



Camera di Commercio
Ravenna



<http://www.ra.camcom.gov.it/giornata-della-trasparenza-on-line/immagini-file/relazione-previsionale-e-programmatica-2018>

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION:

INDAGINE SULLE IMPRESE
RAVENNA

Dati provinciali

Gruppo CLAS



Marzo 2015





SOMMARIO

- PRESENTAZIONE
- NOTA METODOLOGICA E CAMPIONAMENTO
- RISULTATI: IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI
- RISULTATI: SERVIZI EROGATI
- RISULTATI: MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA



PRESENTAZIONE

Il Sistema di **Customer satisfaction delle Camere di commercio italiane** nasce da un **progetto di sistema** che ha l'obiettivo di indagare presso le imprese, i professionisti, le Associazioni di categoria e la Pubblica Amministrazione:

- l'immagine percepita delle Camere di commercio;
- il grado di soddisfazione in merito ai servizi erogati;
- il grado di soddisfazione relativo agli aspetti del funzionamento e dell'organizzazione delle Camere di commercio.

I suoi **risultati sono utili** per:

- analizzare il punto di vista degli utenti camerali;
- verificare il livello dei servizi in un'ottica di miglioramento futuro;
- raccogliere informazioni utili alla pianificazione e programmazione;
- fare azioni di comunicazione e rendicontazione interna ed esterna;
- rispondere alle esigenze di misurazione, analisi e miglioramento indicate dal sistema per la gestione della qualità (ISO 9001:2000).

Le interviste sono state condotte con metodologia CATI dall'Istituto di ricerca Almaviva Contact e supervisionate da Gruppo CLAS.

I dati qui illustrati si riferiscono all'universo delle imprese come descritto nella nota metodologica.



PRESENTAZIONE

I risultati presentati nel rapporto sono stati ottenuti riportando all'universo rappresentato i dati campionari prodotti dall'indagine di campo (ossia dalle interviste) per mezzo di un coefficiente di espansione pari all'inverso della probabilità di inclusione nel campione, ossia $w=N/n$

w = coefficiente di espansione per il riporto all'universo.

N = numerosità dell'universo delle imprese, stratificato per forma giuridica delle imprese, classe dimensionale e settore merceologico di appartenenza.

n = numerosità del campione di imprese, stratificato per forma giuridica delle imprese, classe dimensionale e settore merceologico di appartenenza.

Si mette in evidenza che non è possibile, per tale ragione, ricalcolare in maniera automatica i risultati dell'indagine esposti in percentuale sulla base delle consistenze campionarie presentate in ogni slide.

Nota per la lettura dei dati



Indica che i risultati sono caratterizzati da minore significatività per la bassa numerosità dei rispondenti



Indica che una o più domande sul tema in slide, hanno subito lievi variazioni di forma rispetto al questionario della precedente rilevazione. Ove possibile è stata mantenuta la serie storica in quanto non gravemente compromessa dalla variazione



NOTA METODOLOGICA

ISTITUTI DI RICERCA

Gruppo CLAS spa - ricerche di mercato.

OBIETTIVI DELL'INDAGINE

Indagine campionaria telefonica sulle imprese della provincia di **Ravenna** per rilevare il livello di soddisfazione dell'utenza sui servizi erogati dalle Camere di commercio e per la messa a disposizione di strumenti di elaborazione dei risultati.

METODO DI CONTATTO

Interviste telefoniche somministrate dalla società Almviva Contact spa sede di Roma, con il Sistema Cati (Computer aided telephone interview).

TECNICA DI RILEVAZIONE

Questionario strutturato concordato con la Committente.

PERIODO DI RILEVAZIONE DELLE INTERVISTE

Marzo 2015.

CODICE DEONTOLOGICO

La rilevazione è stata realizzata nel pieno rispetto del Codice deontologico e di quanto previsto dalla Legge sulla Privacy n. 196/03.



NOTA METODOLOGICA

UNIVERSO E CAMPIONE

Campione rappresentativo dell'universo delle **29.253** imprese con addetti attive al 31/12/2012 della provincia di **Ravenna**, stratificato per forma giuridica (società di capitale, società di persone, ditte individuali e altre forme), settore di attività economica (agricoltura, industria in senso stretto, costruzioni, commercio e alberghi, servizi) e classe di addetti (1-9, 10-49, 50-249 e oltre i 250 addetti).

- Fonti utilizzate per l'identificazione e la caratterizzazione dell'universo di riferimento: Registro delle imprese, opportunamente integrato con altre fonti (es. INPS)
- Fonte utilizzata per l'estrazione delle anagrafiche telefoniche: Registro delle imprese, opportunamente integrato con altre fonti (es. Telextra)
- Tecnica utilizzata per l'estrazione delle anagrafiche: campionamento stratificato.

Per la costruzione del campione di anagrafiche, e per il suo successivo trattamento in corso d'opera, sono stati realizzati dei "trenini" di anagrafiche, ciascuno costituito da un'impresa titolare e fino a 4 riserve, utilizzate per tutte le eventuali sostituzioni delle anagrafiche "titolari" cadute per "rifiuto di intervista" o comunque per impossibilità di procedere con la rilevazione (es. numeri errati).

- Numerosità campionaria: **700 casi** (interviste a buon fine).
- Durata media dell'intervista: dodici minuti.
- Intervallo di confidenza: **96,0% (errore $\pm 4,0\%$).**



NOTA METODOLOGICA - CAMPIONAMENTO

PROV	CLASSE DIMENS.	FORMA GIURIDICA	SETTORE	INTERVISTE	PROV	CLASSE DIMENS.	FORMA GIURIDICA	SETTORE	INTERVISTE						
RA	1	1-9 add.	1	Ditte individuali	01	Agricoltura	52	RA	2	10-49 add.	2	Soc. persone	05	Servizi	2
RA	1	1-9 add.	1	Ditte individuali	02	Industria	45	RA	2	10-49 add.	3	Soc. capitale	01	Agricoltura	2
RA	1	1-9 add.	1	Ditte individuali	03	Costruzioni	44	RA	2	10-49 add.	3	Soc. capitale	02	Industria	29
RA	1	1-9 add.	1	Ditte individuali	04	Commercio	50	RA	2	10-49 add.	3	Soc. capitale	03	Costruzioni	5
RA	1	1-9 add.	1	Ditte individuali	05	Servizi	43	RA	2	10-49 add.	3	Soc. capitale	04	Commercio	19
RA	1	1-9 add.	2	Soc. persone	01	Agricoltura	30	RA	2	10-49 add.	3	Soc. capitale	05	Servizi	15
RA	1	1-9 add.	2	Soc. persone	02	Industria	33	RA	2	10-49 add.	4	Altre forme	01	Agricoltura	5
RA	1	1-9 add.	2	Soc. persone	03	Costruzioni	10	RA	2	10-49 add.	4	Altre forme	02	Industria	3
RA	1	1-9 add.	2	Soc. persone	04	Commercio	38	RA	2	10-49 add.	4	Altre forme	04	Commercio	3
RA	1	1-9 add.	2	Soc. persone	05	Servizi	21	RA	2	10-49 add.	4	Altre forme	05	Servizi	13
RA	1	1-9 add.	3	Soc. capitale	01	Agricoltura	2	RA	2	10-49 add.	9	AGGREGATE	03	Costruzioni	1
RA	1	1-9 add.	3	Soc. capitale	02	Industria	15	RA	3	50-249 add.	2	Soc. persone	04	Commercio	2
RA	1	1-9 add.	3	Soc. capitale	03	Costruzioni	13	RA	3	50-249 add.	3	Soc. capitale	02	Industria	26
RA	1	1-9 add.	3	Soc. capitale	04	Commercio	22	RA	3	50-249 add.	3	Soc. capitale	03	Costruzioni	2
RA	1	1-9 add.	3	Soc. capitale	05	Servizi	21	RA	3	50-249 add.	3	Soc. capitale	04	Commercio	7
RA	1	1-9 add.	4	Altre forme	01	Agricoltura	2	RA	3	50-249 add.	3	Soc. capitale	05	Servizi	14
RA	1	1-9 add.	4	Altre forme	02	Industria	1	RA	3	50-249 add.	4	Altre forme	03	Costruzioni	1
RA	1	1-9 add.	4	Altre forme	03	Costruzioni	3	RA	3	50-249 add.	5	D. Individ. + Altre	04	Commercio	5
RA	1	1-9 add.	4	Altre forme	04	Commercio	4	RA	3	50-249 add.	5	D. Individ. + Altre	05	Servizi	12
RA	1	1-9 add.	4	Altre forme	05	Servizi	34	RA	3	50-249 add.	8	8	02	Industria	1
RA	2	10-49 add.	1	Ditte individuali	01	Agricoltura	2	RA	3	50-249 add.	9	AGGREGATE	01	Agricoltura	7
RA	2	10-49 add.	1	Ditte individuali	02	Industria	1	RA	4	oltre 250 add.	3	Soc. capitale	05	Servizi	3
RA	2	10-49 add.	1	Ditte individuali	04	Commercio	2	RA	4	oltre 250 add.	4	Altre forme	01	Agricoltura	2
RA	2	10-49 add.	1	Ditte individuali	05	Servizi	1	RA	4	oltre 250 add.	4	Altre forme	05	Servizi	4
RA	2	10-49 add.	2	Soc. persone	01	Agricoltura	2	RA	4	oltre 250 add.	7	Soc.Cap + Altre	02	Industria	3
RA	2	10-49 add.	2	Soc. persone	02	Industria	7	RA	4	oltre 250 add.	7	Soc.Cap + Altre	03	Costruzioni	1
RA	2	10-49 add.	2	Soc. persone	03	Costruzioni	6	RA	4	oltre 250 add.	7	Soc.Cap + Altre	04	Commercio	1
RA	2	10-49 add.	2	Soc. persone	04	Commercio	8								



Executive summary

Come riportato nella lunga nota metodologica, rispetto agli anni scorsi, ci sono stati alcuni cambiamenti nella struttura del questionario/metodologia e, più in generale, nel sentiment che la popolazione prova nei confronti del Sistema Camerale. Da una parte la crisi con i suoi attuali effetti e dall'altra una pubblicità, a volte negativa, da parte di alcuni opinion leader, hanno probabilmente ampliato una certa fetta di detrattori oggi più pungenti del passato.

