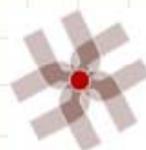


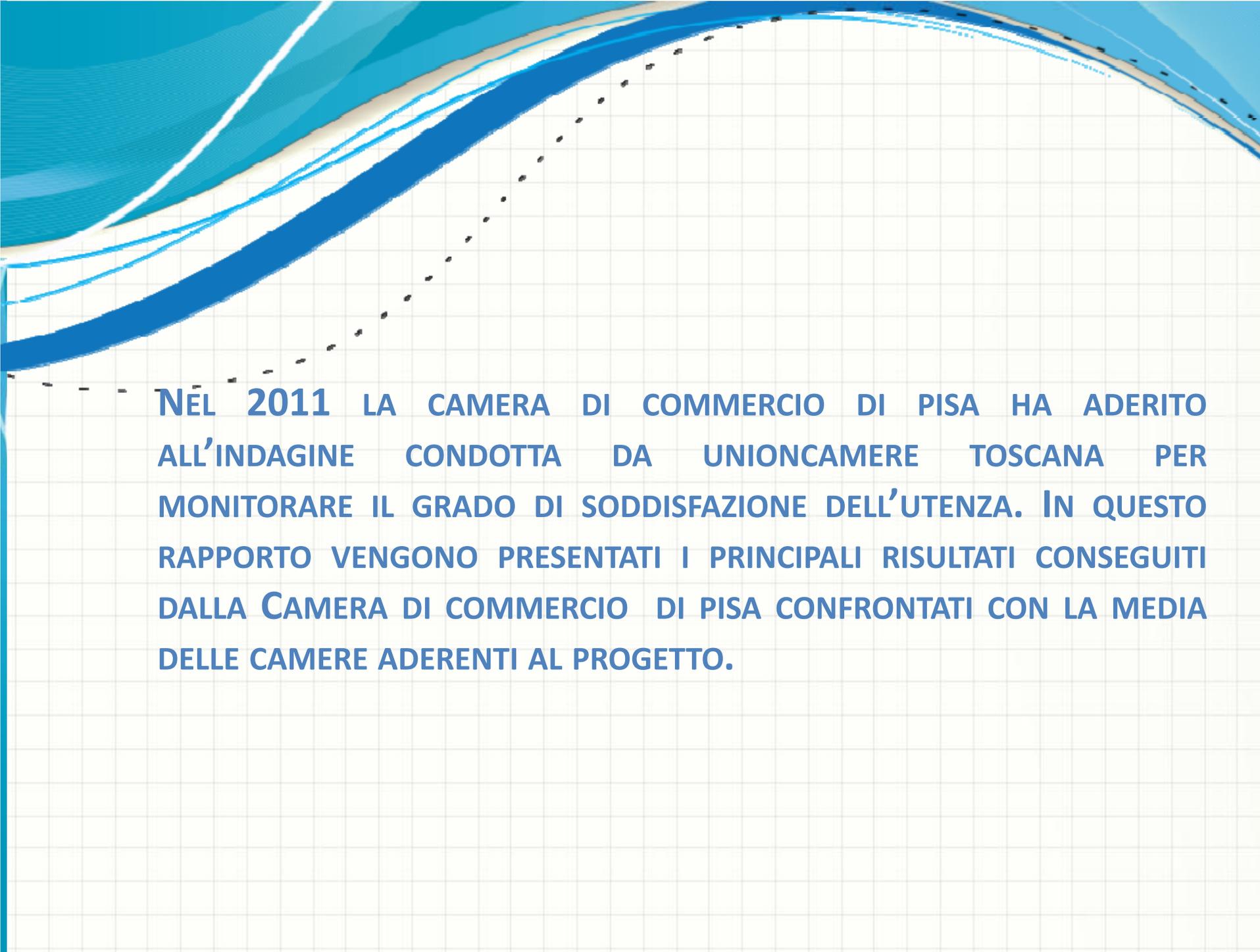
INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION 2011 DELLE CAMERE DI COMMERCIO DELLA TOSCANA (SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI PISA)



