



SCHEDA PROGRAMMI ED ATTIVITA' PER LA QUANTIFICAZIONE DELLE RISORSE DA INSERIRE AD INCREMENTO DEL FONDO PER LO SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE E PER LA PRODUTTIVITA' DI CUI ALL'ART. 15, COMMA 5, C.C.N.L. 1/4/1999
ANNO 2017

PROCESSI DI RAZIONALIZZAZIONE/RIORGANIZZAZIONE FINALIZZATI ALL'ACCRESIMENTO DEI LIVELLI DEI SERVIZI ESTERNI ED INTERNI RESI DAL PERSONALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO

"Accorpamento della Camera di Commercio di Venezia con quella di Rovigo e costituzione della Camera di Commercio Venezia Rovigo Delta Lagunare. Organizzazione della nuova struttura operativa, consolidamento e sviluppo dei servizi alla Comunità delle imprese."

Prospettiva BSC: Processi interni e qualità

Obiettivo Strategico 15. Rafforzare la comunicazione pubblica quale attività di ascolto e partecipazione fra Camera e Stakeholders e promuovere l'Open government data e la relativa interoperabilità

SCHEDA 5

Obiettivo operativo: Concludere il lavoro di riformulazione del portale Venice export della nuova camera di commercio con una attenzione forte all'ascolto ed al rilevamento dei fabbisogni delle imprese

Si tratta della prosecuzione e implementazione del progetto biennale avviato nel 2016.

Rispetto all'attività avviata nel 2017 si provvederà ad ampliare il Portale con allargamento a nuove imprese e revisione dei contenuti.

In particolare il progetto si articola nelle seguenti attività/fasi:

1. Aggiornamento del data base esistente per verifica eventuali posizioni da eliminare o aggiornare (le imprese vengono contattate per e-mail e telefono);
2. Implementazione del data base mediante coinvolgimento delle aziende tramite campagne e-mail e presentazione e sensibilizzazione sul portale allo sportello;
3. Aggiornamento e implementazione delle pagine con dati integrati di Venezia e Rovigo con traduzione anche in lingua inglese delle pagine descrittive (prima era presente la sola versione in italiano).

L'attività delle varie fasi è svolta in parallelo e si dovrà concludere entro il 31/12/2017

Benefici/miglioramenti attesi: incremento nuovo servizio a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese mediante implementazione del portale funzionale a dare alle stesse una maggiore visibilità per eventuali sbocchi sui mercati esteri

Indicatori	Target 2017
numero imprese provincia di RO registrate nel sito Venice export con dati completi / 170 censite nel sito	>= 25%
numero pagine revisionate / numero pagine totale da revisionare	= 100%

Personale coinvolto e quantificazione delle risorse finanziarie da portare ad incremento del fondo

Nell'iniziativa saranno coinvolti i servizi/uffici dell'Area 2 in particolare l'Ufficio certificazioni estero e il Servizio Relazioni esterne.

La stima delle risorse economiche destinate alla maggior produttività è quantificata dal Settore programmazione in collaborazione con il Servizio Risorse Umane sulla base delle giornate di lavoro che devono essere dedicate al programma di attività.

(*) il valore della g.u. è calcolato puntualmente tenendo conto del livello di inquadramento di ciascun dipendente partecipante al programma

Obiettivo operativo: Il customer Relationship Management (CRM): strumento operativo a supporto della strategia di intervento e di comunicazione della Camera

Si tratta della prosecuzione e implementazione dell'attività avviata nel 2016 e che per il 2017 prevede il completamento della ristrutturazione anagrafica e rubrica utenti del CRM quale strumento operativo a supporto dell'azione di comunicazione della Camera.

Il progetto iniziale avviato nel 2016 viene profondamente rivisto e ampliato sia nelle modalità di ristrutturazione dello strumento sia nelle finalità con attività che si articoleranno su due annualità 2017-2018.