Nel 2014 circa il 13% delle imprese intervistate ha dichiarato di aver avuto rapporti diretti con la Camera, la restante parte li ha avuti attraverso l'intermediazione di stakeholder (es. commercialisti, notai, consulenti, avvocati, delegati, etc.). In generale i contatti avvengono sostanzialmente in due maniere, o ci si reca negli uffici Camerali (38%), oppure si utilizza internet con e-mail/web (46%).

Nell'immagine comune, la Camera è riconosciuta come Ente autonomo che rappresenta le imprese, con la funzione di promozione sviluppo territoriale, di supporto per le imprese e di certificazione amm.va. Generalmente intorno all'80% di soddisfazione la valutazione per gli **strumenti di comunicazione**, i quali dovrebbero però essere spinti maggiormente (mail/PEC/web) per incrementarne la penetrazione (conoscenza). **Ottimi i risultati** di gradimento per i servizi erogati sui temi amministrativi/regolazione (88%) e di supporto alle imprese. Overall positiva al 72% anche per il **sito web camerale**, che risulta essere utilizzato dal 17% della popolazione intervistata. **Molto positiva** anche la performance prodotta dai **servizi allo sportello** (personale 88% di soddisfazione e ambienti 85%). Tra le richieste delle imprese ci sono: la semplificazione delle pratiche amm.ve, finanziamenti e contributi, orario continuato tutti i giorni degli uffici camerali. **Per gli indici generali** si riscontra una insoddisfazione generale sotto il 4% ed un **Indice di Periodo sulla qualità** dei servizi offerta dalla Camera negli ultimi 12 mesi, in ulteriore crescita +1.3%.



IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI



IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

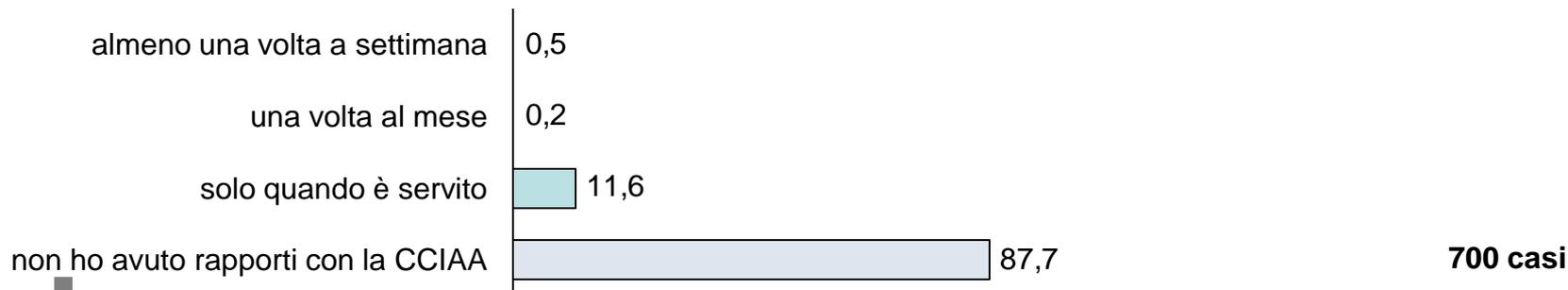
> Frequenza dei rapporti con la Camera di commercio nell'ultimo anno

Dati espressi in %

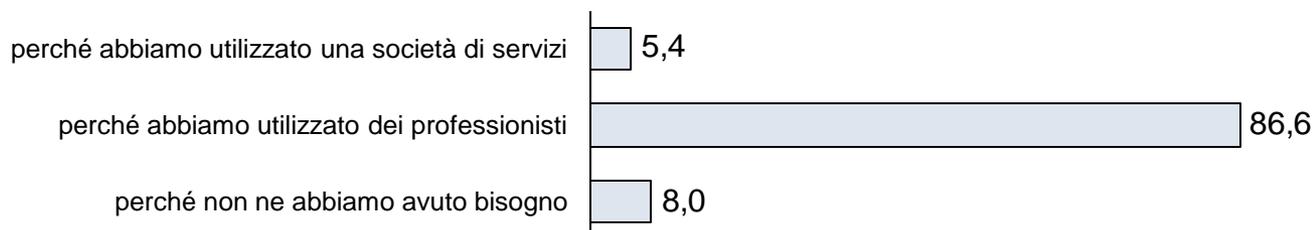
“CON QUALE FREQUENZA, NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO, LEI O I SUOI COLLABORATORI AVETE AVUTO RAPPORTI CON LA CAMERA DI COMMERCIO?”

Rapporti con la Camera di commercio

2014



“NON HO AVUTO RAPPORTI CON LA CAMERA DI COMMERCIO, PERCHÉ?”



564 casi

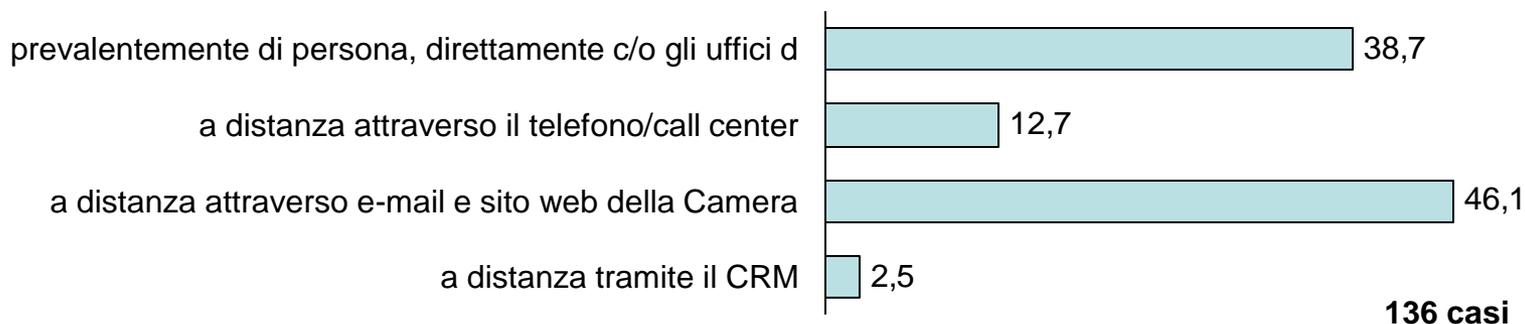


IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

- > Modalità dei rapporti
- > Natura della Camera di commercio secondo l'opinione delle imprese

Dati espressi in %

“CON QUALE MODALITÀ HA AVUTO RAPPORTI CON LA CAMERA DI COMMERCIO NELL'ULTIMO ANNO?”



“SECONDO LEI LA CAMERA DI COMMERCIO È?”

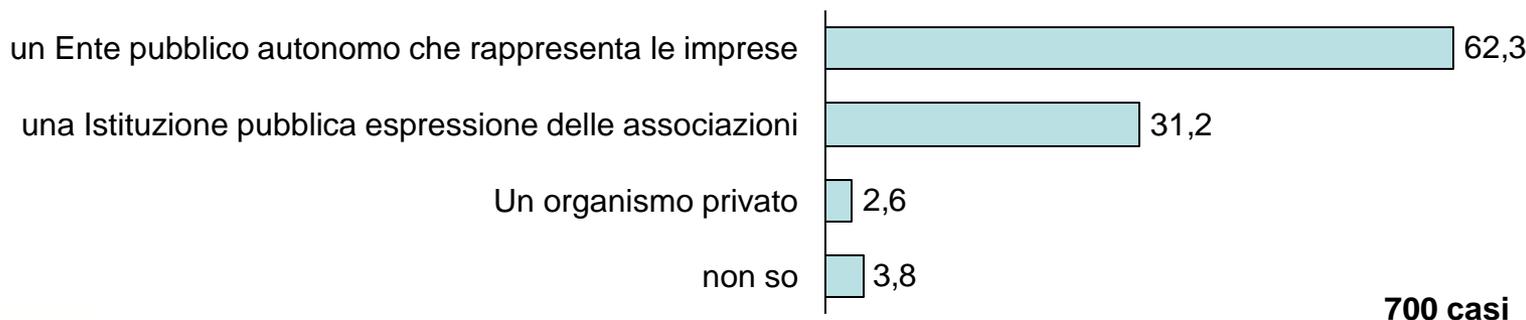


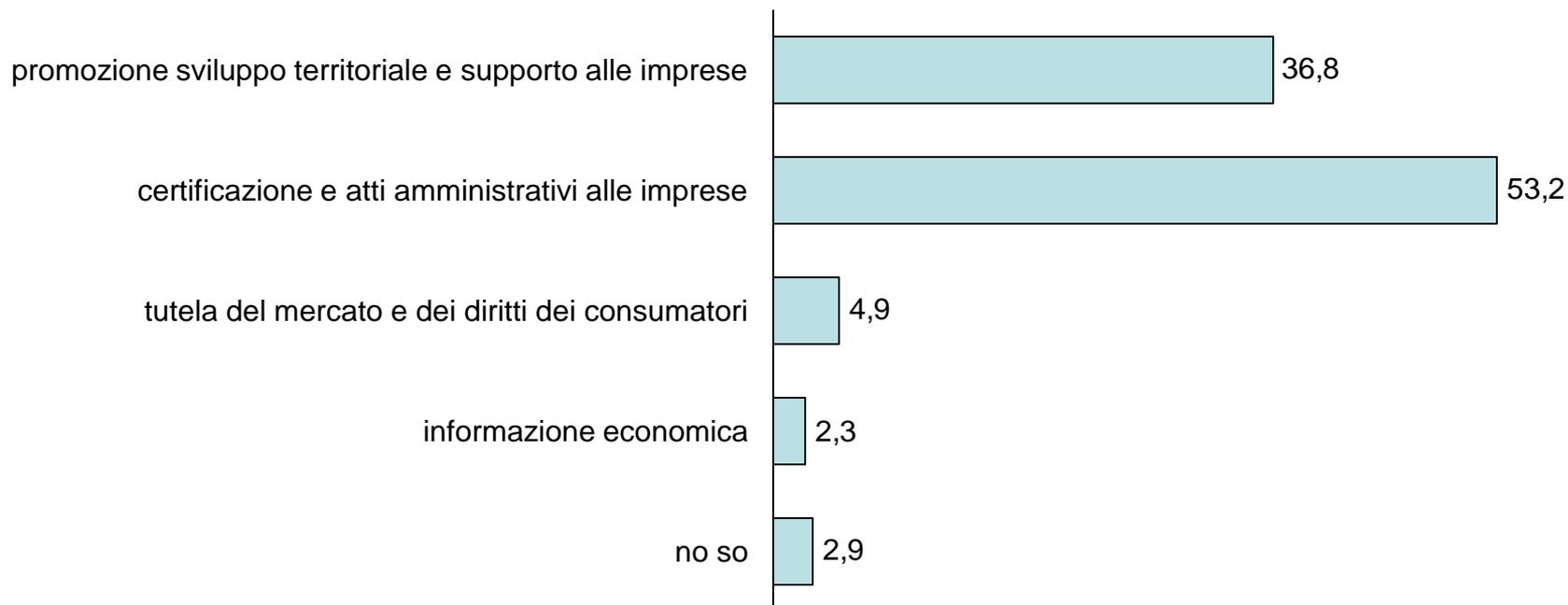


IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

> Funzione principale della Camera di commercio secondo l'opinione delle imprese

Dati espressi in %

“QUALE PENSA SIA LA FUNZIONE PRINCIPALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”



