



La sfida della creazione di Valore Pubblico nelle PA:

*metodologie ed esperienze di
programmazione, misurazione e
rappresentazione*

Enrico DEIDDA GAGLIARDO

25.10.2023



Università
degli Studi
di Ferrara

E DIPARTIMENTO
DI ECONOMIA
E MANAGEMENT

CERVAP
CENTRO DI RICERCA SUL VALORE PUBBLICO

1/7) CHE COSA E' il Valore Pubblico?

La prospettiva istituzionale



Per Valore Pubblico si intende:

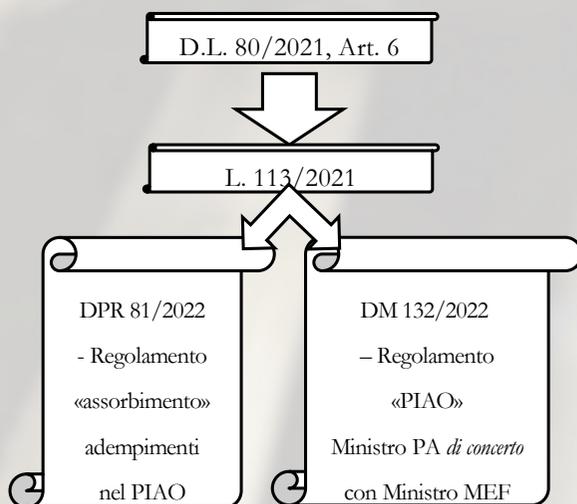
il livello di **BENESSERE**

economico, sociale, ambientale (e sanitario) dei cittadini, creato da un'amministrazione pubblica (o co-creato da una filiera di PA e organizzazione private e no profit).



2/7) CHE COSA E' il Valore Pubblico? La prospettiva normativa

PIAO



La **sotto-sezione Valore Pubblico** rappresenta la vera innovazione sostanziale contenuta nel PIAO, configurandosi come orizzonte finale e catalizzatore degli sforzi programmatici dell'ente.

Obiettivi di valore pubblico
generato dall'azione amministrativa

3/7) CHE COSA E' e COME SI MISURA il Valore Pubblico? (Valore Settoriale)

La prospettiva dell'ente

IMPATTO specifico generato dalle politiche dell'ente
 sul livello di BENESSERE SETTORIALE
 (cioè solo economico o sociale o ambientale o sanitario, ecc.)
 di utenti e stakeholders

Effetto: benessere aggiuntivo settoriale

VALORE SETTORIALE
 (es. valore sociale,
 valore economico,
 valore ambientale, ecc.)

	Tempo di realizzazione	Governabilità da parte dell'ente
Misurare l'impatto significa misurare l'effetto di una missione, di una strategia, di un obiettivo, di un progetto	Medio-lungo	Bassa
Misurare la performance significa misurare la causa dell'effetto della missione, della strategia, dell'obiettivo, del progetto programmati	Breve	Alta

