

**Indagine
di Customer Satisfaction
sugli utenti delle Camere di Commercio
toscane**

**REPORT
Camera di Commercio
di LUCCA**

Indice

1. Aspetti generali 2

2. Area PROMOZIONE E SVILUPPO 6

3. Area ANAGRAFICA-METRICO-DIRITTO ANNUALE.....10

4. COMUNICAZIONE13

Nota metodologica.....16

Coordinamento: Riccardo Perugi

Redazione: Laretta Ermini

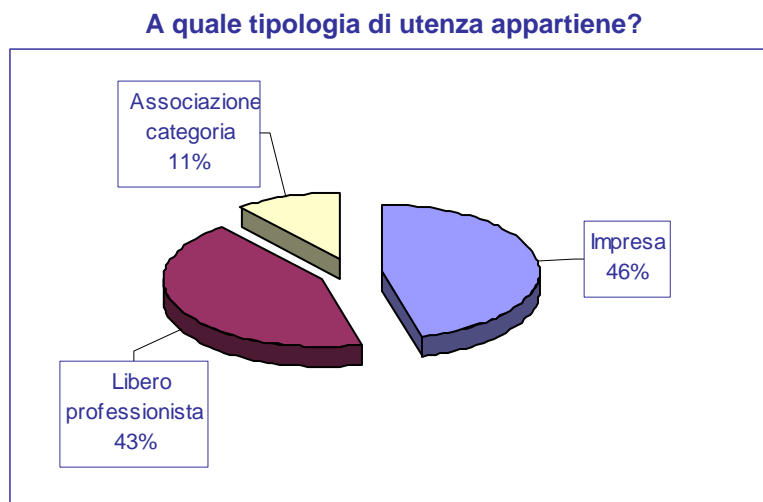
Elaborazioni: Laretta Ermini

L'analisi qui presentata è frutto del lavoro di progettazione e impostazione di un gruppo di lavoro composto dai referenti delle Camere di Commercio e dal personale dell'Ufficio Studi di Unioncamere Toscana.

Indagine di Customer Satisfaction sugli utenti della Camere di Commercio di Lucca

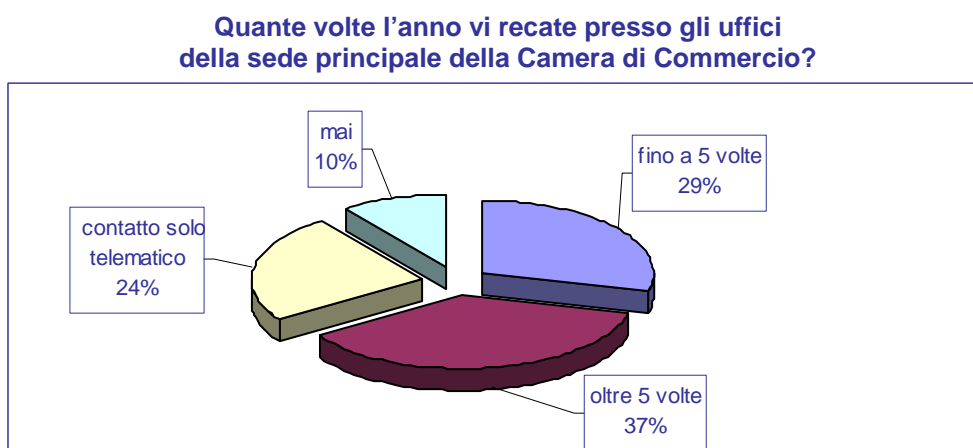
1. Considerazioni generali

L'utenza di riferimento di questa indagine è composta per il 46% da imprese, per il 43% da liberi professionisti e per il restante 11% da associazioni di categoria.

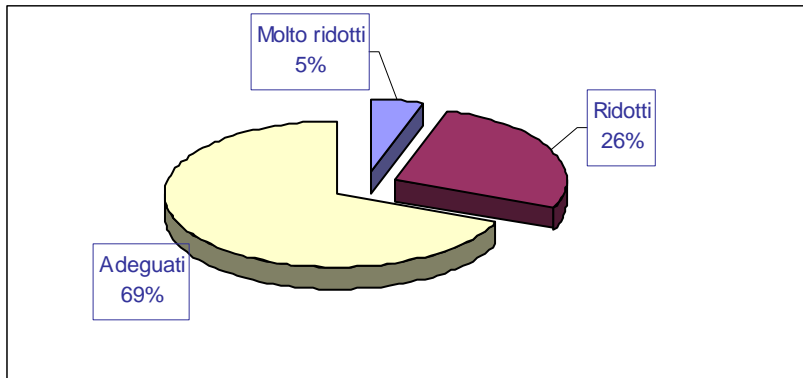


Il 56% degli intervistati si reca presso gli uffici della sede principale della Camera di Commercio, il 19% si reca presso la sede di Viareggio.

Per quanto riguarda la **sede principale**, nel 37% dei casi si tratta di utilizzatori abituali, ovvero di soggetti che si recano più di 5 volte all'anno alla Camera di Commercio, mentre il 29% lo fa in maniera più limitata (fino a 5 volte all'anno); il 34% del campione non si reca mai direttamente presso gli uffici della sede ma di essi il 24% ha contatti di natura telematica con la Camera di Commercio.

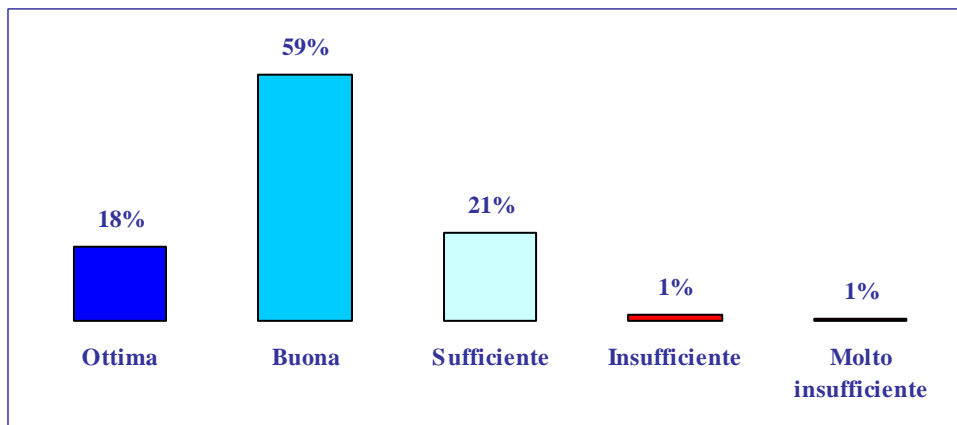


Lei ritiene che gli orari di apertura al pubblico degli uffici siano?