700 casi



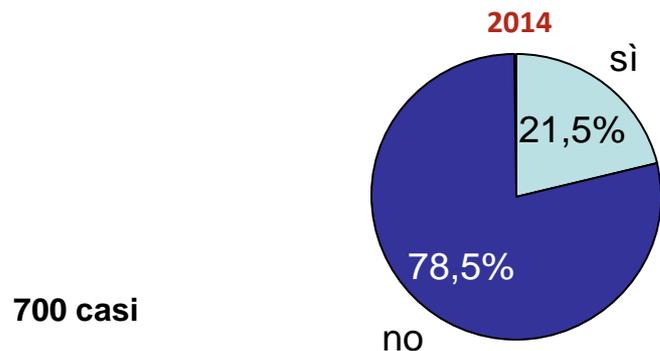
IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

- > L'informazione sui servizi e le attività offerti
- > L'efficacia della comunicazione della Camera di commercio

Dati espressi in %

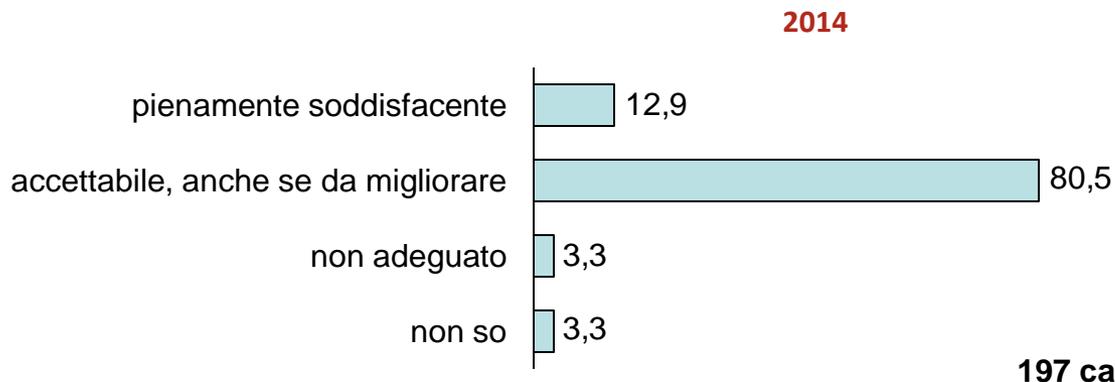
“LEI È INFORMATO SUI SERVIZI E LE ATTIVITÀ OFFERTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Comunicazione della Camera di commercio



“SECONDO LEI LA CAMERA DI COMMERCIO COMUNICA I SERVIZI CHE OFFRE IN MODO?”

Comunicazione della Camera di commercio



197 casi



IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

> L'efficacia della comunicazione della Camera di commercio



Dati espressi in %

“CONOSCE E COME GIUDICA I SEGUENTI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE UTILIZZATI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Strumento 700 casi	Lo conosce? Sì 2014	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014		
e-mail	43,0%		81,4%	344 casi
PEC (posta/fax)	50,6%		80,8%	387 casi
Sito web Camerale	33,7%		77,9%	293 casi
Rivista della Camera	6,5%		68,5%	65 casi
Sportelli info: comunica e impresattiva	4,2%		51,1%	55 casi
newsletter	5,2%		79,1%	60 casi

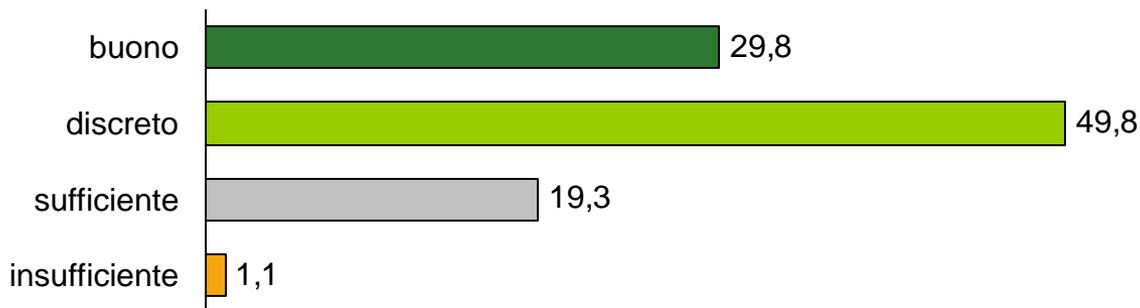


IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

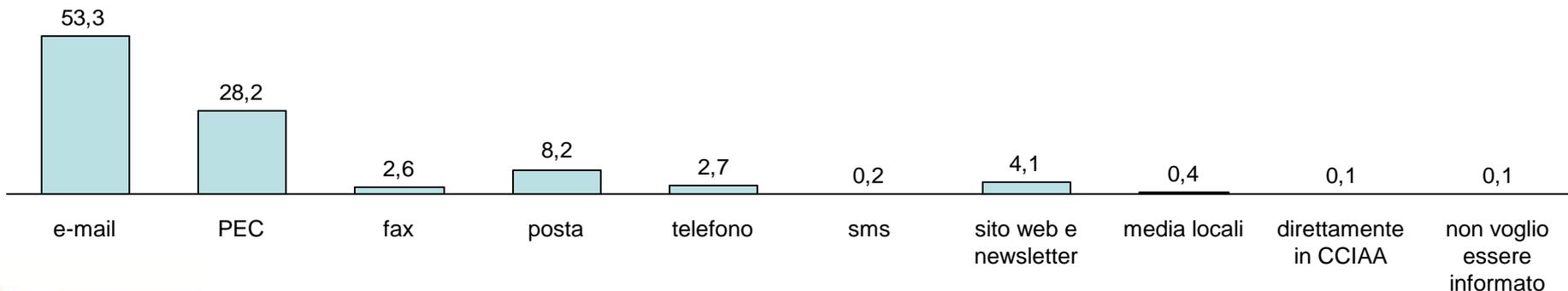
- > Giudizio generale sugli strumenti di comunicazione della Camera
- > Livello di informazione sui servizi e le attività camerali

Dati espressi in %

“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”



“CON QUALI MODALITÀ RITIENE PIÙ UTILE ESSERE INFORMATO SUI SERVIZI DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”





SERVIZI EROGATI

Per la maggior parte dei servizi indagati le numerosità campionarie si sono rivelate scarse (meno di 30 casi), quindi si consiglia una lettura più di contesto



SERVIZI EROGATI

> Servizi Amministrativi e di Regolazione offerti dalla Camera di commercio
 > Conoscenza, utilizzo e soddisfazione 2014



Strumento	Lo conosce?	Lo ha utilizzato?	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014		
	Sì 2014	Sì 2014			
REGISTRO DELLE IMPRESE / BACK OFFICE (PRATICHE DI ISCRIZIONE, MODIFICA E CANCELLAZIONE, DEPOSITO BILANCI)	29,5% 255 casi	14,9% 59 casi		90,9%	59 casi
REGISTRO DELLE IMPRESE / CALL CENTER (SPORTELLI UTENTI CHE FORNISCE INFORMAZIONI DI PRIMO LIVELLO O DI SUPPORTO AGLI ALTRI UFFICI CAMERALI)	14,8% 136 casi	23,0% 41 casi		83,3%	41 casi
ALBI E RUOLI (PRATICHE)	8,3% 92 casi	14,8% 17 casi		98,0%	17 casi
REGISTRO INFORMATICO PROTESTI (PRATICHE DI CANCELLERIA)	6,4% 61 casi	18,4% 11 casi		99,2%	11 casi
CERTIFICAZIONE ESTERA (CERTIFICATI DI ORIGINE, CARNET ATA, NUMERO MECCANOGRAFICO)	4,8% 62 casi	25,9% 18 casi		78,6%	18 casi



SERVIZI EROGATI

- > Servizi Amministrativi e di Regolazione offerti dalla Camera di commercio
- > Conoscenza, utilizzo e soddisfazione 2014



Strumento	Lo conosce?	Lo ha utilizzato?	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014		
	Sì 2014	Sì 2014			
REGOLAZIONE DEL MERCATO (USI, CONTRATTI TIPO, CONCORSI A PREMIO, SICUREZZA PRODOTTI, SPORTELLI CONSUMATORI, ETC...)	2,2% 32 casi	ND 4 casi		ND 4 casi	
INFORMAZIONI DEPOSITO DOMANDE SU BREVETTI, MODELLI E MARCHI; RILASCIO VISURE	17,6% 141 casi	25,0% 52 casi		91,6% 52 casi	
DIRITTO ANNUALE (MODALITÀ DI PAGAMENTO IMPORTI, TERMINI E SITUAZIONI STATO PAGAMENTI)	42,1% 320 casi	49,3% 174 casi		92,4% 174 casi	
UFFICIO METRICO	3,1% 33 casi	ND 7 casi		ND 7 casi	
SERVIZI DI ARBITRATO CONCILIAZIONE E MEDIAZIONE	2,6% 34 casi	ND 4 casi		ND 4 casi	



SERVIZI EROGATI

- > Servizi Amministrativi e di Regolazione offerti dalla Camera di commercio
- > Conoscenza, utilizzo e soddisfazione 2014



