

Comune di Venezia
Ascoltare i cittadini
per valutare la Q percepita
per migliorare i servizi offerti

le indagini di soddisfazione
sui dispositivi di
Mediazione Linguistico Culturale
Servizio Immigrazione e Promozione diritti
cittadinanza e dell' asilo

nell'ambito del SGQ della Direzione PSPA

A cura Massimo Corezzola

Seminario
11 dicembre
2012



Sommario

- 1 punti di partenza : impegni e sfide della Qualità nella PA
- 2 Il sistema gestione Qualità della Direzione PSPA parole chiave e strumenti,
- 3 Cosa sono le indagini di CS , a cosa servono nella PA e nei servizi pubblici alle persone
- 4 indagini su MLC a scuola e nel sociale: il percorso e il processo realizzato, le questioni metodologiche
- 5 Rendicontare, restituire, utilizzare i dati, le informazioni, le conoscenze per....

1

.:!?;

Punti di partenza

Perché fare una indagine di soddisfazione ?

1.1.



■ Tuttincittà

Caratteristiche specifiche

Interventi di accoglienza e inserimento scolastico e sociale dei bambini/e e ragazzi/e stranieri neo arrivati in città e delle loro famiglie.

A chi si rivolge

- Bambini e ragazzi “neorivati “ 0/18 anni figli di immigrati
- Famiglie di cittadini stranieri con problemi relativi all’inserimento scolastico dei figli minori
- Servizi scolastici, educativi e formativi

Cosa offre

- “Tutti a scuola”: interventi di mediazione linguistico culturale e consulenza educativa per l’inserimento scolastico

- Laboratori extra scolastici di socializzazione e comunicazione, di miglioramento della lingua italiana, per ragazzi/e stranieri/e neo arrivati dagli 11 ai 17 anni
- “Oasi in città”: spazio di ascolto ed orientamento alla scelta del percorso scolastico e formativo per adolescenti neo arrivati in città

Modalità di accesso

- “Tutti a scuola” - Richiesta d’intervento di mediazione da parte delle scuole su apposito modulo, via fax al n. 041.2747407
 - Richiesta di informazioni e orientamento per l’inserimento scolastico da parte delle famiglie direttamente agli sportelli
 - a Mestre Villa Querini, in Via Verdi n. 36, libero accesso (Martedì dalle 10.00 alle 13.00)
 - a Venezia in Campo Santa Maria Formosa Castello 6122 libero accesso (Giovedì dalle 14.30 alle 16.30)
- Laboratori extra scolastici: colloqui individuali di iscrizione con ragazzi/e e con le famiglie su accesso libero durante i giorni di ricevimento al pubblico o su appuntamento telefonico per Mestre al n. 347.2612377 e per Venezia al n. 348.9503849,
- “Oasi in città”: colloqui individuali con adolescenti e/o famiglie su accesso libero durante i giorni di ricevimento al pubblico o su appuntamento, telefonando al n° 348 9503849,
- Si può entrare in contatto con il servizio anche tramite la seguente e-mail: tuttiascuola@comune.venezia.it

Quanto costa

Il Servizio è completamente gratuito.

■ **Mediazione nel sociale**

Caratteristiche specifiche

La mediazione nel sociale è una risorsa per facilitare la comunicazione linguistica e la comprensione culturale tra cittadini stranieri e operatori dei servizi ed inoltre facilitare la convivenza sociale nel territorio.

A chi si rivolge

- Servizi sociali comunali (Uffici delle Municipalità)
- Servizi socio-sanitari educativi e culturali del territorio comunale

Cosa offre

- Analisi e valutazione della richiesta di mediazione
- Collaborazione nell'elaborazione del progetto di intervento sulla situazione attraverso l'attivazione di un mediatore o tramite consulenza degli operatori (per traduzioni o mediazioni linguistiche)
- Verifica sugli esiti dell'intervento

Modalità di accesso

Il servizio si attiva con richiesta da parte degli uffici pubblici.

La sede del servizio è situata a Venezia in Campo Santa Maria Formosa, Castello 6122

- Invio di una richiesta di mediazione tramite apposito modulo via fax al n. 041.2747407
- Telefonando al n. 041.2747471 o al n. 041.2747432;

Si può entrare in contatto con il servizio anche tramite l'e-mail: mediatori@comune.venezia.it

Quanto costa

Il Servizio è completamente gratuito.

3. Cosa garantiamo: impegni, standard di qualità e diritto al rimborso

Per offrire al cittadino un punto di riferimento nel valutare la qualità, sono stati individuati alcuni “standard”, cioè livello di qualità che il Comune promette di garantire agli utenti, e che gli stessi potranno in vari modi verificare e misurare .

Quando lo standard non è rispettato e le prestazioni si discostano da quanto descritto nella Carta, il cittadino può chiederne conto all’Amministrazione Comunale facendo una segnalazione o presentando un reclamo secondo le modalità indicate successivamente. In caso di riscontro positivo al reclamo, il riconoscimento della mancata o difettosa erogazione di una prestazione nei casi espliciti in cui è previsto un rimborso agli utenti, può avvenire tramite un rimborso di natura economica (quando previsto dai singoli regolamenti di funzionamento, reperibili e disponibili negli uffici), negli altri casi sarà messa a disposizione una delle seguenti forme di “indennizzo/rimborso” di natura non economica secondo la disponibilità :

- Pubblicazioni del Servizio Immigrazione o relative all’immigrazione
- Accesso agevolato a iniziative a pagamento (corsi, convegni...)

Gli standard sono riferiti a dimensioni o singoli aspetti (fattori) che consentono di descrivere, osservare e misurare la qualità. E’ importante chiarire che:

- gli standard selezionati non sono riferiti a tutti gli interventi decritti in precedenza, ma solamente a quelli dove il Servizio é in grado di garantire impegni precisi, perché la gestione e l’erogazione degli interventi dipendono direttamente dalla nostra organizzazione o dagli impegni assunti da chi eroga le prestazioni per nostro conto;
- solo alcuni standard sono “impegnativi” cioè possono prevedere forme di rimborso o indennizzo per l’utente;
- gli standard di qualità saranno progressivamente aggiornati e migliorati nel corso degli anni.

C. Rapporti con i Cittadini

1. L'ascolto del cittadino e la tutela dell'utente

L'ascolto dei cittadini è un impegno prioritario dell'Amministrazione Comunale per costruire nuove relazioni di fiducia e di comunicazione, per sviluppare la cultura della qualità e del miglioramento continuo. Dialogare con i cittadini - in quanto clienti, utenti e possibili alleati, significa anche riconoscere loro il diritto:

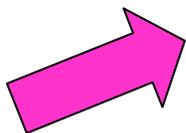
- di fare le segnalazioni di mal funzionamento o disservizio,
- di presentare reclami e di ricevere risposte,
- di fare proposte di miglioramento.

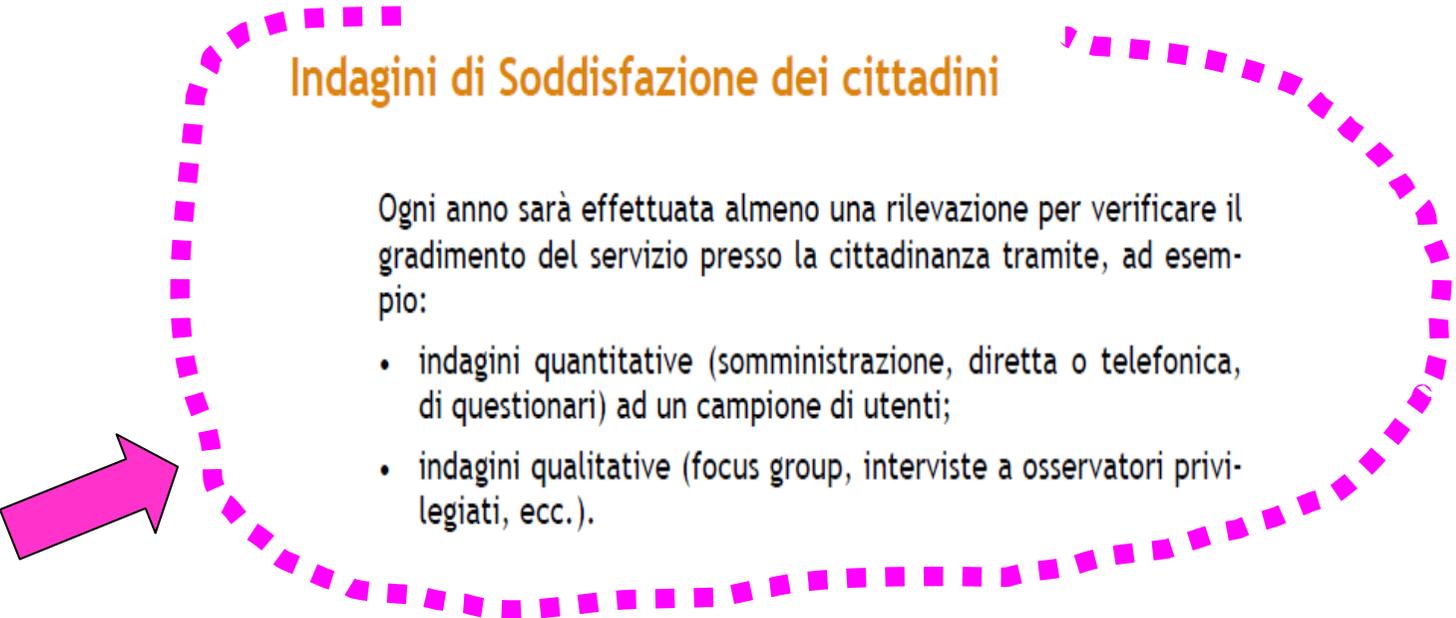
Il servizio si sente impegnato pertanto a raccogliere e verificare tutte le segnalazioni di "non qualità" circa le prestazioni offerte, perché ritiene indispensabile:

- utilizzarle come informazioni cruciali per risolvere rapidamente il caso specifico, anche in accordo con l'utente
- cercare di comprendere i diversi motivi e cause che hanno prodotto i disservizi o la scarsa soddisfazione delle attese dei cittadini, ai fini del miglioramento
- conoscere i bisogni e le domande non rilevate, le attese dei cittadini fruitori verso il servizio.

2. Strumenti e modalità

Il Servizio Immigrazione e Promozione dei Diritti di Cittadinanza e dell'Asilo, secondo quanto stabilito dalla direttiva del Presidente Consiglio dei Ministri del 27/01/1994, ha predisposto pertanto alcuni strumenti e modalità per garantire concretamente il diritto dei cittadini sia ad essere ascoltati sia ad essere tutelati in caso di mancato rispetto degli impegni previsti e contenuti nella Carta dei Servizi.