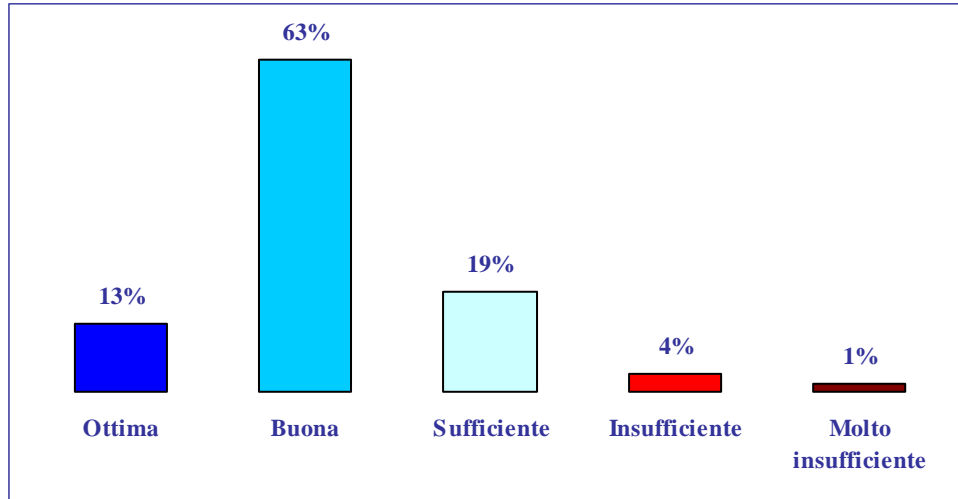
La **disponibilità oraria** degli uffici camerali è considerata “adeguata” da gran parte degli utenti (69%), “ridotta” dal 26% e “molto ridotta” dal 5%, quindi nel complesso circa un utente su tre esprime un giudizio di “insoddisfazione” nei riguardi degli orari di apertura al pubblico degli uffici.

Come valuta l'accoglienza all'ingresso della Camera di Commercio?



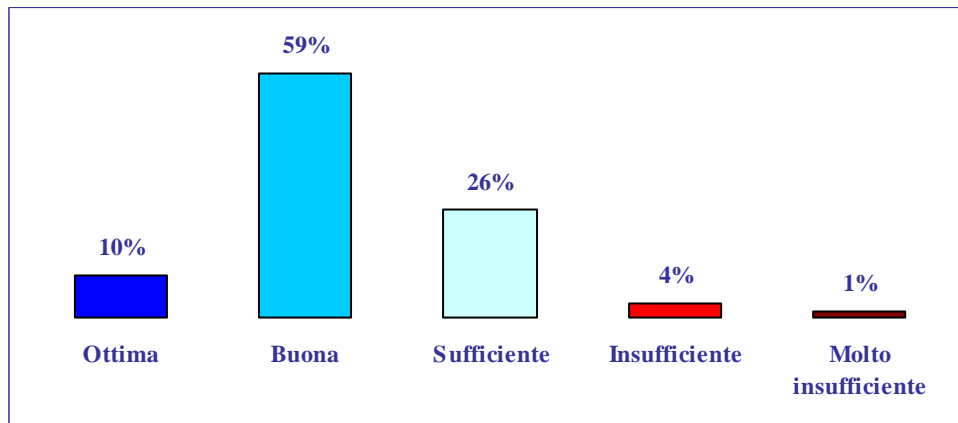
Con riferimento alla qualità dell'**accoglienza all'ingresso** della Camera di Commercio, il giudizio espresso dal campione di intervistati è positivo: **voto medio 6,9**. Il 59% la ritiene “buona”, il 21% “sufficiente” e il 18% è pienamente soddisfatto ed esprime un giudizio “ottimo”; solo il 2% dell’utenza ritiene la qualità dell’accoglienza non soddisfacente.

Come valuta la segnaletica sull'ubicazione degli uffici della Camera di Commercio?



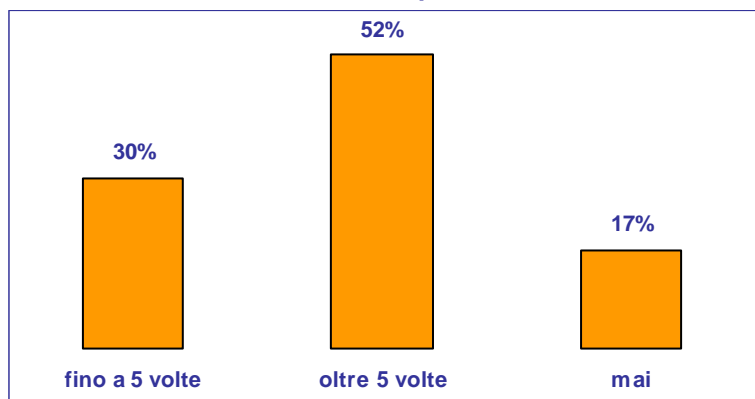
Per quanto riguarda la **segnaletica per l'accesso agli uffici camerali**, in termini di rintracciabilità, chiarezza, estetica della stessa, il giudizio dell'utenza è positivo con un **voto medio di 6,8**. La maggior parte degli intervistati (63%) ritiene la segnaletica "buona", il 19% la ritiene "sufficiente", il 13% è molto soddisfatto, mentre il 5% esprime una valutazione negativa.

Come valuta il comfort degli ambienti di attesa?



