

STATISTICA

REPORTING SULLA QUALITA' DEI SERVIZI DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI BOLOGNA

CUSTOMER SATISFACTION

Indicatori di sintesi

Anno 2013



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI BOLOGNA

Camera dell'Economia





RILEVAZIONI DI CUSTOMER SATISFACTION ANNO 2013

PRESENTAZIONE

Nel 2013 si è data attuazione ad un obiettivo posto chiaramente dai nuovi organi camerali: rilevare il gradimento dei servizi dell'Ente al fine di individuare il più precisamente possibile gli ambiti di miglioramento dell'attività della Camera di Commercio.

E' da più di un decennio che l'Ente svolge attività di rilevazione della soddisfazione di coloro che usufruiscono delle attività e dei servizi camerali. Venivano però sottoposte domande differenti dalle varie aree organizzative che portavano a risultati non confrontabili all'interno della organizzazione e nel tempo.

Nel 2013 per la prima volta è stato adottato un unico metodo di valutazione elaborato sulla base delle linee guide proposte dal Dipartimento della Funzione Pubblica.

E' stato quindi predisposto un unico modello di rilevazione della customer satisfaction. Esso è stato declinato con le particolarità specifiche e distinte che presentano i servizi allo sportello e quelli telematici.

I modelli base sono stati elaborati e condivisi con i responsabili delle diverse aree organizzative con un percorso che ha coinvolto profondamente tutta l'organizzazione.

I risultati delle rilevazioni effettuate sono confrontabili all'interno dell'organizzazione sia con modalità verticali (per aree o per dipartimenti) che in orizzontale su tutta la struttura (per tipologia di domande).

Il quadro che ne esce è quello di un elevato gradimento complessivo con la parallela indicazione di ambiti di intervento migliorativi specifici per ogni area, che rappresentano stimoli sui quali intervenire per il confronto con il 2014 le cui nuove rilevazioni sono già in corso.

Giada Grandi
Segretario Generale della
Camera di commercio di Bologna

Marzo 2014



SOMMARIO

INTRODUZIONE

§ I SERVIZI FORNITI DALLA CAMERA DI COMMERCIO DI BOLOGNA NEL COMPLESSO

- ▶ UTENZA ALLO SPORTELLO
- ▶ UTENZA TELEMATICA

§ AREE

AREA COMUNICAZIONE E SERVIZI INFORMATIVI

- ▶ RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET

AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE

- ▶ RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET - UTENZA SPORTELLO
- ▶ RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET - UTENZA TELEMATICA

AREA PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE

- ▶ RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET - PROMOZIONE INTERNA
- ▶ RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET - PROMOZIONE ESTERA

AREA ANAGRAFE ECONOMICA

- ▶ RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET - REGISTRO IMPRESE
- ▶ RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET - IMOLA

AREA GESTIONE AMBIENTALE

- ▶ RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET - ALBO GESTORI AMBIENTALI
- ▶ RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET - SERVIZI AMBIENTALI

§ ALTRE RILEVAZIONI

- ▶ SPORTELLI DEL REGISTRO DELLE IMPRESE, ATTIVITA' ARTIGIANE, ALBI E RUOLI
- ▶ SERVIZIO DI MEDIAZIONE



INTRODUZIONE

La Camera di Commercio di Bologna ha condotto una serie di indagini di customer satisfaction presso i servizi camerali che hanno rapporti con l'utenza esterna (vedi tabella allegata) allo scopo di misurare il livello di soddisfazione degli utenti nei confronti dei servizi erogati dall'ente.

Si fa presente che alcune elaborazioni relative all'Area Promozione e Internazionalizzazione riguardanti i contributi erogati, essendo collegate alle date di apertura e chiusura dei bandi relativi, verranno elaborate nel 2014.

<i>AREE ED UFFICI INTERESSATI</i>	<i>Questionari distribuiti all'utenza (a)</i>	<i>di cui: Questionari distribuiti all'utenza telematica</i>	<i>Questionari compilati (b)</i>	<i>di cui: Questionari compilati utenza telematica</i>	<i>% Questionari compilati su quelli distribuiti (b/a)</i>
<i>AREA COMUNICAZIONE E SERVIZI INFORMATIVI</i>	<i>1.449</i>	<i>0</i>	<i>627</i>	<i>0</i>	<i>43%</i>
<i>AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE</i>	<i>183</i>	<i>28</i>	<i>156</i>	<i>8</i>	<i>85%</i>
- Ufficio Brevetti, Marchi e Protesti	109	28	89	8	82%
- Ufficio Metrico e Ispettivo	74	0	67	0	91%
<i>AREA PROMOZIONE E INTERNAZIONALIZZAZIONE</i>	<i>715</i>	<i>0</i>	<i>142</i>	<i>0</i>	<i>20%</i>
- Ufficio Promozione Interna	146	0	64	0	44%
- Ufficio Promozione Estera	569	0	78	0	14%
<i>AREA ANAGRAFE ECONOMICA</i>	<i>129</i>	<i>100</i>	<i>77</i>	<i>48</i>	<i>60%</i>
- Ufficio Registro delle Imprese, Attività Artigiane, Albi e Ruoli	100	100	48	48	48%
- Delegazione di Imola	29	0	29	0	100%
<i>AREA GESTIONE AMBIENTALE</i>	<i>110</i>	<i>61</i>	<i>64</i>	<i>15</i>	<i>58%</i>
- Ufficio Albo Gestori Ambientali	49	0	49	0	100%
- Ufficio Servizi Ambientali	61	61	15	15	25%
TOTALE	2.586	189	1.066	71	41%

Sono stati distribuiti due tipi di questionario (i cui fac-simili sono consultabili nelle ultime pagine di questa pubblicazione):

- un questionario rivolto all'utenza che utilizza lo sportello
- un questionario rivolto all'utenza che utilizza i servizi telematici

Il primo tipo di questionario contiene 20 quesiti comuni a tutti i servizi riguardanti l'*accessibilità*, l'*adeguatezza delle informazioni fornite*, gli *aspetti tangibili*, la *competenza del personale addetto*, la *valutazione finale del servizio erogato*, l'*adeguatezza delle informazioni presenti sul sito internet*, il *design*, la *valutazione finale dello stesso* ed infine le *aspettative dell'utente*. Oltre a tali quesiti è inoltre presente una sezione denominata "*capacità di risposta*" contenente quesiti specifici per servizio che variano pertanto di volta in volta e la cui elaborazione si trova nella parte della pubblicazione dedicata all'esame dei singoli indicatori.

Il secondo tipo di questionario, rivolto all'utenza telematica, presenta quesiti in comune con il precedente riguardanti il sito internet, la competenza e la cortesia del personale nonché l'adeguatezza delle informazioni e quesiti invece diversi quali la *gestione*



del contatto con l'utente intesa come idoneità del servizio on-line a raccogliere quesiti e la *sicurezza* intesa come privacy nell'utilizzo di tale servizio.

Hanno utilizzato questo secondo tipo di questionario l'Ufficio Marchi e Brevetti, l'Ufficio Servizi Ambientali e l'Ufficio Registro delle Imprese, Attività Artigiane, Albi e Ruoli.

Al termine di entrambi i questionari è presente infine una sezione aperta agli *eventuali suggerimenti e annotazioni*.

Gli utenti erano chiamati ad esprimere il loro giudizio sulla qualità dei servizi offerti attribuendo un voto da 1 (molto negativo) a 5 (molto positivo).