Camera di Commercio
Pisa



Unioncamere
Toscana



NEL 2011 LA CAMERA DI COMMERCIO DI PISA HA ADERITO ALL'INDAGINE CONDOTTA DA UNIONCAMERE TOSCANA PER MONITORARE IL GRADO DI SODDISFAZIONE DELL'UTENZA. IN QUESTO RAPPORTO VENGONO PRESENTATI I PRINCIPALI RISULTATI CONSEGUITI DALLA CAMERA DI COMMERCIO DI PISA CONFRONTATI CON LA MEDIA DELLE CAMERE ADERENTI AL PROGETTO.

L'indagine di Customer Satisfaction delle Camere di Commercio toscane è un progetto di sistema che ha l'obiettivo di indagare presso le imprese, i professionisti, le associazioni di categoria:

l'immagine percepita delle Camere di Commercio

il grado di soddisfazione relativo agli aspetti del funzionamento e dell'organizzazione delle Camere di Commercio

il grado di utilizzo e soddisfazione nei confronti dei servizi erogati

l'accessibilità alle informazioni di interesse dell'utente

Individuare periodicamente il grado di adeguatezza/soddisfazione percepito da parte dell'utenza permette di definire le aree di possibile miglioramento e di monitorare nel tempo gli effetti delle azioni migliorative

