

Concorso “Premiamo i risultati”

DOCUMENTO DI PARTECIPAZIONE



PREMESSA

Il “documento di partecipazione” ha come oggetto la progettazione esecutiva del piano di miglioramento gestionale presentato sinteticamente in fase di candidatura.

Esso va predisposto, dalle amministrazioni ammesse alla seconda fase del concorso, seguendo le indicazioni contenute nel presente formulario strutturato in domande aperte, domande con alternative di risposta e istruzioni per la compilazione.

Il formulario deve essere compilato con cura in ogni sua parte e corredato della firma del responsabile della candidatura. Nel caso di dubbi interpretativi si suggerisce di rivolgersi all'help desk del concorso per chiarimenti.

Il documento risultante non dovrà superare nel suo complesso (compresa la copertina) le 20 pagine e non dovrà essere allegata alcuna documentazione aggiuntiva.

La trasmissione del documento di partecipazione va effettuata **esclusivamente**:

- in formato PDF
- entro e non oltre le ore 24 del giorno 19 Novembre 2008
- con inoltro all'indirizzo di posta: concorso@qualitapa.gov.it.

La valutazione del documento, per l'ammissione alla fase successiva, riguarderà nuovamente la coerenza con gli obiettivi del concorso e la presenza di tutti gli elementi richiesti necessari a valutare la fattibilità operativa degli interventi di miglioramento da realizzare.

PIANO DI MIGLIORAMENTO GESTIONALE

Provincia di Milano – Settore Comunicazione

.....

Firma del responsabile della candidatura

PRIMA SEZIONE

ANAGRAFICA

Denominazione del Piano

"Meglio e di meno, comunicare meglio e spendere di meno"

Responsabile candidatura:

Cognome: ___Maggi_____ Nome: _____Franco_____

Telefono: _____02.7740.2567_____ E-mail: f.maggi@provincia.milano.it

Ruolo: direttore del Settore comunicazione

Referente:

Cognome: __De Vivo_____ Nome: _____Angelo_____

Telefono: ___02.7740 2402_____ E-mail: a.devivo@provincia.milano.it

Ruolo: responsabile del Servizio comunicazione

Durata dell'intervento in mesi : 12

Periodo di realizzazione: da 01/01/2009 a 31/12/2009

Eventuali Risorse destinate, escluse le retribuzioni del personale coinvolto¹:

Ammontare complessivo: €.....di cui:

- a carico dell'Amministrazione/ufficio: €.....

- a carico di altre Fonti (indicare quali) €.....

Non sono previste risorse

¹ Vanno indicate solo le risorse finanziarie effettivamente disponibili e/o già stanziata in bilancio

SECONDA SEZIONE

SCENARIO DI RIFERIMENTO

1 | ORIGINE DEL PIANO

1.1. L'intervento è riconducibile alle strategie politiche e/o di gestione espresse in:

(sono possibili più risposte)

- documenti di programmazione generale dell'amministrazione (es. Peg, Direttiva annuale, altra documentazione, ecc.)
- piani di miglioramento/programmi settoriali
- è un'iniziativa autonoma del proponente
- altro (specificare)_____

1.2. La decisione di intervenire sull'ambito scelto deriva da:

(sono possibili più risposte)

- autovalutazione sullo stato dell'organizzazione effettuata con l'utilizzo di metodologie appropriate (es: modelli Caf, Efqm, gruppi di qualità, ecc.)
- risultati di indagini di customer satisfaction
- analisi dei reclami raccolti in modo sistematico
- specifica indagine realizzata da personale interno
- specifica indagine realizzata da consulenti
- indicazioni di uno degli organi interni di valutazione e/o di audit
- richiesta del vertice (politico o amministrativo)
- altro (specificare)_____

1.3. Il piano è connesso con altre attività di miglioramento:

- sì, già realizzate
- sì, in corso
- sì, già programmate
- NO

Se sì, specificare sinteticamente l'oggetto degli interventi

Redazione e distribuzione a tutto il personale di linee guida per la comunicazione visiva che anticipano il progetto per la revisione del Manuale di immagine coordinata