Sulla base dei voti attribuiti sono stati effettuati due tipi di elaborazioni:

- un tipo di elaborazione che calcola per ogni quesito il grado di soddisfazione dell'utenza espresso in percentuale suddividendo le valutazioni date in classi (da 1 a 2 utenze insoddisfatto e da 3 a 5 utenze soddisfatto)
- un tipo di elaborazione che calcola il voto medio riportato da ogni indicatore ottenuto sommando ogni valutazione per la relativa frequenza / il totale delle risposte. A tale elaborazione è stata associata la stesura di una graduatoria finale per indicatore con affiancata la percentuale corrispondente.

I quesiti a cui non è stata data risposta sono stati esclusi dall'analisi e pertanto non sempre vi è coincidenza con il numero di questionari restituiti.

Mentre si rimanda, per quanto concerne i singoli indicatori per servizio, alla parte specifica della presente pubblicazione, si riportano di seguito le principali indicazioni tratte da un'analisi "orizzontale" (i cui grafici sono alle pagg.) con distinzione fra "utenza allo sportello e "utenza telematica".

Da tale analisi emerge un'immagine complessivamente positiva dell'attività svolta dai vari uffici dell'ente.

Sia l'utenza allo sportello che l'utenza telematica hanno espresso un alto grado di soddisfazione¹, superiore al 90%, per quanto riguarda i vari indicatori del servizio erogato con percentuali vicine al 100% per quanto concerne la cortesia, la disponibilità, la competenza e la professionalità del personale. Gli stessi voti medi² vanno da un minimo di 4,1 ad un massimo di 4,5 per l'utenza allo sportello e da un minimo di 3,5 ad un massimo di 4,2 per l'utenza telematica.

Percentuali e voti medi leggermente inferiori per quanto riguarda il sito internet in modo particolare per coloro che utilizzano il servizio telematico: dall'87% al 94% le percentuali di soddisfazione e dal 3,4 al 3,6 il voto medio.

Nelle pagine successive sono illustrati grafici e tabelle riassuntivi e per singolo servizio con elencati gli eventuali suggerimenti e annotazioni dell'utenza.

¹ I voti attribuiti dall'utenza sono stati suddivisi in "classi di valutazione": voto da 1 a 2 utenze insoddisfatto, da 3 a 5 utenze soddisfatto. Le percentuali indicate si riferiscono al numero degli utenti soddisfatti sul totale dei rispondenti.

² I voti medi sono calcolati sommando i prodotti di ogni voto per la relativa frequenza /il totale delle risposte

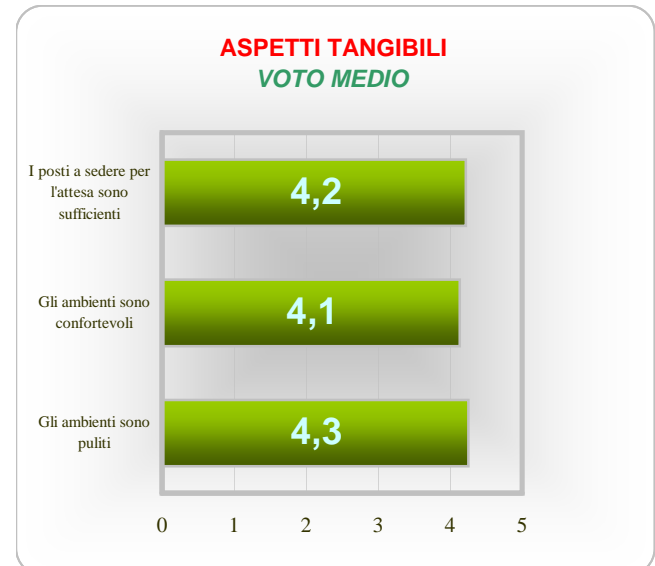
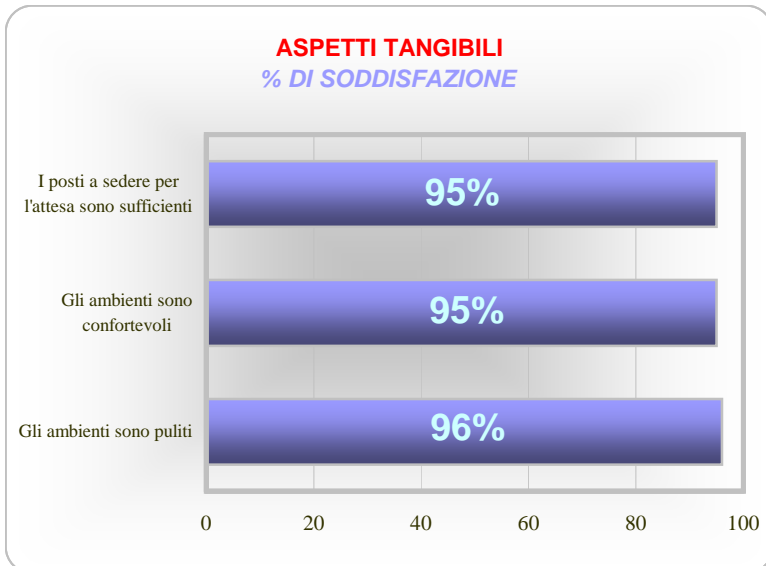
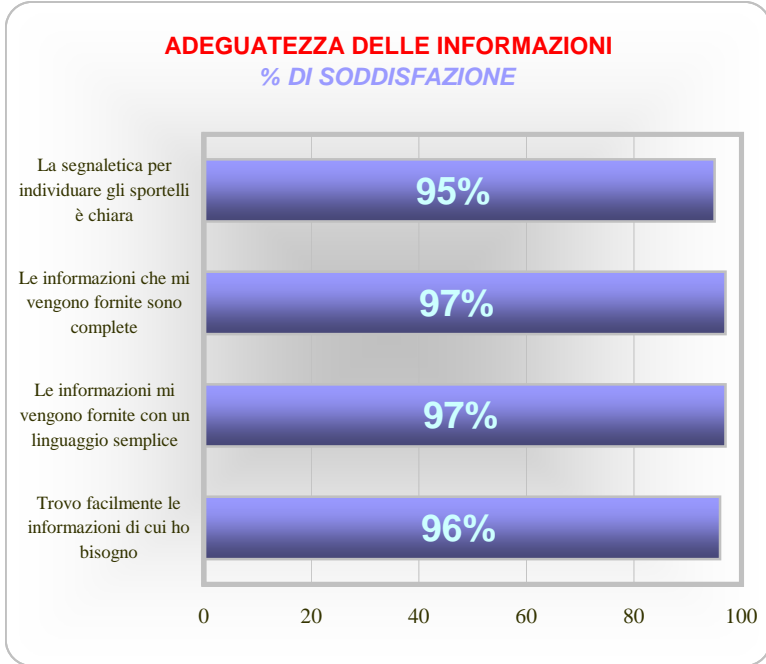
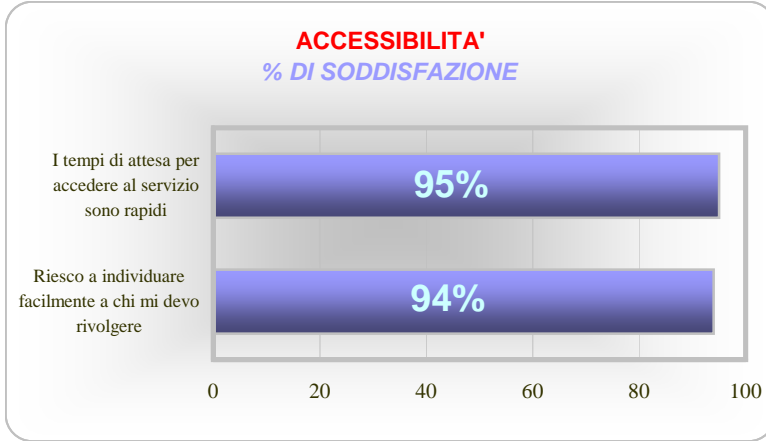