Valori e termini utilizzati nell'analisi

Scala valori da 4 a 8

4= *molto insufficiente*

5= *insufficiente*

6= *sufficiente*

7= *buono*

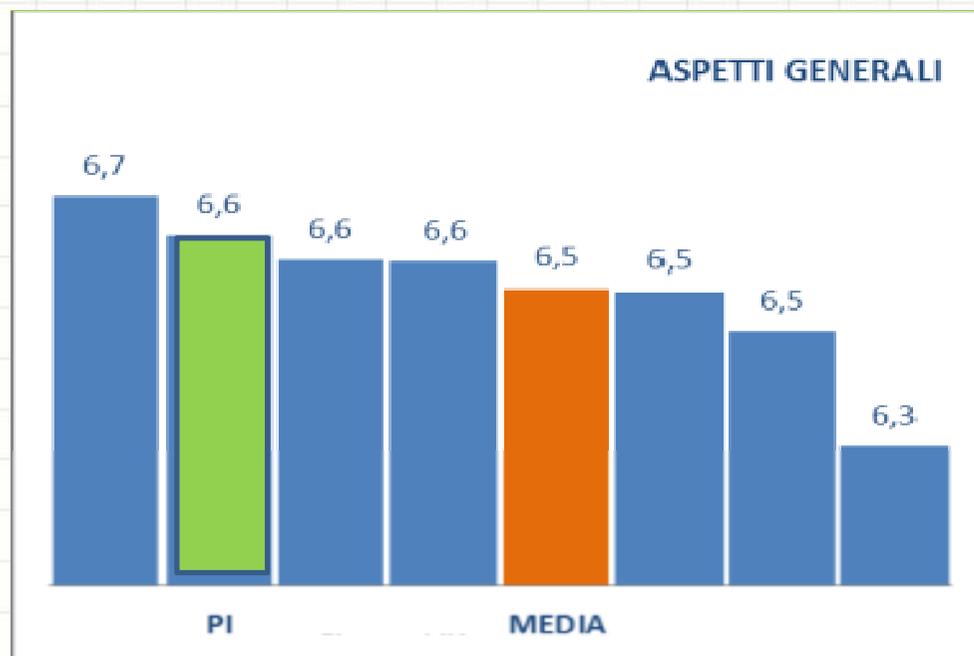
8= *ottimo*

Adeguito/soddisfacente= *buono + ottimo*

**Area di miglioramento/non soddisfacente:
*sufficiente + insufficiente + molto insufficiente***

UTENTI= *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*

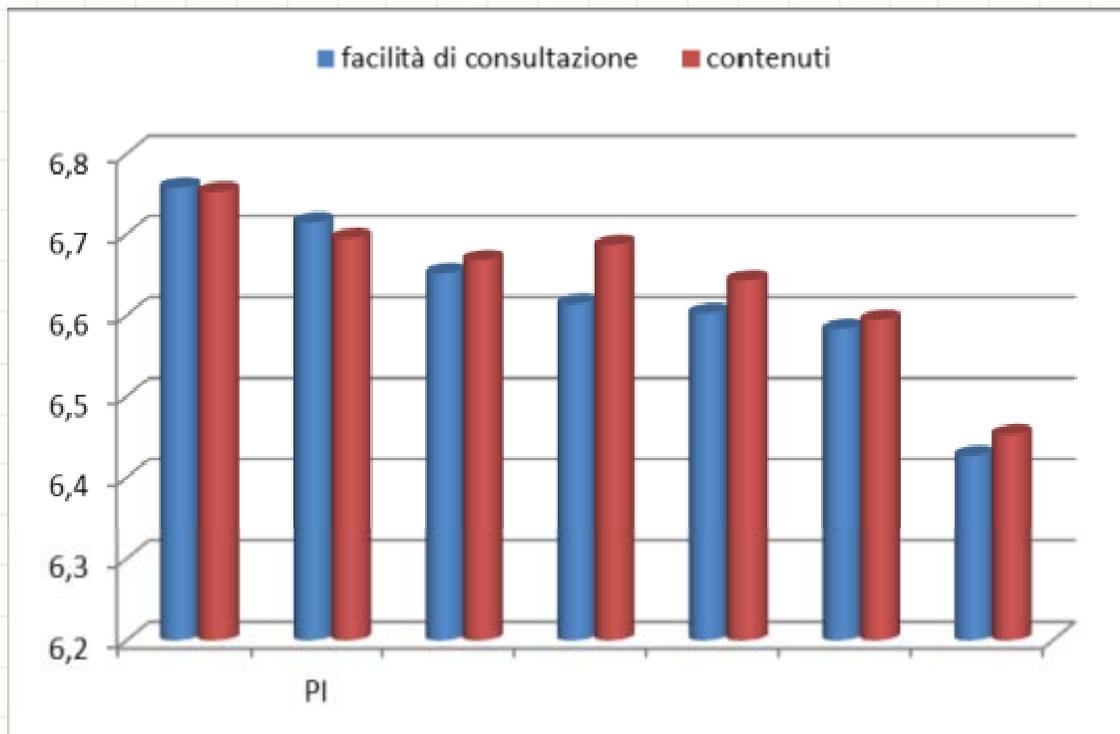
Accoglienza Segnaletica Confort



Media regionale:
6,6 (accoglienza e
confort)
6,5 (segnaletica)

Il giudizio espresso sulla Camera di Commercio di Pisa dal campione di intervistati è più positivo della media regionale:

- qualità dell'**accoglienza all'ingresso** delle CCIAA: *adeguata per il 62% rispetto alla media regionale del 55%*
- **segnaletica** per l'accesso agli uffici camerali: *adeguata per il 58% rispetto al 52% della media regionale degli utenti*
- **confort** degli ambienti di attesa: *soddisfatto il 63% dell'utenza rispetto alla media regionale del 55%*