1.4. Motivo prevalente dell'intervento:

(una sola risposta)

- carenza di un servizio/processo
- esigenza di rispondere a nuove domande di altri uffici/servizi
- esigenza di rispondere a nuove domande di utenti o stakeholder
- esigenza di ridurre i costi
- esigenza di migliorare il clima organizzativo
- altro (specificare)_____

1.5. Definizione del problema

Illustrare il problema che l'intervento intende affrontare. La descrizione deve in particolare evidenziare a quali bisogni l'intervento vuole dare risposta sia dal punto di vista dei portatori di interesse implicati, che dell'amministrazione/ufficio.

L'intervento intende operare una riduzione dei costi per le spese pubblicitarie, per le realizzazioni grafico visuali e per le piattaforme telematiche di gestione dei contenuti. In particolare si ha bisogno di una semplificazione delle procedure per le realizzazioni grafico visuali e per le piattaforme telematiche di gestione dei contenuti, da attuare assieme a una razionalizzazione e centralizzazione, per quanto riguarda le prime, e attraverso una convergenza delle diverse piattaforme, per quanto riguarda le seconde. L'intervento permetterà di ottenere, attraverso operazioni di centralizzazione, internalizzazione e formazione, l'ottimizzazione delle attività di comunicazione dell'intero ente.

2 | ELABORAZIONE DEL PIANO

2.1. La progettazione ha coinvolto:

(sono possibili più risposte)

- utenti (interni/esterni) del servizio/processo di lavoro su cui si interviene
- altri portatori di interesse
- responsabili del settore/dei settori su cui si interviene
- personale del settore/dei settori su cui si interviene
- personale che sarà impegnato a realizzare l'intervento
- altro.....

Specificare come è stato garantito tale coinvolgimento:

Incontri mirati, sia con gli stakeholders interni, sia con i dipendenti coinvolti, sia coi i fornitori coinvolti.

Invio lettere esplicative , predisposizione materiale informativo.

2.2. In fase di progettazione ci si è avvalsi dei seguenti elementi di analisi del problema (indicatori di criticità):

(sono possibili più risposte)

- dati di indagine sugli utenti o stakeholder (specificare quali):

Incontri per raccogliere proposte e criticità. Incontri con utenti e fornitori, anche attraverso questionari in occasioni pubbliche come fiere, convegni, ecc

- dati di funzionamento (specificare quali):

Peg; piano annuale della comunicazione; comunicazione al Garante per le spese pubblicitarie.

- Altro (specificare)

Esperienza diretta quotidiana; studi e riflessioni su procedure e attività. Analisi dei risultati della formazione rivolta ai referenti urp sull'uso degli applicativi gestionali forniti

TERZA SEZIONE

CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

1 | GLI OBIETTIVI

1.1 Con l'intervento si punta ad un miglioramento principalmente nell'area:

(scegliere l'area di interesse prevalente e indicare minimo una risposta nell'area scelta)

del contesto:

- integrare le amministrazioni
- valorizzare la comunità
- rinnovare il rapporto centro/periferia

del problema:

- cogliere le esigenze degli utenti
- interpretare la missione
- analizzare la situazione, definire obiettivi

della soluzione:

- coinvolgere il personale
- utilizzare tecnologie e metodi
- gestire le risorse economiche

del risultato:

- controllare i risultati
- valutare gli effetti
- consolidare e diffondere le buone pratiche

1.2 L'intervento si basa prioritariamente su:

(una sola risposta)

- innovazione nelle modalità di applicazione di norme di legge
- ottimizzazione nell'uso delle risorse umane e/o materiali per ottenere maggiore efficienza (es. risparmi)
- gestione innovativa di funzioni per valorizzare le risorse umane, per responsabilizzare i ruoli direttivi, per sviluppare una cultura organizzativa orientata ai risultati, ecc.
- modifica dei processi organizzativi per migliorare la gestione
- modifica dei ruoli per migliorare il benessere del personale
- modifica delle modalità di erogazione dei servizi e della relazione con i clienti
- altro (specificare)_____

1.3 Descrivere gli obiettivi

Obiettivi generali (finalità cui mira globalmente il piano)

Ottimizzare il flusso di comunicazione e informazione attraverso il miglioramento delle procedure che coinvolgono l'intero ente, ottenendo anche un risparmio sui costi.