Strumento	Lo conosce?	Lo ha utilizzato?	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014	
	Sì 2014	Sì 2014		
RILASCIO FIRMA DIGITALE (CNS – CARTA NAZIONALE DEI SERVIZI)	21,6% 206 casi	28,5% 79 casi	88,0%	79 casi
INFORMAZIONI GENERALI SU ALTRE IMPRESE O AMMINISTRATORI (VISURE, BILANCI, PROTESTI, ELENCHI, ETC.)	11,0% 110 casi	47,2% 55 casi	91,5%	55 casi
ADEMPIMENTI IN MATERIA AMBIENTALE (RAEE, REGISTRO PILE, ETC...)	2,6% 36 casi	ND 11 casi	ND	9 casi
SPORTELLO COMUNICA / SEGNALAZIONE CERTIFICATA DI INIZIO ATTIVITÀ (SCIA)	5,9% 70 casi	17,7% 16 casi	95,9%	16 casi
SERVIZIO DI ASSISTENZA PER LA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE	0,8% 18 casi	ND 2 casi	ND	1 caso
SERVIZIO DI RILASCIO CARTE TACHIGRAFICHE	0,7% 16 casi	ND 3 casi	ND	3 casi



SERVIZI EROGATI

- > Servizi Amministrativi e di Regolazione offerti dalla Camera di commercio
- > SERVIZIO TELEMATICO DEL REGISTRO IMPRESE - soddisfazione 2014



Approfondimenti

Item valutato dagli utenti	buono	discreto	suffici ente	insuffi ciente	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014	
TEMPO IMPIEGATO PER EFFETTUARE UNA SPEDIZIONE TELEMATICA	44,0%	39,2%	16,8%	0,1%	83,1%	59 casi
TEMPO IMPIEGATO PER OTTENERE LA RICEVUTA DI PROTOCOLLAZIONE	45,1%	37,7%	17,1%	0,1%	82,9%	59 casi
TEMPO IMPIEGATO PER OTTENERE L'EVASIONE DELLA PRATICA	46,8%	34,9%	17,9%	0,4%	81,7%	59 casi
CORTESIA E DISPONIBILITA' DEGLI OPERATORI	50,8%	33,2%	15,9%	0,1%	84,1%	59 casi
CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI RICEVUTE	47,9%	35,6%	16,4%	0,1%	83,5%	59 casi
INFORMAZIONE TELEFONICA	40,5%	42,7%	16,6%	0,2%	83,2%	59 casi
INFORMAZIONE SUL SITO CAMERALE/POSTA ELETTRONICA	48,2%	33,2%	17,8%	0,7%	81,5%	59 casi



SERVIZI EROGATI

- > Servizi Amministrativi e di Regolazione offerti dalla Camera di commercio
- > SERVIZIO DI RILASCIO DEI DISPOSITIVI DI FIRMA DIGITALE - soddisfazione 2014



Approfondimenti

Item valutato dagli utenti	buono	discreto	suffici ente	insuffi ciente	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014	
TEMPO IMPIEGATO PER OTTENERE IL SERVIZIO	67,7%	20,7%	4,7%	6,9%	88,4%	79 casi
ORARI DI SPORTELLO	54,6%	29,6%	6,9%	8,9%	84,2%	79 casi
CORTESIA E DISPONIBILITA' DEGLI OPERATORI	60,9%	27,1%	5,0%	7,0%	88,0%	79 casi
CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI RICEVUTE	63,4%	26,4%	3,2%	7,0%	89,8%	79 casi
TEMPI DI ATTESA ALLO SPORTELLO	58,7%	28,5%	4,2%	8,6%	87,2%	79 casi



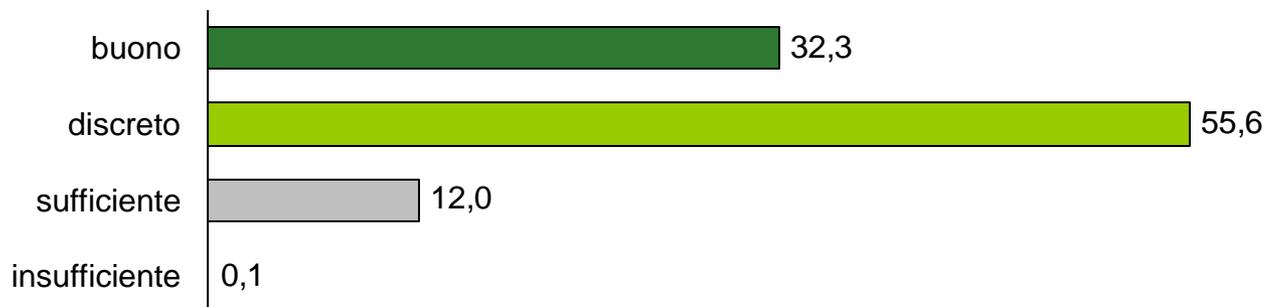
SERVIZI EROGATI

- > Servizio Agente in lista servizi Regolazione offerti delegazione e offerta di credito
- > Camera di Commercio e soddisfazione 2014

“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI E DI REGOLAZIONE OFFERTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Giudizio generale servizi amministrativi e regolazione

2014



131 casi

Indice di soddisfazione

2014



Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



SERVIZI EROGATI

> Servizi di supporto alle imprese offerti dalla Camera di commercio
 > Conoscenza, utilizzo e soddisfazione 2014



Strumento	Lo conosce?	Lo ha utilizzato?	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014		
	Sì 2014	Sì 2014			
INFORMAZIONI SULLA SITUAZIONE ECONOMICA; STUDI E ANALISI ECONOMICHE, OSSERVATORIO DELL'ECONOMIA; PREZZI	6,6% 47 casi	ND 3 casi		ND 3 casi	
SERVIZI PER LA CREAZIONE E SUCCESSIONE DI IMPRESA	8,2% 65 casi	ND 2 casi		ND 2 casi	
INFORMAZIONI E ASSISTENZA SUI FINANZIAMENTI AGEVOLATI; INCENTIVI E CONTRIBUTI ALLE IMPRESE (IMPRESATTIVA)	9,7% 86 casi	ND 3 casi		ND 3 casi	
INFORMAZIONI E CONTRIBUTI SULL'INNOVAZIONE, TRASFERIMENTO TECNOLOGICO	1,9% 30 casi	ND 1 caso		ND 1 caso	
PROMOZIONE E CONSULENZA SPECIALIZZATA NEL COMMERCIO ESTERO E NELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE	3,0% 34 casi	ND 2 casi		ND 2 casi	
PARTECIPAZIONE A FIERE, MOSTRE E MISSIONI	3,4% 85 casi	ND 7 casi		ND 7 casi	



SERVIZI EROGATI

- > Servizi di supporto alle imprese offerti dalla Camera di commercio
- > Conoscenza, utilizzo e soddisfazione 2014



Strumento	Lo conosce?	Lo ha utilizzato?	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014		
	Sì 2014	Sì 2014			
ASSISTENZA, PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI TIPICI (ENOGASTRONOMICI, MARCHI DI QUALITÀ ETC)	1,8% 27 casi	ND 3 casi		ND 3 casi	
CORSI DI FORMAZIONE, SEMINARI E TIROCINI FORMATIVI	9,0% 91 casi	5,9% 13 casi		100,0% 13 casi	
INIZIATIVE E PROGETTI PER L'IMPRENDITORIALITÀ FEMMINILE	4,0% 41 casi	ND 2 casi		ND 2 casi	
INIZIATIVE PER FAVORIRE L'ACCESSO AL CREDITO DELLE IMPRESE	1,5% 34 casi	ND 1 caso		ND 1 caso	
INFORMAZIONI, PROMOZIONI E SUPPORTO AI CONTRATTI DI RETI DI IMPRESA	0,5% 8 casi	ND 1 caso		ND 1 caso	
ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO	2,0% 32 casi	ND 1 caso		ND 1 caso	
INFORMAZIONI SUI PREZZI E SUGLI INDICI ISTAT	4,1% 51 casi	21,7% 14 casi		95,7% 14 casi	



SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale dei servizi di supporto alle imprese offerti dalla Camera di commercio

Dati espressi in %



“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUI SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE OFFERTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Giudizio generale servizi di supporto alle imprese

2014



8 casi

Indice di soddisfazione

2014

buono + discreto

99,8

Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



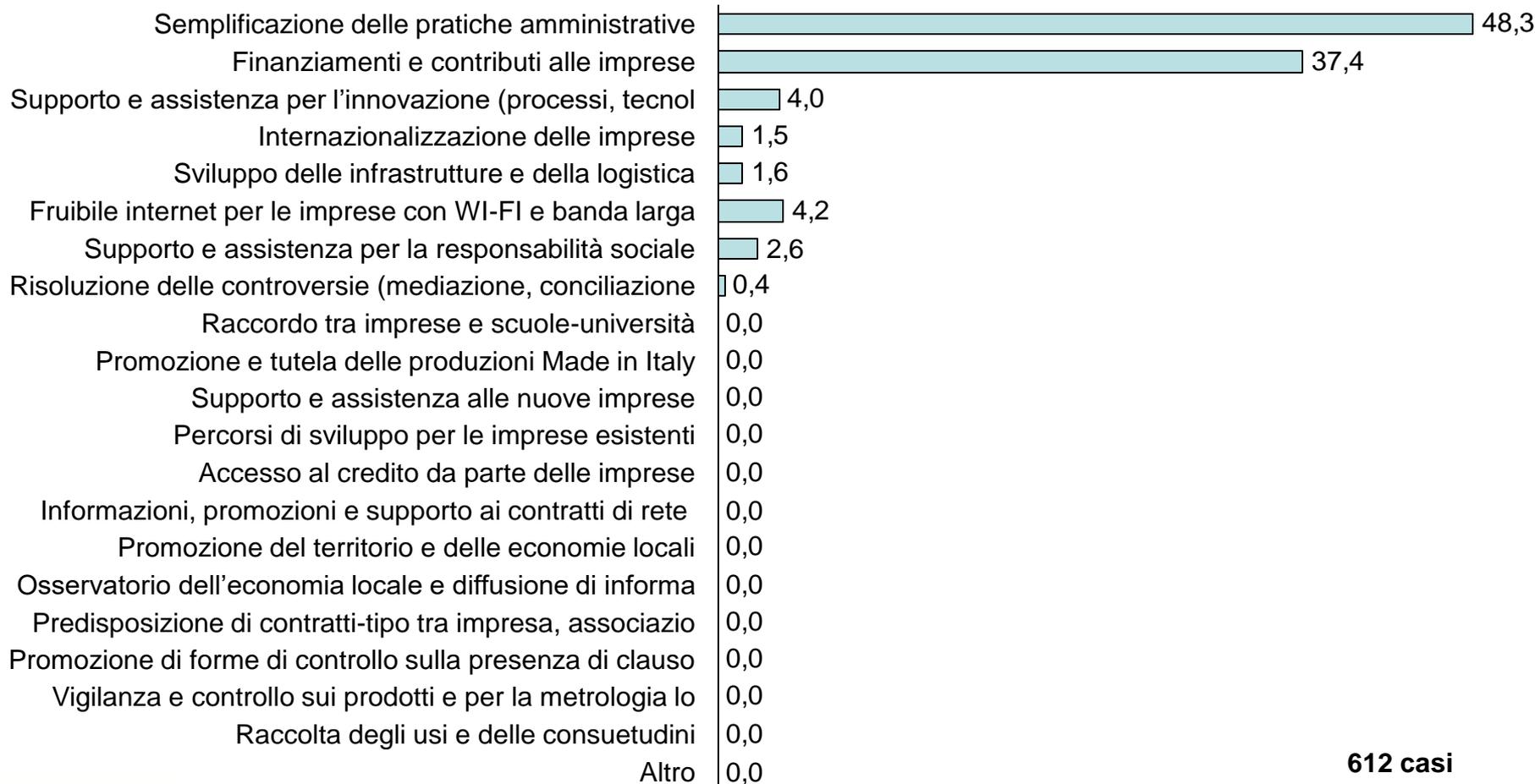
SERVIZI EROGATI

> Attese delle imprese rispetto all'attività della Camera di commercio

Dati espressi in %



“SU QUALI, TRA LE SEGUENTI TEMATICHE, RITIENE CHE LA CAMERA DI COMMERCIO DEBBA IMPEGNARSI MAGGIORMENTE PER IL FUTURO?”



