



Approvato con delibera del Consiglio  
Direttivo in data 30/10/2012

## Automobile Club Biella

### PIANO GENERALE DELLE ATTIVITA' PER L'ANNO 2013

Il "Piano generale delle attività", proposto per l'approvazione ad opera degli Organi dell'Ente, viene formulato dal Direttore ex art. 13 del Regolamento di Amministrazione e Contabilità dell'A.C. di Biella, in combinato disposto con l'art. 4 del Regolamento di Organizzazione dell'Ente: si tratta della individuazione, contestuale all'approvazione del budget annuale 2013, degli obiettivi generali, dei piani e dei programmi di attività dell'A.C., correlati con le relative previsioni di entrata e di spesa afferenti il menzionato budget annuale 2013; inoltre, detti piani e programmi sono elaborati nel quadro degli indirizzi strategici della Federazione A.C.I., tenuto conto che, anche sul piano giuridico-formale, gli Organi dell'Automobile Club d'Italia, ex art. 11 del Regolamento interno, devono verificare la coerenza del "Piano Generale" con la globale strategia dell'A.C.I.

E' essenziale rammentare che i contenuti progettuali del "Piano" non possono intendersi quale astratto esercizio teorico, ma, al contrario, essi devono concretamente rapportarsi alla realtà gestionale ed organizzativa dell'Ente, e, quindi, alle sue dotazioni organiche, strumentali e finanziarie: proprio tale ultimo aspetto assume, per l'Automobile Club di Biella, un notevole rilievo, poiché l'Ente ha necessità di orientare prioritariamente la propria azione a ristabilire gli equilibri di bilancio ed a individuare le importanti risorse economiche che possano, oltre a sostenere l'onere del mutuo per il finanziamento della ristrutturazione immobiliare, concorrere anche alla doverosa attuazione del "Piano di risanamento" deliberato dagli Organi. Per quanto riguarda l' "area Soci", soprattutto uno dei due progetti locali ("Misurare la qualità") è potenzialmente idoneo a produrre importanti risultati: è infatti indubitabile che le attività associative siano, di per se stesse, caratterizzate da un notevole contenuto qualitativo; le "Tasse Automobilistiche" si prestano a divenire un buon banco di prova per il progetto "Coinvolgiamo con il web", poiché la "creazione" di una community che familiarizza con il sito web dell'Ente sarà assai utile quale "termometro" della soddisfazione in questo specifico settore. Anche l' "attività sportiva" si gioverà sicuramente degli apporti qualitativi generati da "Misurare la qualità": ciò soprattutto nelle modalità di relazione con scuderie, organizzatori, commissari di percorso ecc.; l' "Assistenza automobilistica" è, forse, tra i servizi dell'A.C., il più fisiologicamente idoneo a divenire oggetto dei rilievi operati da "Misurare la qualità": il ciclo produttivo delle formalità automobilistiche possiede infatti una tipica segmentazione per step, tale da costituire l'ideale modello per una "griglia di qualità"; tuttavia, anche il progetto locale "Coinvolgiamo con il web" è suscettibile di proficue applicazioni nel campo dell'assistenza automobilistica.

Entrambi i progetti locali attengono ad obiettivi connessi alla "ottimizzazione organizzativa": si ritiene, infatti, che la fondamentale priorità per l'Ente sia di sapersi dotare, in modo sempre più efficace, di strumenti operativi idonei a generare, in ambito produttivo, un plus in grado di contribuire, soprattutto, all'attuazione del "Piano di risanamento"; inoltre, i 2 progetti locali, proprio per la loro caratteristica "interna" all'A.C., consentono una attivazione con costi assai contenuti.

Il primo dei due progetti locali, denominato "Coinvolgiamo con il web", si propone di stimolare gli Utenti/Clienti dell'Ente ad interagire con l'A.C. attraverso l'utilizzo di una delle funzionalità del sito istituzionale: il personale del front-office esorterà l'Utenza ad attivare, sul sito dell'A.C. Biella, la nuova funzione "customer satisfaction" al fine di rendere noto il giudizio sui singoli servizi erogati; ma la reale finalità del progetto non è tanto l'individuazione della soddisfazione del Cliente, quanto indurre negli Utenti la consuetudine a

“frequentare” l’ambiente web dell’Ente, “spingere” coloro che transitano per i locali del Club a familiarizzare con il sito il più possibile, al punto da indentificarsi in una “web community”. Il personale del back-office monitorerà scrupolosamente il numero degli accessi realizzati nella descritta funzionalità, poiché, come già esposto, è questo il reale obiettivo del progetto: trasformare il maggior numero possibile di utenti dei servizi in utenti del sito istituzionale; tale obiettivo, nelle apposite “schede” ad hoc strutturate, è dunque declinato nel suo aspetto dimensionale. Evidentemente, i dati raccolti attraverso la descritta “frequentazione” del web saranno anche trattati al fine di individuare, per ciascun servizio, un giudizio medio espresso: ma, come più volte sottolineato, questo aspetto connesso alla tradizionale “customer satisfaction”, è soltanto un carattere secondario del progetto, che, in modo prioritario, si pone quindi l’obiettivo di “fidelizzare” al sito dell’Ente un elevato numero di automobilisti, i quali, successivamente, ben potranno essere considerati alla stregua di un vero e proprio strumento operativo quale “base” certa e consolidata per eventuali nuove iniziative che vengano programmate dal Club con riferimento ad una “web community” dell’A.C.

Il secondo progetto, denominato “**Misurare la qualità**”, si propone di introdurre nell’Ente la cultura della “qualità”: si tratta, prima di tutto, di procedere all’individuazione di un servizio che, per le sue caratteristiche, sia suscettibile di un agevole monitoraggio in termini qualitativi; successivamente occorrerà strutturare una “griglia di qualità”, messa a punto in aderenza ai tipici connotati del servizio selezionato. Poi, una volta stabilito un arco temporale di riferimento, sarà necessario monitorare la qualità del servizio prescelto, in base ai parametri desunti dalla “griglia”: al termine del monitoraggio, si potrà dunque sintetizzare il risultato qualitativo emerso, unitamente alla formulazione di talune proposte migliorative dello standard di qualità del più volte menzionato servizio. La fondamentale finalità del progetto non consiste in una mera rilevazione di dati, ma nell’introduzione, nel “tessuto” operativo ed organizzativo dell’Ente, della “cultura della qualità”: si vuole cioè delineare un percorso che, integralmente “interno” al Club, sappia sviluppare tutte le fasi della “ruota di Deming”, attuando dunque, con la “consapevolezza” del Personale, il ciclo “PDCA”; è evidente, inoltre, che il progetto sarà anche un’utile occasione per la esatta conoscenza del livello qualitativo di uno specifico servizio erogato dall’A.C.

Biella, 29 ottobre 2012

F.to IL DIRETTORE  
Dott. Maurizio Serafini