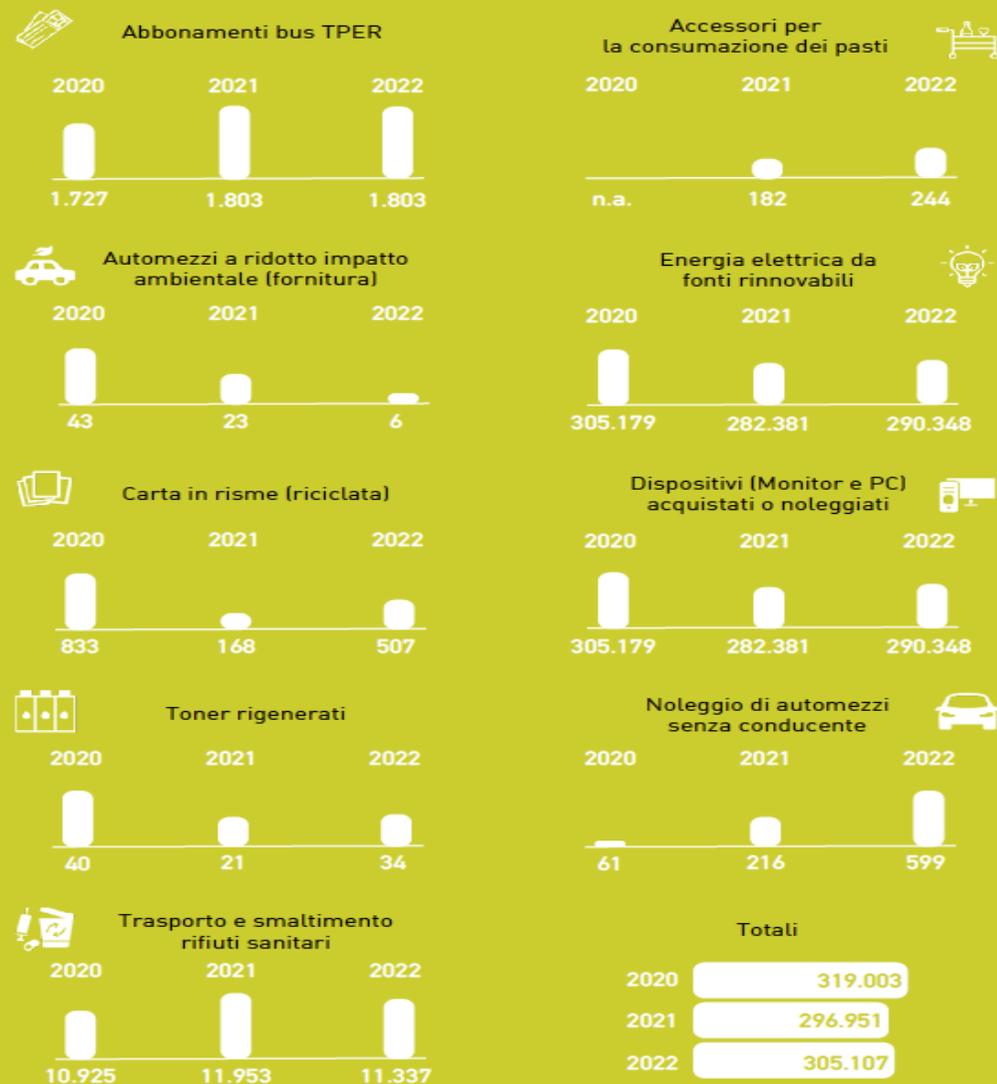


IL CONTRIBUTO DI INTERCENT-ER ALL'AGENDA 2030 E AGLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

RAPPORTO 2021-2022
II EDIZIONE



RIDUZIONE EMISSIONI (TONNELLATE DI CO2)



Sottosezione "Valore Pubblico"

ANALISI DI CONTESTO

1) Basso livello di occupazione 2) in un contesto di disagio economico, caratterizzato da 3) elevati livelli di inquinamento e da 4) un aumento di malattie respiratorie

VALORE SETTORIALE atteso

1) +occupazione di giovani tramite 2) +sviluppo economico di imprese turistiche con 3) -inquinamento ambientale e 4) -malattie respiratorie

STRATEGIA

INDICATORI DI IMPATTO

Cod.	Nome	Responsabile	Utenti/STK	Tempi	Dimensione	Formula	INDICATORI DI IMPATTO			Fonte			
							Baseline		Target		Risultato		
							Baseline assoluta		Target assoluto			Risultato assoluto	
	N		N+3		N+3								
VP1	Finanziamenti "vincolati" ad imprese turistiche green che assumono giovani under35, garantendo compensi minimi	Dott.ssa AZZURRA Dirigente Area turismo	*Imprese turistiche *Giovani under 35	31.1 2. N+3	1) SOCIO-OCCUPAZIONALE	n. under 35 occupati						ISTAT	
					2) ECONOMICA	€ indotto economico imprese turistiche	30.000		40.000		40.000		CCIAA
					3) AMBIENTALE	Tonnellate CO ² imprese turistiche	400.000		480.000		500.000		ARPA
					4) SANITARIA	Malati per inquinamento	60		-		70		ASL
						2.500		-		3.000			

4/7) CHE COSA E' e COME SI MISURA il Valore Pubblico? (VP in senso stretto) *La prospettiva dell'ente*

IMPATTO specifico generato dalle politiche dell'ente
sul livello di **BENESSERE SETTORIALE**
(cioè solo economico o sociale o ambientale o sanitario, ecc.)
di utenti e stakeholders

