



Ministro per la
pubblica amministrazione
e l'innovazione

mettiamoci la faccia

Seconda Convention

22 giugno 2010

Roma, Tempio di Adriano

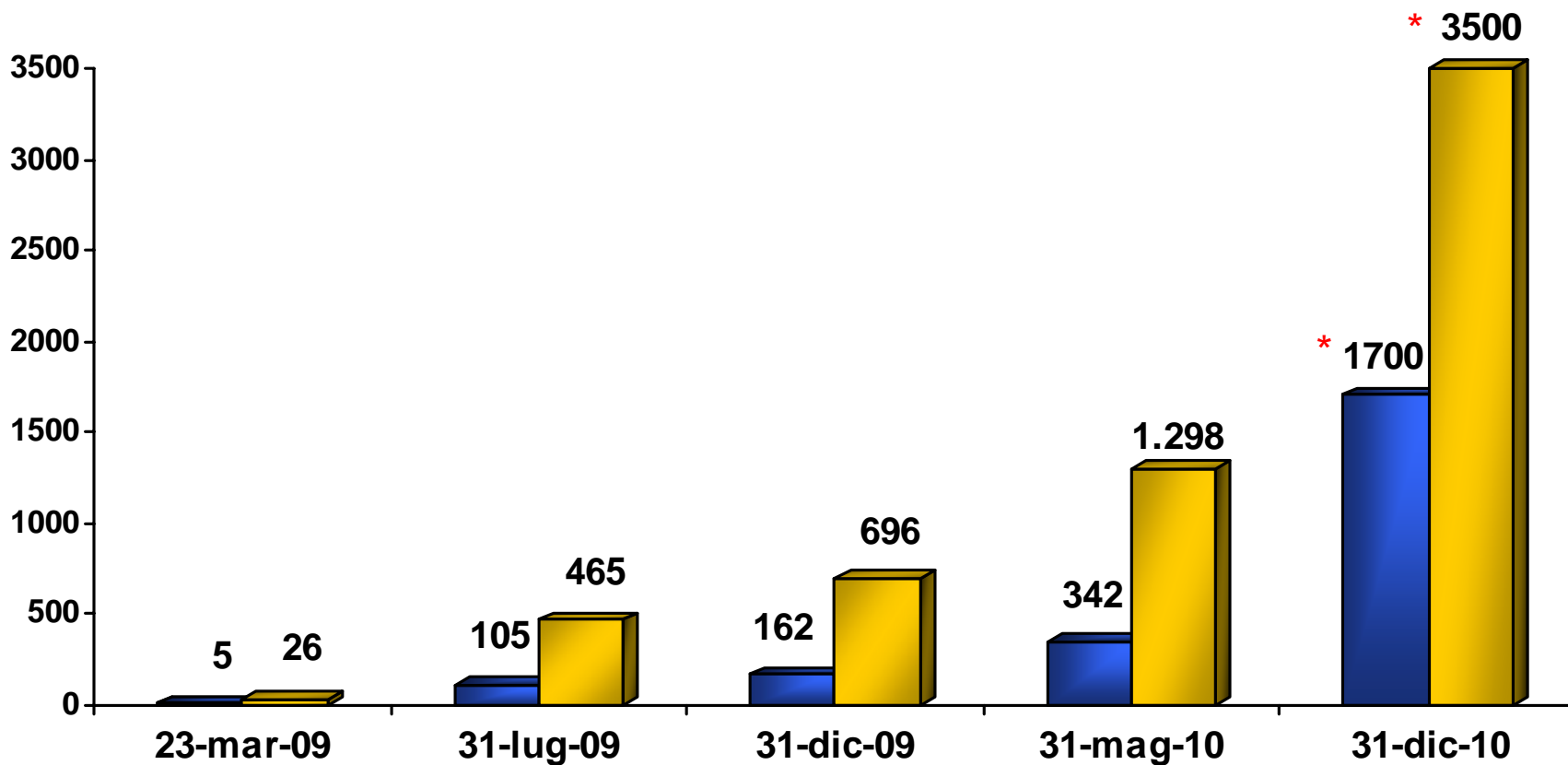
Un anno di sperimentazione:

**Lo stato dell'arte e le prospettive di
“Mettiamoci la faccia”**

Lo stato dell'arte

Sedi e sportelli: il trend di crescita

PERIODO DI RIFERIMENTO 23 marzo 2009 – 31 maggio 2010



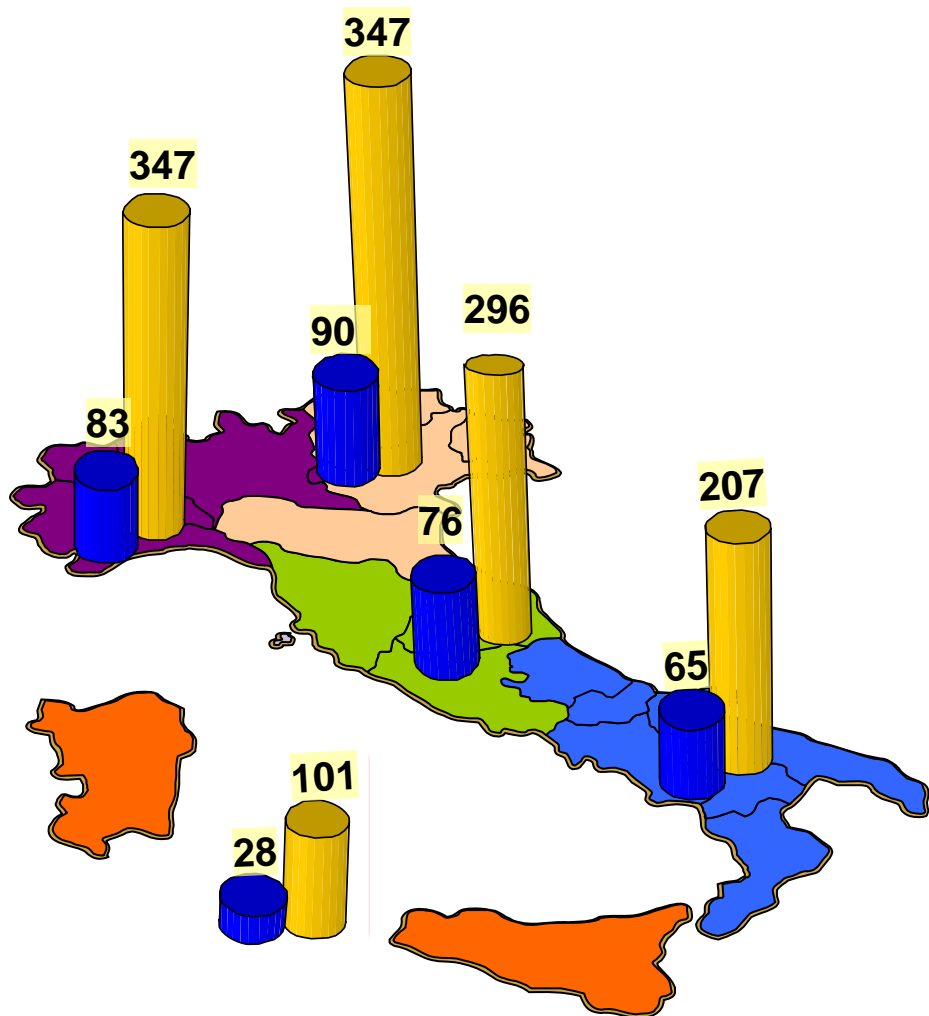
 Sedi  Sportelli

* Dati stimati sulla base degli impegni assunti dalle amministrazioni

Sportelli e sedi dotati di emoticon per zona geografica

PERIODO DI RIFERIMENTO 23 marzo 2009 – 31 maggio 2010

CANALE



- Nord-Ovest**
Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta
- Nord-Est**
Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Veneto
- Centro**
Lazio, Marche, Toscana, Umbria
- Sud**
Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia
- Isole**
Sardegna, Sicilia