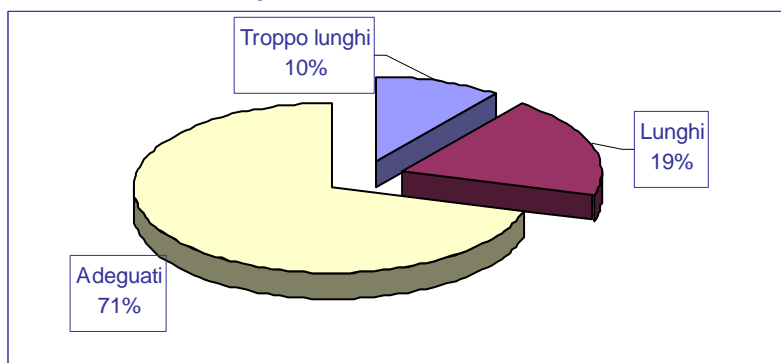
Relativamente al **comfort degli ambienti di attesa** la **votazione** media dell'utenza è di **6,7**; la maggior parte degli intervistati (59%) la ritiene "buona", il 26% la giudica "sufficiente", il 10% esprime una valutazione "ottima", mentre il 5% non è soddisfatto della qualità degli ambienti di attesa della Camera di Commercio.

Quante volte l'anno contatta telefonicamente gli uffici della Camera di Commercio per avere informazioni?



La metà dell'utenza intervistata (52%) contatta spesso per telefono (oltre 5 volte l'anno) gli uffici della Camera di Commercio per avere informazioni, il 30% telefona meno frequentemente (fino a 5 volte l'anno), il 17% dichiara di non contattare mai telefonicamente gli uffici camerale.

Lei ritiene che i tempi di attesa per entrare in contatto con l'operatore del centralino siano?

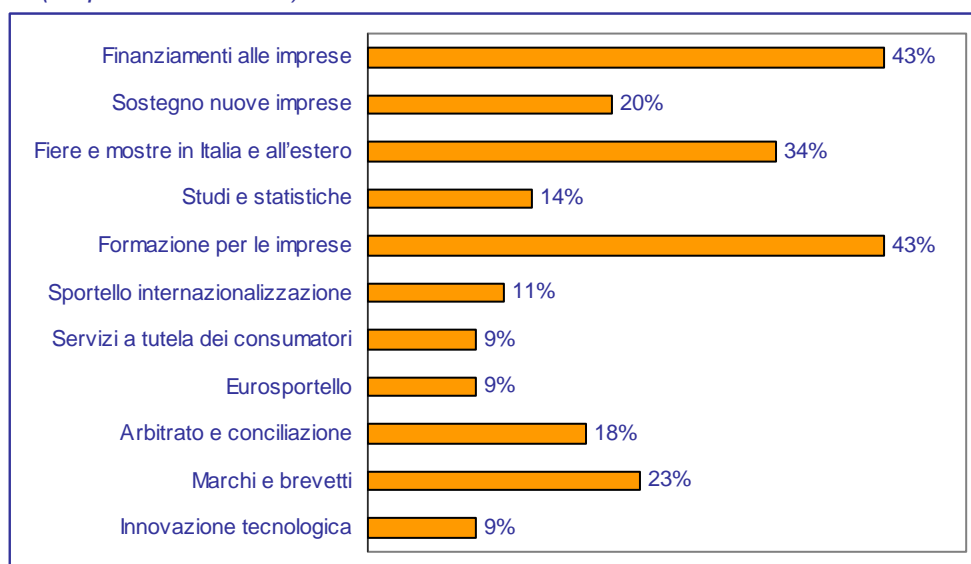


La valutazione per quanto riguarda i **tempi di attesa per contattare l'operatore del centralino** della Camera di Commercio risulta positiva per il 71% degli utenti che chiedono informazioni telefoniche e che considerano i tempi di contatto "adeguati", mentre il 29% dell'utenza non è soddisfatta e ritiene i tempi di attesa lunghi (19%) o troppo lunghi (10%).

2. Area PROMOZIONE E SVILUPPO

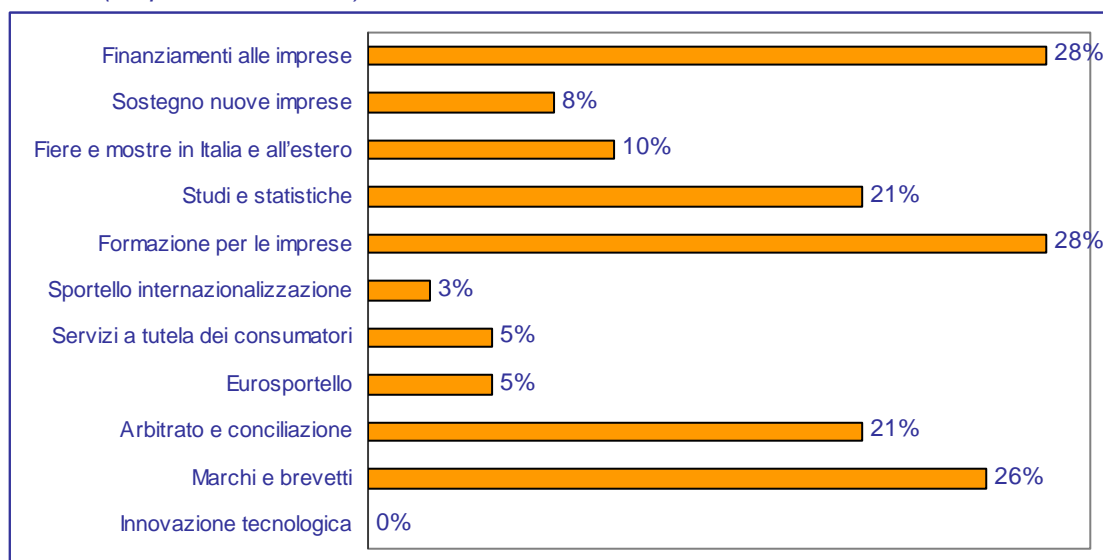
Con riferimento all'Area Promozione e Sviluppo il primo dato che emerge dall'indagine è che **solo il 48%** del campione intervistato **conosce almeno un servizio promozionale** della Camera di Commercio, il restante 52% invece non conosce alcun servizio offerto dall'ente.