Effetto: benessere addizionale settoriale

VALORE
SETTORIALE

IMPATTO MEDIO generato dalle politiche dell'ente
sul livello di **BENESSERE COMPLESSIVO** (multidimensionale, cioè sia economico, sia
sociale, sia ambientale, sia sanitario, ecc.)
di utenti e stakeholders

IMPATTO DEGLI IMPATTI

Effetto: benessere addizionale complessivo

VALORE
PUBBLICO

IMPATTO MEDIO

Sottosezione "Valore Pubblico"

ANALISI DI CONTESTO

1) Basso livello di occupazione 2) in un contesto di disagio economico, caratterizzato da 3) elevati livelli di inquinamento e da 4) un aumento di malattie respiratorie

VALORE PUBBLICO atteso (VP IN SENSO STRETTO)

1) +occupazione di giovani tramite 2) +sviluppo economico di imprese turistiche con 3) -inquinamento ambientale e 4) -malattie respiratorie

VP di partenza	VP atteso	VP creato
62%	84%	87%

STRATEGIA

INDICATORI DI IMPATTO

Cod.	Nome	Responsabile	Utenti/STK	Tempi	Dimensione	Formula	Polarità	Scala di normalizzazione		Peso	Baseline		Target		Risultato		Fonte
								Peggior	Migliore		Baseline assoluta	Baseline su scala 0-100%	Target assoluto	Target su scala 0-100%	Risultato assoluto	Risultato su scala 0-100%	
											N		N+3		N+3		
VP1	Finanziamenti "vincolati" ad imprese turistiche green che assumono giovani under35, garantendo compensi minimi	Dott.ssa AZZURRA Dirigente Area turismo	*Imprese turistiche e *Giovani under 35	31.1 2. N+3	1) SOCIO-OCCUPAZIONALE	n. under 35 occupati	pos	12.000	50.000	50%	30.000	47%	40.000	74%	40.000	74%	ISTAT
					2) ECONOMICA	€ indotto economico imprese turistiche	pos	78.000	500.000	50%	400.000	76%	480.000	95%	500.000	100%	CCIAA
					3) AMBIENTALE	Tonnellate CO ² imprese turistiche	neg	100	-	0%	60	40%	-	100%	70	30%	ARPA
					4) SANITARIA	Malati per inquinamento	neg	3.500	-	0%	2.500	29%	-	100%	3.000	14%	ASL

Sottosezione "Valore Pubblico"

ANALISI DI CONTESTO

1) Basso livello di occupazione 2) in un contesto di disagio economico, caratterizzato da 3) elevati livelli di inquinamento e da 4) un aumento di malattie respiratorie

VALORE PUBBLICO atteso (VP IN SENSO STRETTO)

1) +occupazione di giovani tramite 2) +sviluppo economico di imprese turistiche con 3) -inquinamento ambientale e 4) -malattie respiratorie

VP di partenza	VP atteso	VP creato
51%	91%	61%

STRATEGIA

INDICATORI DI IMPATTO

Cod.	Nome	Responsabile	Utenti/STK	Tempi	Dimensione	Formula	Polarità	Scala di normalizzazione		Peso	Baseline		Target		Risultato		Fonte
								Peggior	Migliore		Baseline assoluta	Baseline su scala 0-100%	Target assoluto	Target su scala 0-100%	Risultato assoluto	Risultato su scala 0-100%	
											N		N+3		N+3		
VP1	Finanziamenti "vincolati" ad imprese turistiche green che assumono giovani under35, garantendo compensi minimi	Dott.ssa AZZURRA Dirigente Area turismo	*Imprese turistiche e *Giovani under 35	31.1 2. N+3	1) SOCIO-OCCUPAZIONALE	n. under 35 occupati	pos	12.000	50.000	30%	30.000	47%	40.000	74%	40.000	74%	ISTAT
					2) ECONOMICA	€ indotto economico imprese turistiche	pos	78.000	500.000	30%	400.000	76%	480.000	95%	500.000	100%	CCIAA
					3) AMBIENTALE	Tonnellate CO ² imprese turistiche	neg	100	-	20%	60	40%	-	100%	70	30%	ARPA
					4) SANITARIA	Malati per inquinamento	neg	3.500	-	20%	2.500	29%	-	100%	3.000	14%	ASL

Sottosezione “Valore Pubblico”

