

STATISTICA

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

CUSTOMER SATISFACTION

*Indicatori di sintesi*

*Anno 2014*



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI BOLOGNA

*Camera dell'Economia*





## **RILEVAZIONI DI CUSTOMER SATISFACTION ANNO 2014**

### *PRESENTAZIONE*

Nel 2014 è proseguita l'attività di rilevazione del gradimento dei servizi dell'Ente camerale al fine di individuare il più precisamente possibile gli ambiti di miglioramento dell'attività della Camera di Commercio.

Queste rilevazioni vengono svolte dalla Camera di commercio di Bologna da più di un decennio.

Nel 2013 si è proceduto con la rivisitazione completa dei questionari sottoposti, si è uniformato il metodo di valutazione sulla base delle linee guide proposte dal Dipartimento della Funzione Pubblica, e si sono riviste completamente le tecniche statistiche di analisi dei dati raccolti.

Sono coinvolte tutte le aree organizzative che hanno rapporti con utenza esterna.

Il sistema di rilevazione della soddisfazione dell'utenza opera in sinergia con il sistema Qualità dell'Ente.

Nel 2014 le indagini di rilevazione della soddisfazione sono state effettuate anche proponendo questionari compilabili con modalità on-line e ciò ha reso più facile la compilazione da parte dell'utenza e più veloci le elaborazioni dei relativi risultati.

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 di un elevato gradimento complessivo in lieve crescita rispetto al 2013 con indicazione di ambiti di intervento migliorativi specifici per ogni area.

A tal proposito, sulla base delle indicazioni emerse nella rilevazione di soddisfazione del 2013, sono state completamente riviste varie aree del sito internet dell'Ente.

Marzo 2015

Giada Grandi  
Segretario Generale della  
Camera di Commercio di Bologna



## SOMMARIO

### INTRODUZIONE

#### **I SERVIZI FORNITI DALLA CAMERA DI COMMERCIO DI BOLOGNA**

- ▶ *UTENZA ALLO SPORTELLO*
- ▶ *UTENZA TELEMATICA*

#### **AREE**

##### **AREA COMUNICAZIONE E STATISTICA**

- ▶ *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET – UTENZA SPORTELLO*

##### **AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE E AMBIENTE**

- ▶ *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 – UTENZA SPORTELLO*
- ▶ *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET – PROMOZIONE INTERNA – UTENZA TELEMATICA*
- ▶ *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET – PROMOZIONE ESTERA – UTENZA SPORTELLO*
- ▶ *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET – PROMOZIONE ESTERA – UTENZA TELEMATICA*

##### **AREA ANAGRAFE ECONOMICA**

- ▶ *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO INTERNET - REGISTRO IMPRESE – UTENZA TELEMATICA*

#### **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 camerale che hanno rapporti con l'utenza esterna (vedi tabella sotto riportata) 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 nel 2013, essendo collegate alle date di apertura e chiusura dei bandi relativi, sono state elaborate nel 2014.

<b>AREE ED UFFICI INTERESSATI</b>	<b>Questionari distribuiti all'utenza (a)</b>	<b>di cui: Questionari distribuiti all'utenza telematica</b>	<b>Questionari compilati (b)</b>	<b>di cui: Questionari compilati utenza telematica</b>	<b>% Questionari compilati su quelli distribuiti (b/a)</b>
<b>AREA COMUNICAZIONE E STATISTICA</b>	392	0	184	0	47%
<b>AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE E AMBIENTE</b>	769	522	322	131	42%
- Ufficio Brevetti, Marchi e Protesti	175	27	102	8	58%
- Ufficio Metrico e Ispettivo	73	0	71	0	97%
- Ufficio Ambiente	521	495	149	123	29%
<b>AREA PROMOZIONE E INTERNAZIONALIZZAZIONE</b>	1.062	289	578	53	54%
- Ufficio Promozione Interna	857	150	513	31	60%
- Ufficio Promozione Estera	205	139	65	22	32%
<b>AREA ANAGRAFE ECONOMICA</b>	274	274	63	63	23%
- Ufficio Registro delle Imprese, Attività Artigiane, Albi e Ruoli	274	274	63	63	23%
<b>TOTALE</b>	<b>2.497</b>	<b>1.085</b>	<b>1.147</b>	<b>247</b>	<b>46%</b>

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'Area Promozione ed Internazionalizzazione, Ufficio Marchi e Brevetti, l'Ufficio Ambiente 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 utente insoddisfatto e da 3 a 5 utente 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.

*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" (grafici da pag. 4 a pag. 11) con distinzione fra "utenza allo sportello e "utenza telematica".

Da tale analisi emergono risultati complessivamente positivi dell'attività svolta dai vari uffici dell'ente.

Sia l'utenza allo sportello che l'utenza telematica hanno espresso un alto grado di soddisfazione, superiore in generale al 90%, per quanto riguarda i vari *indicatori del servizio* erogato. In modo particolare l'utenza allo sportello mostra gradi di soddisfazione superiori al 96% con percentuali uguali o prossime al 100% per quanto concerne la cortesia, la disponibilità, la competenza e la professionalità del personale. L'utenza telematica, pur essendo in genere pienamente soddisfatta, presenta qualche difficoltà nel reperire facilmente le informazioni. Tale aspetto, per cui la percentuale di soddisfazione scende all'88%, dipende tuttavia in parte dalla funzionalità del servizio on line utilizzato (ad es. Telemaco).

Gli stessi voti medi vanno da un minimo di 4,4 ad un massimo di 4,7 per l'utenza allo sportello e da un minimo di 3,6 ad un massimo di 4,1 per l'utenza telematica.

Per quanto concerne il giudizio sui vari aspetti del sito internet, si riscontrano ancora per l'utenza allo sportello percentuali superiori al 90% e voti medi compresi fra 3,9 e 4,1. Per coloro che utilizzano il servizio telematico, invece, le percentuali di soddisfazione calano tutte leggermente portandosi anche al di sotto del 90% con voti medi compresi fra 3,5 e 3,7.

