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

Costruzione del PACCHETTO SERVIZI

1. Definizione dei confini funzionali e organizzativi del servizio, fase che costituisce un passaggio basilare nel processo di costruzione del pacchetto dei servizi e presuppone una chiara e precisa schematizzazione delle necessità e dello stato di carenza del cliente

2. Costruzione degli elementi periferici del servizio, intesi come un vantaggio offerto, alla luce delle caratteristiche del sistema di erogazione del servizio, degli utenti (segmentazione dell'utenza), del personale (competenze, conoscenze e abilità) e di tutti quei supporti che fanno parte del servizio (ambienti e spazi, strumenti, tecnologie)

3. Valutazione della coerenza del pacchetto di servizi con i bisogni/aspettative degli utenti e con le capacità organizzative di chi deve gestire il servizio, al fine di minimizzare lo scarto tra servizio erogato e servizio atteso attraverso la gestione del disservizio, l'ascolto e la *customer satisfaction*

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

NORMATIVA

Direttiva del Presidente del Consiglio dei ministri del 27 gennaio 1994, recante: "Principi sull'erogazione dei servizi pubblici", definisce per la prima volta i principi cui deve essere progressivamente uniformata l'erogazione dei servizi pubblici, anche se svolti in regime di concessione.

Legge numero 481 del 14 novembre 1995, recante: "Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità" il legislatore fissa, invece, i principi generali in materia di servizi di pubblica utilità, ovvero quei servizi che devono essere assolutamente garantiti agli utenti finali (definizione da ultimo ripresa con la Delibera 189/19/CONS) e devono essere erogati secondo principi di uguaglianza, continuità e accessibilità.

Decreto legislativo 23 dicembre 2022 n. 201, recante: "Riordino della disciplina dei servizi pubblici locali di rilevanza economica".

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

La **garanzia del rispetto della qualità e degli standard del servizio** è assicurata attraverso un'ulteriore incombenza attribuita agli enti locali che, in relazione al proprio ambito o bacino del servizio, devono effettuare la ricognizione periodica della situazione gestionale dei servizi.

Passaggi che conducono alla definizione dell'identità e degli standard sono:

definire le dimensioni significative del servizio, le quali devono tenere conto di ciò che è effettivamente importante per gli utenti del servizio e di ciò che contribuisce all'efficacia del risultato.

definire quali obiettivi l'amministrazione vuole prioritariamente perseguire attraverso il servizio e, in conseguenza degli obiettivi, individuare gli standard del servizio: per rispondere allo scopo, gli standard devono essere rilevanti, significativi rispetto al servizio, misurabili ed effettivamente monitorati, pubblicizzati, facilmente comprensibili e verificabili dagli utenti; gli standard non sono misure stabilite "una volta per tutte", ma devono venire controllati e riconsiderati a scadenze prefissate (ad es. ogni anno), con l'obiettivo, se possibile, di migliorare i livelli di servizio raggiunti.

definire in modo chiaro l'output e le caratteristiche del servizio erogato, ovvero il pacchetto di servizi offerto ai clienti/utenti; prevedere modalità di coinvolgimento degli operatori; prevedere, se lo si ritiene opportuno, modalità di coinvolgimento degli stessi utenti del servizio.

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

UTENTI E BIBLIOTECHE

Domanda informativa degli utenti

- **Domande di orientamento**, dette anche **di localizzazione** o **direzionali**
- **Domande a risposta pronta** ***(ready reference)***
  - **Bibliografiche**
  - **Fattuali**
- **Domande a obiettivo individuato** ***(specific search)***
- **Ricerche specialistiche**
- **Richieste di consulenza**

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

UTENTI E BIBLIOTECHE

Tipologie di servizi informativi

Per cercare di rispondere efficacemente a questo ampio spettro di domande ciascuna biblioteca può predisporre uno o più tipi di servizi informativi: l'Ufficio informazioni o Front office.

