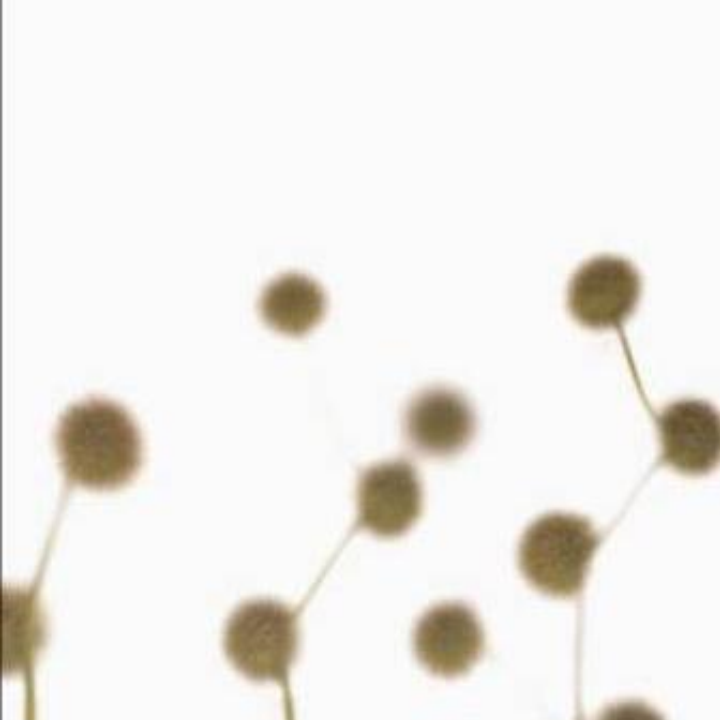




Camera di Commercio
Ravenna



INDAGINE DI
CUSTOMER SATISFACTION:
RAVENNA STAKEHOLDER

I dati provinciali

Gennaio 2012



Retecamere

PROGETTI INTEGRATI PER LO SVILUPPO

- Presentazione
- Immagine della Camera di Commercio presso gli utenti
- I servizi erogati
- Modalità generali di funzionamento della Camera
- Nota metodologica

Il Sistema di **Customer satisfaction delle Camere di commercio italiane** nasce da un **progetto di sistema** che ha l'obiettivo di indagare presso le imprese, i professionisti, le Associazioni di categoria e la Pubblica Amministrazione:

- l'immagine percepita delle Camere di commercio;
- il grado di soddisfazione in merito ai servizi erogati;
- il grado di soddisfazione relativi agli aspetti del funzionamento e dell'organizzazione delle Camere di commercio.

I suoi **risultati sono utili** per:

- analizzare il punto di vista degli utenti camerali;
- verificare il livello dei servizi 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 9001:2000).

Le interviste sono state condotte con metodologia CATI dall'Istituto di ricerca Format Srl, selezionata a seguito di procedura di affidamento in economia secondo la vigente normativa legislativa in materia di servizi e forniture in economia di cui all'art. 125 del D.lgs 163/2006.

I dati qui illustrati si riferiscono all'universo degli stakeholder registrati della provincia di Ravenna come descritto nella nota metodologica.

Avvertenza per la lettura dei risultati.

I risultati presentati nel rapporto sono stati ottenuti riportando all'universo rappresentato i dati campionari prodotti dall'indagine di campo (ossia dalle interviste) per mezzo di un coefficiente di espansione pari all'inverso della probabilità di inclusione nel campione, ossia $w=N/n$

w = coefficiente di espansione per il riporto all'universo.

N = universo delle imprese, stratificato per regione di residenza delle imprese, forma giuridica delle imprese, dimensione delle imprese, settore merceologico).

n = Campione realizzato delle imprese, stratificato per regione di residenza delle imprese, forma giuridica delle imprese, dimensione delle imprese, settore merceologico).

Si mette in evidenza che non è possibile per tale ragione ricalcolare in maniera automatica i risultati dell'indagine esposti in percentuale sulla base delle consistenze campionarie presentate in ogni singola slide.

- Immagine della Camera di Commercio presso gli utenti
- I servizi erogati
- Modalità generali di funzionamento della Camera

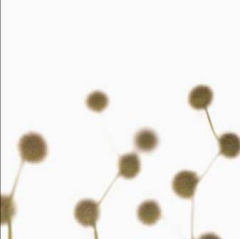


IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI



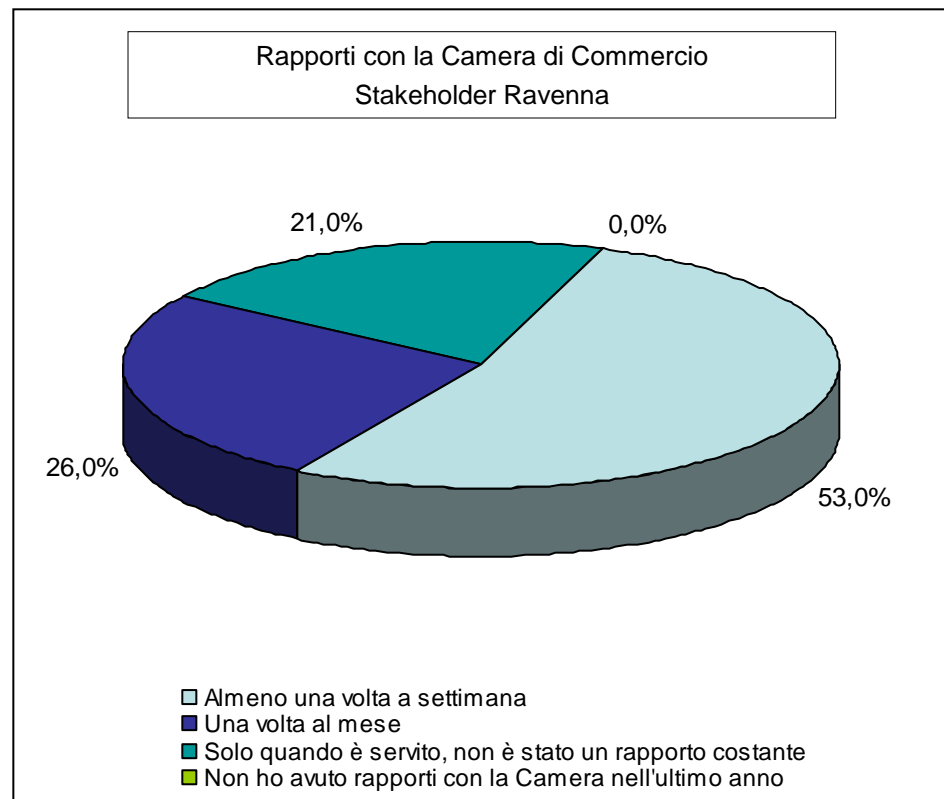
I RISULTATI PRINCIPALI SUL TEMA “IMMAGINE”

- Il 21,0% degli intervistati si reca di persona nella sede della CCIAA di Ravenna mentre il 59% predilige i rapporti telematici attraverso il sito e la mail della camera e il 18% ricorre al telefono.
- Il 45% degli altri enti (commercialisti, notai, associazioni) ha centrato la definizione della mission della Camera di commercio mentre il 35% attribuisce all'ente una funzione eminentemente burocratica ed il 17% una funzione di “supporto e promozione del territorio”.
- Il 100% degli intervistati ha dichiarato di essere informato sui servizi erogati dalla Camera di Commercio e tra questi il 41% dei rispondenti considerano tali servizi come “pienamente soddisfacenti” rispetto alle attese.

IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

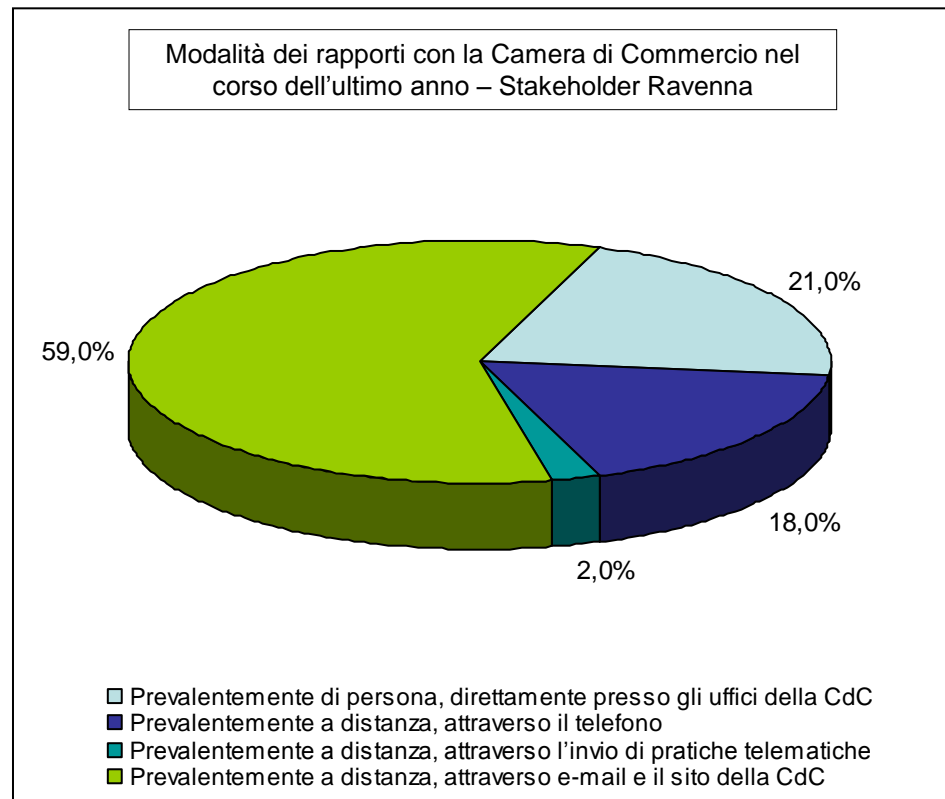
Frequenza dei rapporti con la Camera di Commercio nell'ultimo anno

“Con quale frequenza, nel corso dell'ultimo anno, lei o i suoi collaboratori avete avuto rapporti con la Camera di Commercio?”



Base: 100 casi.

“Come ha avuto rapporti con la Camera di Commercio nell’ultimo anno?”

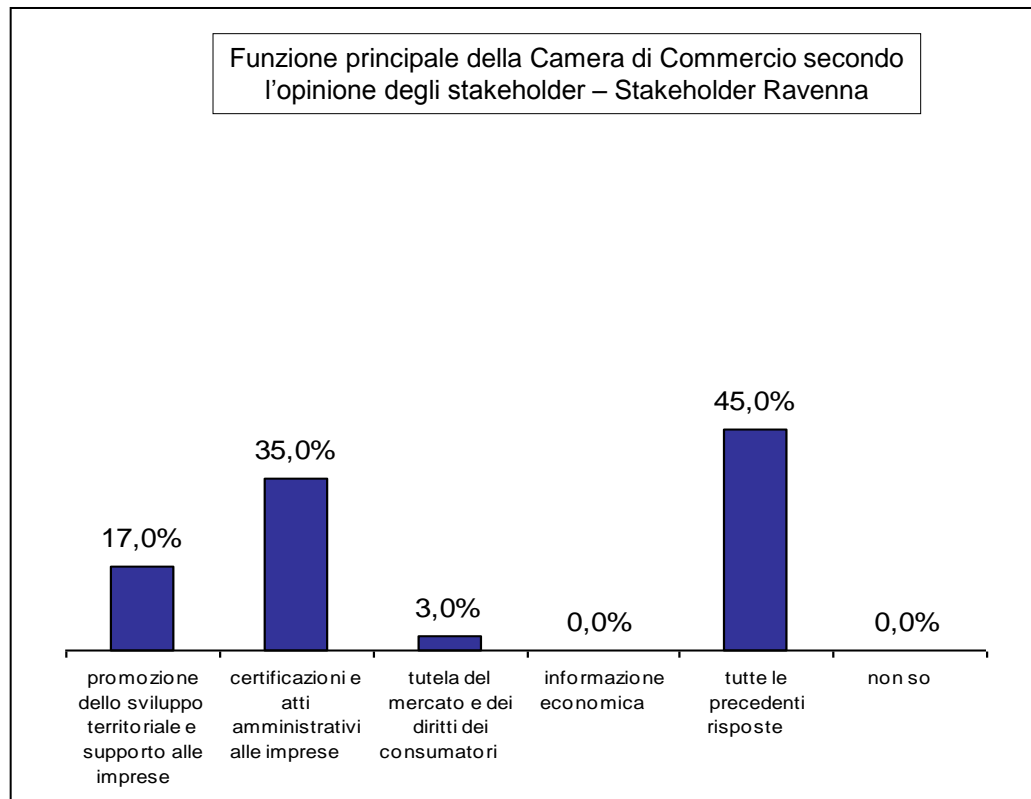


Base: 100 casi.

IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

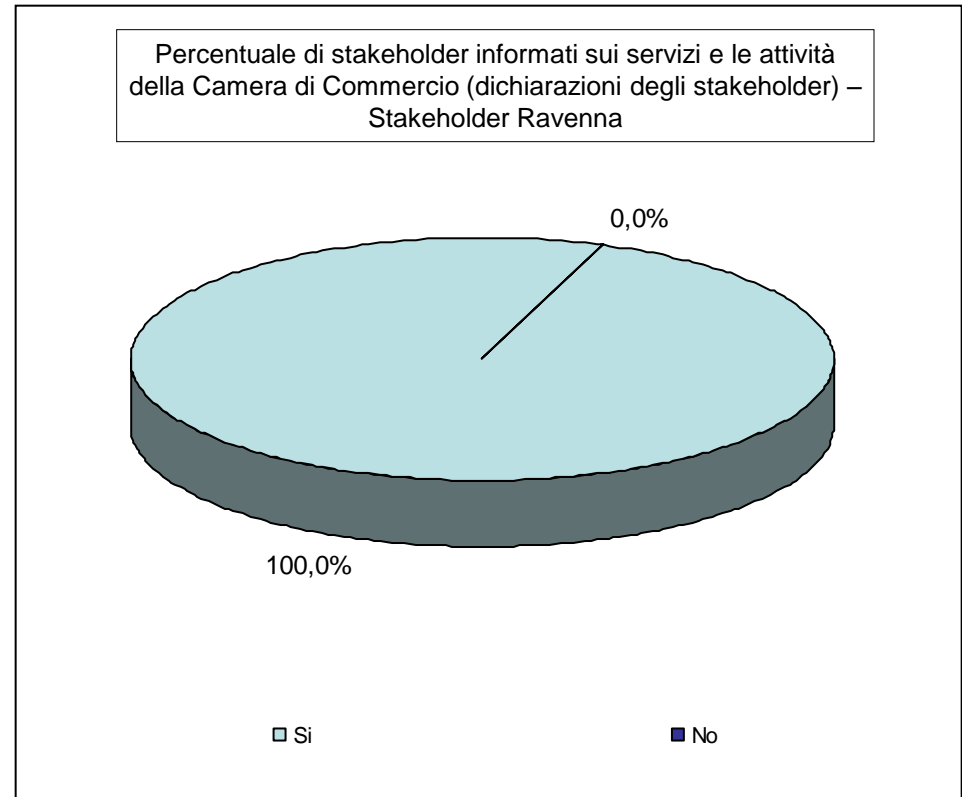
Funzione principale della Camera di Commercio secondo l'opinione degli stakeholder

“Quale pensa che sia la funzione principale della Camera di Commercio?”



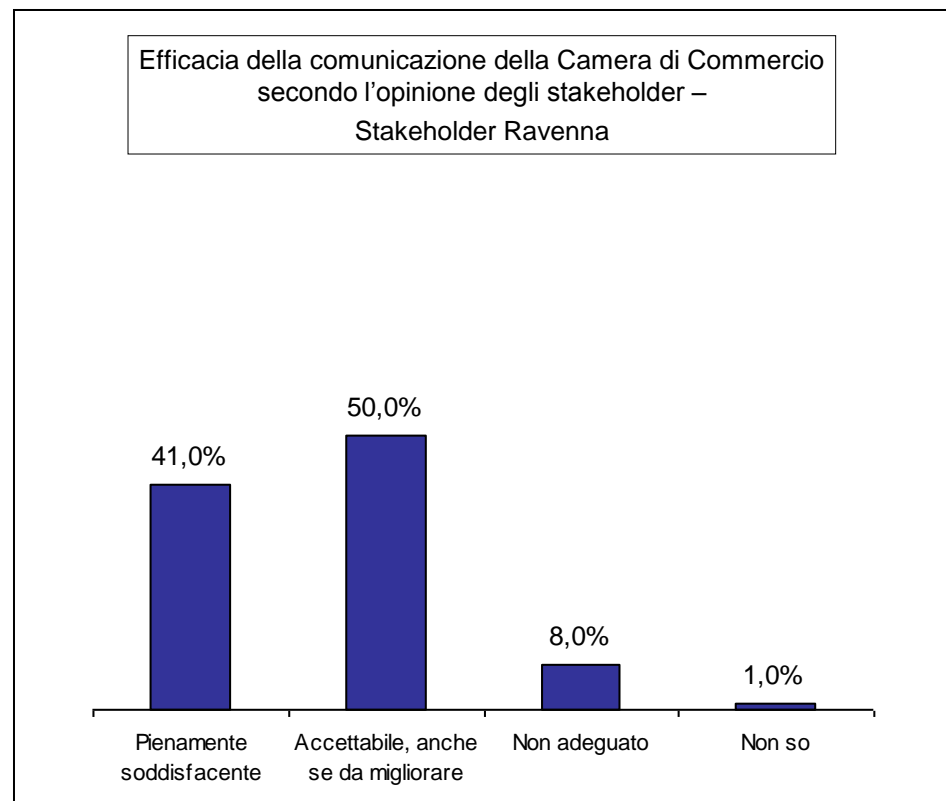
Base: 100 casi.

“Lei è informato sui servizi e le attività della Camera di Commercio di”



Base: 100 casi.

