

Rapporto DI AUTOVALUTAZIONE

Amministrazione/Ufficio	
-------------------------	--

Presentazione dell'Amministrazione

La presentazione dovrebbe essere di massimo 2 pagine e contenere i seguenti elementi:

- La tipologia di amministrazione/Settore
- Una breve storia in relazione al contesto in cui opera (max ½ pagina)
- I principali servizi erogati
- Le principali partnership stabilite
- I principali stakeholder (interni ed esterni) di riferimento
- L'organigramma

Presentazione del processo di autovalutazione svolto

In massimo una pagina descrivere le modalità attraverso le quali:

E' stato realizzato il processo di autovalutazione (avendo come riferimento gli step da 1 a 6 delle linee guida del modello)

È stato definito e avviato il piano di miglioramento (avendo come riferimento gli step 7,8 e 9 delle linee guida del modello CAF)

Sono stati raccolti i dati e le evidenze relative ai fattori abilitanti e ai risultati, e individuate le priorità di intervento

Criterio 1: Leadership

1.1. Orientare l'organizzazione, attraverso lo sviluppo di una missione, una visione e dei valori

Sintesi complessiva del sottocriterio

- Mission, vision e valori sono stati formulati e definiti dal 2011, anno del dimensionamento della rete scolastica provinciale in cui è nato il Polo Bianciardi
- La Dirigenza coinvolge i portatori di interesse in fase di elaborazione del P.T.O.F., come previsto dal comma 14 della L. 107/2015, attraverso una consultazione che avviene, in presenza con incontri diretti in sede di convocazioni del Consiglio di Istituto, dei Consigli di Classe, del CTS o specifici legati al documento; a distanza con contatti attivati tramite posta elettronica o altri canali (*social network* legati al sito della scuola); con i soggetti esterni i contatti avvengono in fase di organizzazione delle attività di alternanza scuola-lavoro e di *stage*
- Alla fiducia reciproca e al rispetto tra *leader* e personale contribuiscono, da una parte, le occasioni di incontri formali e istituzionali, quali Collegio dei docenti, Consigli di indirizzo, riunioni di ambiti disciplinari, riunioni di *staff*, nel corso delle quali vengono condivise decisioni, vengono date linee di indirizzo, viene verificata la corretta implementazione di quanto previsto dal P.T.O.F.; dall'altra, la trasparenza che contraddistingue l'Istituto, che si concretizza nello stesso P.T.O.F., nell'istituzione di una commissione di valutazione delle attività/progetti del P.T.O.F., nella presenza di criteri di valutazione chiari e condivisi
- La comunicazione di mission, vision, valori, obiettivi strategici e operativi a tutto il personale dell'istituzione e agli altri portatori di interesse è garantita principalmente dal sito della scuola (in cui viene pubblicato il P.T.O.F., ora anche su Scuola in chiaro), cui lavora quotidianamente un *web master* e che è in continuo aggiornamento
- Con cadenza triennale, in fase di elaborazione del P.T.O.F., vengono rivisti, sulla base della valutazione dei risultati raggiunti (prevista dallo stesso P.T.O.F.), dopo consultazione preventiva e coinvolgimento degli *stakeholders* interni ed esterni
- I conflitti di interesse vengono prevenuti, principalmente attraverso la trasparenza e la chiarezza che accompagnano l'assegnazione degli incarichi (legati a criteri ben definiti e analizzati annualmente dalla Commissione di valutazione delle attività/progetti del P.T.O.F.) Un importante ruolo di filtro tra il personale e il DS è rappresentato dal Vicario, che gestisce i conflitti di interesse, accogliendo eventuali osservazioni e tenendone conto in un'ottica di intervento per il miglioramento
- La comunicazione nell'Istituto è resa efficace dalla trasparenza garantita dal sito dell'Istituto, dalle riunioni istituzionali, che rappresentano occasioni di confronto e decisione, da una specifica attività dell'Area organizzativa – Strutture di supporto alla gestione, dedicata alla Comunicazione interna ed esterna