Educazione dell'utenza (user instruction, user education) →

Mediante corsi, lezioni, guide, opuscoli e audiovisivi si cerca di insegnare agli utenti come muoversi nell'universo informativo più esteso (alfabetizzazione informativa, information literacy), nel più specifico ambito bibliografico e documentario (alfabetizzazione bibliografica, bibliographic literacy) e nella singola biblioteca (istruzione all'uso della biblioteca, library instruction).

Servizio di ricerche bibliografiche →

Attivato soprattutto nei centri di documentazione e nelle biblioteche specializzate o aziendali, predispone bibliografie, rassegne stampa e talvolta veri e propri rapporti su temi commissionati dagli utenti.

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

UTENTI E BIBLIOTECHE

Filosofie del servizio informativo

Modello conservatore
(o minimo, o educativo)

→ Il bibliotecario non rintraccia personalmente l'informazione cercata, ma spiega all'utente come fare per recuperarla lui stesso.

Modello liberale
(o massimo, o sostitutivo)

→ Il bibliotecario utilizza tutti i mezzi a sua disposizione per rintracciare l'informazione cercata dall'utente e offrirgliela.

Modello moderato
(o medio, o equilibrato)

→ Il bibliotecario può seguire di volta in volta il modello massimo o minimo, non a caso o in base al tempo disponibile, ma cercando di raggiungere un equilibrio fra le risorse disponibili e gli effettivi bisogni e capacità degli utenti, senza sprecare tempo inutilmente, ma senza neanche penalizzare chi ha effettivamente bisogno di maggiore aiuto.

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

UTENTI E BIBLIOTECHE

L'intervista e i filtri

INTERVISTA

- bisogno istintivo o inconscio, vago, indistinto e non tradotto in termini linguistici;
- bisogno conscio, linguistico ma ancora ambiguo;
- bisogno formalizzato, linguisticamente ben definito e articolato;
- bisogno mediato:è una riformulazione delle esigenze di informazione che avviene dopo avere avuto la possibilità di esaminare quanto può offrire il sistema informativo (nel caso particolare, la biblioteca).

FILTRI

- determinazione dell'argomento;
- obiettivo e motivazioni di chi pone la questione;
- caratteristiche personali di chi pone la questione;
- rapporto tra la formulazione della domanda e l'organizzazione delle fonti;
- risposte previste o accettabili.

Il **fattore tempo** è estremamente importante nella ricerca. E' un elemento costitutivo della domanda (anche se spesso non esplicito): l'utente non vuole semplicemente sapere qualcosa, ma saperlo ad un momento dato (subito, entro quindici giorni, entro due mesi).

IL CONCETTO DI SERVIZIO ALL'UTENZA

UTENTI E BIBLIOTECHE

Principali tappe della transazione informativa fra utente e bibliotecario:

l'utente si rende conto di aver bisogno di una informazione e dà una prima formulazione di ciò che gli serve

l'utente pone la sua domanda al bibliotecario

la domanda dell'utente viene precisata e riformulata in modo che possa avere risposta dal materiale documentario della biblioteca

il bibliotecario stabilisce la strategia di ricerca che gli pare opportuna

il bibliotecario individua e usa le fonti di informazione adeguate

il bibliotecario sottopone all'utente la risposta o le risposte che gli pare possano soddisfare la richiesta

l'utente valuta se le risposte ottenute sono rilevanti per il suo problema

l'utente, se soddisfatto, accetta la risposta

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA QUALE SERVIZIO AL CITTADINO

COMUNICARE → deriva dal latino **communis** = che appartiene a tutti, significa precisamente condividere, **“mettere qualcosa in comune con gli altri"**.

COMUNICAZIONE ha in realtà lo scopo di trasmettere a qualcuno informazioni e messaggi.

COMUNICAZIONE NELLA PA:

attività di condivisione finalizzata ad incidere sulla realtà esterna perché tesa a fare passare un messaggio che influenzi chi lo riceve e che deve obbligatoriamente essere organizzata/pianificata/valutata alla stregua di altre importanti sue funzioni.

