



Camera di Commercio
Verona

INDAGINE DI CUSTOMER ESTERNA 2015: CAMERA DI COMMERCIO DI VERONA

*A cura dello Staff Qualità e del Servizio Studi e
Ricerca CCIAA Verona*

SOMMARIO

- **Presentazione indagine di CSE**
- **Anagrafica soggetti intervistati**
- **Immagine percepita della Camera di Commercio e modalità di contatto**
- **I servizi erogati**
- **Efficacia degli strumenti di comunicazione**
- **Modalità generali di funzionamento**
- **Giudizio complessivo sulle attività della Camera di Commercio**
- **Nota metodologica**

Presentazione indagine di CSE

L'indagine di Customer Satisfaction Esterna 2015 è stata svolta dallo Staff Qualità e dal Servizio Studi e Ricerca della Camera di Commercio di Verona, sulla base delle Linee Guida per la gestione della Customer Satisfaction nelle Camere di Commercio, predisposto da Unioncamere, con il supporto scientifico e metodologico di Retecamere e Gruppo CLAS.

Gli elementi oggetto di indagine presso imprese, professionisti e associazioni di categoria sono stati i seguenti:

- l'immagine percepita della Camera di Commercio;
- il grado di soddisfazione in merito ai servizi erogati;
- l'efficacia degli strumenti di comunicazione;
- le modalità generali di funzionamento e le tematiche da implementare

L'analisi dei risultati, oltre ad offrire una panoramica sul punto di vista degli utenti camerali, servirà per:

- verificare il livello di efficienza ed efficacia percepito dagli utenti per ogni singola funzione svolta dalla Camera di Commercio, 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 9001:2008).

Le interviste sono state condotte con metodologia CAWI, mediante invio a indirizzi di posta elettronica tradizionale, di un questionario compilabile su pdf.

I dati qui illustrati si riferiscono ad un campione di utenti della provincia di Verona, come descritto nella nota metodologica.

Anagrafica soggetti intervistati

La prima area del questionario è stata strutturata per ottenere informazioni circa la natura giuridica dell'impresa rispondente e la sede di attività.

La prevalenza tra i rispondenti è rappresentata da Società di capitali (42%) e Professionisti (26%), pur subendo una diminuzione rispetto alla precedente rilevazione.

Notevole è invece l'aumento delle risposte tra le Società di persone e le Imprese individuali.

Natura Giuridica	Questionari inviati	Peso% 2015	Peso % 2014
Imprese	1.886	45	54
Professionisti	2.262	53	45
Consorzi, Associazioni, altro	81	2	1
TOTALE	4.229	100	100

Natura Giuridica	Numero risposte	Peso% 2015	Peso % 2014
Società di capitali	168	42	46
Professionista	105	26	39
Società di persone	57	14	1
Impresa individuale	48	12	7
Altro	17	4	4
Associazione	4	1	2
Cooperativa	2	0	1
TOTALE RISPOSTE	401	100	100
non risposto	11		
TOTALE	412		

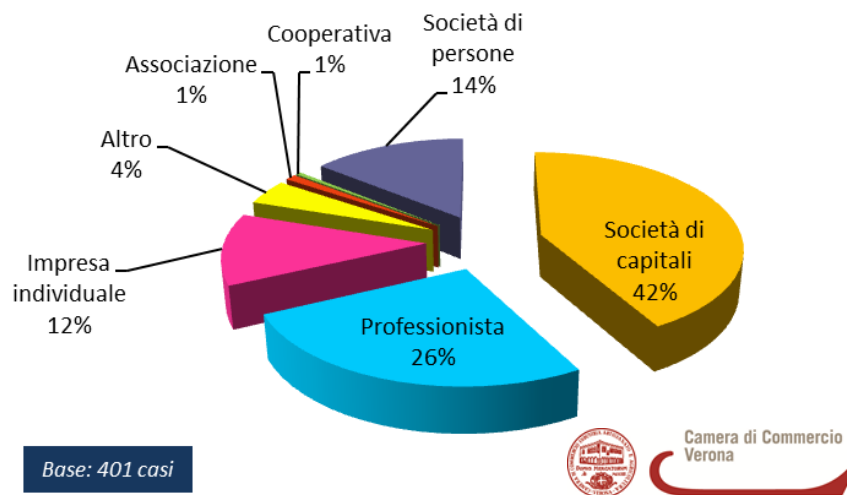


Popolazione di riferimento

L'indagine è stata indirizzata agli utenti del territorio veronese, suddiviso in sei aree:

1. **Verona Capoluogo**
2. **Pianura Veronese**
3. **Sud – Ovest Veronese**
4. **Est Veronese**
5. **Valpolicella – Valpantena – Lessinia**
6. **Baldo – Garda**

**Customer Satisfaction Esterna 2015:
natura giuridica soggetti rispondenti**



Customer Satisfaction Esterna 2015: sede rispondenti

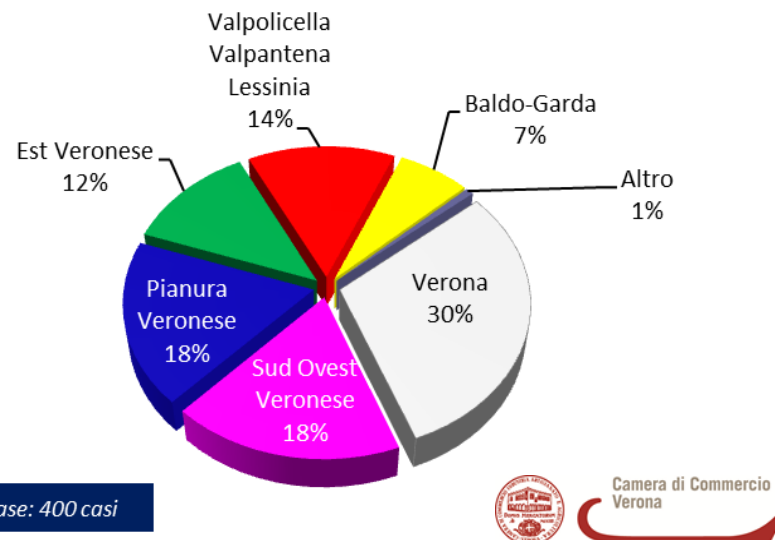
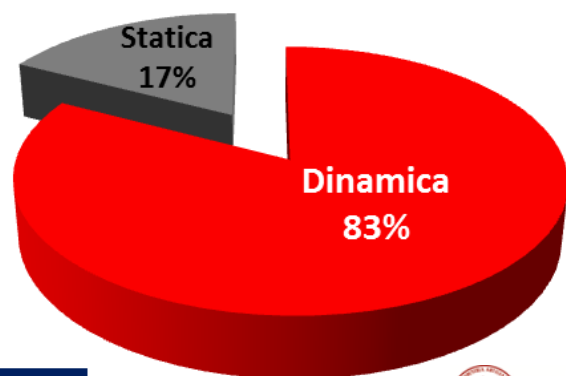


Immagine percepita della Camera di Commercio e modalità di contatto

La seconda area del questionario è stata strutturata per conoscere l'immagine della Camera di Commercio percepita dagli utenti.

- L'**83%** degli utenti concepisce la Camera di Commercio come un **ente dinamico**, al passo con i tempi (77% nel 2014).
- L'**80%** degli utenti si è rivolto alla **sede principale** della Camera di Commercio di Verona.
- La modalità di contatto prevalente continua ad essere quella telefonica, **34%** (47% nel 2014), seguita dal contatto attraverso lo sportello, **32%** (23% nel 2014), mentre il contatto attraverso posta elettronica si attesta al terzo posto, confermandosi al **25%**. L'utilizzo dei servizi telematici (email ed internet) è del **34%**.
- Rispetto al 2014 la frequenza mensile è passata dal 29% al **22%**, mentre quella annuale è stata del **43%** (37% nel 2014). Scende la frequenza settimanale (una o più volte alla settimana) passando dal 19% al **15%**.