## UTENZA ALLO SPORTELLO

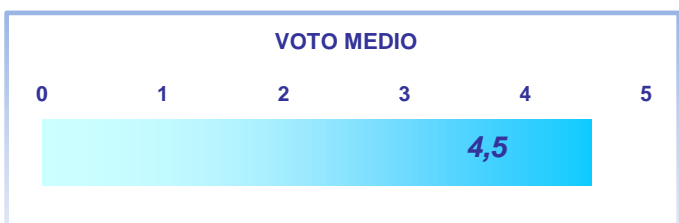
Grado di soddisfazione elevato sia per i servizi che per il sito camerale. L'elevato numero di "mancate risposte" ai quesiti sul sito camerale è dovuto al fatto che molti utenti recandosi direttamente allo sportello non lo consultano

**Trend in lieve crescita rispetto allo scorso anno**

### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dalla Camera di Commercio di Bologna?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	13	2%
3 - 5	Soddisfatto	849	98%
	Nessuna risposta	38	



### VALUTAZIONE DEL SITO

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

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	24	4%
3 - 5	Soddisfatto	523	96%
	Nessuna risposta	353	





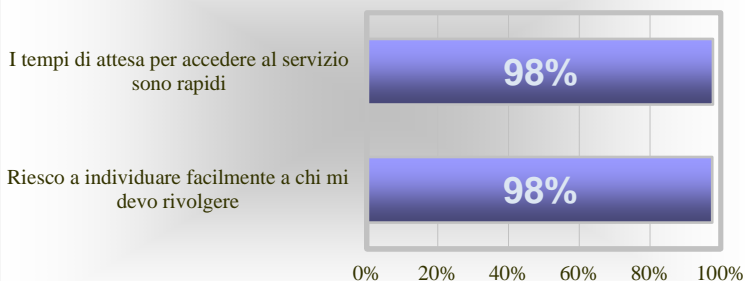
## UTENZA ALLO SPORTELLO

### 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

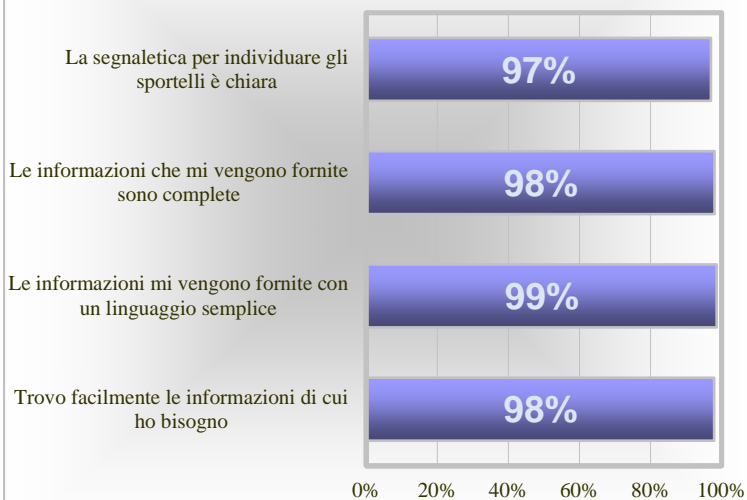
#### ACCESSIBILITA' % DI SODDISFAZIONE



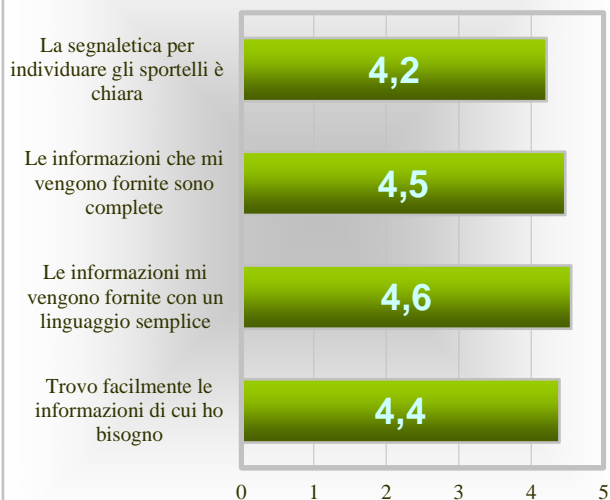
#### ACCESSIBILITA' VOTO MEDIO



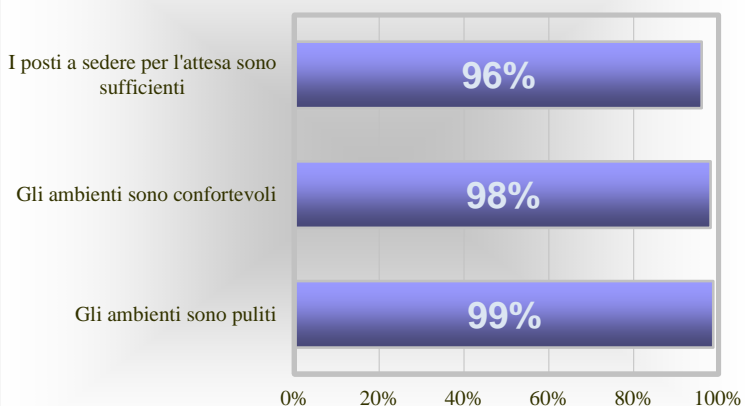
#### ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI % DI SODDISFAZIONE



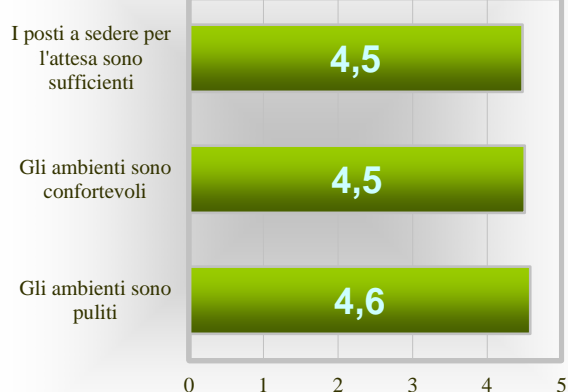
#### ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI VOTO MEDIO