Punti di forza

- Presenza nell'Istituto di una mission, di una vision e di valori (nel P.T.O.F.)
- Condivisione nelle riunioni collegiali (Verbali Collegio docenti e Consiglio di Istituto)
- Mission, vision e valori sono coerenti con la situazione del territorio in quanto l'Istituto è di recente costituzione
- Per prevenire i conflitti di interesse la leadership fornisce informazioni attraverso comunicazioni interne e/o nelle riunioni ufficiali secondo criteri di trasparenza e di oggettività

Aree da migliorare

- Carezza di efficacia del piano di diffusione di mission, vision e valori negli stakeholders
- Difficoltà di mettere a fuoco le informazioni dato l'alto numero di comunicazioni necessarie per il funzionamento dell'istituzione

Idee per il miglioramento

- Spazio per mission, vision, valori appositamente dedicato sul sito, nel Registro elettronico e integrazione nel logo dell'Istituto
- Creazione all'interno del sito-app dell'Istituto di un calendario condiviso con sistema di notifica per gli eventi e gli impegni scolastici

Evidenze

P.T.O.F.

Questionari *customer satisfaction*

Verbali riunioni collegiali

Punteggio

<i>Punteggio plan</i>	80
<i>Punteggio do</i>	80
<i>Punteggio check</i>	60
<i>Punteggio act</i>	60
PUNTEGGIO ATTRIBUITO	70



Criterio 1: Leadership

1.2 Sviluppare e implementare un sistema di gestione dell'organizzazione, delle sue performance e del cambiamento

Sintesi complessiva del sottocriterio

- L'Istituto utilizza in modo sistematico la tecnologia nell'organizzazione e nella gestione dei processi e delle strutture organizzative, in coerenza con la strategia, la pianificazione operativa, i bisogni e le aspettative dei portatori di interesse. Ciò si concretizza nella gestione del sito della scuola, nell'importanza che viene data all'utilizzo delle tecnologie informatiche legate alla comunicazione, dalla posta elettronica, all'utilizzo del *badge* per studenti e personale, al Registro elettronico, ai social network
- Responsabilità di gestione/di guida (*flow chart* dell'organizzazione), compiti e competenze sono definiti nel P.T.O.F. e pubblicati sul sito dell'Istituto
- Nella sezione Obiettivi strategici e piani operativi del P.T.O.F. sono definiti in modo chiaro e sintetico obiettivi strategici misurabili e risultati attesi, che sono stati elaborati per l'intera organizzazione in relazione alla mission da realizzare, come risulta chiaro dalla sezione Contesto dello stesso P.T.O.F.
- Gli obiettivi sono definiti nel P.T.O.F. (ma anche nel Piano di Miglioramento relativo a SNV) in termini di *output* e *outcome* e tengono conto in modo bilanciato dei bisogni e delle aspettative dei differenti portatori di interesse
- L'Istituto applica ormai stabilmente e in modo sistematico (e integrato) sistemi di qualità e standard di riferimento, legati alle ISO per l'Agenzia Formativa e a CAF e SNV per l'intera organizzazione
- I suddetti sistemi di valutazione consentono di identificare e definire annualmente le priorità per i cambiamenti che devono essere implementati, che trovano concretezza e visibilità nei Piani di Miglioramento, in continua evoluzione e aggiornamento
- Le iniziative di cambiamento e le ragioni che lo determinano sono comunicate al personale e agli *stakeholders*, sia in occasione di riunioni istituzionali degli organi collegiali, sia attraverso il sito web e il P.T.O.F., che ha visibilità anche su Scuola in chiaro e che contiene i Piani di Miglioramento. Del P.T.O.F. e dei Piani di Miglioramento, per facilitarne la lettura, viene elaborata anche una versione sintetica sotto forma di *slide* in Power Point, che viene diffusa fra il personale e gli *stakeholders*, accompagnandola con specifiche comunicazioni interne ed esterne.