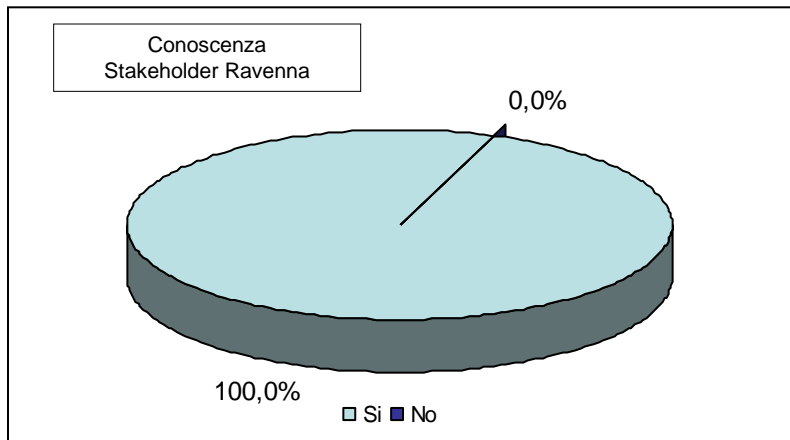
“Secondo Lei la Camera di Commercio comunica i servizi che offre in modo ...?”



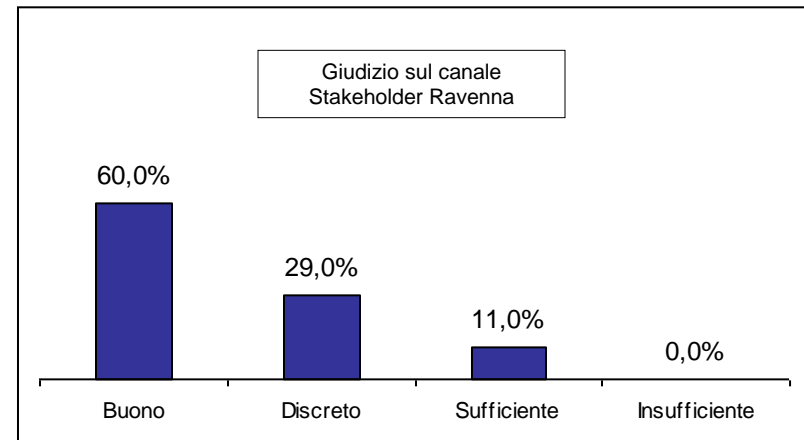
Base: 100 casi.

IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

L'efficacia della comunicazione della Camera di Commercio



Base: 100 casi

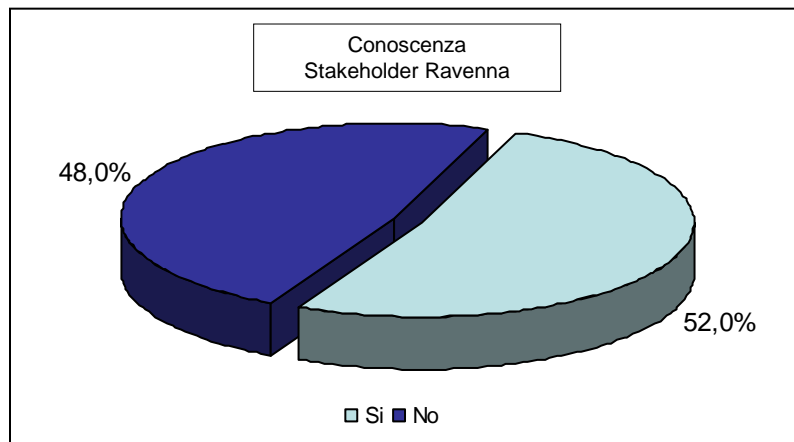


Base: 100 casi. Solo Conoscitori.

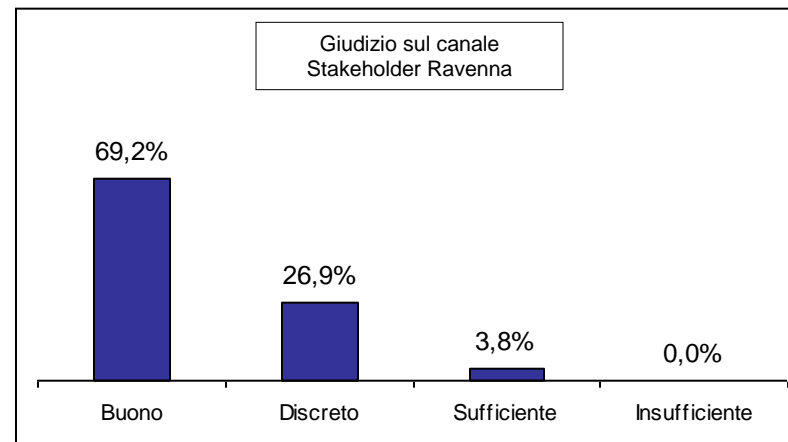
“Conosce e come giudica i seguenti strumenti di comunicazione utilizzati dalla Camera di Commercio: E-mail”

IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

L'efficacia della comunicazione della Camera di Commercio



Base: 100 casi

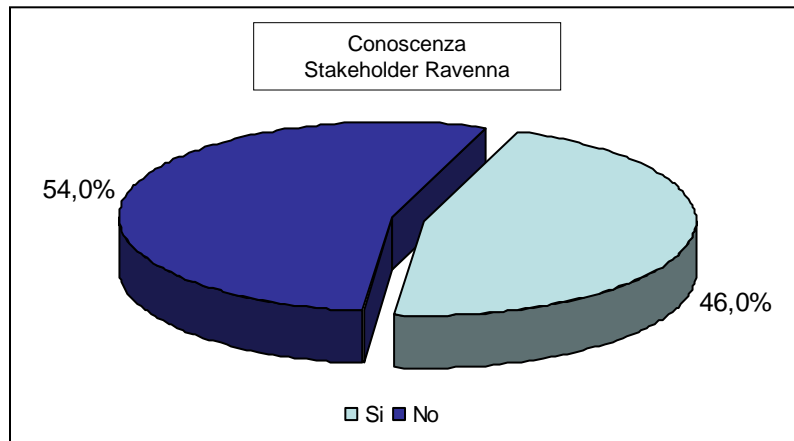


Base: 52 casi. Solo Conoscitori.

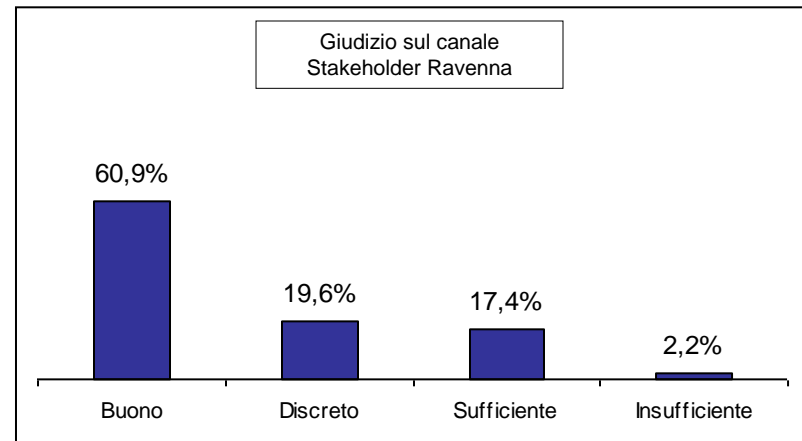
“Conosce e come giudica i seguenti strumenti di comunicazione utilizzati dalla Camera di Commercio: Fax”

IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

L'efficacia della comunicazione della Camera di Commercio



Base: 100 casi

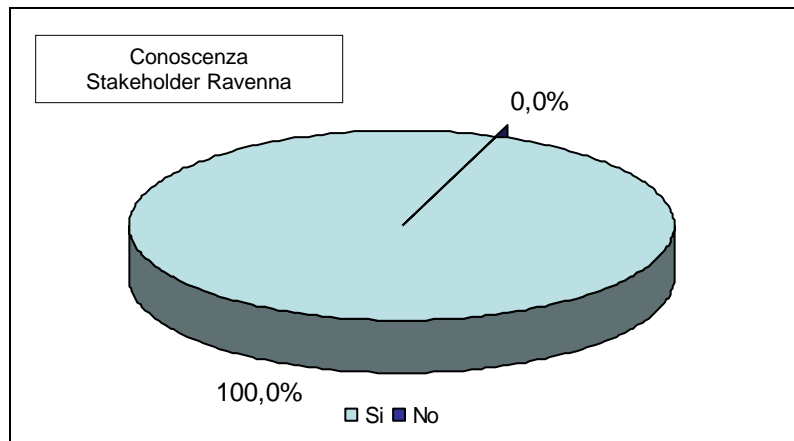


Base: 46 casi. Solo Conoscitori.

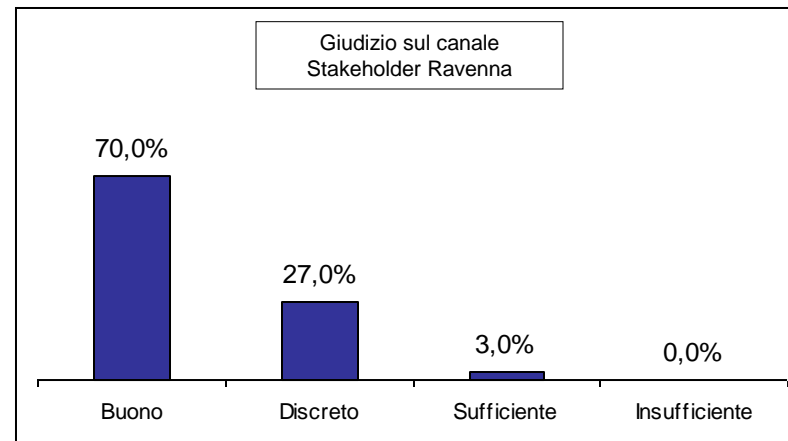
“Conosce e come giudica i seguenti strumenti di comunicazione utilizzati dalla Camera di Commercio: Posta”

IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

L'efficacia della comunicazione della Camera di Commercio



Base: 100 casi

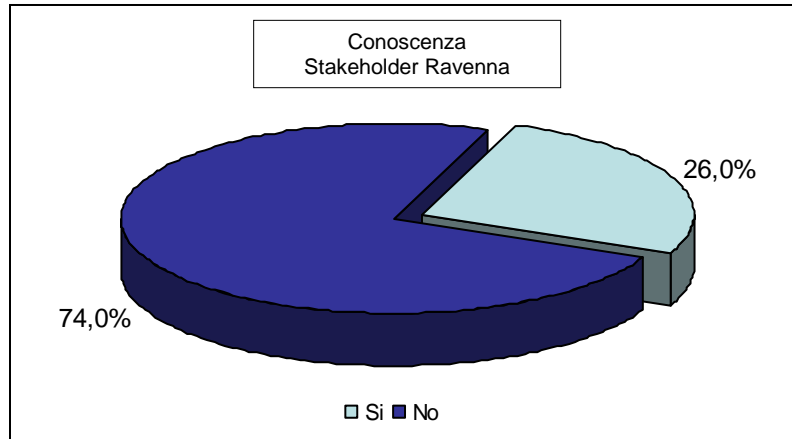


Base: 100 casi. Solo Conoscitori.

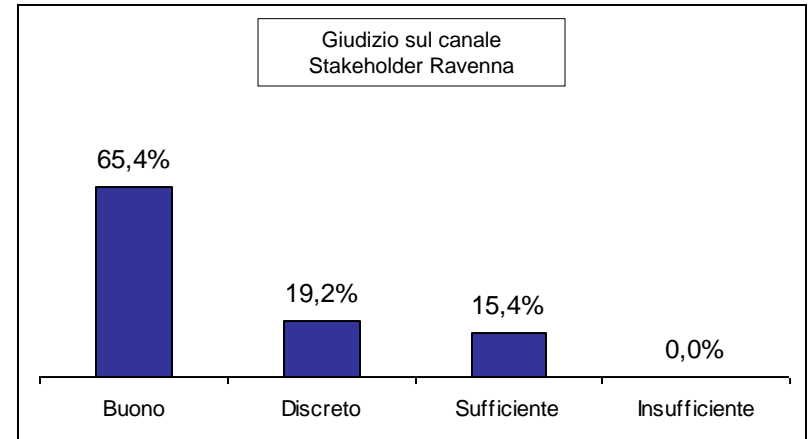
“Conosce e come giudica i seguenti strumenti di comunicazione utilizzati dalla Camera di Commercio: Sito Internet”

IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

L'efficacia della comunicazione della Camera di Commercio



Base: 100 casi

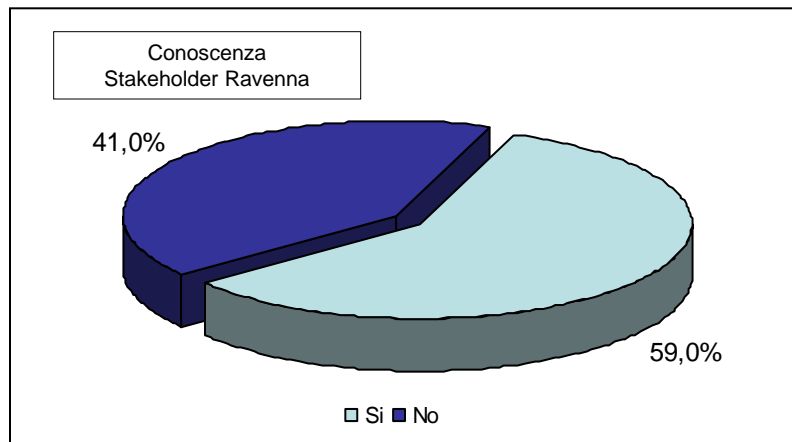


Base: 26 casi. Solo Conoscitori.

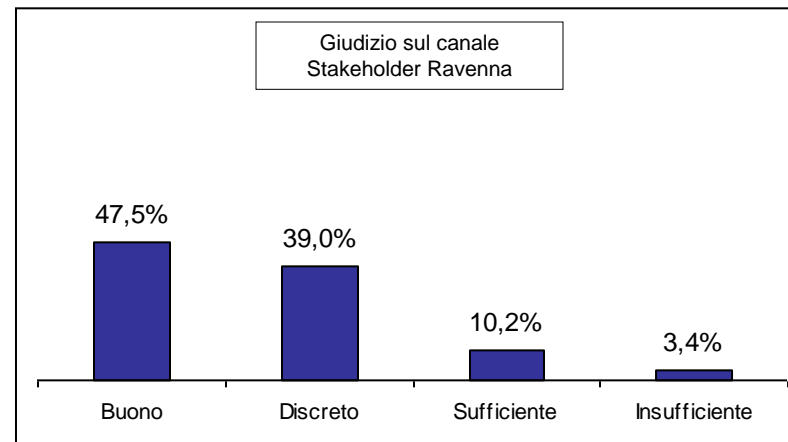
“Conosce e come giudica i seguenti strumenti di comunicazione utilizzati dalla Camera di Commercio: Rivista della Camera di Commercio”

IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO PRESSO GLI UTENTI

L'efficacia della comunicazione della Camera di Commercio



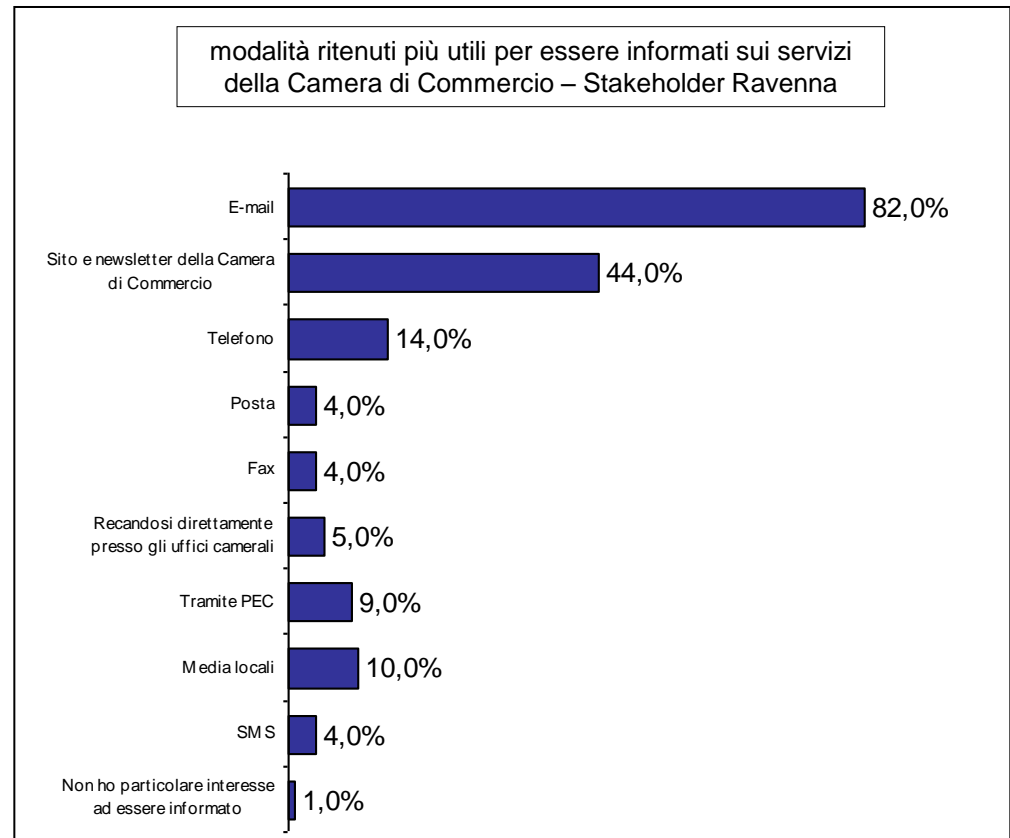
Base: 100 casi



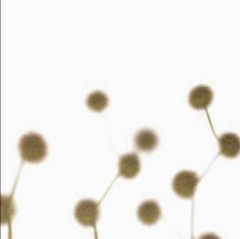
Base: 59 casi. Solo Conoscitori.

“Conosce e come giudica i seguenti strumenti di comunicazione utilizzati dalla Camera di Commercio: Sportelli Informativi”

“Con quali modalità ritiene più utile essere informato sui servizi della Camera di Commercio?”



Base: 100 casi.