Indagini di Soddisfazione dei cittadini

Ogni anno sarà effettuata almeno una rilevazione per verificare il gradimento del servizio presso la cittadinanza tramite, ad esempio:

- indagini quantitative (somministrazione, diretta o telefonica, di questionari) ad un campione di utenti;
- indagini qualitative (focus group, interviste a osservatori privilegiati, ecc.).

Utilizzo di tutte le informazioni

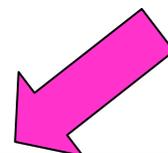
I risultati delle indagini di soddisfazione dei cittadini verranno resi noti alla cittadinanza e serviranno per impostare i progetti di miglioramento del servizio, infatti unitamente alle segnalazioni, ai reclami, ai suggerimenti, verranno utilizzati almeno una volta all'anno dal servizio, per individuare nuovi obiettivi e azioni concrete di miglioramento sia del contenuto delle prestazioni offerte, che delle modalità di erogazione ai cittadini, obiettivi azioni e tempi di cui ci si impegna a darne conto nel sito web del Comune.

Per consultare risultati indagine 2010:

www.comune.venezia.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/24673

Impegni di Q

Tuttincittà



Tempestività	Garantire ai richiedenti tempi brevi di risposta	n° giorni intercorrenti tra la richiesta di mediazione linguistica culturale e la risposta scritta alla scuola	Inferiore a 15 giorni	specifico
Tempestività	Garantire ai richiedenti tempi brevi per ottenere incontro con operatori UO	tempo di attesa per fissare un appuntamento	minore di 14 gg. (calendario)	specifico

Mediazione nel sociale

Tempestività	Garantire risposte in tempi brevi	Intervallo di tempo tra la richiesta di mediazione e il primo contatto	Minore di 6 giorni	Specifico	Si
Affidabilità	Capacità di risposta alle richieste	N° risposte scritte rilasciate sul totale delle richieste pervenute	Maggiore del 90%	Generale	

Legenda:

celle colorate in giallo segnalano gli standard migliorati per il 2012

celle colorate in lilla segnalano nuovi indicatori o modifiche per indicatore

Cdservizi = uno strumento per
favorire accesso ai servizi

**guida
informativa**
sui
servizi esistenti

patto
tra
amministrazione
e i cittadini

Cds strumento per favorire accesso ai servizi

patto tra amministrazione
e i cittadini **destinatari degli interventi**

esigibilità diritti

diritti di scelta

garanzia di impegni,

ascolto e tutela

partecipazione alle
decisioni e alle scelte

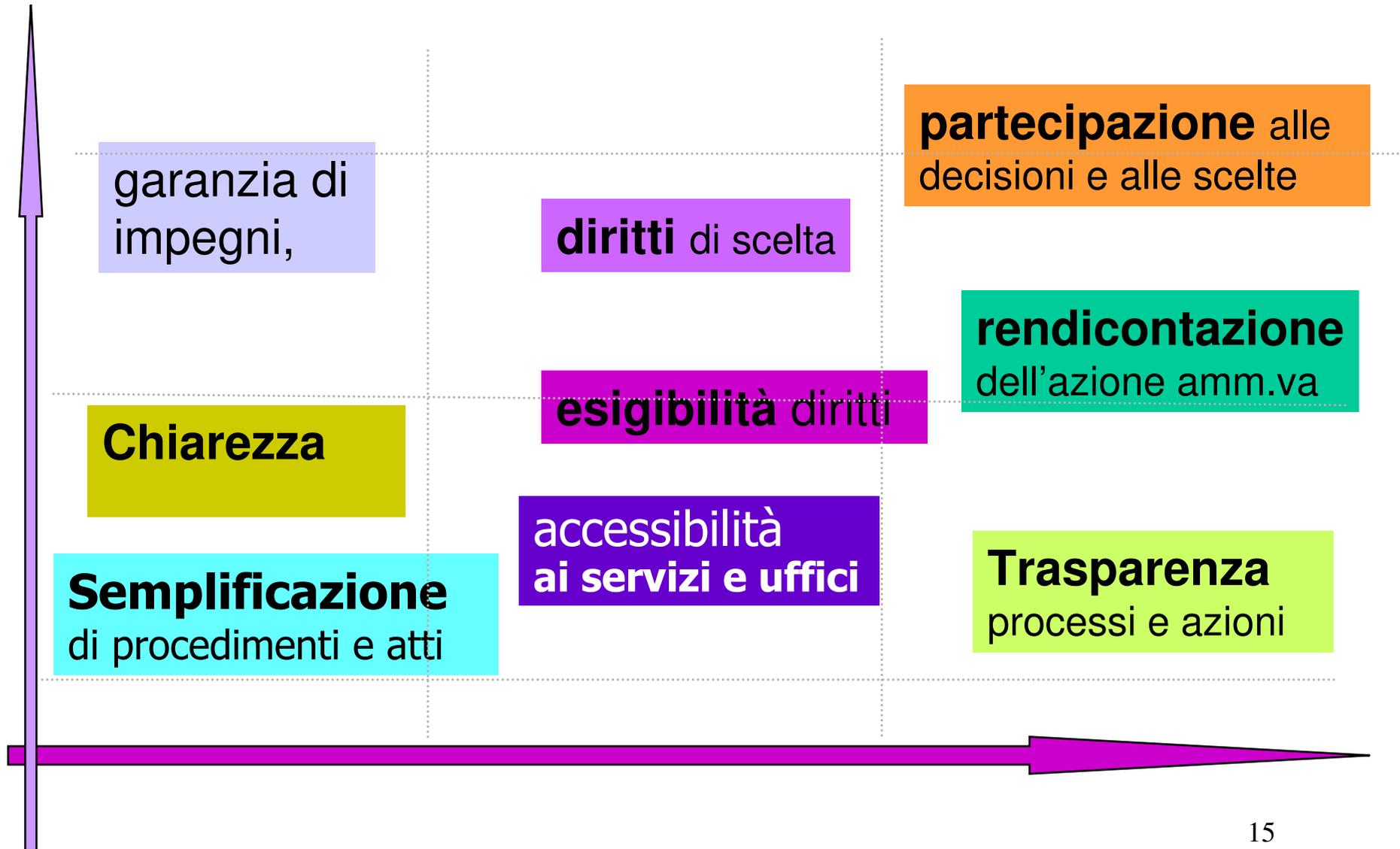
1.2. la fiducia nella PA e la Qualità

I cittadini da tempo pongono nuove domande

- migliori performance della PA
- libertà di scelta dei servizi
- spazi di partecipazione nella definizione delle politiche pubbliche

1.2 Sfide della Qualità nella PA

nuovo rapporto PA - cittadini: Principi e parole chiave



Le strategie della qualità totale

(Negro -Susio 1998)

Cittadino cliente al 1° posto

Il coinvolgimento
delle risorse umane



Il miglioramento
continuo

La Q dei processi e
del sistema

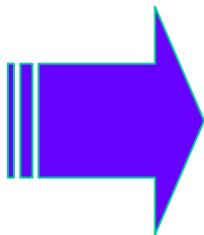
Q come piena soddisfazione
del cliente



à Stoccolma....

qualità nella PA, nei servizi pubblici alle persone

- Qualità attesa o desiderata → *cittadino fruitore*
- Qualità progettata → ente e servizio
- Qualità erogata → servizio e personale
- Qualità percepita → fruitore, cittadini, altri

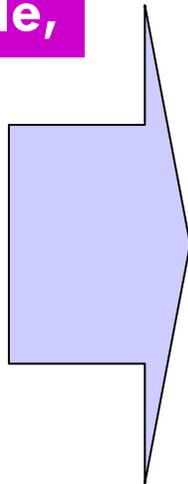


SODDISFAZIONE è riferibile alla
Q. ATTESA e Q. PERCEPITA

Sfide della qualità

- ✓ Cittadino al centro
- ✓ Istituzioni vicine al cittadino
- ✓ Libertà di scelta

Riferirsi al cittadino
come **attore razionale,**



riconoscendo capacità e
dignità nella sua autonomia di

- giudizio
- interpretazione
- scelta

2 Sistemi Gestione della Qualità

Sistema gestione qualità

Dovrebbe offrire garanzie ai cittadini su:





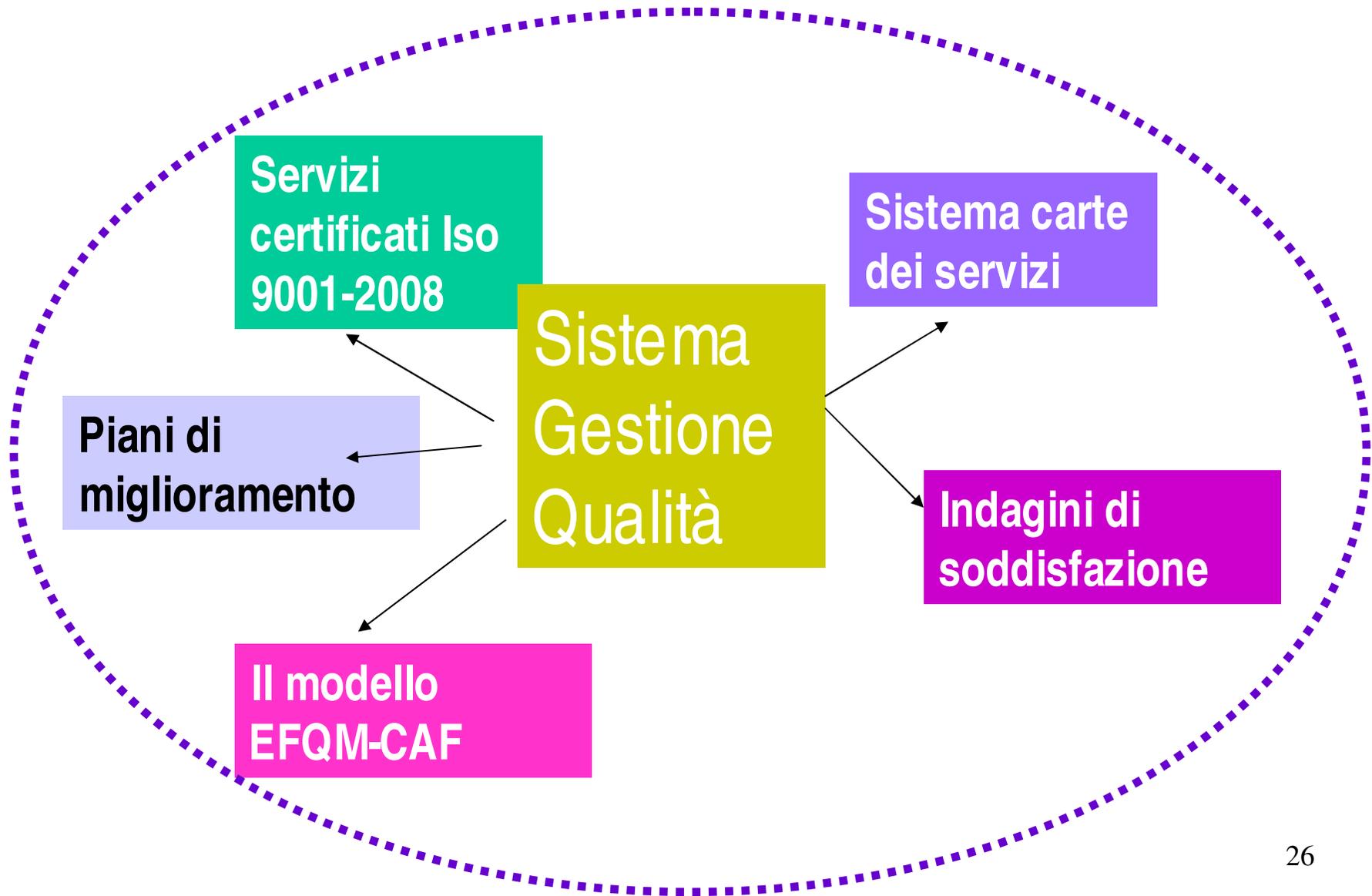
Come conoscere e tenere insieme

- Qualità attesa o desiderata → *cittadino fruitore*
- Qualità progettata → ente e servizio
- Qualità erogata → servizio e personale
- Qualità percepita → fruitore, cittadini, altri

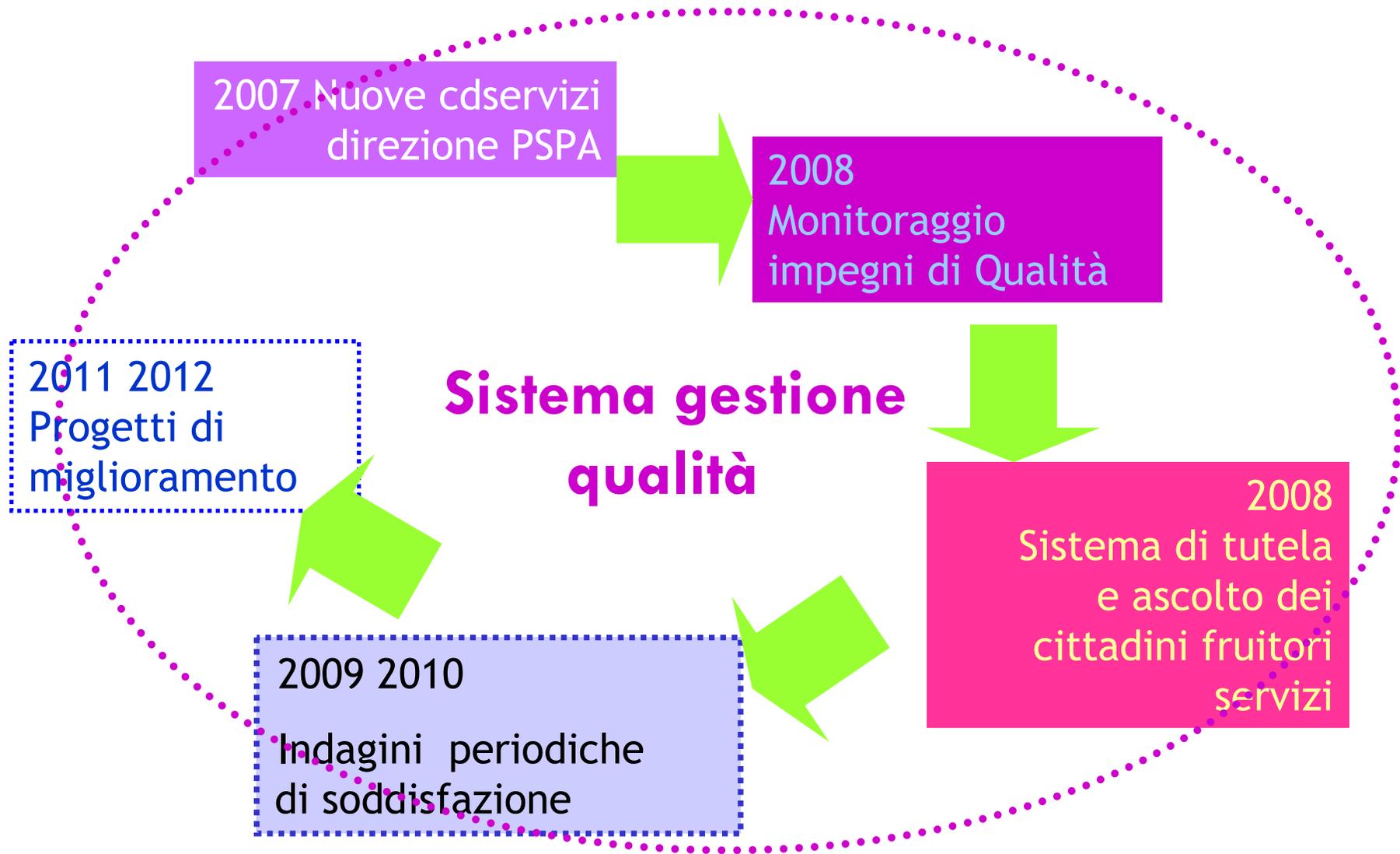
**valutare la qualità dei
servizi offerti**



Comune di Venezia



Il progetto SGQ Direzione PSPA



3 Customer Satisfaction :

cosa sono ?

a cosa servono nella PA,

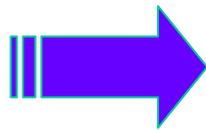
E nei servizi pubblici alle persone?

valutare la qualità dei
servizi offerti

Cercare, raccogliere, dare
senso a giudizi soggettivi

Customer satisfaction

sono **indagini di ricerca sociale**
che servono
a rilevare e monitorare
il grado di soddisfazione del cliente
relativamente ad un servizio o prodotto



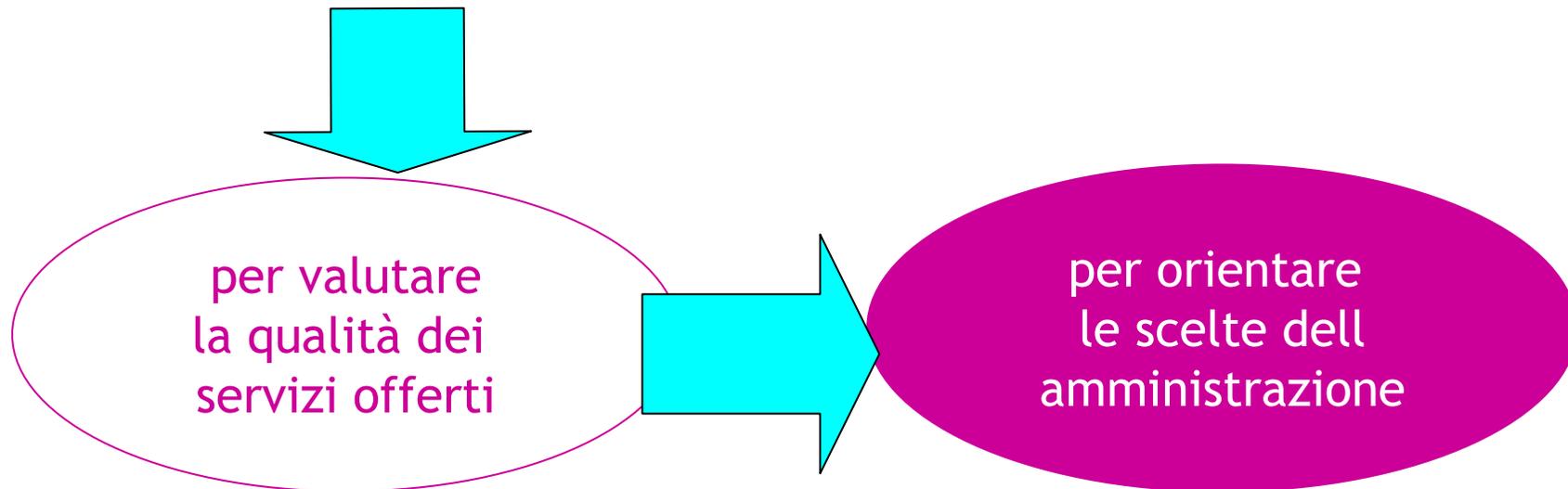
QUALITÀ
del
SERVIZIO o PRODOTTO

3 CS :cosa sono e a cosa servono nella PA, nei servizi pubblici alle persone

Dip Funzione Pubblica (2007)

l'ascolto dei cittadini e
le indagini di soddisfazione
rappresentano

segno di una cultura diffusa di
orientamento al cittadino =
importanza del suo giudizio



3 CS :cosa sono e a cosa servono nella PA, nei servizi pubblici alle persone

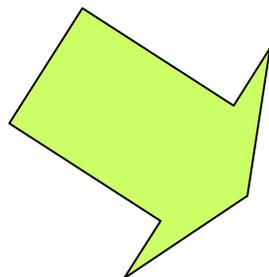
direttiva Ministro FP (2004)

customer satisfaction
contribuisce a

definire nuove modalità d'erogazione dei servizi o
interventi di miglioramento di quelle esistenti,

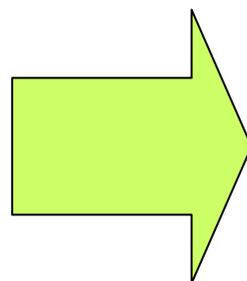
favorire il **coinvolgimento e la partecipazione**
dell'utente nelle fasi
d'**accesso**,
di **fruizione** e
di **valutazione** del servizio,