Sedi

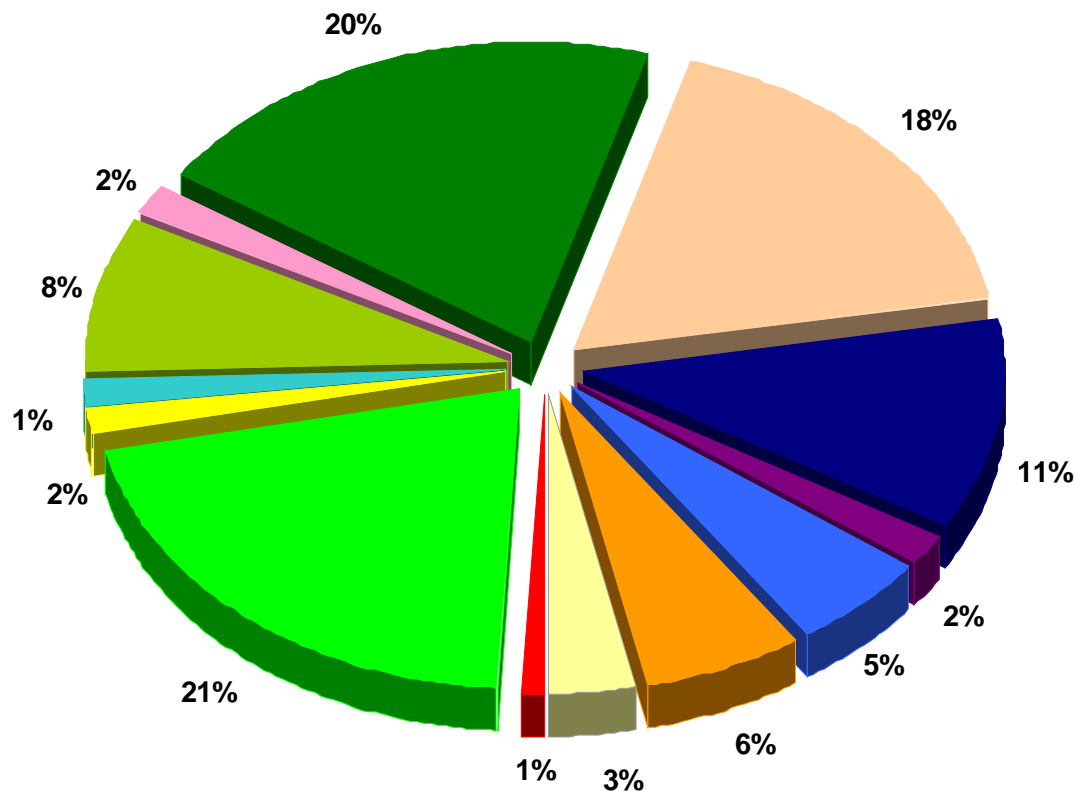















Sportelli

Tipologia servizi sottoposti al giudizio degli utenti

PERIODO DI RIFERIMENTO 23 marzo 2009 – 31 maggio 2010

CANALE

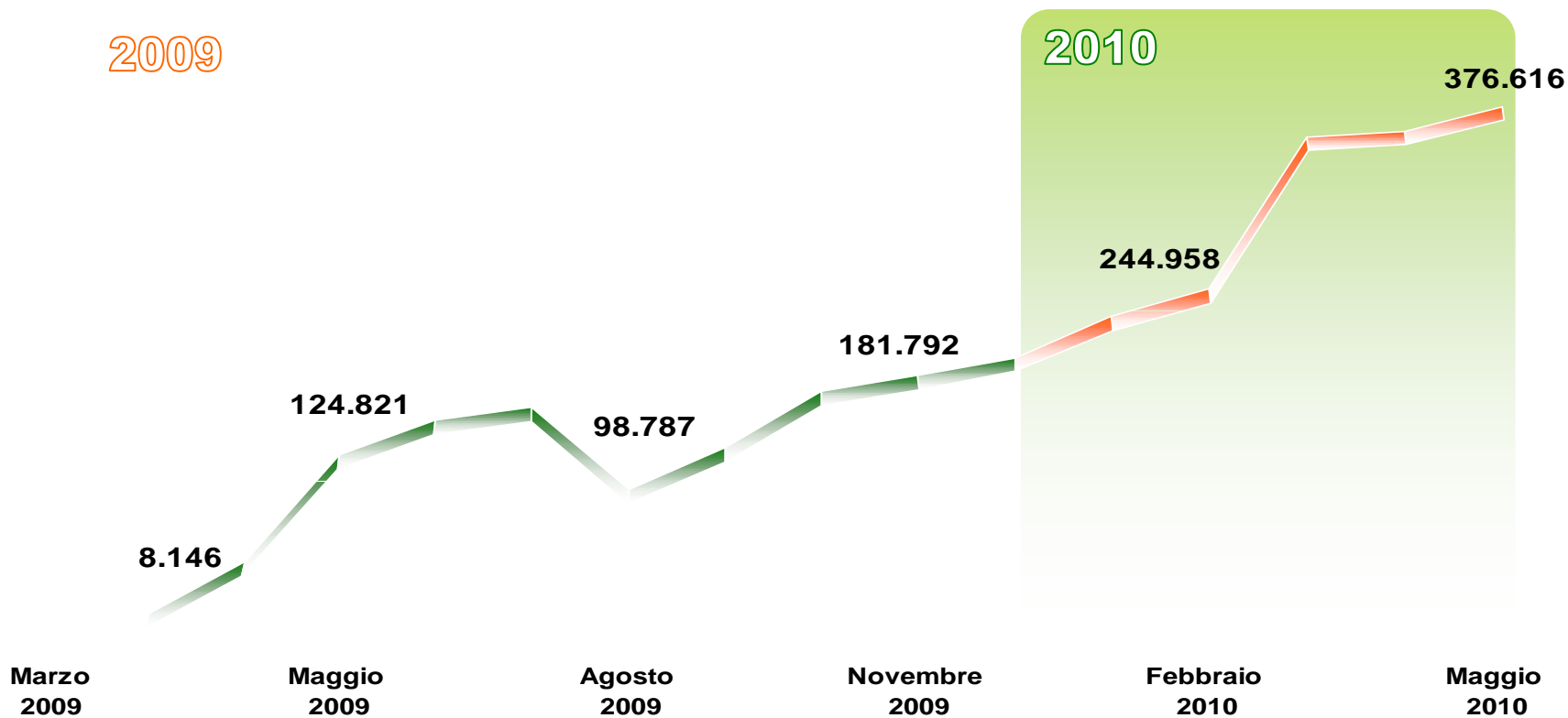


- | | |
|--|--|
|  Ambiente e tutela del territorio |  Certificati e documenti |
|  Commercio e attività produttive |  Controllo e tutela dei diritti |
|  Informazioni all'utenza |  Istruzione e formazione |
|  Lavoro e previdenza |  Mobilità e trasporti |
|  Polifunzionale |  Sanità |
|  Servizi culturali |  Tributi e servizi fiscali |
|  Urbanistica e governo del territorio | |