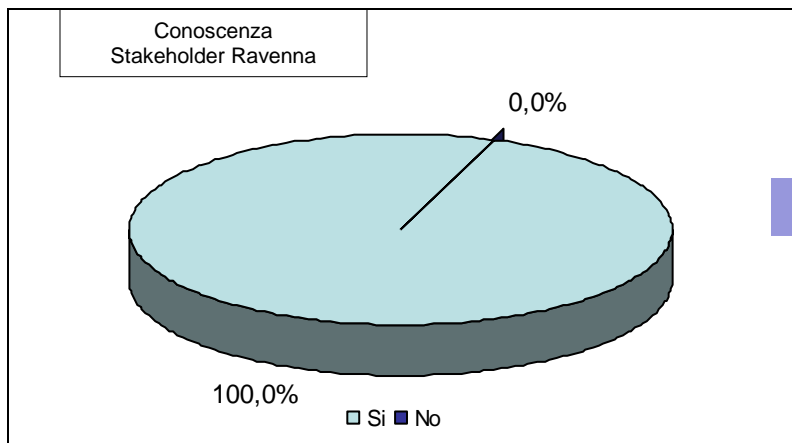


SERVIZI EROGATI

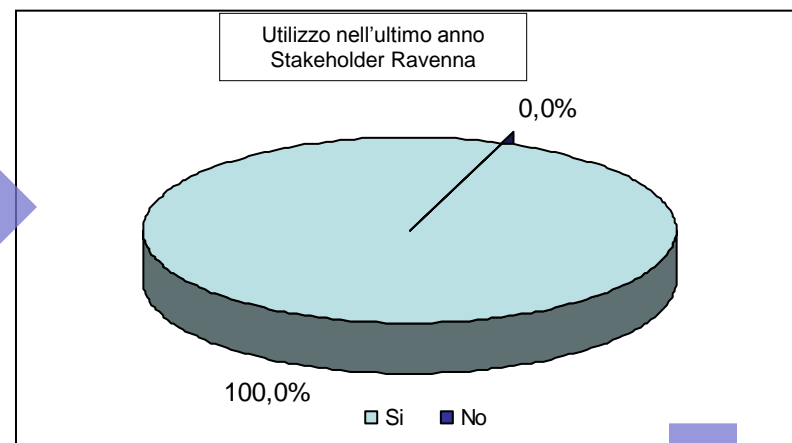
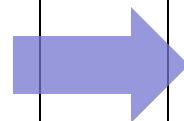


I RISULTATI PRINCIPALI SUL TEMA “SERVIZI”

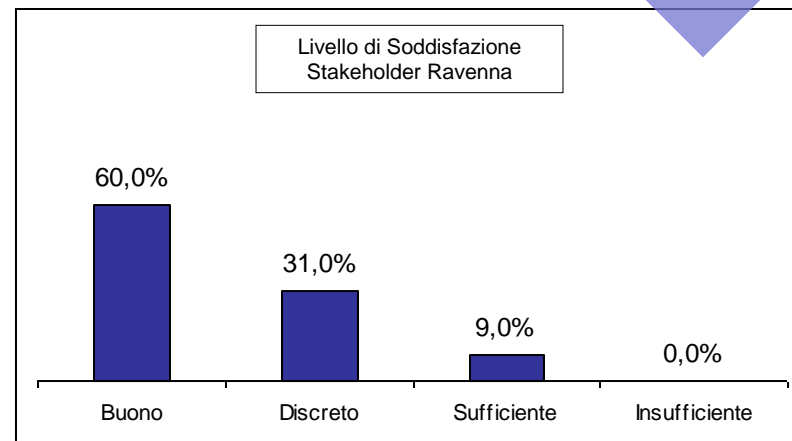
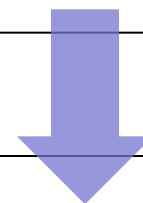
- Tra i servizi amministrativi maggiormente conosciuti dagli stakeholder sono risultati ai primi due posti: il “Diritto Annuale” per il 100% e il “Registro delle imprese” per il 100%.
- Anche per l’utilizzo dei servizi amministrativi ha prevalso il “Registro delle imprese” per il 100%.
- Alta la conoscenza dei corsi di formazione e tirocini (67%) e del servizio di “informazione sui finanziamenti agevolati” (52%).
- Il tema della responsabilità sociale d’impresa è diffuso presso il 65% degli stakeholder della Camera di Commercio di Ravenna.



Base: 100 casi.



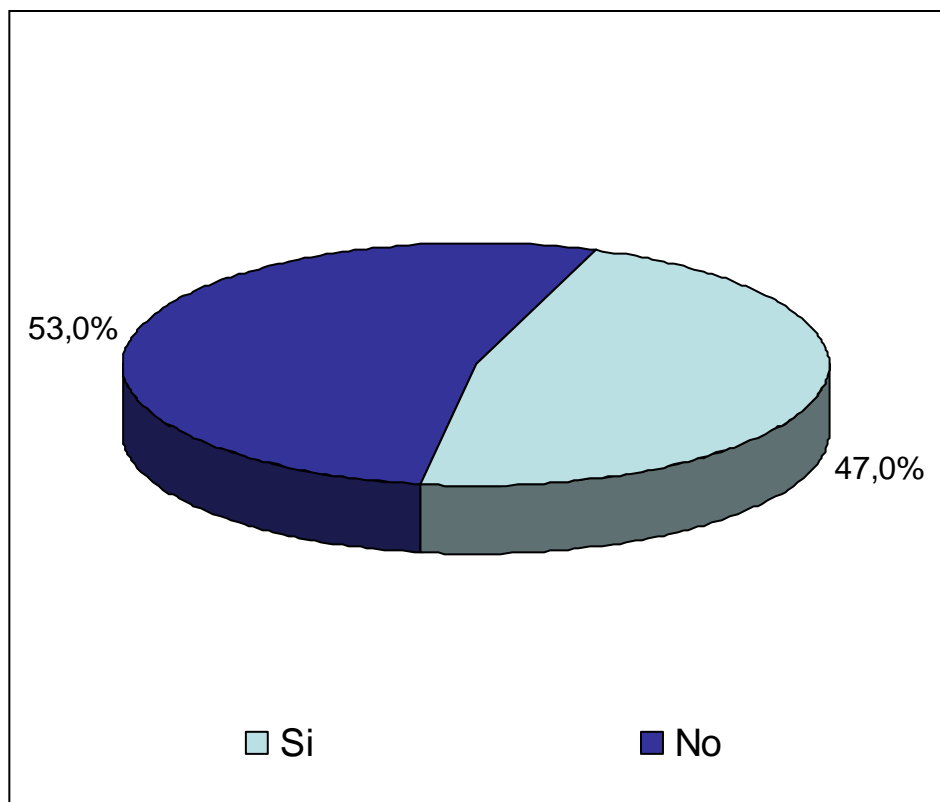
Base: 100 casi. Solo conoscitori.



Base: 100 casi. Solo utilizzatori.

“Registro imprese (pratiche di iscrizione, modifica e cancellazione, deposito bilanci)”

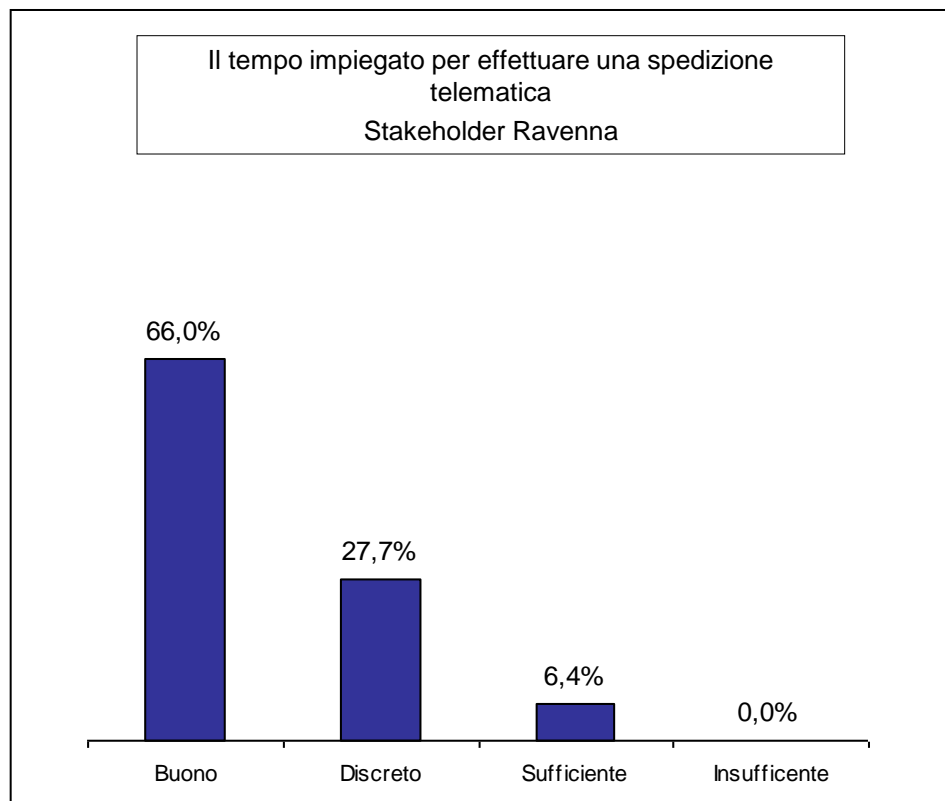
“Ha utilizzato il servizio telematico per l'inoltro di pratiche al registro delle imprese nell'ultimo anno?”



Base: 100 casi

“In relazione al servizio telematico del Registro delle imprese, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

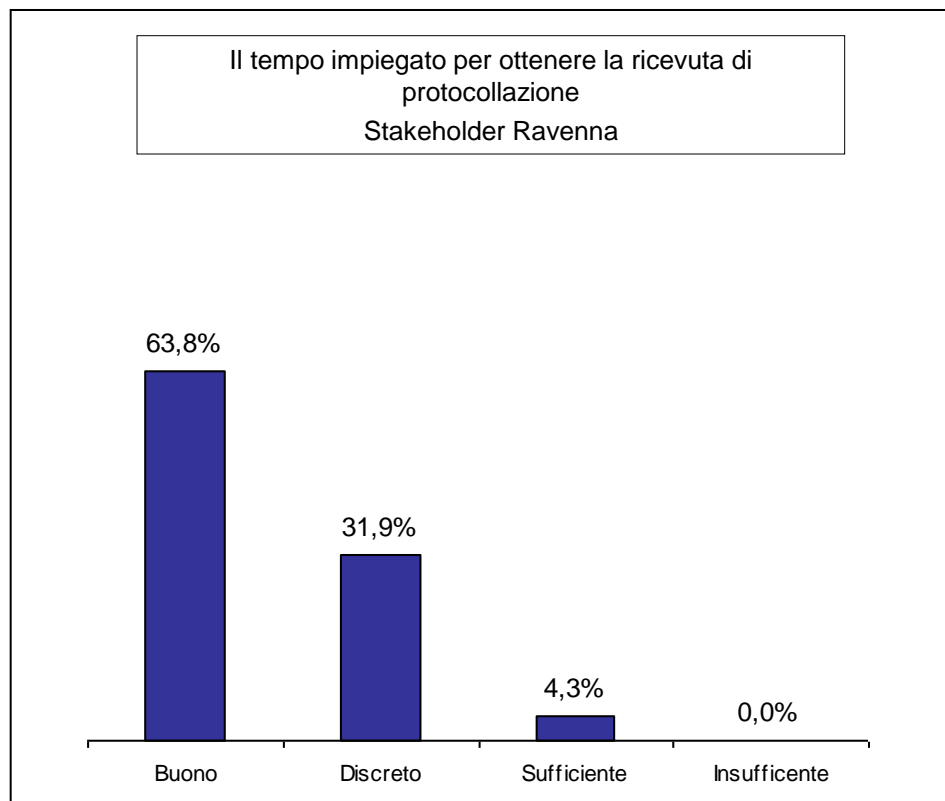
Il tempo impiegato per effettuare una spedizione telematica



Base: 47 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio telematico del Registro delle imprese.

“In relazione al servizio telematico del Registro delle imprese, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

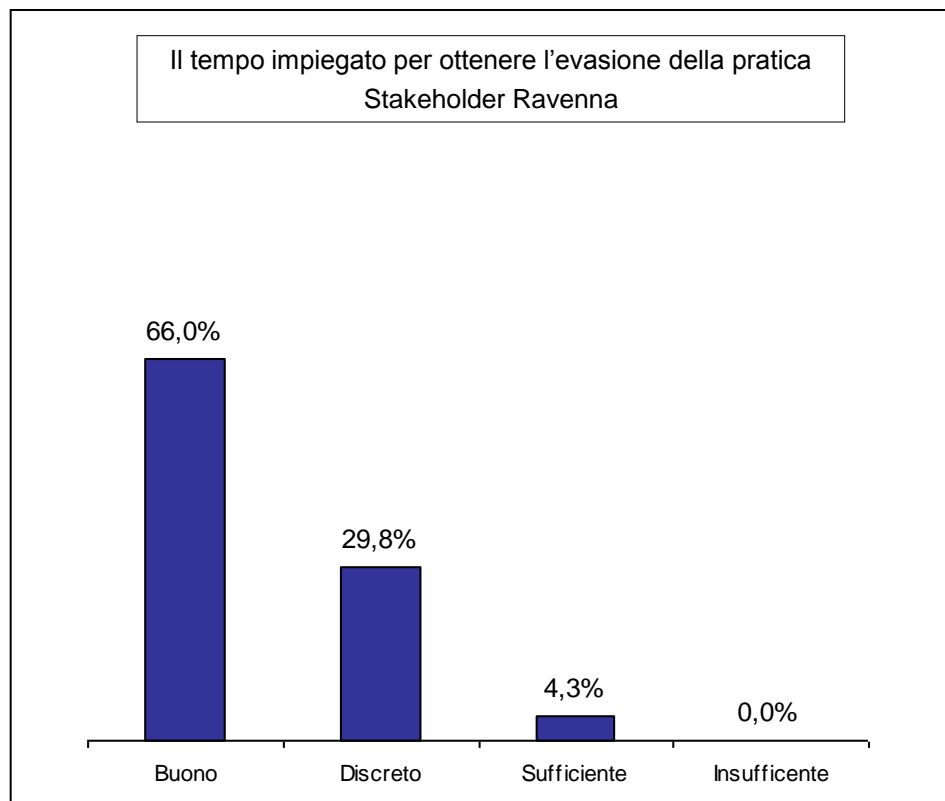
Il tempo impiegato per ottenere la ricevuta di protocollazione



Base: 47 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio telematico del Registro delle imprese.

“In relazione al servizio telematico del Registro delle imprese, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

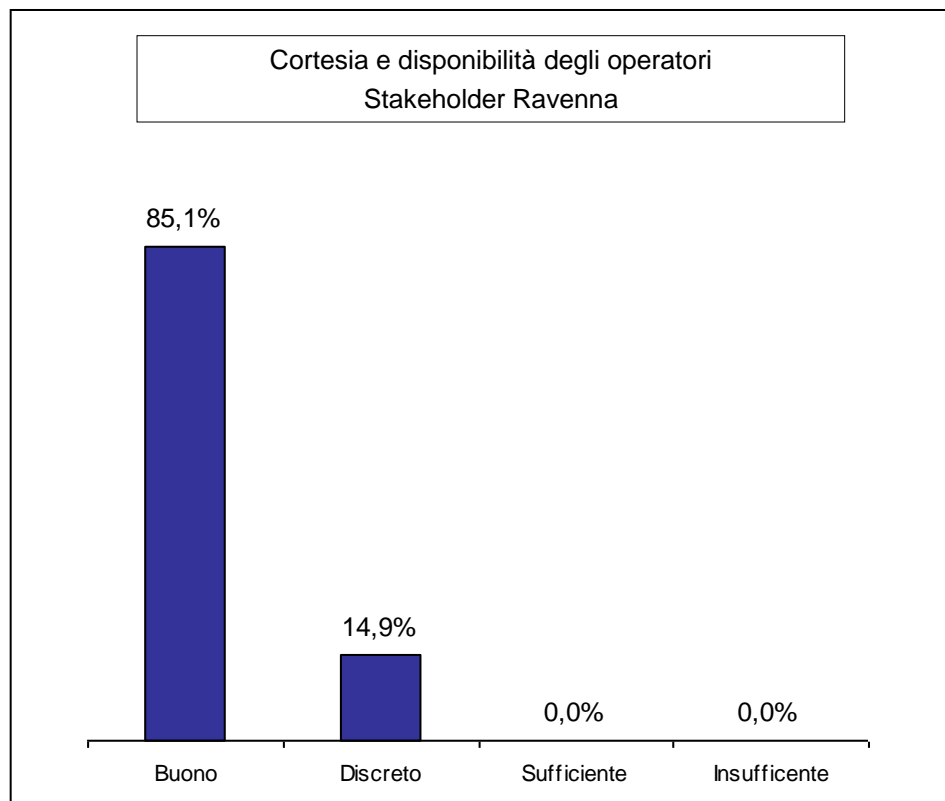
Il tempo impiegato per ottenere l'evasione della pratica



Base: 47 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio telematico del Registro delle imprese.