L'idea è passare da uno strumento puramente di "comunicazione" ad uso dell'ente per veicolare la comunicazione istituzionale, ad uno strumento in grado di fornire "servizi" alle imprese iscritte creando un ciclo virtuoso per il quale all'input iniziale dato dalla Camera per ottenere il contatto (iscrizione) segue un sempre maggiore utilizzo e richiesta di implementazione da parte dell'impresa che riconosce nello stesso un servizio per lo sviluppo e la promozione della propria attività. Creare, quindi, un CRM significativo di qualità che potrà arrivare anche all'utilizzo di servizi di **Social Media Marketing** per rafforzare il brand, aumentare la visibilità e supportare i processi di fidelizzazione e valorizzare le pubbliche relazioni on line.

L'implementazione dello strumento nell'ottica del servizio è finalizzata a diminuire lo scollamento/distanza tra imprese e Camera di Commercio non entrando le imprese quasi mai direttamente in rapporto con la Camera e i suoi uffici in quanto il rapporto è gestito da intermediari (commercialisti, notai, associazioni, ecc.).

Con questa idea progettuale si vuole provare la sperimentazione di un nuovo canale che possa avvicinare in modo diretto l'impresa alla Camera, e fungere nel contempo da opportunità per far conoscere i servizi e le iniziative poste in essere e che l'impresa quasi mai conosce.

Al personale viene richiesta capacità di essere sempre più trasversale a 360° su tutte le funzioni che fanno capo alla camera.

Tale cambiamento passa anche attraverso una sempre maggiore consapevolezza di come il sistema economico ma anche sociale sta evolvendo e di come questi elementi influiscono il mondo delle imprese e le prospettive e gli scenari che quest'ultime dovranno affrontare nei prossimi anni.

In tale ottica saranno avviate anche iniziative di formazione specifiche, ulteriori rispetto che richiedono un impegno suppletivo al personale nella necessaria contemporanea esigenza di rispetto degli standard di ciascun processo.

I benefici e risultati attesi saranno il frutto dell'attività da realizzarsi nei due anni e che può essere dettagliata nelle seguenti fasi

Attività da realizzare nel 2017:

- Individuazione dei settori/tipologie/range di imprese su cui implementare l'attuale CRM;
- Arricchimento e integrazione del dato per ciascuna posizione sulla base della profilazione individuata (quali dati prevedere e inserire per ciascuna impresa);
- Formazione specifica del personale a due livelli:
 - Formazione specifica del personale individuato per la promozione e i contatti con le imprese (trasversale a tutta la struttura in particolare personale di front-office)
 - Formazione generale a tutto il personale
- Campagne promozionali pilota

Attività da realizzare nel 2018:

- Dialogo e contatti diretti con le imprese;
- Monitoraggio sulla risposta delle imprese in termini di richiesta di fruizione servizi rispetto al range iniziale

Benefici/miglioramenti attesi: Implementazione dei servizi alle imprese		
Indicatori	Target 2017	Target 2018
Partecipazione delle imprese e utilizzo del servizio	n. anagrafiche nuove inserite >= 800	% di utilizzo del servizio da parte delle neo imprese iscritte >= 30% (=240/800)
numeri uffici/servizi coinvolti	= 2	>8
<p>Personale coinvolto e quantificazione delle risorse finanziarie da portare ad incremento del fondo</p> <p>Nell'iniziativa saranno coinvolti tutti gli uffici/servizi trasversalmente a più aree e viene coordinato dal Servizio Relazioni Esterne.</p> <p>La stima delle risorse economiche destinate alla maggior produttività è quantificata dal Settore programmazione in collaborazione con il Servizio Risorse Umane sulla base delle giornate di lavoro che devono essere dedicate al programma di attività.</p> <p>(*) il valore della g.u. è calcolato puntualmente tenendo conto del livello di inquadramento di ciascun dipendente partecipante al programma (*) il valore della g.u. è calcolato puntualmente tenendo conto del livello di inquadramento di ciascun dipendente partecipante al programma</p>		

Obiettivo operativo: Sviluppo del nuovo sito camerale per fornire servizi digitali inclusivi e interattivi all'utente finale (Piano d'azione UE per l'eGovernment 2016-2020)

La comunicazione e le relazioni con il proprio target di utenti e più in generale con tutti i potenziali stakeholders della Camera possono essere rese più efficaci grazie all'implementazione e al miglioramento costante degli strumenti a disposizione.