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Immagine percepita

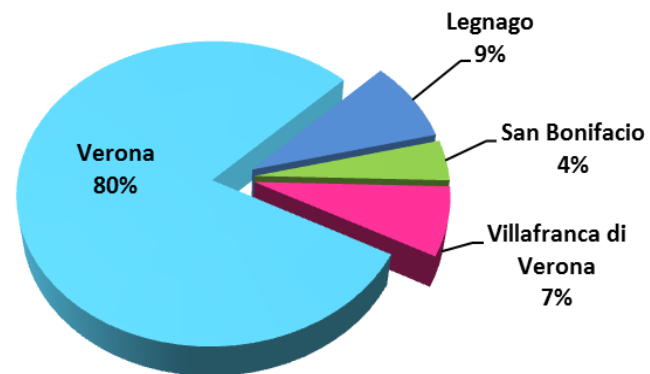


Base: 393



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
sede CCIAA Vr contattata



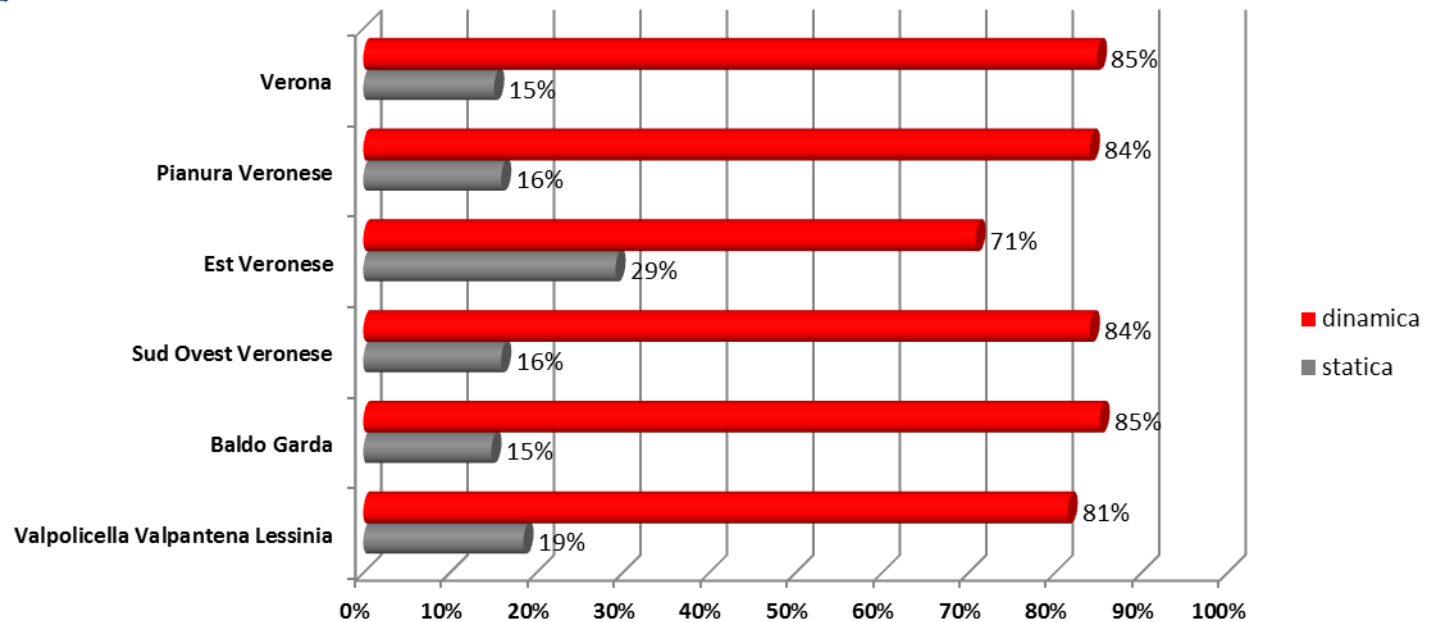
Base: 396



Camera di Commercio
Verona



Customer Satisfaction Esterna 2015: immagine percepita della Camera di Commercio

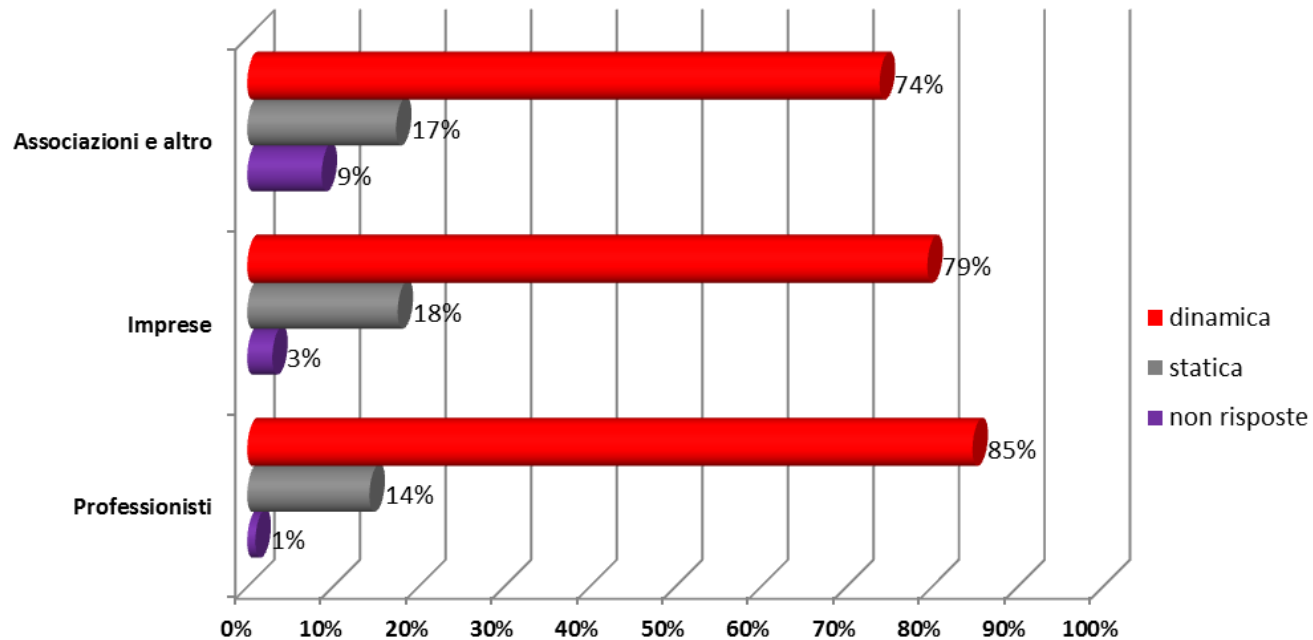


Base: 386 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015: immagine percepita della Camera di Commercio

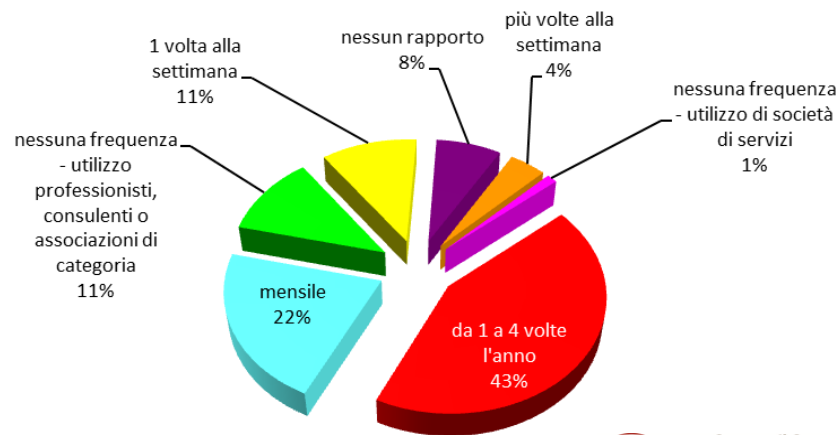


Base: 401 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
frequenza contatti nel corso dell'ultimo anno

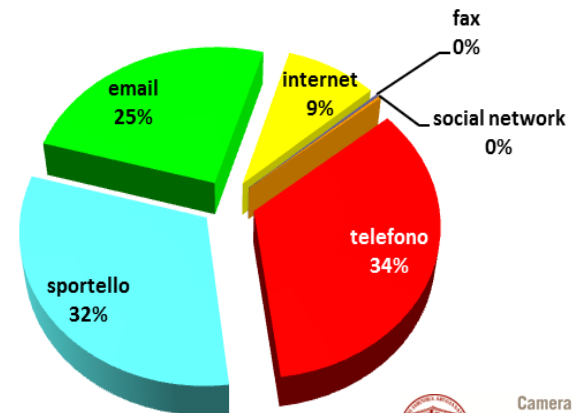


Base: 404



Camera di Commercio
Verona

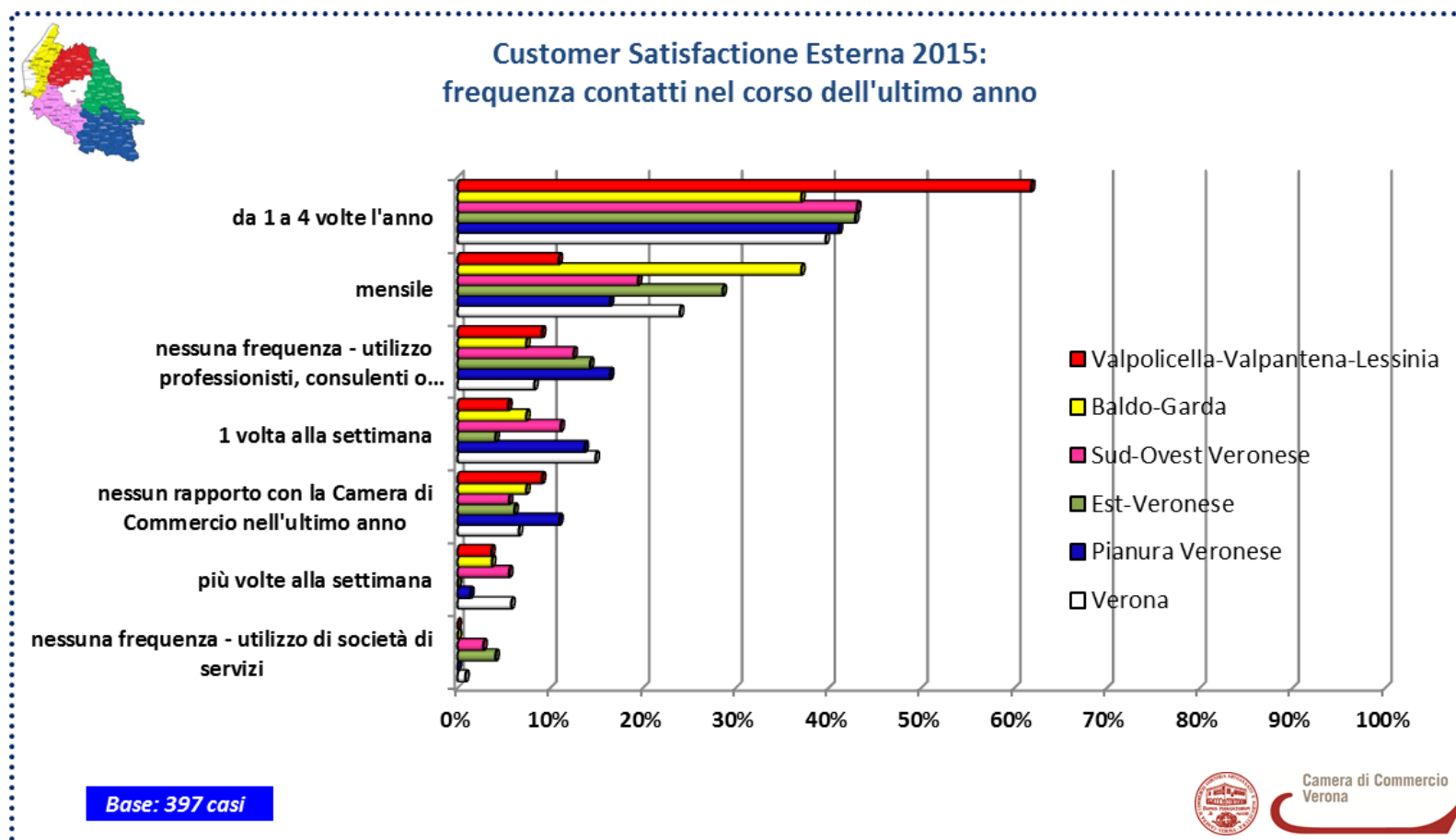
Customer Satisfaction Esterna 2015:
modalità di contatto

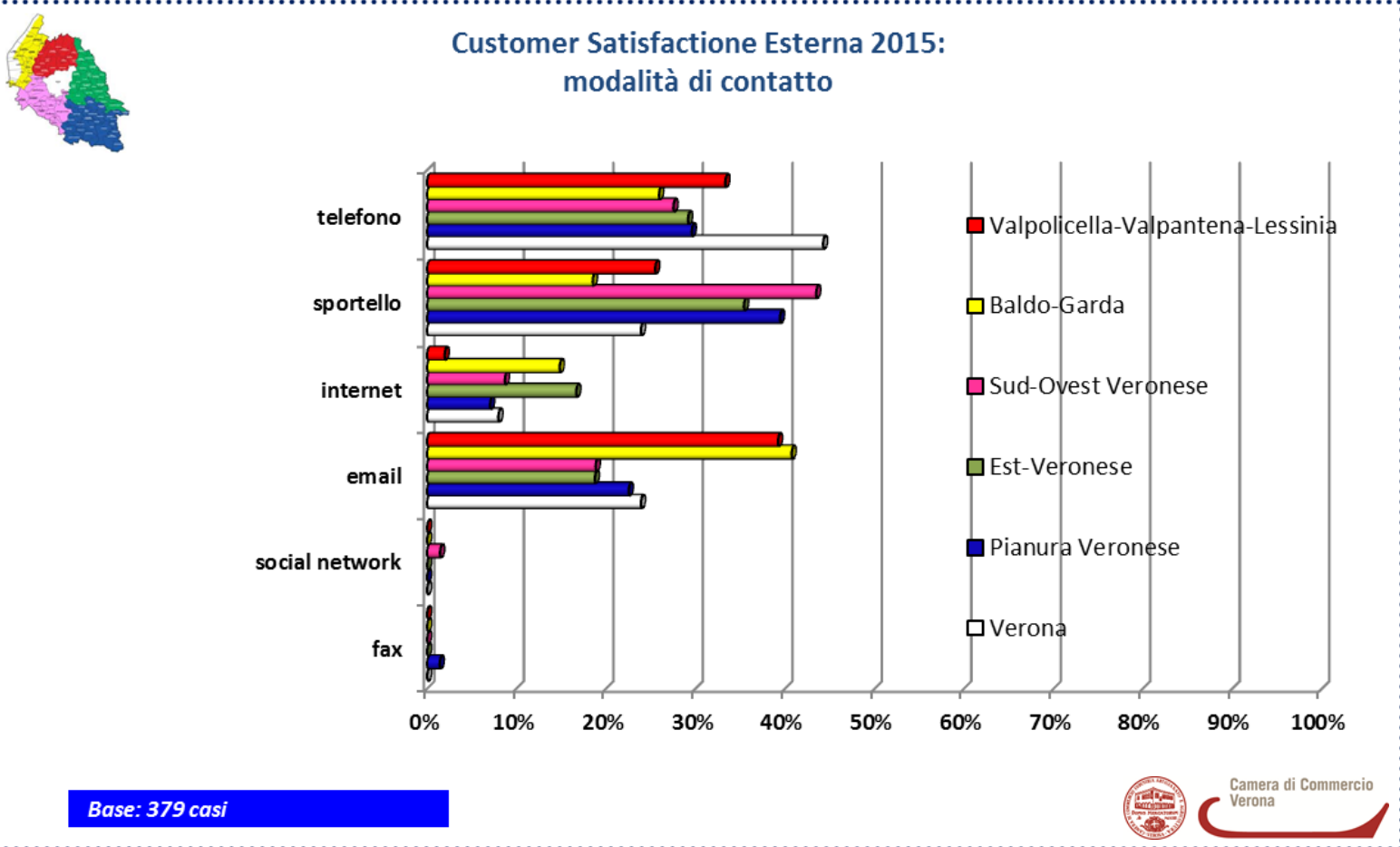


Base: 386 casi



Camera di Commercio
Verona





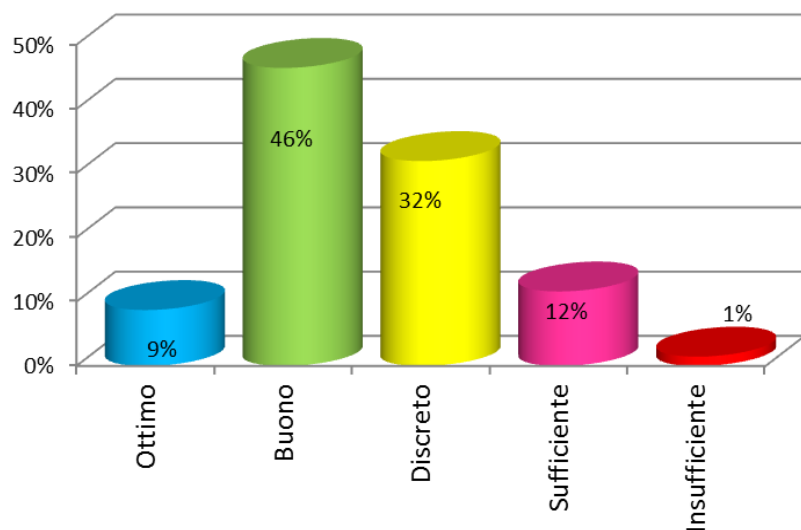
I servizi erogati

L'area di indagine relativa ai servizi erogati mirava a comprendere quali fossero i servizi maggiormente utilizzati dall'utente ed il rispettivo livello di soddisfazione.