Andamento della partecipazione: numero di giudizi espressi mensilmente

PERIODO DI RIFERIMENTO 23 marzo 2009 – 31 maggio 2010

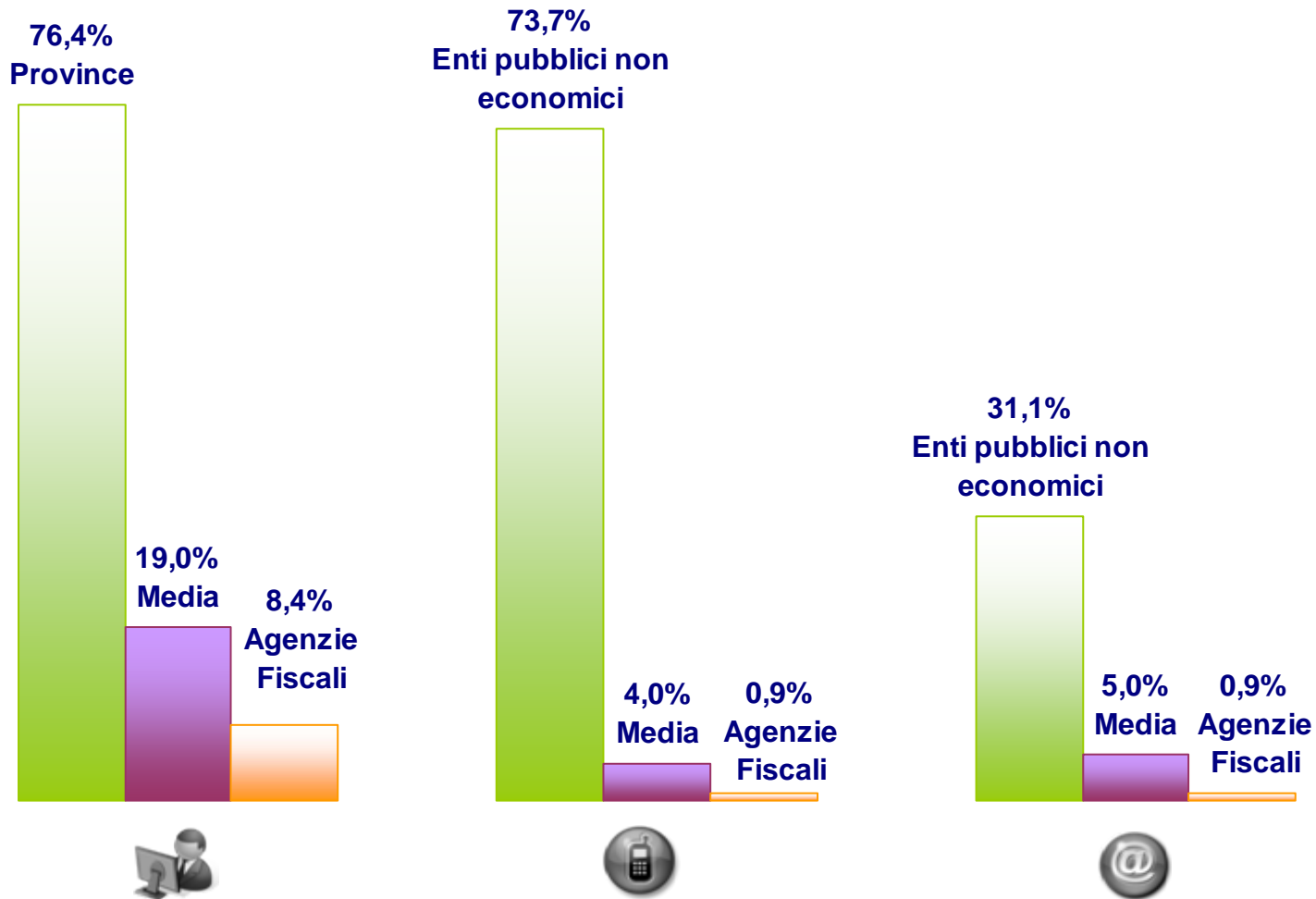
CANALE



Numero totale giudizi espressi: 2.797.144

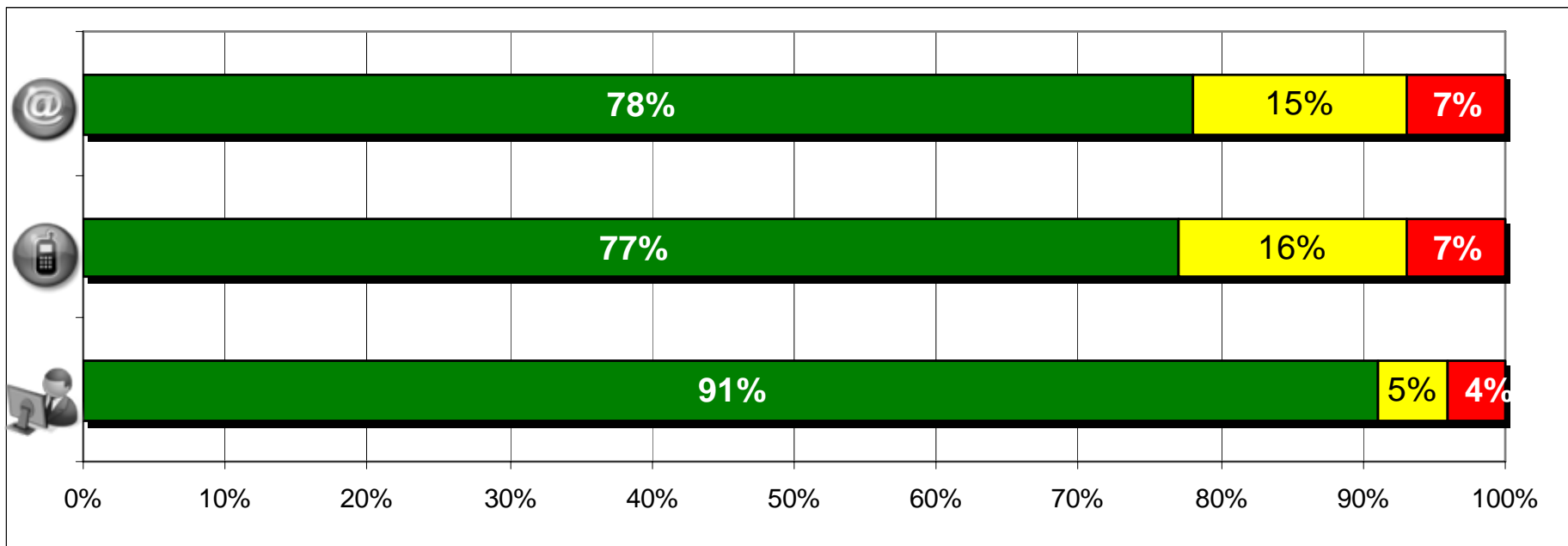
Tasso di partecipazione per canale

