



Camera di Commercio
Perugia

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION SUI SERVIZI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PERUGIA

2013





Camera di Commercio
Perugia



Report a cura di
U.O.S. Comunicazione e Urp

Premesse, obiettivi e metodologia

Anche per l'anno 2013 la Camera di commercio ha commissionato a Retecamere, società consortile del sistema camerale, la realizzazione di una indagine di customer satisfaction sui servizi erogati.

La rilevazione 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 relativi 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).

L'indagine è stata condotta su un campione rappresentativo dell'universo delle imprese registrate della provincia di Perugia, stratificato per: forma giuridica delle imprese (società di capitali, società di persone, ditte individuali e altre forme), per settori di attività economica (agricoltura e pesca, industria in senso stretto, costruzioni, commercio, servizi) e per classe di addetti (1-9, 10-49, 50-249 e oltre i 250 addetti). Numerosità campionaria: 713 casi.

Le interviste telefoniche sono state somministrate con il Sistema CATI (Computer-Assisted Telephone Interview) nel mese di ottobre 2013.

Immagine della Camera di commercio presso gli utenti ed efficacia della comunicazione

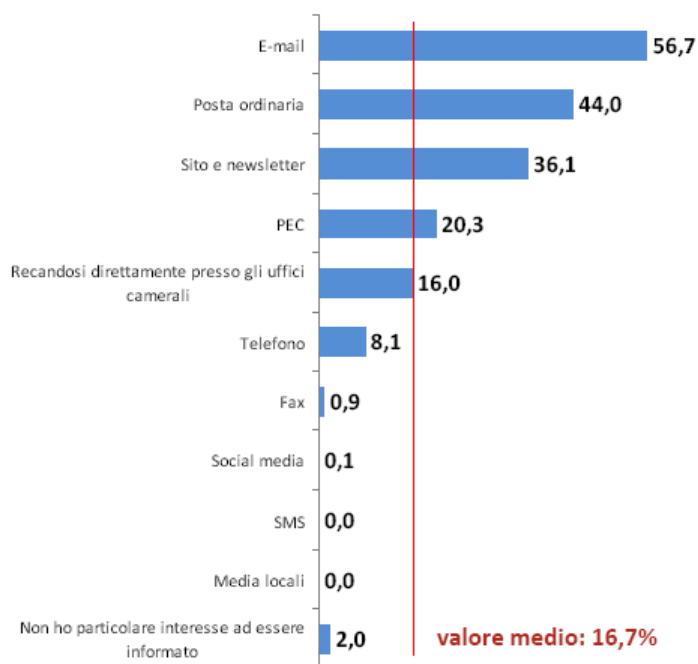
L'80,9% delle imprese intervistate ha dichiarato di avere rapporti con la Camera di commercio sporadici e non continuativi, l'11,3% una volta al mese, il 6,8% almeno una volta a settimana.

Il 24,9% degli intervistati ha preferito i rapporti di natura diretta, recandosi direttamente presso gli uffici della Camera, il 75,1% ha utilizzato come forma di contatto i mezzi di natura telematica (e-mail, sito e telefono/call center camerali).

Il 93% delle imprese intervistate ha dichiarato che la Camera di commercio comunica i servizi che offre in modo "pienamente soddisfacente o accettabile" (i canali di comunicazione presi in considerazione dall'indagine sono: email, fax, posta, , sito internet, rivista "Obiettivo Impresa", sportelli informazioni, newsletter Ciao Impresa, social media).

Particolarmente di interesse il risultato evidenziato nel grafico seguente, che mostra un notevole incremento di preferenze, rispetto alla rilevazione del 2011, per i canali di comunicazione "email" (45,5% nel 2011) e "sito e newsletter" (20,4% nel 2011).

"Con quali modalità ritiene più utile essere informato sui servizi della Camera di commercio?"



Base Campione: 713 casi. La somma delle risposte è diverso da 100% perché erano ammesse risposte multiple.

Conoscenza e gradimento sui servizi erogati

Tra i servizi amministrativi maggiormente conosciuti dalle imprese sono risultati ai primi due posti: il "Diritto Annuale" per il 100% e il "Registro delle imprese" per il 91,6%.

