Camera di Commercio
Verona

# Indagine di
# Customer Esterna 2017:
## Camera di Commercio di 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 2017 è stata svolta dallo Staff Qualità, con il supporto dell'Ufficio Organizzazione Eventi 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 on line.

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.
Rispetto all'indagine svolta sull'annualità 2016, nel 2017 sono stati raggiunti un numero maggiore di utenti, passando dai 4.254 soggetti contattati per il 2016 ai 5.131 soggetti contattati per il 2017. Aumentato anche il valore assoluto del numero dei rispondenti che passa da 474 soggeti nel 2016 a 504 nel 2017.

Comparando le 2 annualità possiamo rilevare che la prevalenza tra i rispondenti si conferma tra i Professionisti (che salgono dal 32 % al **34%**), mentre resta invariato il peso percentuale delle Società di capitali (**28%**).

In aumento, rispetto al 2016, le risposte delle Società di persone, che passano dal 15% al 16%, mentre risultano in calo quelle delle imprese individuali che scendono al 13% rispetto al 15% .

| Natura Giuridica | Questionari inviati | peso% 2017 | peso% 2016 |
|---|---|---|---|
| Imprese | 2.759 | 54 | 49 |
| Professionisti | 2.313 | 45 | 49 |
| Consorzi, Associazioni, altro | 59 | 1 | 2 |
| TOTALE | 5.131 | 100 | 100 |

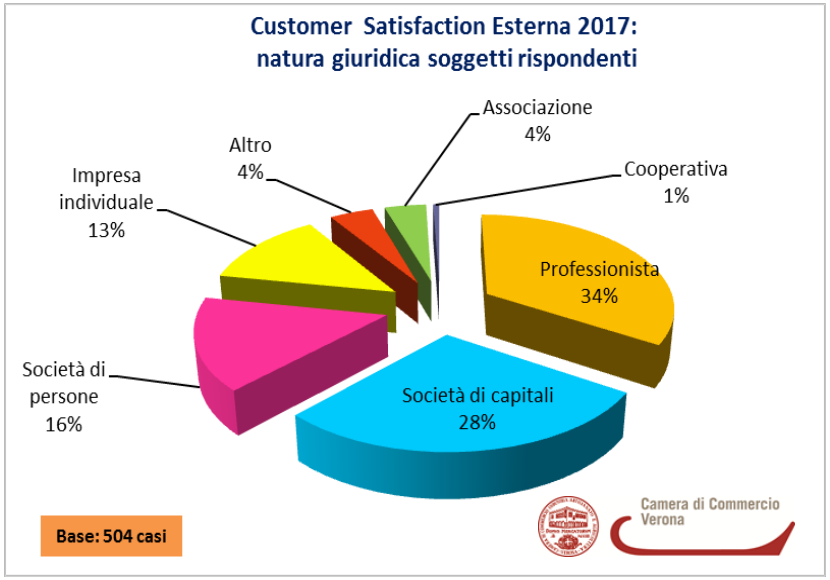
| Natura Giuridica | Numero risposte | Peso% 2017 | Peso % 2016 |
|---|---|---|---|
| Professionista | 171 | 34 | 32 |
| Società di capitali | 143 | 28 | 28 |
| Società di persone | 79 | 16 | 15 |
| Impresa individuale | 65 | 13 | 15 |
| Altro | 22 | 4 | 5 |
| Associazione | 21 | 4 | 4 |
| Cooperativa | 3 | 1 | 1 |
| TOTALE RISPOSTE | 504 | 100 | 100 |
| non risposto | 0 | | |
| TOTALE | 504 | | |

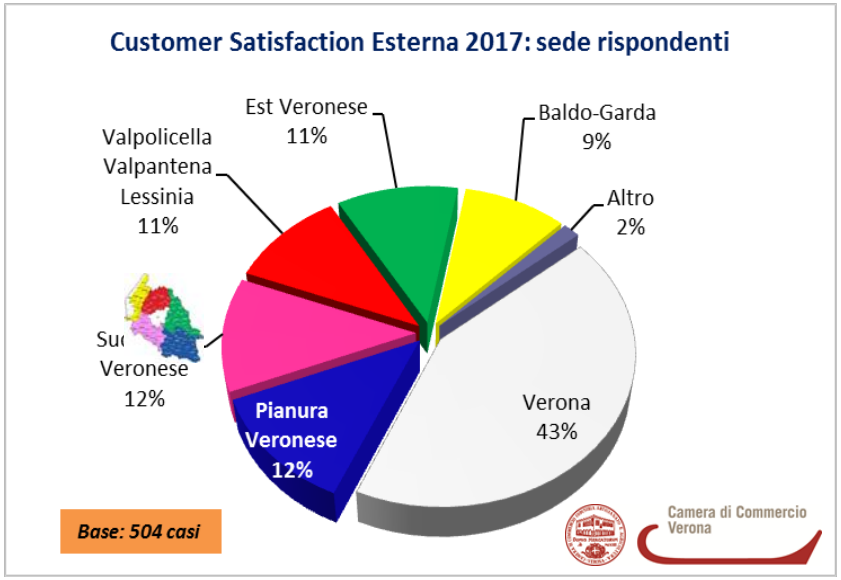
## Popolazione di riferimento

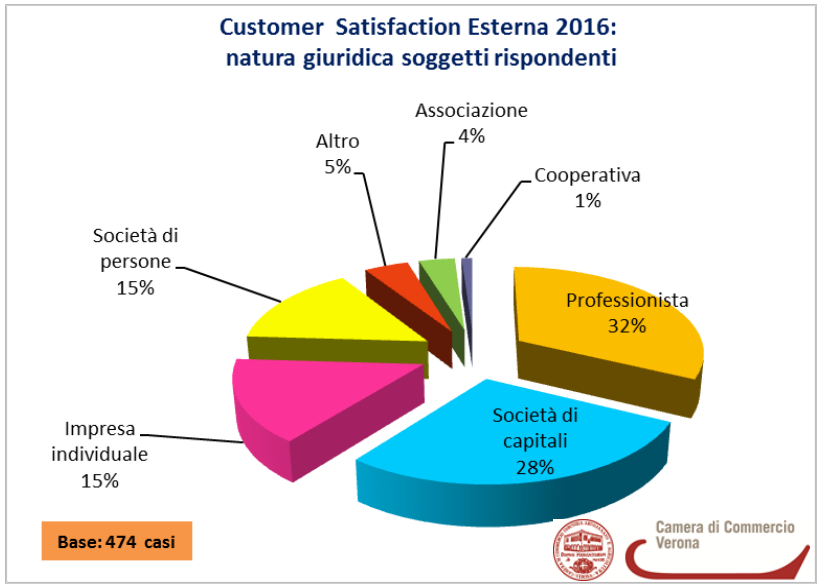
L’indagine è stata indirizzata agli utenti del territorio veronese, suddiviso in sei aree:

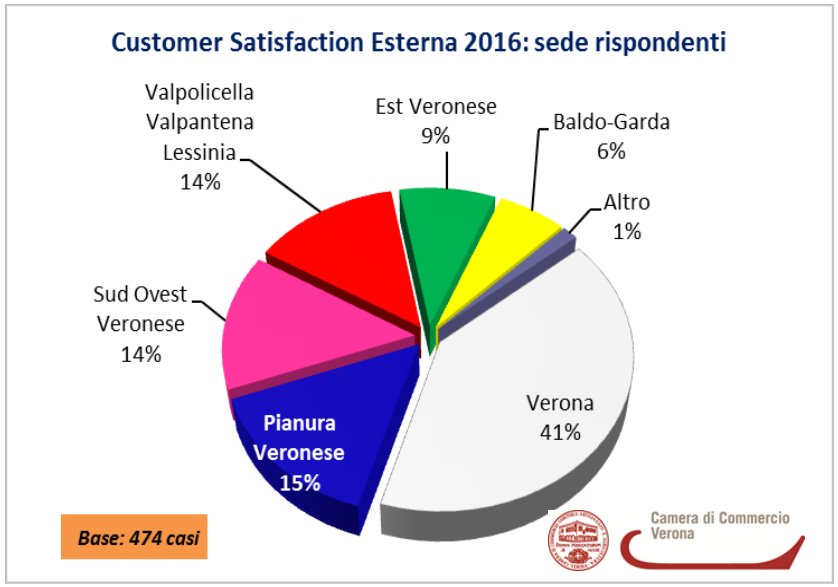
1. ***Verona Capoluogo***
2. ***Pianura Veronese***
3. ***Sud – Ovest Veronese***
4. ***Est Veronese***
5. ***Valpolicella – Valpantena – Lessinia***
6. ***Baldo – Garda***

## Confronto tra 2017 e 2016



# 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, segnando un incremento di 5 punti percentuali rispetto all'annualità precedente (nel 2016 il valore si attestava sul 78%).

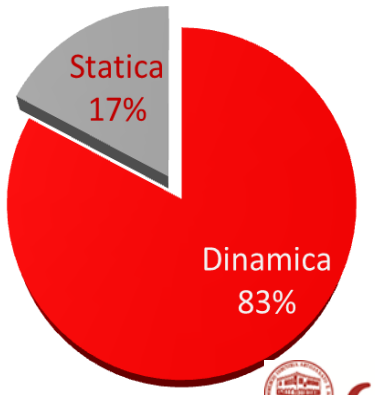
- Sale anche la percentuale di utenti che si rivolgono alla **sede principale** della Camera di Commercio di Verona, passando dall''87% del 2016 al 90% del 2017.

- Storicamente la modalità di contatto preferita dagli utenti è sempre stata il telefono. Nel 2017, per la prima volta, si inverte tale tendenza e la posta elettronica diventa la modalità di contatto prevalente passando al dal 28% al 36%, seguita da quella telefonica con il 29% (30% nel 2016), mentre il contatto attraverso lo sportello è del 22% (28% nel 2016).Quest'ultimo dato segna un costante calo nelle ultime 3 annualità (32% nel 2015, 28% nel 2016 e 22% nel 2017) L'utilizzo dei servizi telematici nel loro complesso (email + internet) conferma quanto sopra riportato salendo al 49% (42% nel 2016).

- Rispetto al 2016 la frequenza mensile è passata dal 19% al 22%, mentre quella annuale è stata del 46% (45% nel 2016), la frequenza settimanale (una o più volte alla settimana) è del 15% (16% nel 2016).