- I servizi maggiormente utilizzati dai rispondenti, con percentuali inferiori alle rilevazioni precedenti, si confermano quelli anagrafico-certificativi: Registro delle Imprese (**41%**), Call center (**28%**), Certificazioni e vidimazioni (**27%**), Carte Digitali (**24%**) e Certificazione Estero (**24%**).
- Per facilitare la comparazione tra l'indagine 2014 e l'indagine 2015, le valutazioni concernenti i servizi erogati dalla Camera di Commercio sono state quantificate utilizzando una scala semantica da 1 a 5 (*1 = insufficiente, 2 = sufficiente; 3 = discreto; 4 = buono; 5 = ottimo*). Seguendo le indicazioni della Linea Guida di Unioncamere per la predisposizione della Customer Satisfaction, si possono associare i livelli di valutazione ad un *emoticon*, come nella tabella di seguito riportata, ottenendo così una visualizzazione immediata del giudizio espresso dagli utenti camerali.
- Come nella precedente indagine, tutti i servizi camerali hanno ottenuto un giudizio ampiamente positivo.

Livelli di valutazione	Emoticon	Giudizio di soddisfazione
1		Giudizio negativo
2		Giudizio sufficiente
3-4-5		Giudizio positivo

Customer Satisfaction Esterna 2015:
URP Ufficio Relazioni con il pubblico

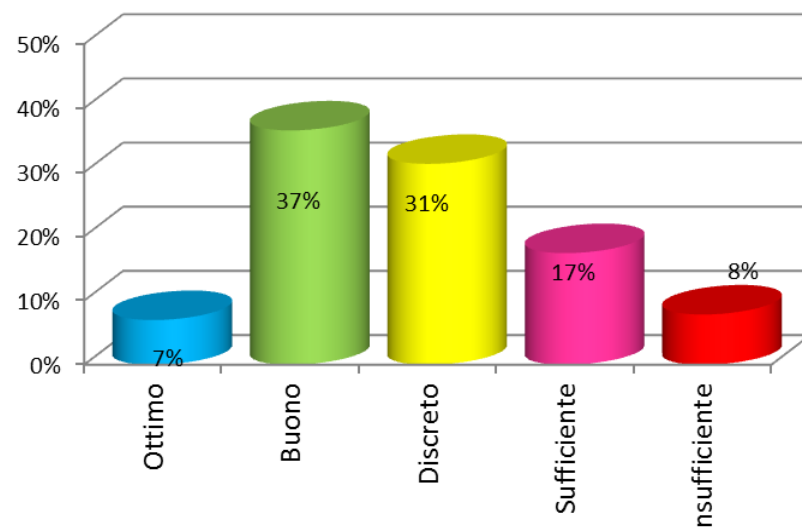


Base: 69 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Call center



Base: 115 casi



Camera di Commercio
Verona

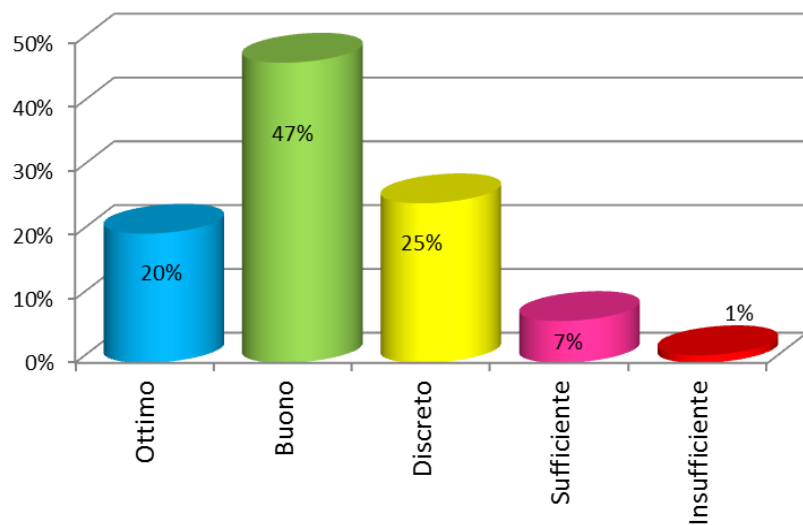
Giudizio prevalente



Giudizio prevalente



Customer Satisfaction Esterna 2015:
Registro Imprese/Comunica

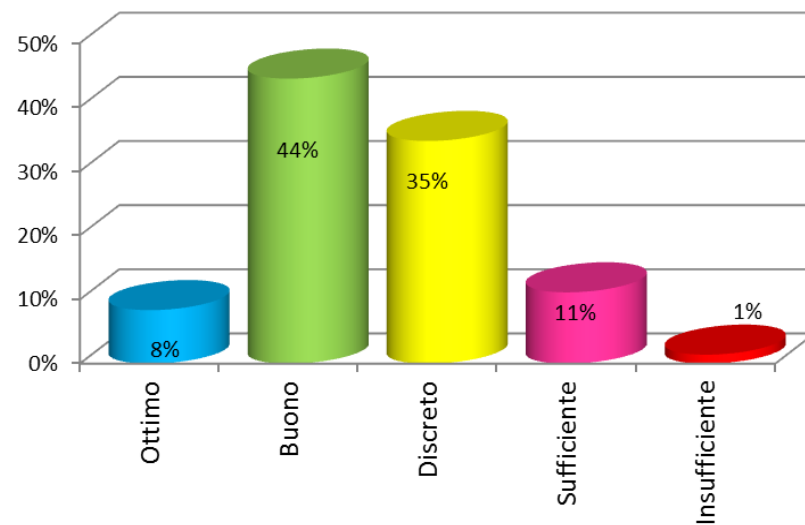


Base: 168 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Albi e Ruoli/Scia



Base: 72 casi



Camera di Commercio
Verona

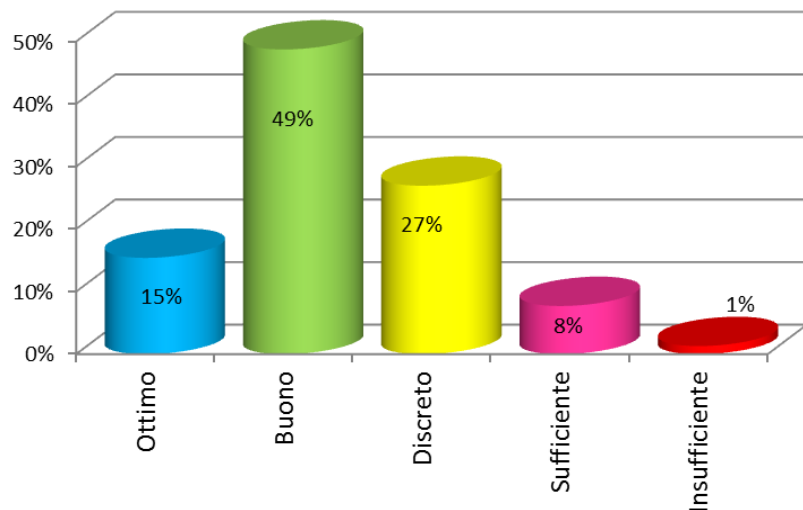
Giudizio prevalente



Giudizio prevalente



Customer Satisfaction Esterna 2015:
Albo Imprese Artigiane

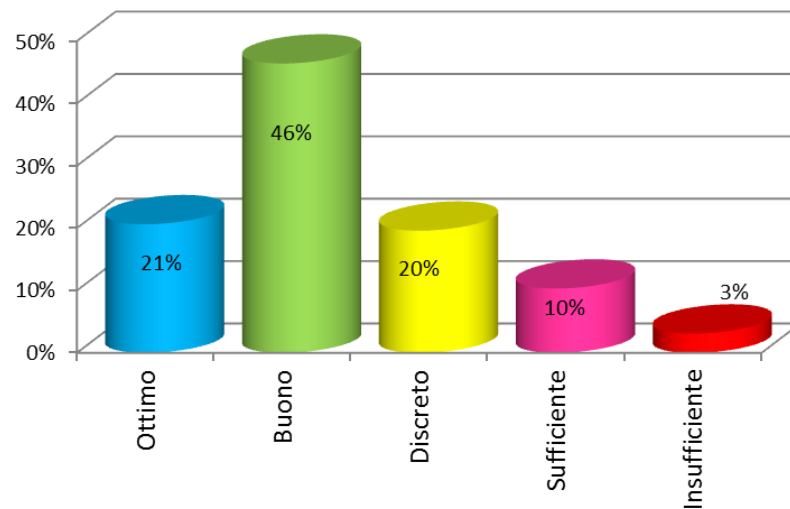


Base: 78 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Carte Digitali



Base: 97 casi



Camera di Commercio
Verona

Giudizio prevalente

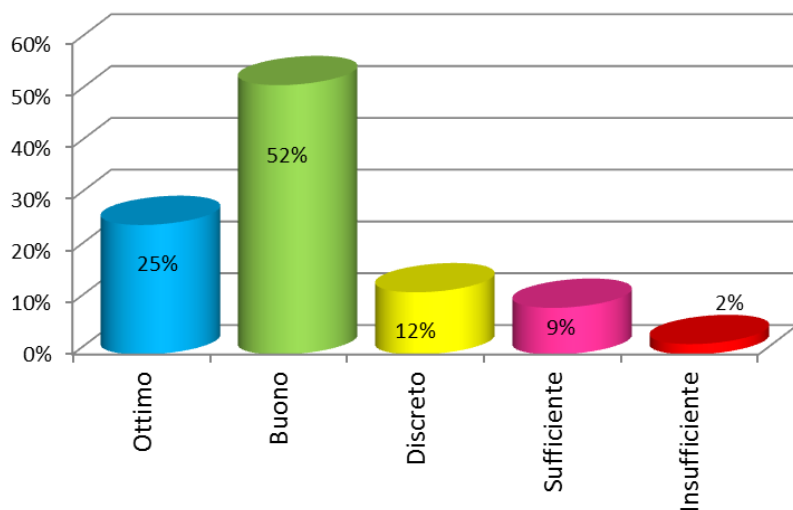


Giudizio prevalente



I servizi erogati – livello di gradimento

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Certificazione Estera

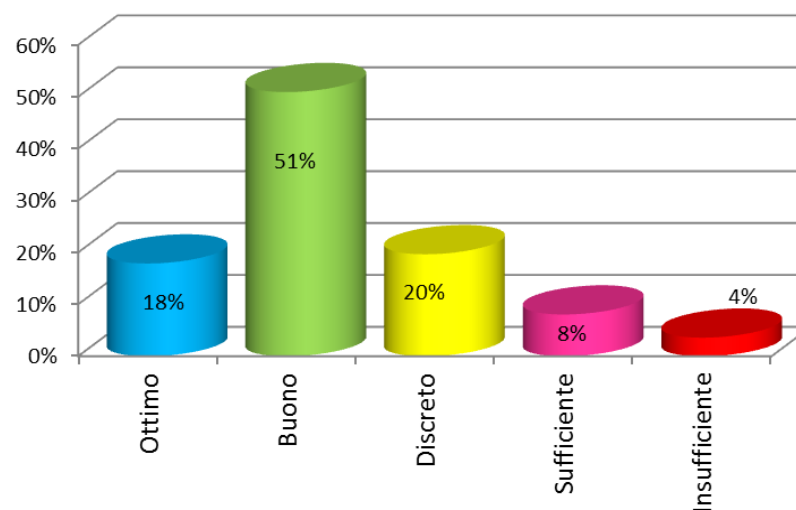


Base: 100 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Certificazioni e Vidimazioni