“In relazione al servizio telematico del Registro delle imprese, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

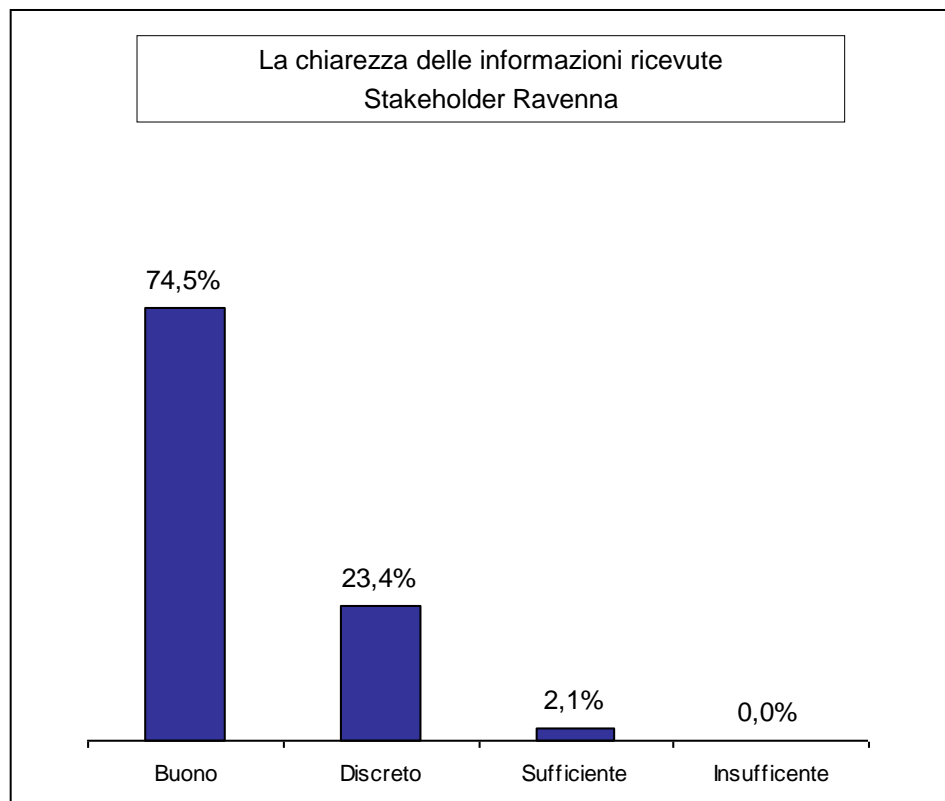
Cortesìa e disponibilità degli operatori



Base: 47 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio telematico del Registro delle imprese.

“In relazione al servizio telematico del Registro delle imprese, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

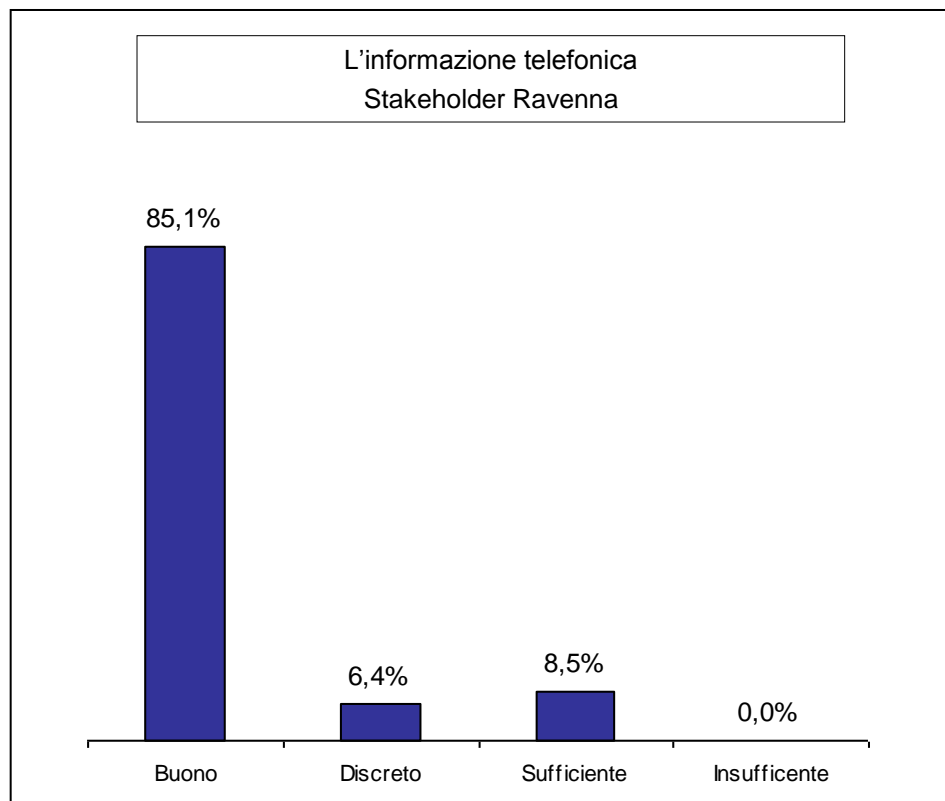
La chiarezza delle informazioni ricevute



Base: 47 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio telematico del Registro delle imprese.

“In relazione al servizio telematico del Registro delle imprese, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

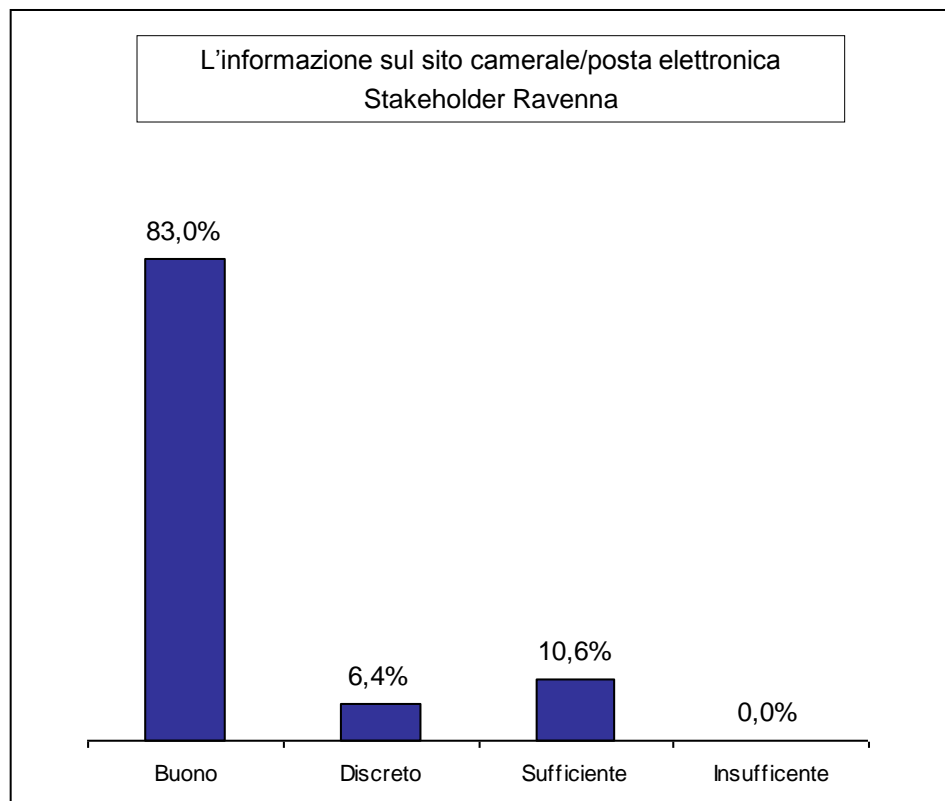
L'informazione telefonica



Base: 47 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio telematico del Registro delle imprese.

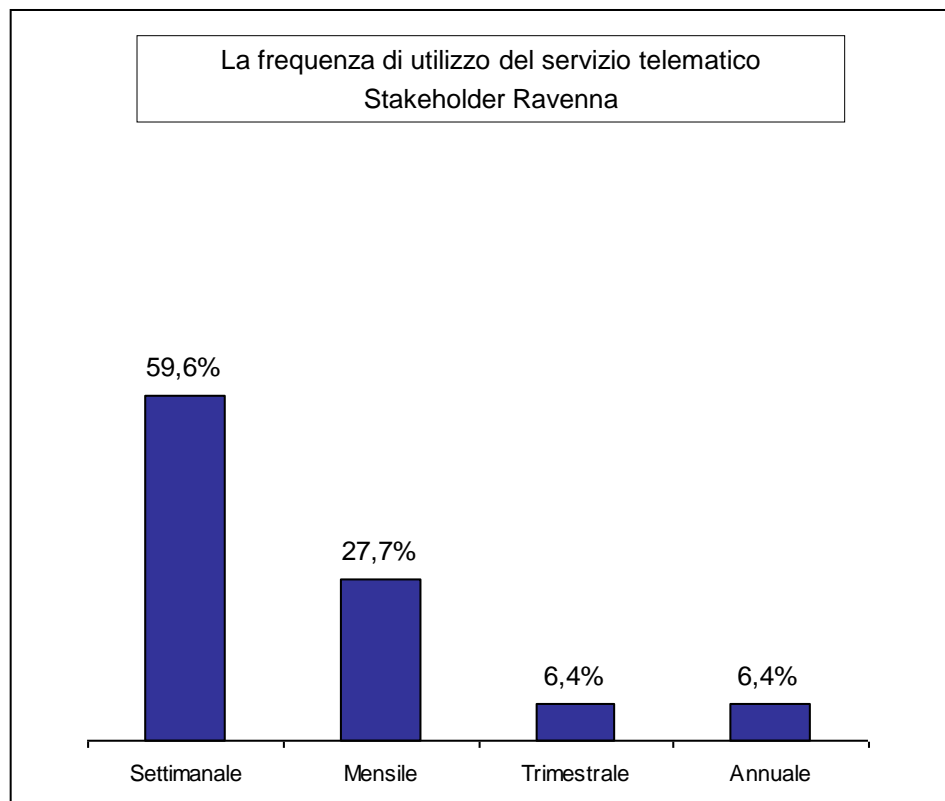
“In relazione al servizio telematico del Registro delle imprese, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

L'informazione sul sito camerale / posta elettronica



Base: 47 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio telematico del Registro delle imprese.

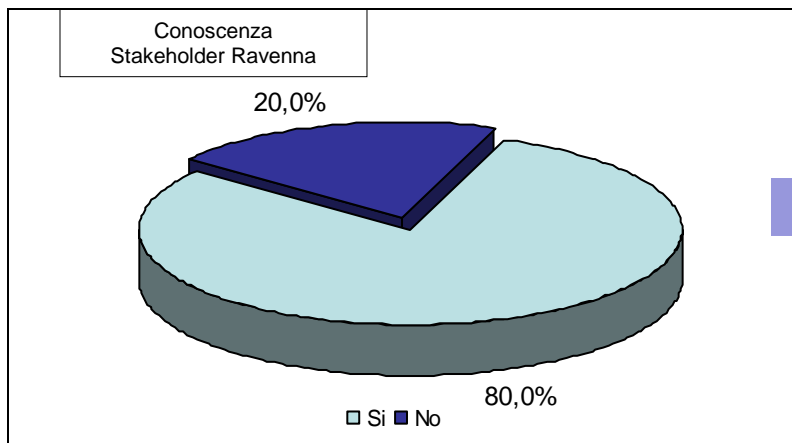
“Con che frequenza utilizza il servizio telematico?”



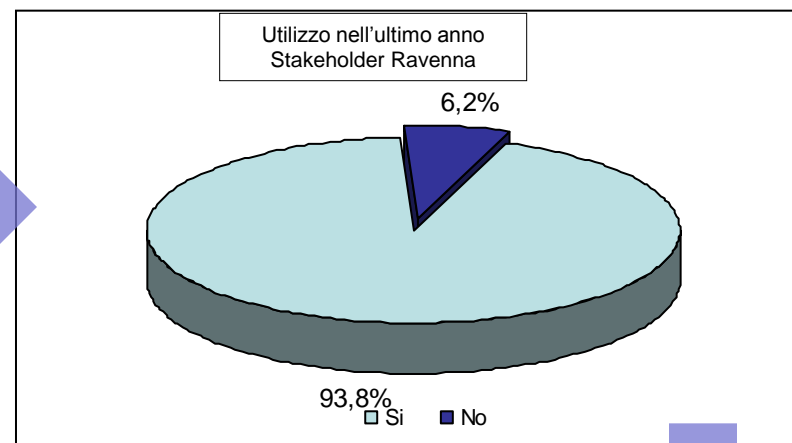
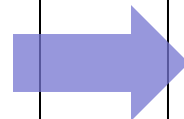
Base: 47 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio telematico del Registro delle imprese.

SERVIZI EROGATI

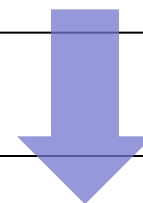
Firma digitale (CNS – Carta nazionale dei servizi)



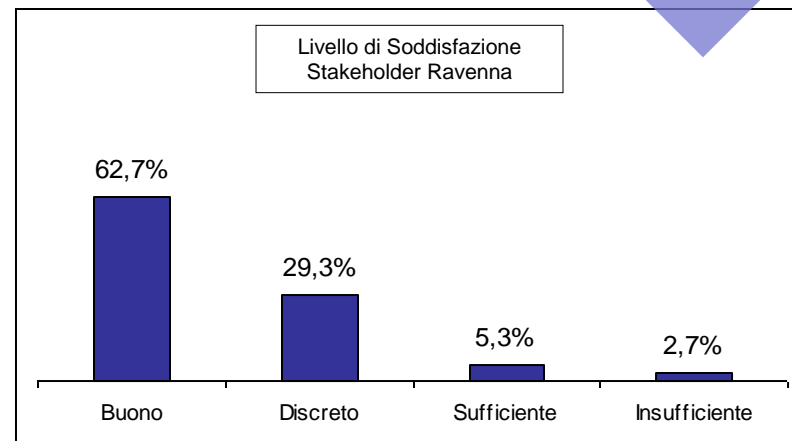
Base: 100 casi.



Base: 80 casi. Solo conoscitori.



“Servizio di rilascio dei dispositivi di firma digitale(CNS – Carta nazionale dei servizi) .”

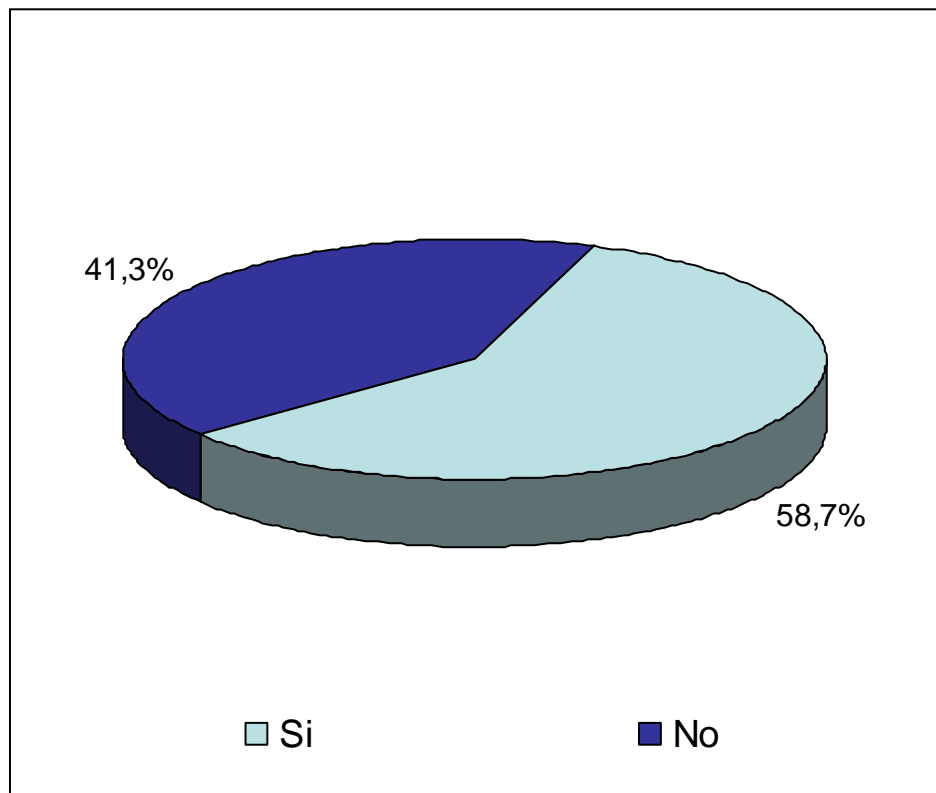


Base 75 casi. Solo utilizzatori.

SERVIZI EROGATI

Servizio di rilascio dei dispositivi di firma digitale /CNS (carta nazionale dei servizi)

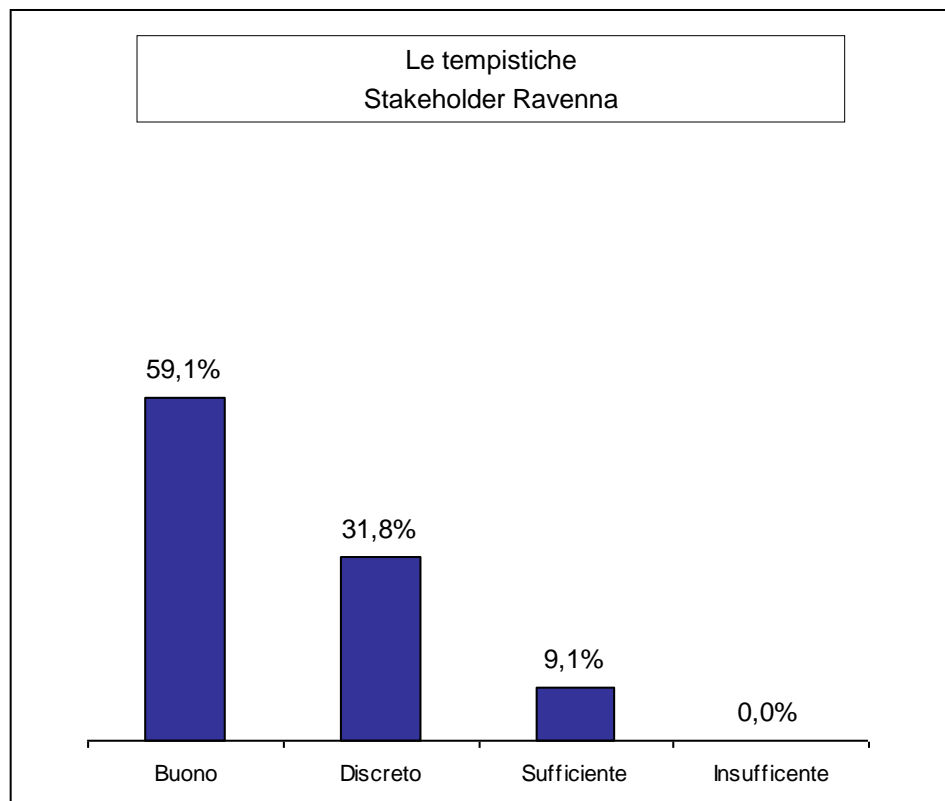
“Ha utilizzato il servizio di rilascio dei dispositivi firma digitale/CNS nell'ultimo anno?”