Valutazione Qualità erogata



Monitoraggio impegni
di qualità previsti nella
cdservizi

livello di
raggiungimento
standard promessi



Indici sintetici
Su Q erogata

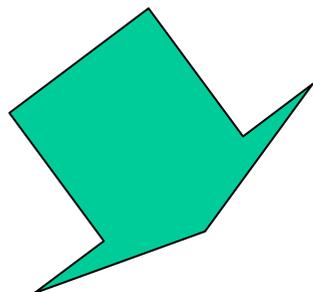
Direzione PSPA cds Servizio Immigrazione e promozione diritti cittadinanza e di asilo
 tab 1 risultati conseguiti per ogni indicatore e standard 2011

codice	dimensione	di Q	indicatori	standard	tipo	gen.le o spec.co	rimborso previsto si/no	risultato 2011		
								valore effettivo	valore %	liv ragg std
DCST Ror01 11	orientamento	Accessibilità	n gg apertura sportello con disponibilità adeguata di materiale in 4 lingue diverse, sul totale gg apertura	per ogni giorno di apertura almeno 4 copie disponibili in lingue diverse	Generale			37	100,0%	100,0%
DCST Ror01 09	orientamento	Affidabilità	N. giorni con la presenza di 2 operatori sul N° giorni di apertura all'anno	Maggiore del 80%	Generale			84	84,8%	104%
DCST Rtic02 09	tuttiascuola	Affidabilità	N° interventi valutati sul totale delle richieste pervenute	Maggiore del 95%	Generale			881	99,8%	105%
DCST Rmed s0300	mediazione sociale	Affidabilità	N° risposte scritte rilasciate sul totale delle richieste pervenute	Maggiore del 90%	Generale			125	89,3%	99%
DCST Rmed s0400	mediazione sociale	Tempestività	Intervallo di tempo tra la richiesta di mediazione e il primo contatto	Minore di 6 giorni	Specifico		Si	136	97,1%	97%
DCST Ror05 09	orientamento	Tempestività	Tempo di attesa per fissare un appuntamento	Minore di 14 giorni	Specifico		Si	1219	97,8%	98%
DCST Rss06 09	servizio sociale	Tempestività	Tempo di attesa per fissare un appuntamento	Minore di 14 giorni	Specifico		Si	175	98,3%	98%
DCST Rtic02 11	tuttiascuola	Tempestività	tempo di attesa per fissare 1 appuntamento	Minore di 14 giorni	Specifico			137	91,9%	92%

legenda **std migliorato**

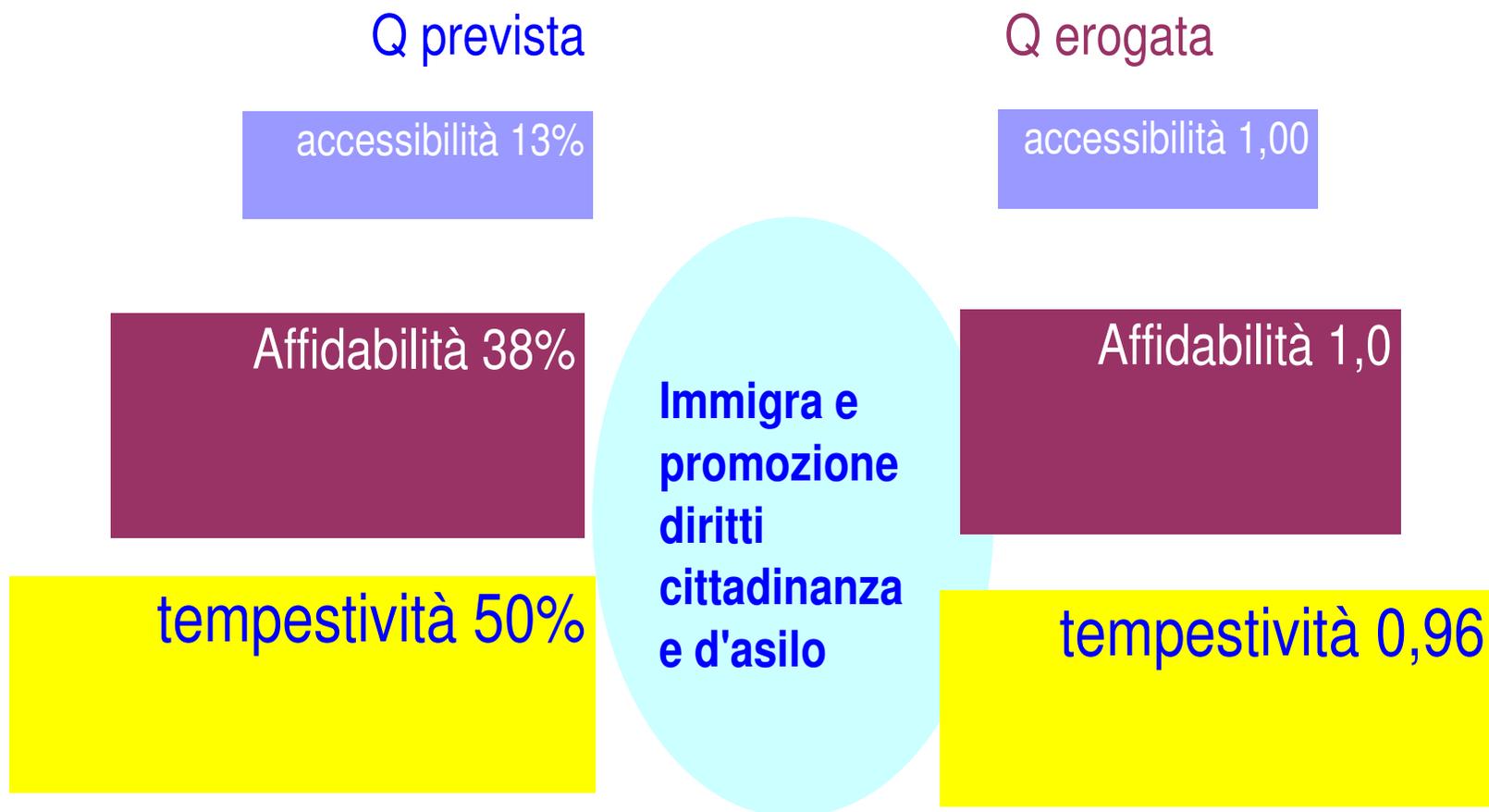
Focus su

Focus su



							risultato 2011		
							valore effettivo	valore %	liv ragg std
DCSTR tic0209	tuttiascuola	Affidabilità	N° interventi valutati sul totale delle richieste pervenute	Maggiore del 95%	Generale		881	99,8 %	104,9 %
DCSTR meds0309	mediazione sociale	Affidabilità	N° risposte scritte rilasciate sul totale delle richieste pervenute	Maggiore del 90%	Generale		125	89,3 %	99,1%
DCSTR meds0409	mediazione sociale	Tempestività	Intervallo di tempo tra la richiesta di mediazione e il primo contatto	Minore di 6 giorni	Specifico	Si	136	97,1 %	97,1%
DCSTR tic0211	tuttiascuola	Tempestività	tempo di attesa per fissare 1 appuntamento	Minore di 14 giorni	Specifico		137	91,9 %	91,9%

graf 2 rappresentazione grafica del confronto tra profilo di "Q previsto " (=dimensioni di Q prevalenti scelte) e il profilo di "Qualità erogata" (=indici specifici degli impegni di Q realizzati),



La qualità percepita

E' percepita dagli utenti, e non solo

Si esprime attraverso la **soddisfazione**

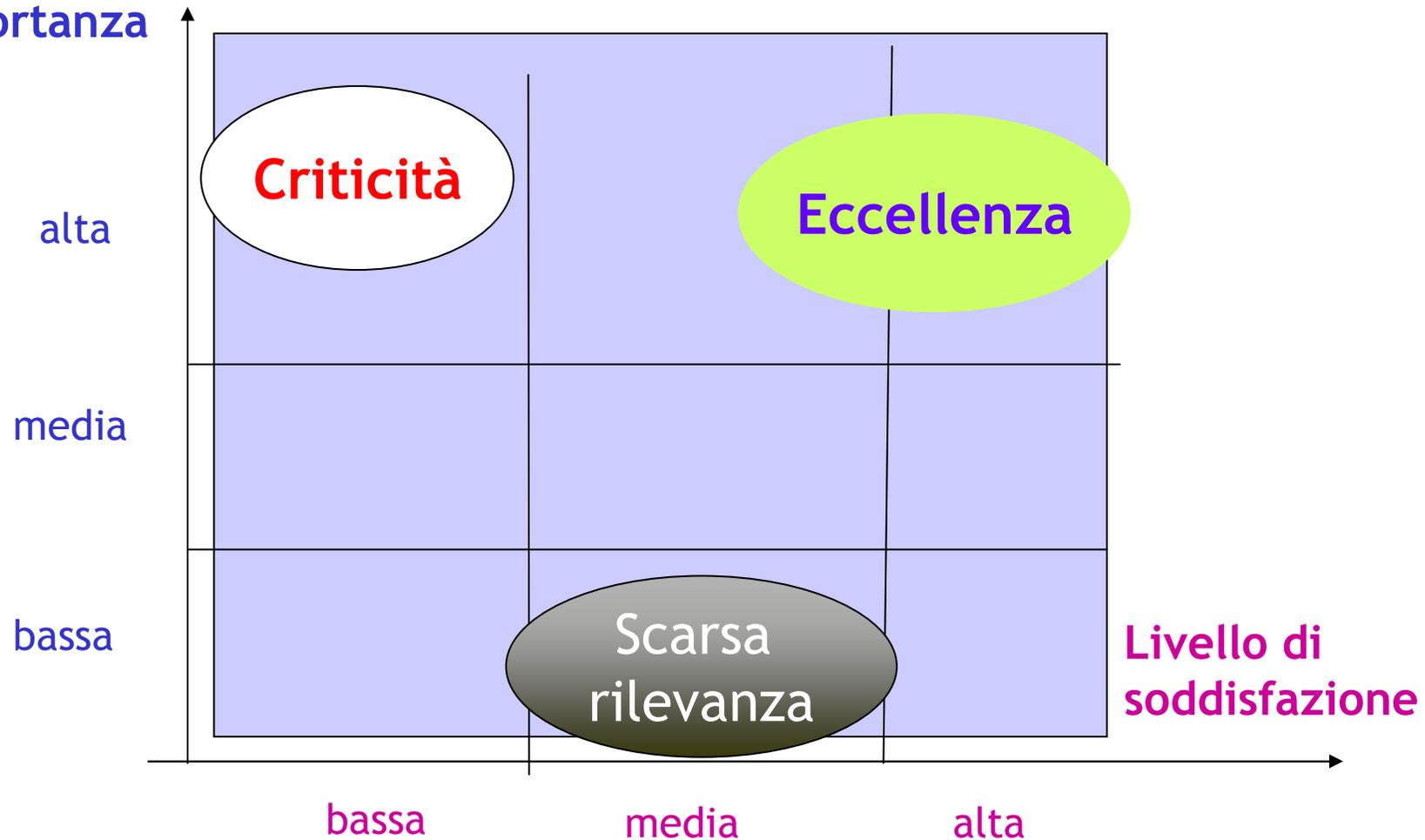
che è una **dimensione soggettiva**, ma rappresenta una componente imprescindibile del complesso di informazioni utili per formalizzare un giudizio sul servizio prestato.