ANALISI DI CONTESTO

1) Basso livello di occupazione 2) in un contesto di disagio economico, caratterizzato da 3) elevati livelli di inquinamento e da 4) un aumento di malattie respiratorie

VALORE PUBBLICO atteso (VP IN SENSO STRETTO) 100% priorità agli impatti economico e sociale

1) +occupazione di giovani tramite 2) +sviluppo economico di imprese turistiche
con 3) -inquinamento ambientale e 4) –malattie respiratorie

VP di partenza	VP atteso	VP creato
62%	84%	87%

VALORE PUBBLICO atteso (VP IN SENSO STRETTO) bilanciamento priorità tra diversi impatti

1

VP di partenza	VP atteso	VP creato
51%	91%	61%

**5/7) ESPERIENZE:
*Il Valore Pubblico delle Città Metropolitane***

L'OSSERVATORIO DEL VALORE PUBBLICO

**IL VALORE PUBBLICO CREATO
DALLE CITTÀ METROPOLITANE ITALIANE**

Edizione 2022

A cura di

CERVAP
CENTRO DI RICERCA SUL VALORE PUBBLICO



6/7) COME SI CREA, PROTEGGE e ABILITA il Valore Pubblico? Il PIAO

SottoSezione 2.1
Valore Pubblico in senso ampio
o PERFORMANCE DELLE PERFORMANCES

Valore Pubblico in senso stretto
o IMPATTO DEGLI IMPATTI

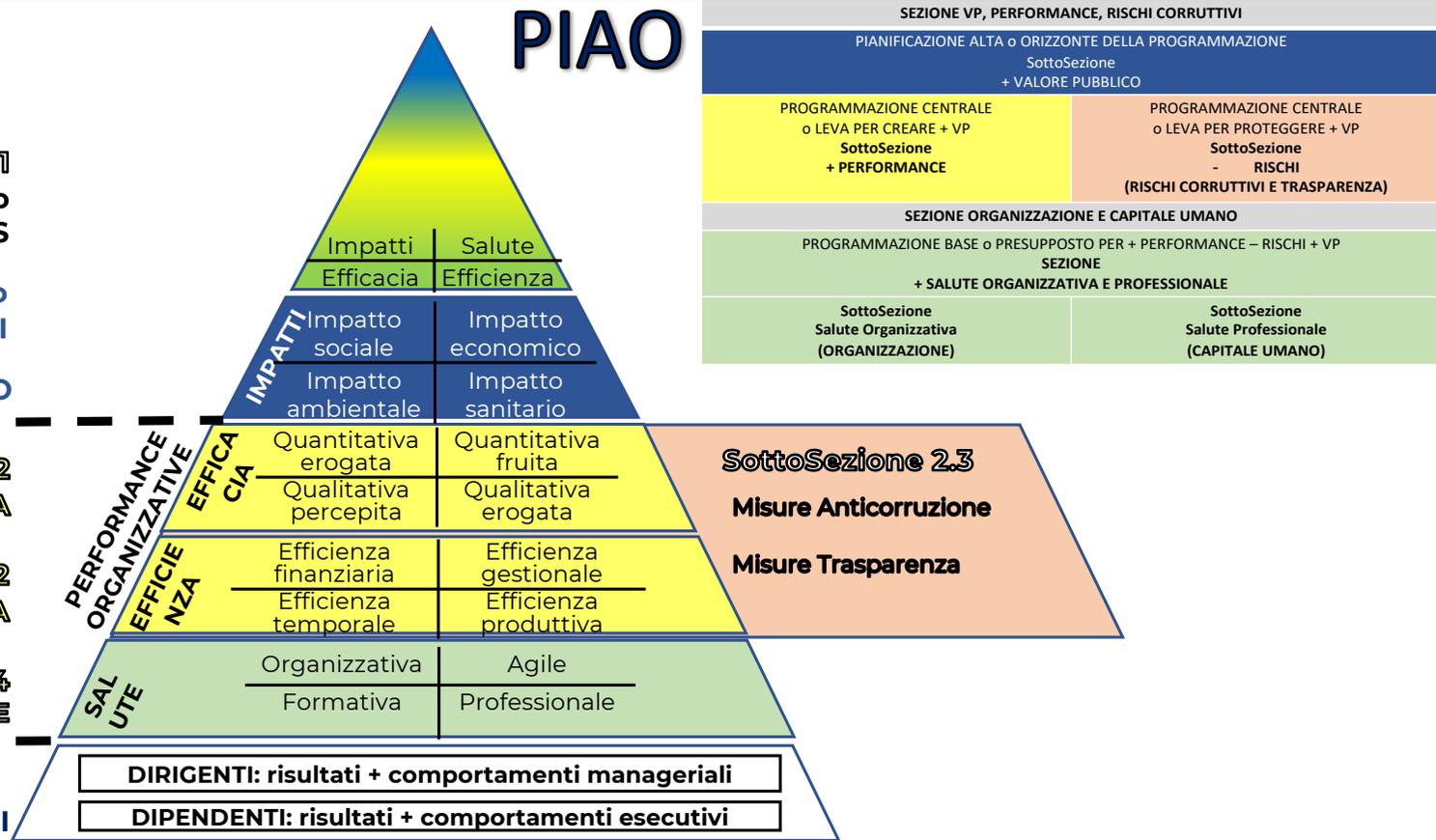
Valore settoriale o IMPATTO SPECIFICO

SottoSezione 2.2
EFFICACIA

SottoSezione 2.2
EFFICIENZA

SottoSezioni 3.1, 3.2, 3.3, 3.4
SALUTE ORGANIZZATIVA E PROFESSIONALE

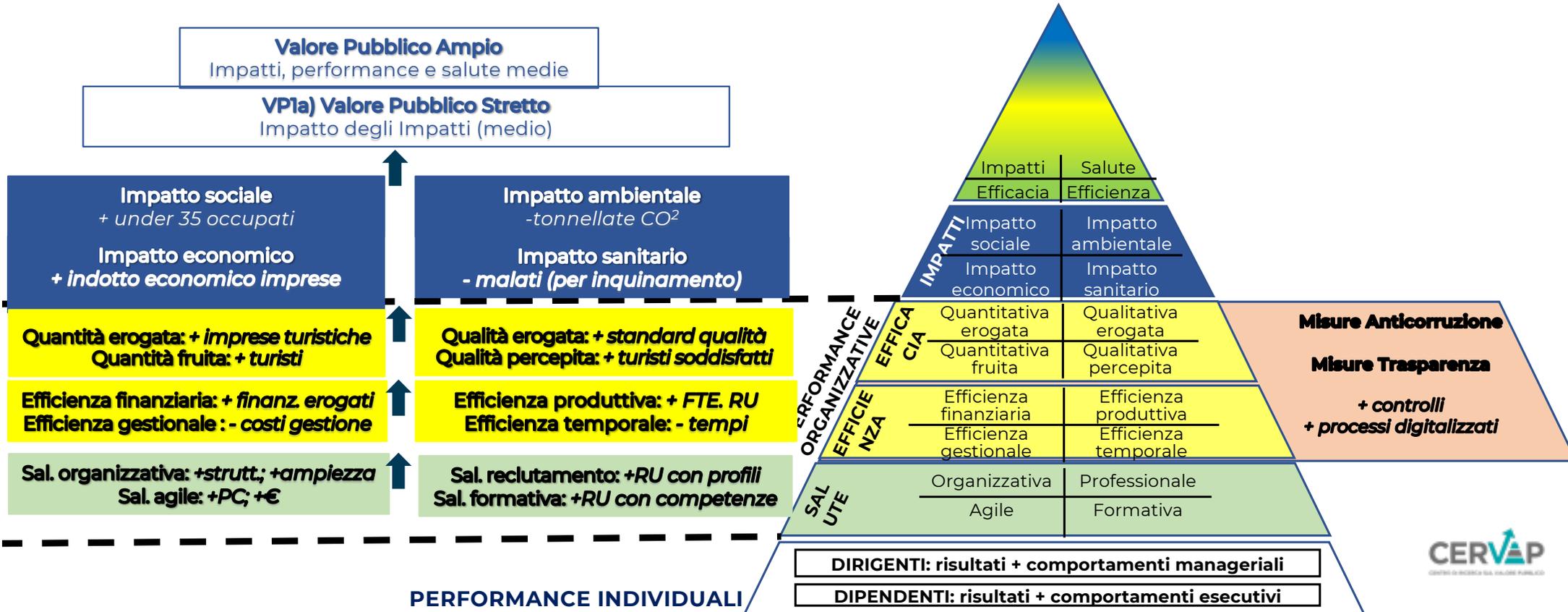
PERFORMANCE INDIVIDUALI



Piramide del Valore Pubblico

PIAO

SEZIONE VP, PERFORMANCE, RISCHI CORRUTTIVI	
PIANIFICAZIONE ALTA o ORIZZONTE DELLA PROGRAMMAZIONE SottoSezione + VALORE PUBBLICO	