Quali servizi di carattere promozionale conosce?
(Risposta MULTIPLA) - Valori % su utenti che conoscono almeno un servizio



I servizi di carattere promozionale che risultano maggiormente conosciuti dagli intervistati sono: “Finanziamenti alle imprese” e “Formazione alle imprese” che sono conosciuti nel 43% dei casi, seguono “Fiere e mostre in Italia e all'estero” (34%), “Marchi e brevetti” (23%), “Sostegno nuove imprese” (20%), “Arbitrato e conciliazione” (18%), “Studi e statistica” (14%) e “Sportello internazionalizzazione” (11%); solo il 9% dell'utenza intervistata conosce i “Servizi a tutela dei consumatori”, l'“Eurosportello” e l'“Innovazione tecnologica”.

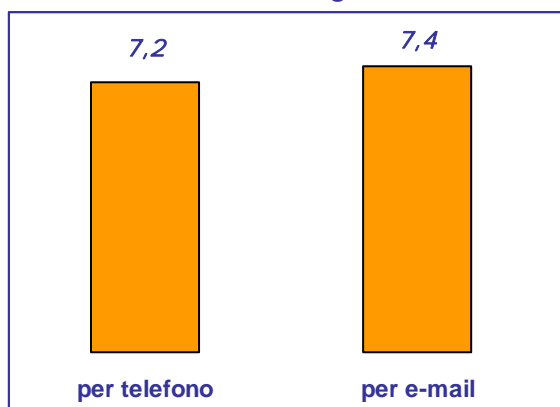
Con quali servizi di carattere promozionale ha contatto?
(Risposta MULTIPLA) - Valori % su utenti che contattano almeno un servizio



La percentuale di coloro che contattano almeno uno dei servizi conosciuti è del 48% e in 7 casi su 10 si tratta di frequentatori abituali. I servizi più contattati sono: “Finanziamenti alle imprese” e “Formazione per le imprese” che sono conosciuti nel 28% dei casi, seguono “Marchi e brevetti” (26%), “Studi e statistica” (21%), “Arbitrato e conciliazione” (21%) e “Fiere e mostre in Italia e all’estero” (10%). Il grado di utilizzo dei seguenti servizi risulta al di sotto del 10%: “Sostegno nuove imprese” (8%), Servizi a tutela dei consumatori” (5%), “Eurosportello” (5%), “Sportello internazionalizzazione” (3%), mentre l’utenza di riferimento di questa indagine non ha alcun contatto con il servizio “Innovazione tecnologica”.

Sintesi dei giudizi (voto da 4 a 8) assegnati dagli utenti per vari aspetti della qualità dei servizi

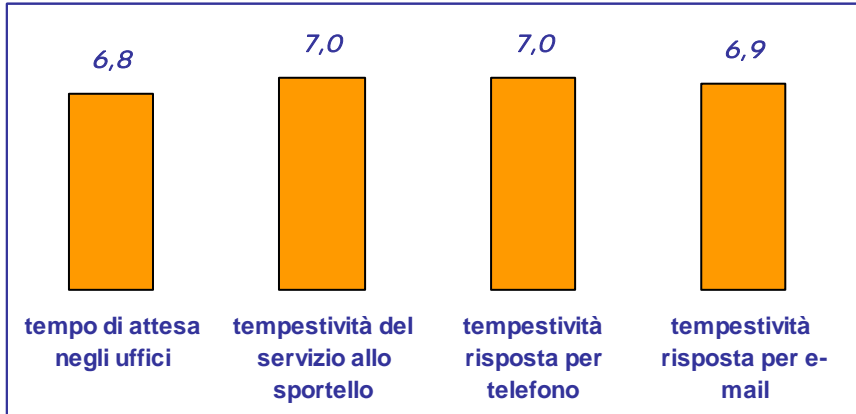
Facilità di comunicare con gli addetti al servizio



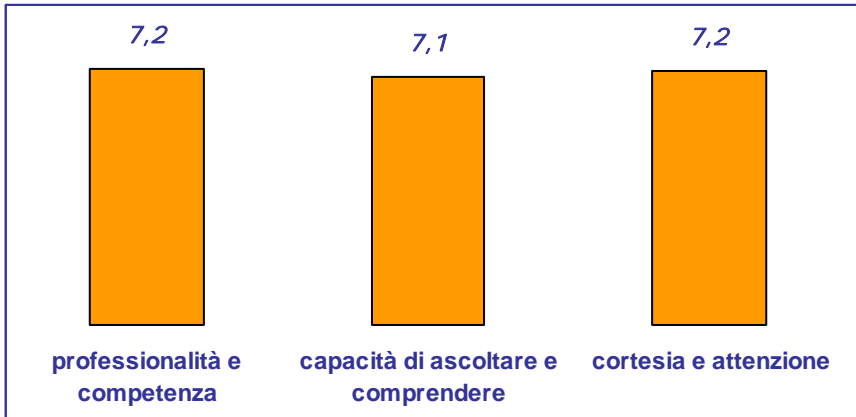
Chiarezza e precisione delle informazioni



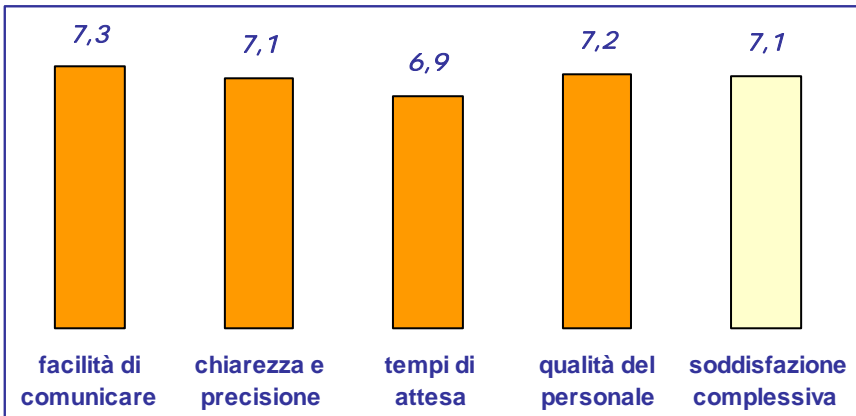
Tempi di attesa e tempestività



Qualità del personale



Qualità generale del servizio



Complessivamente la soddisfazione dell'utenza dei servizi promozionali della Camera di Commercio è buona, il voto medio è pari a 7,1. Da segnalare che nessun intervistato ha utilizzato le classi di valutazione negativa per quanto riguarda la soddisfazione globale dei servizi.

