SISTEMA DI VALUTAZIONE 2018

personale dirigenziale e non dirigenziale della Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi

CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABRIANZA
LODI

IL SMVP della CAMERA DI COMMERCIO MILOMB

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

- «Obiettivi», quali priorità di sviluppo CCIAA
- «Indicatori» quali parametri per rilevare i progressi nel perseguimento degli obiettivi

- ✓ Migliorare la qualità dei servizi offerti
- ✓ Far crescere le competenze professionali
- ✓ Creare legame costante tra obiettivi programmatici e lavoro dei singoli
- ✓ Rendere consapevoli i dipendenti della loro valutazione professionale
- ✓ Costituire la base per percorsi di sviluppo professionale ed economico
- ✓ Stimolare il continuo miglioramento delle prestazioni individuali
- ✓ Evidenziare eventuali esigenze formative di supporto o d'integrazione della preparazione professionale
- ✓ Migliorare il livello generale di comunicazione interna

IL SMVP della CAMERA DI COMMERCIO MILOMB

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

Lavorare «per obiettivi»
e non «per compiti» ha
consentito alla
Camera di Commercio di Milano
di avviare dal 2016
tipologie di lavoro agile…

ARTICOLAZIONE della SCHEDA

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

DIRIGENTI

Obiettivo generale dell'Ente	peso 20%
Obiettivi di efficacia	peso 50 %
Comportamenti organizzativi	peso 30%

P.O. e COLLABORATORI

Obiettivo generale dell'Ente	peso 10 punti
Obiettivo strategico del Dirigente	peso 20 punti
Iniziative dell'unità organizzativa di appartenenza	peso 40 punti
Comportamenti organizzativi	peso 30 punti

PRIMA SEZIONE

OBIETTIVI dell' ENTE

Individuati dalla Giunta, valgono per tutto il Personale

Punti riconosciuti se obiettivo è raggiunto almeno all'80 %

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

OBIETTIVO GENERALE DELL'ENTE 2018	INDICATORI
	1. Indice di tempestività dei pagamenti (art. 9 D.P.C.M. 22/09/2014) **Target:** <= -9 (peso 33%)
	2. Rispetto degli impegni assunti nel Piano triennale di prevenzione della corruzione e della trasparenza **Target:** sì (peso 33%)
	3. Progetti +20% (PID – Punto Innovazione Digitale, Alternanza Scuola-Lavoro, Turismo) **Target:** realizzazione di almeno l'80% di quanto previsto a budget per il 2018 (peso 33%)

SECONDA SEZIONE

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

DIRIGENTI

OBIETTIVI DI EFFICACIA

- Sono assegnati max 4 obiettivi strategici
- I punti saranno riconosciuti qualora il risultato atteso sia raggiunto almeno all'80% e sulla base dell'effettiva percentuale raggiunta (es.: 80%, 81%, 82%, ……100%).

PO e COLLABORATORI

OBIETTIVO STRATEGICO del DIRIGENTE

- Viene assegnato di norma un obiettivo di area
- I punti saranno riconosciuti qualora il risultato atteso sia raggiunto almeno all'80% e sulla base dell'effettiva percentuale raggiunta (es.: 80%, 81%, 82%, ……100%).

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

TERZA SEZIONE (SOLO PER P.O. e COLLABORATORI)

Iniziative dell'unità organizzativa di appartenenza

In questa sezione possono essere indicate al massimo tre iniziative, con un peso minimo di 20 incrementabile secondo multipli di 10.
Il premio sarà corrisposto qualora il risultato atteso >=80%, sulla base dell'effettiva percentuale raggiunta e dell'apporto individuale alla realizzazione delle iniziative stesse.

SCALA DI VALUTAZIONE

0	1	2	3	4	5	6
NESSUN CONTRIBUTO	CONTRIBUTO APPENA ADEGUATO	CONTRIBUTO SUFFICIENTE	CONTRIBUTO DISCRETO	CONTRIBUTO BUONO	CONTRIBUTO OTTIMO	CONTRIBUTO ECCELLENTE

QUARTA SEZIONE - Comportamenti organizzativi

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

DIRIGENTI

- Sono stati individuati sei comportamenti
- I fattori di valutazione hanno peso uguale

COLLABORATORI e PO

- Sono stati individuati otto comportamenti per i responsabili e sei per gli addetti e collaboratori
- I fattori di valutazione hanno peso uguale, pari a 10, tranne per un fattore individuato a discrezione del valutatore ritenuto rilevante per l'anno considerato che avrà peso 20

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

COMPORTAMENTI ORGANIZZATIVI

DIRIGENTI	RESPONSABILI	COLLABORATORI*
• Innovazione e razionalizzazione per il miglioramento dei servizi/delle attività seguite • Valorizzazione del personale assegnato • Capacità di integrazione con i processi trasversali dell'Ente • Capacità di governo dei processi di lavoro di diretta responsabilità, quanto a tempi e modalità di esecuzione • Capacità di gestire efficacemente gli aspetti economici • Capacità di organizzare/attuare modalità di ascolto/dialogo con i propri utenti	• Propensione al nuovo • Leadership • Flessibilità • Gestione delle relazioni e dei conflitti • Qualità della prestazione • Visione globale • Senso del ruolo • Valorizzazione del team	• Propensione al nuovo • Flessibilità • Gestione delle relazioni e dei conflitti • Qualità della prestazione • Senso del ruolo e visione globale • Valorizzazione del team

**(declaratoria diversa a seconda della categoria di appartenenza)*

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

LA BANCA DATI "PROGETTI"

Gli obiettivi e le iniziative strategiche sono inseriti su un'apposita piattaforma attraverso la quale è monitorato lo stato di avanzamento.

Le schede obiettivo/progetto sono aggiornate, trimestralmente, nel corso dell'anno, dai dirigenti/responsabili.

La compilazione prevede l'inserimento dei risultati raggiunti per ciascun indicatore, in termini di valori quali-quantitativi e l'indicazione di eventuali criticità e proposte di intervento.

La percentuale di conseguimento totale degli obiettivi ed iniziative è riportata nelle singole ***schede di valutazione*** al fine del calcolo del premio di produttività.

CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI

LE CUSTOMER….

Un ruolo di primo piano è assegnato alla valutazione della soddisfazione degli utenti (sia esterni che interni).

Fino al 2012

Indicatore Obiettivo generale ente:

«Giudizio complessivo rilevato dalla customer satisfaction»
Target: 7,8 su 10

(indagini condotte da società esterna)

Ultimi anni

Indicatore Obiettivi dirigenziali:

«Gradimento dei servizi *(varia natura)* risultante da indagine di customer effettuata dopo 6 mesi dall'erogazione: % utenti beneficiari del servizio che esprimono giudizio positivo»
Target: >= 75% intervistati»

(indagini condotte da u.o. Qualità e audit interno)