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA QUALE SERVIZIO AL CITTADINO

LA COMUNICAZIONE NELLA SOCIETA' MODERNA

Le PA più attente operano a livello comunicativo nella realtà del nostro tempo e si avvalgono dei social network, così come tutti i canali che lo sviluppo tecnologico mette oggi a disposizione, al fine di informare e comunicare e relazionarsi in maniera diretta e innovativa con il cittadino.

La comunicazione pubblica

non è solo un semplice mezzo attraverso il quale fruire più adeguatamente dei servizi, ma piuttosto la prima pietra della costruzione di un nuovo rapporto tra la PA e il cittadino.

si indirizza direttamente al cittadino/utente e si contraddistingue come comunicazione di servizio che lo Stato, nelle sue articolazioni funzionali e territoriali persegue con l'obiettivo di conseguire il diritto alla trasparenza, all'accesso, alle informazioni, alla partecipazione e alle scelte che orientano le politiche pubbliche.

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA QUALE SERVIZIO AL CITTADINO

La comunicazione è distinta in **tre macro-aree di competenza:**

1 ISTITUZIONALE

- **comunicazione delle attività istituzionali**: per illustrare le attività ed i servizi erogati dalla PA centrale e periferica
- **comunicazione di pubblica utilità**: quindi di servizio e socialmente utile, al fine di assistere i cittadini nel rapporto con le PA e nell'utilizzo dei servizi pubblici
- **comunicazione per la promozione dell'immagine**: per rendere visibile l'organizzazione e l'operato della PA e raffigurare un'immagine il più possibile corrispondente alla realtà.

2 POLITICA

è lo scambio e il confronto di ciò che è di interesse pubblico prodotto dal sistema politico, dei media e dal cittadino elettore, e si occupa della competizione politica tra posizioni contrapposte, persegue l'interesse di parte.

3 SOCIALE

si rivolge alla società – intesa come comunità e incontro tra più persone che condividono tradizioni e costumi e che hanno obiettivi in comune – con l'idea di informare su tematiche di pubblica utilità e incentivare al cambiamento sociale.

In maggior misura articolata e sviluppata in aree di competenza distinte e strategiche per lo sviluppo di un territorio, quali quello: <u>sociale, culturale, ambientale, sanitario, di gestione delle crisi ed emergenze.</u>

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA QUALE SERVIZIO AL CITTADINO

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA: DALLA PRIMA REPUBBLICA AD OGGI

fine del regime fascista / inizio Repubblica fino ai primi anni ’70	modello della “*comunicazione negata*” intesa e praticata dalle istituzioni con finalità e modalità di tipo propagandistico, caratterizzato da una netta chiusura e basato dal segreto d’ufficio con l’obiettivo di fornire all’esterno un’immagine positiva di sé in cui è difficile distinguere l’entità politica da quella amministrativa.
nascita delle Regioni, fino agli anni ’80	con lo sviluppo dei mass media (radio e tv private) si incomincia a vedere una diffusione di informazioni sull’operato dell’Amministrazione. Il cittadino prende sempre più coscienza dei propri diritti di cittadinanza e del diritto di essere informato. L’obiettivo delle PA è comunque quello di fornire informazioni in *senso unidirezionale per ottenere maggiore visibilità* – il cittadino è un soggetto passivo.
anni ’90	modello di *comunicazione pubblica bidirezionale*. Il cittadino è soggetto attivo e la comunicazione è circolare, l’identità amministrativa si distingue da quella politica e diventa un dovere la logica della trasparenza di rendere pubblici e comprensibili gli atti delle amministrazioni.