Punti di forza

- C'è una definizione precisa di responsabilità di gestione/di guida (*flow chart* dell'organizzazione), compiti e competenze, organigramma (resi pubblici attraverso il Piano delle attività e dei progetti del P.T.O.F.)
- Obiettivi strategici e risultati attesi, in relazione alla mission da realizzare, sono delineati dettagliatamente nel P.T.O.F., nella sezione Obiettivi strategici e piani operativi
- Sono previste azioni di monitoraggio *in itinere* e di valutazione finale delle attività

previste dal P.T.O.F., sia annuali che alla fine del triennio di riferimento per lo stesso Piano

- L'Istituto applica stabilmente sistemi di qualità e di valutazione d'Istituto: nello specifico, le ISO (per l'Agenzia Formativa), SNV e CAF
- La Dirigenza identifica e definisce le priorità per i cambiamenti che devono essere implementati relativamente ai metodi di gestione dell'istituzione e delle sue attività, condividendoli con lo *staff* e con l'intero personale, attraverso le riunioni degli Organi Collegiali. In questo lavoro, si tiene conto anche dei *feedback* che provengono dagli *stakeholders*, in particolare soggetti esterni del territorio, con cui la scuola intrattiene consolidati rapporti di collaborazione
- Presenza di un sistema di gestione, mediante le tecnologie, per l'organizzazione dei processi e delle strutture organizzative coerente con la strategia, la pianificazione operativa, i bisogni e le aspettative dei portatori di interesse

Aree da migliorare

- Carezza nella capacità, a fine a.s., di elaborare una sintesi di insieme degli obiettivi programmati in relazione ai risultati raggiunti (in termini numerici e misurabili), in riferimento a tutte le attività, progetti, iniziative dell'Istituto
- Necessità di stabilire un sistema informativo che includa attività di *audit* e *monitoring* interni
- Necessità di diffondere gli obiettivi strategici dell'Istituto in modo efficace a tutti i portatori d'interesse attraverso il Piano di comunicazione
- Necessità di utilizzare, da parte dei singoli estensori di progetto, questionari di soddisfazione / gradimento rivolti ai propri utenti
- Necessità di chiarire in modo più efficace quali sono i compiti specifici di ciascuno nello *staff* del DS

Idee per il miglioramento

- Stabilire una divisione dei compiti più analitica (per es., tra primo e secondo collaboratore del DS) e poi renderla visibile
- Condividere in maniera più efficace le informazioni necessarie e favorire le attività di *audit* e *monitoring* attraverso piattaforma online di scambio bidirezionale
- Definire un documento sintetico con gli obiettivi strategici dell'Istituzione
- Elaborazione da parte del Gruppo di Autovalutazione, in collaborazione con il Coordinatore del P.T.O.F., di un foglio di calcolo di sintesi di tutte le attività della scuola, confrontando obiettivi prefissati con risultati raggiunti, sulla base dei costi in termini di risorse umane

Evidenze

P.T.O.F. e relativo Piano di comunicazione
Documenti relativi alle ISO, al CAF, a SNV
Verbali organi collegiali
Documenti audit Agenzia Formativa

Punteggio

<i>Punteggio plan</i>	80
------------------------------	-----------

<i>Punteggio do</i>	80
<i>Punteggio check</i>	60
<i>Punteggio act</i>	50
<i>PUNTEGGIO ATTRIBUITO</i>	65