## Confronto tra 2017 e 2016

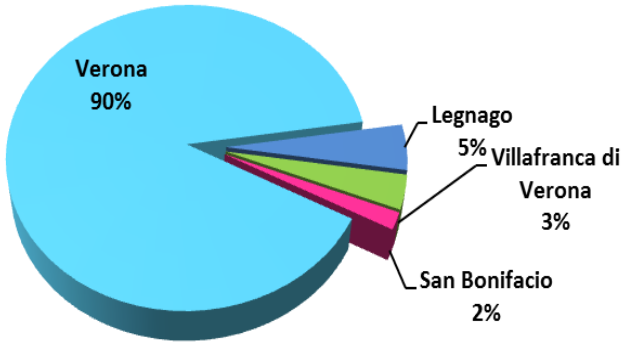
### Customer Satisfaction Esterna 2017: Immagine percepita




Base: 503 casi

Camera di Commercio Verona

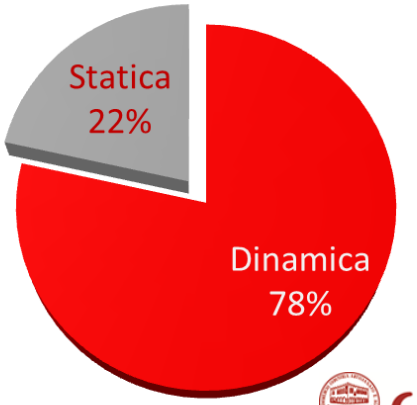
### Customer Satisfaction Esterna 2017: sede CCIAA Vr contattata




Base 501 casi

Camera di Commercio Verona

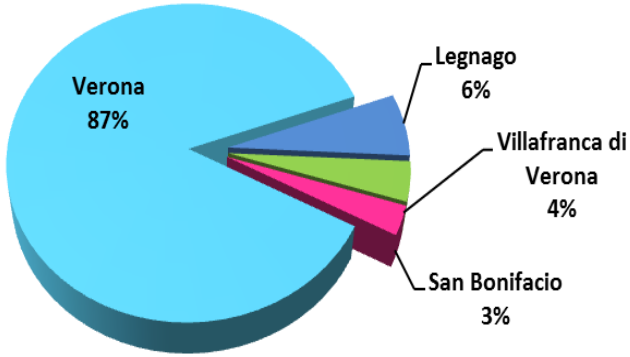
### Customer Satisfaction Esterna 2016: Immagine percepita




Base: 474 casi

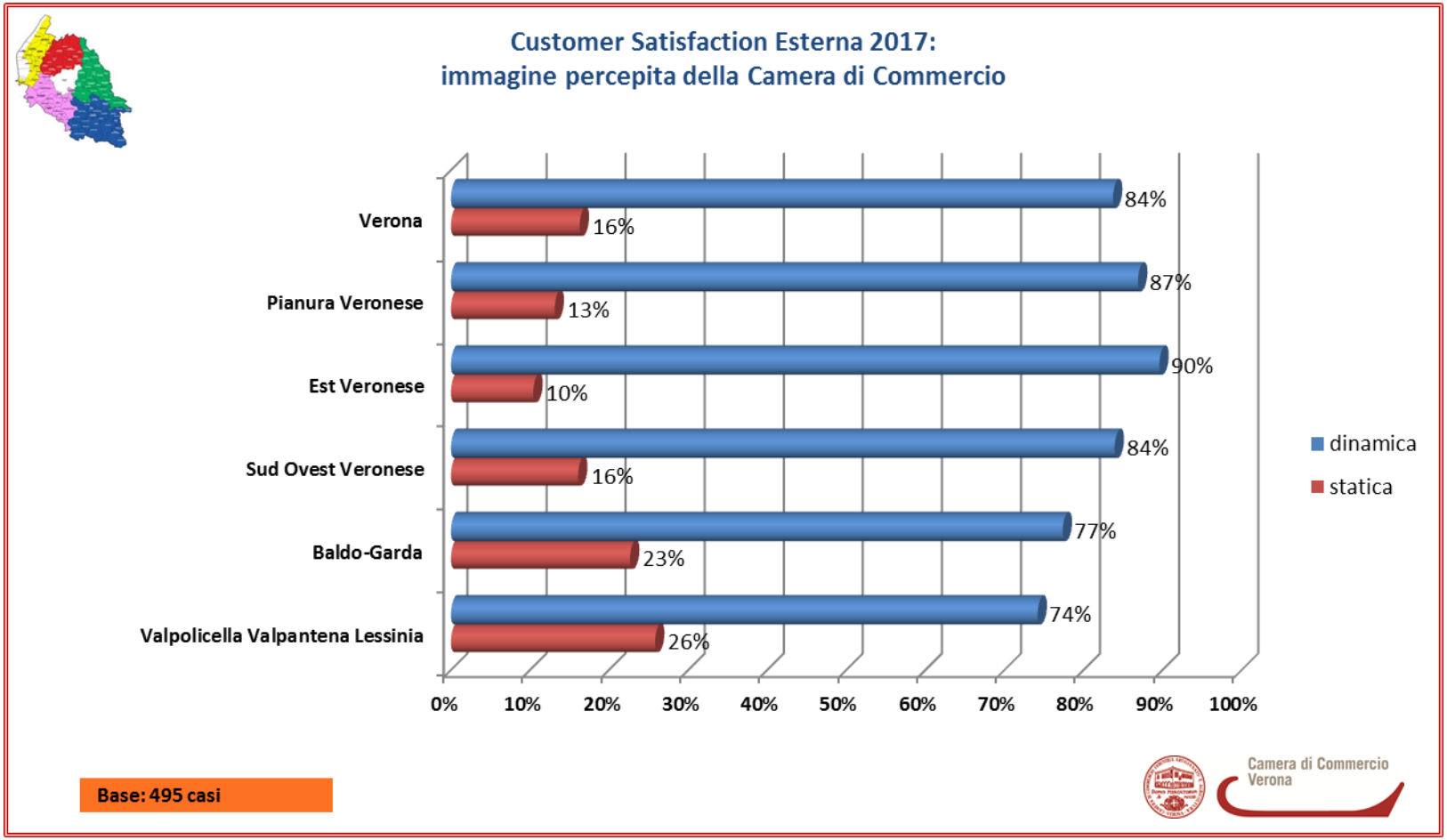
Camera di Commercio Verona

### Customer Satisfaction Esterna 2016: sede CCIAA Vr contattata

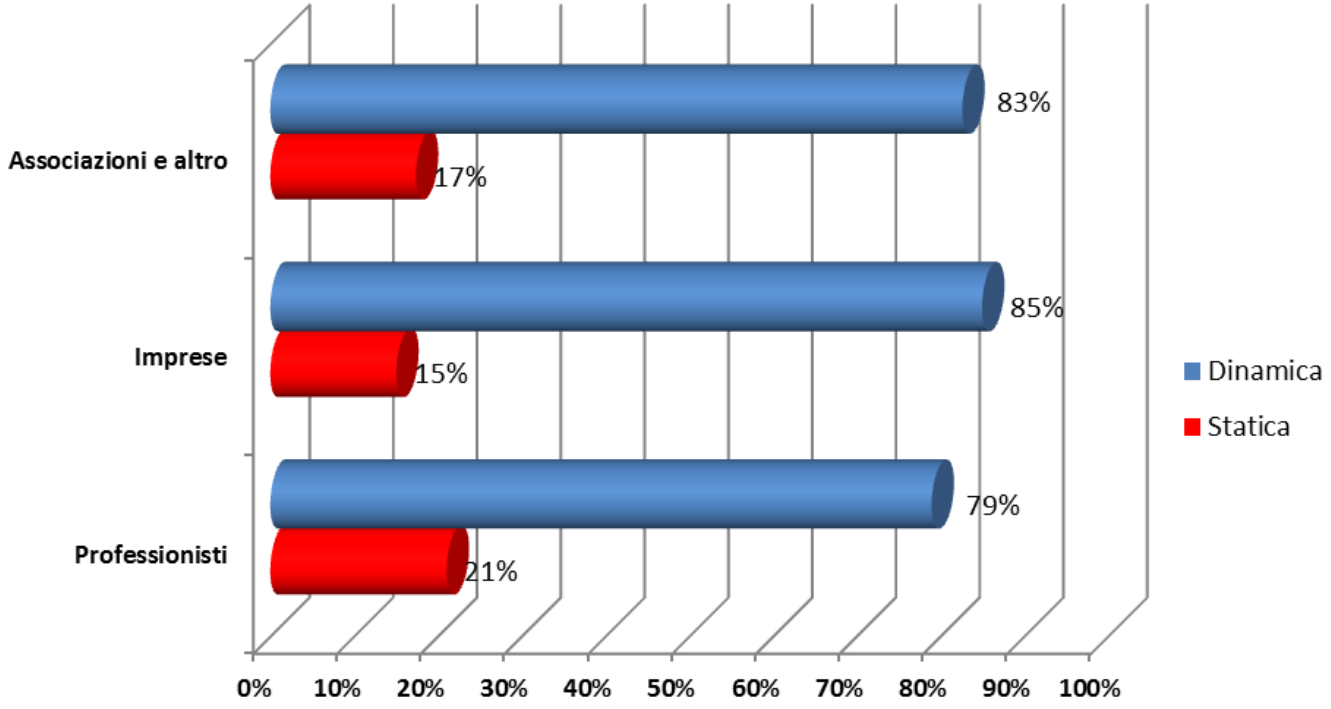



Base : 473 casi

Camera di Commercio Verona


Customer Satisfaction Esterna 2017:
immagine percepita della Camera di Commercio
Verona
84%
16%
Pianura Veronese
87%
13%
Est Veronese
90%
10%
Sud Ovest Veronese
84%
16%
Baldo-Garda
77%
23%
Valpolicella Valpantena Lessinia
74%
26%
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
dinamica
statica
Base: 495 casi
Camera di Commercio
Verona

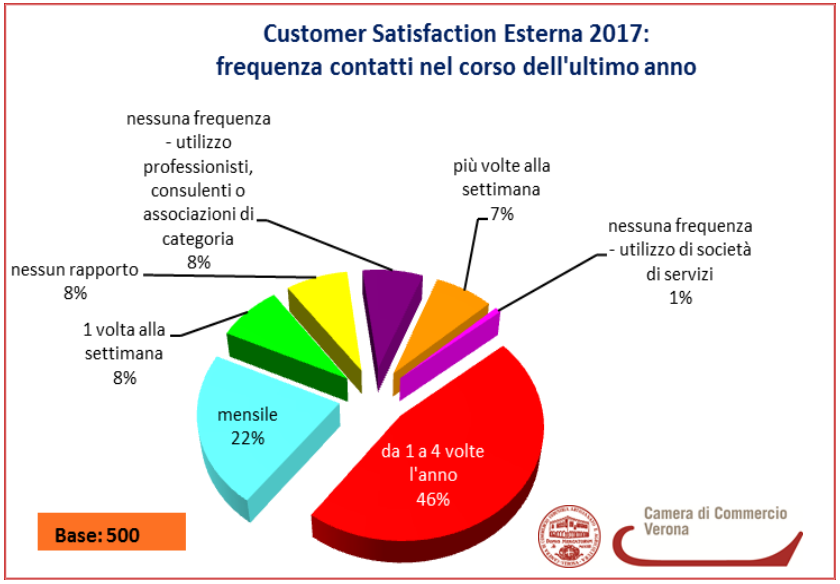
## Customer Satisfaction Esterna 2017: immagine percepita della Camera di Commercio