PROGRAMMAZIONE CENTRALE o LEVA PER CREARE + VP SottoSezione + PERFORMANCE	PROGRAMMAZIONE CENTRALE o LEVA PER PROTEGGERE + VP SottoSezione - RISCHI (RISCHI CORRUTTIVI E TRASPARENZA)
SEZIONE ORGANIZZAZIONE E CAPITALE UMANO	
PROGRAMMAZIONE BASE o PRESUPPOSTO PER + PERFORMANCE - RISCHI + VP SEZIONE + SALUTE ORGANIZZATIVA E PROFESSIONALE	
SottoSezione Salute Organizzativa (ORGANIZZAZIONE)	SottoSezione Salute Professionale (CAPITALE UMANO)



7/7) CHE COSA E' il Valore Pubblico? La prospettiva degli stakeholders

Favola

C'era una volta una Regione in cui i dipendenti furono così bravi da raggiungere gli obiettivi individuali che il Governatore assegnò loro, e in particolare quello al quale teneva di più: contribuire individualmente alla creazione di 20.000 posti di lavoro all'anno nel settore del turismo marittimo.

In tale Regione, gli uffici furono talmente bravi da conseguire gli obiettivi organizzativi programmati per ogni anno del mandato, e in particolare quello al quale il Governatore teneva di più: creare 20.000 posti di lavoro all'anno nel settore del turismo marittimo.

In questa Regione, il Governatore fu così bravo da raggiungere l'obiettivo istituzionale promesso nel programma di mandato: creare 100.000 posti di lavoro nel settore del turismo marittimo, nel corso del mandato.

Quel Governatore di buone intenzioni, grazie ad un'organizzazione ben funzionante e a dipendenti efficienti e motivati, riuscì a mantenere le sue promesse di mandato...

...e i 100.000 giovani della Regione Umbria ebbero nuove opportunità...

...per sognare di lavorare...