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA QUALE SERVIZIO AL CITTADINO

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA: DALLA PRIMA REPUBBLICA AD OGGI

dagli anni 2000 ad oggi

sistema di comunicazione istituzionale (primi URP e primi siti internet) per informare, accogliere ed interagire con il cittadino. La comunicazione pubblica viene riconosciuta come strumento di governo e potenziata in modo da favorire la capacità di ascolto, il dialogo e la partecipazione, le relazioni con i cittadini, off e on line. I cittadini, le imprese, le associazioni sono più coinvolti nella gestione dei beni pubblici e nella salvaguardia dell'interesse generale, in linea con una nuova prospettiva di welfare di tipo comunitario o societario, non più statuale. *Il rapporto tra PA e cittadini passa da verticale ad orizzontale e si intravedono le prime forme di public engagement.*

diffusione del web sociale e partecipativo

I cittadini possono, adesso, essere attivatori di processi di **innovazione sociale (civic engagement),** dove per **civic engagement** si intendono le forme di volontariato e di impegno sociale che i cittadini pongono in atto per affrontare le problematiche che attraggono la collettività a cui fanno parte, al fine del raggiungimento degli obiettivi condivisi.

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA QUALE SERVIZIO AL CITTADINO

COMUNICAZIONE PUBBLICA

disciplinata

legge 150 del 7 giugno 2000

fornisce un'intelaiatura normativa alla comunicazione pubblica ai medesimi principi che hanno caratterizzato le riforme della PA: **trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa;**
rappresenta il caposaldo normativo della comunicazione pubblica, vengono definiti gli strumenti e i soggetti della comunicazione, inoltre presenta l'informazione come una risorsa indispensabile e uno degli elementi principali dell'attività di una PA.

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA QUALE SERVIZIO AL CITTADINO

DIFFERENZE TRA INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE NELLA PA

INFORMAZIONE

indirizzata ai mezzi di comunicazione di massa e si consegue attraverso la stampa, i canali audiovisivi e gli strumenti telematici a disposizione. Ha il compito di consentire una diffusione omogenea e coerente dell'immagine dell'Ente.

COMUNICAZIONE

esterna

indirizzata ai cittadini, alle altre amministrazioni, agli altri enti, alle imprese e alle associazioni, quindi, contribuisce a costruire la percezione della qualità del servizio, inoltre, essa costituisce un canale permanente di ascolto e di verifica del livello di soddisfazione del cliente/utente.

interna

è aggiuntiva e funzionale alla comunicazione esterna, ma è rivolta al pubblico appartenente all'organizzazione di riferimento.

legge 150 del 2000 specifica le figure professionali

Ufficio per le Relazioni con il Pubblico (URP)
Ufficio stampa
Portavoce

LA COMUNICAZIONE PUBBLICA QUALE SERVIZIO AL CITTADINO

LA RIFORMA LEGISLATIVA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA

In uno scenario di applicazione parziale della normativa e di mutamento dell'ecosistema comunicativo

volontà

nuova legge per la comunicazione pubblica la "**legge 151**", che riformerà la 150/2000.

obiettivo

riorganizzare profondamente e rilanciare la comunicazione pubblica italiana rivedendo anche i profili e le funzioni, riconoscendo nuove professionalità (legate al mondo della comunicazione online) e rivedendo i percorsi contributivi e contrattuali.

Una nuova legge il cui scopo è quello di riformare le professionalità e l'informazione digitale, che tenga conto dei grandi cambiamenti in termini professionali, di strumenti e di linguaggi. Il punto di partenza per una pubblica amministrazione che ha come concetto prioritario il **servizio al cittadino,** dove i cittadini possono ricevere semplici ma fondamentali servizi che aumentano la qualità della vita.