In tale prospetti nel 2017 vengono attivate, in particolare, le seguenti azioni

- nuovo servizio per prenotazione appuntamenti con uffici tramite sito: la nuova modalità permetterà all'utente di poter prenotare collegandosi direttamente al sito (24h./24h.) appuntamenti con l'ufficio che interessa. Ad oggi tale possibilità veniva data solo per alcuni uffici e solo tramite contatto telefonico accessibile solo in determinate ore della giornata;
- implementazione del sito camerale con nuovo canale di navigazione "menù tematico": l'implementazione del menù tematico (che oggi non risulta alimentato) permetterà all'utente una maggiore fruibilità delle informazioni reperibili tramite il sito rendendo la ricerca più intuitiva e con necessità di minori passaggi.

Benefici/miglioramenti attesi: incremento dei servizi e dei canali di comunicazione per gli utenti esterni. In particolare il progetto è finalizzato ad attivare e mettere a disposizione dell'utenza, tramite il portale istituzionale, nuovi servizi (che attualmente non sono presenti) volti ad agevolare i rapporti con gli uffici camerali

Indicatori	Target 2017
attivazione servizi informatici per utenti esterni per prenotazione appuntamenti con uffici camerali	= 3 servizi
n. voci "menù tematico" attivate entro il 31/12/2017	= 15
% personale formato per n. 2 h. di formazione base/ciascuno	= 50%
% di personale con funzioni di "editore" e "editore delegato" formato per 4h. di formazione specifica/ciascuno	= 60%
n. di prenotazioni effettuate tramite il nuovo servizio a partire da quanto è stato attivato / totale prenotazioni del periodo	= 100%

Customer di gradimento del nuovo servizio	>= 1,5 (su un range di 3)
Personale coinvolto e quantificazione delle risorse finanziarie da portare ad incremento del fondo	
<p>Nell'iniziativa saranno coinvolti più uffici/servizi trasversalmente a più aree e viene coordinato dal Servizio Informatica. La stima delle risorse economiche destinate alla maggior produttività è quantificata dal Settore programmazione in collaborazione con il Servizio Risorse Umane sulla base delle giornate di lavoro che devono essere dedicate al programma di attività.</p> <p>(*) il valore della g.u. è calcolato puntualmente tenendo conto del livello di inquadramento di ciascun dipendente partecipante al programma (*) il valore della g.u. è calcolato puntualmente tenendo conto del livello di inquadramento di ciascun dipendente partecipante al programma</p>	

Obiettivo operativo: Sviluppo nuova modalità di ascolto e confronto con gli stakeholders dell'Ente quale strumento di supporto per una programmazione condivisa e in grado di rispondere ai bisogni del territorio

Si tratta della progettazione e messa in opera di una nuova modalità di ascolto e di condivisione con gli stakeholders finalizzata alla definizione e attuazione dell'azione promozionale in grado di concentrare l'azione e le risorse camerali in poche ma significative iniziative/progetti che coinvolgono trasversalmente più settori e gruppi di interessi ottimizzandone i risultati in termini di sviluppo del sistema economico del territorio.

La nuova procedura condivisa dalla Giunta e dal Consiglio è avviata già nel 2016, continua e si sviluppa nel 2017 con le seguenti azioni:

- prosecuzione dei Gruppi di lavoro per tematiche strategiche
- riunioni con associazioni produttive e stakeholders di riferimento
- documento finale su idee/iniziative da attuare nell'anno
- delibera linee per interventi promozionali dell'anno

L'azione se pur tradotta operativamente a nuove modalità di coinvolgimento dei propri stakeholders ha come obiettivo finale quello di ottimizzare i risultati in termini di soddisfazione dei servizi resi all'utenza finale individuata nel sistema delle imprese locali.