PERIODO DI RIFERIMENTO 23 marzo 2009 – 31 maggio 2010



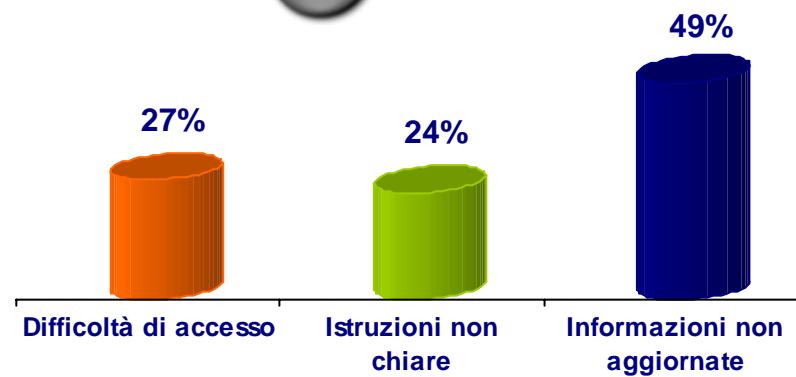
Livello di soddisfazione per canale

PERIODO DI RIFERIMENTO 23 marzo 2009 – 31 maggio 2010



I principali motivi di insoddisfazione

PERIODO DI RIFERIMENTO 23 marzo 2009 – 31 maggio 2010



La valutazione di “Mettiamoci la faccia”