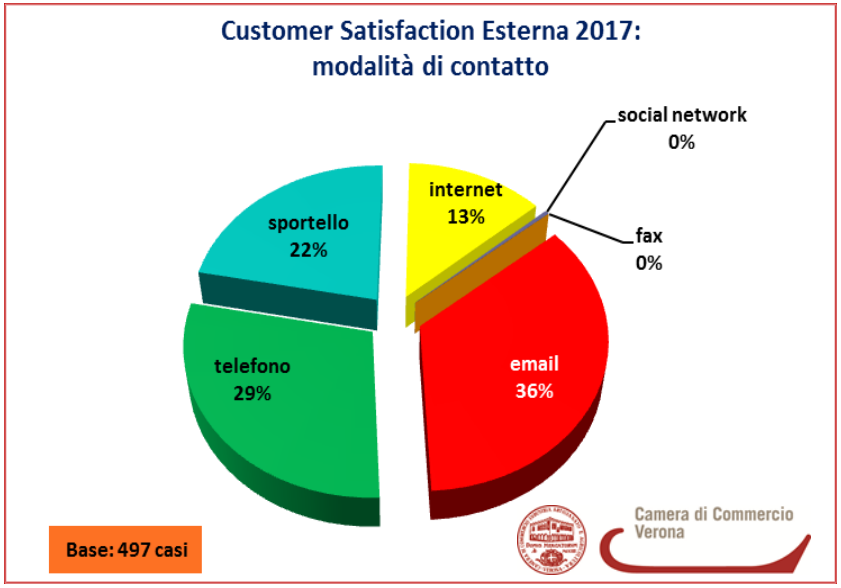


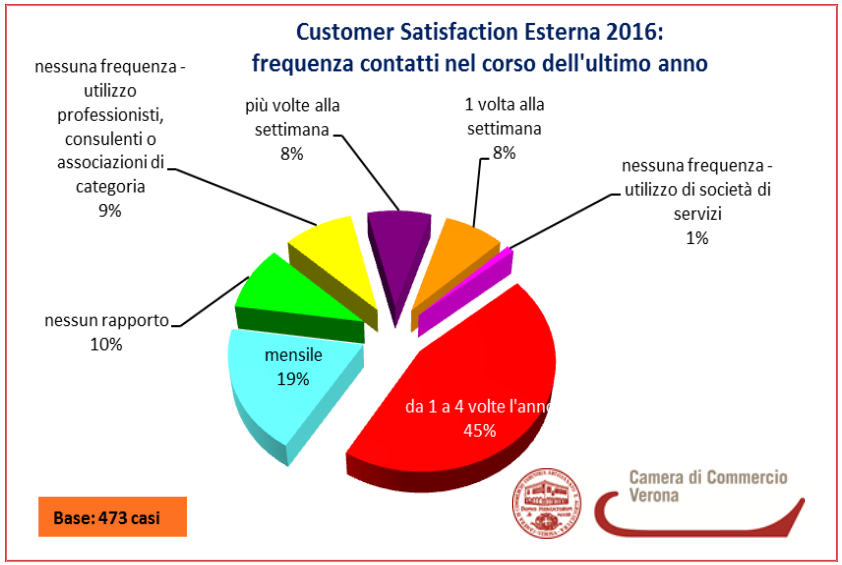

Base: 503 casi

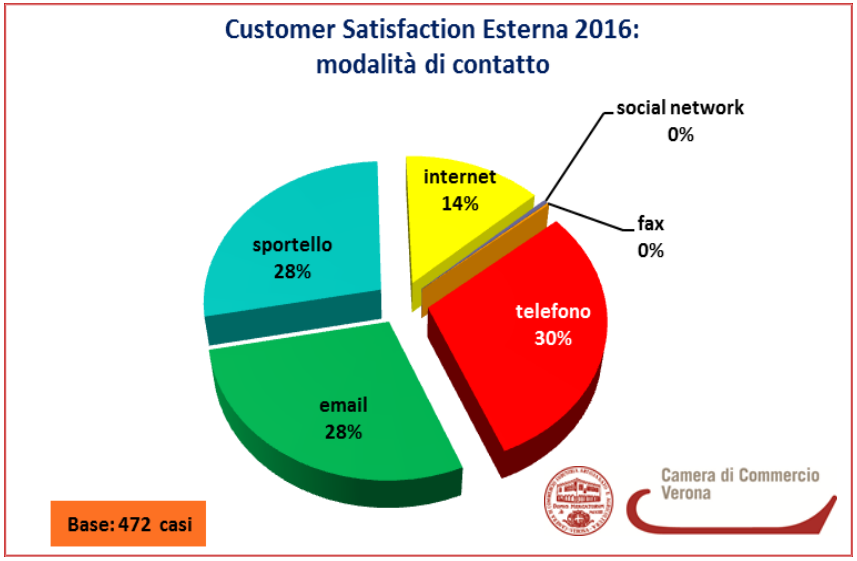
Camera di Commercio Verona

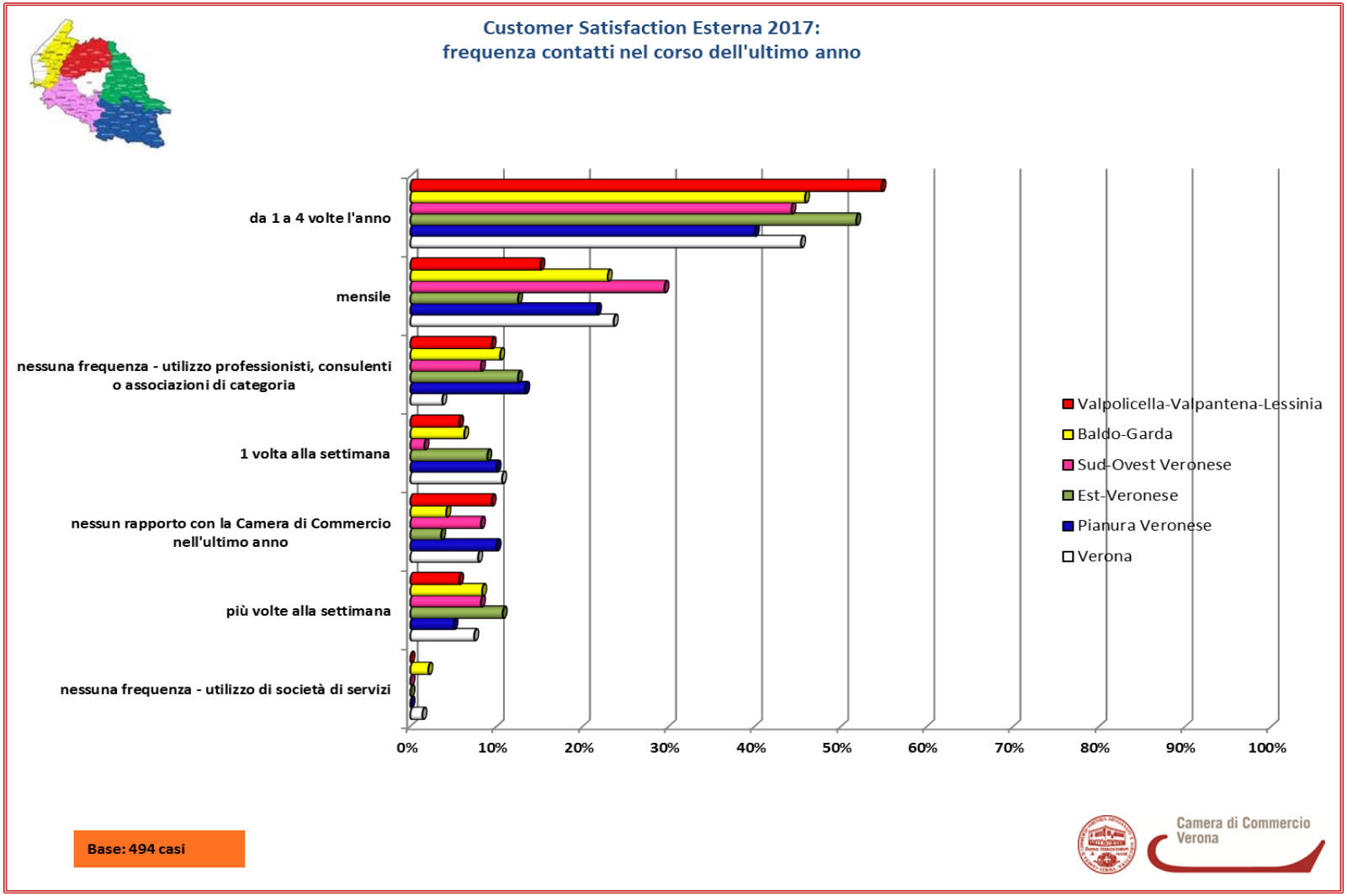
## Confronto tra 2017 e 2016



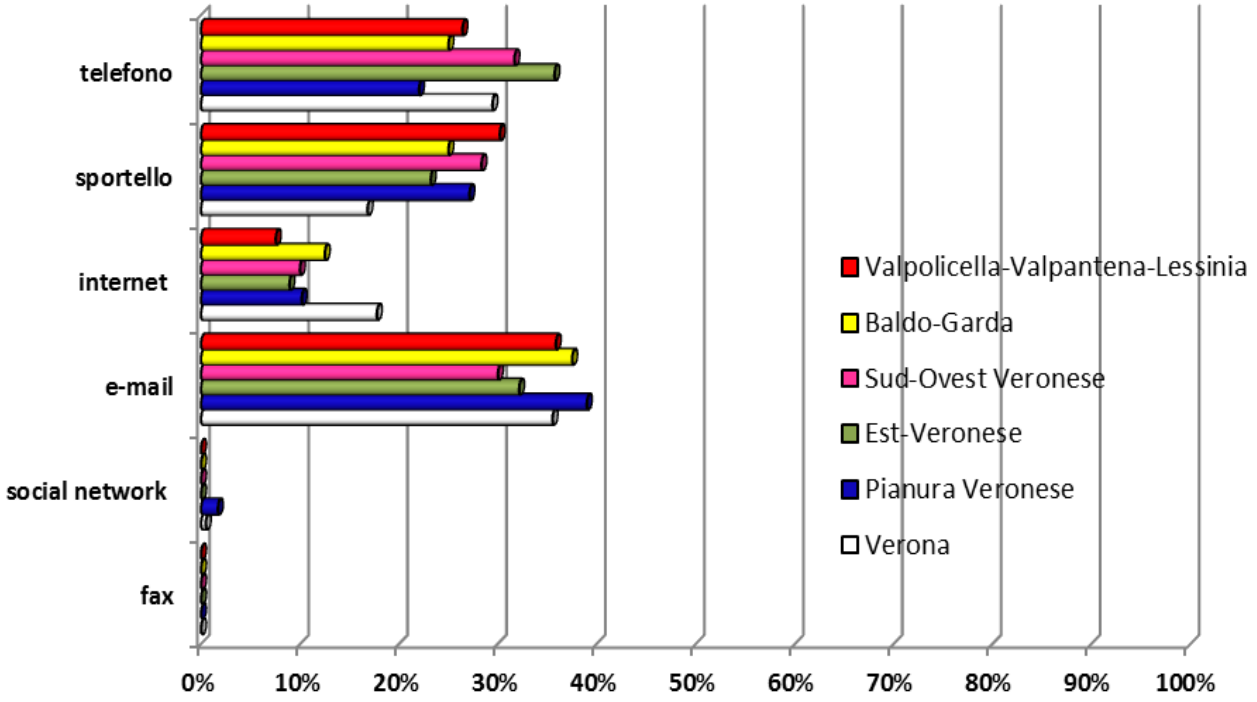




Customer Satisfaction Esterna 2017:
frequenza contatti nel corso dell'ultimo anno
da 1 a 4 volte l'anno
mensile
nessuna frequenza - utilizzo professionisti, consulenti o associazioni di categoria
1 volta alla settimana
nessun rapporto con la Camera di Commercio nell'ultimo anno
più volte alla settimana
nessuna frequenza - utilizzo di società di servizi
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
Valpolicella-Valpantena-Lessinia
Baldo-Garda
Sud-Ovest Veronese
Est-Veronese
Pianura Veronese
Verona
Base: 494 casi
Camera di Commercio Verona

## Customer Satisfactione Esterna 2017: modalità di contatto




Base: 490 casi

Camera di Commercio Verona

# I servizi erogati

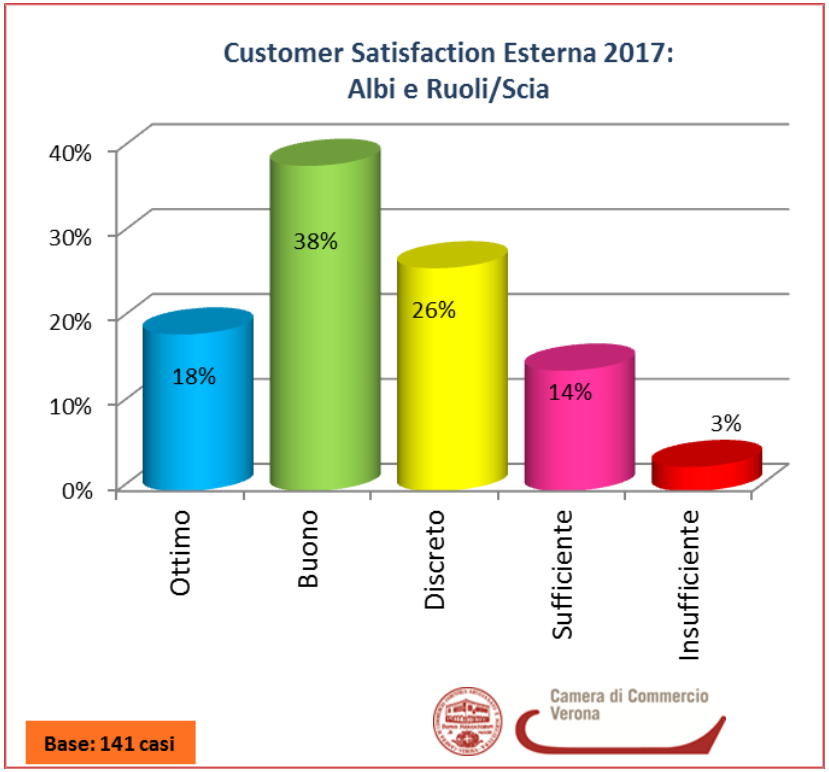
L'area di indagine relativa ai servizi erogati mirava a comprendere quali fossero i servizi maggiormente utilizzati dall'utente ed il rispettivo livello di soddisfazione.