612 casi



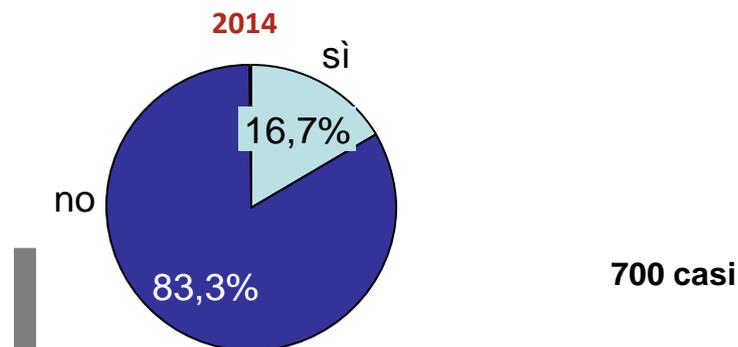
SERVIZI EROGATI

> Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

Dati espressi in %

“NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO HA UTILIZZATO IL SITO INTERNET DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

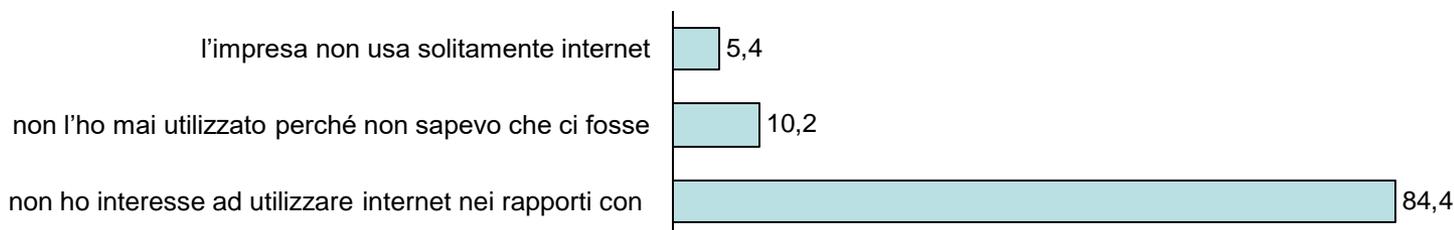
Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio



“PER QUALI RAGIONI NON HA UTILIZZATO IL SITO INTERNET DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

NON utilizzo del sito Internet della Camera di commercio 2014

526 casi





SERVIZI EROGATI

> Il sito Internet della Camera: ragioni utilizzo

Dati espressi in %

“Per quali ragioni avete utilizzato il sito internet della Camera di commercio nel corso dell’ultimo anno?”

PER LE PRATICHE
OBBLIGATORIE E
SERVIZI
AMMINISTRATIVI (ES
TELEMACO, IMPRESA
IN UN GIORNO, ETC...)

54,5

PER ACCEDERE A
CONTRIBUTI, SERVIZI
ACCOMPAGNAMENTO
E CERCARE
INFORMAZIONI SUL
MERCATO

15,9

PER REPERIRE LA
MODULISTICA DEI
SERVIZI DELLA
CAMERA

27,2

PER ISCRIZIONE
ON-LINE A CORSI,
CONVEGNI, SEMINARI

2,4

174 casi



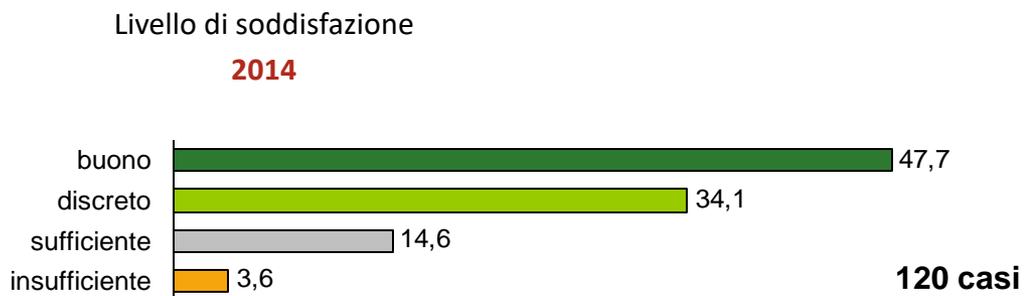
SERVIZI EROGATI

> Il sito Internet della Camera: livello di soddisfazione

Dati espressi in %



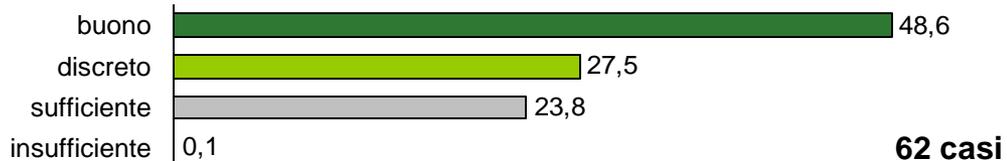
“Utilizzo del sito per le pratiche obbligatorie e servizi amministrativi, qual è il suo livello di soddisfazione?”



“Utilizzo del sito per accedere a contributi, servizi di accompagnamento e cercare info sul mercato, qual è il suo livello di soddisfazione?”



“Utilizzo del sito per reperire la modulistica dei servizi della Camera, qual è il suo livello di soddisfazione?”



“Utilizzo del sito per iscrizioni on-line a corsi, convegni e seminari, qual è il suo livello di soddisfazione?”

ND **5 casi**



SERVIZI EROGATI

> Il sito Internet della Camera: aspetti da migliorare

Dati espressi in %



“Area del sito per le pratiche obbligatorie e servizi amministrativi”

120 casi

“Area del sito per accedere a contributi, servizi di accompagnamento e cercare info sul mercato”

47 casi

“Area del sito per reperire la modulistica dei servizi della Camera”

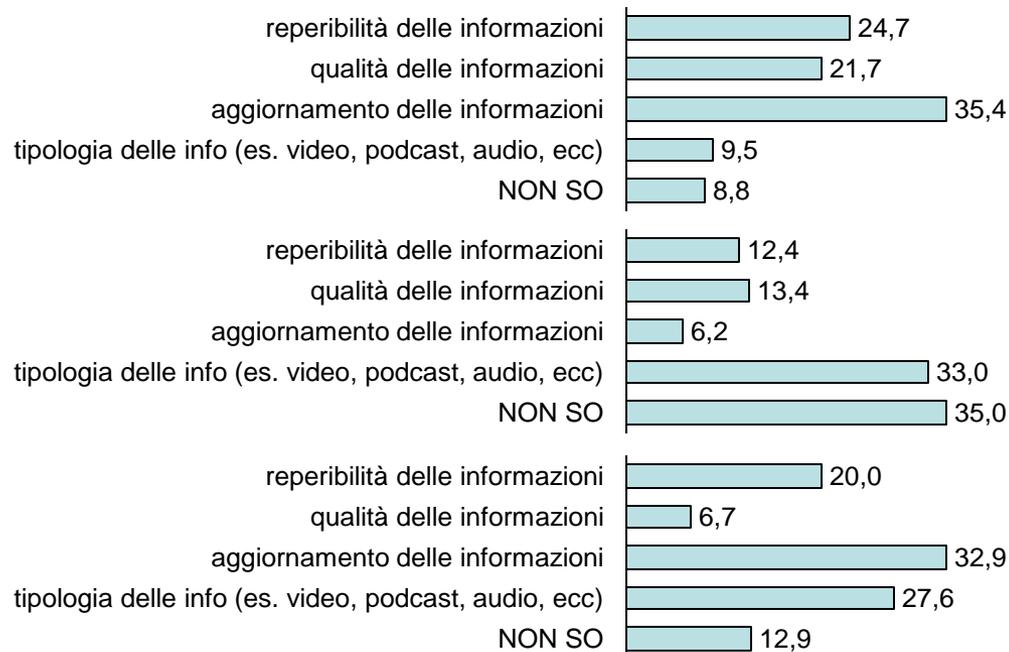
62 casi

“Area del sito per iscrizioni on-line a corsi, convegni e seminari”

5 casi

Aspetti da migliorare

2014



ND



SERVIZI EROGATI

> Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio: overall CS

Dati espressi in %

“IN GENERALE, COME VALUTA IL SITO WEB CAMERALE?”