Base: 75 casi

“In relazione al servizio di rilascio dispositivi CNS firma digitale, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

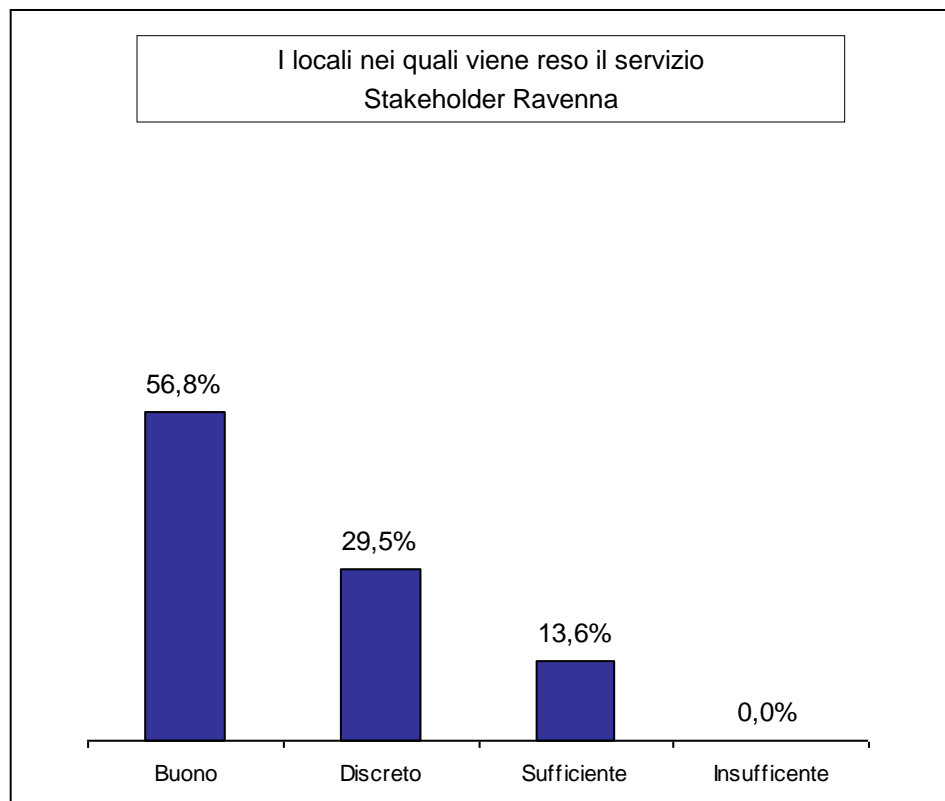
Il tempo impiegato per ottenere il servizio



Base: 44 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio di rilascio dispositivi CNS/firma digitale.

“In relazione al servizio di rilascio dispositivi CNS firma digitale, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

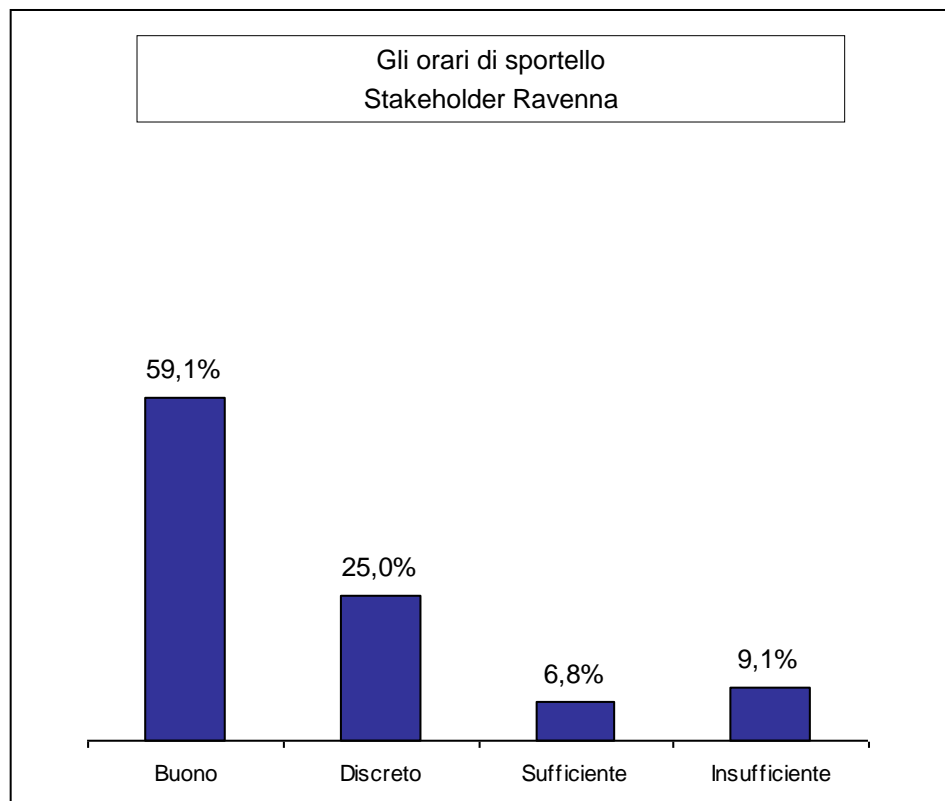
I locali nei quali viene reso il servizio



Base: 44 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio di rilascio dispositivi CNS/firma digitale.

“In relazione al servizio di rilascio dispositivi CNS firma digitale, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

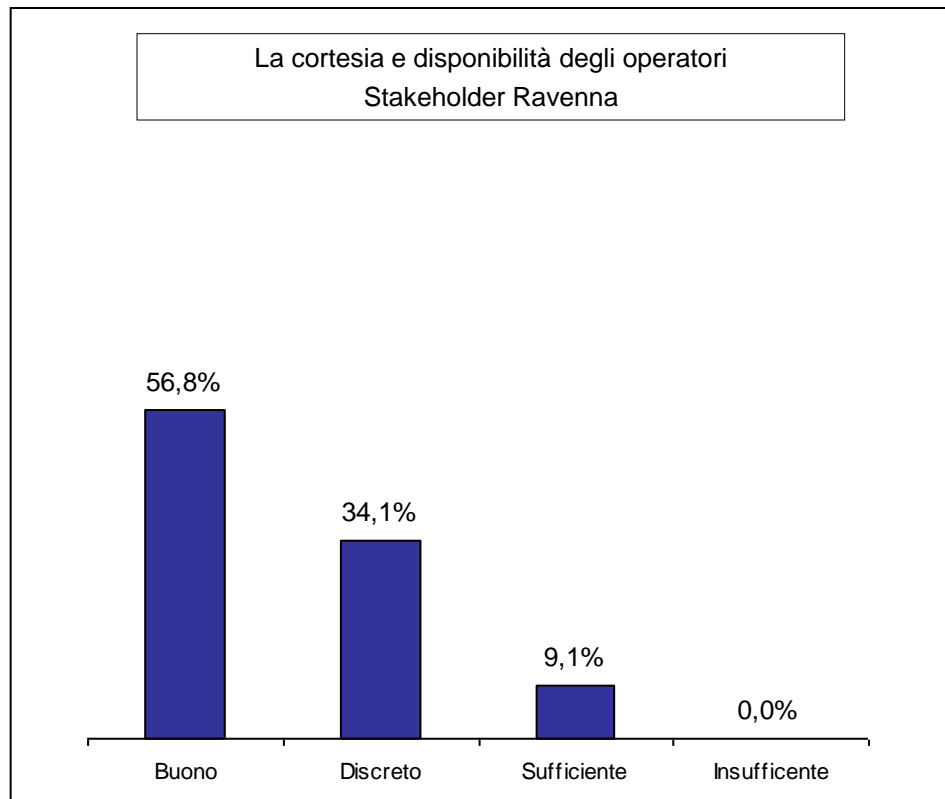
Gli orari di sportello



Base: 44 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio di rilascio dispositivi CNS/firma digitale.

“In relazione al servizio di rilascio dispositivi CNS firma digitale, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

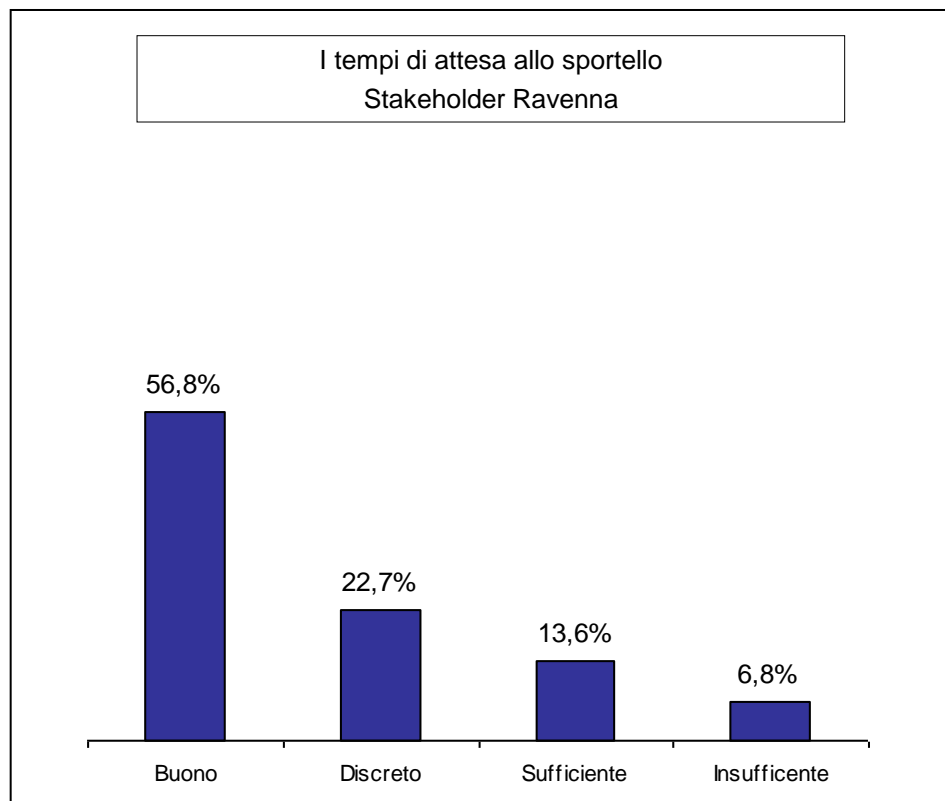
La cortesia e disponibilità degli operatori



Base: 44 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio di rilascio dispositivi CNS/firma digitale.

“In relazione al servizio di rilascio dispositivi CNS firma digitale, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

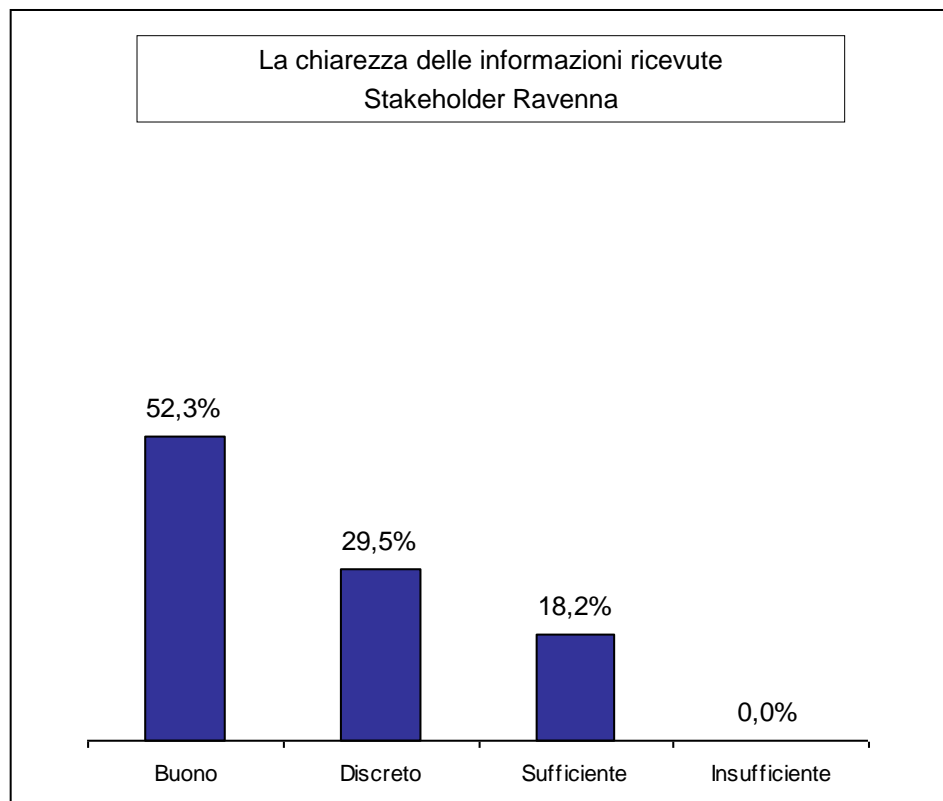
I tempi di attesa allo sportello



Base: 44 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio di rilascio dispositivi CNS/firma digitale.

“In relazione al servizio di rilascio dispositivi CNS firma digitale, le chiediamo di valutare il suo livello di soddisfazione rispetto ai seguenti aspetti”

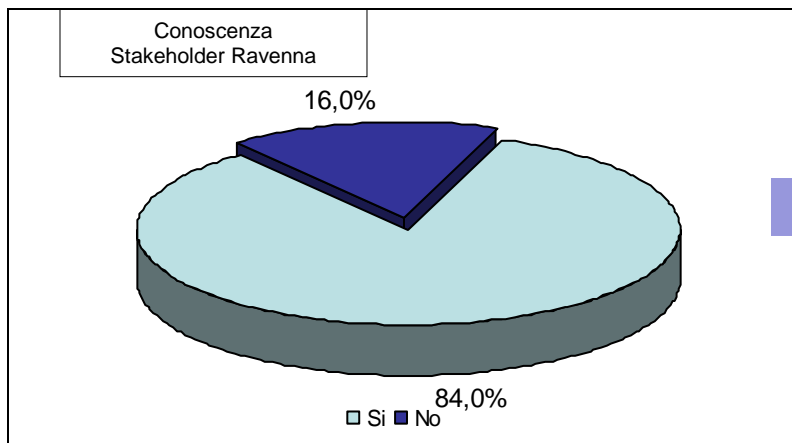
La chiarezza delle informazioni ricevute



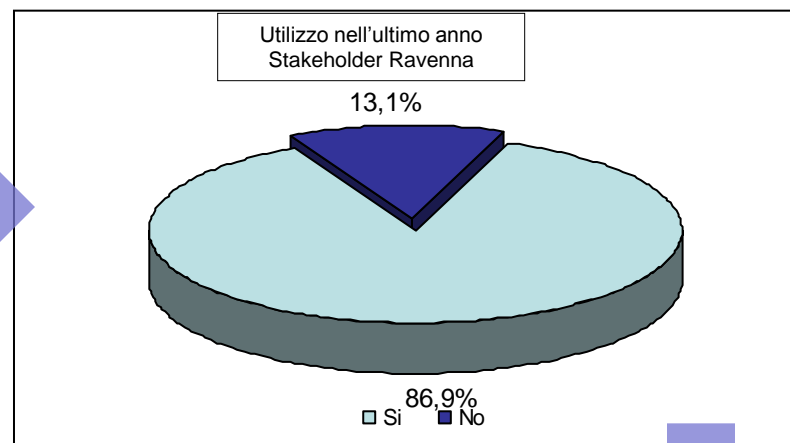
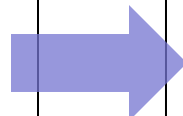
Base: 44 casi. Solo gli stakeholder che nel corso dell'ultimo anno hanno utilizzato il servizio di rilascio dispositivi CNS/firma digitale.

SERVIZI EROGATI

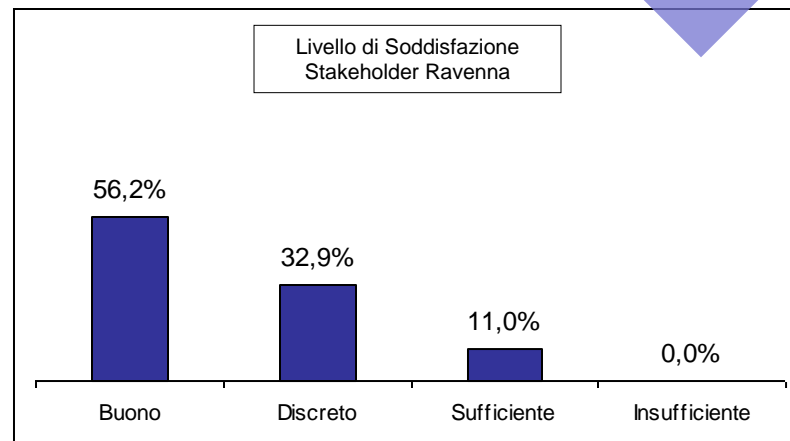
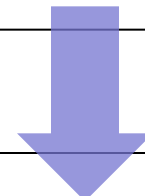
Albi e ruoli



Base: 100 casi.



Base: 84 casi. Solo conoscitori.

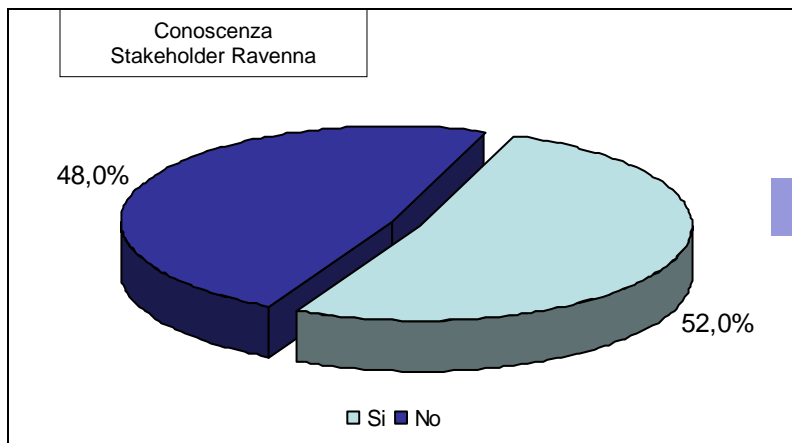


Base: 73 casi. Solo utilizzatori.