Che può essere rilevata con vari strumenti sondaggi, interviste in profondità, focus group, questionari di soddisfazione, raccolta e analisi di segnalazioni e reclami.

Ma serve dare senso ai giudizi raccolti.....

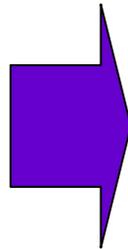
Per dare senso sembra necessario tenere
in relazione 2 dimensioni

Livello di
importanza

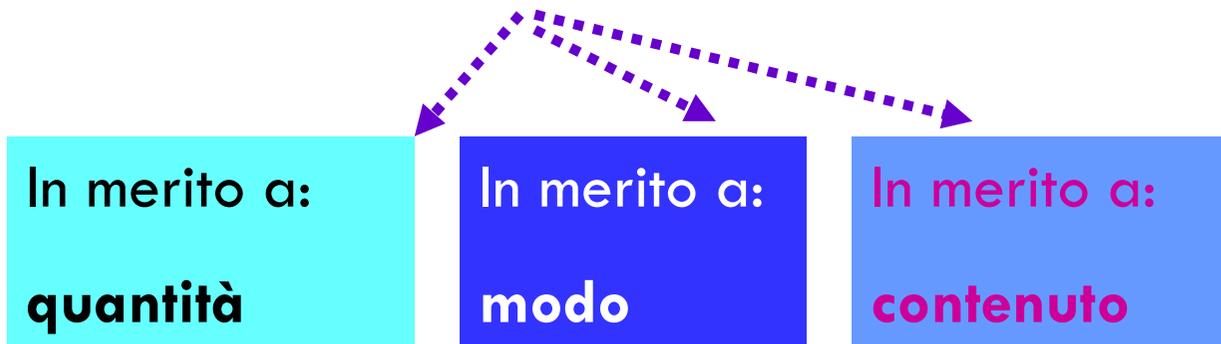


I cittadini, i consumatori sembrano disponibili a tollerare una certa discrepanza tra

Atteso e il desiderato



Effettivamente ricevuto



"Il valore di un'indagine di customer satisfaction

*non si individua tanto
nel suo apporto conoscitivo,*

bensì soprattutto

nella sua capacità di

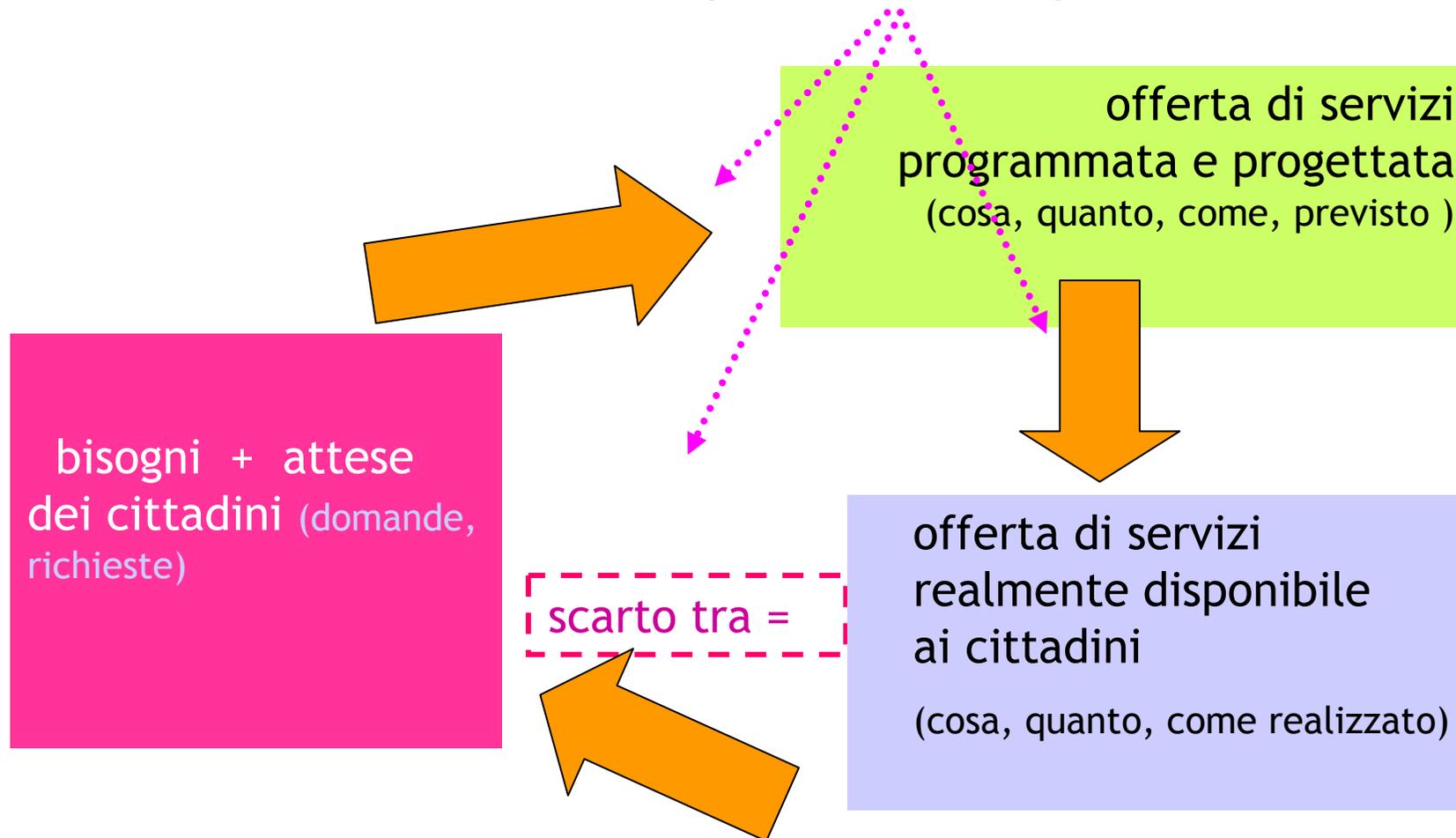
***proporre soluzioni di miglioramento
rispetto alle principali criticità
rilevate*** “

(dal manuale del programma “Cantieri” Dip Funzione Pubblica 2007)

Dip FPublica ritiene che nelle amministrazioni pubbliche,

il valore strategico della customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche =

individuare, il potenziale di miglioramento





Serve una cultura sistematica della valutazione
+ modalità organizzativa stabile di ascolto dei cittadini,

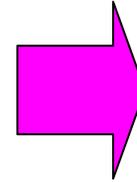


3.2 possibili utilizzi delle indagini di soddisfazione



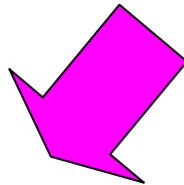
Informazioni
disponibili

- 1 livello importanza
(prestazione, modalità, ecc)
- 2 soglie di tolleranza (tra
livello atteso e liv ricevuto)

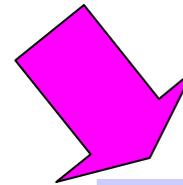


Conoscenze

Aiuto per prendere decisioni in
tempi di crisi, facendo scelte su



Uso risorse

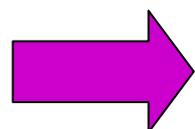


Organizzazione dei
servizi

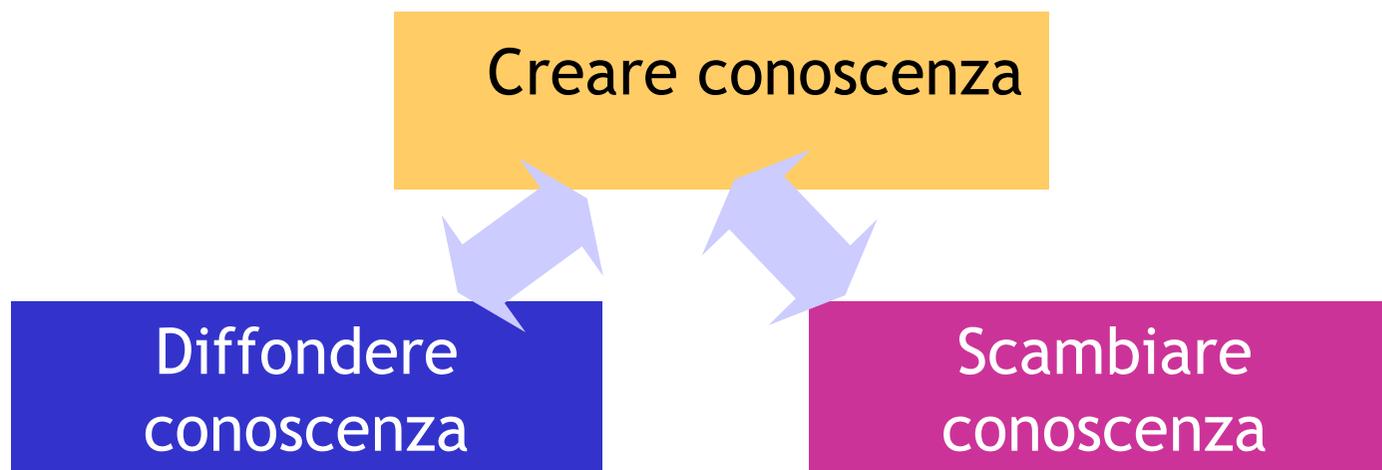
4 *questioni metodologiche*
per indagini di cs 2011

Cosa ci dicono le esperienze acquisite nella PA

per le organizzazioni pubbliche,
lo sviluppo di know-how é condizione necessaria per
tentare di migliorare con successo:

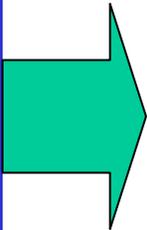


Per rafforzare il sistema di conoscenze é
indispensabile



Promuovere lo sviluppo di know how nella PA

Cruciale
fare della conoscenza
un vantaggio
competitivo
per organizzazione



Gestire conoscenza
significa:

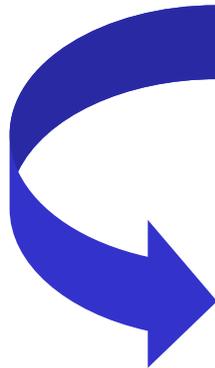
- Analizzare in modo approfondito i processi
- Sviluppare un sistema articolato di metodologie finalizzate a favorire la creazione, organizzazione e circolazione della conoscenza

a chi ci riferiamo: Dip FPublica-- progetto cantieri 2003-2009:

Promuovere lo sviluppo di know how nella PA

Per realizzare l'obiettivo di

“creazione” di conoscenza (*knowlwdge making*)



usato uno strumento di
knowlwdge management

i Laboratori

4 questioni metodologiche per indagini di cs 2011

Il percorso cs su MLC a scuola e per servizi

2 Unità operative complesse coinvolte

Un laboratorio di formazione per 2 gruppi di lavoro

10 persone in aula + servizio

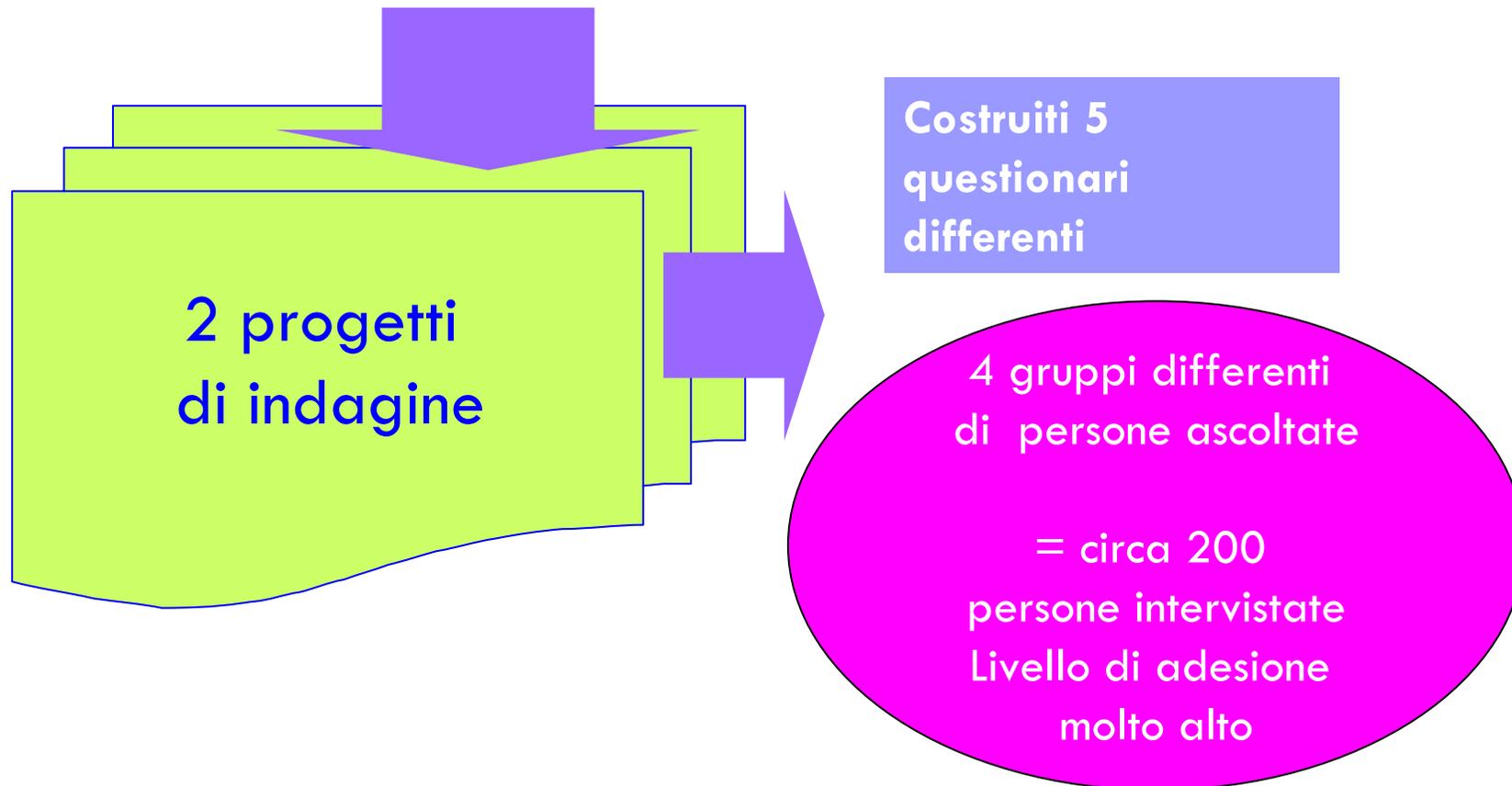
x 10 mesi

1 esperto - conduttore processo =

consulente interno
Direzione PSPA

Il processo attivato

2 gruppi di lavoro con
personale del servizio



2 progetti
di indagine

Costruiti 5
questionari
differenti

4 gruppi differenti
di persone ascoltate

= circa 200
persone intervistate
Livello di adesione
molto alto

Definito un Progetto di indagine

Ambiti → finalità ricerca → obiettivi conoscitivi

Chi intervistare e perché ,come e quando :
con quali strumenti e in che tempi

Quali azioni, quali condizioni per il successo

Come elaborare i dati per produrre informazioni utilizzabili
Come restituire i risultati

Le caratteristiche e le scelte metodologiche

per affrontare le particolarità dell'oggetto di indagine, e dei soggetti da intervistare

per arrivare a produrre conoscenza utile per il servizio, i fruitori, i partner

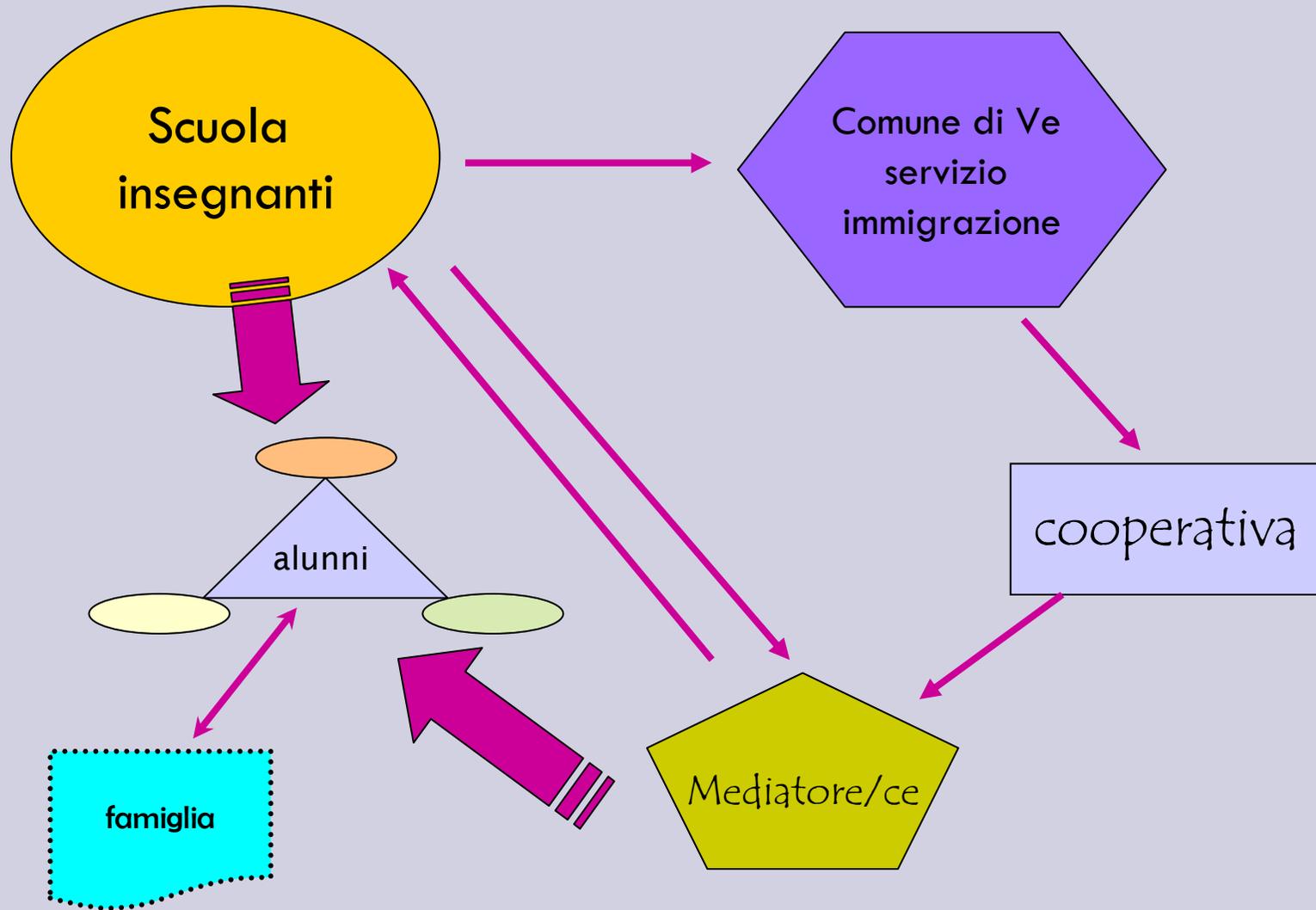
per arrivare a produrre idee di miglioramento sostenibili