Critério 1: Leadership

1.3 Motivare e supportare il personale dell'organizzazione e agire come modello di ruolo

Sintesi complessiva del sottocriterio

- La Dirigenza, comportandosi coerentemente con gli obiettivi e i valori stabiliti e informandosi a valori di trasparenza, efficacia, efficienza, rappresenta un modello di riferimento per tutto il personale
- L'Istituto è aperto al cambiamento e all'innovazione continua (sulla base anche dei *feedback* che provengono dall'esterno, in particolare dal settore delle aziende pubbliche e private), come dimostrano l'adesione a progetti innovativi in ambito didattico e organizzativo e i processi, che rappresentano in molte occasioni un modello per altre scuole (si ricorda, per fare solo qualche esempio, il progetto [CI@ssi.20](#) e il sistema di Osservazione delle competenze online)
- Il personale viene regolarmente informato su tutti i temi di interesse o su quelli relativi alle questioni chiave dell'istituzione, sia attraverso i documenti istituzionali, principalmente il P.T.O.F., sia attraverso il sito della scuola, sia per mezzo delle riunioni istituzionali, nel corso delle quali la Dirigenza condivide scelte, progetti, attività, iniziative, novità normative, frequentemente servendosi di *slide* di sintesi, messe poi a disposizione sullo stesso sito
- Costante è il supporto al personale, per aiutarlo a realizzare i propri compiti e obiettivi che convergono verso gli obiettivi globali dell'organizzazione. Tale supporto si concretizza, da una parte, nelle riunioni istituzionali cui si è fatto riferimento; dall'altra, nella disponibilità della Dirigenza, anche attraverso il supporto del Vicario e dei tutto lo *staff*, a ricevere il personale per questioni e aspetti specifici
- La Dirigenza, in attuazione della normativa, utilizza un sistema di delega delle responsabilità, come dimostrano l'organigramma dell'Istituto e La sintesi delle attività del P.T.O.F.
- Nell'Istituto è consolidata una cultura dell'innovazione e del miglioramento, che coinvolge tutto il personale, e che si concretizza nei Piani di Miglioramento (di SNV e CAF), nel coinvolgimento attivo del personale nei processi di autovalutazione, nella diffusione annuale di questionari di *customer satisfaction*, i cui risultati vengono accuratamente analizzati e diffusi
- Le *performance* individuali del personale, in attuazione della L. 107/2015, vengono da quest'anno valorizzate secondo i criteri stabiliti dal Comitato di valutazione, che sono stati opportunamente diffusi e pubblicati e forniscono dei parametri di qualità cui i docenti devono tendere nella quotidiana attività di insegnamento
- Gli sforzi individuali e di gruppo sono ricompensati attraverso un equo e trasparente riconoscimento di un compenso accessorio (oggetto di contrattazione sindacale e basato su criteri chiari, pubblici e condivisi), in base ai compiti ricoperti e alle attività portate avanti

Punti di forza

- Il Dirigente rappresenta un esempio di coerenza e integrità nel rispetto della normativa
- Evidente impegno a mantenere il personale regolarmente informato su tutti i temi di interesse e su quelli relativi alle questioni chiave dell'istituzione, come risulta dal sito web della scuola e dalle riunioni istituzionali, principalmente Consiglio di Istituto, Collegio dei docenti, Consigli di indirizzo, Ambiti disciplinari
- I sistemi di autovalutazione CAF e SNV, ma anche le ISO per l'Agenzia Formativa, utilizzati in modo sistematico e integrato fra loro, garantiscono la promozione di una cultura dell'innovazione e del miglioramento continuo. Il personale è incoraggiato a fornire suggerimenti utili al miglioramento attraverso il confronto che avviene in occasione delle riunioni collegiali e della consultazione annuale fatta dai Questionari *customer satisfaction*
- Gli sforzi individuali e di gruppo sono ricompensati attraverso un equo e trasparente riconoscimento di un compenso accessorio (oggetto di contrattazione sindacale e basato su criteri chiari, pubblici e condivisi), in base ai compiti ricoperti e alle attività portate avanti
- Disponibilità all'ascolto delle problematiche del personale

Aree da migliorare

- Necessità di sondare più efficacemente gli elementi di insoddisfazione del personale, per poter agire su questi in un'ottica di miglioramento, nel caso in cui siano oggettivamente fondati
- Carente la fase di *act*
- Carenze di spazi appositamente adibiti alla raccolta di suggerimenti suddivisi per aree
- Mancanza di un legame che sia sempre positivo tra docente e attività (es: un'area delle FFSS assegnata per anni allo stesso docente): se da una parte aumenta la competenza/specializzazione del docente su una certa tematica dall'altra subentra la *routine* che riduce /può ridurre la qualità