- I servizi maggiormente utilizzati dai rispondenti sono: Registro delle Imprese (**47%** come nel 2016), Regolazione del Mercato (**34%**), Carte Digitali (**30%**).
- Nell'annualità precedente i servizi maggiormente utilizzati dai rispondenti erano, oltre al Registro delle Imprese, il Call center (36%), Certificazioni e vidimazioni (34%) e le Carte Digitali (30%).
- Per facilitare la comparazione tra l'indagine 2017 e l'indagine 2016, 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 |

**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**




**Giudizio prevalente**

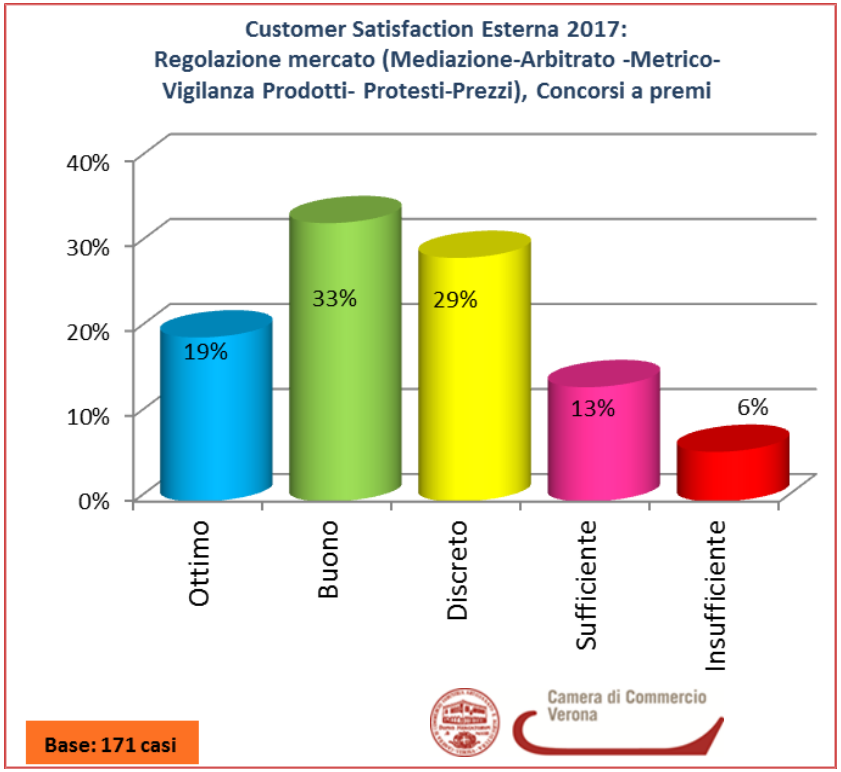
**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

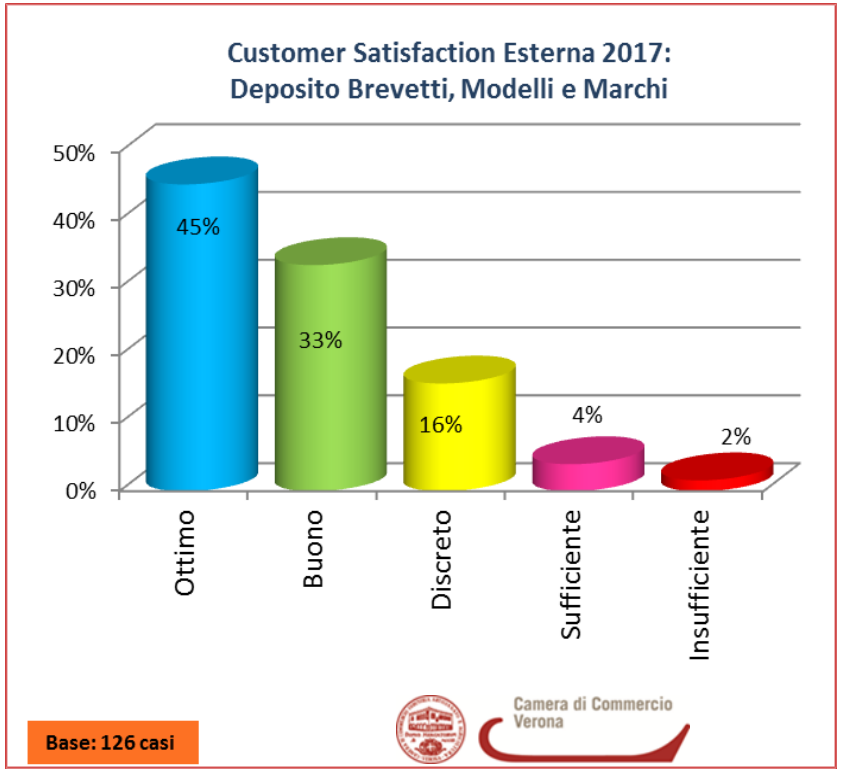
**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**




**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**



**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

# Efficacia degli strumenti di comunicazione

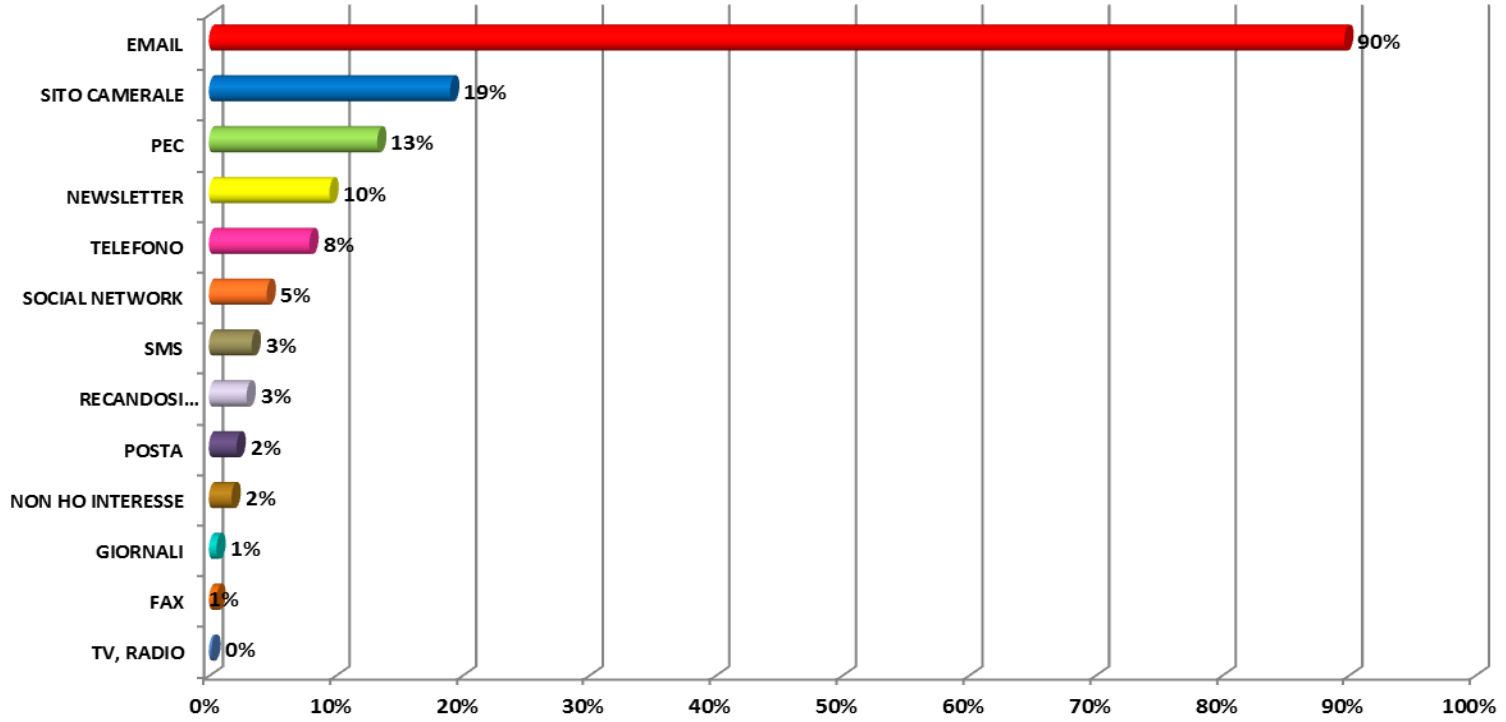
I giudizi espressi sull'efficacia degli strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Verona evidenziano un **elevato grado di soddisfazione**.

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 **19%** vorrebbe ottenere informazioni attraverso il sito internet istituzionale (nel 2016 era il 16%), il **13%** via pec.

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 **56%** (52% nel 2016 e il 48% nel 2015) consulta il sito internet per reperire modulistica; il **54**% (51% nel 2016 e 39 % nel 2015) degli utenti utilizza il sito internet per la gestione di pratiche obbligatorie e servizi amministrativi;
- il **51%** (46% nel 2016°39% nel 2015) 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 2016;
- i punti di forza del sito istituzionale sono costituiti dalla chiarezza del linguaggio utilizzato e dall'utilità delle informazioni fornite e dalla frequenza degli aggiornamenti.