Base: 112 casi



Camera di Commercio
Verona

Giudizio prevalente

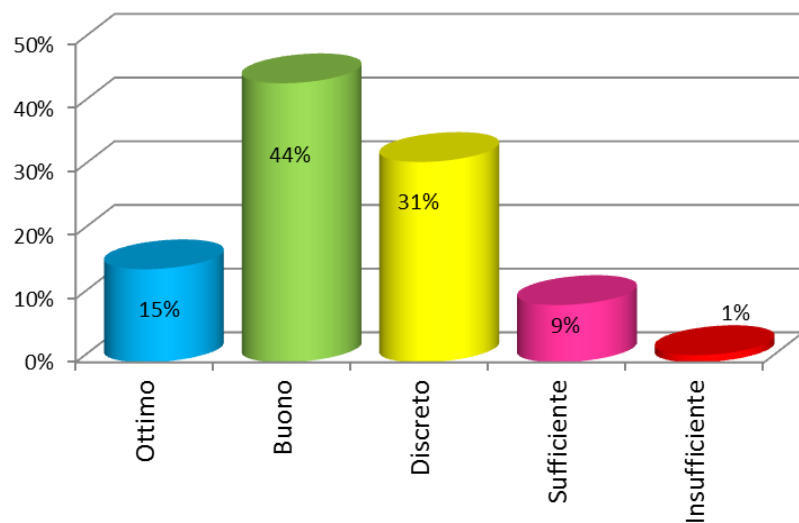


Giudizio prevalente



I servizi erogati – livello di gradimento

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Diritto Annuo

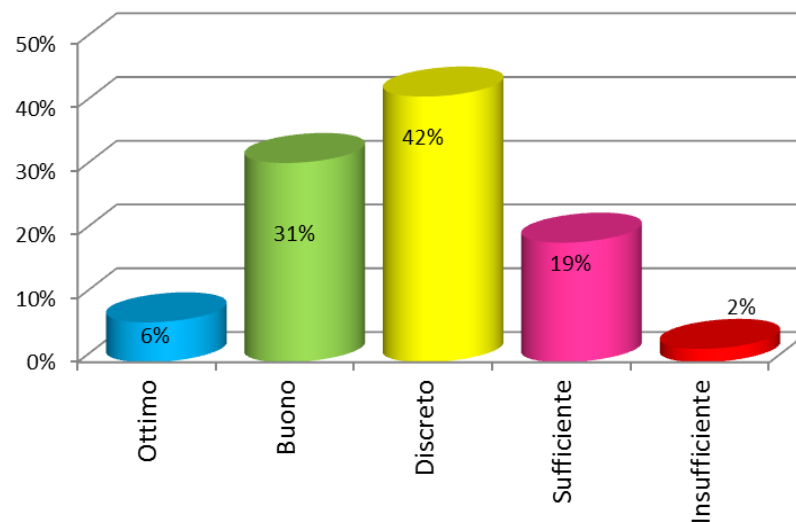


Base: 89 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Regolazione mercato (Mediazione-Arbitrato -Metrico-
Vigilanza Prodotti- Protesti-Prezzi)



Base: 48 casi



Camera di Commercio
Verona

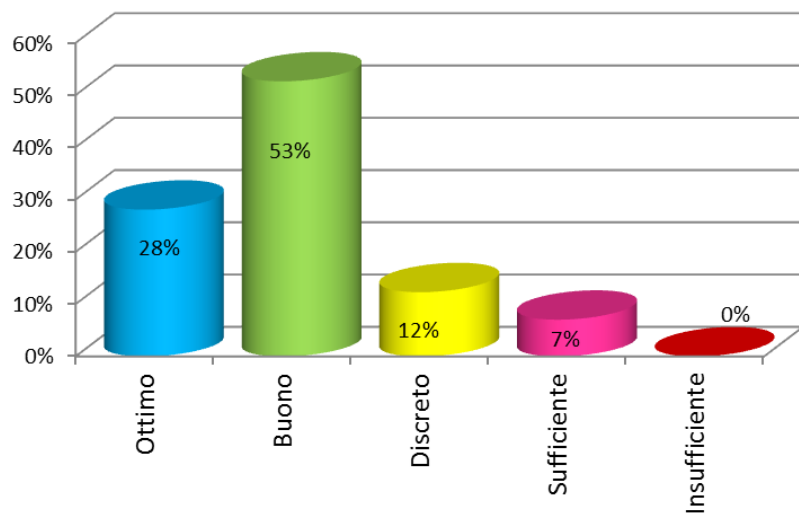
Giudizio prevalente



Giudizio prevalente



Customer Satisfaction Esterna 2015:
Deposito Brevetti, Modelli e Marchi

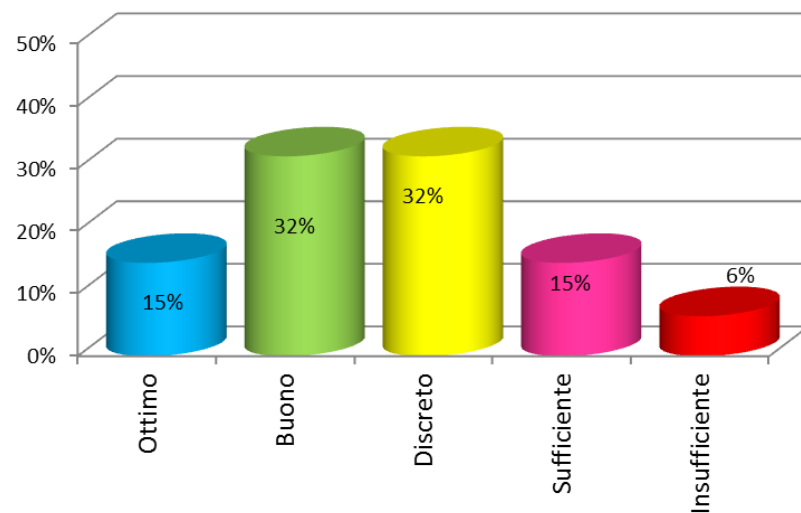


Base: 57 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015
Formazione alle imprese



Base: 47 casi



Camera di Commercio
Verona

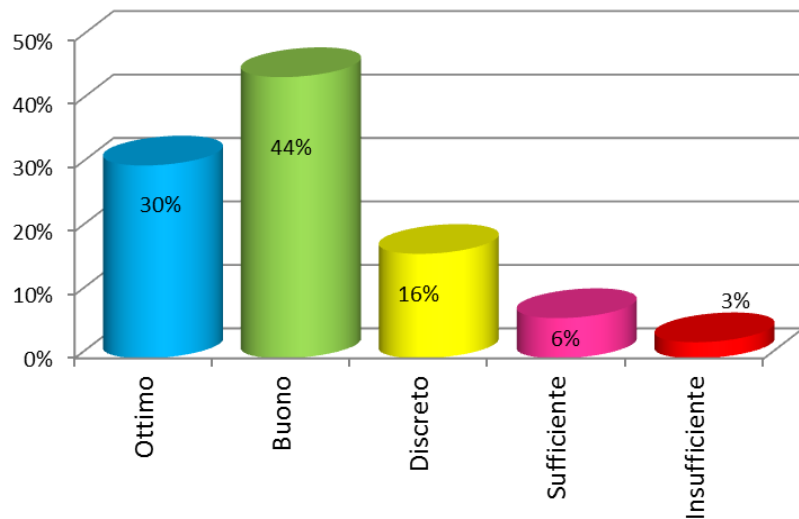
Giudizio prevalente



Giudizio prevalente



Customer Satisfaction Esterna 2015:
Promozione economica veronese

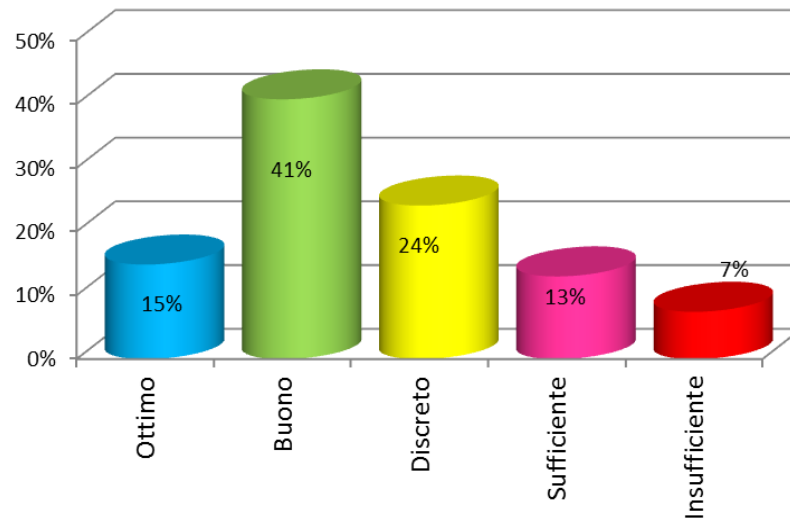


Base: 79 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Informazione consulenza estero



Base: 54 casi



Camera di Commercio
Verona

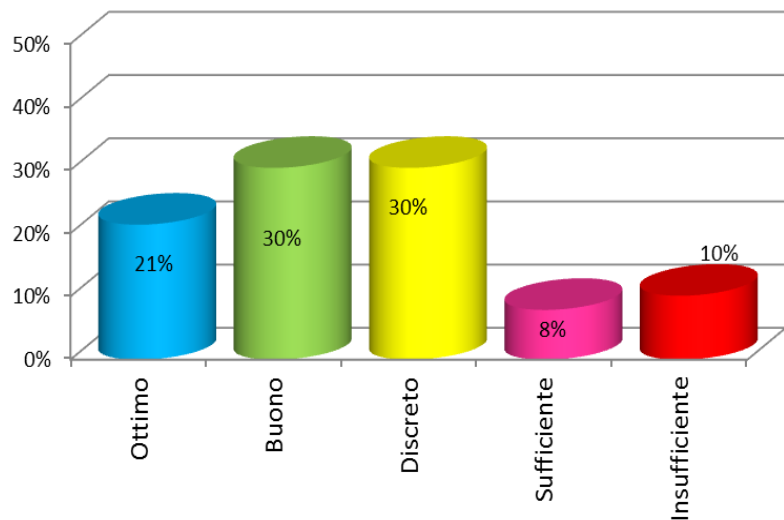
Giudizio prevalente



Giudizio prevalente



Customer Satisfaction Esterna 2015
Contributi

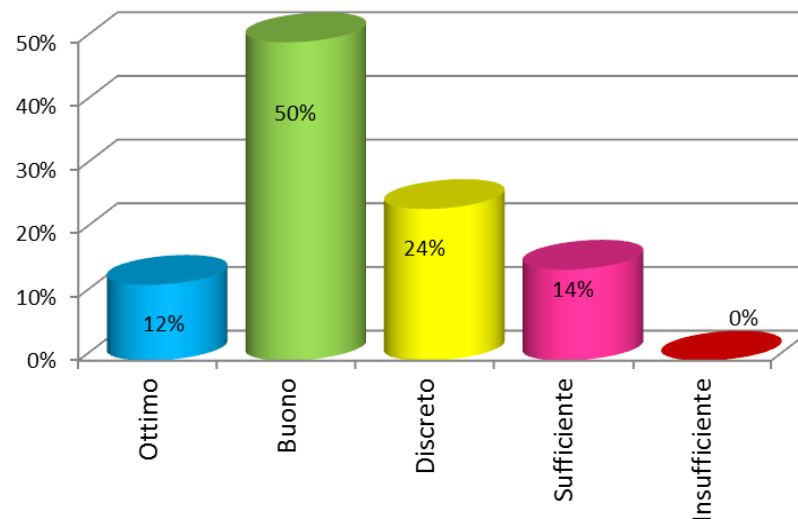


Base: 89 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Informazioni e studi
statistica