→ 2 Indagini qualitative

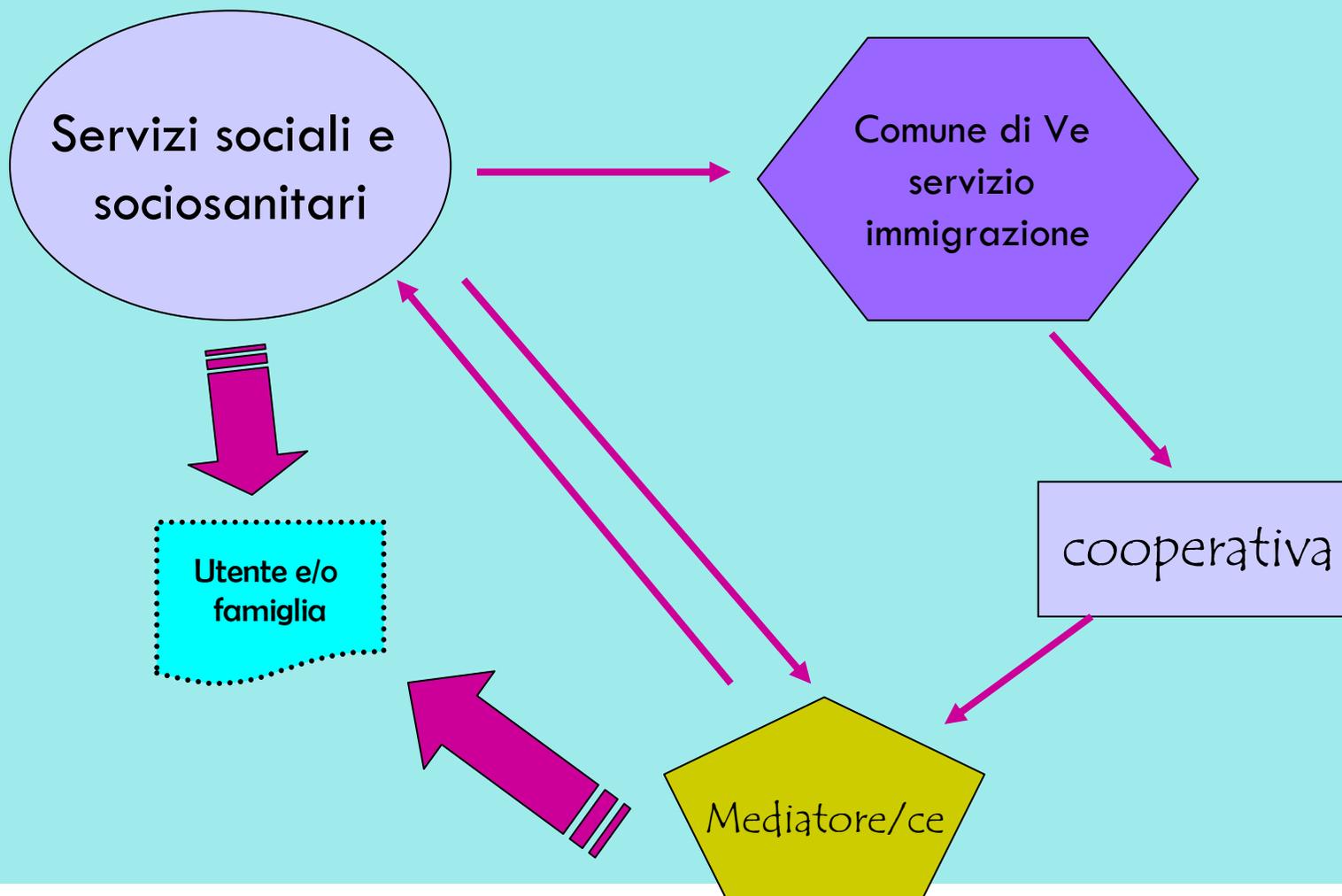
→ molta attenzione negli strumenti predisposti

→ analisi dei singoli processi di lavoro previsti e reali per erogare prestazioni di MLC

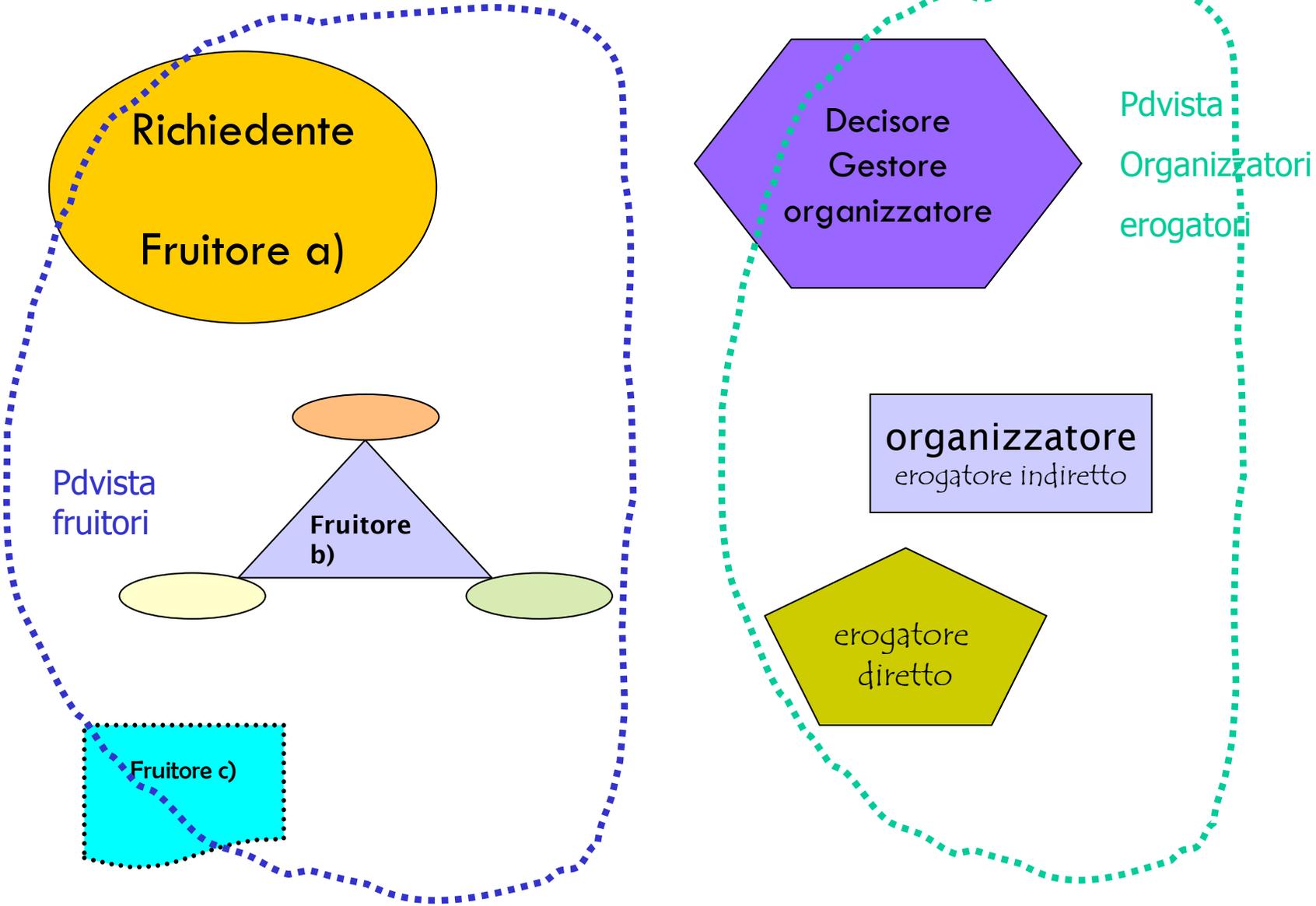
Attori in campo MLC scuola



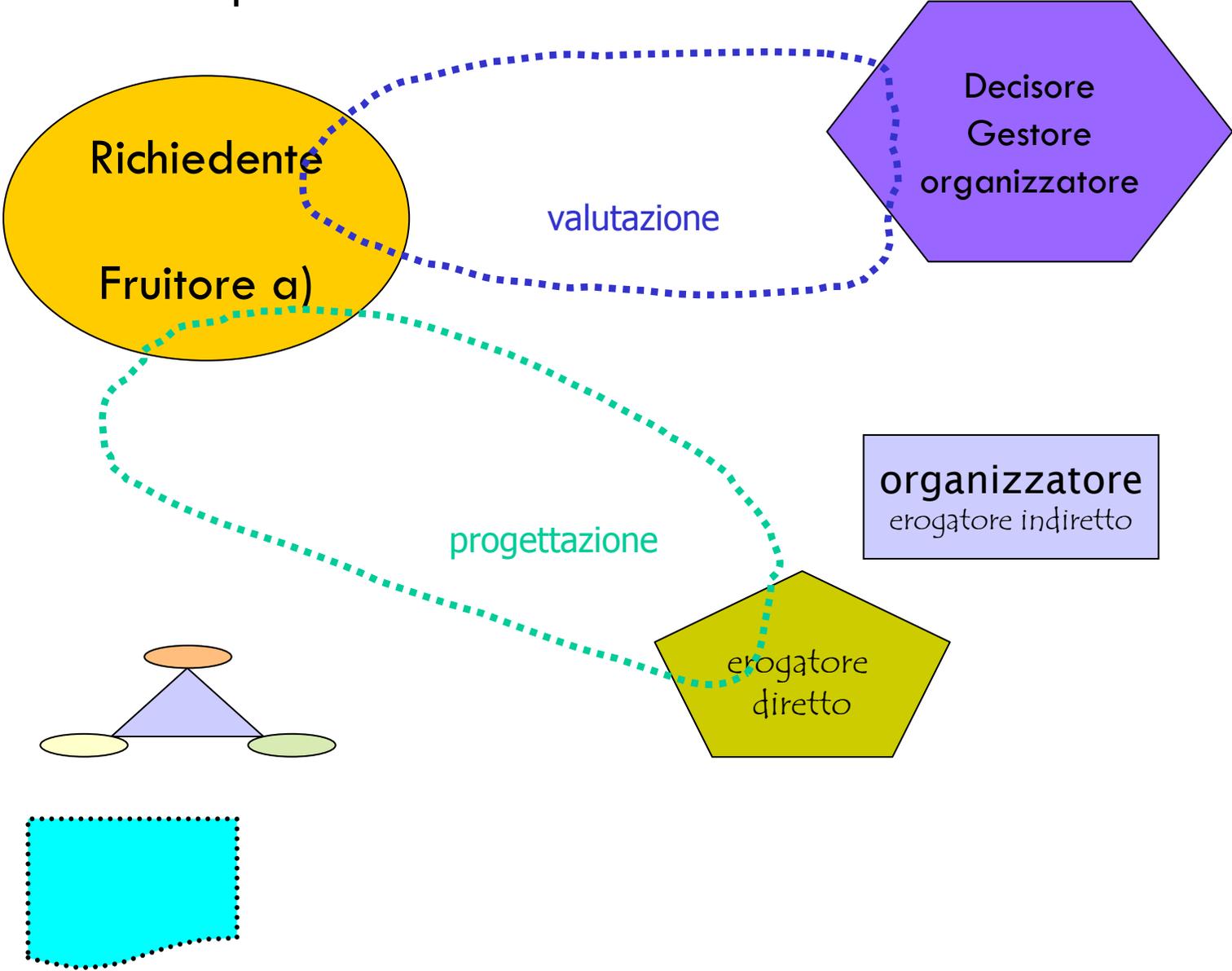
Attori in campo MLC sociale



Attori in campo MLC scuola

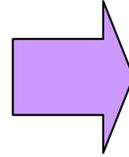


Attori in campo MLC scuola



Valore aggiunto di questo processo

Da analisi dei singoli processi di lavoro previsti e reali per erogare prestazioni di MLC =

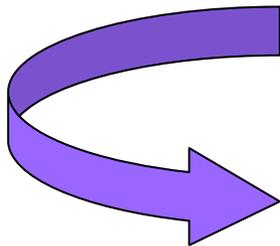
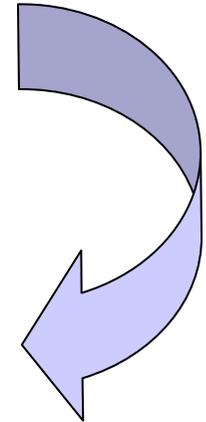