Valutazione generale sito web Camerale

2014



174 casi

Indice di soddisfazione

2014

buono + discreto



Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



SERVIZI EROGATI

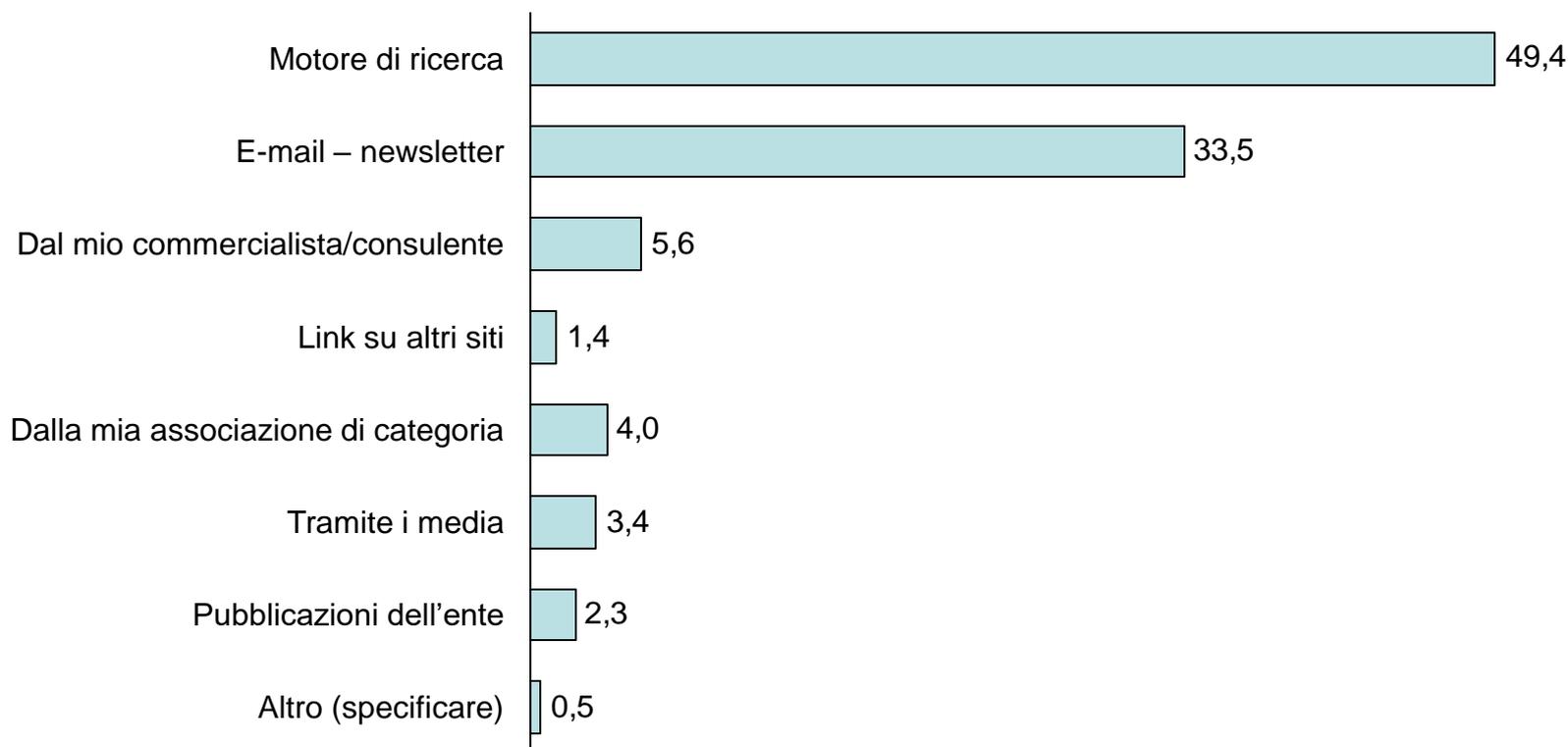
> Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

Dati espressi in %

“COM'È VENUTO A CONOSCENZA DEL SITO INTERNET DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Utilizzo del sito Internet della Camera di commercio

2014



477 casi



MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO



MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA

- > Sedi maggiormente frequentate
- > Raggiungibilità degli uffici della Camera di commercio

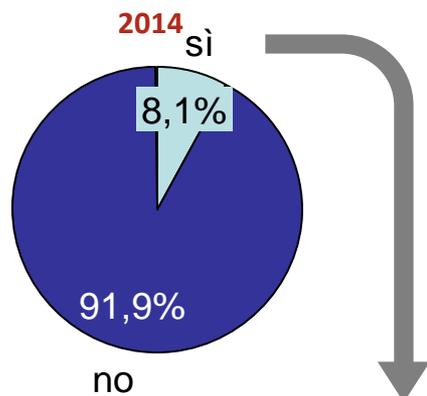
Dati espressi in %



“SI È RECATO PERSONALMENTE NEGLI UFFICI DELLA CAMERA DI COMMERCIO NEGLI ULTIMI 12 MESI?”

Visita presso gli uffici della Camera di commercio

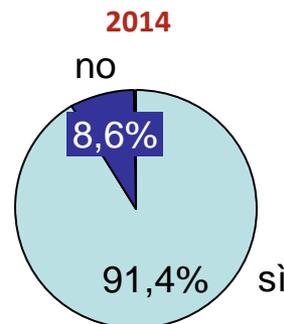
700 casi



“RITIENE CHE GLI UFFICI DELLA CAMERA DI COMMERCIO SIANO FACILMENTE RAGGIUNGIBILI?”

Facile raggiungibilità degli uffici della Camera di commercio

91 casi





MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Ambienti della Camera di commercio



Item valutato dagli utenti	buono	discreto	suffici ente	insuffi ciente	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014	
SEGNALETICA PER INDIVIDUARE GLI SPORTELLI	60,3%	22,8%	11,7%	5,2%	83,2%	91 casi
PULIZIA DEGLI AMBIENTI	70,8%	19,0%	5,0%	5,2%	89,8%	91 casi
COMFORT DEGLI AMBIENTI	65,5%	22,1%	12,3%	0,1%	87,6%	91 casi
ADEGUATEZZA DEI POSTI A SEDERE	60,8%	26,9%	6,4%	5,9%	87,7%	91 casi
ILLUMINAZIONE E TEMPERATURA ADEGUATA DEGLI AMBIENTI	67,1%	17,5%	9,5%	5,9%	85,6%	91 casi
RISPETTO DELLA PRIVACY	60,5%	21,1%	9,8%	8,6%	81,6%	91 casi



SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale ambienti dalla Camera di commercio

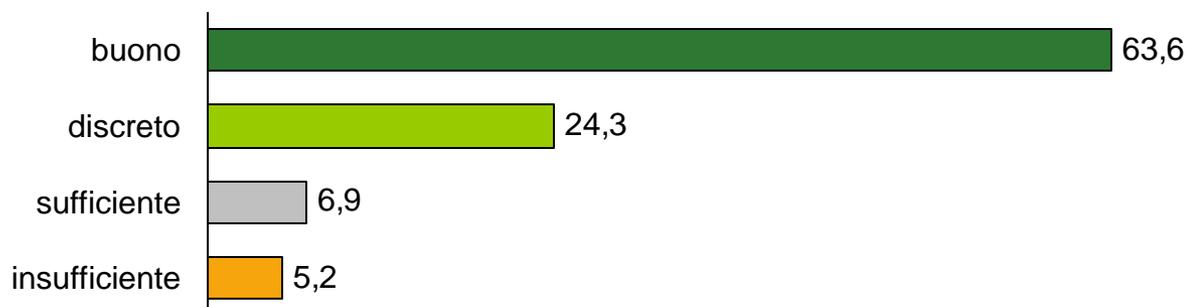
Dati espressi in %



“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUGLI AMBIENTI DALLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Giudizio generale ambienti della Camera

2014



91 casi

Indice di soddisfazione

2014

buono + discreto

87,9

Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Personale della Camera di commercio



Item valutato dagli utenti	buono	discreto	sufficiente	insufficiente	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014	
CORTESIA E RISPETTO VERSO L'UTENTE	68,8%	16,5%	9,2%	5,5%	85,3%	91 casi
CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI FORNITE ALL'UTENTE	66,5%	22,7%	4,8%	6,0%	89,2%	91 casi
RISOLUZIONE DEI PROBLEMI CHE OSTACOLANO L'AVANZAMENTO DELLE PRATICHE	58,0%	25,6%	10,1%	6,3%	83,6%	91 casi
TEMPI DI SVOLGIMENTO DELLE PRATICHE	58,5%	24,8%	9,5%	7,3%	83,3%	91 casi
PREPARAZIONE TECNICA	67,4%	17,1%	9,7%	5,8%	84,5%	91 casi



SERVIZI EROGATI

> Giudizio generale sul personale dalla Camera di commercio

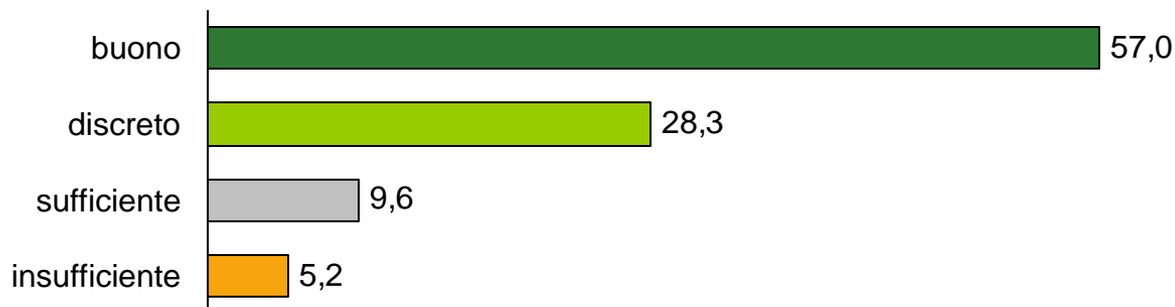
Dati espressi in %



“IN GENERALE, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE VERSO IL PERSONALE DALLA CAMERA DI COMMERCIO CHE OFFRE IL SERVIZIO ALLO SPORTELLO?”