Base: 42 casi



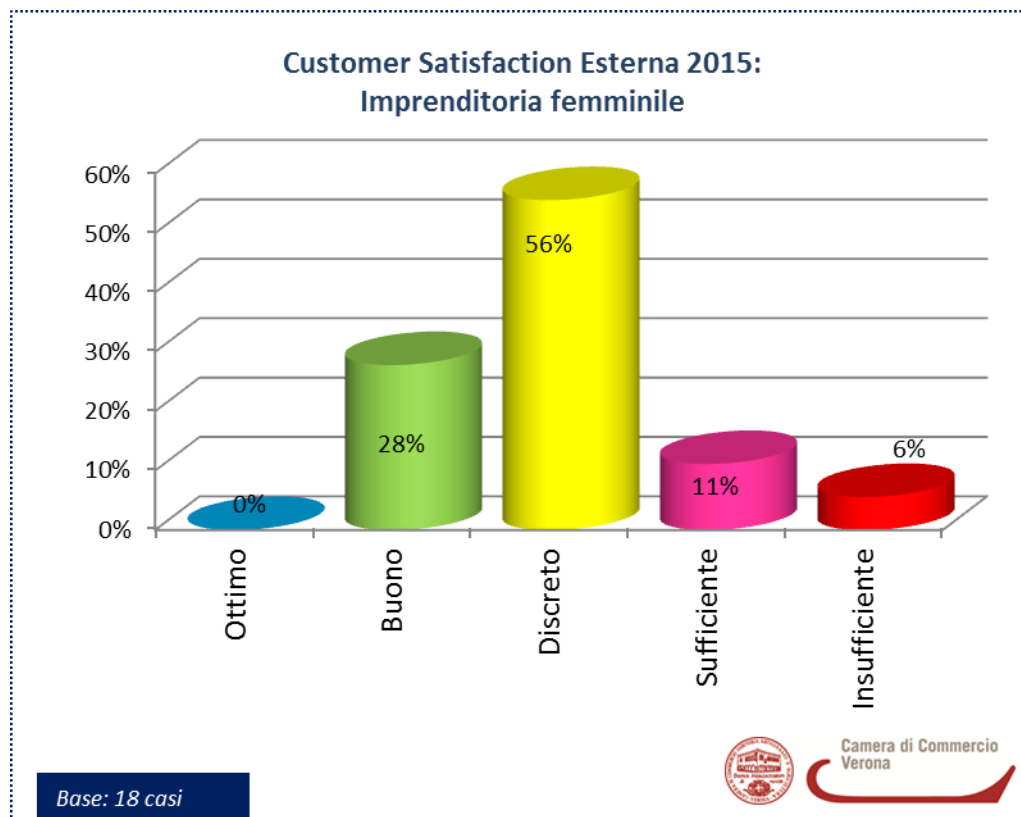
Camera di Commercio
Verona

Giudizio prevalente



Giudizio prevalente





Giudizio prevalente



Efficacia degli strumenti di comunicazione

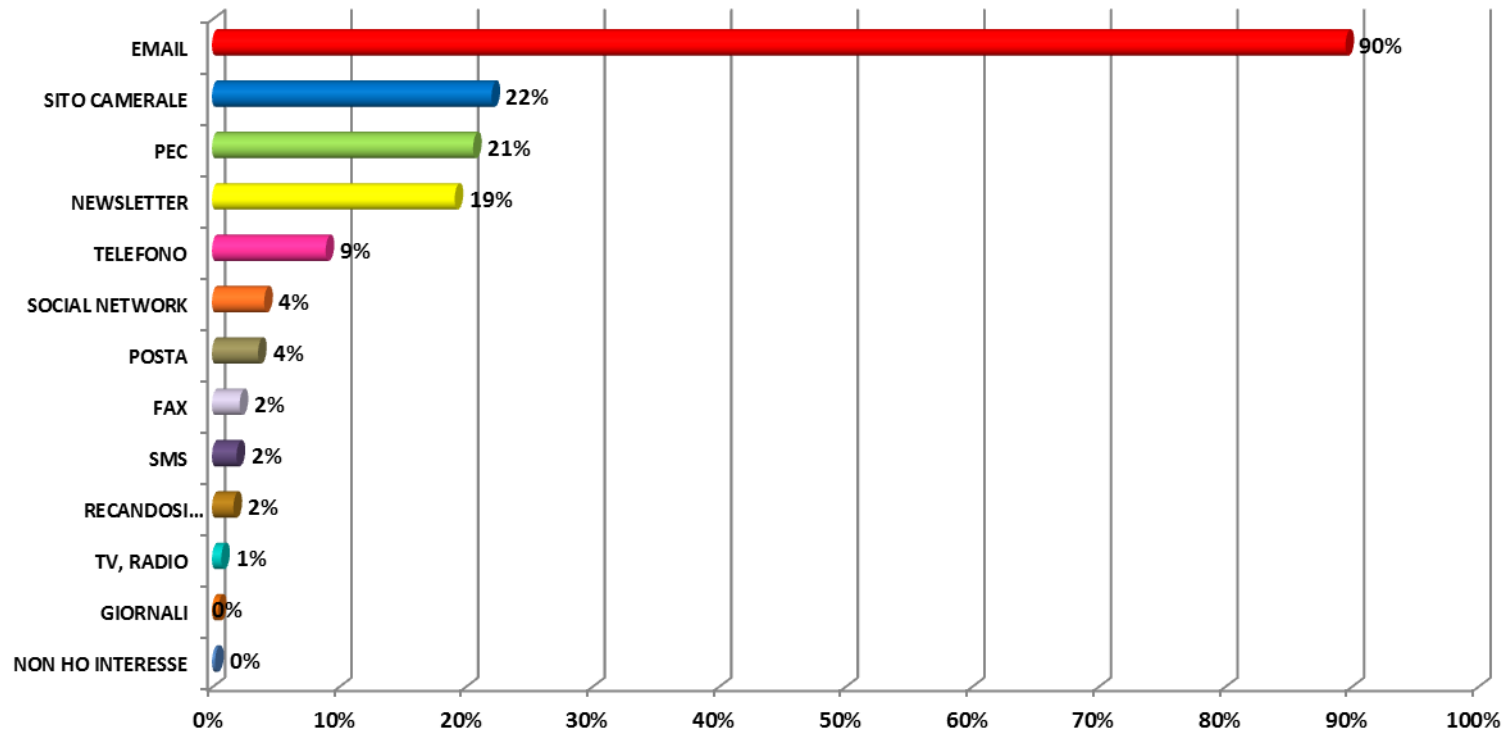
I giudizi espressi sull'efficacia degli strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Verona evidenziano un **elevato grado di soddisfazione**.

Confrontando le valutazioni con risultati della precedente indagine, viene confermato l'interesse per le nuove tecnologie: infatti il **90%** degli utenti riterrebbe più utile essere informato sui servizi camerali via e-mail, il **22%** vorrebbe ottenere informazioni attraverso il sito internet istituzionale, il **21%** via pec. L'utilizzo della newsletter si conferma al **19%**.

In relazione al sito internet istituzionale sono stati esaminati diversi aspetti (scopo di utilizzo, facilità di accesso, completezza ed utilità delle informazioni, chiarezza del linguaggio, frequenza degli aggiornamenti, grafica ed accessibilità per ipovedenti):

- Il **48%** (56% nel 2014) consulta il sito internet per reperire modulistica; il **39%** (57% nel 2014) degli utenti utilizza il sito internet per la gestione di pratiche obbligatorie e servizi amministrativi;
- il **39%** (45% nel 2014) degli utenti utilizza il sito internet per reperire informazioni sulle imprese e sul mercato (banche dati camerali, statistiche, partecipazione a fiere, contributi, etc...);
- tutti gli aspetti valutati hanno confermato il giudizio prevalente positivo già espresso nel 2014;
- i punti di forza del sito istituzionale sono costituiti dalla chiarezza del linguaggio utilizzato e dall'utilità delle informazioni fornite.

Customer Satisfaction Esterna 2015: modalità ritenuta più utile per essere informati sui servizi della Camera di Commercio di Verona

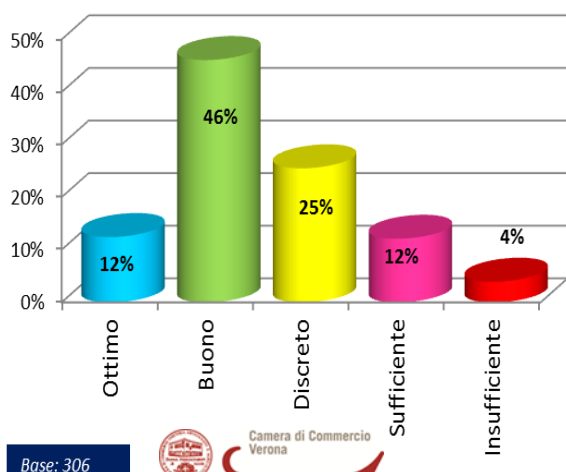


Quesito a risposta multipla



Camera di Commercio
Verona

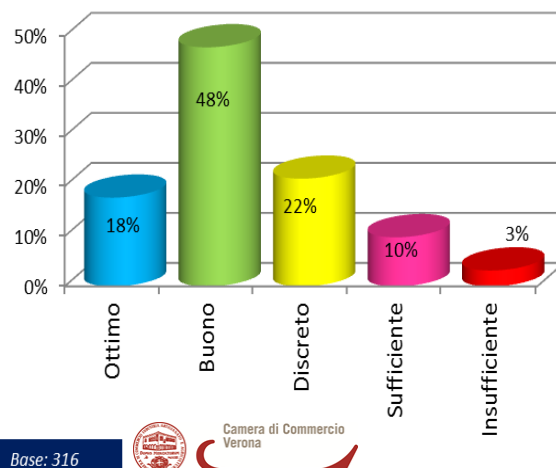
Customer Satisfaction Esterna 2015:
giudizio efficacia sportello



Giudizio prevalente



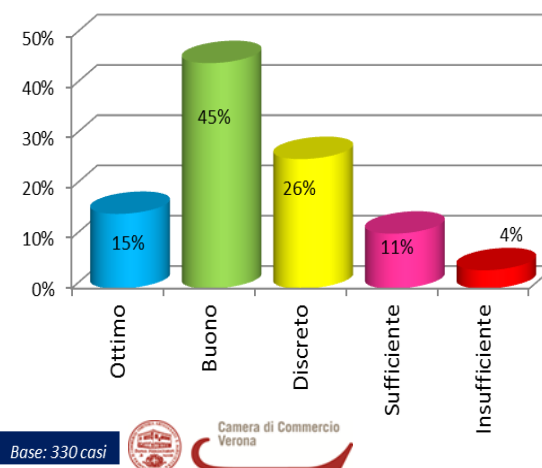
Customer Satisfaction Esterna 2015:
giudizio efficacia E-mail, Internet, Social Network



Giudizio prevalente



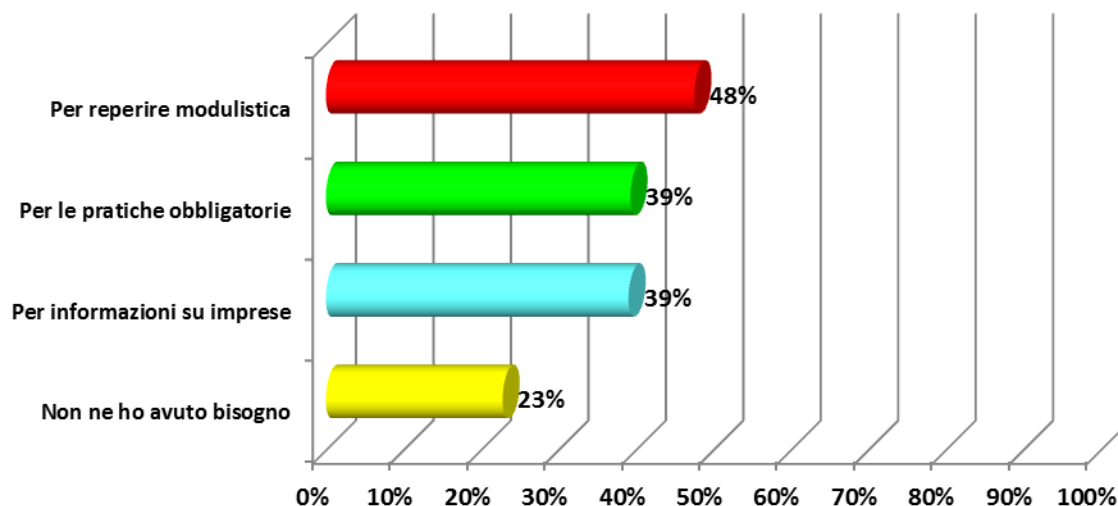
Customer Satisfaction Esterna 2015:
giudizio efficacia telefono



Giudizio prevalente



Customer Satisfaction Esterna 2015: servizi per i quali è stato utilizzato il Sito Internet

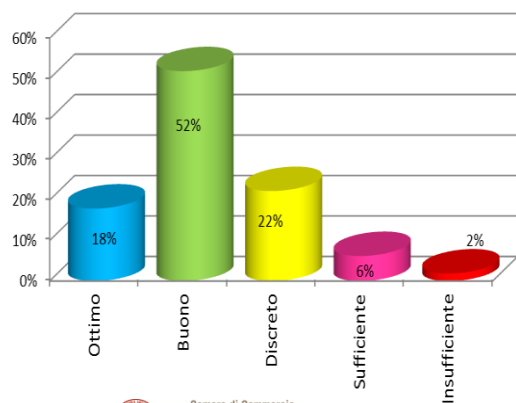


Quesito a risposta multipla



Camera di Commercio
Verona

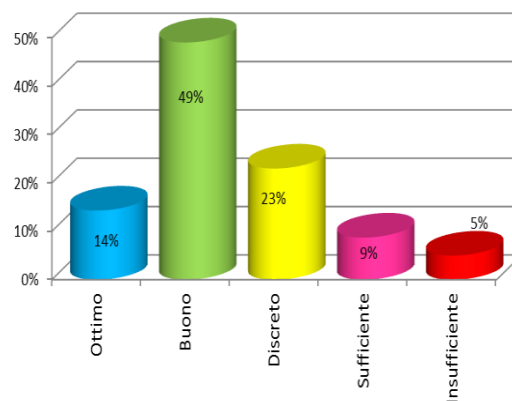
Customer Satisfaction Esterna 2015
utilizzo Sito Internet per pratiche obbligatorie