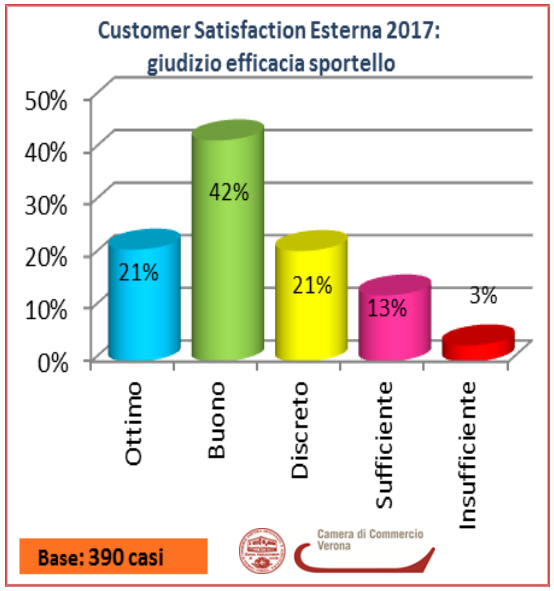
# Efficacia degli strumenti di comunicazione



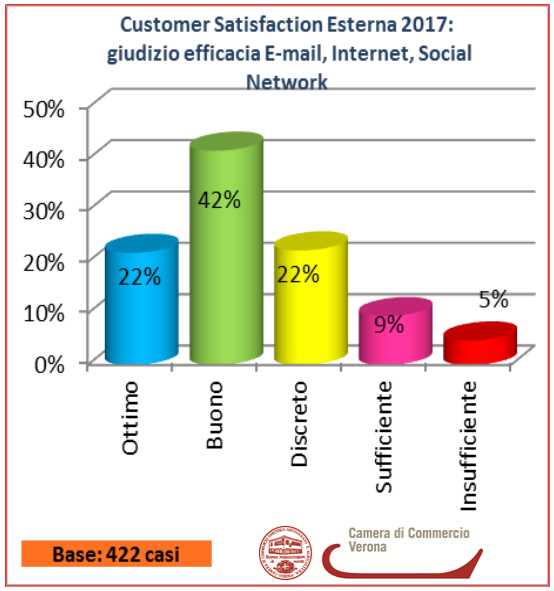

Quesito a risposta multipla

Camera di Commercio Verona

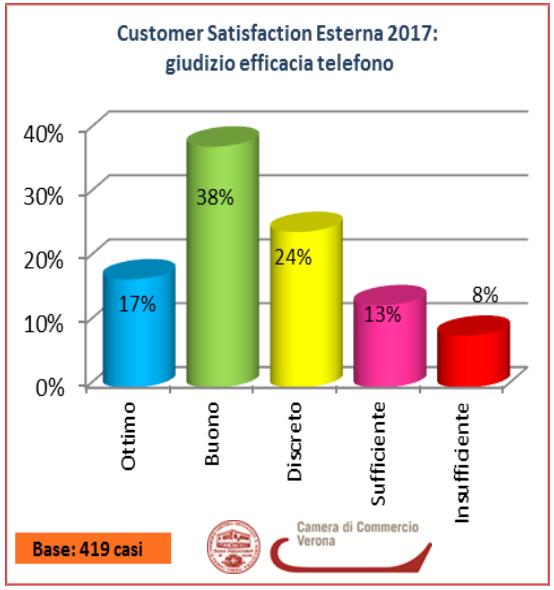
## Efficacia degli strumenti di comunicazione