Nel complesso i servizi amministrativi e di regolazione offerti dalla Camera di commercio sono valutati con un giudizio "buono o discreto" dal 95,6% degli intervistati (media Italia: 91,9%).

Tra i servizi di supporto alle imprese maggiormente conosciuti dagli intervistati sono risultati ai primi due posti: le "Informazioni e assistenza sui finanziamenti agevolati: incentivi e contributi alle imprese" per il 74% e la "Partecipazione a fiere, mostre e missioni" per il 70,2%.

Per quanto riguarda l'insieme dei servizi di supporto (studi e ricerche, creazione d'impresa, responsabilità sociale, finanziamenti e contributi, accesso al credito, commercio estero e internazionalizzazione, partecipazione a fiere e mostre, promozione prodotti tipici, imprenditorialità femminile ...) il 91,7% degli intervistati lo valuta "buono o discreto" (a fronte di una media nazionale del 97,7%, per lo stesso intervallo di soddisfazione).

Il 48,5% delle imprese ritiene che la Camera di commercio debba impegnarsi maggiormente per i finanziamenti e contributi alle imprese e il 70,8% desidera che si svolgano maggiori attività di "Informazioni, promozioni e supporto ai contratti di rete di impresa".

Il sito internet è stato usato dal 65,1% degli intervistati che lo hanno utilizzato soprattutto per reperire la modulistica dei servizi della camera (81,9%).

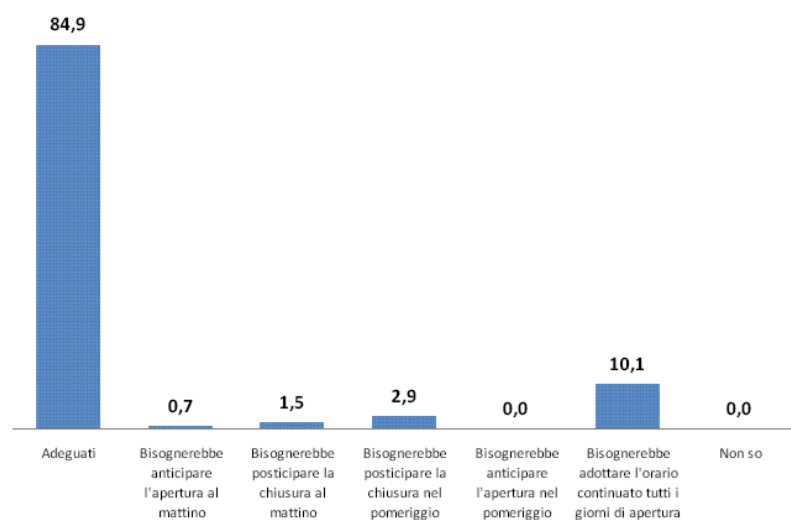
Il 91,7% degli intervistati valuta "buono o discreto" il sito web camerale (in linea con la media nazionale che per lo stesso intervallo di soddisfazione si attesta al 90,1%).

Modalità generali di funzionamento della Camera di commercio

Il 70,8% degli intervistati ha dichiarato di essersi recato personalmente presso la Camera di commercio; altissima è la percentuale delle imprese che considera gli uffici della Camera come "facilmente raggiungibili", il 95,3%.

Il 55,9% del campione ritiene pienamente soddisfacenti i tempi di attesa agli uffici o sportelli camerale; in generale, il 94,4% degli intervistati giudica "buono o discreto" il personale per il servizio allo sportello. Per quanto riguarda l'articolazione dell'orario di apertura al pubblico, va evidenziato un 10,1% degli intervistati che apprezzerrebbe l'adozione di un orario continuato in tutti i giorni di apertura dell'ente, come si evince dal grafico sotto riportato.

"Ritiene che gli orari di apertura al pubblico siano ..."



Base Campione: 491 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente negli ultimi 12 mesi presso gli uffici della Camera di commercio.

La soddisfazione per la modulistica è risultata essere più che discreta, in quanto sia dal punto di vista della reperibilità sia della comprensibilità le imprese tendono ad assegnare un punteggio maggiore della sufficienza (91,4% e 89,9% rispettivamente).