UTENZA ALLO SPORTELLO

ASPETTI DEL SERVIZIO

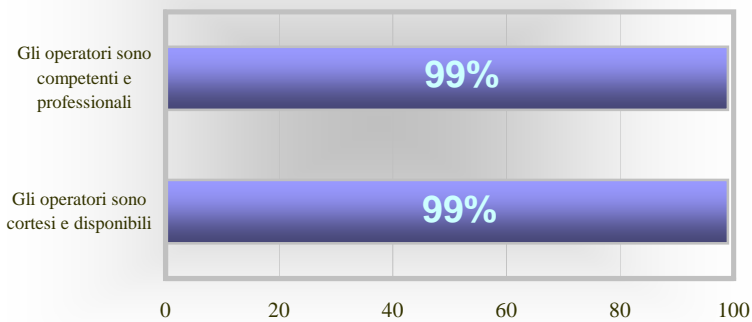
% DI COLORO CHE HANNO ATTRIBUITO UN VOTO DA 3 A 5 SUL
TOTALE DELLE RISPOSTE

VOTO MEDIO CALCOLATO SUI VOTI DA 1 A 5
ASSEGNATI

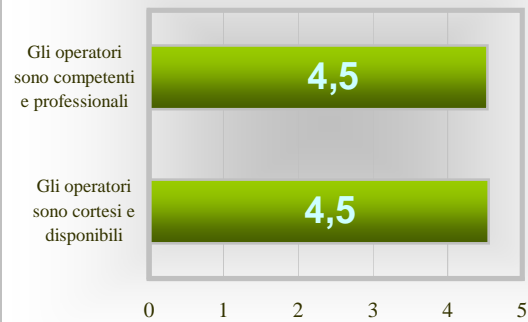




PERSONALE
% DI SODDISFAZIONE

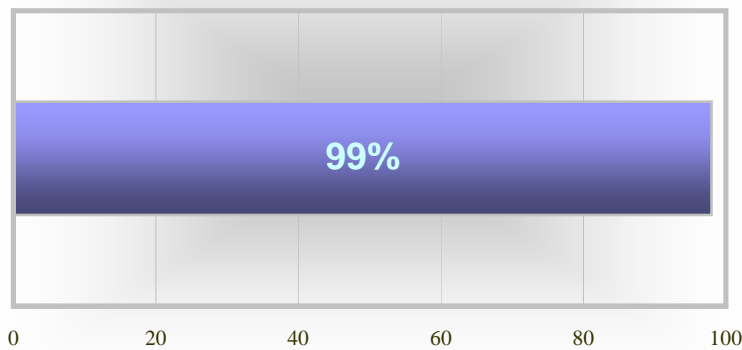


PERSONALE
VOTO MEDIO



VALUTAZIONE FINALE DEL SERVIZIO

% DI SODDISFAZIONE
DELSERVIZIO

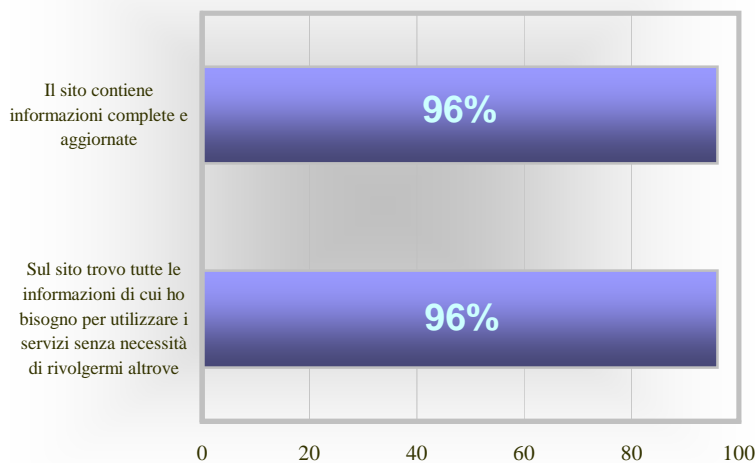


VOTO MEDIO
DATO AL SERVIZIO



SITO INTERNET

ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI SUL SITO
% DI SODDISFAZIONE