Giudizio generale personale della Camera

2014



91 casi

Indice di soddisfazione

2014

buono + discreto

85,3

Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA

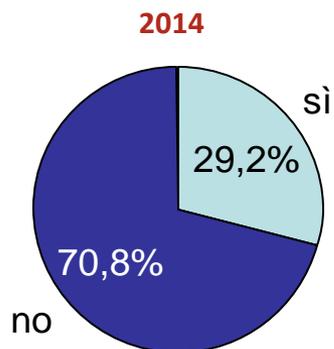
> Aspetti connessi al rapporto con gli uffici

Dati espressi in %

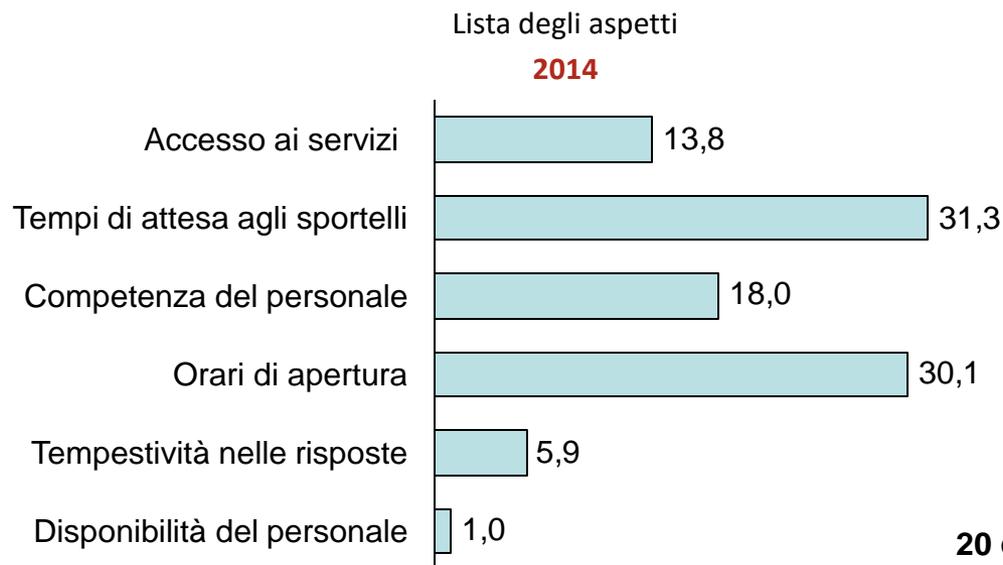


“SECONDO LEI CI SONO ASPETTI, CONNESSI AL RAPPORTO CON GLI UFFICI, CHE POTREBBERO ESSERE MIGLIORATI?”

Ci sono aspetti da migliorare?



“QUALI ASPETTI VORREBBE MIGLIORARE?”





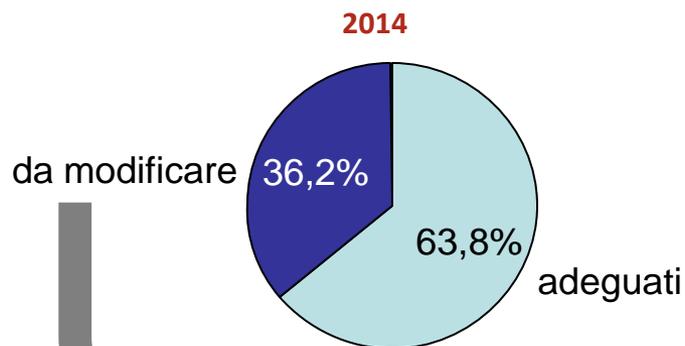
MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Adeguatezza degli orari di apertura al pubblico

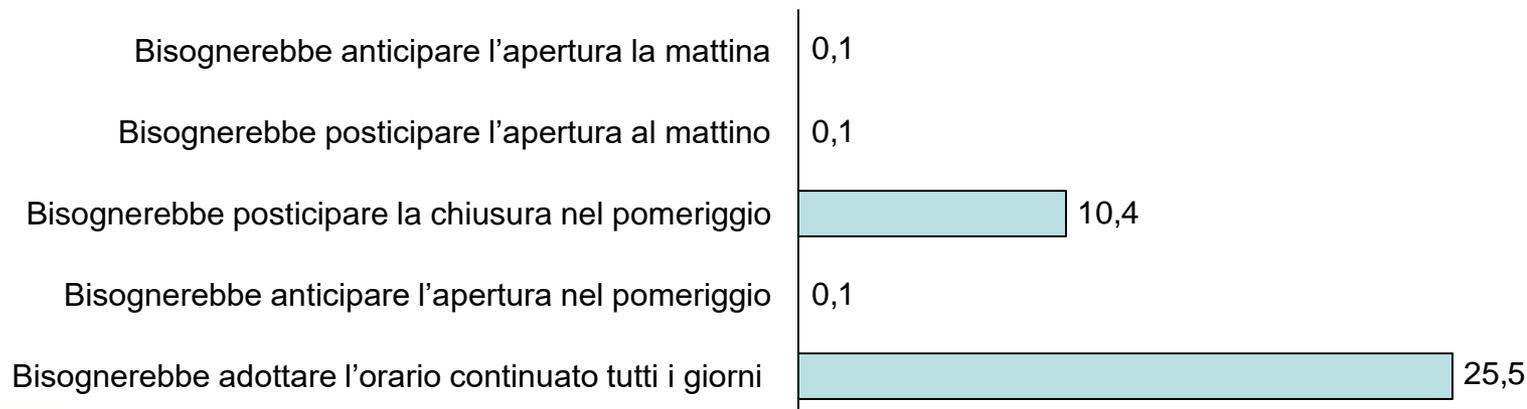
Dati espressi in %

“Ritiene che gli orari di apertura al pubblico siano ...”

Orari di apertura della Camera di commercio



“Nel caso in cui siano da modificare, in che maniera?”



91 casi



MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA

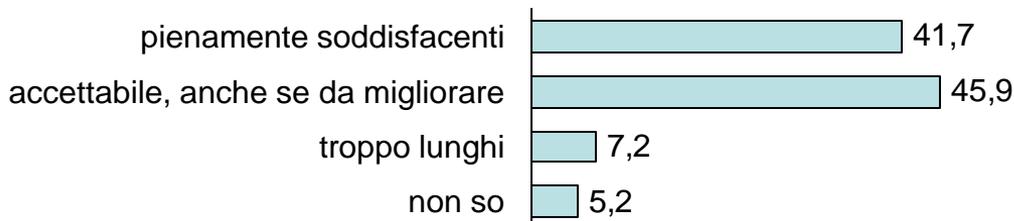
- > Tempi di attesa agli uffici o agli sportelli
- > Modulistica

Dati espressi in %

“RITIENE CHE I TEMPI DI ATTESA AGLI UFFICI O AGLI SPORTELLI SIANO ...”

Tempi di attesa alla Camera di commercio

2014



91 casi

“COME VALUTA LA MODULISTICA DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Item valutato dagli utenti	buono	discreto	suffici ente	insuffi ciente	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014	
					Percentuale	Casi
REPERIBILITA' (E' FACILE TROVARLA?)	53,9%	24,9%	13,2%	8,0%	78,8%	91 casi
COMPRESIBILITA' (E' FACILE CAPIRLA?)	48,6%	30,8%	14,6%	6,0%	79,5%	91 casi



MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Soddisfazione overall servizio allo sportello

Dati espressi in %

“IN GENERALE QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUL LIVELLO DEI SERVIZI CHE LA CAMERA DI COMMERCIO EROGA ALLO SPORTELLO?”

Giudizio generale servizio allo sportello

2014



Indice di soddisfazione

2014

91 casi

buono + discreto

87,8

Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Il centralino, call center e URP della Camera di commercio



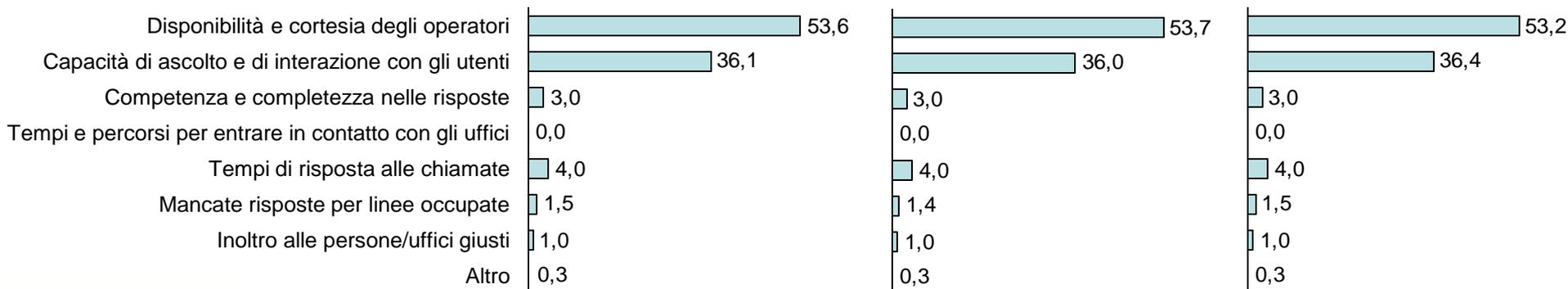
Strumento	Lo conosce?	Lo ha utilizzato?	Indice di soddisfazione (buono + discreto) 2014	
	Sì 2014	Sì 2014		
SERVIZIO DI CENTRALINO DEL CCIAA	20,0% 183 casi	35,6% 69 casi	91,9%	69 casi
SERVIZIO DI CALL CENTER DEL REGISTRO IMPRESE	16,0% 157 casi	27,1% 53 casi	96,5%	53 casi
UFFICIO RELAZIONE CON IL PUBBLICO DEL REGISTRO IMPRESE	17,1% 139 casi	11,0% 21 casi	81,1%	21 casi

"In quali aspetti va migliorata la...?"

CENTRALINO

CALL CENTER

URP





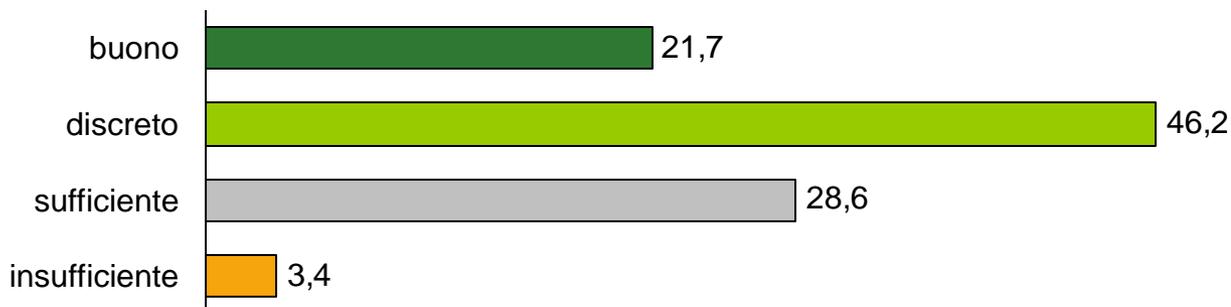
MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Soddisfazione generale della Camera di commercio

Dati espressi in %

“CONSIDERANDO L'INSIEME DEI SERVIZI EROGATI NELLE DIVERSE MODALITÀ, QUALE GIUDIZIO ESPRIMEREBBE SUL FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Customer Satisfaction Index dalla Camera di commercio **2014**



700 casi

Indice di soddisfazione

2014

buono + discreto

67,9

Indice di soddisfazione: permette di aggregare le risposte fornite dagli utenti sommando le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio espresso. Utilizzando una scala qualitativa con un certo numero di valutazioni (buono, discreto, sufficiente, insufficiente), per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi "buono" e "discreto", tralasciando il «sufficiente».