LA CARTA DEI SERVIZI

La Carta dei Servizi che intendiamo redigere è un documento con il quale l'Ente erogatore, nel rispetto di indicatori di qualità individuati annualmente, assume una serie di impegni nei confronti degli utenti sui servizi offerti secondo precisi standard qualitativi, monitorati in riferimento a:

- offerta
- dinamicità delle informazioni
- target dei destinatari
- contesto socioculturale

La Carta dei Servizi deve rispettare, particolarmente, i seguenti criteri:

- modalità di erogazione dei servizi presentati e offerti
- standard di qualità che tengono conto di precisi indicatori
- rispetto di quanto prevede la normativa vigente in materia
- contenuti chiari, semplificati, fruibili, aperti e accessibili

RIFERIMENTI NORMATIVI

E' stata introdotta in Italia, nel 1993 dal Dipartimento della Funzione Pubblica, Tale documento è stato recepito in un atto normativo dalla direttiva del Presidente del Consiglio dei ministri in data 27 gennaio 1994, recante "Principi sull'erogazione dei servizi pubblici"

La Legge 11 luglio 1995, n. 273: art. 2 ha previsto l'adozione, con DPCM, di schemi generali di riferimento di carte dei servizi pubblici, compreso l'obbligo per le Amministrazioni Pubbliche di emanare delle Carte dei Servizi, secondo gli "schemi guida indicati"

In attuazione della delega anzidetta, è stato emanato il D.Lgs n. 286/1999 che abrogava espressamente l'art. 2 della Legge n. 273/1995, stabilendo all'art. 11 una disciplina maggiormente semplificata in tema di determinazione dei parametri guida per l'adozione delle carte dei servizi

RIFERIMENTI NORMATIVI RECENTI

Delibera "CiVIT" n. 88/2010 (Linee guida per la definizione degli standard di qualità)

Delibera "CiVIT" n. 3/2012 (Linee guida per il miglioramento degli strumenti per la qualità dei servizi pubblici)

Legge n. 35/2012 "Semplifica Italia" che apre la stagione verso la semplificazione e la trasparenza sui modelli dettati dall'Unione Europea

D.Lgs. n.33/2013, art. 32 che prescrive alle Amministrazioni Pubbliche, l'obbligo di pubblicare la propria Carta dei Servizi o il documento recante gli standard di qualità dei servizi pubblici erogati

CONTENUTI

Nella Carta dei Servizi l'Ente riporta e presenta quali servizi intende erogare, le modalità e gli standard di qualità che intende garantire e si impegna a rispettare determinati principi generali. Di seguito alcuni dei principi fondamentali dettati dalla normativa vigente in materia, e che, sono alla base dell'erogazione dei servizi:

1. il principio dell'uguaglianza, per cui tutti gli utenti hanno gli stessi diritti;

2. parità di trattamento sia fra le diverse aree geografiche, sia fra le diverse categorie o fasce di utenti;

3. servizi erogati in maniera continua e regolare, e ove sia consentito dalla legislazione, gli utenti hanno diritto di scegliere l'ente erogatore;

4. obiettività, uguaglianza, giustizia e imparzialità;

5. garanzia del diritto alla partecipazione del cittadino, così come efficienza e l'efficacia dell'ente erogatore.

CONTENUTI

In linea generale, la Carta dei Servizi rappresenta quindi uno strumento di comunicazione che rispecchi al meglio alcuni standard di qualità, come previsto nei contenuti della Delibera “CIVIT” numero 3 del 2012:

Ad esempio, garantire l’Accessibilità al servizio:

- Sede degli uffici
- Giorni e orari di apertura al pubblico
- Numero di personale operante nel Servizio
- Tempo di attesa
- Canali di comunicazione (Telefono PEC, web, sportello, …)
- Tempestività:
- Tempo massimo di erogazione del servizio
- Tempo di attesa medio di risposta alla richiesta
- Tempi di chiusura della richiesta
- Tempi di risposta
- Frequenza di erogazione del servizio erogato
- Trasparenza
- Modalità di diffusione delle informazioni (informativa, spazi web, modulistica, brochure)
- Indicazioni del/dei contatto/i del Servizio di riferimento
- Frequenza degli aggiornamenti
- Efficacia:
- Rispondenza del servizio erogato con quanto si aspetta l’utente
- Soddisfazione delle esigenze e dei bisogni (risultati customer satisfaction)
- Dati statistici sui risultati storici di ciascun servizio.