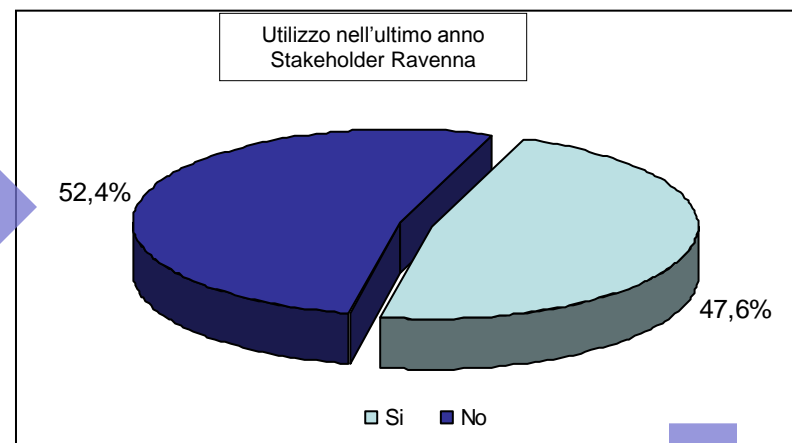
“Albi e ruoli (pratiche)”

SERVIZI EROGATI

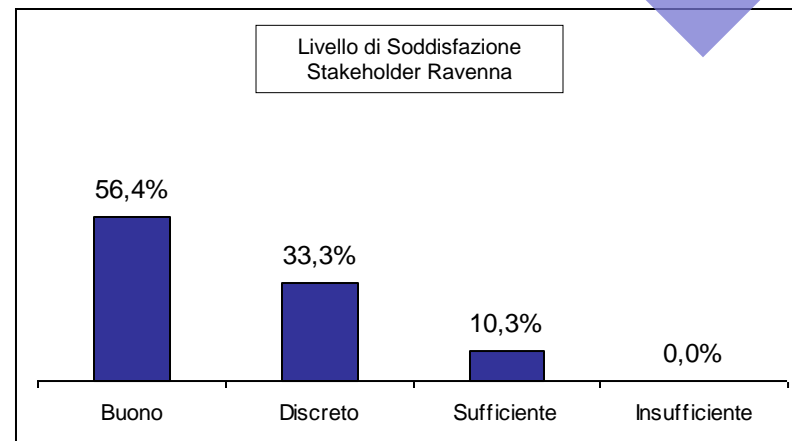
Registro informatico protesti (pratiche)



Base: 100 casi.



Base: 82 casi. Solo conoscitori.

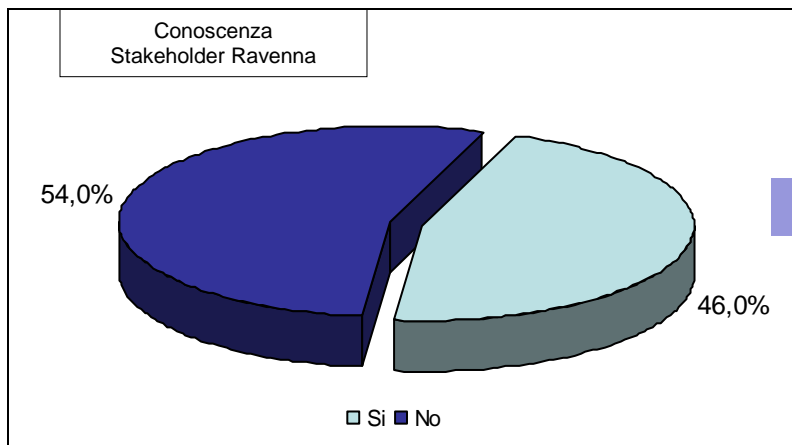


Base: 39 casi. Solo utilizzatori.

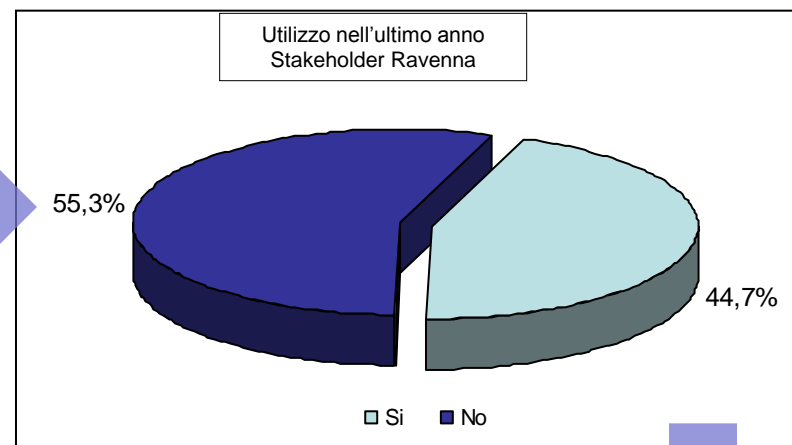
“Registro informatico protesti (pratiche)”

SERVIZI EROGATI

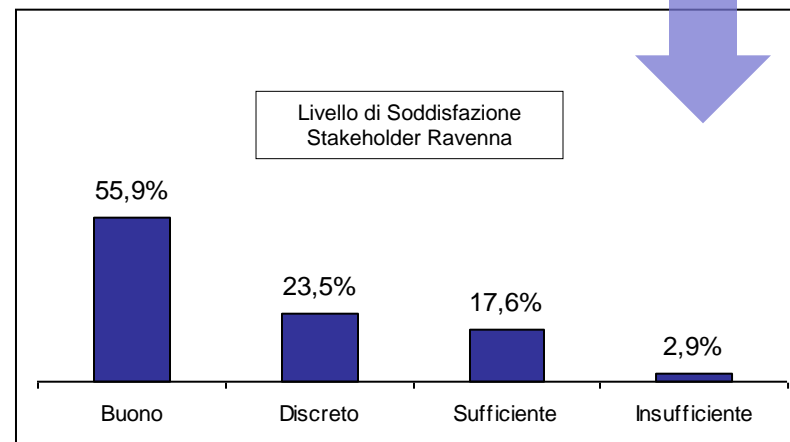
Certificazione estera (certificati di origine, carnet ATA, numero meccanografico)



Base: 100 casi.



Base: 76 casi. Solo conoscitori.

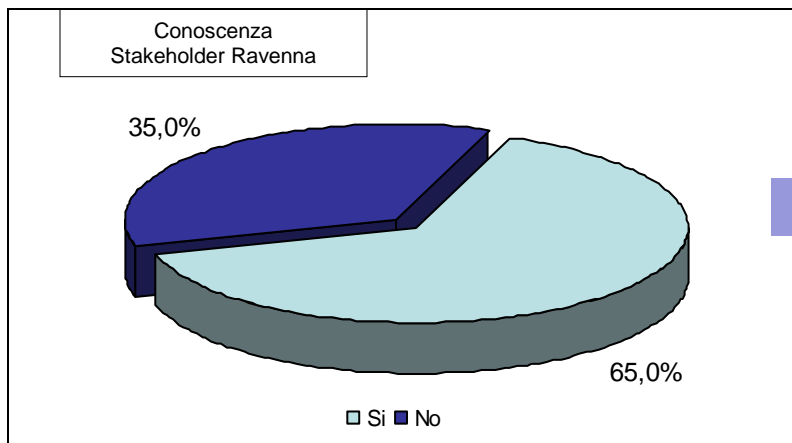


Base: 34 casi. Solo utilizzatori.

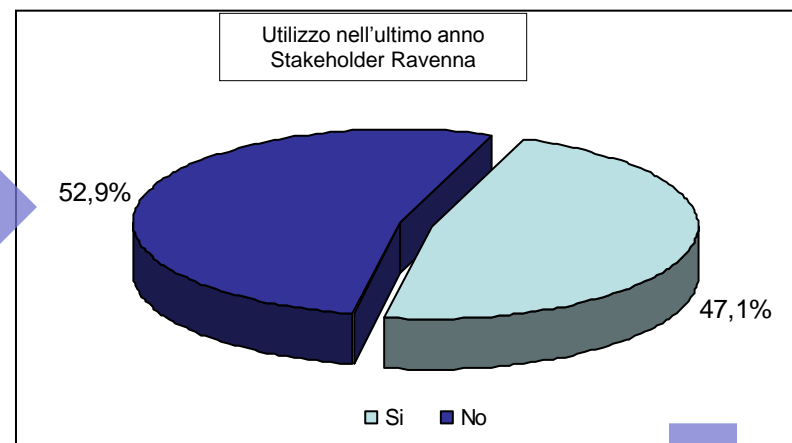
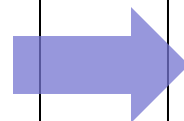
“Certificazione estera (certificati di origine, carnet ATA, numero meccanografico)”

SERVIZI EROGATI

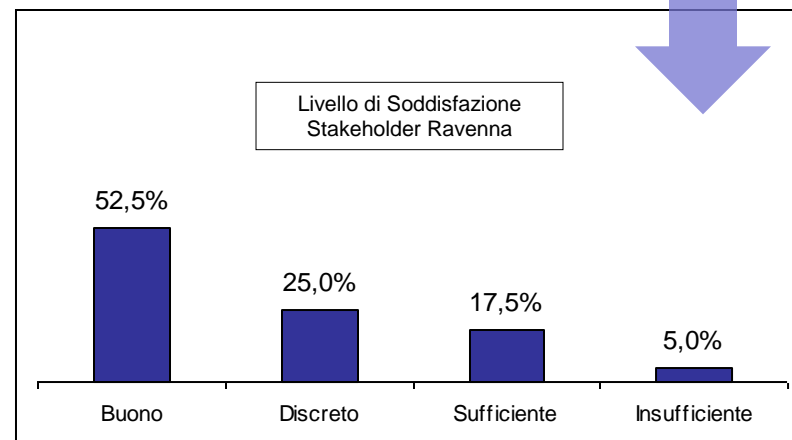
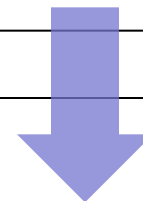
Deposito brevetti, modelli e marchi



Base: 100 casi.



Base: 85 casi. Solo conoscitori.

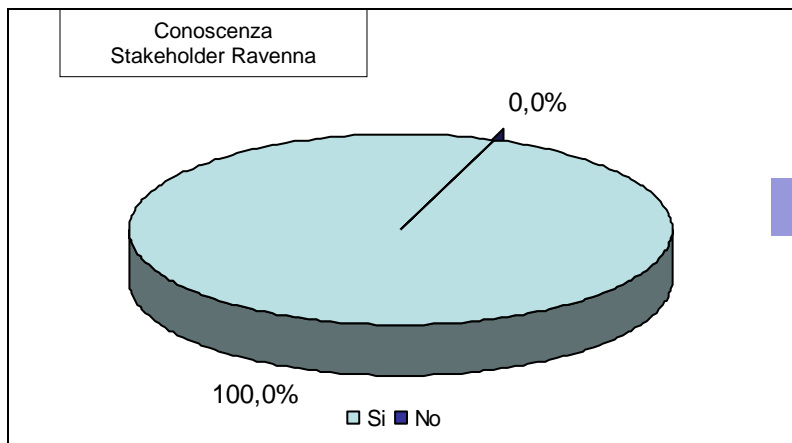


Base: 40 casi. Solo utilizzatori.

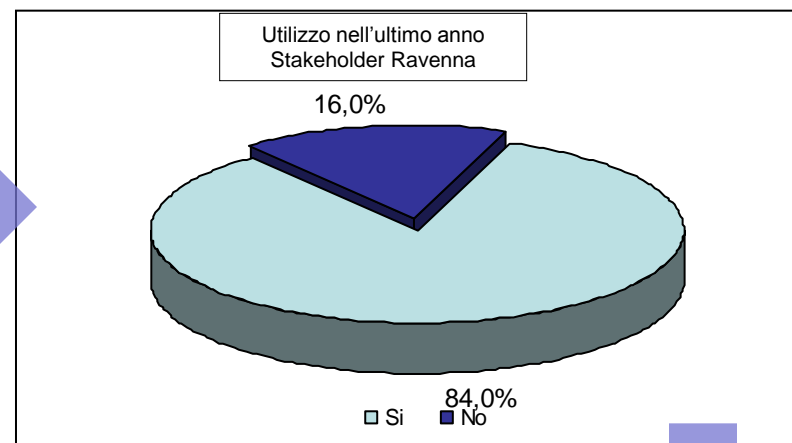
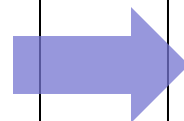
“Deposito brevetti, modelli e marchi”

SERVIZI EROGATI

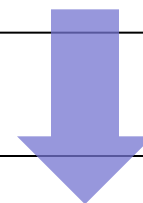
Diritto Annuale



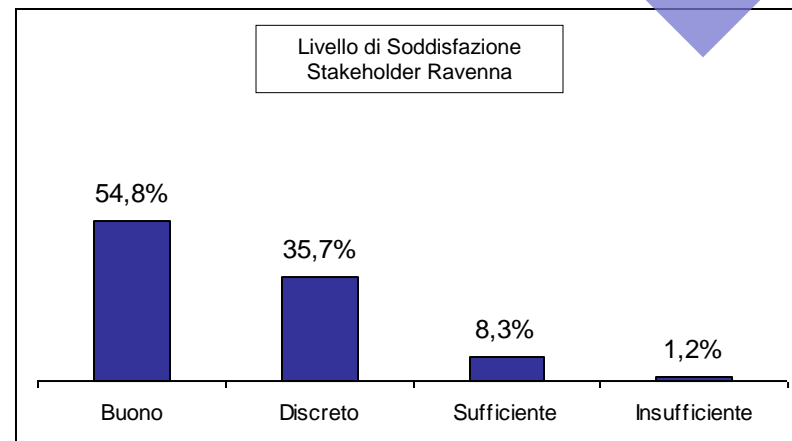
Base: 100 casi.



Base: 100 casi. Solo conoscitori.



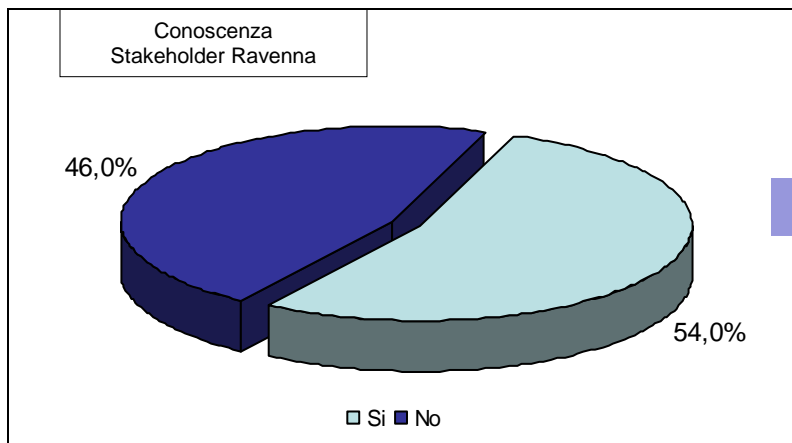
“Diritto Annuale (modalità di pagamento importi, termini e situazioni stato pagamenti).”



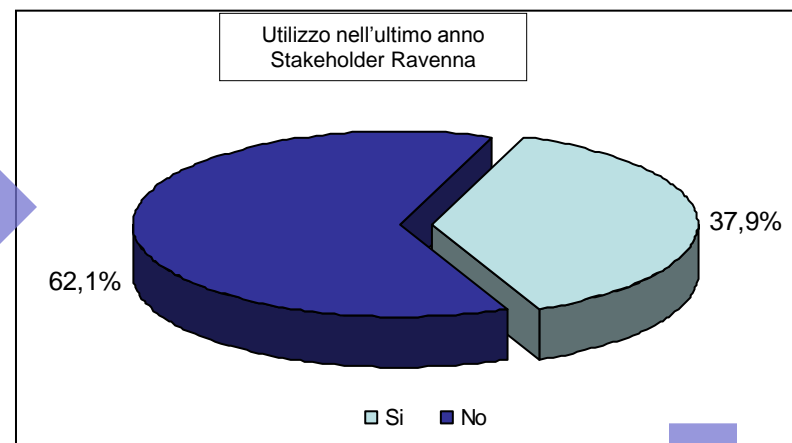
Base: 84 casi. Solo utilizzatori.

SERVIZI EROGATI

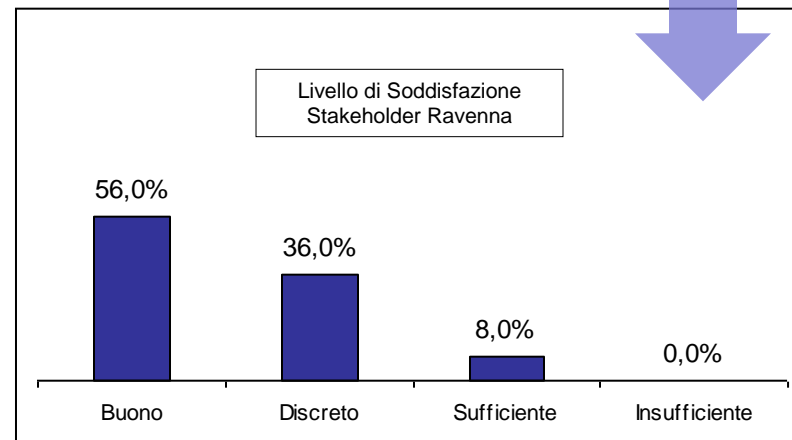
Regolazione del mercato



Base: 100 casi.



Base: 66 casi. Solo conoscitori.

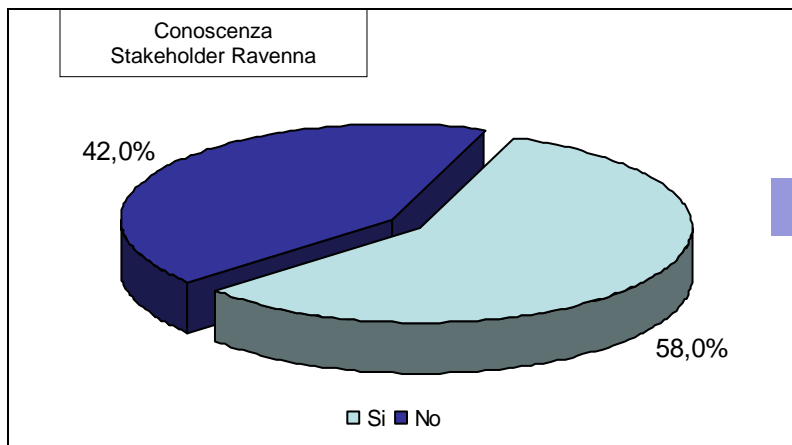


Base: 25 casi. Solo utilizzatori.