#### ASPETTI TANGIBILI % DI SODDISFAZIONE



#### ASPETTI TANGIBILI VOTO MEDIO

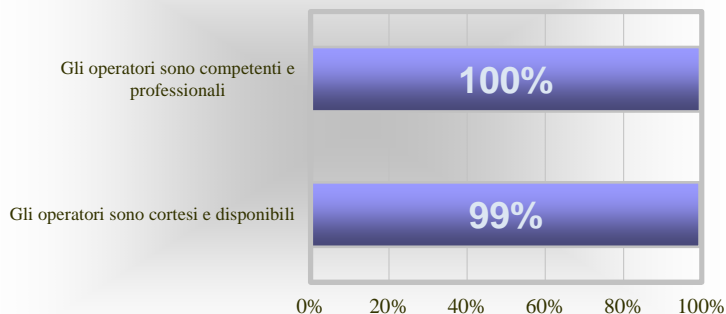




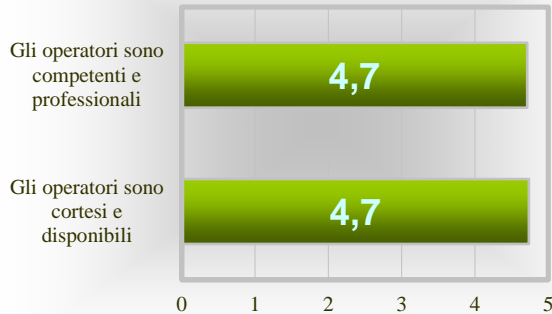
## UTENZA ALLO SPORTELLO

### ASPETTI DEL SERVIZIO

#### PERSONALE % DI SODDISFAZIONE

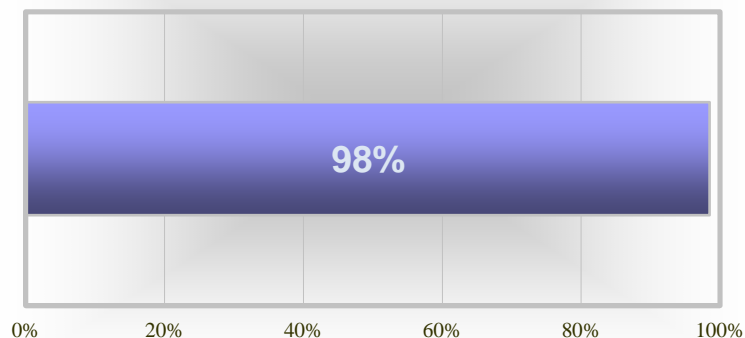


#### PERSONALE VOTO MEDIO

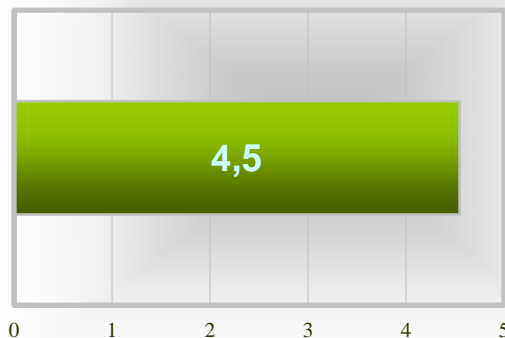


### VALUTAZIONE FINALE DEL SERVIZIO

#### % DI SODDISFAZIONE DELSERVIZIO



#### VOTO MEDIO DATO AL SERVIZIO



### SITO INTERNET

#### ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI SUL SITO % DI SODDISFAZIONE



#### ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI SUL SITO VOTO MEDIO

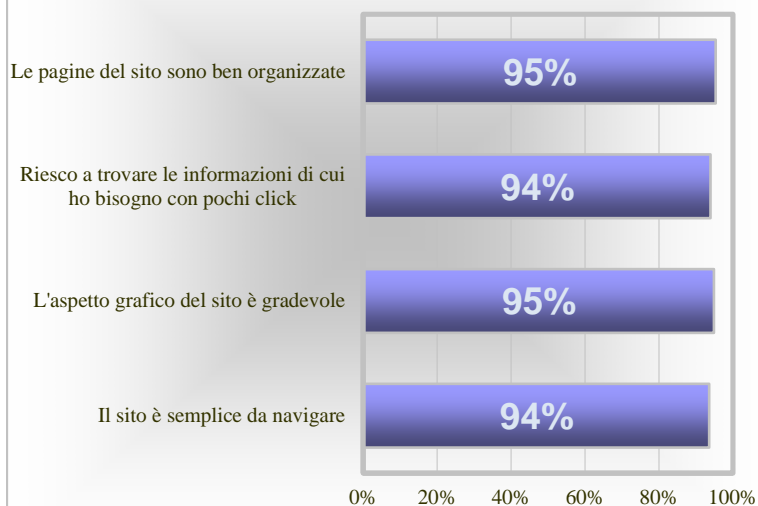






## UTENZA ALLO SPORTELLO

### DESIGN DEL SITO % DI SODDISFAZIONE

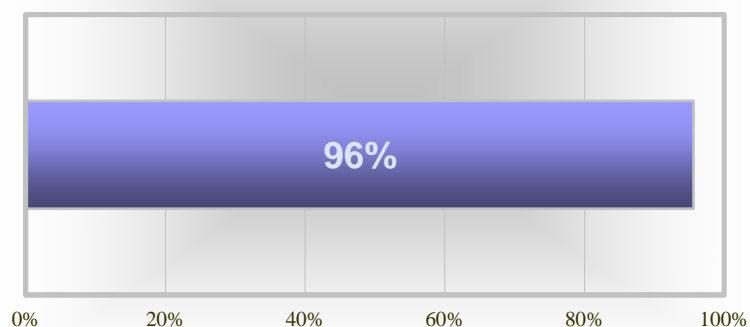


### DESIGN DEL SITO VOTO MEDIO

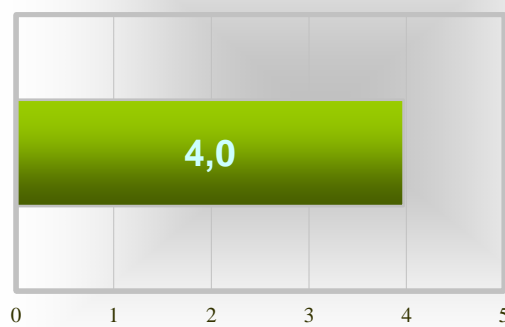


## VALUTAZIONE FINALE DEL SITO INTERNET

### % DI SODDISFAZIONE DEL SITO



### VOTO MEDIO DATO AL SITO





## UTENZA TELEMATICA

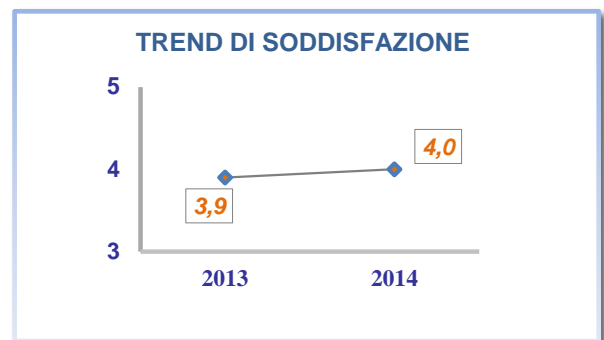
Grado di soddisfazione elevato sia per i servizi che per il sito camerale.

**Trend in lieve crescita per quanto concerne il servizio, stabile la valutazione del sito rispetto allo scorso anno**

### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dalla Camera di Commercio di Bologna?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	11	4%
3 - 5	Soddisfatto	236	96%
	Nessuna risposta	0	



### VALUTAZIONE DEL SITO

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

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	23	9%
3 - 5	Soddisfatto	224	91%
	Nessuna risposta	0	