Base: 162 casi



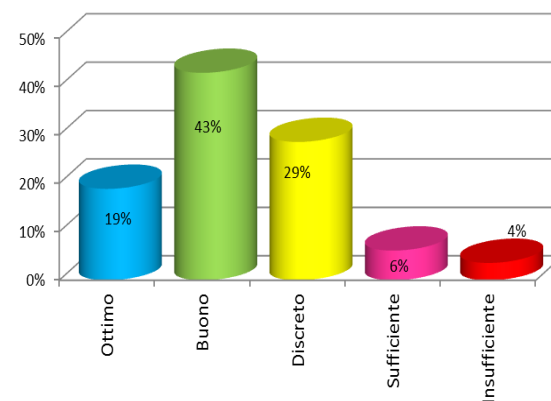
Customer Satisfaction Esterna 2015:
utilizzo Sito Internet per informazioni su imprese



Base: 161 casi



Customer Satisfaction Esterna 2015:
utilizzo Sito Internet per reperire modulistica



Base: 196 casi



Giudizio prevalente



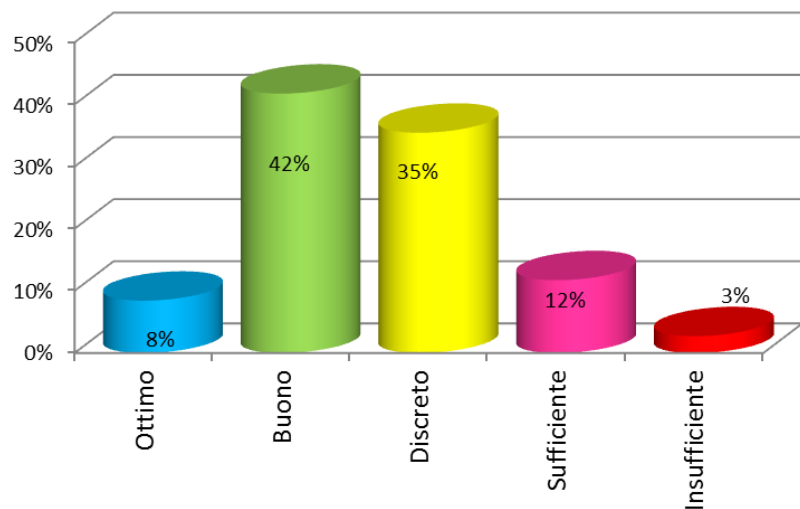
Giudizio prevalente



Giudizio prevalente



Customer Satisfaction Esterna 2015:
Sito Internet facilità accesso

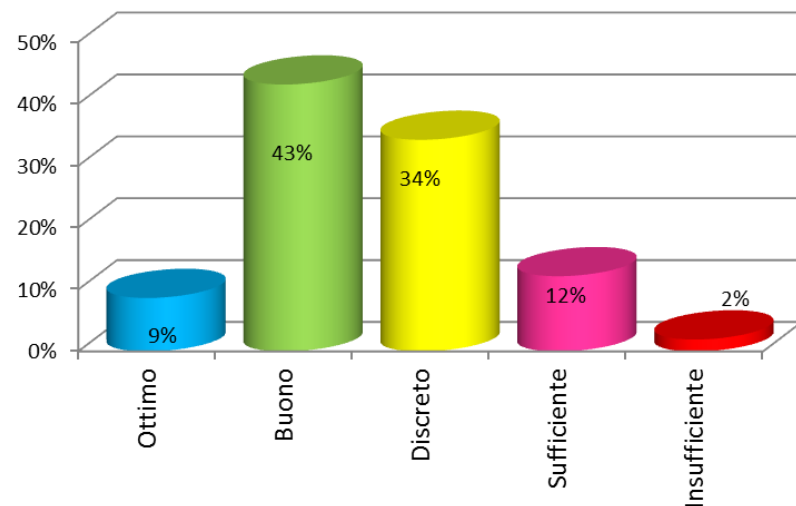


Base: 333 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Sito Internet completezza informazioni



Base: 313 casi



Camera di Commercio
Verona

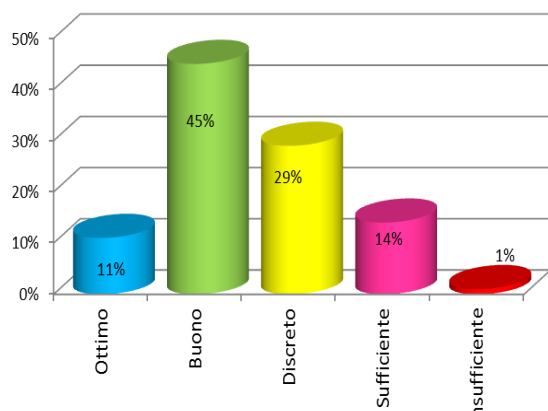
Giudizio prevalente



Giudizio prevalente



Customer Satisfaction Esterna 2015:
Sito Internet utilità informazioni

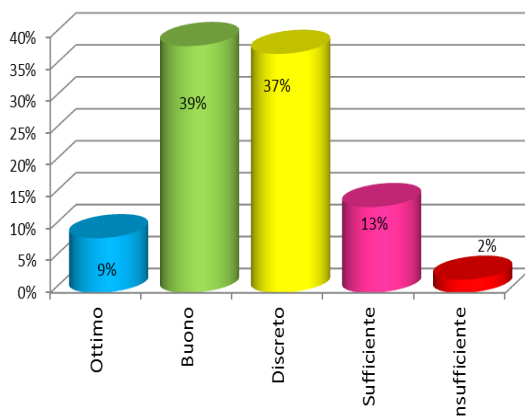


Base: 300 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Sito Internet frequenza aggiornamenti

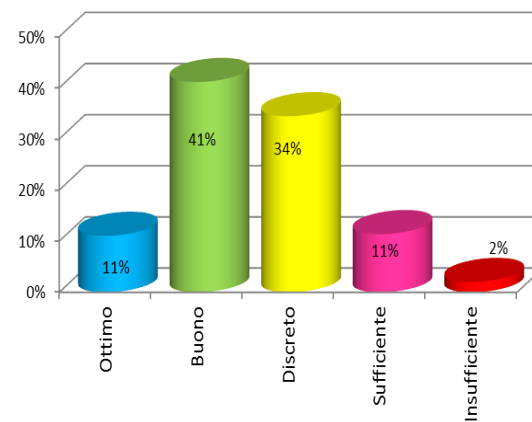


Base: 246 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Sito Internet chiarezza linguaggio



Base: 299 casi



Camera di Commercio
Verona

Giudizio prevalente



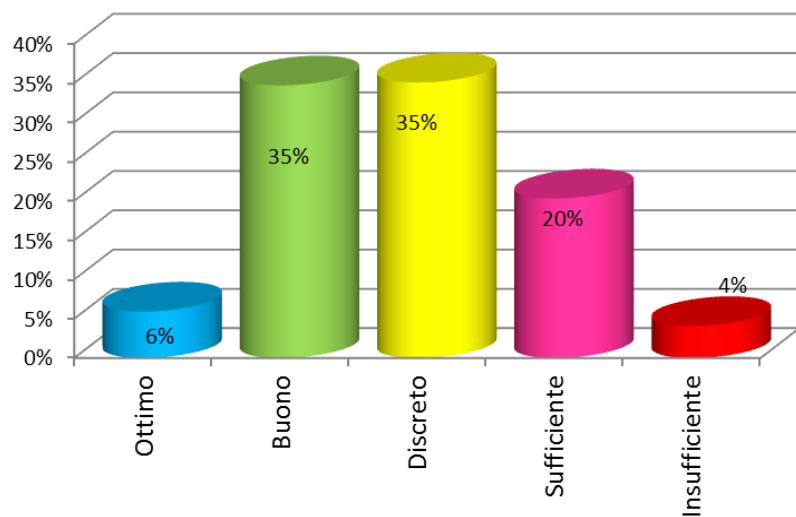
Giudizio prevalente



Giudizio prevalente



Customer Satisfaction Esterna 2015:
Sito Internet grafica

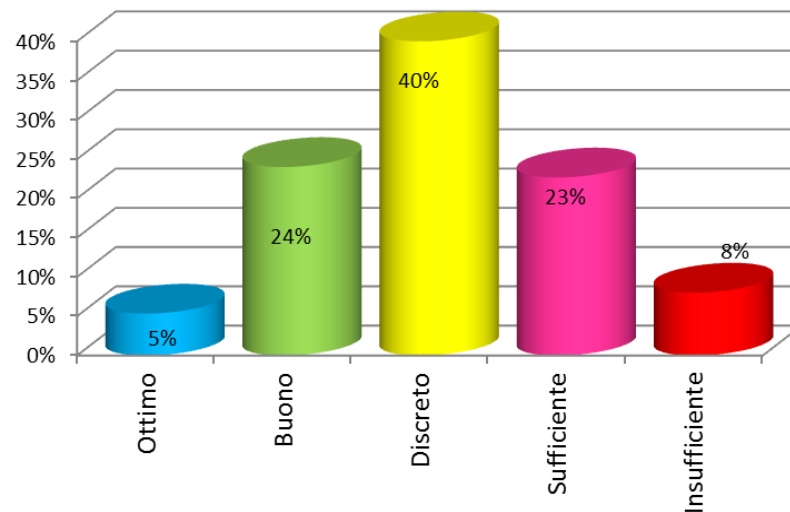


Base: 271 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Sito Internet accessibilità ipovedenti



Base: 68 casi



Camera di Commercio
Verona

Giudizio prevalente



Giudizio prevalente



Modalità generali di funzionamento

Si conferma, anche nel 2015, la valutazione positiva sugli aspetti generali connessi al funzionamento della Camera di commercio.

Cortesia e competenza del personale rimangono i punti di forza dell'ente camerale.

In linea con l'attenzione normativa alla trasparenza dell'attività amministrativa, dal 2013 è stata inserita una domanda specifica finalizzata a comprendere l'opinione dell'utenza su tale aspetto. Anche quest'anno l'attività camerale, sotto il profilo della trasparenza, ha ottenuto una valutazione positiva.

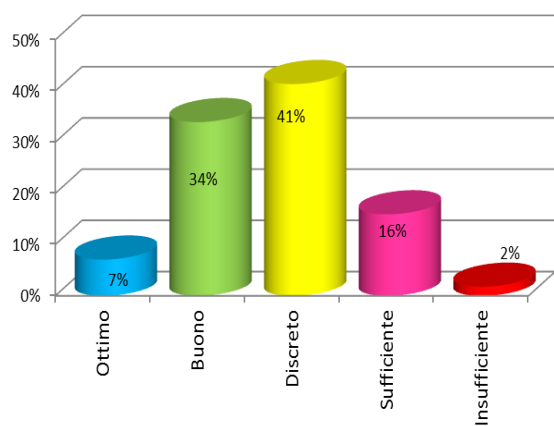
Gli orari degli uffici camerali sono considerati adeguati dal **35%** (44% nel 2014) degli utenti, mentre il **22%** (24% nel 2014) preferirebbe un orario continuato tutti i giorni di apertura. Il **10%** vorrebbe posticipare la chiusura pomeridiana, il **4%** vorrebbe anticipare l'apertura al mattino, il **4%** propone altre soluzioni. Infine il **17%** non sa cosa rispondere e l'**8%** non ha risposto.

Per quanto riguarda le tematiche cui sono rivolte le maggiori aspettative di intervento da parte della Camera di Commercio vengono confermati i risultati della precedente indagine: la semplificazione amministrativa primeggia con **58%**, seguita con il **45%** (42% nel 2014) dalla richiesta di finanziamenti e contributi alle imprese. La richiesta di rendere più fruibile internet si conferma al **28%**, seguita dalla richiesta di promozione del Made in Verona (**22%**) e di internazionalizzazione (**20%**).

A partire dal 2014, al fine di verificare la conoscenza da parte delle imprese della riduzione del diritto annuo del 35%, è stata inserita un'apposita domanda: il **71%** (57% nel 2014) ritiene che la quota di iscrizione rimarrà invariata, il **16%** (37% nel 2014) che sarà minore, il **12%** degli utenti ritiene che la stessa in futuro sarà maggiore.

..