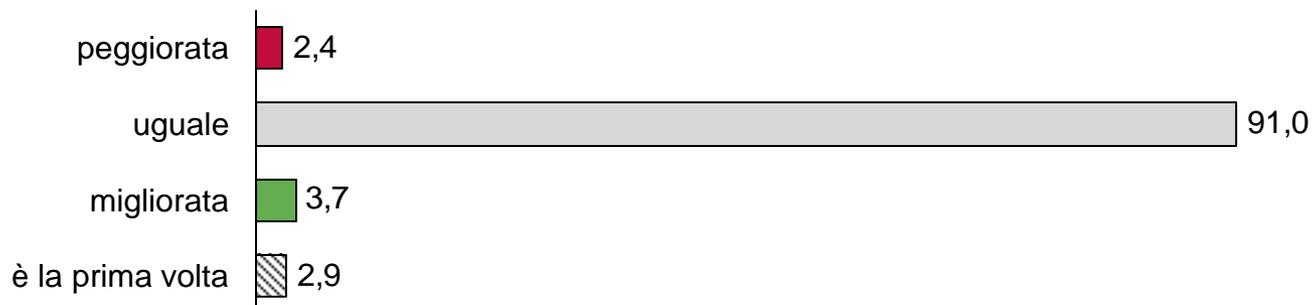
MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Qualità nel tempo della prestazione offerta dalla Camera

Dati espressi in %

“SE HA GIÀ UTILIZZATO NEGLI ULTIMI 12 MESI I SERVIZI DELLA CAMERA DI COMMERCIO, RITIENE CHE LA QUALITÀ DELLA PRESTAZIONE OFFERTA SIA ...”

Qualità dalla prestazione della Camera di commercio
2014



700 casi

Indice di periodo (IDP)



Indice di periodo (IDP): tale indice vuole identificare il livello di qualità prodotto dalla Camera nel tempo, non come fotografia dello status quo frutto di una analisi matematica, ma come confronto generale realizzato dagli utenti sulla totalità dei servizi offerti. L'auspicio è di leggere un IDP positivo (differenza tra promotori e detrattori), in quanto sarebbe la prova di un miglioramento continuo della prestazione offerta.



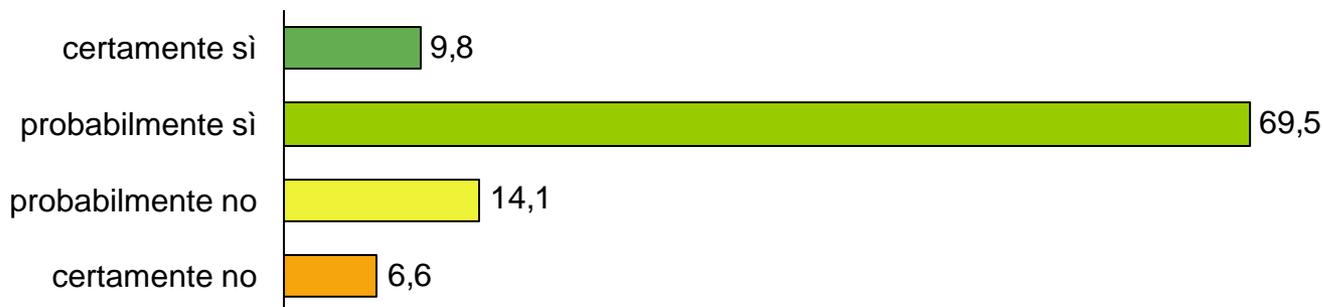
MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

> Riutilizzo/Partecipazione alle iniziative della Camera di commercio

Dati espressi in %

“FAREBBE NUOVAMENTE RICORSO AI SERVIZI, OVE NON OBBLIGATO PER LEGGE, O PARTECIPEREBBE ALLE INIZIATIVE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?”

Partecipazione alle iniziative della Camera di commercio **2014**



700 casi

Indice di riutilizzo (IDR)

2014

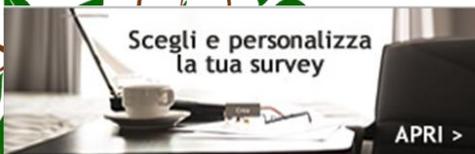
certamente no



Indice di riutilizzo (IDR): Questo indicatore è applicabile limitatamente all'insieme dei servizi che le Camere offrono ponendosi nei confronti dell'utenza come interlocutori "alternativi" rispetto ad altri operatori della sfera pubblica o privata. Servizi e iniziative, cioè, per i quali l'utente non è "obbligato" a rivolgersi alla Camera di commercio e per i quali è ragionevole ipotizzare la dimensione del "riutilizzo". L'IDR prende in considerazione il valore di massima negatività, cioè l'opzione di risposta «certamente no», per il quale si consiglia di puntare a mantenere questa valutazione entro una forbice tra 0% e 3%. Valori più alti rappresenterebbero un chiaro segnale di "sofferenza".



Tutto quello che avete visto
in questo PPT
è solo una parte di quanto
è disponibile su **Qualistat**



UNIONCAMERE Portale delle Camere di commercio italiane dedicato all'analisi della soddisfazione degli utenti

Homepage Report Precedenti Notizie e Comunicazioni Tutorial Bibliografia Segnalazioni Valuta il Portale

Fin: Anno: 2013 Forma Giuridica: Camera:

Sezione 1: Strumenti della Camera di Commercio presso gli utenti

Sezione 2: Servizi erogati

- SERVIZI AMMINISTRATIVI E REGOLAZIONE DEL MERCATO
- GIUDIZIO SERVIZI AMMINISTRATIVI
- SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE
- MODALITÀ

Domanda	Rispondenti
STUDI E INFORMAZIONE ECONOMICA	900
CREAZIONE E SUCCESSIONE DI IMPRESA	900
FINANZIAMENTI, INCENTIVI E CONTRIBUTI ALLE IMPRESE	900

Sezione 3: Modalità generali di funzionamento della Camera

Copyright 2013 - Tutti i diritti riservati

UNIONCAMERE Portale delle Camere di commercio italiane dedicato all'analisi della soddisfazione degli utenti

Homepage Report Precedenti Notizie e Comunicazioni Tutorial Bibliografia Segnalazioni Valuta il Portale

Logout

Consulta online l'analisi delle risposte ai questionari

Hai a disposizione i dati navigabili per anno o per territorio

Accesso risultati indagini CATI

CAMERA	2009	2010
VENETO	✓	✓
Belluno	✓	✓
Padova	✓	✓
Rovigo	✓	✓
Treviso	✓	✓
Venezia	✓	✓
Verona	✓	✓
Vicenza	✓	✓

Gradimento comparato delle PA

Benchmarking sul grado di fiducia delle amministrazioni pubbliche

On-line i dati delle rilevazioni CATI del 2013

Username: Password: **ENTRA**

Copyright 2013 - Tutti i diritti riservati

UNIONCAMERE Portale delle Camere di commercio italiane dedicato all'analisi della soddisfazione degli utenti

Homepage Report Precedenti Notizie e Comunicazioni Tutorial Bibliografia Segnalazioni Valuta il Portale

Customer satisfaccio 2010 Cdc Chieti Bench.PPT
Customer Satisfaction 2010 - Cdc Chieti Dettaglio imprese.PPT
Customer satisfaction 2010 Cdc Chieti - sito web e comunicazione.PPT
Customer satisfaction 2010 Cdc Chieti altri Stakeholders bench.PPT
Customer satisfaction 2010 Cdc Chieti Altri Stakeholders.PPT
Customer satisfaction 2010 Cdc Chieti Tabelle Altri Stakeholders.pdf

Copyright 2013 - Tutti i diritti riservati

www.Qualistat.camcom.it



NOTA METODOLOGICA

DEFINIZIONE DEL CAMPIONE E PRECISIONE DELLA STIMA

Un campione si dice rappresentativo se costituisce un'immagine in scala ridotta, ma aderente, della popolazione da cui proviene. Nella letteratura corrente il termine "rappresentativo" è riferito a quel campione privo di distorsioni statistiche, ossia al campione casuale, le cui unità sono selezionate da una popolazione in base a un rigoroso metodo di selezione casuale. Quest'ultimo garantisce a tutte le unità del collettivo di partenza la stessa probabilità di entrare a far parte del campione.

La determinazione del numero necessario di individui da prevedere nel campione (numerosità campionaria) è una componente cruciale della fase di disegno di ogni indagine. In generale, occorre tener presente che:

- uno studio basato su un campione troppo grande può portare a risultati che, pur essendo statisticamente significativi, implicano costi non commisurati rispetto a un livello ottimale raggiungibile con un campione ben dimensionato;
- uno studio basato su un campione troppo piccolo può inficiare la significatività statistica della rilevazione.

Tenere ben presente il margine di errore di ogni singola rilevazione risulta ancor più utile quando poi ci si trova nella condizione di realizzare analisi tra due o più periodi di rilevazione e dover giudicare gli scostamenti.



NOTA METODOLOGICA

DEFINIZIONE DEL CAMPIONE E PRECISIONE DELLA STIMA

Per poter fare delle considerazioni sulla numerosità campionaria è quindi indispensabile fissare due concetti fondamentali:

Precisione della stima

marginale di errore esistente tra il dato rilevato utilizzando il campione e il dato che si otterrebbe se fosse indagato l'intero universo (in caso di censimento).

Attendibilità della stima

la probabilità che il dato riscontrato nel campione ricada all'interno dell'intervallo di confidenza. Ad esempio, se si sceglie un livello di attendibilità pari al 95%, allora nel 95% dei casi il valore reale si troverà all'interno dell'intervallo di confidenza

Avendo quindi applicato le stesse regole di campionamento, gli eventuali confronti tra periodi diversi possono essere realizzati, ma tenendo sempre ben presente che ogni indagine ha un certa precisione (affidabilità). Ad esempio due indagini, se pur realizzate con tecniche di campionamento, reclutamento e riporto all'universo, identiche, possono produrre risultati diversi, ma sempre all'interno di un intervallo di errore prefissato. In fine quindi, ogni percentuale espressa è soggetto ad una incertezza della stima e il valore espresso è solo la sintesi numerica di un baricentro. Ad esempio un valore di 80% con un intervallo all'8% \pm , significa che il valore reale è compreso tra 72% e 88%. Nei confronti tra annualità, ad errore si somma errore!