- **Obiettivo**
 - Valutare la sperimentazione per poter **consolidare e diffondere l'iniziativa**
- **Amministrazioni coinvolte**
 - **55 amministrazioni** che hanno avviato la sperimentazione da almeno tre mesi (a marzo 2010)
- **Strumenti utilizzati per la valutazione:**
 - **Questionario** semi-strutturato diviso in due parti: una rivolta ai referenti dell'ente, la seconda a cura dei referenti di sede
 - **Focus group** al quale hanno preso parte referenti di alcune amministrazioni che hanno aderito all'iniziativa, unitamente a rappresentanti di altre amministrazioni non ancora aderenti e docenti universitari
- **Hanno risposto:**
 - **44 amministrazioni** su 55 coinvolte (prima parte del questionario)
 - **141 sedi** su 187 coinvolte (seconda parte del questionario)

- **Prima parte del questionario**
 - Modalità di adesione all'iniziativa
 - Finalità dell'attuazione della sperimentazione
 - Il supporto ricevuto dallo staff di MLF
- **Seconda parte del questionario**
 - Modalità di rilevazione dei giudizi
 - Trattamento dei dati
 - Comunicazione interna
 - Comunicazione dei risultati ai cittadini
 - Effetti della sperimentazione sui servizi interessati
- **Il focus group**
 - Estensione dell'iniziativa: ostacoli, opportunità e i limiti del sistema
 - Possibilità di utilizzare MLF in modo differente, per esempio: applicazione continua/discontinua; integrazione con altre modalità di indagine,

Il sistema di rilevazione continua è utile...

... per le amministrazioni

-che esprimono un **forte commitment** nell'adozione di MLF:

-è stato coinvolto nel processo decisionale **il vertice politico e amministrativo** (nel 75% dei casi)

-è stato coinvolto nel processo decisionale **il responsabile del servizio** (nell'81,8% dei casi)

-è stato coinvolto nel processo decisionale **il responsabile della customer satisfaction** (nel 36,4% dei casi, tenuto conto che questa figura non è sempre presente)

- che hanno **ampliato l'uso di MLF ad altri servizi** – nel 20% dei casi- **o dichiarano di volerlo fare** -in quasi la metà dei casi-. Un terzo sta per estendere l'uso di MLF allo stesso servizio erogato attraverso **altri canali** e circa il 12% ha già ampliato l'uso ad altri canali

- che utilizzano MLF per la **gestione della customer satisfaction insieme ad altre modalità**: la gestione dei reclami nell'88% dei casi e indagini in profondità nel 65,9% dei casi

- che con MLF hanno potuto procedere a **interventi di miglioramento dei servizi**, nel 43% dei casi “entro un mese” dalla rilevazione. Fra questi:

- **interventi di riorganizzazione del front office** (in quasi il 40% dei casi)

- **aggiornamento del sito istituzionale** (nel 25% dei casi)

- **interventi di riorganizzazione del back office** (nel 21% dei casi)

... per il personale

- Il 29,5% delle amministrazioni adotta ora il **giudizio degli utenti come indicatore per incentivare il personale** dei servizi coinvolti
- Nel 20,5% delle amministrazioni il **giudizio degli utenti** è diventato un **indicatore per verificare il raggiungimento degli obiettivi annuali**
- Nei confronti di MLF il **personale** ha un atteggiamento **disponibile** o **propositivo**, in **oltre il 90%** dei casi. Nel **7%** dei casi **indifferente** o **poco disponibile**.
In nessun caso conflittuale

... per gli utenti

- Secondo le amministrazioni:
 - gli utenti **apprezzano la possibilità di partecipare al miglioramento dei servizi**
 - gli utenti **confermano la semplicità del sistema di voto**
- Oltre la metà delle amministrazioni dichiara che il **giudizio degli utenti si è modificato in positivo**, in seguito alle iniziative di miglioramento realizzate