Rispetto ai vari aspetti relativi alla qualità dei servizi offerti, le valutazioni medie dell'area Promozione e Sviluppo sono tutte positive, nel dettaglio il voto più alto si riferisce alla **facilità di comunicare** per e-mail (voto 7,4) e per telefono (voto 7,2) con gli addetti ai servizi. Riguardo alla **chiarezza e precisione delle informazioni** la valutazione è più che buona per quelle fornite direttamente allo sportello (voto 7,2) e per telefono (7,1) e pari a 7,0 (buona) per le indicazioni per e-mail e quelle contenute sul il sito Internet della Camera.

Valutazioni medie più che sufficienti, ma comunque un po' più basse, riguardano i **tempi di attesa** negli uffici (voto 6,8) e la **tempestività** nelle risposte fornite per e-mail (voto 6,9), buona la soddisfazione relativamente alla tempestività del servizio allo sportello e della risposta telefonica (voto 7,0).

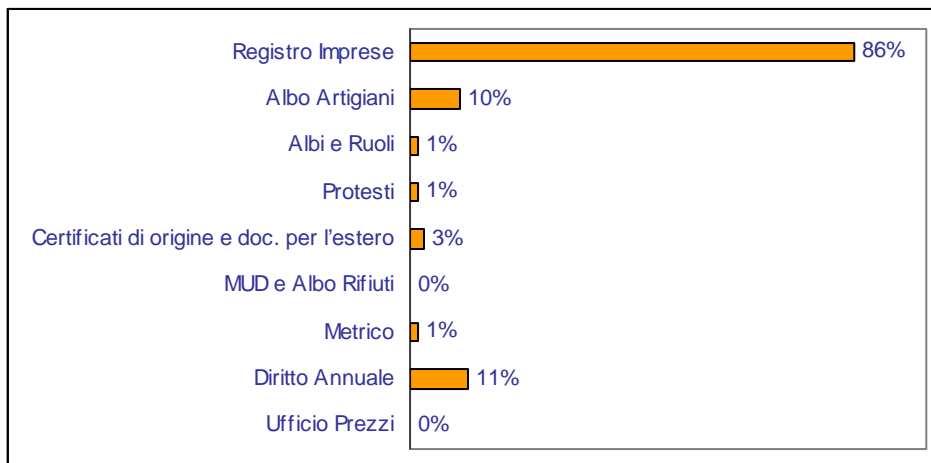
Complessivamente il giudizio espresso sul **personale** è più che positivo: il voto medio è 7,2.

Un 7,2 (più che buono) alla professionalità e competenza del personale addetto a quest'area ed alla cortesia e attenzione rivolta all'utenza, un voto di 7,1 alla capacità di ascoltare e comprendere delle persone addette all'area.

3. Area ANAGRAFICA-METRICO-DIRITTO ANNUALE

Con riferimento all'Area Anagrafica-Metrico-Diritto annuale, il primo dato che emerge dall'indagine è che **l'80%** degli intervistati **contatta almeno un ufficio dell'area**.

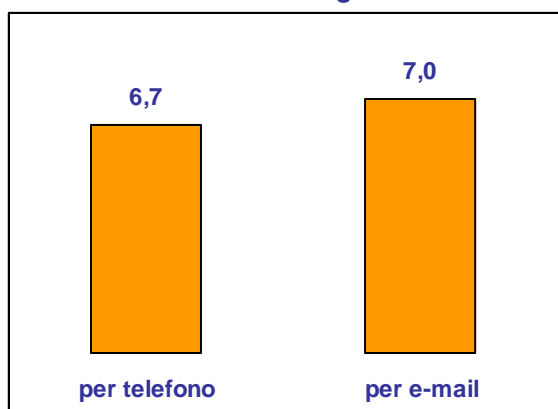
Quali uffici contatta più frequentemente?
(Risposta MULTIPLA) - Valori % su utenti che contattano almeno un ufficio



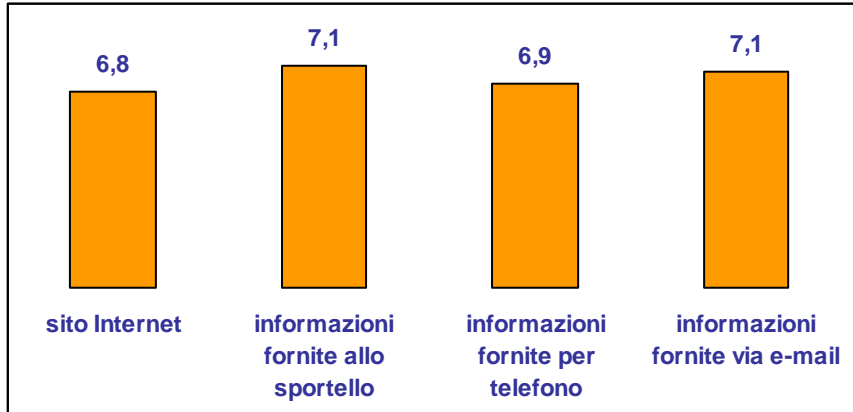
L'ufficio che in assoluto risulta il più utilizzato è il "Registro delle Imprese" che viene contattato frequentemente dall'86% dell'utenza. L'ufficio "Diritto Annuale" risulta il più frequentato nell'11% dei casi, segue l'"Albo Artigiani" con il 10%; l'ufficio "Certificati di origine e documenti per l'estero" viene contattato frequentemente dal 3% del campione, mentre gli uffici "Albi e Ruoli", "Protesti" e "Metrico" risultano utilizzati spesso dall'1% dell'utenza di riferimento. Nessun utente ha dichiarato di contattare frequentemente gli uffici "MUD e Albo Rifiuti" e "Ufficio Prezzi".