Giudizio prevalente

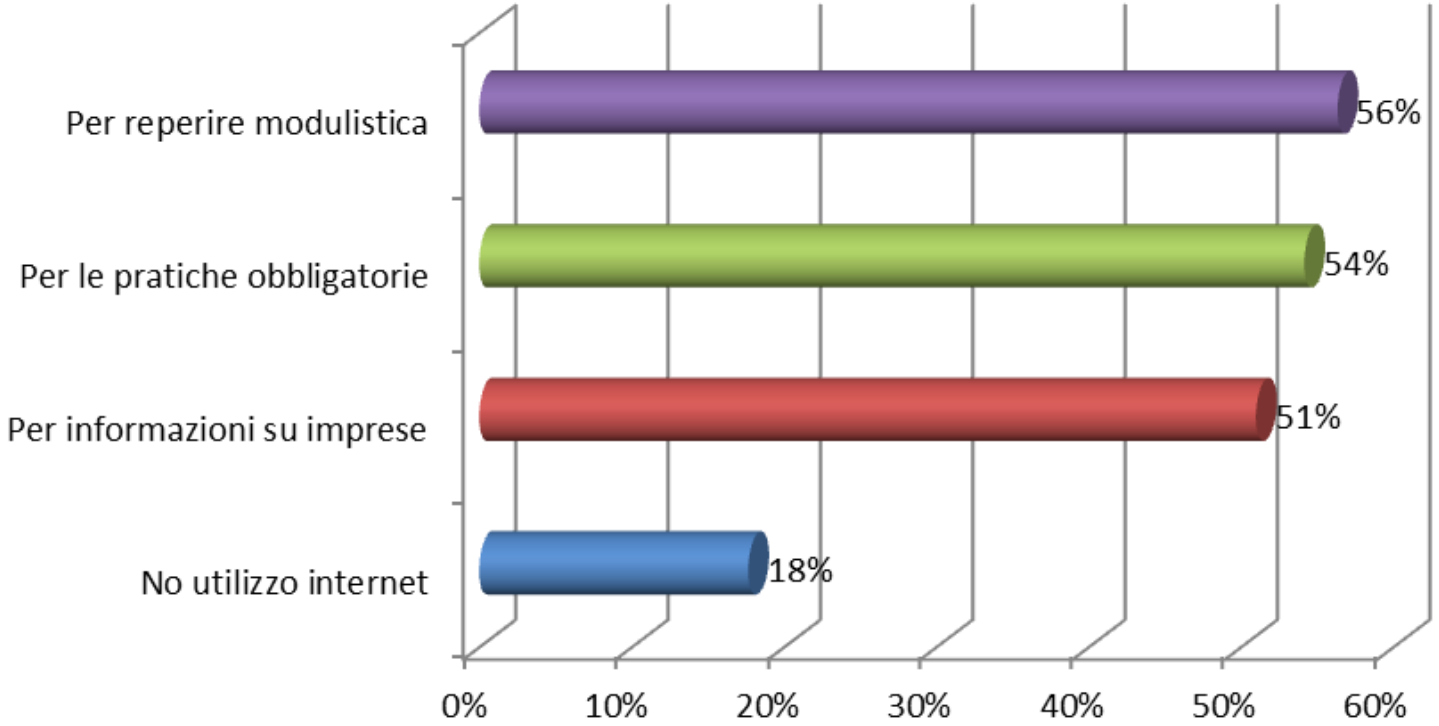



Giudizio prevalente



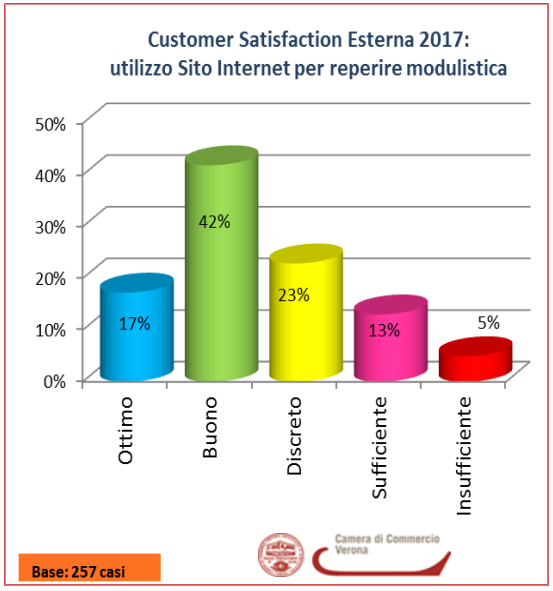

Giudizio prevalente

## Customer Satisfaction Esterna 2017: servizi per i quali è stato utilizzato il Sito Internet




**Quesito a risposta multipla**

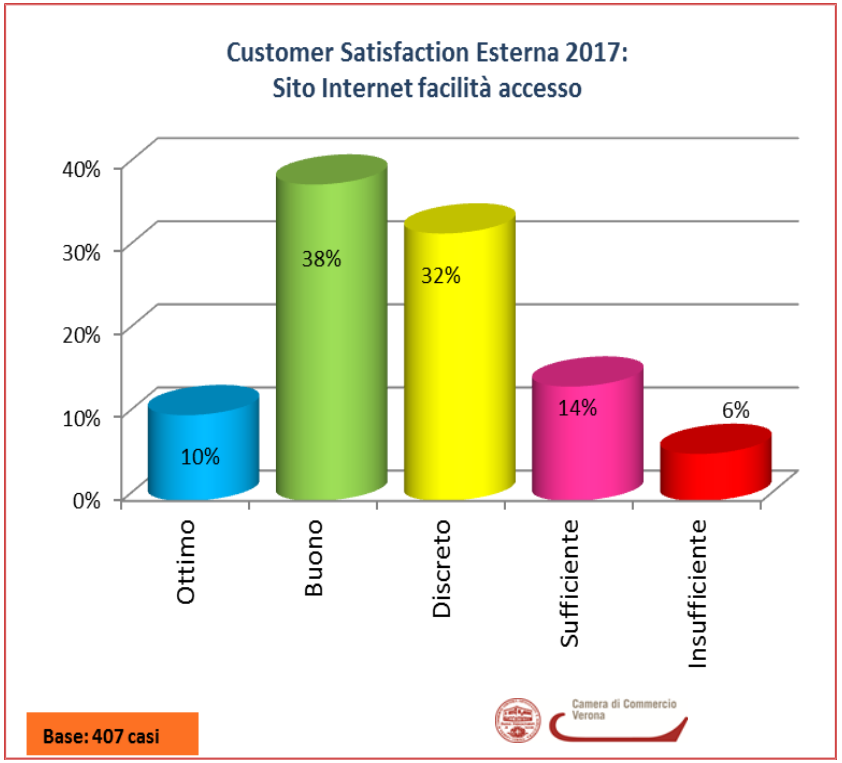
Camera di Commercio Verona

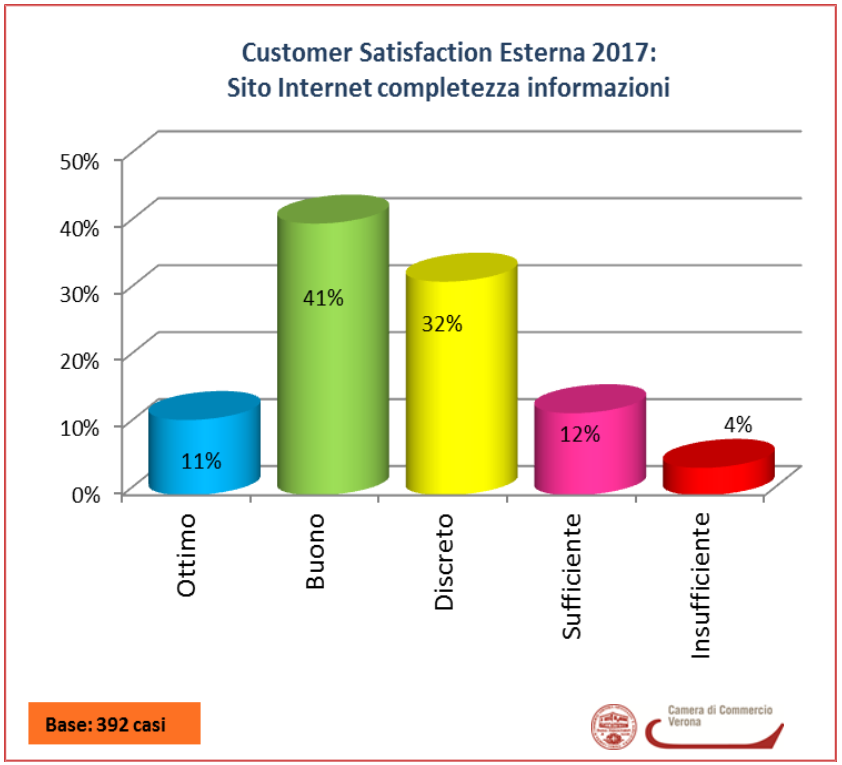



**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**

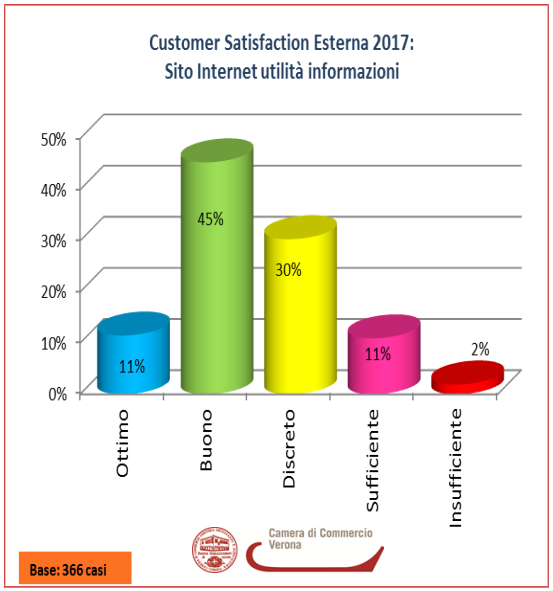
**Giudizio prevalente**

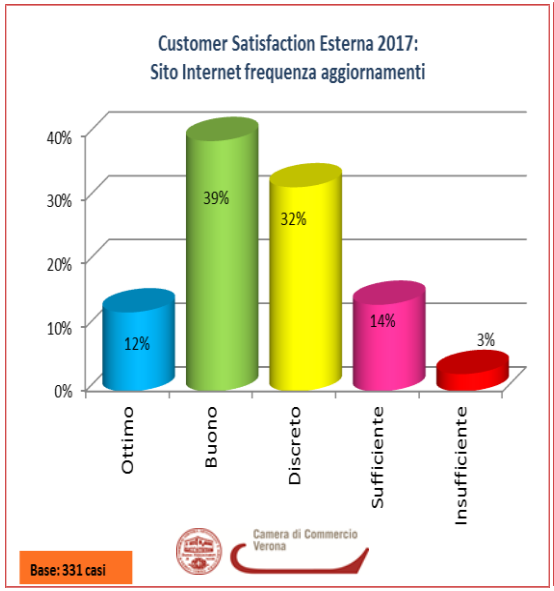


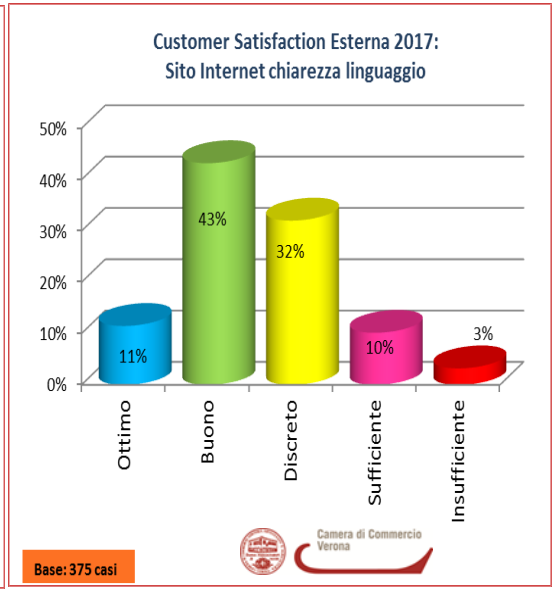




**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**



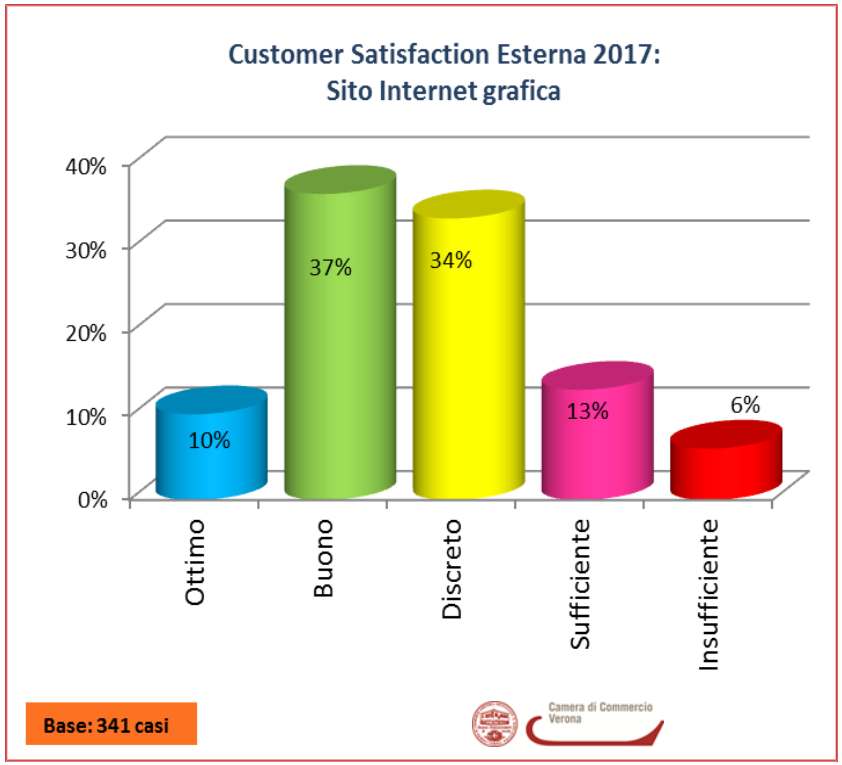



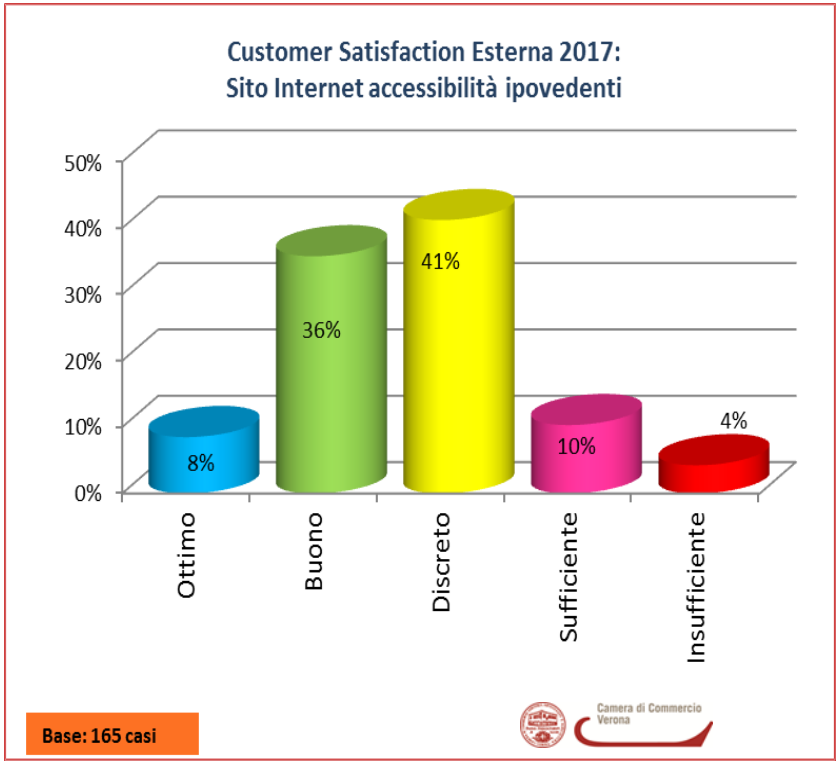

Giudizio prevalente

Giudizio prevalente

Giudizio prevalente




**Giudizio prevalente**




**Giudizio prevalente**

# Modalità generali di funzionamento

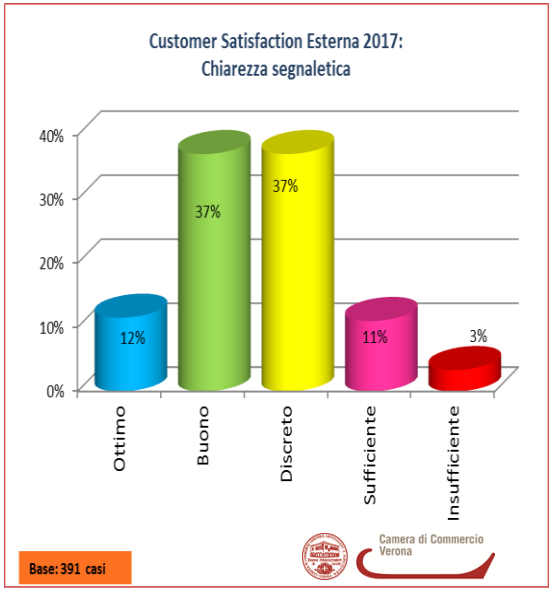
Si conferma, anche nel 2017, la valutazione positiva sugli aspetti generali connessi al funzionamento della Camera di commercio.

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

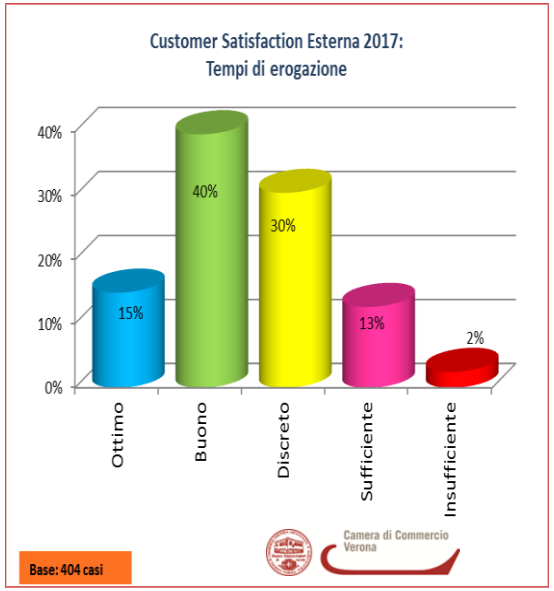
In linea con l'attenzione normativa alla trasparenza dell'attività amministrativa, dal 2013 è stata inserita una domanda specifica finalizzata a comprendere l'opinione dell'utenza su tale aspetto. Anche quest'anno l'attività camerale, sotto il profilo della trasparenza, ha ottenuto una valutazione positiva.

Gli orari degli uffici camerali sono considerati adeguati dal **45%** (40% nel 2016 e 35% nel 2015) degli utenti, mentre il **21%** preferirebbe un orario continuato tutti i giorni di apertura. L**'8%** vorrebbe posticipare la chiusura pomeridiana, il **4%** vorrebbe anticipare l'apertura al mattino, il **2%** propone altre soluzioni. Infine l'**8%** non sa cosa rispondere e l'**11%** non ha risposto.