Obiettivi specifici (obiettivi operativi in cui è possibile scomporre l'obiettivo generale, anche in relazione alle diverse fasi di realizzazione previste, compresa la descrizione delle realizzazioni previste)

1. Centralizzazione degli acquisti degli spazi pubblicitari e introduzione di una apposita procedura;
2. Centralizzazione delle attività e realizzazioni grafico editoriali, di comunicazione visiva in senso lato, al fine di coordinare e uniformare queste attività e ottenere risparmi sui costi, attraverso l'introduzione di un'apposita procedura
3. Internalizzazione della produzione e post produzione dei contenuti per i diversi canali (web, carta, audio, video) attraverso la diffusione e la convergenza di apposite piattaforme telematiche. In housing di software e hardware laddove necessari.
4. Formazione apposita e mirata per il personale coinvolto nel progetto.

1.4 Descrivere i risultati attesi

Descrivere i cambiamenti/impatti attesi sui destinatari intermedi e finali dell'intervento come conseguenza del raggiungimento degli obiettivi del piano di miglioramento

- Riduzione dei costi;
- semplificazione delle procedure;
- coerenza e omogeneità nella comunicazione;
- professionalizzazione degli operatori;

1.5 Descrivere il prodotto finale dell'intervento

Descrivere cosa si intende realizzare per raggiungere i risultati attesi.

- Contratto generale centralizzato degli acquisti pubblicitari relativi al fabbisogno annuale;
- nuove procedure di gestione e realizzazione dei prodotti grafico visuali;
- utilizzo software dedicati e interconnessione piattaforme telematiche per la produzione e post produzione dei contenuti;
- formazione mirata e figure professionali dedicate.

2 | LE ATTIVITA' PREVISTE

2.1. Descrivere le attività, articolate in fasi, con indicazione degli output attesi e dei relativi indicatori di realizzazione per ciascuna attività

Fasi	Attività	Output attesi	Indicatori di realizzazione
Fase 1 Analisi della situazione	Analisi Piano Com. 2008, Spese pubblicità Garante 2008, PEG. Definizione del progetto relativo a: 1. Piano annuale acquisti spazi pubblicitari; 2. nuova procedura realizzazione prodotti grafici visuali; 3. internalizzazione della produzione e della gestione dei contenuti per i diversi canali di comunicazione: uso e riuso piattaforme e applicativi tecnologici esistenti.	Individuazione delle spese relative all'acquisto spazi e alle realizzazioni grafico visuali esterne e definizione del fabbisogno di base per il 2009.	Individuazione cifre complessive per l'anno 2008.
Fase 2 Approvazione del vertice politico e amministrativo	Approvazione del progetto in Giunta.	Approvazione della delibera	Approvazione
Fase 3 Spiegare il progetto	Incontri con gli stakeholders interni: dirigenti, funzionari e operatori della comunicazione diffusi nell'Ente e rilevazione esigenze.	Adesione e comprensione del progetto. Eventuale raccolta suggerimenti.	Numero partecipanti.
Fase 4.a Incontro con i concessionari pubblicitari	Definizione Piano annuale di acquisto spazi pubblicitari per il 2009 suddiviso per tipologie di mezzi e per direzioni, avendo stabilito il fabbisogno relativo all'anno 2009.	Riduzione dei costi del 15% per il 2009, a parità di spazi acquistati.	Confronto con i costi 2008.
Fase 4.b Redazione nuova procedura servizi grafico editoriali	Attività di comunicazione: <ul style="list-style-type: none"> • invio lettera a tutti i dirigenti e funzionari dell'Ente; • incontro con tutti i dirigenti e funzionari; • notizia sul portale Intranet e sul giornale interno; • seminario sulle linee guida per la comunicazione visiva dell'Ente in occasione della revisione del Manuale di immagine coordinata. 	Riduzione dei costi del 15% per il 2009, a parità di prodotti realizzati.	Confronto con i costi 2008