- **La comunicazione interna è necessaria per coinvolgere e rendicontare all'interno...**
 - Per coinvolgere il personale nell'applicazione di MLF oltre il 90% delle amministrazioni ha organizzato **riunioni preparatorie** e il 35% comunicazione interna via **intranet e houseorgan**
 - **I risultati** della rilevazione vengono **comunicati, almeno una volta alla settimana** (nel 71% dei casi), **al dirigente del servizio coinvolto, al vertice amministrativo e al personale** dell'ente
- **... e all'esterno**
 - Tra le **azioni ritenute prioritarie** per favorire l'applicazione di MLF, il 70,4% delle amministrazioni sostiene che è importante **"informare i cittadini della possibilità di giudicare i servizi"**
 - Il **92,2%** delle amministrazioni ha affidato al **personale di contatto il compito di informare gli utenti** dell'esistenza di MLF e della possibilità di esprimere un giudizio sui servizi ricevuti. **Oltre la metà** delle amministrazioni ha utilizzato, a questo fine, il **sito istituzionale** e circa il **24%** ha realizzato **campagne di comunicazione** ad hoc
 - La modalità più utilizzata **per comunicare ai cittadini i risultati** della rilevazione è il **sito istituzionale**, in quasi il 60% dei casi. Il **23,4%** di amministrazioni, invece, **non ha realizzato alcuna iniziativa specifica di comunicazione**

La sperimentazione conferma che ...

- L'obiettivo principale dell'adesione a MLF è, per l'86,3% delle amministrazioni, quello di migliorare la qualità dei servizi erogati
- MLF è uno strumento adeguato:
 - per servizi a bassa complessità
 - per servizi on line di tipo transattivo
- L'applicazione di MLF allo sportello è efficace

... MA

- ci sono amministrazioni che utilizzano MLF per conoscere i giudizi degli utenti e per favorire la partecipazione dei cittadini
- ci sono amministrazioni che utilizzano MLF
 - su servizi più complessi
 - per servizi on line di secondo e terzo livello
- molte amministrazioni sostengono che MLF è efficace anche su tutti i canali e in particolare per i web

Come potrà evolvere “Mettiamoci la faccia”

Gli sviluppi di “Mettiamoci la faccia”

- **Il sistema standard di rilevazione continua della CS proposto da MLF si è dimostrato efficace**
 - E' adatto a **tutti i servizi a bassa complessità**
 - **Integra altri sistemi di ascolto** e di rilevazione dei giudizi degli utenti
 - **Garantisce**, attraverso le modalità standard di voto, **la comparabilità delle performance delle amministrazioni**
- **Per aumentare ulteriormente la sua efficacia:**
 - saranno **reformulati i “motivi di insoddisfazione”** più critici: “Risposta negativa” e “Necessità di tornare”
 - verranno definiti, attraverso Tavoli tecnici, **motivi di insoddisfazione standard per i settori** che necessitano di personalizzazione (es. sanità)
 - si definiranno ambiti di possibile personalizzazione dell'uso del sistema standard, per esempio la possibilità, per le amministrazioni che ne hanno necessità, di introdurre i **“motivi di insoddisfazione”** anche per le **faccine gialle**

- **Per aumentare le possibilità di utilizzo:**
 - sarà promossa una maggiore applicazione di MLF al canale web allargando anche ai **servizi on line di secondo e terzo livello** –oltre a quelli transattivi
 - si favorirà l’uso di MLF anche per **nuove tipologie di enti e servizi**
 - si valuterà la possibilità di un utilizzo di MLF in modalità discontinua, per i servizi con caratteristiche particolari, valutando l’opportunità di **occasioni ad hoc** per l’uso del sistema **per l’utenza fidelizzata o professionale**
 - sarà **intensificata la comunicazione istituzionale** a supporto dell’iniziativa

Prima sessione

COME AVVIARE IL SISTEMA DI RILEVAZIONE

Seconda sessione

COME CONSOLIDARE L'UTILIZZO DEL SISTEMA DI RILEVAZIONE

Terza sessione

CULTURA DELLA VALUTAZIONE, PARTECIPAZIONE E REPUTAZIONE