Sintesi dei giudizi (voto da 4 a 8) assegnati dagli utenti per vari aspetti della qualità degli uffici

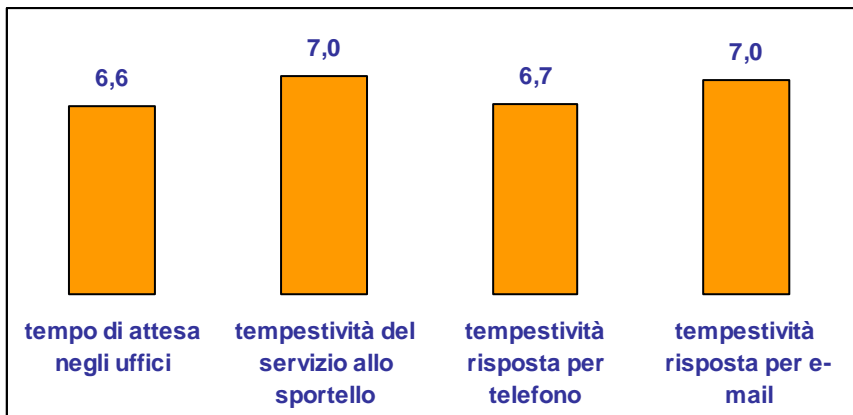
Facilità di comunicare con gli addetti all'ufficio



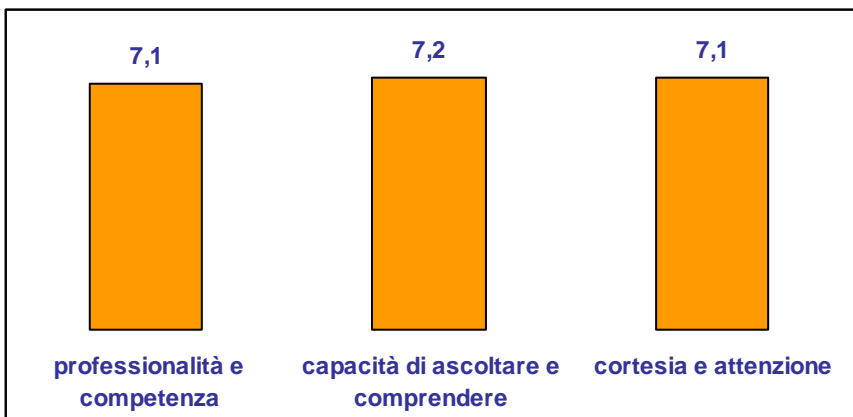
Chiarezza e precisione delle informazioni

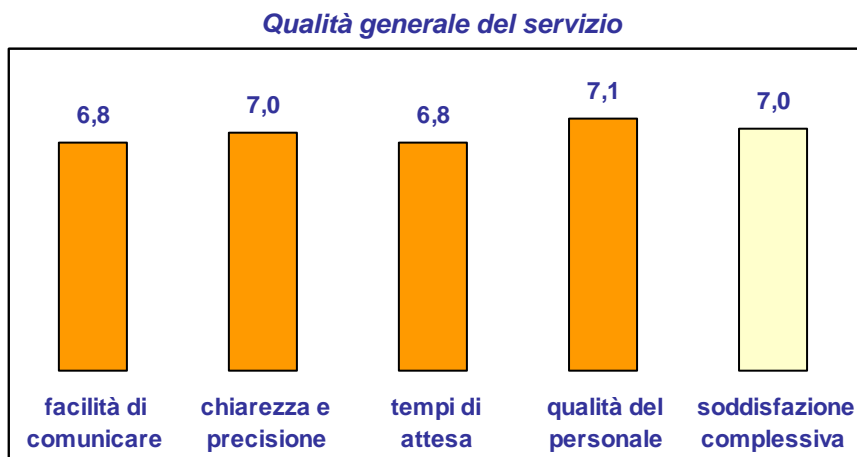


Tempi di attesa e tempestività



Qualità del personale





Complessivamente la soddisfazione dell'utenza degli uffici dell'Area Anagrafica-Metrico-Diritto annuale della Camera di Commercio è buona, il voto medio è pari a 7,0.

Rispetto ai vari aspetti relativi alla qualità dei servizi offerti, le valutazioni medie dell'area sono tutte positive, nel dettaglio **il voto più alto si riferisce alla qualità del personale**, che in media ottiene un voto di 7,1.

Relativamente alla **facilità di comunicare** con gli addetti agli uffici per e-mail il voto è pari a 6,7 (più che sufficiente) e per telefono la valutazione è buona (voto 7,0).

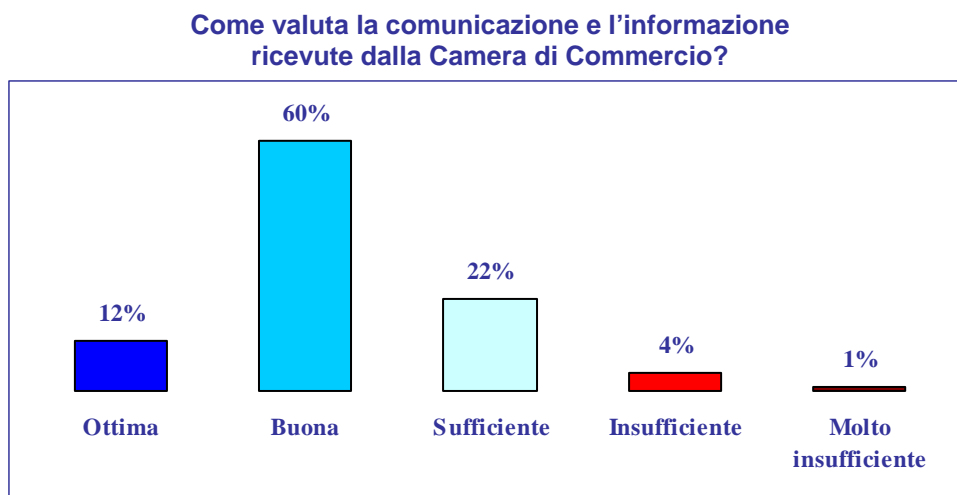
Riguardo alla **chiarezza e precisione delle informazioni** la valutazione è più che buona per quelle fornite direttamente allo sportello (voto 7,1) e via e-mail (7,1) scende a 6,8 la votazione per quanto riguarda le indicazioni contenute sul sito Internet della Camera ed è pari a 6,9 per l'informazione telefonica.