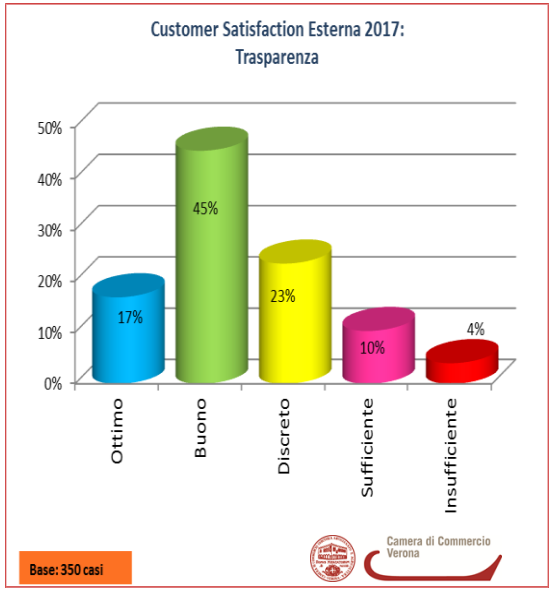
Per quanto riguarda le tematiche cui sono rivolte le maggiori aspettative di intervento da parte della Camera di Commercio vengono confermati i risultati della precedente indagine: la semplificazione amministrativa primeggia con **52%**, anche se scende leggermente rispetto al 2016 quando il valore si attestava sul 54%, seguita con il **40%** (39% nel 2016) dalla richiesta di finanziamenti e contributi alle imprese. La richiesta di rendere più fruibile internet è al 1**9%**, seguita dalla richiesta di promozione del Made in Verona (**15%**) e di internazionalizzazione (**13%**)