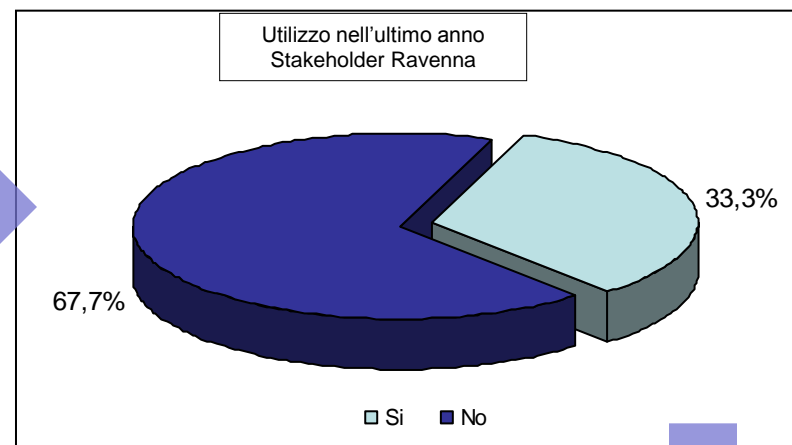
“Regolazione del mercato (Ufficio metrico, Usi e consuetudini, Clausole e Contratti tipo).”

SERVIZI EROGATI

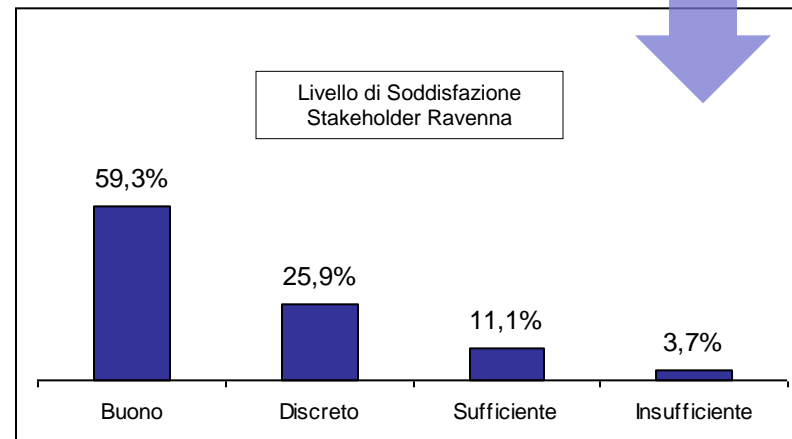
Arbitrato e conciliazione



Base: 100 casi.

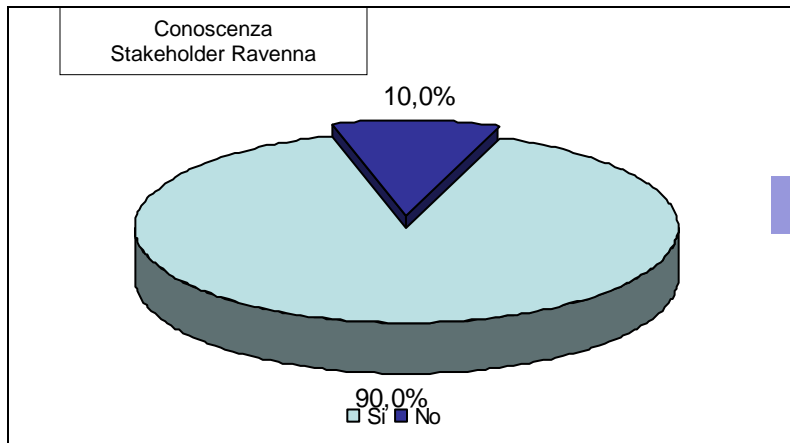


Base: 81 casi. Solo conoscitori.

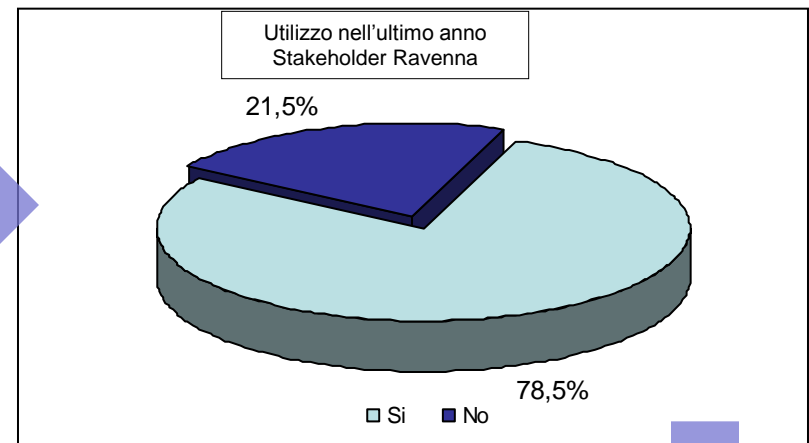
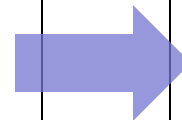


Base: 27 casi. Solo utilizzatori.

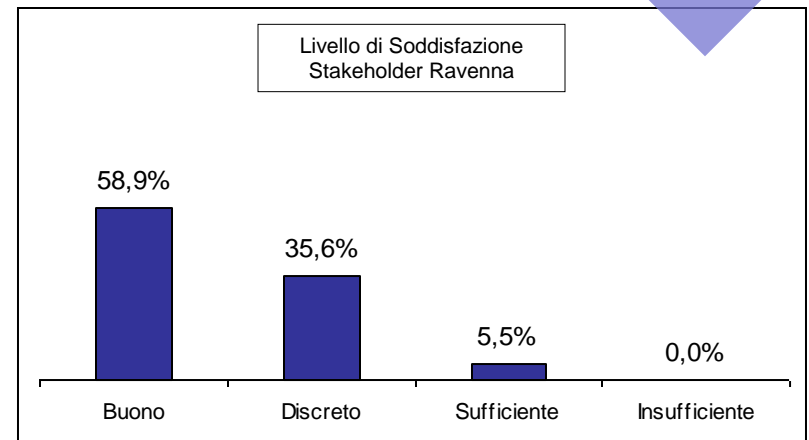
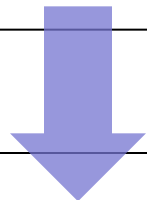
“Arbitrato e conciliazione.”



Base: 100 casi.



Base: 93 casi. Solo conoscitori.

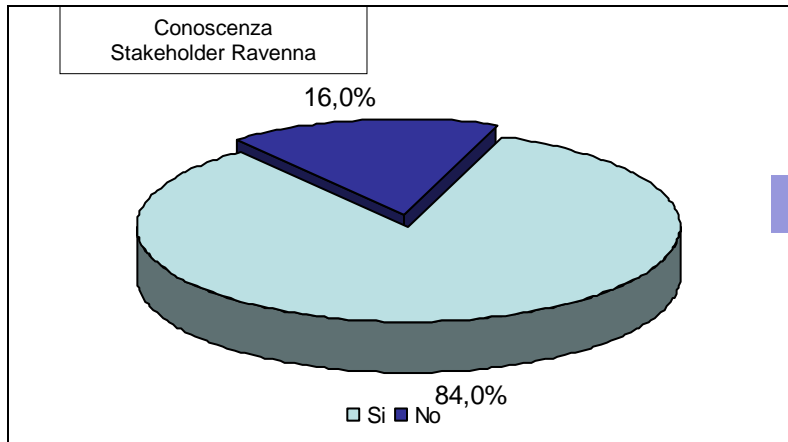


Base: 73 casi. Solo utilizzatori.

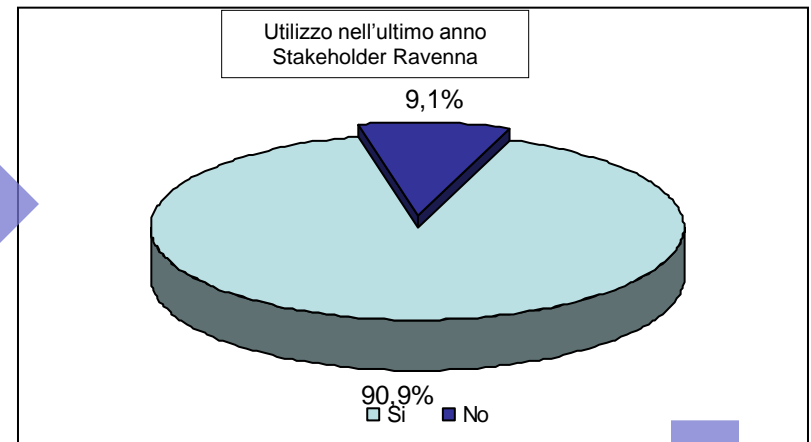
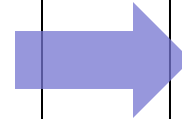
“Informazioni generali su altre imprese o amministratori (visure, bilanci, protesti, elenchi, etc.).”

SERVIZI EROGATI

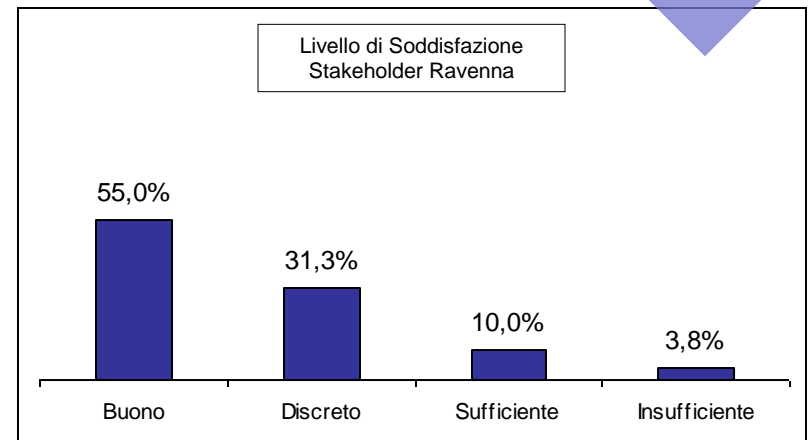
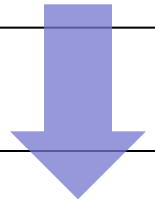
Comunicazione unica per ottemperare agli obblighi di legge



Base: 100 casi.



Base: 88 casi. Solo conoscitori.

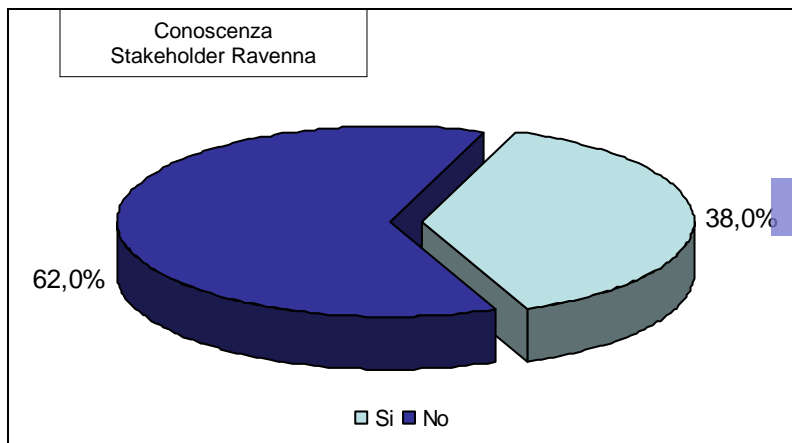


Base: 80 casi. Solo utilizzatori.

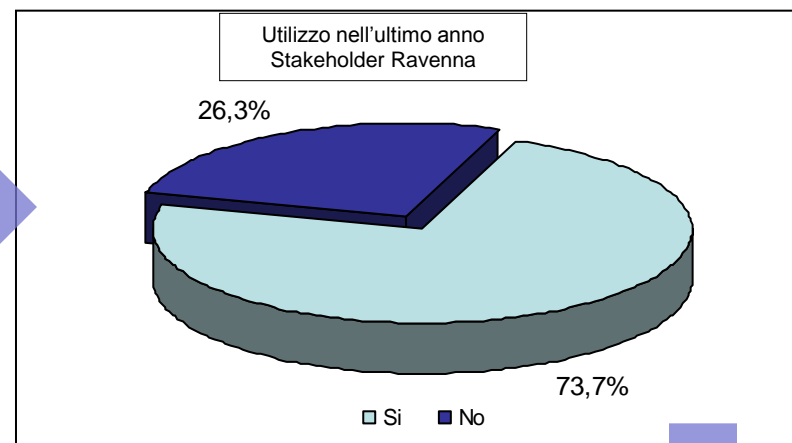
"ComUnica – Segnalazione certificata di inizio attività (SCIA) - comunicazione unica per ottemperare agli obblighi di legge verso Camere di Commercio, INPS, INAIL e Agenzia delle Entrate."

SERVIZI EROGATI

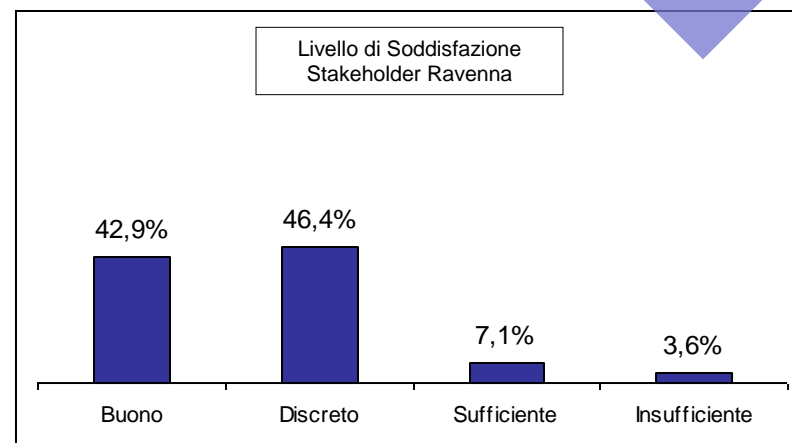
Informazioni sui prezzi, sulle statistiche



Base: 100 casi.



Base: 38 casi. Solo conoscitori.

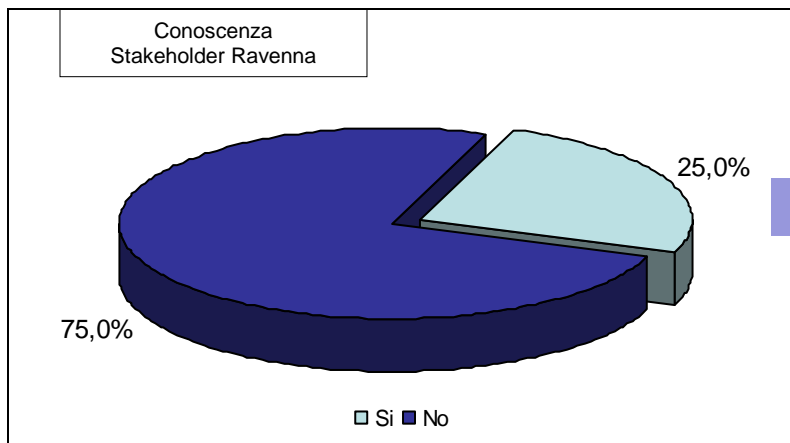


Base: 28 casi. Solo utilizzatori.

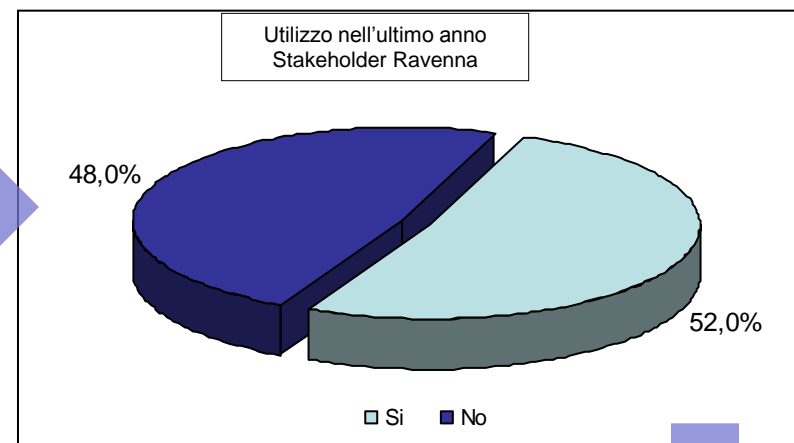
“Informazioni sui prezzi, sulle statistiche e sulla situazione economica, studi ed analisi economiche, Osservatorio dell’Economia.”

SERVIZI EROGATI

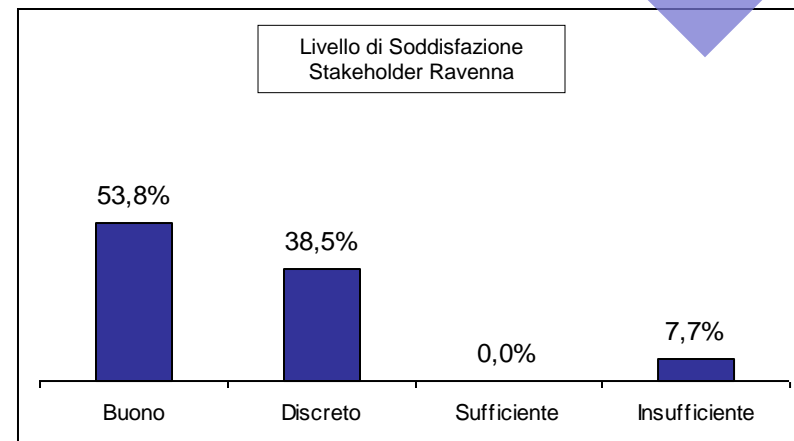
Servizi per la creazione e successione di impresa



Base: 100 casi.



Base: 25 casi. Solo conoscitori.