NOTE CONCLUSIVE

Nel redigere la Carta dei servizi del Consiglio regionale della Calabria ci si attiene alla sua specificità e peculiarità tenendo conto dei criteri che sono la guida per la redazione di un documento che sia il più possibile chiaro ed esaustivo per il cittadino.

La Carta dei Servizi, infatti, non è una semplice guida, ma un documento che stabilisce un patto, un “accordo” fra soggetto erogatore del servizio e cittadino/utente basato su:

- indicazione e definizione degli standard e della qualità del servizio erogato
- semplificazione delle procedure anche tramite l’informatizzazione
- costruzione degli elementi che strutturano il pacchetto dei servizi
- promozione del servizio e informazione dello stesso
- verifica del rispetto degli standard del servizio presentato e realmente efficiente
- predisposizione di procedure di ascolto di semplice comprensione e di facile utilizzazione

In caso di disservizio, il diritto alla tutela è esercitabile mediante lo strumento del reclamo e dell’eventuale ricorso all’istituto del Difensore Civico. Da prevedere, il coinvolgimento e la partecipazione del cittadino alla definizione del progetto, anche attraverso i nuovi strumenti social oggi a disposizione.

LA CARTA DEI SERVIZI COME DOCUMENTO STRATEGICO DI *QUALITY POLICY*

La carta dei servizi rappresenta uno strumento strategico di politica della qualità, in quanto permette di definire in maniera trasparente i servizi offerti, le modalità di erogazione e i livelli di qualità attesi.

Ma cosa è la qualità e come si misura?

L'idea di qualità si fonda sul rapporto tra una realizzazione e un'attesa perché esprime il livello di corrispondenza tra le aspettative del cliente/utente e il prodotto/servizio offerto: più le aspettative e il prodotto/servizio si sovrappongono, più questi saranno giudicati prodotti/servizi "di qualità".

la qualità non è un dato immodificabile, ma viene determinata dalle persone

non c'è una sola qualità, ve ne sono molteplici e diverse, in relazione alle esigenze e alle aspettative dei vari soggetti

Per misurare la qualità del servizio serve l'indicazione degli standard di qualità

Gli standard di qualità sono il punto centrale, più innovativo e più impegnativo della Carta dei servizi e rappresentano anche una parte ineludibile di qualsiasi Carta dei servizi

Senza l'indicazione degli standard di qualità, non solo non è possibile misurare la qualità del servizio, ma nemmeno realizzare una vera e propria "carta dei servizi" che, infatti, rispetto a una semplice "guida ai servizi" non può costituire il c.d. "patto" tra ente erogatore del servizio pubblico e cittadino/utente che si fonda su un programma e non sulla mera descrizione del servizio.

Per definire gli standard di qualità del servizio, è necessario considerare la tipologia di utenza e le caratteristiche del servizio erogato. Infatti, ogni servizio presenta delle peculiarità che ne determinano le modalità di erogazione e i livelli di qualità attesi.

Gli standard di qualità del servizio devono essere definiti in maniera

- **chiara**
- **completa**
- **trasparente**

per consentire all'utenza di conoscere le modalità di erogazione del servizio, i livelli di qualità attesi e le modalità di reclamo e risoluzione delle controversie.

Gli standard di qualità devono essere

- **misurabili**
- **valutabili**

per consentire un costante monitoraggio e miglioramento della qualità dei servizi erogati.

Come si definiscono gli standard di qualità?

Il percorso logico per definire gli standard di qualità è il seguente

Fattori di qualità → **Indicatori di qualità** → **Standard di qualità**

I fattori di qualità sono le caratteristiche del servizio che sono rilevanti per l'utente, come ad esempio la sicurezza, l'igiene, l'accessibilità, la puntualità, la tempestività nell'erogazione delle prestazioni, la comprensibilità e la chiarezza dell'informazione, l'accessibilità ai servizi.