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Chiarezza segnaletica

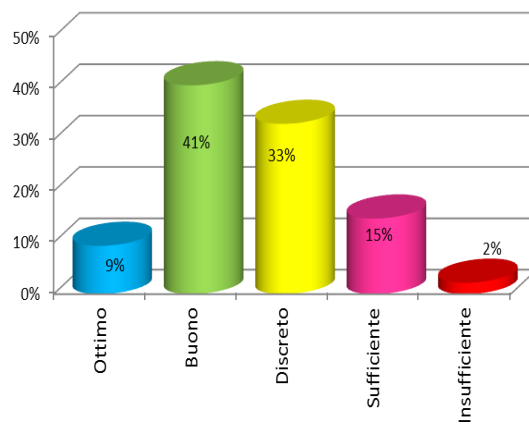


Base: 283 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Tempi di erogazione

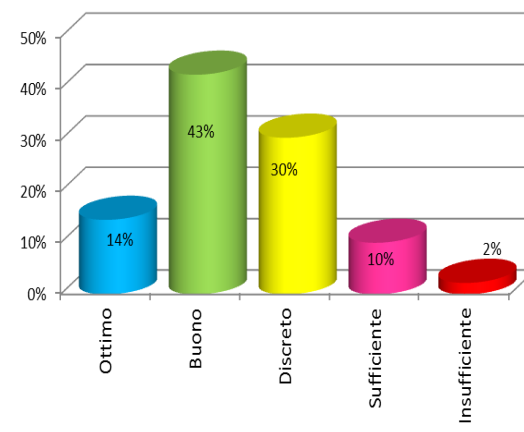


Base: 320 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Trasparenza



Base: 269 casi



Camera di Commercio
Verona

Giudizio prevalente



Giudizio prevalente

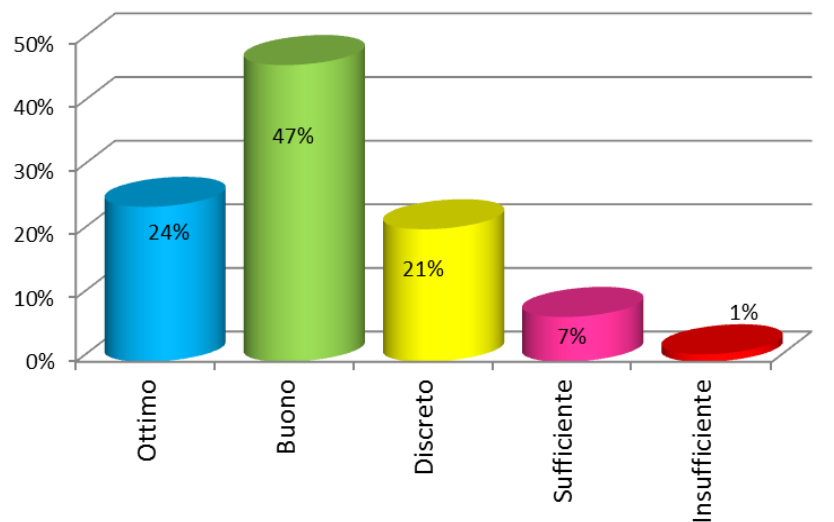


Giudizio prevalente



33

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Cortesia

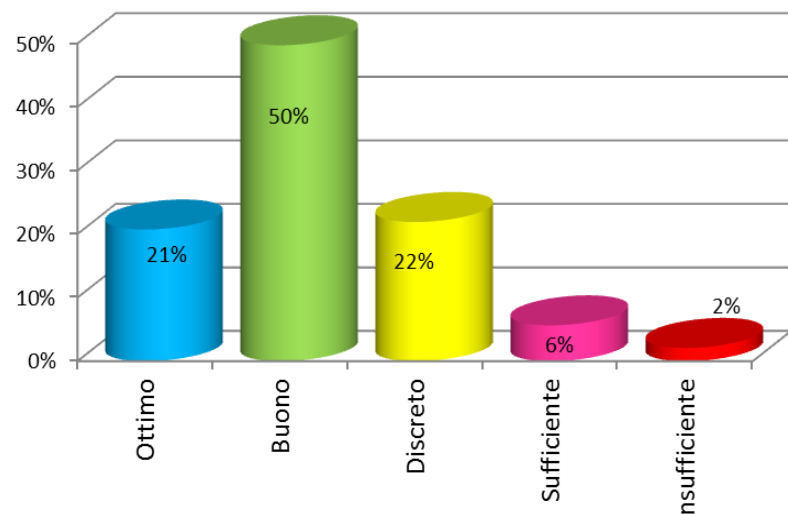


Base: 341 casi



Camera di Commercio
Verona

Customer Satisfaction Esterna 2015:
Competenza personale



Base: 338 casi



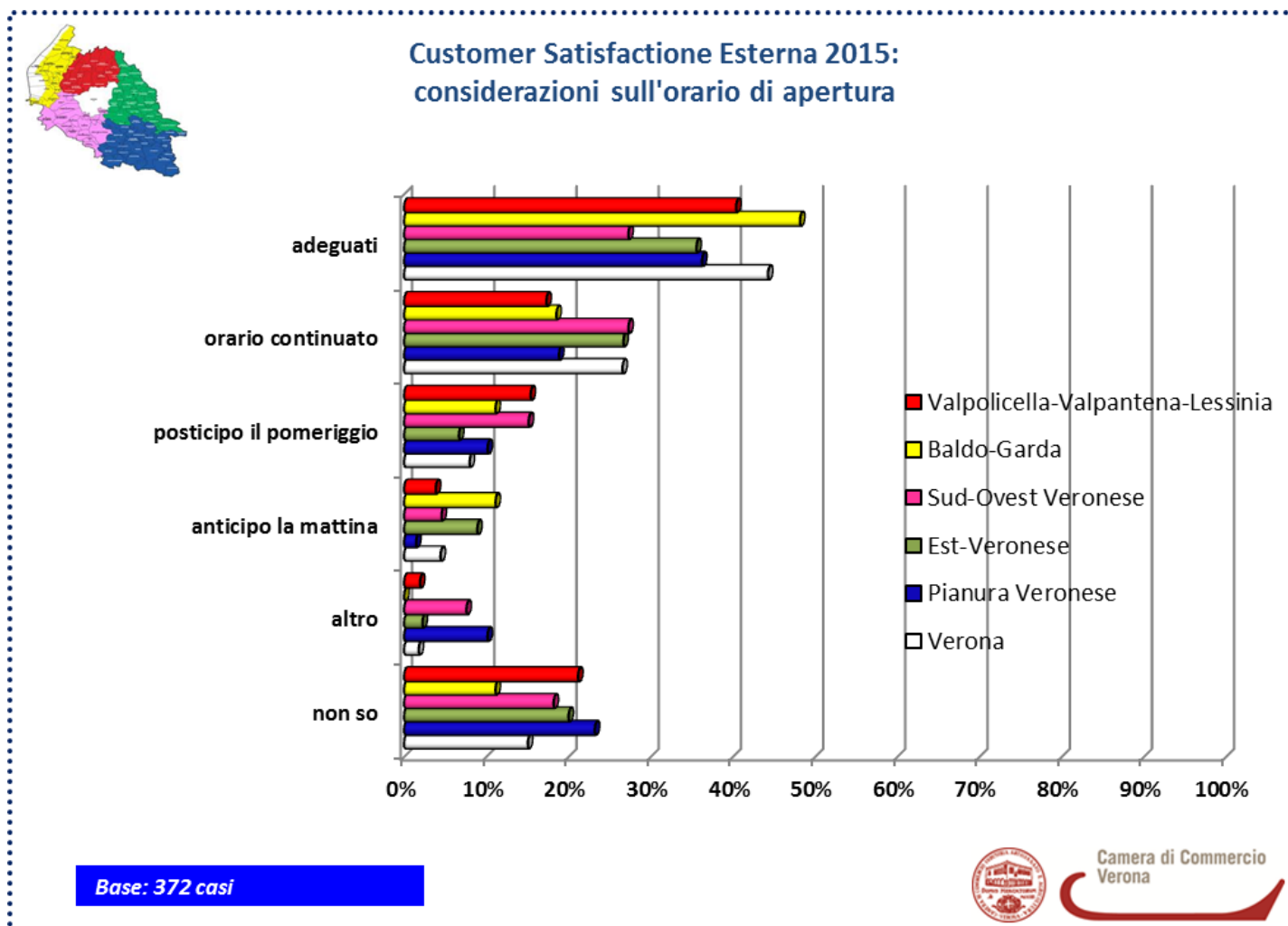
Camera di Commercio
Verona

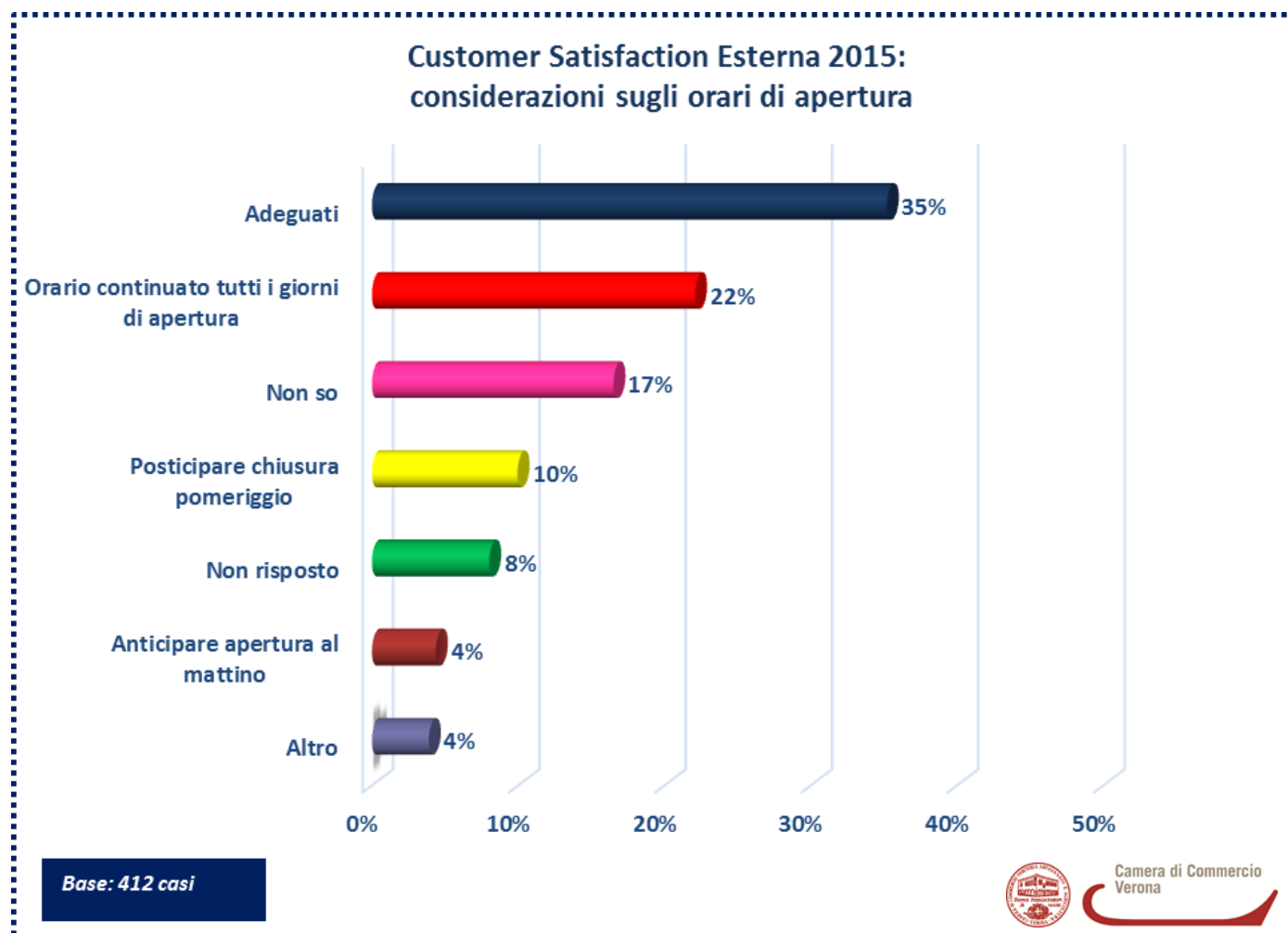
Giudizio prevalente



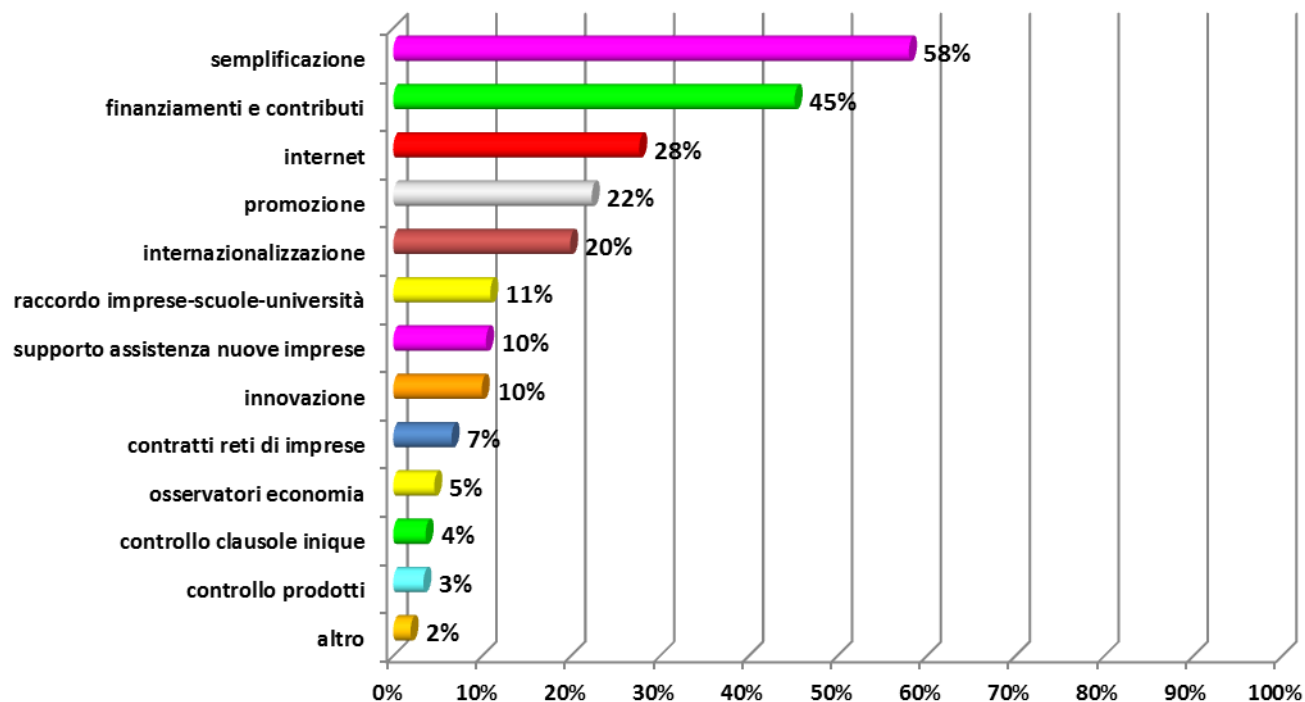
Giudizio prevalente







Customer Satisfactione Esterna 2015: tematiche sulle quali la Camera di Commercio dovrebbe svolgere maggiore attività

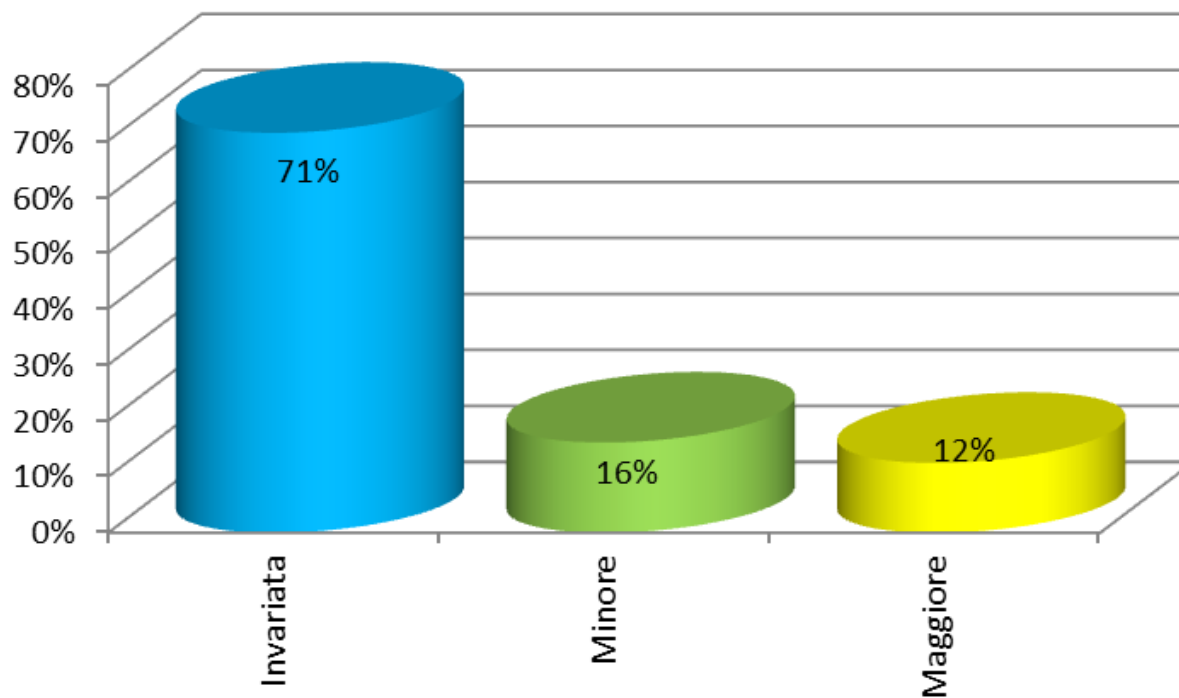


Quesito a risposta multipla



Camera di Commercio
Verona

**Customer Satisfaction Esterna 2015:
ritiene che la quota diritto annuo 2016 sarà:**



Base: 385 casi



Camera di Commercio
Verona

Giudizio complessivo sulle attività della Camera di Commercio

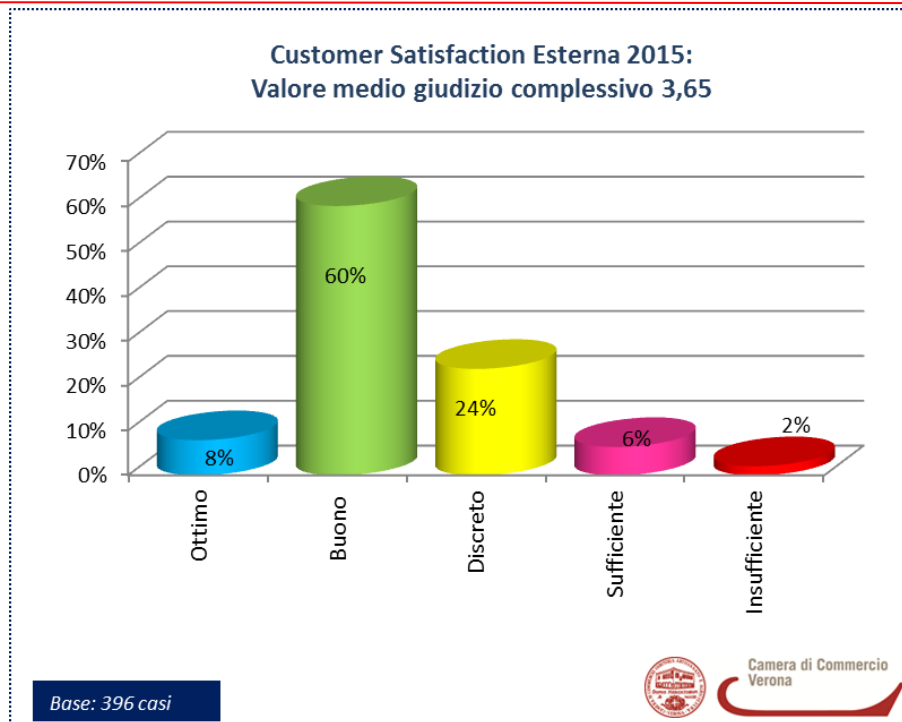
Allo scopo di verificare l'attendibilità delle precedenti valutazioni, nella sezione conclusiva del questionario è stata posta una domanda di controllo per conoscere il giudizio complessivo sulle attività svolte dalla Camera di Commercio.

Il giudizio complessivo sulle attività svolte dalla Camera di Commercio si conferma **prevalentemente positivo** con le seguenti valutazioni:

- il **60%** (59% nel 2014) ha espresso il giudizio «**buono**»
- il **24%** (22% nel 2014) ha espresso il giudizio «**discreto**»
- l'**8%**, confermando il dato del 2014, ha espresso il giudizio «**ottimo**»
- Il **6%** (8% nel 2014) ha giudicato «**sufficiente**» l'operato camerale

Solo una netta minoranza, il **2%**, (3% nel 2014) ha espresso il giudizio «**insufficiente**».

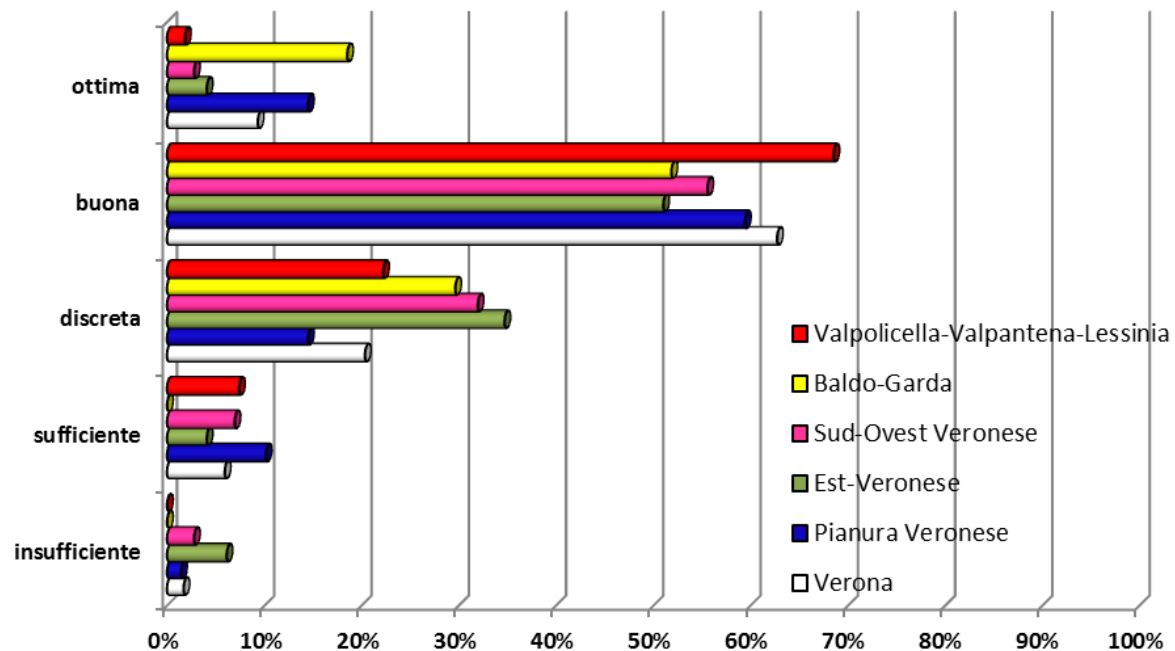
In una scala da 1 a 5 il giudizio complessivo sulle attività della Camera di Commercio di Verona si conferma sul valore di **3,65**.



Livelli di valutazione	Numero di giudizi complessivi	% Livello di soddisfazione espresso	Emoticon	Giudizio di soddisfazione	Giudizio prevalente
1	8	2%		Giudizio negativo	
2	25	6%		Giudizio sufficiente	
3-4-5	363	92%		Giudizio positivo	



Customer Satisfactione Esterna 2015: giudizio complessivo



Base: 389 casi



Camera di Commercio
Verona

Nota metodologica

Tecnica di rilevazione: l'indagine, che mirava a raggiungere un campione di almeno 4.000 soggetti tra imprese, associazioni e professionisti del territorio veronese, è stata condotta con il Sistema CAWI (Computer-Assisted Web Interview) con l'invio tramite posta elettronica di un questionario compilabile.

Trattamento del campione: per la costruzione del campione di anagrafiche (comprendente imprese, professionisti, associazioni di categoria del territorio veronese) sono state utilizzate le banche dati in uso alla Camera di Commercio di Verona. A fronte di **4.229** questionari trasmessi, le interviste andate a buon fine sono risultate **412 (9,7%)**.

Periodo di riferimento: anno 2015.

Periodo di rilevazione: marzo-aprile 2016.

Codice deontologico: la rilevazione è stata realizzata in ottemperanza a quanto previsto dalla Legge sulla Privacy n. 196/03.