Idee per il miglioramento

- Per l'intercettazione di aspetti critici e problematici effettuare interviste strutturate e periodiche e creare sul sito spazi di raccolta di suggerimenti
- Coinvolgere un numero maggiore di docenti nelle varie attività, motivandoli e incoraggiandoli a candidarsi (in presenza di un minimo di competenze in quel settore). Istituire, all'interno dello *staff* della dirigenza, la funzione di tutor, a supporto del docente "inesperto" che è stato motivato a candidarsi
- Inviare lettere di apprezzamento a firma del DS, dare riconoscimenti pubblici al personale che si è distinto in qualcosa da parte del DS ma anche dello *staff*
- Promuovere maggiori occasioni di incontri informali e conviviali

Evidenze

Questionari *Customer satisfaction*

Documenti relativi alle ISO, al CAF, a SNV

Verbali organi collegiali

Punteggio

<i>Punteggio plan</i>	85
<i>Punteggio do</i>	75
<i>Punteggio check</i>	55
<i>Punteggio act</i>	45
PUNTEGGIO ATTRIBUITO	65



Critério 1: Leadership

1.4 Gestire i rapporti con i politici e gli altri portatori di interesse al fine di assicurare la condivisione delle responsabilità

Sintesi complessiva del sottocriterio

- L'Istituto, in fase di elaborazione del P.T.O.F., come previsto dalla normativa, attiva rapporti con gli enti locali e con le diverse realtà istituzionali, culturali, sociali ed economiche operanti nel territorio; inoltre, tiene concretamente conto delle proposte e dei pareri formulati dagli organismi e dalle associazioni dei genitori e degli studenti
- La Dirigenza ha consolidati rapporti di collaborazione con i soggetti esterni e le autorità politiche, con cui collabora stabilmente, oltre che per la progettazione del P.T.O.F., per progetti e iniziative che coinvolgono la cittadinanza e il territorio, per le attività di alternanza scuola-lavoro e *stage*; esponenti degli *stakeholders* fanno parte del CTS
- Attraverso i questionari *customer satisfaction*, l'Istituto verifica annualmente che abbia una buona reputazione e un'immagine positiva fra gli *stakeholders* ed elabora i dati emersi per mettere in atto eventuali correttivi
- Non è attualmente presente una strategia organica di comunicazione e promozione dei prodotti/servizi erogati indirizzate ai portatori di interesse

Punti di forza

- L'Istituto, attraverso il P.T.O.F., come previsto dalla normativa, definisce e diffonde all'interno e all'esterno dell'istituzione scolastica la propria identità culturale e progettuale
- Presenza di *partnership* e *networking* con altre istituzioni operanti nel campo della formazione e dell'istruzione e con i portatori di interesse "di prima linea" (discenti, famiglie, associazioni di studenti/personale, contatti in ambito socio-economico, medico e culturale, con organizzazioni non governative - ONG -, gruppi di interesse, aziende private, altre organizzazioni e organismi pubblici)
- Attraverso i questionari *customer satisfaction*, l'Istituto verifica annualmente che abbia una buona reputazione e un'immagine positiva fra gli *stakeholders* ed elabora i dati emersi per mettere in atto eventuali correttivi

Aree da migliorare

- Vanno incrementate le occasioni di diffusione e penetrazione del territorio dei diversi indirizzi del Polo Bianciardi, delle loro caratteristiche e peculiarità
- Non è abbastanza sottolineata l'identità del Polo Bianciardi, come polo della comunicazione
- Manca una reale specificità del curriculum scolastico basata sui bisogni del territorio e sugli *input* che pervengono dai soggetti esterni (enti locali e realtà istituzionali,

- culturali, sociali ed economiche operanti nel territorio)
- Maggiore impegno affinché l'istituzione abbia una buona reputazione e un'immagine positiva, riceva riconoscimenti pubblici e goda di considerazione come istituzione educativa e per i servizi erogati
- Maggior attenzione allo sviluppo di strategie di comunicazione e promozione dei prodotti/servizi erogati indirizzate ai portatori di interesse