Fase 4.c Analisi applicativi esistenti e definizione nuove procedure per la creazione dei contenuti diversi	Analisi applicativi in uso; progettazione nuove procedure e definizione interventi tecnici; <ul style="list-style-type: none"> • avvio fase sperimentale produzione contenuti interna – sezione audio video (servizio Medialogo); • avvio fase sperimentale utilizzo software. 	Convergenza utilizzo piattaforme. Riduzione dei costi. Internalizzazione della produzione e post produzione dei contenuti.	Numero utilizzatori
Fase 5 Interventi formativi	Attivazione corsi aggiornamento e/o formazione per le figure professionali coinvolte.	Miglioramento delle capacità professionali. Aumento della responsabilizzazione e del relativo coinvolgimento nel progetto. Aumento della soddisfazione.	Numero dei partecipanti.
Fase 6.a Attuazione: spese pubblicitarie	Acquisto spazi: determinazione acquisti.	Riduzione dei costi complessivi del 15% per il 2009.	Confronto con i costi 2008
Fase 6.b Attuazione: servizi grafici	Nuova procedura richiesta servizi grafici.	Riduzione dei costi complessivi del 15% per il 2009.	Confronto con i costi 2008
Fase 6.c Attuazione: convergenza piattaforme telematiche e produzione internalizzata contenuti	Verifica utilizzo software fase sperimentale. Verifica produzione audio video fase sperimentale Attivazione a regime dei servizi.	Riduzione dei costi; omogeneità e completezza nella gestione e produzione delle informazioni; aumento degli utilizzatori.	Confronto con i costi e i tempi di gestione 2008
Fase 7.a Prima verifica dei risultati	Raffronto dati economici e flussi di lavoro, eventuale correzione.	Riduzione dei costi complessivi fino a un massimo del 8% per il 2009.	Confronto con lo stesso periodo dell'anno 2008.

Fase 7.b Seconda verifica dei risultati	Raffronto dati economici e flussi di lavoro. Raggiungimento dell'obiettivo.	Riduzione dei costi complessivi del 15% per il 2009.	Confronto con i costi 2008.
--	---	--	-----------------------------

2.2 Definire il livello di miglioramento atteso per ciascun risultato previsto

Risultati attesi (vedi domanda 1.4)	Indicatore (descrizione e unità di misura)	Target
riduzione dei costi	Individuazione cifre complessive per l'anno 2008	Risparmio del 15% al 12/2009
semplificazione delle procedure	Individuazione fabbisogno in euro relativo all'acquisto spazi e alle realizzazioni grafiche visuali. Numero realizzazione grafiche complessive per l'anno 2008.	Risparmio del 15% al 12/2009. Numero richieste grafiche evase centralmente al 12/2009
coerenza e omogeneità nella comunicazione	Materiali realizzati nell' anno 2008	Miglioramento dell'immagine dell'ente
professionalizzazione degli operatori	Numero personale coinvolto	Miglioramento della capacità degli operatori: efficienza operazioni

3 LE RISORSE UMANE COINVOLTE

3.1. Indicare se è prevista la costituzione di un gruppo di lavoro per la elaborazione e realizzazione del piano

- Si
 No

3.2 Se si, indicare:

N. componenti del gruppo di lavoro

Totale 18, di cui 1 dirigente, 5 responsabili di servizio, 6 responsabili di ufficio e 6 assistenti amministrativi.