Per misurare i fattori di qualità si utilizzano **gli indicatori di qualità**

variabili quantitative in grado di rappresentare i fattori di qualità in una certa unità di misura e per un certo campo di applicazione.

un buon indicatore di qualità dovrebbe essere:

- ✓ significativo, ovvero rilevante per l'utenza e, pertanto, focalizzato sull'output del servizio e non sul processo;
- ✓ valido, ovvero deve esprimere esattamente ed esclusivamente il fenomeno che si intende registrare;
- ✓ rilevabile, ovvero, nel definire un indicatore, è necessario tener presente come si potranno rilevare i dati;
- ✓ sensibile, ovvero in grado di registrare i mutamenti (in meglio o in peggio) del fenomeno osservato.

Gli indicatori di qualità sono utilizzati per definire **gli standard di qualità**

Gli standard di qualità sono espressi in soglie applicate agli indicatori di qualità e rappresentano una misura qualitativa o quantitativa cui è assegnato un valore.

La loro corretta definizione e applicazione consente di raggiungere gli standard di qualità prestabiliti e di soddisfare le esigenze degli utenti.

La trasparenza nell'individuazione e nella comunicazione di tali indicatori e standard contribuisce a instaurare un rapporto di fiducia tra l'ente pubblico e il cittadino.

È quindi fondamentale che le amministrazioni si impegnino nel monitoraggio costante dei fattori di qualità e degli indicatori di qualità per garantire il miglioramento continuo dei propri servizi.

Lo schema concettuale (fattore, indicatore, standard) applicato ai tre servizi del Consiglio regionale della Calabria esaminati nel contesto dell'obiettivo di performance.

- Polo Culturale “Mattia Preti” (servizi bibliotecari):

- **Fattori di qualità**: disponibilità e accessibilità dei documenti, competenza dei bibliotecari, tempestività nella risposta alle richieste.
- **Indicatori di qualità**: numero di prestiti giornalieri, percentuale di risposte complete alle richieste, tempo di attesa per la ricerca di un documento.
- **Standard di qualità**: consegna del documento richiesto entro 24 ore, risposta completa entro 2 giorni lavorativi dall'invio della richiesta, disponibilità di almeno il 95% dei documenti richiesti.