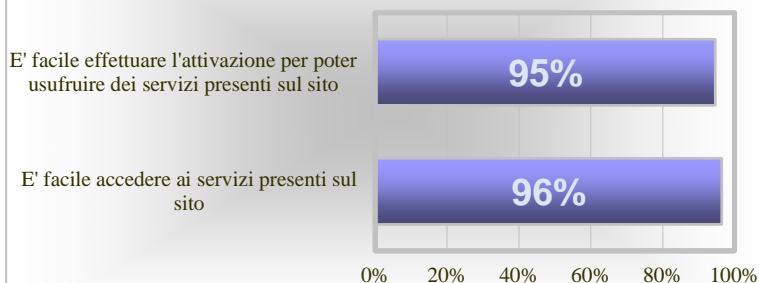
## UTENZA TELEMATICA

### 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

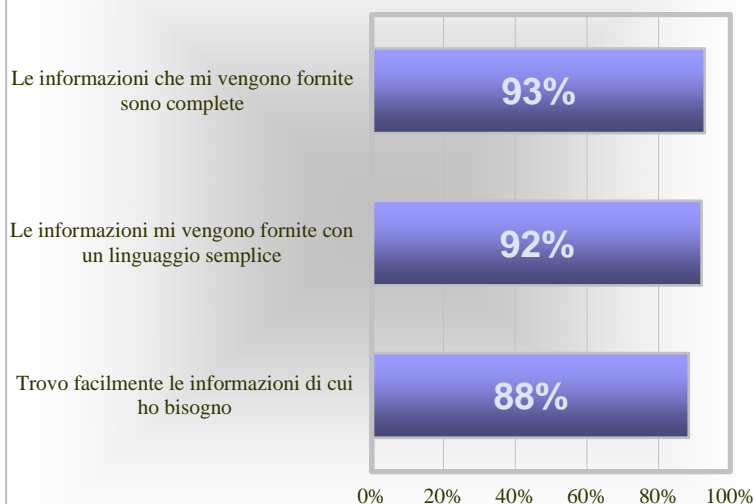
#### ACCESSIBILITA' % DI SODDISFAZIONE



#### ACCESSIBILITA' VOTO MEDIO



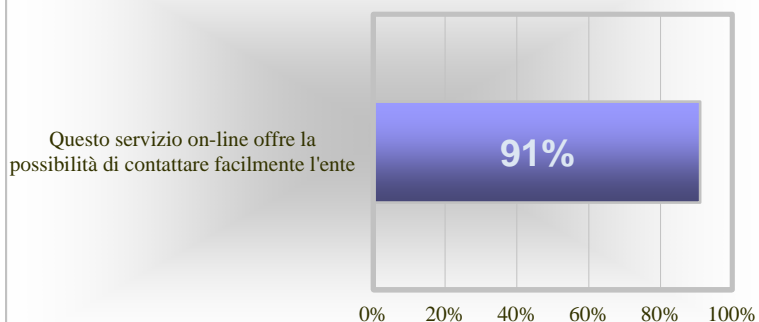
#### ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI % DI SODDISFAZIONE



#### ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI VOTO MEDIO



#### GESTIONE DEL CONTATTO CON L'UTENTE % DI SODDISFAZIONE



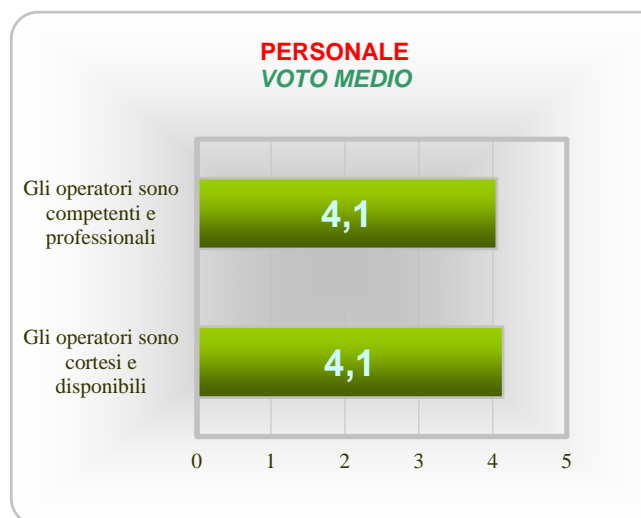
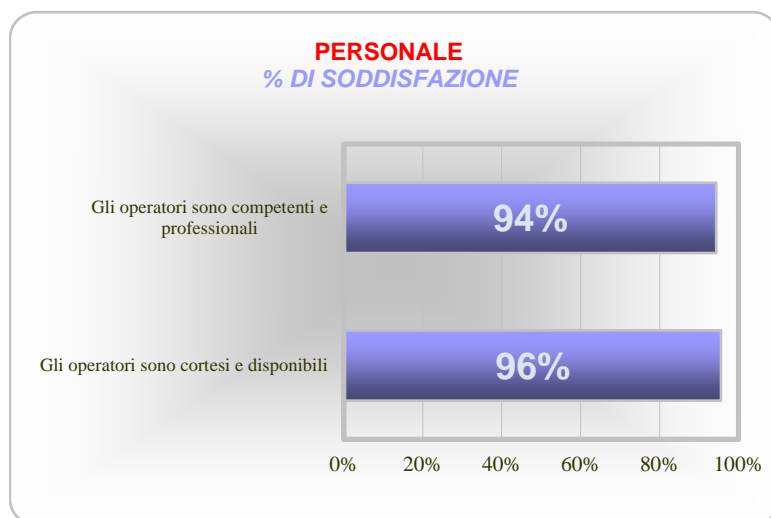
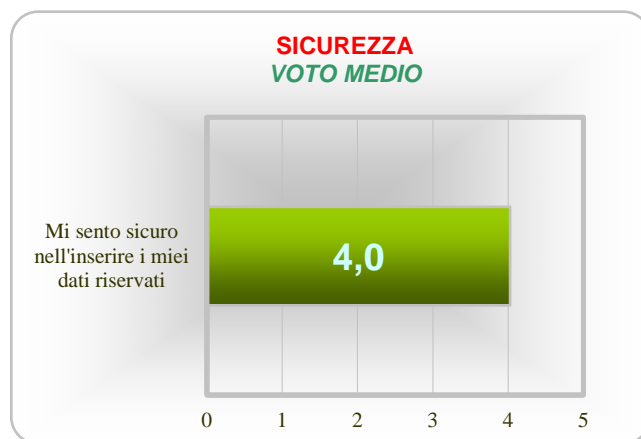
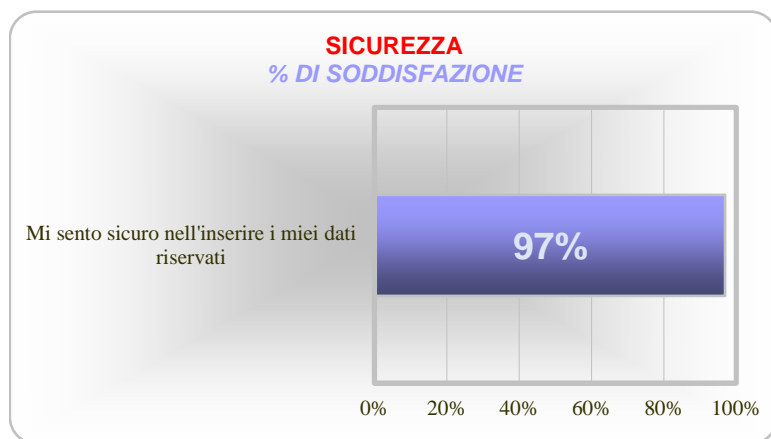
#### GESTIONE DEL CONTATTO CON L'UTENTE VOTO MEDIO