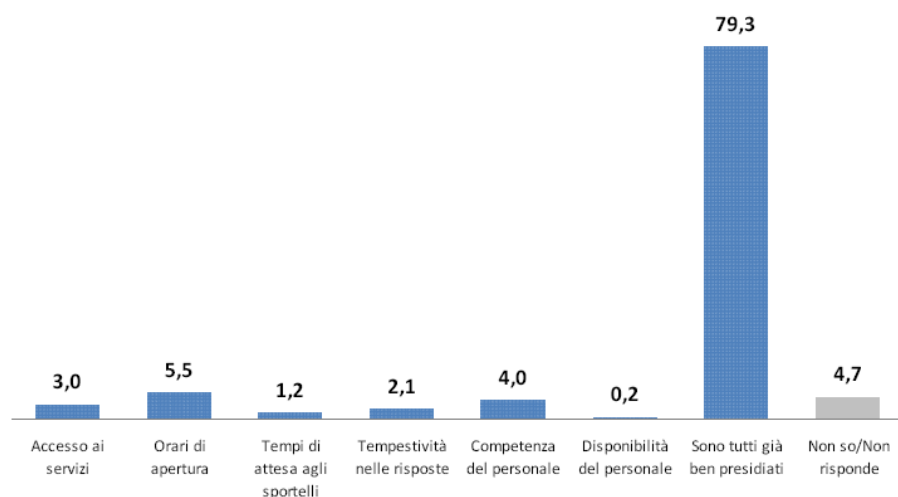
Il servizio del centralino/call center è stato utilizzato dal 54,1% dei conoscitori che per il 56,3% lo hanno giudicato come un servizio "buono".

Nove imprese su dieci ritengono "buono o discreto" il funzionamento della Camera di commercio e l'86,7% degli intervistati farebbe nuovamente ricorso ai servizi e alle iniziative camerale.

Il giudizio complessivo espresso sulle modalità di funzionamento della Camera di commercio si attesta per il 90,6 % degli intervistati sull'intervallo "buono o discreto" (media nazionale: 88,6%).

Per quanto riguarda invece le aree di miglioramento individuate dagli utenti, come evidenziato dal grafico sottostante queste sono focalizzate su: orari di apertura, competenza del personale e accesso ai servizi.

“In relazione ai seguenti aspetti, connessi al rapporto con gli uffici, quali considera prioritari come aree di miglioramento?”



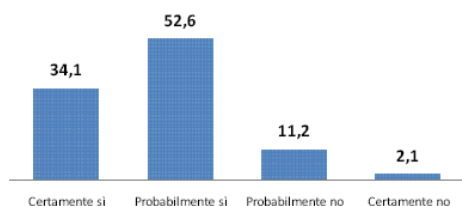
Base Campione: 491 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente negli ultimi 12 mesi presso gli uffici della Camera di commercio.

La rilevazione ha avuto per oggetto anche un sondaggio sull'interesse riscontrato dall'utenza in merito ai servizi offerti dagli enti camerali, in una eventuale ottica di liberalizzazione dei medesimi servizi.

In proposito è interessante notare, con particolare riguardo al dato di benchmark, il sostanziale allineamento dell'utenza camerale che si esprime favorevolmente nell'86,7 % dei casi (86,3% la media Italia). Tale giudizio è formato, in particolare, da un 34,1% che si esprime con "certamente sì" e da un 52,6% di "probabilmente sì".

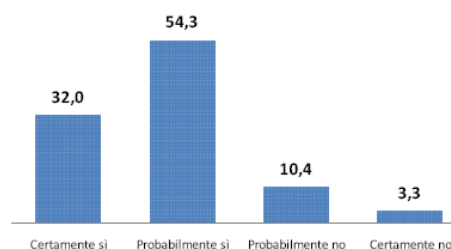
“Farebbe nuovamente ricorso ai servizi, ove non obbligato per legge, o parteciperebbe alle iniziative della Camera di commercio?”

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



Base Campione Perugia: 700 casi.

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



Base Campione Italia: 10.316 casi.