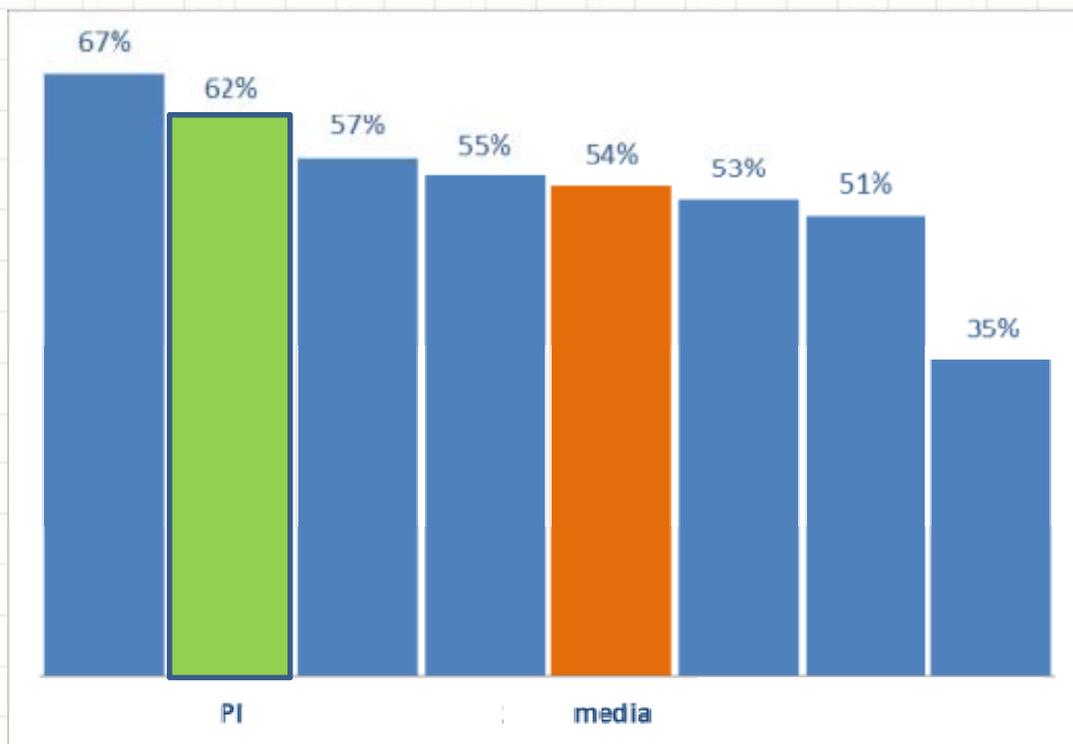
Come valuta il Sito web della Camera di Commercio?

Media regionale 6,6

Il giudizio espresso per la **facilità di consultazione del sito web** (voto CCIAA Pisa 6,7 media regionale 6,6):

- Il 64% degli utenti la ritiene *adeguata* (60% media regionale): “buona” per il 57% (stesso dato medio regionale) e “ottima” per il 7% (3% media regionale)
- Il 33% esprime un giudizio di “sufficienza” (35% media regionale)
- Il 4% dell’utenza ritiene *difficoltosa* la consultazione (5% media regionale)

In termini di **contenuti del sito web**, l’utenza esprime giudizi analoghi ai precedenti.



Come valuta la comunicazione e le informazioni ricevute dalla Camera?

Voto medio regionale
6,52

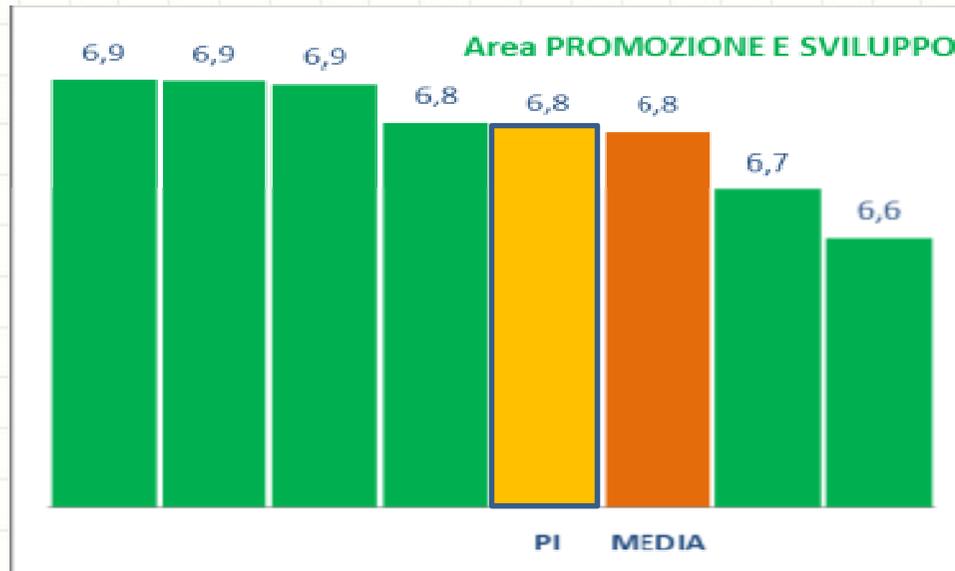
Complessivamente il giudizio espresso dal campione sulla **comunicazione e l'informazione** ricevute dalla Camera di Commercio di Pisa è discreto 6,6 (voto medio 6,52):