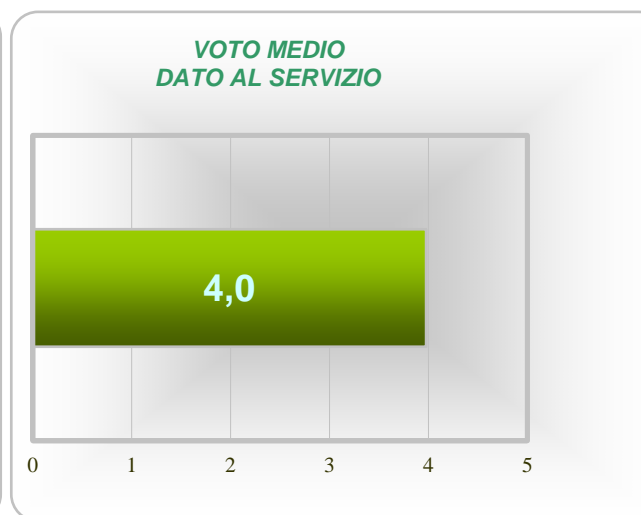
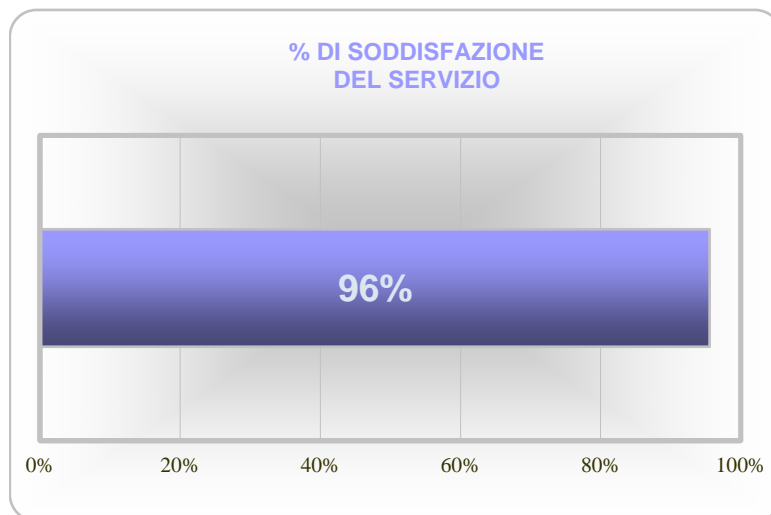


## UTENZA TELEMATICA

### ASPETTI DEL SERVIZIO



### VALUTAZIONE FINALE DEL SERVIZIO



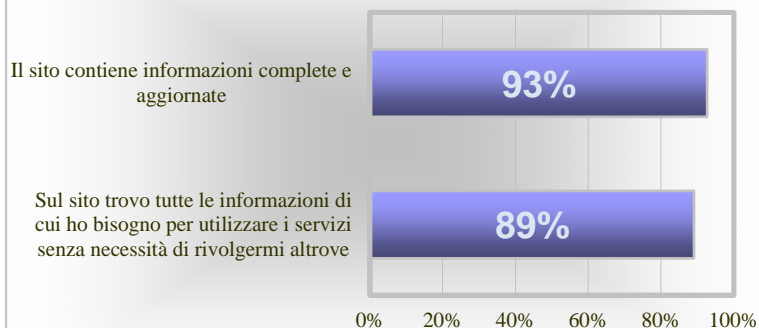




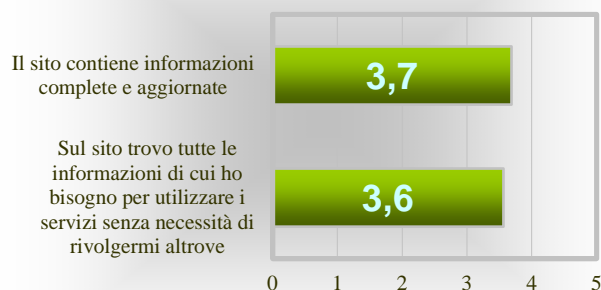
## UTENZA TELEMATICA

### SITO INTERNET

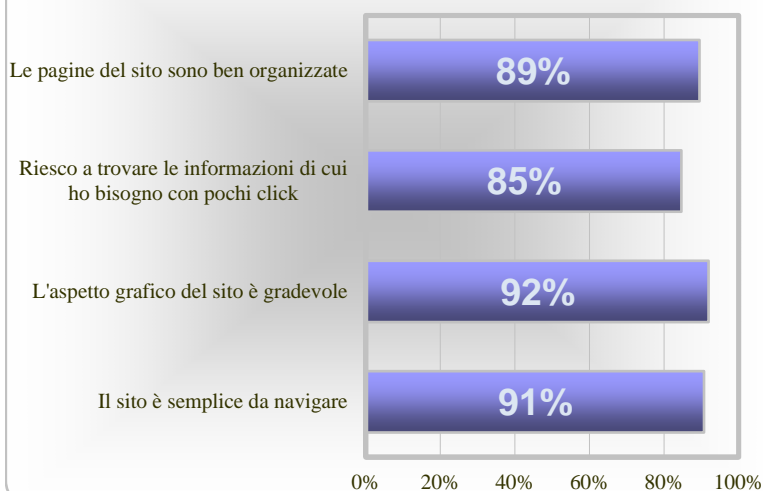
#### ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI SUL SITO % DI SODDISFAZIONE



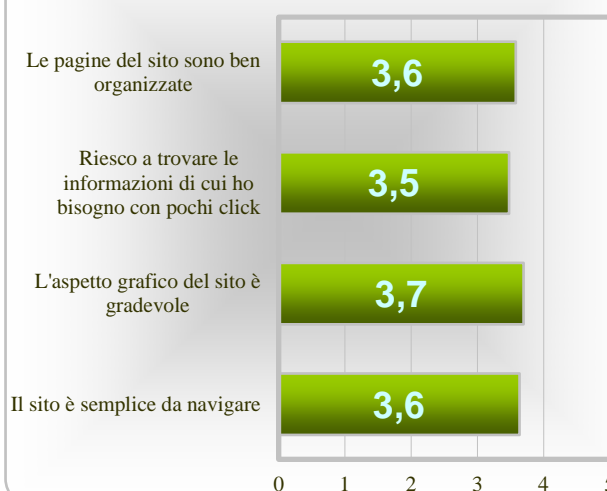
#### ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI SUL SITO VOTO MEDIO