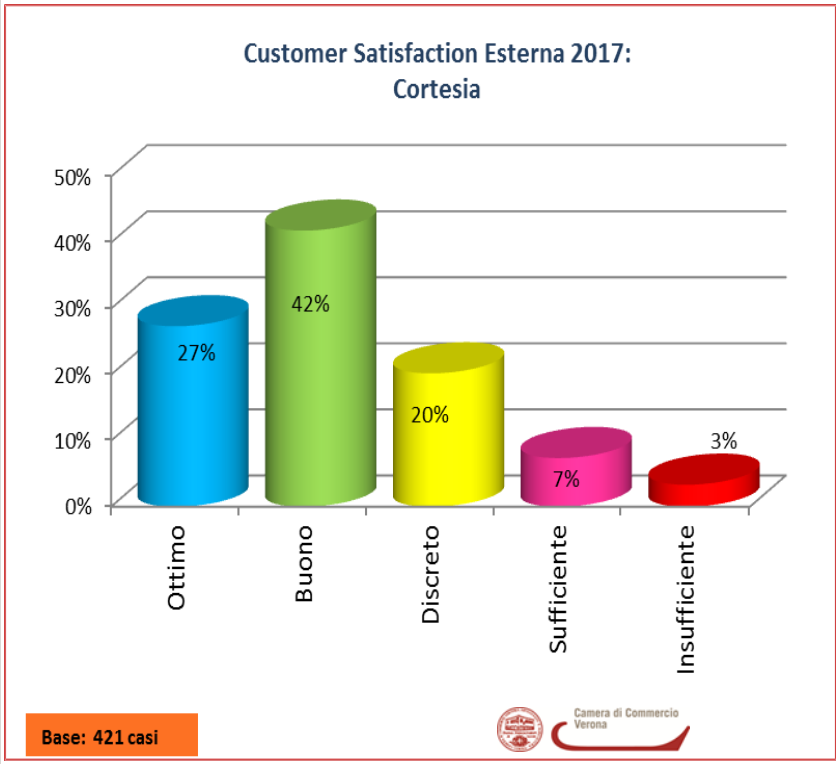

Giudizio prevalente

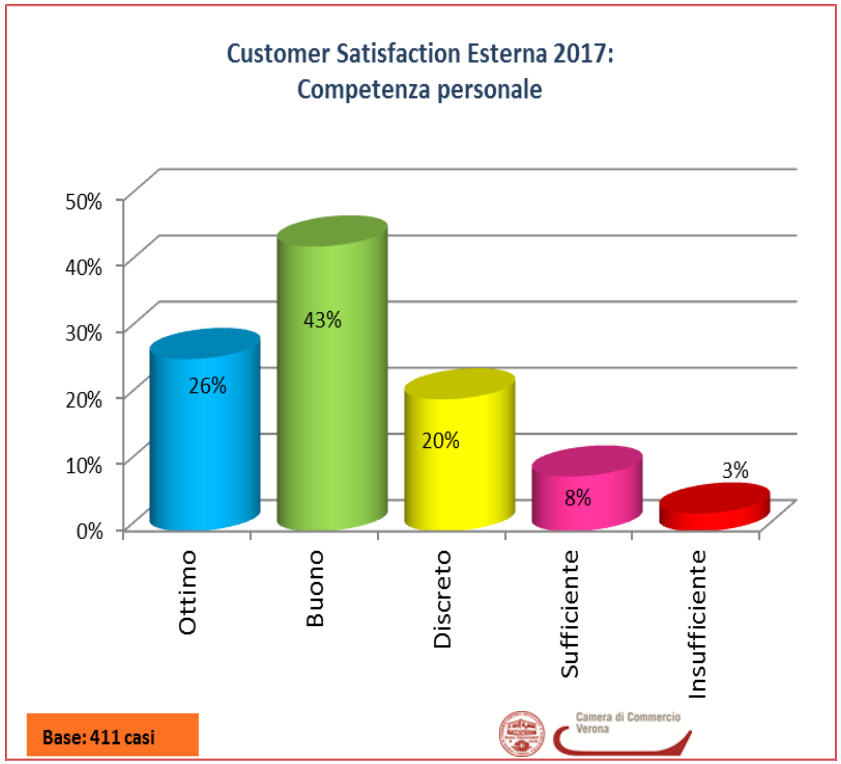



Giudizio prevalente



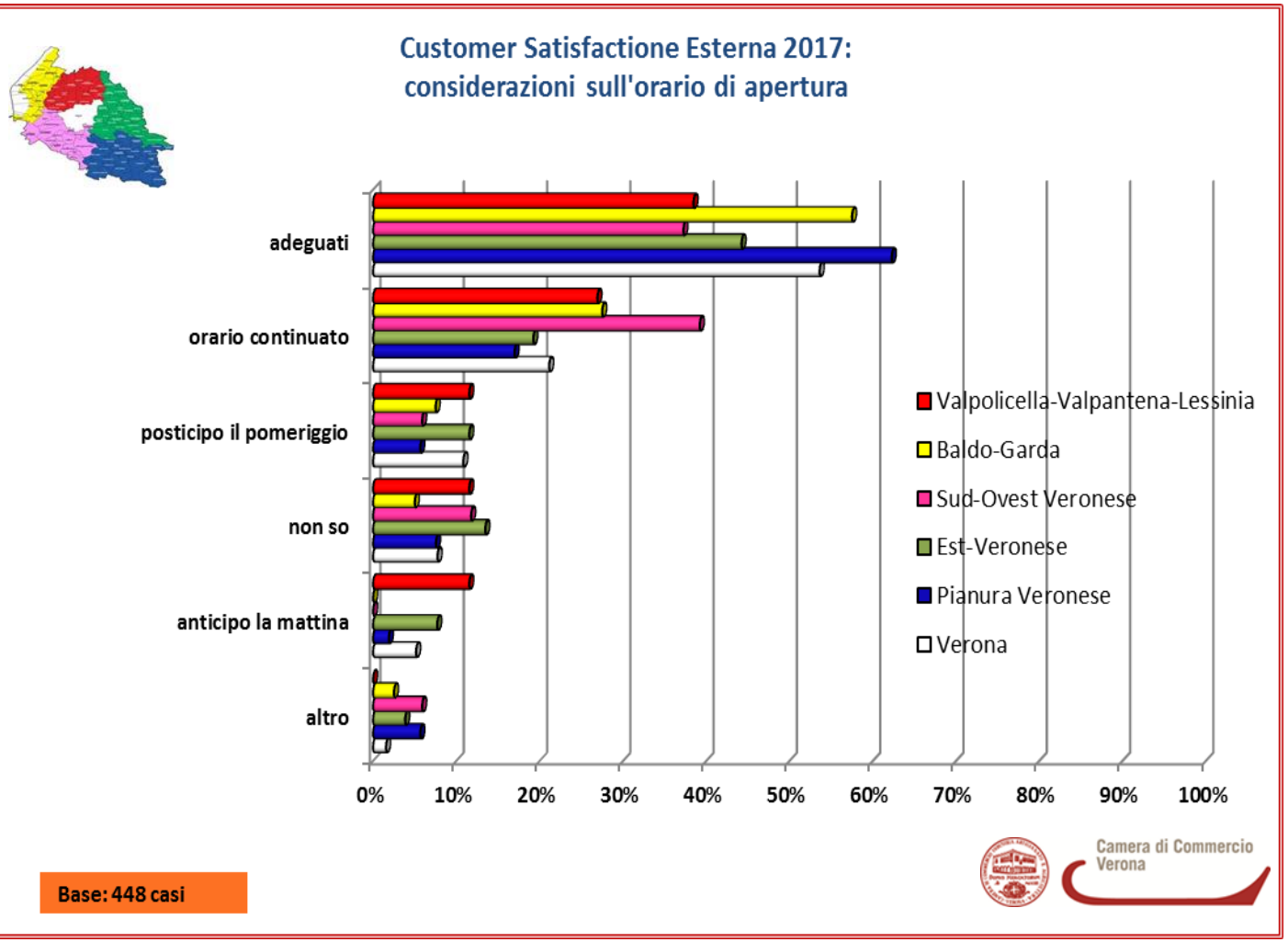

Giudizio prevalente

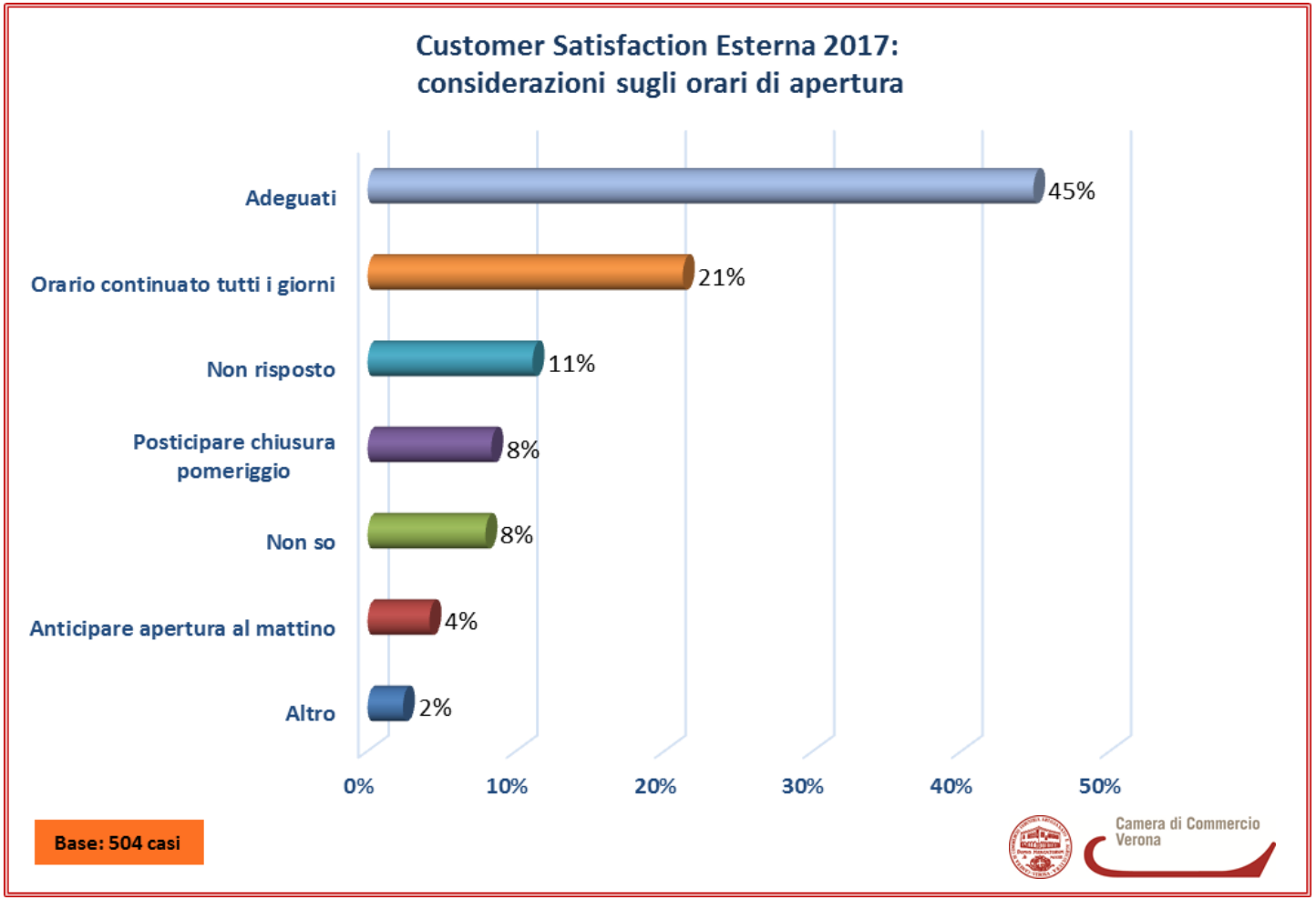


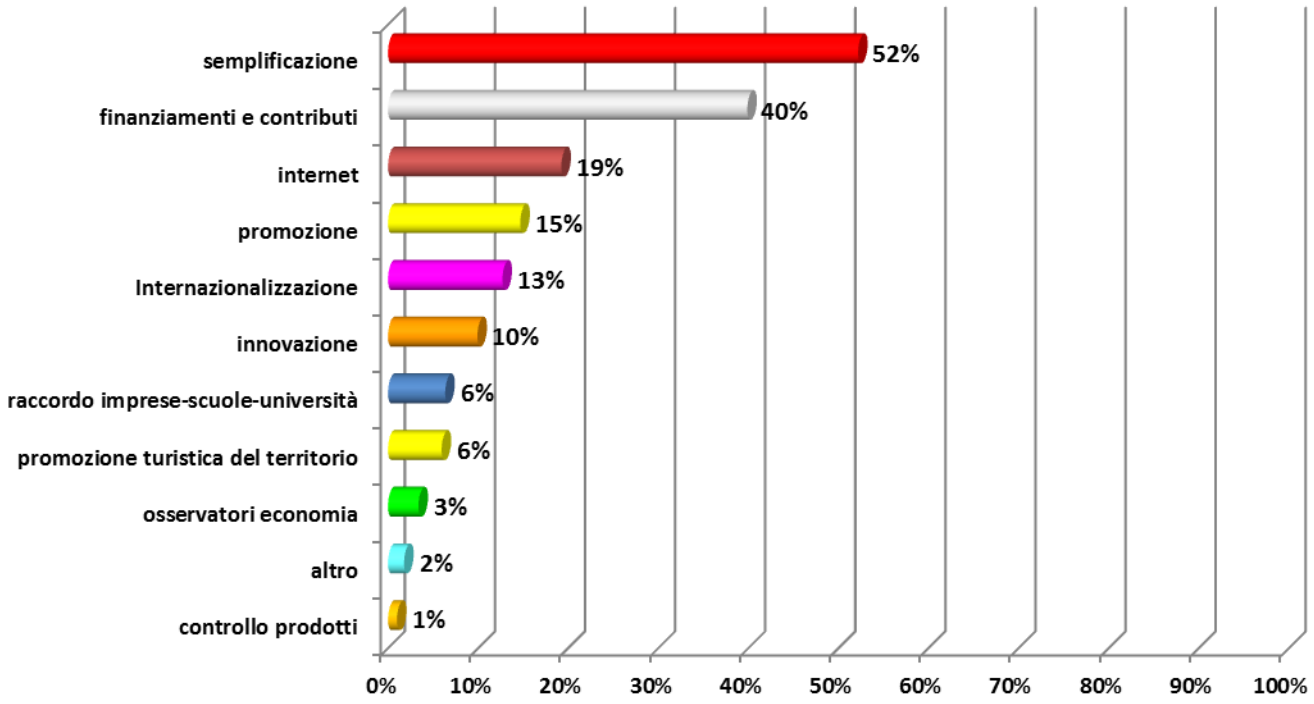

**Giudizio prevalente**

**Giudizio prevalente**


Customer Satisfactione Esterna 2017:
considerazioni sull'orario di apertura
adeguati
orario continuato
posticipo il pomeriggio
non so
anticipo la mattina
altro
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
Valpolicella-Valpantena-Lessinia
Baldo-Garda
Sud-Ovest Veronese
Est-Veronese
Pianura Veronese
Verona
Base: 448 casi
Camera di Commercio
Verona


Customer Satisfaction Esterna 2017:
considerazioni sugli orari di apertura
Adeguati
45%
Orario continuato tutti i giorni
21%
Non risposto
11%
Posticipare chiusura pomeriggio
8%
Non so
8%
Anticipare apertura al mattino
4%
Altro
2%
0%
10%
20%
30%
40%
50%
Base: 504 casi
Camera di Commercio Verona

## Customer Satisfactione Esterna 2017:
## tematiche sulle quali la Camera di Commercio dovrebbe svolgere maggiore attività




Quesito a risposta multipla

Camera di Commercio Verona

# Giudizio complessivo sulle attività della Camera di Commercio

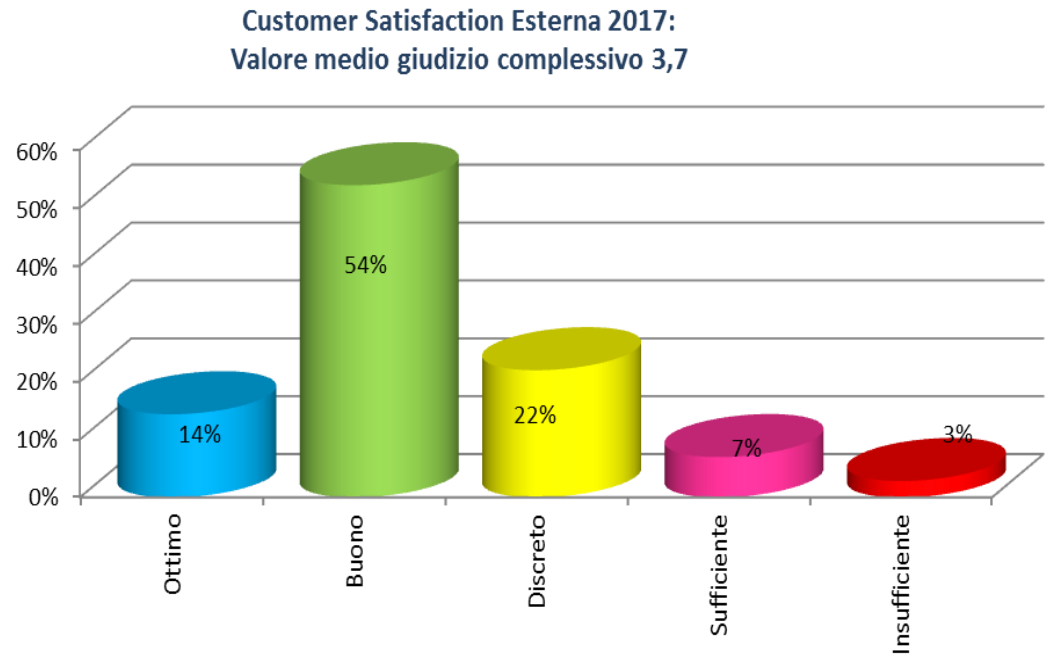
Allo scopo di verificare l'attendibilità delle precedenti valutazioni, nella sezione conclusiva del questionario è stata posta una domanda di controllo per conoscere il giudizio complessivo sulle attività svolte dalla Camera di Commercio.

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

- il **54%** (54% nel 2016) ha espresso il giudizio ***«buono»***
- il **22%** (23% nel 2016) ha espresso il giudizio ***«discreto»***
- Il **14%,** (11% nel 2016 e l'8% nel 2015) ha espresso il giudizio ***«ottimo»***
- il **7%** (8% nel 2016) ha giudicato ***«sufficiente»*** l'operato camerale

Solo una netta minoranza, il **3%**,(4% nel 2016) 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 **3,7.** Nel 2016 era il 3,6 %.

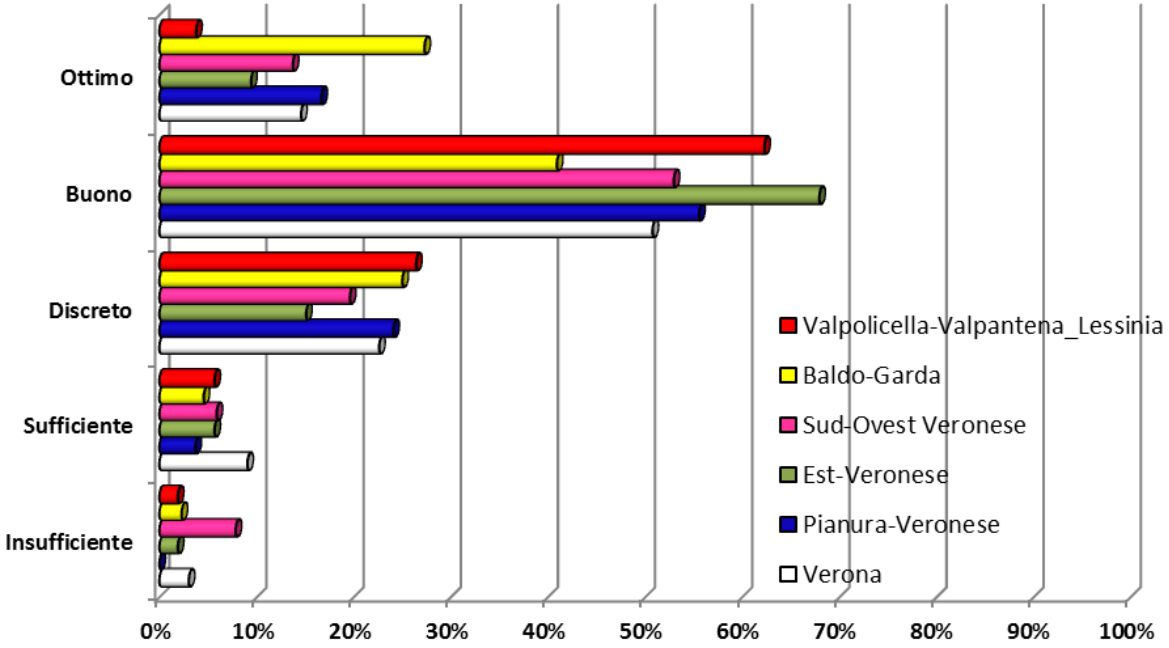



Base: 460 casi

Camera di Commercio Verona

| Livelli di valutazione | Numero di giudizi complessivi | % Livello di soddisfazione espresso | Emoticon | Giudizio di soddisfazione | Giudizio prevalente |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 13 | 3% | | Giudizio negativo | |
| 2 | 32 | 7% | | Giudizio sufficiente | |
| 3-4-5 | 415 | 90% | | Giudizio positivo | |

## Customer Satisfactione Esterna 2017: giudizio complessivo




Base: 497 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 **5.131** questionari trasmessi, le interviste andate a buon fine sono risultate **504** (**9,8%**).

***Periodo di riferimento***: anno 2017.

***Periodo di rilevazione***: 15 febbraio - 24 maggio 2018.

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