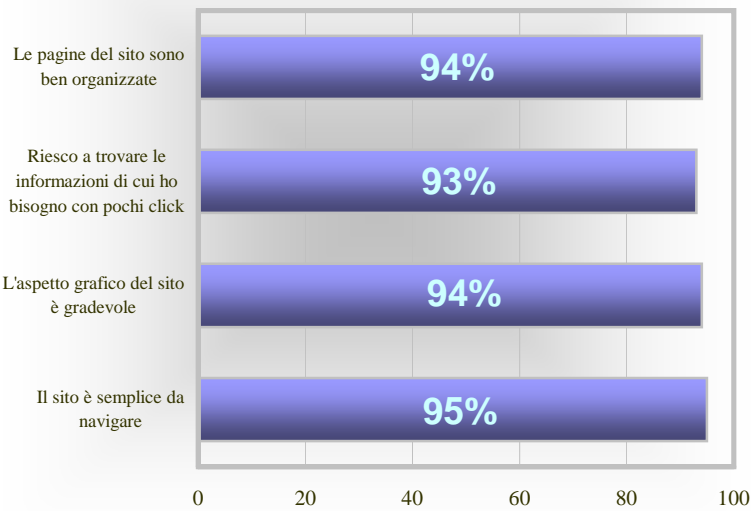


**ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI
SUL SITO**
VOTO MEDIO





DESIGN DEL SITO
% DI SODDISFAZIONE

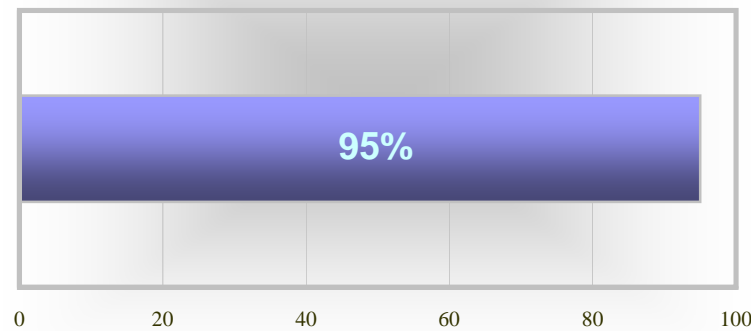


DESIGN DEL SITO
VOTO MEDIO

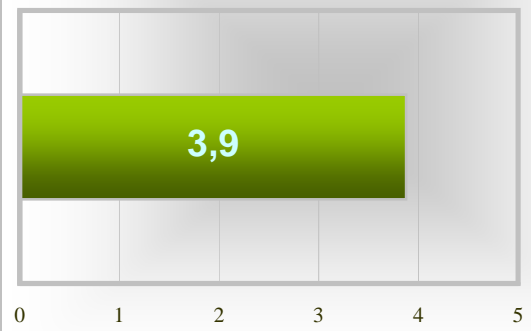


VALUTAZIONE FINALE DEL SITO INTERNET

**% DI SODDISFAZIONE
DEL SITO**



**VOTO MEDIO
DATO AL SITO**

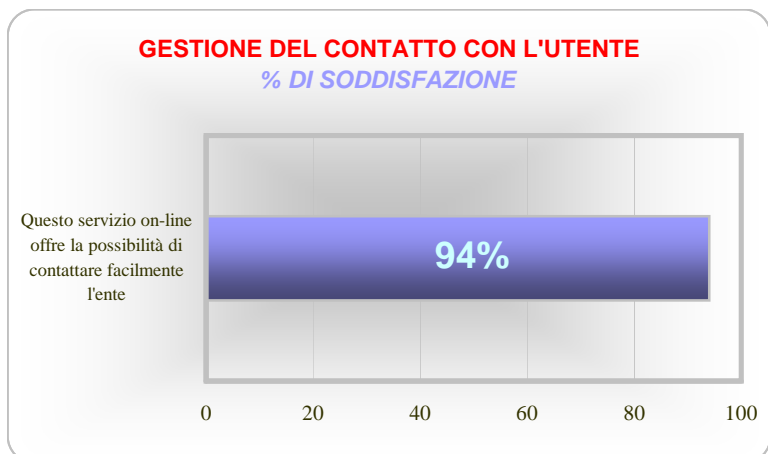
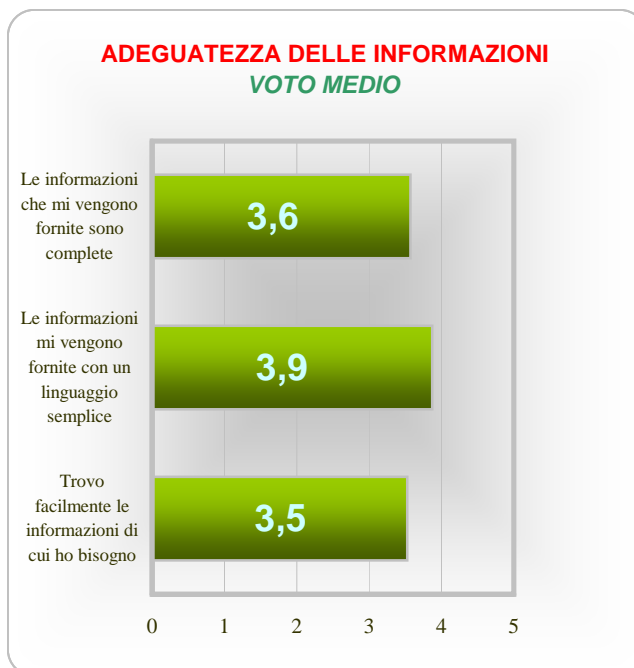
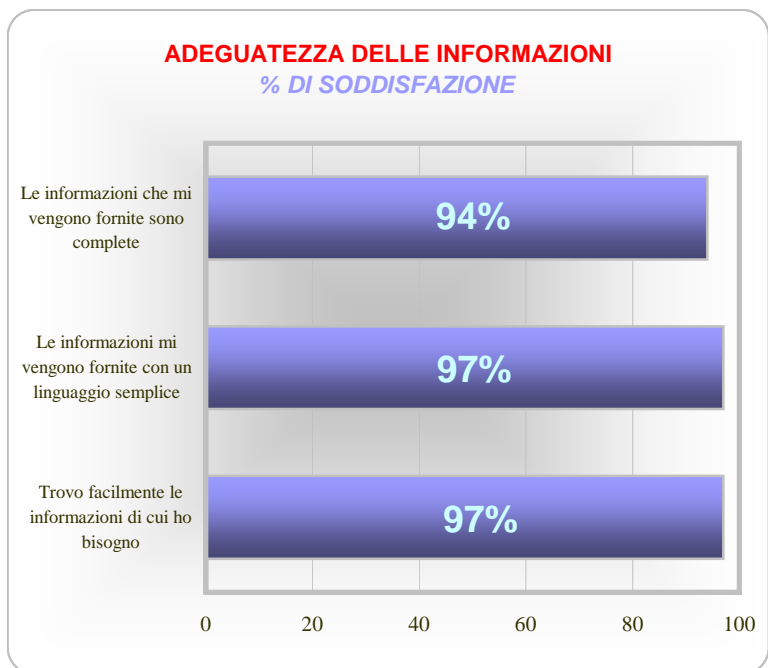
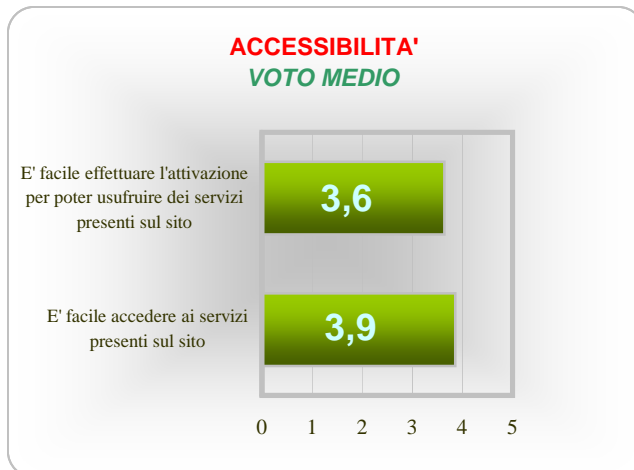
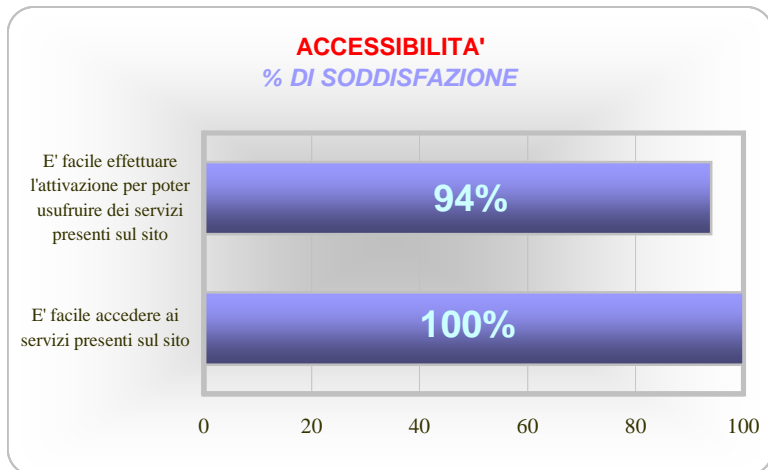