- Il 5% degli intervistati valuta il servizio *ottimo*
- Il 57% degli intervistati valuta il servizio *buono*
- Il 35% esprime un giudizio di *sufficienza*
- Il 2% ha espresso *insoddisfazione*

Il 37% dell'utenza si colloca in un'area che possiamo definire «*di miglioramento*» (*sufficiente+insufficiente*) su cui è possibile lavorare in funzione di un complessivo innalzamento dei livelli di soddisfazione.

Valutazione complessiva dell'area Promozione e Sviluppo

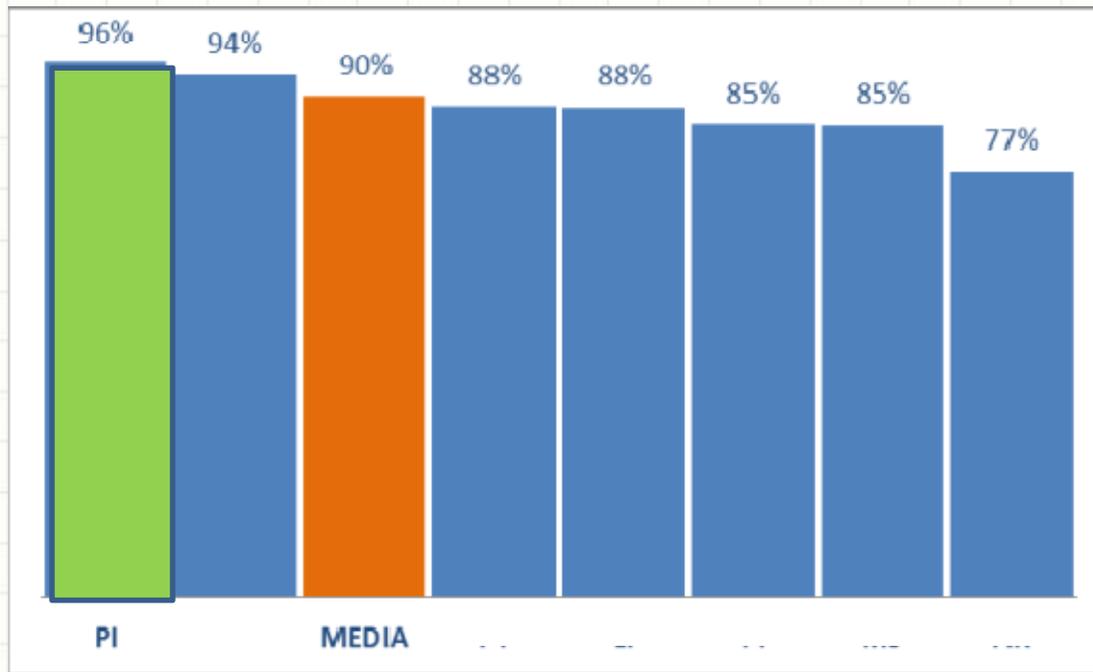
Media regionale 6,8



Il 69% degli utenti è complessivamente soddisfatto dei servizi offerti dall'area Promozione e Sviluppo (media regionale 72%) (voto medio 6,8):

- Il 12% degli intervistati valuta il servizio *ottimo* (media regionale 10%)
- Il 57% degli intervistati valuta il servizio *buono* (media regionale 62%)
- Il 30% esprime un giudizio di *sufficienza* (media regionale 27%)

Da segnalare che nessun intervistato ha utilizzato le classi di valutazione «molto insufficiente» e solo l'1% ha espresso un giudizio di *insufficienza*.