Idee per il miglioramento

- Rafforzare il senso di appartenenza di studenti e genitori al Polo, costituzione di un "gruppo" per facilitare la diffusione di un'immagine positiva all'esterno
- Attraverso l'esercizio dell'autonomia e della flessibilità, curvare il curriculum scolastico in base ai suddetti *input*
- Individuare e programmare una strategia sistematica di comunicazione e promozione dei prodotti/servizi erogati (che non sia lasciata alle sole sensibilità individuali degli insegnanti), attraverso eventi che coinvolgano rappresentanti degli *stakeholders*; partecipare ad eventi e occasioni di crescita culturale organizzati da enti, associazioni, aziende del territorio
- Investire fondi su pubblicità cartacee e spot televisivi (che accompagnino l'attività di ufficio stampa), utilizzando le competenze dei docenti dell'indirizzo Grafica e comunicazione

Evidenze

P.T.O.F.

Verbali Consiglio di Istituto

Verbali riunioni CTS

Punteggio

<i>Punteggio plan</i>	80
<i>Punteggio do</i>	80
<i>Punteggio check</i>	60
<i>Punteggio act</i>	60
<i>PUNTEGGIO ATTRIBUITO</i>	70



Critério 2: Politiche e strategie

2.1. Raccogliere informazioni relative ai bisogni presenti e futuri dei portatori di interesse

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 2: Politiche e strategie

2.2 *Sviluppare, rivedere e aggiornare politiche e strategie tenendo in considerazione i bisogni dei portatori di interesse e le risorse disponibili*

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Criterio 2: Politiche e strategie

2.3 Implementare le strategie e le politiche nell'intera organizzazione

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 2: Politiche e strategie

2.4 Pianificare, attuare e rivedere le attività per la modernizzazione e l'innovazione

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 3: Personale

3.1. Pianificare, gestire e potenziare le risorse umane in modo trasparente in linea con le politiche e le strategie

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 3: Personale

3.2. *Identificare, sviluppare ed utilizzare le competenze del personale allineando gli obiettivi individuali a quelli dell'organizzazione*

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Criterion 3: Personnel

3.3. Engage staff through the development of dialogue and empowerment

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 4: Partnership e risorse

4.1. Sviluppare e implementare relazioni con i partner chiave

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 4: Partnership e risorse

4.2. Sviluppare e implementare relazioni con i cittadini/ clienti

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 4: Partnership e risorse

4.3 Gestire le risorse finanziarie

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 4: Partnership e risorse

4.4 Gestire le informazioni e la conoscenza

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 4: Partnership e risorse

4.5..Gestisca la tecnologia

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 4: Partnership e risorse

4.6. Gestisca le infrastrutture

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Criterio 5: Processi

5.1. Identificare, progettare, gestire e migliorare i processi su base sistematica

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Criterio 5: Processi

5.2 *Sviluppare ed erogare servizi e prodotti orientati al cittadino/ cliente*

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critero 5: Processi

5.3 *Innovare i processi coinvolgendo i cittadini/clienti*

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critero 6: Risultati orientati al –cittadino/ cliente

6.1. I risultati della misurazione della soddisfazione del cittadino/cliente

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critero 6: Risultati orientati al –cittadino/ cliente

6.2 Gli indicatori di orientamento al cittadino/cliente

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critero 7: Risultati relativi al personale

7.1. I risultati della misurazione della soddisfazione e della motivazione del personale

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critero 7: Risultati relativi al personale

7.2 *Gli indicatori di risultato del personale*

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Criterio 8: Risultati relativi alla società

I

8.1. I risultati sociali percepiti dai portatori di interesse

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critero 8: Risultati relativi alla società

8.2 Gli indicatori della performance sociale dell'organizzazione

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 9: Risultati delle performance chiave

9.1. I risultati esterni: output e outcome riferiti agli obiettivi

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio



Critério 9: Risultati delle performance chiave

9.2 I risultati interni

Sintesi complessiva del sottocriterio

Punti di forza

Aree da migliorare

Idee per il miglioramento

Evidenze

Punteggio