Ricostruzione di chi fa cosa, e come (gli attori in gioco, dinamiche di comunicazione e di decisione) ha consentito :

Individuazione di presunti punti di forza e di criticità

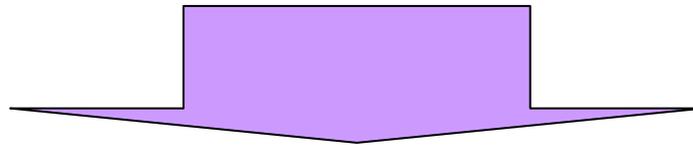
stime su livello di importanza e di soddisfazione circa i diversi oggetti di indagine, per ogni attore intervistato

Arrivare ad individuare questioni cruciali sulle quali → approfondire ipotesi, indicazioni, proposte

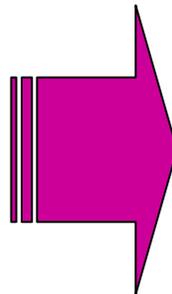


elaborazione
dei dati →

confronto su alcune questioni cruciali
tra i giudizi attesi dal servizio,
con i giudizi reali raccolti ed espressi
dai diversi soggetti intervistati



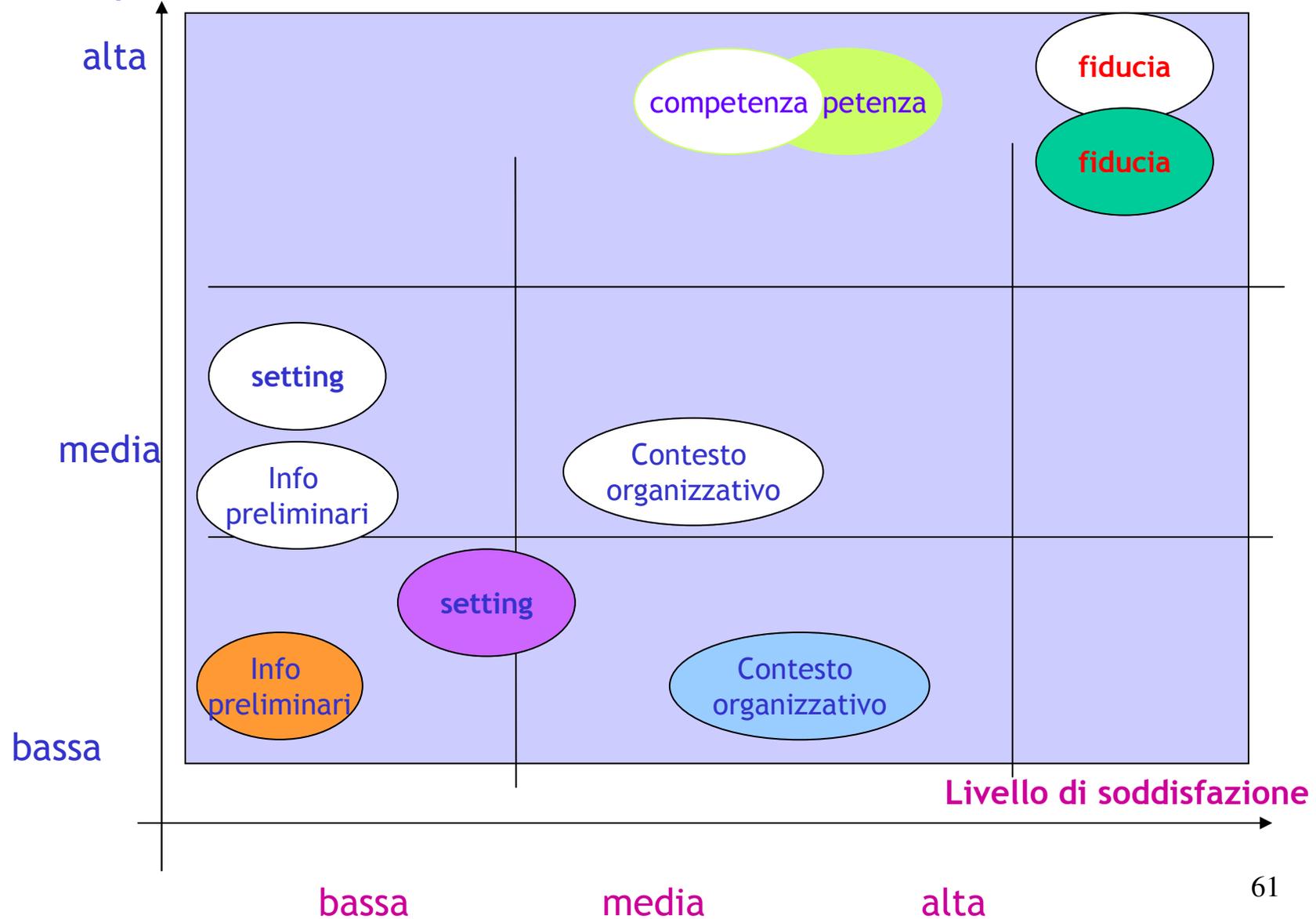
da prima
interpretazione
delle informazioni
raccolte →



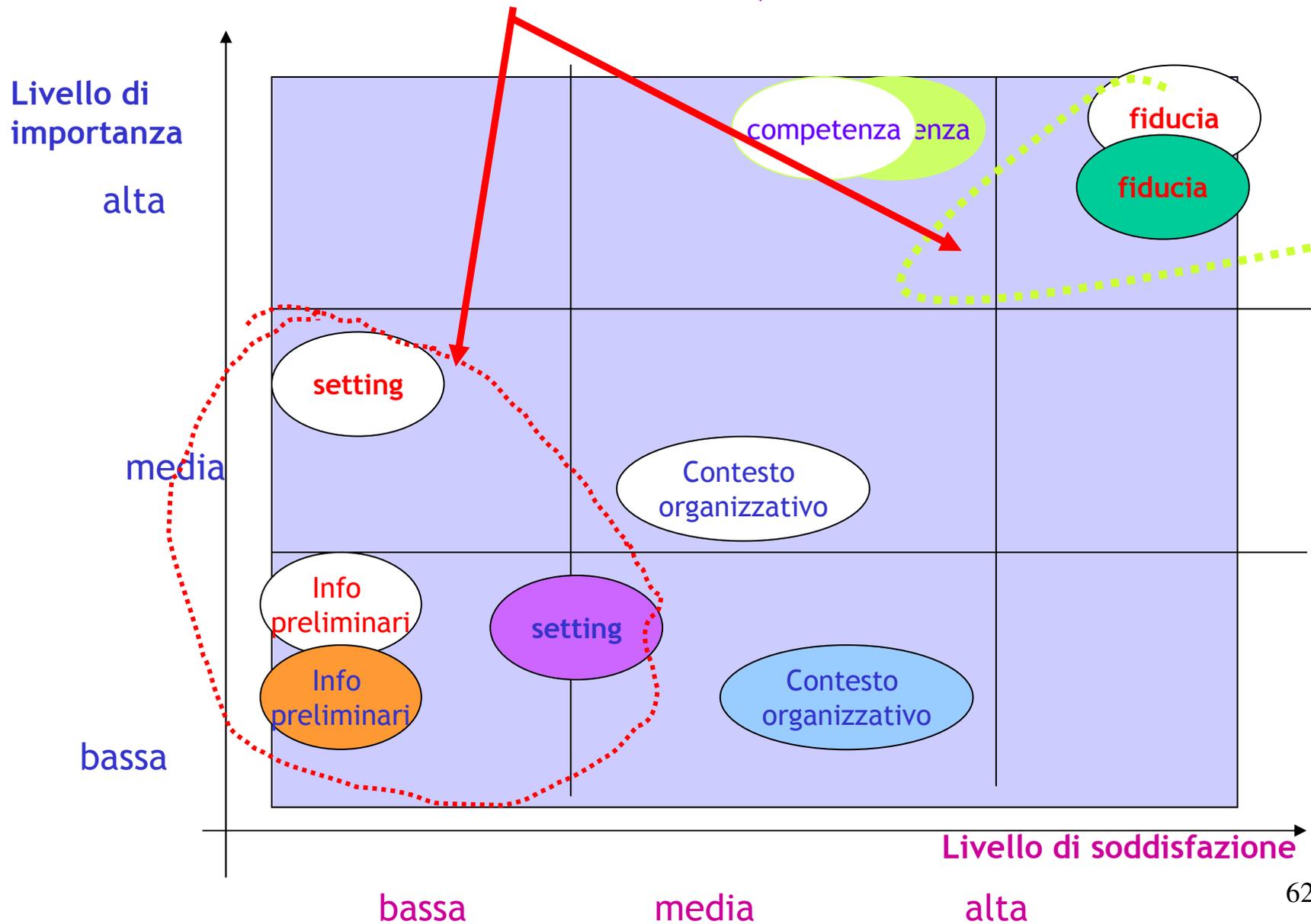
a quadri conoscitivi mirati
sui prodotti e sui processi
di lavoro specifici dei 2 dispositivi
di MLC (pdf pdc)

Fattori cruciali per successo intervento di MLC scuola

Livello di importanza

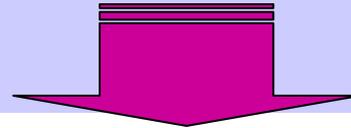


Come interpretare questo risultato (Fattori cruciali per successo intervento di MLC scuola) ???



→ restituzione dei risultati

- a chi lavora (mediatori)
- a chi chiede (operatori servizi, insegnanti e dirigenti scuole)
- ai cittadini (sito web com ve)



Per approfondire ipotesi,
indicazioni, proposte con
soggetti coinvolti

5 utilizzare i dati, le informazioni, le conoscenze per

- Restituire info e conoscenze a chi ha offerto suo pdvista sul servizio
- Rendicontare cosa fatto cosa si pensa di fare circa idee e suggerimenti.
- approfondire ipotesi, indicazioni, proposte

5 utilizzare i dati, le informazioni, le conoscenze per

Aiuto per prendere decisioni in tempi di crisi, facendo scelte su uso risorse + organizzazione dei servizi :

definire nuove modalità
d'erogazione dei servizi o
interventi di miglioramento,

dimensionare le
caratteristiche tecniche,
su effettive esigenze dei
cittadini

scegliere quali soluzioni
di miglioramento
rispetto alle principali
criticità rilevate



Giardino mobile nel treno, da [green me .it](http://green.me.it)



Nuovi vitigni colline trevigiane, foto mcorezzola



Da seme a giardino — da [greenme.it](https://www.greenme.it)



Riproduzione quadro di van gogh con bottoni, david goldberg , da greenme.it