#### DESIGN DEL SITO % DI SODDISFAZIONE

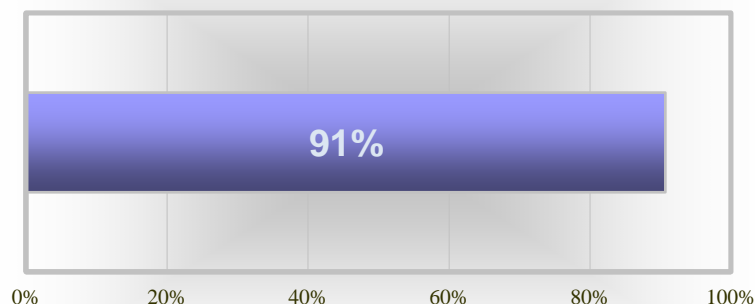


#### DESIGN DEL SITO VOTO MEDIO



### VALUTAZIONE FINALE DEL SITO INTERNET

#### % DI SODDISFAZIONE DEL SITO



#### VOTO MEDIO DATO AL SITO





## **AREA COMUNICAZIONE E STATISTICA**

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



## UTENZA ALLO SPORTELLO

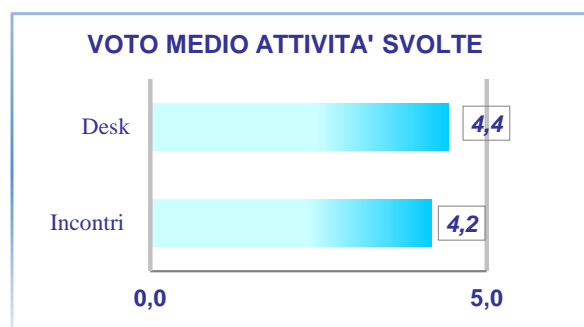
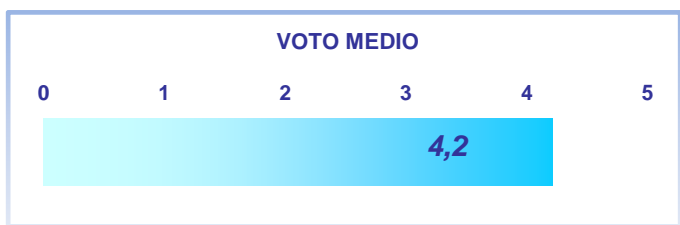
### AREA COMUNICAZIONE E STATISTICA - UFFICIO COMUNICAZIONE

Grado di soddisfazione elevato sia per il servizio offerto che per il sito camerale. L'elevato numero di "mancate risposte" ai quesiti sul sito camerale è in parte dovuto al fatto che alcuni utenti non l'hanno consultato

### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dall'Ufficio Comunicazione?

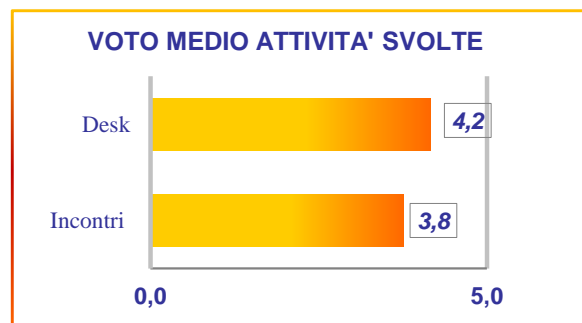
Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	6	3%
3 - 5	<b>Soddisfatto</b>	<b>176</b>	<b>97%</b>
	Nessuna risposta	2	



### VALUTAZIONE DEL SITO

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

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	6	5%
3 - 5	<b>Soddisfatto</b>	<b>124</b>	<b>95%</b>
	Nessuna risposta	54	





## **AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE E AMBIENTE**

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





## UTENZA ALLO SPORTELLO

### AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE E AMBIENTE

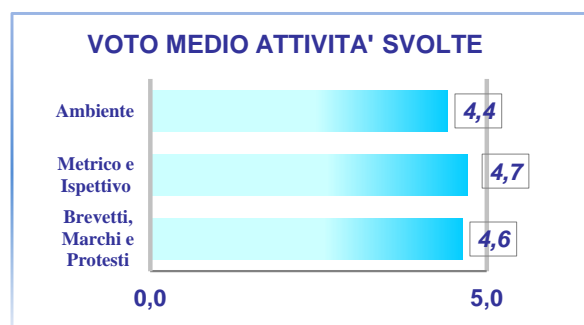
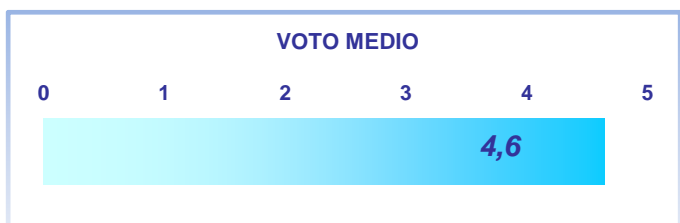
Grado di soddisfazione elevato sia per il servizio offerto che per il sito camerale.

L'elevato numero di "mancate risposte" ai quesiti sul sito camerale è in parte dovuto al fatto che alcuni utenti non l'hanno consultato

### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dall'Area Tutela del Mercato e del consumatore e Ambiente?

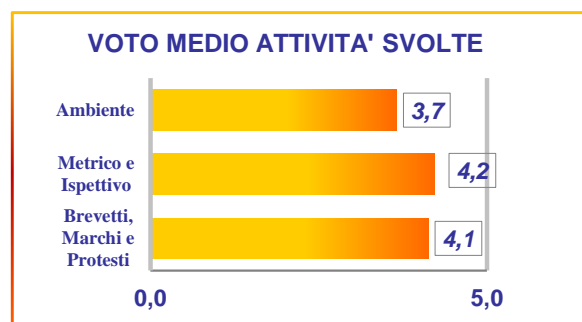
Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	1	1%
3 - 5	Soddisfatto	189	99%
	Nessuna risposta	1	



### VALUTAZIONE DEL SITO

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

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	10	6%
3 - 5	Soddisfatto	151	94%
	Nessuna risposta	30	





## UTENZA TELEMATICA

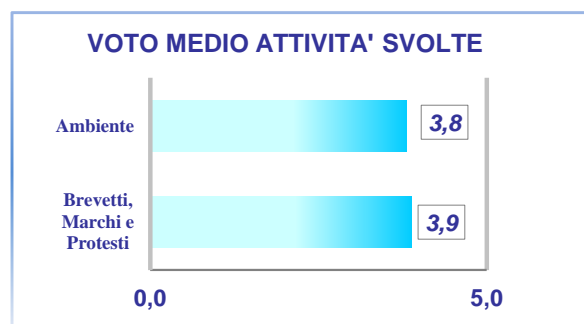
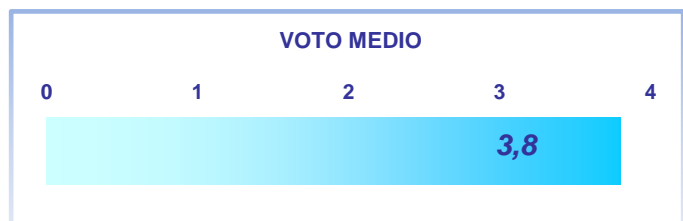
### AREA TUTELA DEL MERCATO E DEL CONSUMATORE E AMBIENTE

Grado di soddisfazione elevato sia per il servizio offerto che per il sito camerale.

### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dall'Area Tutela del Mercato e del consumatore e Ambiente?