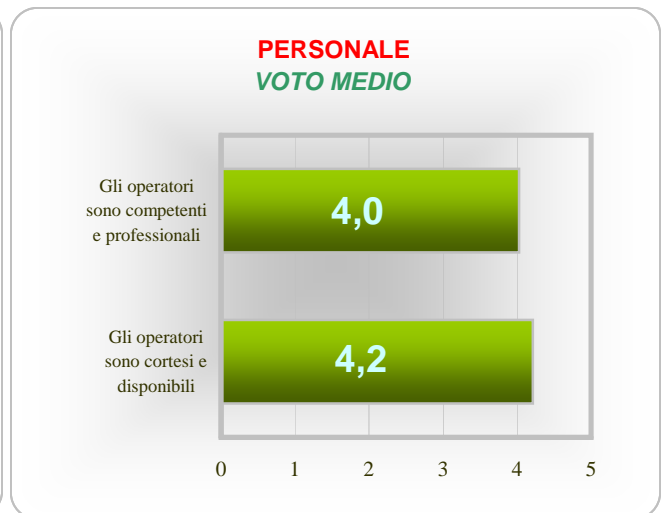
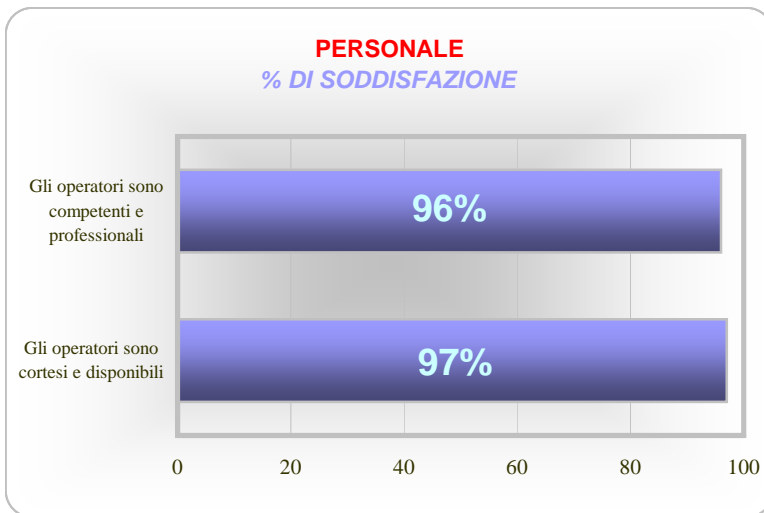
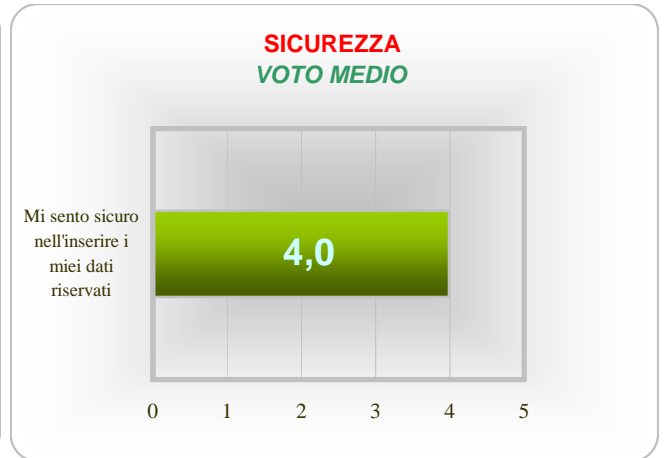
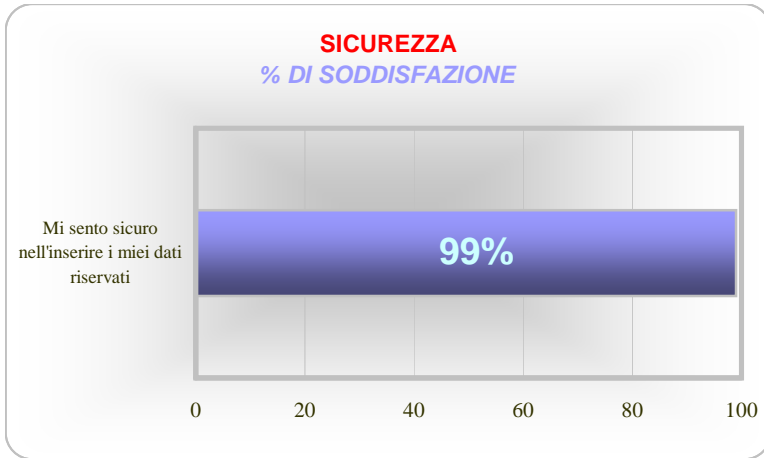
UTENZA TELEMATICA

ASPETTI DEL SERVIZIO

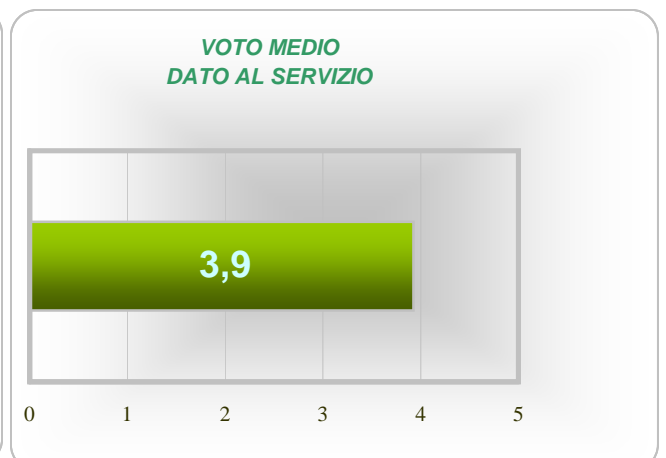
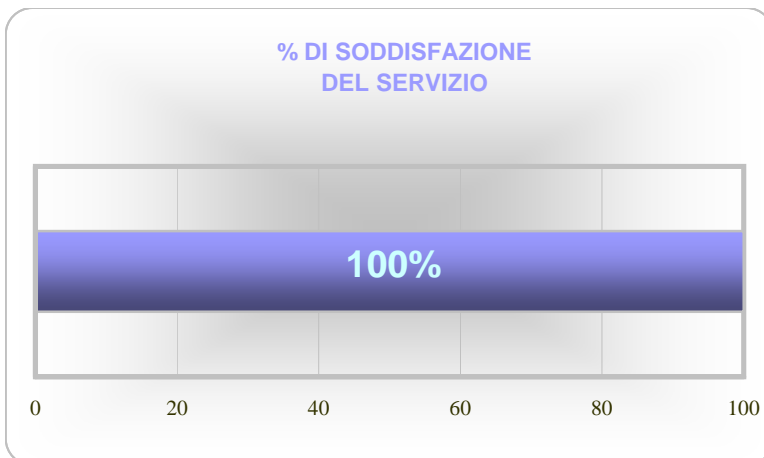
% DI COLORO CHE HANNO ATTRIBUITO UN VOTO DA 3 A 5 SUL
TOTALE DELLE RISPOSTE

VOTO MEDIO CALCOLATO SUI VOTI DA 1 A 5
ASSEGNATI





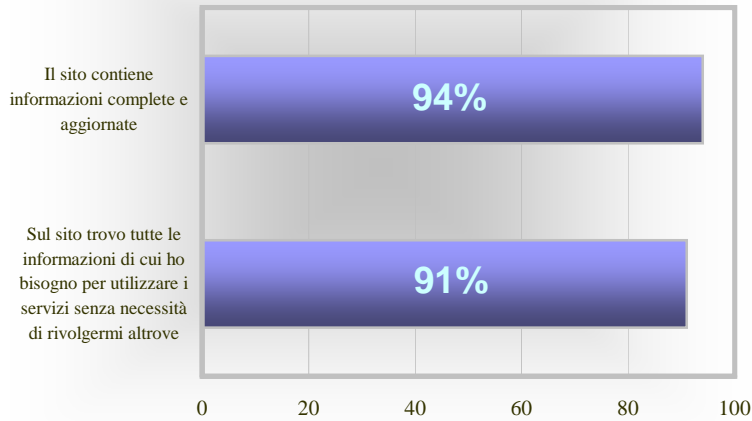
VALUTAZIONE FINALE DEL SERVIZIO



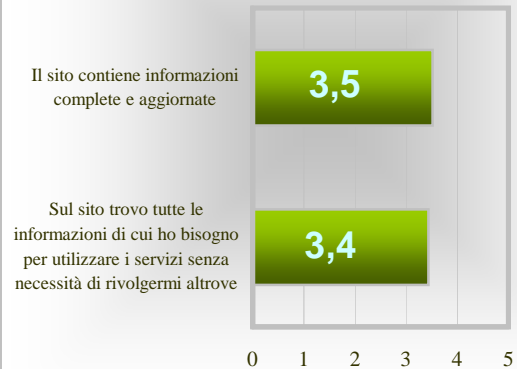


SITO INTERNET

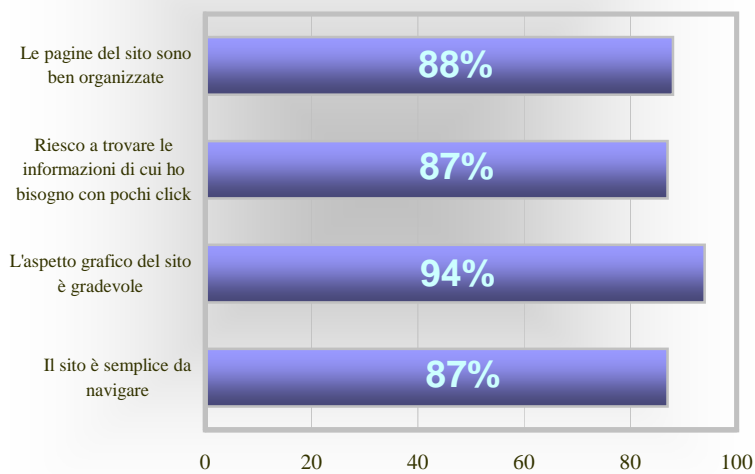
ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI SUL SITO % DI SODDISFAZIONE