Valore Pubblico dell'ente RICONOSCIUTO
da utenti e stakeholders
attraverso analisi di customer satisfaction

VP
RICONO-
SCIUTO

Valore Pubblico dell'ente programmato e valutato in modo CONDIVISO
con utenti e stakeholders
attraverso percorsi partecipativi

VP
CONDIVISO

CERVAP
CENTRO DI RICERCA SUL VALORE PUBBLICO



**IL CONTRIBUTO DI INTERCENT-ER
ALL'AGENDA 2030 E AGLI
OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE**

RAPPORTO 2021-2022
II EDIZIONE



SFIDE A CUI INTERCENT-ER PUÒ DARE UN CONTRIBUTO	RILEVANZA	PRESIDIO	DIFFERENZA
Riduzione dei consumi energetici	3,59	2,91	0,68
Riduzione dei rifiuti e dei costi di smaltimento	3,59	2,86	0,73
Riqualificazione della spesa: risparmi, qualità e semplificazione	3,57	3,02	0,55
Impatto dei beni e servizi in tutto il ciclo di vita	3,57	2,85	0,72
Diffusione delle competenze sugli acquisti pubblici	3,55	2,87	0,68
Contributo alla trasformazione digitale	3,52	3,00	0,52
Innovatività dei beni/servizi oggetto di gara	3,48	2,88	0,60
Trasparenza delle decisioni, dei processi e dei risultati	3,47	2,97	0,50
Condizioni di lavoro nella catena della fornitura	3,45	2,88	0,57
Impegno verso le persone e le comunità territoriali	3,43	2,83	0,60
Coinvolgimento degli stakeholder nella programmazione e sviluppo delle attività	3,40	2,76	0,65
Promozione della parità di genere e dell'empowerment	3,28	2,85	0,43

enrico.deidda.gagliardo@unife.it

www.cervap.it



Università
degli Studi
di Ferrara

E DIPARTIMENTO
DI ECONOMIA
E MANAGEMENT

CERVAP
CENTRO DI RICERCA SUL VALORE PUBBLICO