Valutazioni medie più che sufficienti, ma comunque un po' più basse, riguardano i **tempi di attesa** negli uffici (voto 6,6) e la **tempestività** nelle risposte fornite per telefono (voto 6,7), buona la soddisfazione relativamente alla tempestività del servizio allo sportello e della risposta per e-mail (voto 7).

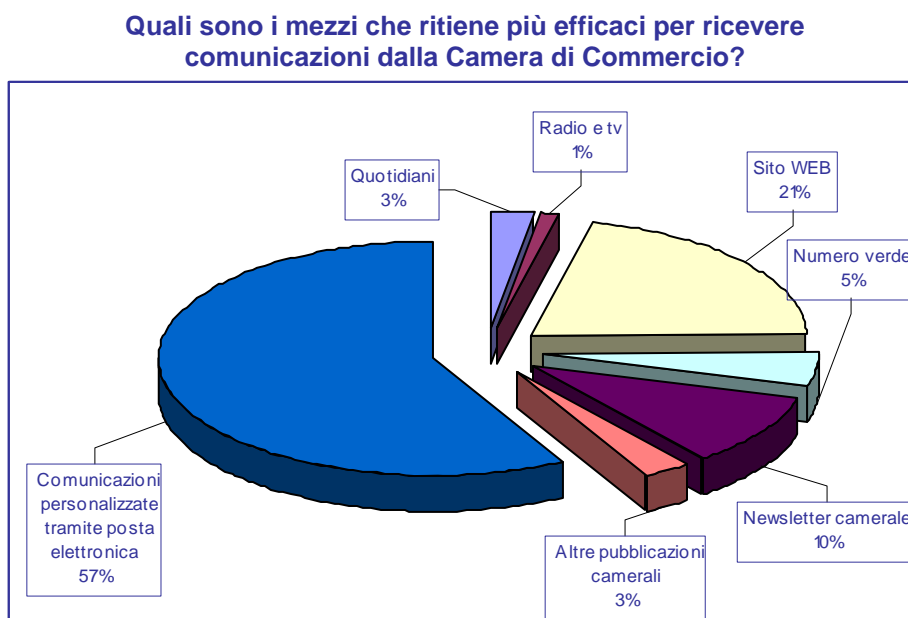
Complessivamente il giudizio espresso sul **personale** è più che positivo: un voto di 7,2 (più che buono) alla capacità di ascoltare e comprendere delle persone addette all'area, un 7,1 alla professionalità e competenza del personale ed alla cortesia e attenzione rivolta all'utenza.

4. COMUNICAZIONE

Complessivamente il giudizio espresso dal campione sulla **comunicazione e l'informazione** ricevute dalla Camera di Commercio è più che sufficiente: **voto medio 6,8**.

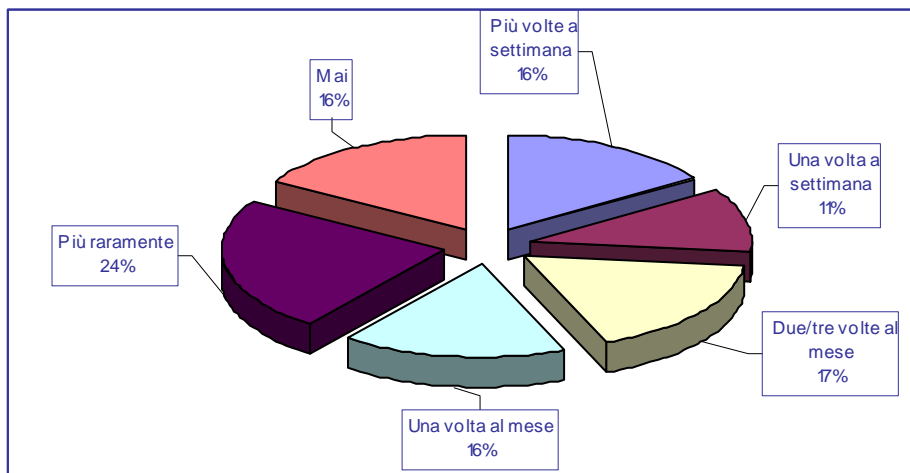


Il 60% dell'utenza intervistata la ritiene "buona", il 22% "sufficiente" e il 12% è pienamente soddisfatto ed esprime un giudizio "ottimo"; il 5% dell'utenza invece si dice insoddisfatto della comunicazione e l'informazione ricevute dalla Camera di Commercio.



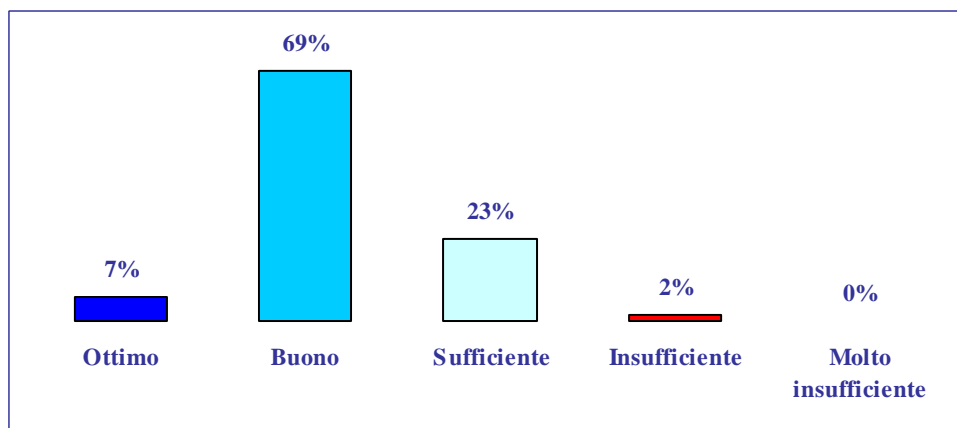
Per quanto riguarda l'indicazione dei **mezzi di comunicazione ritenuti più efficaci** dagli utenti per ricevere informazioni dalla Camera di Commercio, il principale risultato che emerge è che nel 57% dei casi si preferisce ricevere "Comunicazioni personalizzate tramite posta elettronica". Un certo rilievo viene dato anche alla comunicazione attraverso il "sito Web" (21%) e tramite la "Newsletter camerale" (10%). Il 5% dell'utenza ritiene efficace il "Numero verde", mentre di scarso interesse risultano "Quotidiani", "Altre pubblicazioni camerali" (entrambi 3%) e le notizie diffuse attraverso "Radio e Tv" (1%).