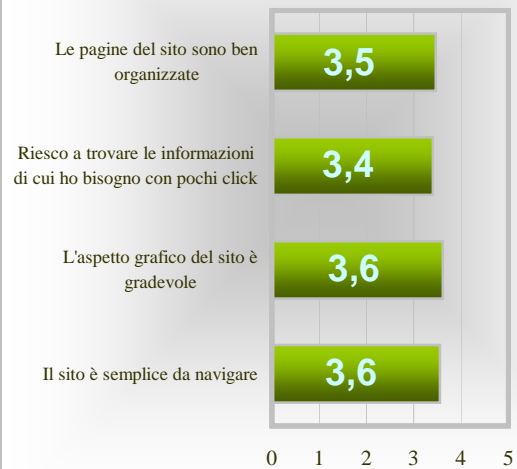
ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI SUL SITO VOTO MEDIO



DESIGN DEL SITO % DI SODDISFAZIONE

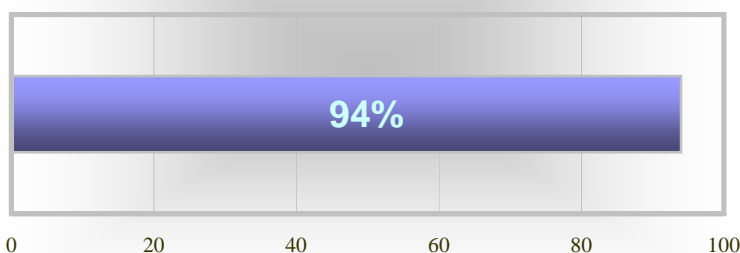


DESIGN DEL SITO VOTO MEDIO

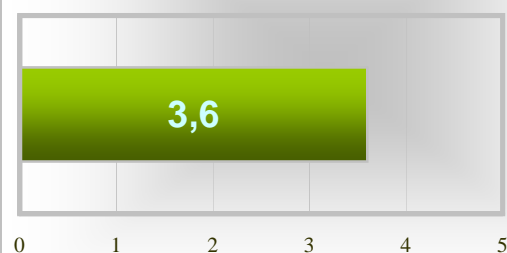


VALUTAZIONE FINALE DEL SITO INTERNET

% DI SODDISFAZIONE DEL SITO



VOTO MEDIO DATO AL SITO





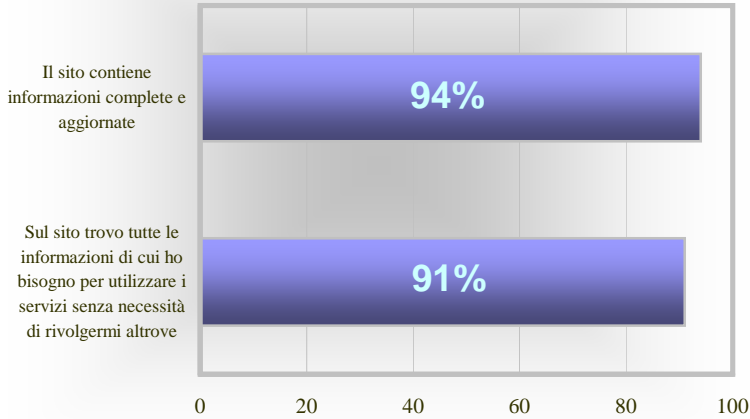
AREA COMUNICAZIONE E SERVIZI INFORMATIVI

- ***RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO
INTERNET***

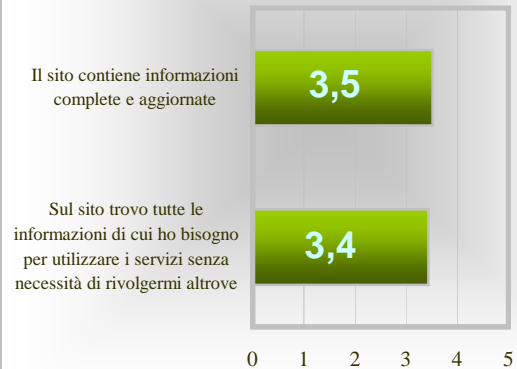


SITO INTERNET

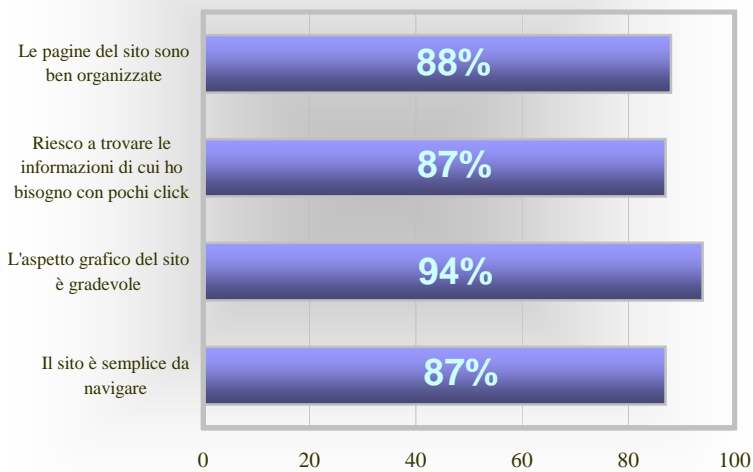
ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI SUL SITO % DI SODDISFAZIONE



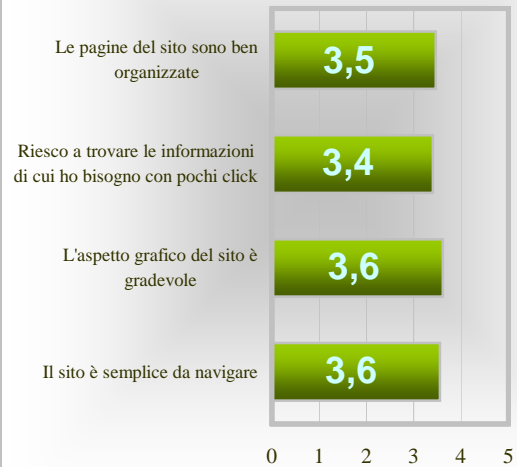
ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI SUL SITO VOTO MEDIO