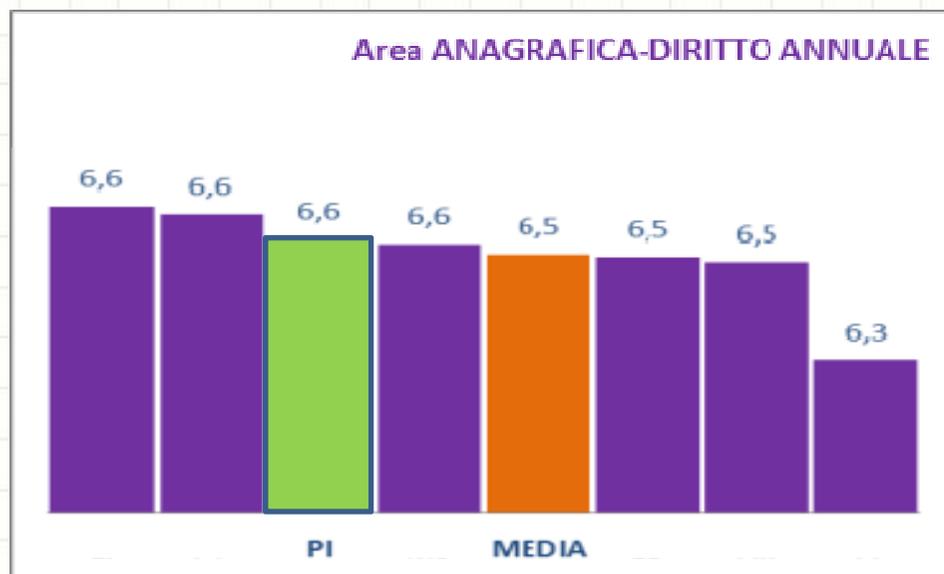


Il servizio erogato dalla Camera di Commercio ha contribuito positivamente alla sua attività?

La maggior parte degli utenti intervistati ritiene **positivo** per la propria attività **il contributo ricevuto dalla CCIAA** attraverso il servizio erogato (96% il dato della CCIAA di Pisa rispetto alla media del 90%).

Valutazione complessiva dell'area Anagrafica-Diritto annuale

Media regionale 6,55



Il 56% degli utenti dei Servizi Anagrafici – Diritto annuale della Camera di Commercio di Pisa è complessivamente soddisfatto dei servizi offerti (media regionale 52%), nel dettaglio:

- Il 4% degli intervistati valuta il servizio *ottimo* (media regionale del 5%)
- Il 52% degli intervistati valuta il servizio *buono* (media regionale del 47%)
- Il 43% esprime un giudizio di *sufficienza* (media regionale del 46%)
- L'1% ha espresso *insoddisfazione* (media regionale del 2%)

Metodologia di indagine

Interviste telefoniche su un campione di circa 1.600 utenti estratti da elenchi forniti dalle 7 Camere di Commercio che hanno partecipato all'iniziativa:

Arezzo – Firenze – Livorno – Lucca – Massa Carrara – Pisa – Pistoia

Questionario di indagine costituito da cinque sezioni:

Aspetti generali

Area Promozione e Sviluppo

Area Anagrafica-Diritto annuale

Comunicazione

Sondaggio sui Non utenti

Obiettivi conoscitivi: misurare il grado di conoscenza, utilizzo e soddisfazione dei servizi camerali, ed il grado di accessibilità agli uffici ed alle informazioni di interesse; individuare il grado di adeguatezza/soddisfazione percepito da parte dell'utenza e le aree di possibile miglioramento

Modalità e periodo di rilevazione dei dati: l'indagine è stata condotta tramite interviste telefoniche con il sistema CATI, affidando apposito incarico ad un'impresa specializzata (ISR di Massa Carrara), la rilevazione è stata condotta nel periodo compreso tra il 21 settembre ed il 19 ottobre 2011.

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.