Caratteristiche del gruppo di lavoro

Ruolo	Compiti	Gg/impegno
1 Dirigente	Indirizzo e supervisione	20 gg.
5 Funzionari	1 Responsabile del progetto;	50 gg.
	3 responsabili diverse aree di intervento all'interno del progetto;	30 gg. x persona
	1 coordinatore amministrativo;	30 gg.
12 Altro personale	6 responsabili di ufficio	70 gg. x persona
	6 assistenti amministrativi.	100 gg. x persona

N.B. Il risultato è stato ricavato dalla proporzione tra i giorni lavorativi (per una anno sono stati calcolati circa 250 gg.) e la percentuale prevista di impegno che ogni componente il gruppo di lavoro dedicherà al progetto.

3.3. Indicare l'eventuale apporto di altri soggetti (personale di altri uffici dell'amministrazione

(specificare numero, ruolo e funzioni) - **Nessuno**

4 | LE PARTNERSHIP E LE COLLABORAZIONI

4.1. Indicare tipologia e modalità di collaborazione di eventuali partnership (altre amministrazioni, altri soggetti)

Nessuna _____

4.2 Indicare se sono previste consulenze e quali sono le attività che saranno garantite dalla consulenza

Nessuna _____

5 | DIREZIONE E VALUTAZIONE

5.1. Indicare le modalità previste per il presidio dell'intervento e il raccordo con i vertici dell'ufficio/amministrazione

- Approvazione del progetto da parte della Giunta.
- Presentazione del progetto al Comitato di direzione.
- Incontro con i Dirigenti per spiegare il progetto e raccogliere suggerimenti.

5.2. Descrivere le modalità di coordinamento delle attività

Costituzione di un gruppo di lavoro dedicato che seguirà le diverse fasi di realizzazione.

Il gruppo, con la direzione e la supervisione di un dirigente, è affidato alla responsabilità di un referente unico che segue e coordina lo sviluppo del progetto. A lui fanno capo tre funzionari responsabili delle diverse articolazioni, in modo da garantire l'omogeneità e la coerenza degli interventi. Un referente amministrativo, a sua volta, curerà tutte le problematiche amministrativo giuridiche che si dovessero presentare.

5.3 Descrivere le modalità previste per seguire l'andamento delle attività nel corso della realizzazione e verificare gli eventuali scostamenti rispetto ai risultati attesi.

Controllo e raffronto dei dati a metà anno (giugno/luglio 2009) e eventuale aggiustamento laddove si riscontrassero accostamenti.

5.4 Descrivere le modalità di comunicazione (interna ed, eventualmente, esterna) previste per far conoscere l'intervento e i suoi esiti

Invio lettera a tutti i dirigenti e funzionari dell'Ente; incontro con tutti i dirigenti e funzionari, e con i fornitori interessati; notizia sul portale intranet e sul giornale interno; seminario sulle Linee guida per la comunicazione visiva, incontro con i referenti URP per il riuso del software.

6 FATTORI CRITICI DI SUCCESSO
--

6.1 Descrivere i fattori critici di successo dell'intervento e cioè i principali problemi che si ritiene si dovranno affrontare per ottenere i risultati attesi

Resistenze politiche e amministrative;

resistenze al cambiamento di procedure e attività da parte dei colleghi;

elezioni amministrative previste per la metà del 2009.

7 ARTICOLAZIONE TEMPORALE DEL PIANO
--

7.1 Inserire il Gantt relativo alla tempistica del piano

	dic-08	gen-09	feb-09	mar-09	apr-09	mag-09	giu-09	lug-09	ago-09	set-09	ott-09	nov-09	dic-09	gen-10
Fase 1 Analisi della situazione														
Fase 2 Approvazione del vertice politico														
Fase 3 Spiegare il progetto														
Fase 4.a Incontro con i concessionari pubblicitari														
Fase 4.b Redazione nuova procedura servizi grafico editoriali														
Fase 4.c Analisi applicativi esistenti e avvio sperimentazione nuovi contenuti.														
Fase 5 Interventi formativi														
Fase 6.a Attuazione: spese pubblicitarie														
Fase 6.b Attuazione: servizi grafici														
Fase 6.c Attuazione: convergenza piattaforme telematiche e produzione contenuti														
Fase 7.a Prima verifica dei risultati														
Fase 7.b Seconda verifica dei risultati														