E' chiaro infatti che più si affina il rapporto e la condivisione con i fruitori delle iniziative di promozione del territorio maggiore sarà il ritorno in termini di impatto delle iniziative che sono scaturite dalla nuova modalità di programmazione partecipata.

Benefici/miglioramenti attesi: accrescimento del coinvolgimento e della condivisione dei propri stakeholders nella programmazione e attuazione dell'azione promozionale della Camera finalizzato ad una maggiore % di realizzazione delle iniziative programmate

Indicatori	Target 2017
n. Gruppi di lavoro attivati con stakeholders	>= 5
n. riunioni complessive dei cinque gruppi	>= 12
n. documenti di condivisione ottenuti	>= 1
n. documento programmatico approvato dalla Giunta	>= 1
% di realizzazione delle iniziative di promozione del territorio derivanti dalla nuova modalità di programmazione partecipata	>= 90%

Personale coinvolto e quantificazione delle risorse finanziarie da portare ad incremento del fondo

Nell'iniziativa saranno coinvolti più uffici/servizi trasversalmente a più aree e viene coordinato dal Settore promozione e sviluppo del territorio.

La stima delle risorse economiche destinate alla maggior produttività è quantificata dal Settore programmazione in collaborazione con il Servizio Risorse Umane sulla base delle giornate di lavoro che devono essere dedicate al programma di attività.

(*) il valore della g.u. è calcolato puntualmente tenendo conto del livello di inquadramento di

ciascun dipendente partecipante al programma (*) il valore della g.u. è calcolato puntualmente tenendo conto del livello di inquadramento di ciascun dipendente partecipante al programma

PROVVEDIMENTI ADOTTATI

DOCUMENTI ED INCONTRI

MAIL/CORRISPONDENZA SIGNIFICATIVA

PARTE II^

VERIFICA DEI RISULTATI RAGGIUNTI	
RELAZIONE DEL DIRIGENTE	
RAGGIUNGIMENTO DEI TARGET	
DATA:	<p>Il Dirigente Area 1 Dott. Roberto Crosta</p> <p>Il Dirigente Area 2 Dott. Giacomo de' Stefani</p> <p>Il Dirigente Area 5 Dott. Giorgio Porzionato</p>

PARTE III^A

RERLAZIONE DI VERIFICA A CURA DEGLI ORGANISMI INTERNI DI CONTROLLO

Parte da compilare a cura del Dirigente	Parte da compilare a cura dell'OIV e del Servizio Risorse Umane
1. Incremento della quantità o della qualità dei servizi resi.	A cura dell'OIV SI NO
2. Descrivere il tipo di arricchimento del servizio o il miglioramento qualitativo ottenuto in termini di utilità per l'utente.	A cura dell'OIV SI NO
3. Riprendere gli standard.	A cura dell'OIV SI NO
4. Descrivere sinteticamente la complessità dei risultati attesi.	A cura dell'OIV apprezzabile non apprezzabile
4.1 Descrivere le modalità di coinvolgimento attivo del personale in termini di risultati ottenuti.	A cura dell'OIV SI NO
5. Indicare le risorse da rendere disponibili secondo i criteri indicati nella scheda.	A cura del Servizio Risorse Umane conferma non conferma delle risorse indicate
6. Indicare i provvedimenti che hanno permesso di individuare nel Preventivo economico le risorse necessarie oggetto di liquidazione.	A cura del Servizio Risorse Umane SI NO
Indicare la correttezza del processo di valutazione.	A cura dell'OIV SI NO
Il Dirigente Area 1 Dott. Roberto Crosta Il Dirigente Area 2 Dott. Giacomo de' Stefani Il Dirigente Area 5 Dott. Giorgio Porzionato	Il Dirigente resp.le del Servizio Risorse Umane Dott. Roberto Crosta L'OIV (monocratico) per la validazione dei risultati raggiunti
DATA	DATA