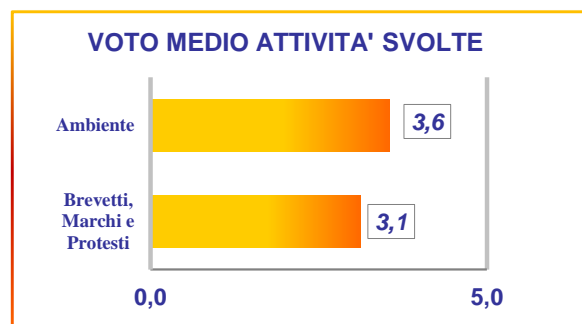
Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	8	6%
3 - 5	Soddisfatto	123	94%
	Nessuna risposta	0	



### VALUTAZIONE DEL SITO

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

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	14	11%
3 - 5	Soddisfatto	117	89%
	Nessuna risposta	0	





## **AREA PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE**

### **PROMOZIONE INTERNA**

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

### **PROMOZIONE ESTERA**

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



## UTENZA ALLO SPORTELLO

### AREA PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE - UFFICIO PROMOZIONE INTERNA

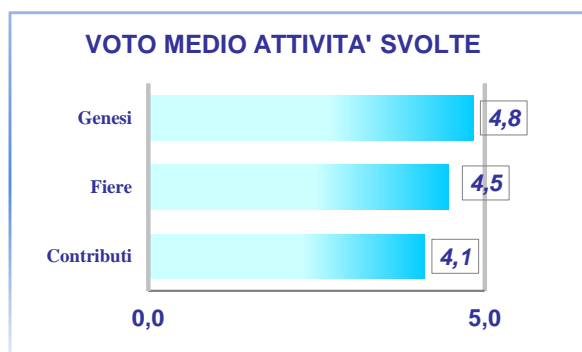
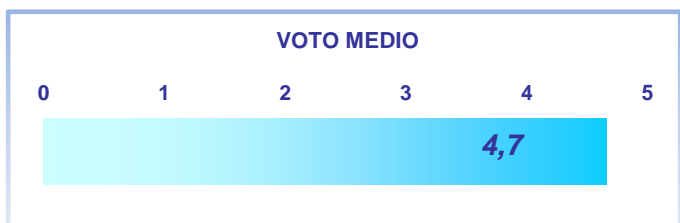
Grado di soddisfazione elevato sia per il servizio offerto che per il sito camerale.

L'elevato numero di "mancate risposte" ai quesiti sul sito camerale è in parte dovuto al fatto che alcuni utenti non l'hanno consultato

### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dall'Ufficio Promozione Interna?

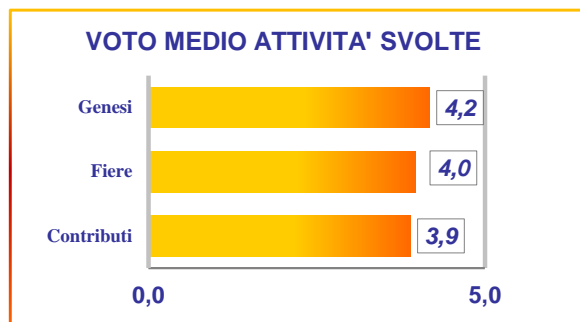
Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	6	1%
3 - 5	Soddisfatto	442	99%
	Nessuna risposta	34	



### VALUTAZIONE DEL SITO

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

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	8	4%
3 - 5	Soddisfatto	209	96%
	Nessuna risposta	265	







## UTENZA TELEMATICA

### AREA PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE - UFFICIO PROMOZIONE INTERNA CONTRIBUTI

Grado di soddisfazione elevato sia per il servizio offerto che per il sito camerale.

### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dall'Ufficio Promozione Interna?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	0	0%
3 - 5	Soddisfatto	31	100%
	Nessuna risposta	0	



### VALUTAZIONE DEL SITO

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

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	2	6%
3 - 5	Soddisfatto	29	94%
	Nessuna risposta	0	





## UTENZA ALLO SPORTELLO

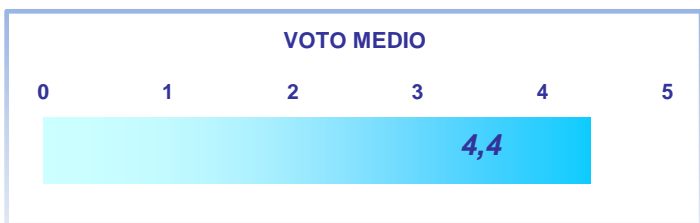
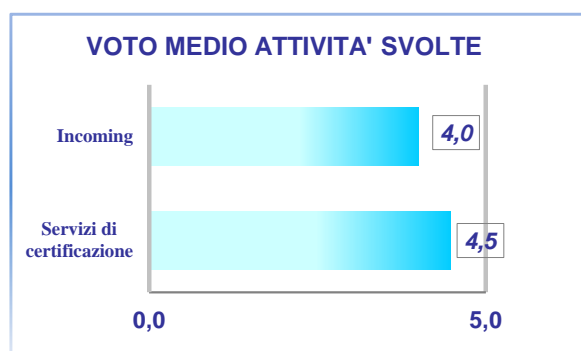
### AREA PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE - UFFICIO PROMOZIONE ESTERA

Grado di soddisfazione elevato sia per il servizio offerto che per il sito camerale.

### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dall'Ufficio Promozione Estera?

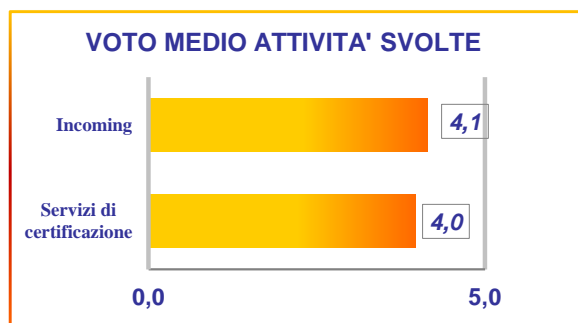
Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	0	0%
3 - 5	Soddisfatto	42	100%
	Nessuna risposta	1	



### VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet camerale relativamente all'Ufficio Promozione Estera?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	0	0%
3 - 5	Soddisfatto	39	100%
	Nessuna risposta	4	





## UTENZA TELEMATICA

### AREA PROMOZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE - UFFICIO PROMOZIONE ESTERA SERVIZI INFORMATIVI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Grado di soddisfazione elevato sia per il servizio offerto che per il sito camerale.

**Per l'utenza telematica dei Servizi Informativi per l'Internazionalizzazione è stato predisposto un questionario che non prevede i primi quattro quesiti**

### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dall'Ufficio Promozione Estera?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	2	9%
3 - 5	Soddisfatto	20	91%
	Nessuna risposta	0	



### VALUTAZIONE DEL SITO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dell'organizzazione del sito internet camerale relativamente all'Ufficio Promozione Estera?