Con quale frequenza visita il sito internet della Camera di Commercio?



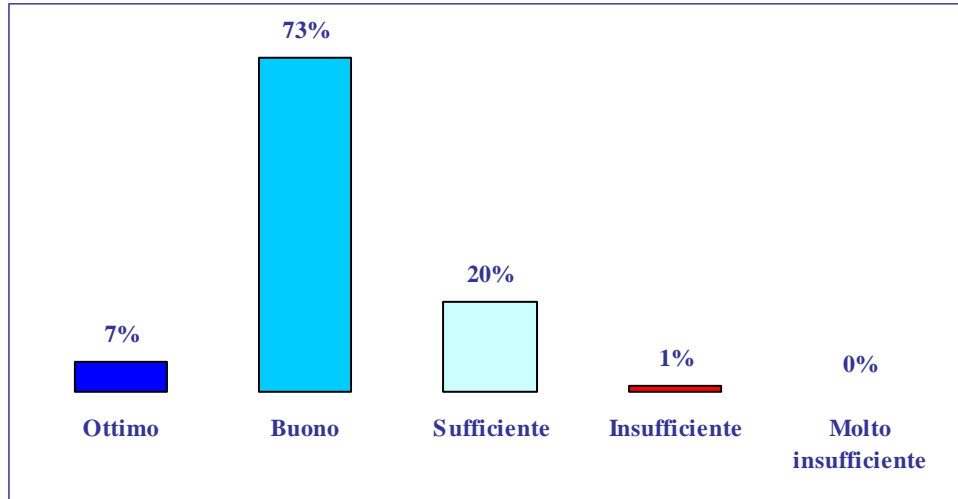
L'84% del campione utilizza il sito Internet della Camera di Commercio, il 27% lo fa abitualmente (16% più volte a settimana; 11% una volta a settimana); il 17% consulta il sito web due/tre volte al mese ed il 16% una volta al mese. Un utente su 4 frequenta il sito camerale raramente mentre il 16% non lo utilizza.

Come valuta la facilità di consultazione del sito web?



Per quanto riguarda la **facilità di consultazione del sito web**, il **voto medio** della soddisfazione dell'utenza risulta essere **pari a 6,8**. Nel dettaglio, il 69% del campione la ritiene "buona", il 23% "sufficiente" e il 7% è pienamente soddisfatto ed esprime un giudizio "ottimo"; soltanto il 2% dell'utenza ritiene invece difficoltosa la consultazione del sito camerale.

Come valuta i contenuti del sito web?



In termini di **contenuti del sito web**, il **voto medio** della soddisfazione dell'utenza risulta essere ancora una volta **pari a 6,8**. Nello specifico, il 73% del campione ritiene i contenuti "buoni", il 20% "sufficienti" e il 7% è pienamente soddisfatto ed esprime un giudizio "ottimo"; soltanto l'1% dell'utenza risulta invece insoddisfatto dei contenuti del sito camerale.

Nota metodologica**Obiettivi**

Obiettivo dell'indagine è quello di misurare l'indice di soddisfazione dell'utenza delle Camere di Commercio toscane (imprese, professionisti, associazioni di categoria, sindacali ed associazioni dei consumatori) rispetto agli aspetti generali e alla qualità dei servizi, alle modalità di comunicazione e di informazione.

Oltre una serie di domande riguardanti i servizi della CCIAA nel loro complesso, la comunicazione e l'informazione fornite all'utenza, la rilevazione è stata rivolta sia sui servizi erogati dall'area definita "Anagrafico-Metrico-Diritto annuale" che sui servizi erogati dall'area "Promozione e sviluppo".

L'indagine è stata progettata per fornire informazioni a livello provinciale ed è stata svolta tenendo conto delle diverse tipologie di utenza che si avvalgono dei servizi indagati e diversificando quindi i questionari rivolti ai fruitori dell'area "Anagrafico-Metrico-Diritto annuale" da quelli per i fruitori dei servizi dell'area "Promozione e sviluppo".

Per motivi organizzativi l'indagine è stata suddivisa in due fasi, la fase 1 ha riguardato le seguenti quattro Camere di Commercio: Firenze, Lucca, Massa Carrara e Pisa. La seconda fase dell'indagine sarà condotta indicativamente nel periodo settembre-ottobre 2009.

Modalità e periodo di rilevazione dei dati

La fase1 dell'indagine è stata condotta tramite interviste telefoniche con il sistema CATI, affidando apposito incarico ad un'impresa specializzata (GN Research di Roma), la rilevazione è stata condotta nel periodo compreso tra il 18 giugno 2009 ed il 9 luglio 2009.

Universo di riferimento e strategia di campionamento

L'universo di riferimento è rappresentato da imprese e professionisti (avvocati, ragionieri, notai, commercialisti) e associazioni di categoria, dei consumatori e sindacali che risultano a vari livelli utilizzatori dei servizi offerti dalle Camere di Commercio.

La distribuzione dell'universo operativo di riferimento per provincia e tipologia di utenza è la seguente:

Province	Universo di riferimento	
	Imprese utenti (1)	Professionisti e associazioni (2)
Firenze	1.748	2.482
Lucca	2.797	1.084
Massa-Carrara	896	433
Pisa	2.340	808
Totale	7.781	4.807

Dall'universo operativo di riferimento sono stati estratti due campioni casuali di utenti, sulla base di un disegno di campionamento ad uno stadio con stratificazione della popolazione secondo le seguenti variabili:

- Provincia
- Tipologia di utenza

Il doppio campionamento è stato necessario per poter somministrare due sezioni diverse del questionario all'utenza più appropriata a ciascuna sezione.

Il campione effettivo è risultato pari complessivamente a 798 unità.

Lo schema di campionamento adottato è il seguente:

Province	Campione	
	Imprese utenti (1)	Professionisti e associazioni (2)
Firenze	95	112
Lucca	92	109
Massa-Carrara	95	101
Pisa	93	101
Totale	375	423

Le elaborazioni dei dati sono state realizzate con il software SPSS 17.00.