DESIGN DEL SITO % DI SODDISFAZIONE

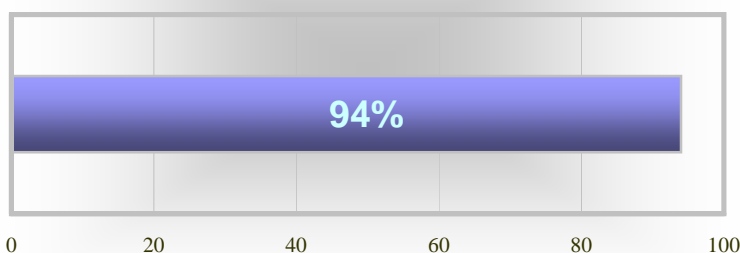


DESIGN DEL SITO VOTO MEDIO

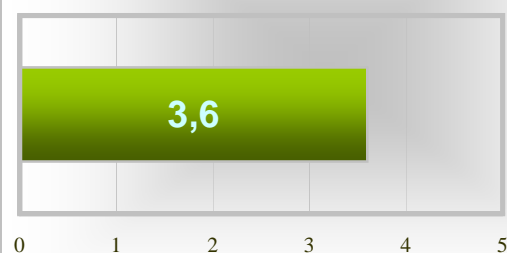


VALUTAZIONE FINALE DEL SITO INTERNET

% DI SODDISFAZIONE DEL SITO



VOTO MEDIO DATO AL SITO





AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE

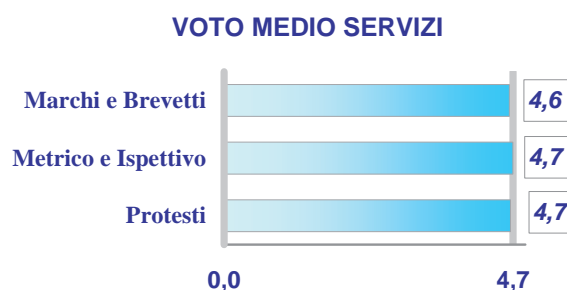
- *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO
INTERNET UTENZA SPORTELLO*
- *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO
INTERNET UTENZA TELEMATICA*

AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE - UTENZA SPORTELLO: il grado di soddisfazione è alto sia per quanto riguarda il servizio nel suo complesso (99%) sia per quanto riguarda, relativamente all'area in esame, il sito internet (94%). Anche i voti medi riportati dai singoli servizi si attestano in modo uniforme su valori alti. Leggermente superiore il voto medio relativo al sito internet riportato dall'Ufficio Protesti

VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto del servizio fornito dallo sportello dell' "Area Tutela del Mercato e del Consumatore" ?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	2	1%
3 - 5	Soddisfatto	144	99%



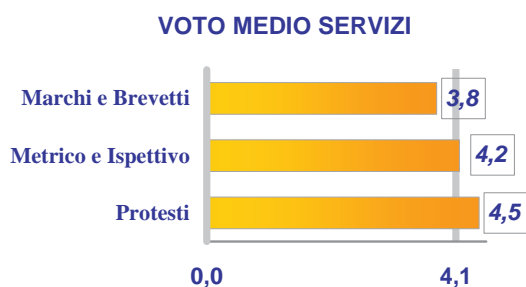
VOTO MEDIO



VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet relativamente all' "Area Tutela del Mercato e del Consumatore" ?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	7	6%
3 - 5	Soddisfatto	101	94%



VOTO MEDIO



AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE - UTENZA TELEMATICA:

il grado di soddisfazione è alto sia per quanto riguarda il servizio nel suo complesso (100%) sia per quanto riguarda, relativamente all'area in esame, il sito internet (100%).

VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto del servizio fornito dall' "Area Tutela del Mercato e del Consumatore" ?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	0	0%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	8	100%

VOTO MEDIO



VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet relativamente all' "Area Tutela del Mercato e del Consumatore" ?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	0	0%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	8	100%

VOTO MEDIO





AREA PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE

- *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO
INTERNET PROMOZIONE INTERNA*
- *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO
INTERNET PROMOZIONE ESTERA*

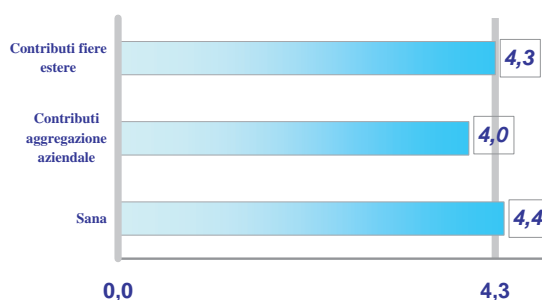
AREA PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE - UFFICIO PROMOZIONE INTERNA: il 100% degli intervistati si dichiara soddisfatto sia del servizio fornito dall'ufficio che del sito internet

VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto del servizio fornito dall' Ufficio Promozione Interna dell' "Area Promozione ed Internazionalizzazione"?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	0	0%
3 - 5	Soddisfatto	55	100%

VOTO MEDIO ATTIVITA' SVOLTE



VOTO MEDIO

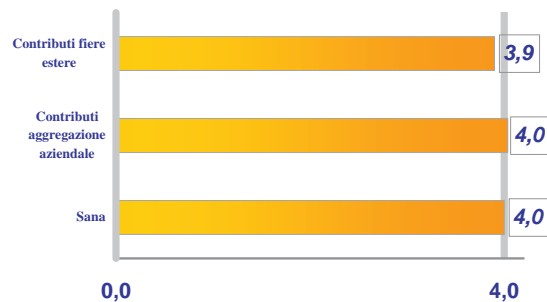


VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet relativamente all'Ufficio Promozione Interna dell' "Area Promozione ed Internazionalizzazione"?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	0	0%
3 - 5	Soddisfatto	59	100%

VOTO MEDIO ATTIVITA' SVOLTE



VOTO MEDIO



AREA PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE - UFFICIO PROMOZIONE ESTERA: il grado di soddisfazione è alto sia per quanto riguarda il servizio nel suo complesso (99%) sia per quanto riguarda, relativamente all'area e al servizio in esame, il sito internet (94%).

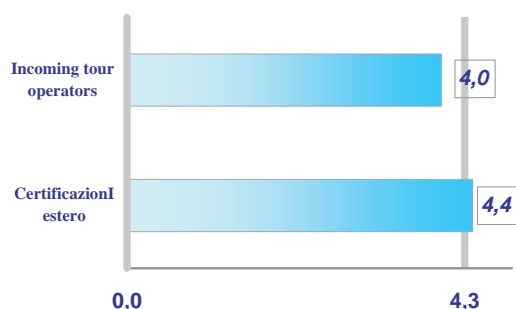
VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto del servizio fornito dallo "Staff Comunicazione e Servizi Informativi" ?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	1	1%
3 - 5	Soddisfatto	75	99%



VOTO MEDIO ATTIVITA' SVOLTE



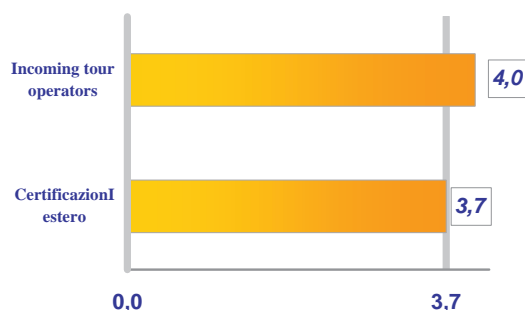
VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	4	6%
3 - 5	Soddisfatto	62	94%



VOTO MEDIO ATTIVITA' SVOLTE





AREA ANAGRAFE ECONOMICA

- *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO
INTERNET REGISTRO IMPRESE*
- *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO
INTERNET IMOLA*

AREA ANAGRAFE ECONOMICA - UFFICIO REGISTRO DELLE IMPRESE, ATTIVITA' ARTIGIANE, ALBI E RUOLI - UTENZA TELEMATICA: il grado di soddisfazione è alto sia per quanto riguarda il servizio nel suo complesso (100%) sia per quanto riguarda, relativamente all'area in esame, il sito internet (91%).

VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto del servizio fornito dall' "Area Anagrafe Economica"?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	0	0%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	47	100%

VOTO MEDIO



VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet relativamente all' "Area Anagrafe Economica"?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	4	9%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	41	91%

VOTO MEDIO





AREA ANAGRAFE ECONOMICA - DELEGAZIONE DI IMOLA: il grado di soddisfazione è alto sia per quanto riguarda il servizio nel suo complesso (100%) sia per quanto riguarda, relativamente all'area in esame, il sito internet (96%).

VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto del servizio fornito dalla delegazione di Imola dell' "Area Anagrafe Economica"?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	0	0%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	29	100%

VOTO MEDIO



VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet relativamente alla delegazione di Imola dell' "Area Anagrafe Economica"?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	1	4%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	24	96%

VOTO MEDIO





AREA GESTIONE AMBIENTALE

- *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO
INTERNET ALBO GESTORI AMBIENTALI*
- *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO
INTERNET SERVIZI AMBIENTALI*

AREA GESTIONE AMBIENTALE - ALBO GESTORI AMBIENTALI - UTENZA SPORTELLO:
il grado di soddisfazione è alto sia per quanto riguarda il servizio nel suo complesso (100%) che per quanto riguarda, relativamente all'area in esame, il sito internet (96%).

VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto del servizio fornito dall'Albo Gestori Ambientali dell' "Area Gestione Ambientale" ?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	0	0%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	49	100%

VOTO MEDIO



VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet relativamente all' "Area Gestione Ambientale" ?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	2	4%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	47	96%

VOTO MEDIO





AREA GESTIONE AMBIENTALE - UFFICIO SERVIZI AMBIENTALI - UTENZA TELEMATICA: il 100% degli intervistati si dichiara soddisfatto sia del servizio fornito che del sito internet

VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto del servizio fornito dallo sportello dell' Ufficio Servizi Ambientali dell' "Area Gestione Ambientale" ?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	0	0%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	14	100%

VOTO MEDIO



VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet relativamente all' "Area Gestione Ambientale"?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	<i>Non soddisfatto</i>	0	0%
3 - 5	<i>Soddisfatto</i>	14	100%

VOTO MEDIO





***CUSTOMER SATISFACTION
ALTRE RILEVAZIONI
ANNO 2013***

***SPORTELLI DEL REGISTRO DELLE IMPRESE, ATTIVITA' ARTIGIANE,
ALBI E RUOLI***

La Camera di commercio di Bologna ha aderito già da alcuni anni come Camera pilota all'iniziativa "Mettiamoci la faccia", promossa su iniziativa dell'allora Ministro per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione (Brunetta).

Tale iniziativa consente di condurre indagini di customer satisfaction attraverso l'utilizzo di interfacce "emozionali" (*emoticon*) per raccogliere in tempo reale il giudizio del cittadino-cliente sul servizio ricevuto.

Gli sportelli del *Registro delle imprese, Attività Artigiane, Albi e Ruoli* sono quindi dotati di schermo touch screen per rilevare in maniera sistematica ed immediata la soddisfazione di cittadini e utenti per i servizi erogati.

I dati raccolti attraverso la rilevazione confluiscono in report periodici che sono utilizzati dall'amministrazione.

Nel 2013 non sono stati registrati giudizi negativi.

SERVIZIO DI MEDIAZIONE

Il Servizio di Mediazione provvede alla somministrazione di un modello di customer satisfaction diverso da quello in uso alla Camera di Commercio di Bologna in applicazione al D.M. n. 180/2010 art. 7, com. 5 lett. b) che prevede tra l'altro, al termine del procedimento, l'invio telematico del questionario al responsabile del registro presso il Ministero di Giustizia.

Il modello in uso alla Camera di Commercio di Bologna è stato predisposto a livello nazionale da Unioncamere previo parere del Ministero di Giustizia e viene inviato di volta in volta mediante il programma informatico Concilia Camera.

Il questionario è allegato al Regolamento di cui è parte integrante.

Il Regolamento è approvato dal Consiglio camerale.



SERVIZIO DI MEDIAZIONE

N.RO QUESTIONARI CONSEGNATI	226
TOT. QUESTIONARI RESTITUITI	219

PERCHE' SI E' RICORSI AL SERVIZIO DI MEDIAZIONE	14	6,39 %
Clausola contrattuale	57	26,03 %
Consiglio professionista	18	8,22 %
Invito Giudice	66	30,14 %
Domanda effettuata da una parte	36	16,44 %
Legge	16	7,31 %
Altro		

4,67

GRADIMENTO SERVIZIO DI MEDIAZIONE DELL'ORGANISMO (punteggio medio)

GIUDIZIO COMPLESSIVO (punteggi medi)	4,82
Disponibilità e cortesia funzionari	4,83
Preparazione e professionalità funzionari	4,57
Semplicità procedura	4,73
Chiarezza informazioni ottenute	4,74
Precisione e completezza informazioni ottenute	4,58
Chiarezza e comprensibilità modulistica	4,66
Trasparenza delle procedure	4,58
Gestione dei tempi	4,81
Comfort ambienti	4,80
Riservatezza	

GIUDIZIO SUL MEDIATORE (punteggio medio)	4,88
Disponibilità e cortesia del mediatore	4,87
Preparazione e professionalità mediatore	4,86
Chiarezza espositiva	4,88
Imparzialità, indipendenza e neutralità	4,89
Riservatezza del mediatore	

COSTO CONFORME AL SERVIZIO RICEVUTO	194	88,58 %
SI	13	5,94 %
NO		

CONOSCENZA SITO INTERNET CCIAA	142	64,84 %
SI	70	31,96 %
NO		

CONOSCENZA SERVIZIO ON-LINE	90	41,10 %
SI	124	56,62 %
NO		

CONOSCENZA DEL SERVIZIO DI CONCILIAZIONE	8	3,65 %
Giornali	1	0,46 %
Radio	2	0,91 %
Televisione	20	9,13 %
Sito internet Camera di Commercio	8	3,65 %
Associazione di categoria	140	63,93 %
Consiglio professionista	0	0,00 %
Associazione dei consumatori	4	1,83 %
Familiare/amico/conoscente che aveva già provato il servizio	26	11,87 %
Altro		

TENTATIVO IN ALTRE CONCILIAZIONI		
	208	94,98 %
SI	5	2,28 %
No		

CONSIGLIO AD ALTRI PER UTILIZZARE IL SERVIZIO DI CONCILIAZIONE		
	210	95,89 %
SI	4	1,83 %
No		



INDICI GLOBALI:			
		(n. questionari restituiti/emessi)*100	219
IK (indicatore di risposta)	96,90 %		
		(N° risposte positive/ricevute)*100	206
IS (indicatore di soddisfazione)	99,04 %		
		(N° risposte negative/ricevute)*100	2
IN (indicatore di insoddisfazione)	0,96 %		
INDICI PARZIALI			
Disponibilità cortesia funzionari			
	IS 100,00 %		219
	IN 0,00 %		0
Preparazione professionalità funzionari			
	IS 100,00 %		219
	IN 0,00 %		0
Semplicità procedura			
	IS 98,17 %		215
	IN 1,83 %		4
Chiarezza informazioni ottenute			
	IS 100,00 %		219
	IN 0,00 %		0
Precisione completezza informazioni ottenute			
	IS 100,00 %		219
	IN 0,00 %		0
chiarezza comprensibilità modulistica			
	IS 98,63 %		216
	IN 1,37 %		3
trasparenza delle procedure			
	IS 98,62 %		215
	IN 1,38 %		3
gestione dei tempi			
	IS 97,70 %		212
	IN 2,30 %		5
comfort ambienti			
	IS 99,54 %		218
	IN 0,46 %		1
riservatezza funzionari			
	IS 99,54 %		217
	IN 0,46 %		1
disponibilità cortesia mediatore			
	IS 100,00 %		217
	IN 0,00 %		0
preparazione professionalità mediatore			
	IS 100,00 %		214
	IN 0,00 %		0
chiarezza espositiva			
	IS 100,00 %		214
	IN 0,00 %		0
imparzialità, indipendenza, neutralità mediatore			
	IS 100,00 %		214
	IN 0,00 %		0
riservatezza mediatore			
	IS 100,00 %		214
	IN 0,00 %		0