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	1	5%
3 - 5	Soddisfatto	21	95%
	Nessuna risposta	0	





## **AREA ANAGRAFE ECONOMICA**

- *RISULTATI FINALI DEL SERVIZIO E DEL SITO  
INTERNET REGISTRO IMPRESE – UTENZA  
TELEMATICA*





## UTENZA TELEMATICA

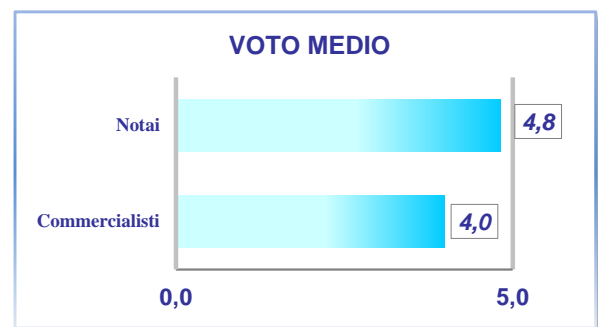
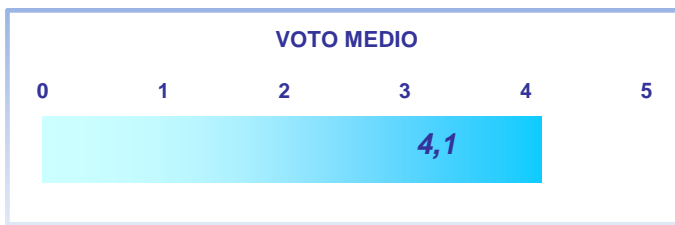
### AREA ANAGRAFE ECONOMICA - COMMERCIALISTI - NOTAI

Grado di soddisfazione elevato sia per il servizio offerto che per il sito camerale.

#### VALUTAZIONE DEL SERVIZIO

Tenendo conto degli aspetti esaminati, in una scala da 1 a 5, si ritiene soddisfatto dei servizi forniti dall'Area Anagrafe Economica?

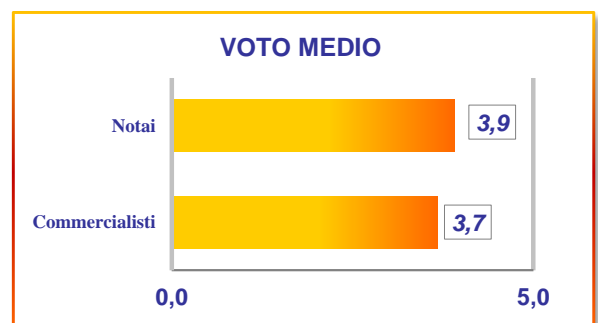
Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	2	3%
3 - 5	Soddisfatto	61	97%
	Nessuna risposta	0	



#### VALUTAZIONE DEL SITO

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

Classi di valutazione	Si ritiene:	Frequenze assolute	Frequenze percentuali
1 - 2	Non soddisfatto	5	8%
3 - 5	Soddisfatto	58	92%
	Nessuna risposta	0	





**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 dal 2009 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 2014 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 CONSEGNA TI	659
TOT. QUESTIONARI RESTITUITI	647

PERCHE' SI E' RICORSI AL SERVIZIO DI MEDIAZIONE		
Clausola contrattuale	20	3,09 %
Consiglio professionista	94	14,53 %
Invito Giudice	82	12,67 %
Domanda effettuata da una parte	164	25,35 %
Legge	187	28,90 %
Altro	16	2,47 %

GRADIMENTO SERVIZIO DI MEDIAZIONE DELL'ORGANISMO (punteggio me	4,66
--	------

GIUDIZIO COMPLESSIVO (punteggi medi)	
Disponibilità e cortesia funzionari	4,79
Preparazione e professionalità funzionari	4,76
Semplicità procedura	4,48
Chiarezza informazioni ottenute	4,70
Precisione e completezza informazioni ottenute	4,69
Chiarezza e comprensibilità modulistica	4,58
Trasparenza delle procedure	4,67
Gestione dei tempi	4,64
Comfort ambienti	4,79
Riservatezza	4,83

GIUDIZIO SUL MEDIATORE (punteggio medio)	
Disponibilità e cortesia del mediatore	4,89
Preparazione e professionalità mediatore	4,85
Chiarezza espositiva	4,84
Imparzialità, indipendenza e neutralità	4,86
Riservatezza del mediatore	4,88

COSTO CONFORME AL SERVIZIO RICEVUTO			
SI	334	51,62 %	
NO	53	8,19 %	

CONOSCENZA SITO INTERNET CCIAA			
SI	435	67,23 %	
NO	211	32,61 %	

CONOSCENZA SERVIZIO ON-LINE			
SI	248	38,33 %	
NO	393	60,74 %	

CONOSCENZA DEL SERVIZIO DI CONCILIAZIONE			
Giornali	10	1,55 %	
Radio	1	0,15 %	
Televisione	5	0,77 %	
Sito internet Camera di Commercio	91	14,06 %	
Associazione di categoria	26	4,02 %	
Consiglio professionista	433	66,92 %	



## SERVIZIO DI MEDIAZIONE

Associazione dei consumatori	4	0,62	%
Familiare/amico/conoscente che aveva già provato il servizio	11	1,70	%
Altro	51	7,88	%

### TENTATIVO IN ALTRE CONCILIAZIONI

Si	612	94,59	%
No	26	4,02	%

### CONSIGLIO AD ALTRI PER UTILIZZARE IL SERVIZIO DI CONCILIAZIONE

Si	613	94,74	%
No	24	3,71	%

### INDICI GLOBALI:

IR (indicatore di risposta)	98,18	%	(n. questionari restituiti/emessi)*100	647
IS (indicatore di soddisfazione)	98,74	%	(N° risposte positive/ricevute)*100	627
IN (indicatore di insoddisfazione)	1,26	%	(N° risposte negative/ricevute)*100	8

### INDICI PARZIALI

<b>Disponibilità cortesia funzionari</b>				
IS	99,54	%		643
IN	0,00	%		3
<b>Preparazione professionalità funzionari</b>				
IS	99,38	%		641
IN	0,62	%		4
<b>Semplicità procedura</b>				
IS	97,37	%		629
IN	2,63	%		17
<b>Chiarezza informazioni ottenute</b>				
IS	99,23	%		642
IN	0,77	%		5
<b>Precisione completezza informazioni ottenute</b>				
IS	99,07	%		639
IN	0,93	%		6



## SERVIZIO DI MEDIAZIONE

<b>chiarezza comprensibilità modulistica</b>	IS	98,91 %	634
	IN	1,09 %	7
<b>trasparenza delle procedure</b>	IS	99,07 %	638
	IN	0,93 %	6
<b>gestione dei tempi</b>	IS	98,29 %	633
	IN	1,71 %	11
<b>comfort ambienti</b>	IS	99,69 %	644
	IN	0,31 %	2
<b>riservatezza funzionari</b>	IS	99,85 %	645
	IN	0,15 %	1
<b>disponibilità cortesia mediatore</b>	IS	99,84 %	643
	IN	0,16 %	1
<b>preparazione professionalità mediatore</b>	IS	99,53 %	640
	IN	0,47 %	3
<b>chiarezza espositiva</b>	IS	99,69 %	640
	IN	0,31 %	2
<b>imparzialità, indipendenza, neutralità mediatore</b>	IS	99,84 %	641
	IN	0,16 %	1
<b>riservatezza mediatore</b>	IS	99,69 %	640
	IN	0,31 %	2