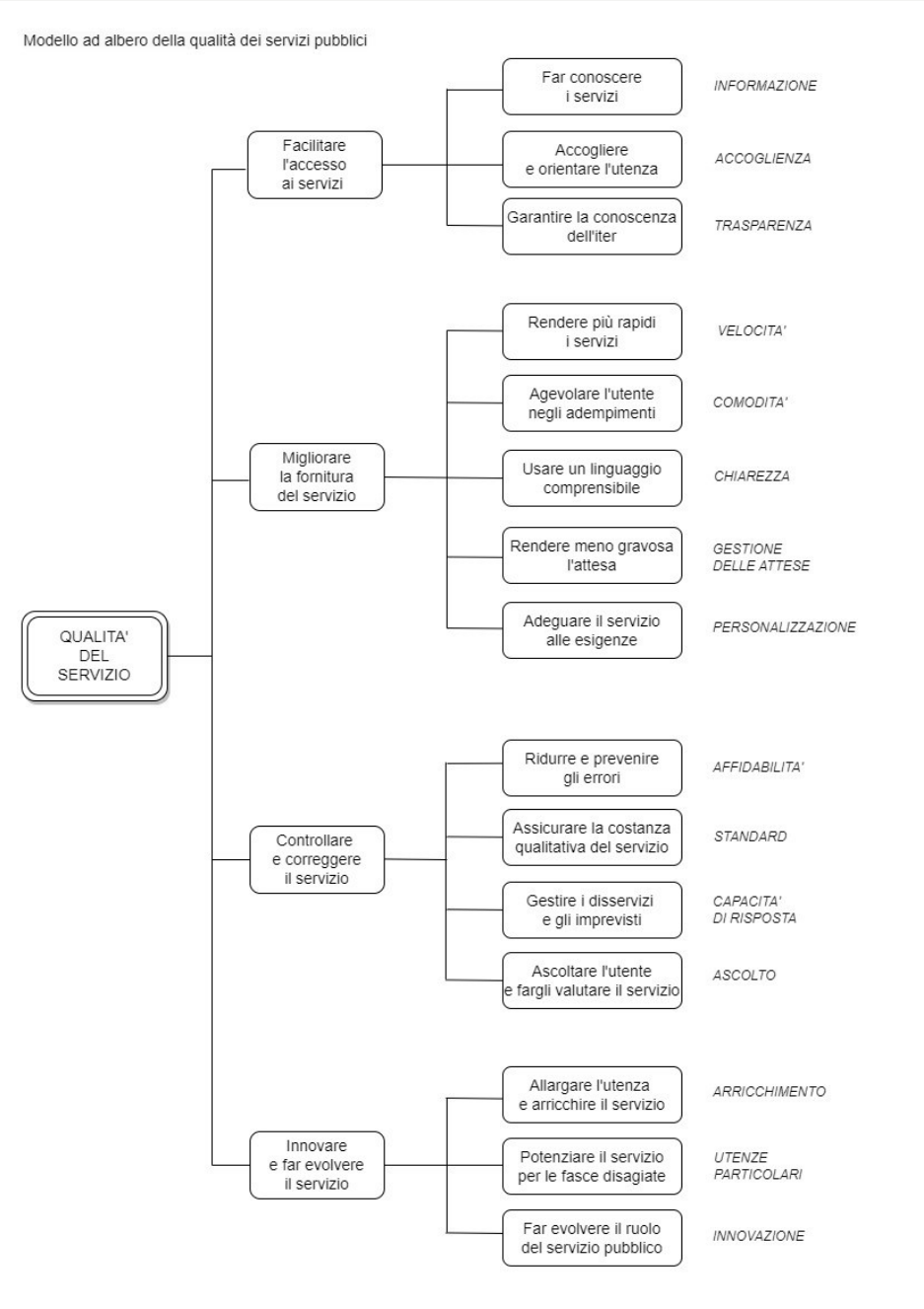
- URP – Ufficio Relazioni con il Pubblico (servizio informativo e di orientamento):

- **Fattori di qualità**: cortesia, competenza, tempestività.
- **Indicatori di qualità**: tempo di attesa in fila, tempo di attesa per la risposta al telefono, percentuale di risposte complete alle richieste.
- **Standard di qualità:** tempo di attesa massimo di 10 minuti in fila, tempo di attesa massimo di 3 minuti al telefono, risposta completa entro 5 giorni lavorativi dall'invio della richiesta.

- CORECOM (servizio di conciliazione su controversie nell'ambito dei contratti di comunicazioni elettroniche):

- **Fattori di qualità**: competenza dei conciliatori, tempestività nella risposta alle richieste, efficacia nella risoluzione delle controversie.
- **Indicatori di qualità**: percentuale di conciliazioni concluse con accordo, tempo medio di conclusione di una conciliazione, numero di conciliazioni avviate rispetto al numero di richieste.
- **Standard di qualità:** percentuale di accordi conclusi pari o superiore al 70%, tempo medio di conclusione non superiore ai 60 giorni, avvio della conciliazione entro 30 giorni dalla presentazione della richiesta.

Il modello ad albero della qualità del servizio

Tra i modelli metodologici
utilizzati per l'individuazione dei fattori
e degli indicatori di qualità del servizio
il più noto è il **modello ad albero della qualità del servizio**

articolato su due livelli, rappresenta
le principali componenti della qualità
nella generalità dei servizi resi dalle
amministrazioni pubbliche.