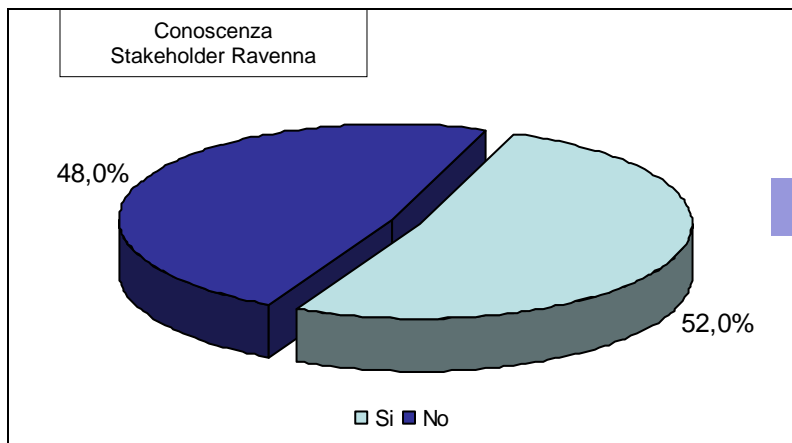


Base: 13 casi. Solo utilizzatori.

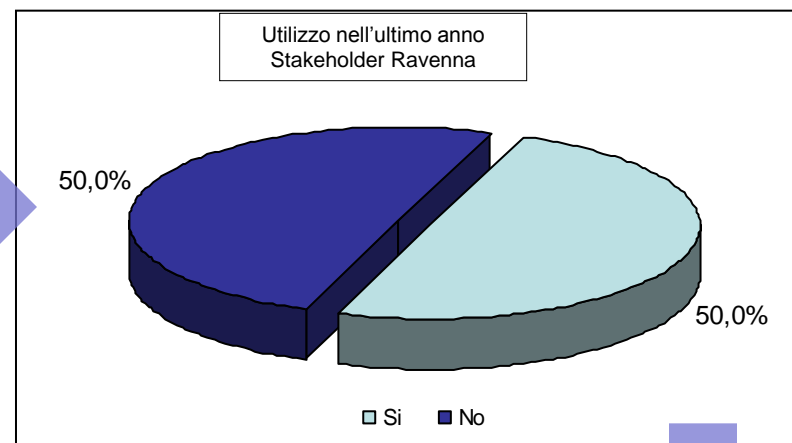
“Servizi per la creazione e successione di impresa.”

SERVIZI EROGATI

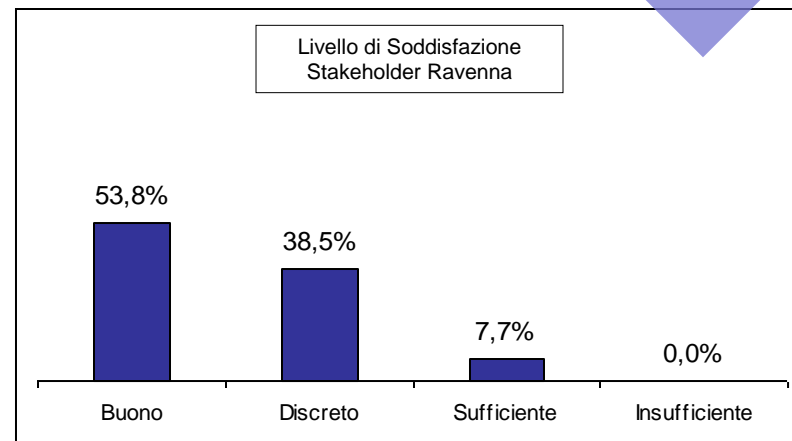
Informazioni e assistenza sui finanziamenti agevolati, incentivi e contributi



Base: 100 casi.



Base: 52 casi. Solo conoscitori.

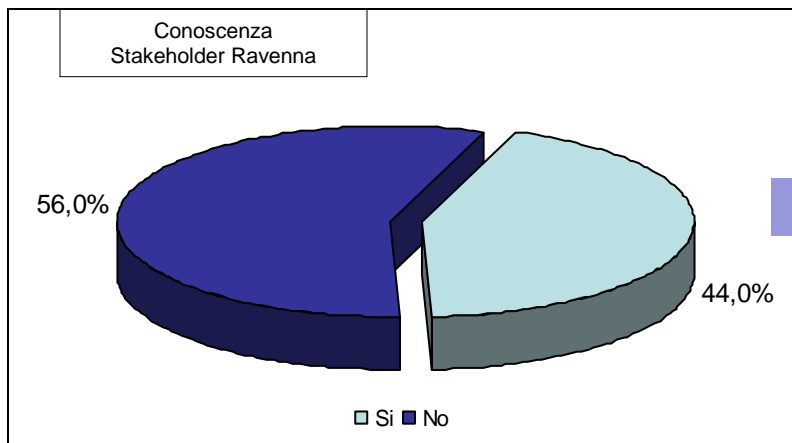


Base: 26 casi. Solo utilizzatori.

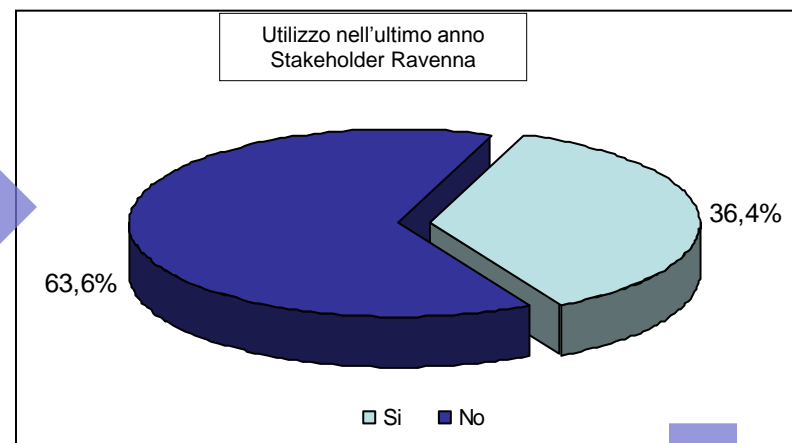
“Informazioni e assistenza sui finanziamenti agevolati, incentivi e contributi alle imprese.”

SERVIZI EROGATI

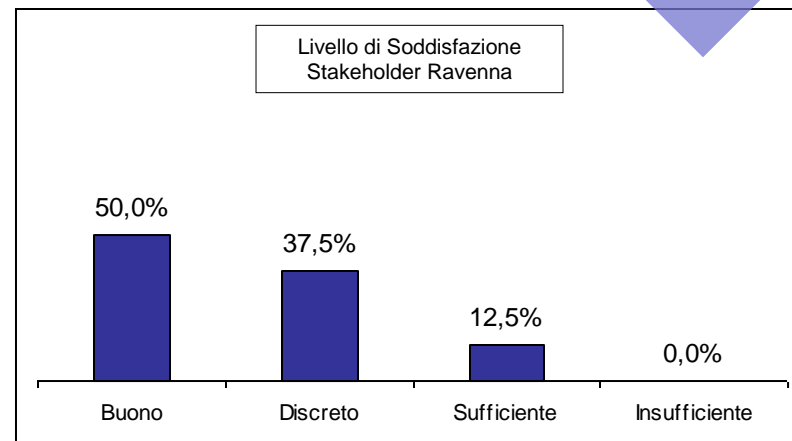
Informazioni e contributi sull'innovazione e il trasferimento tecnologico



Base: 100 casi.



Base: 44 casi. Solo conoscitori.

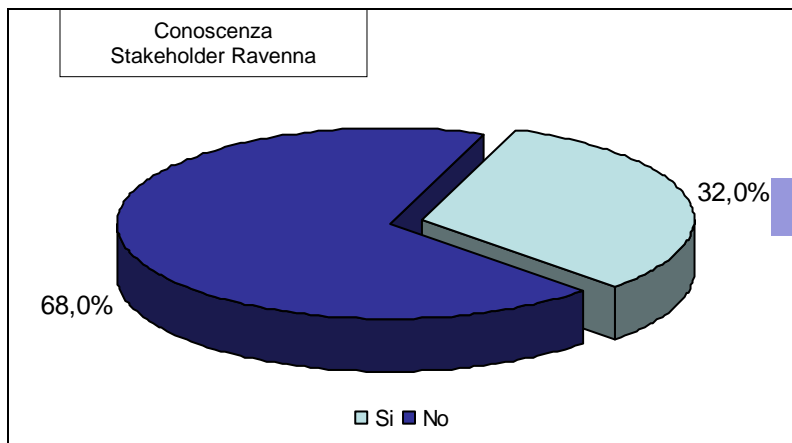


Base: 16 casi. Solo utilizzatori.

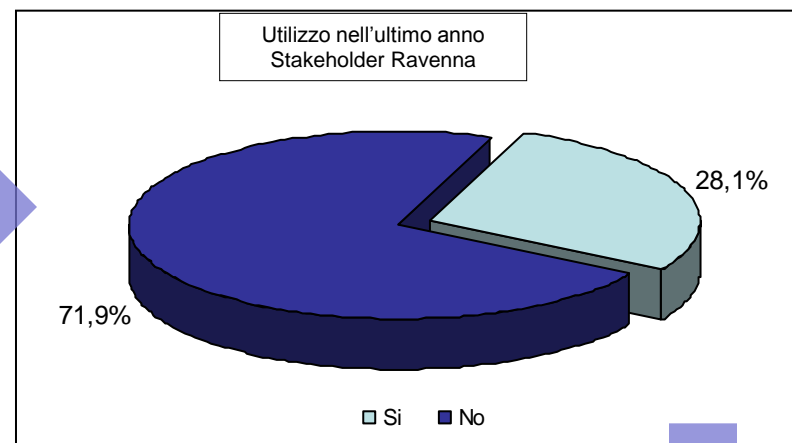
“Informazioni e contributi sull'innovazione, trasferimento tecnologico .”

SERVIZI EROGATI

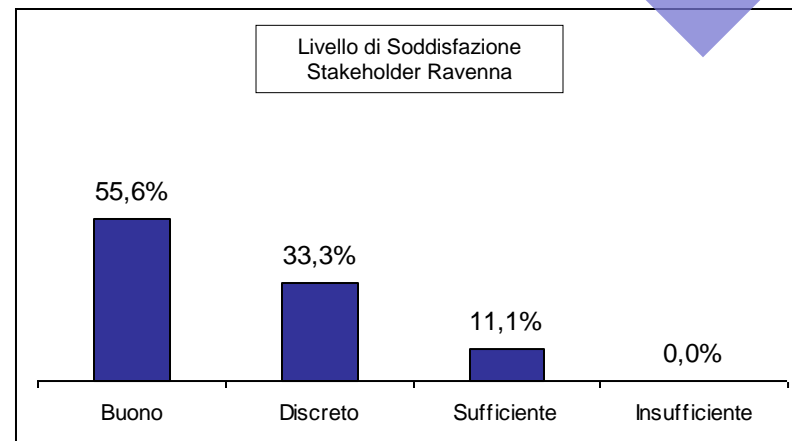
Promozione e consulenza



Base: 100 casi.



Base: 32 casi. Solo conoscitori.

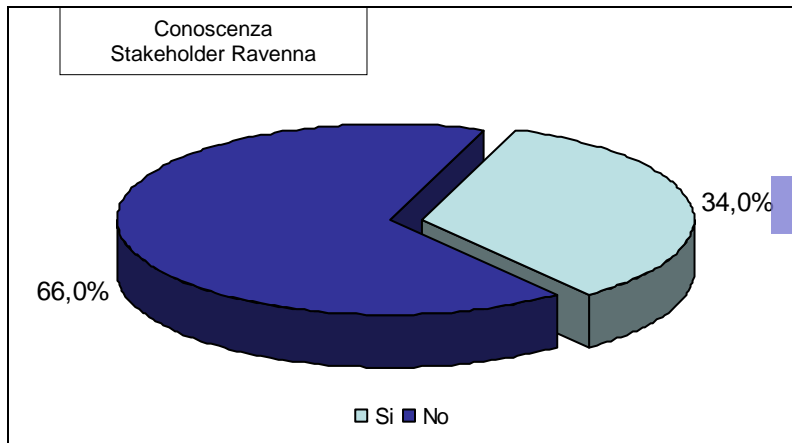


Base: 9 casi. Solo utilizzatori.

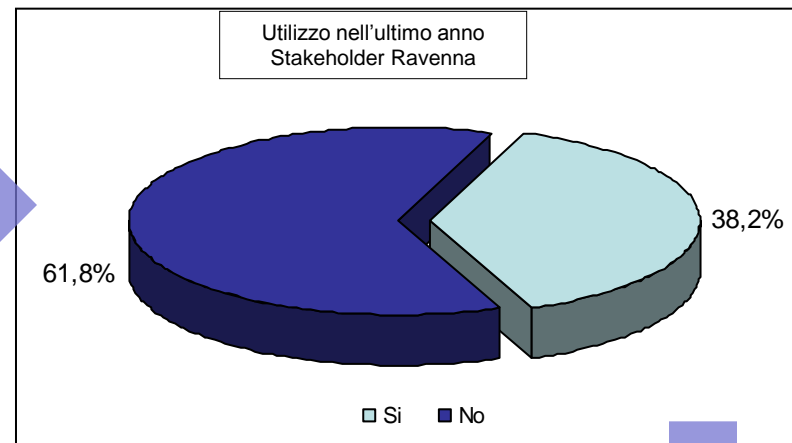
"Promozione e consulenza specializzata nel commercio estero e nell'internazionalizzazione"

SERVIZI EROGATI

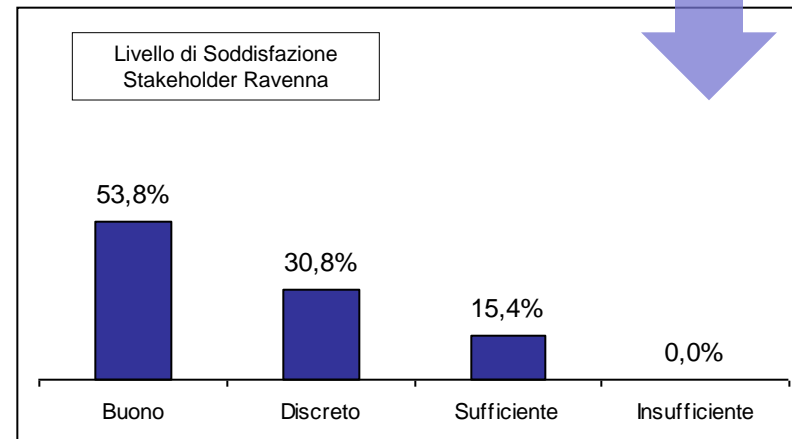
Partecipazione alle fiere, mostre e missioni



Base: 100 casi.



Base: 34 casi. Solo conoscitori.

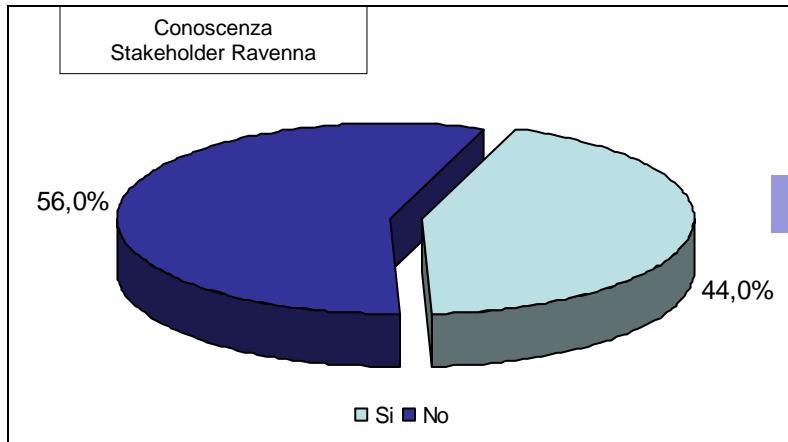


Base: 13 casi. Solo utilizzatori.

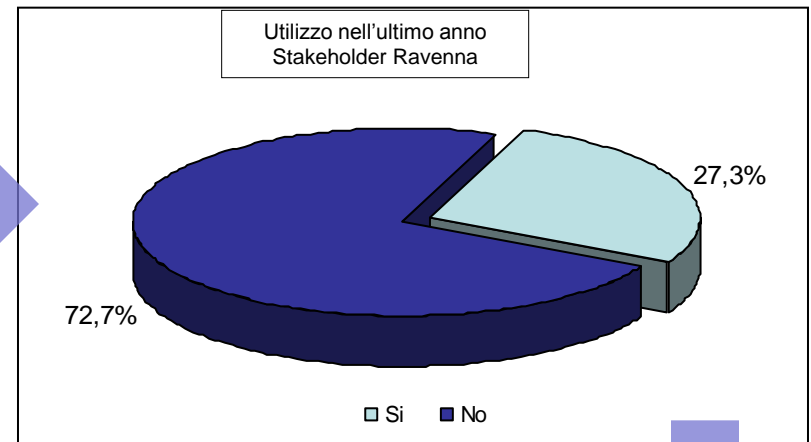
"Partecipazione a fiere, mostre e missioni"

SERVIZI EROGATI

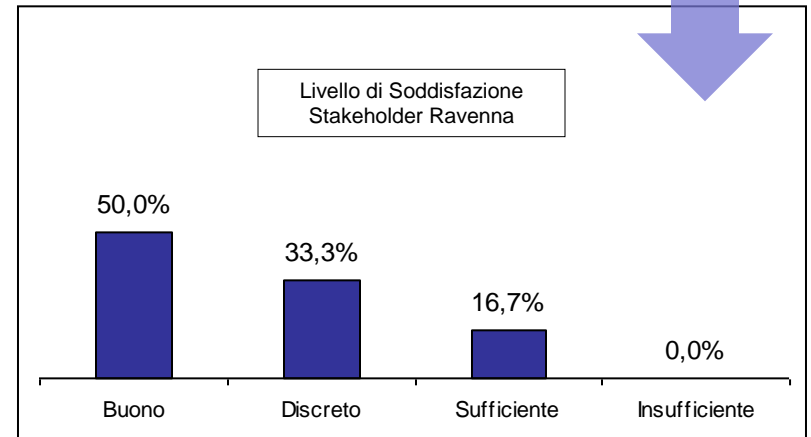
Assistenza, promozione, valorizzazione dei prodotti tipici



Base: 100 casi.



Base: 44 casi. Solo conoscitori.

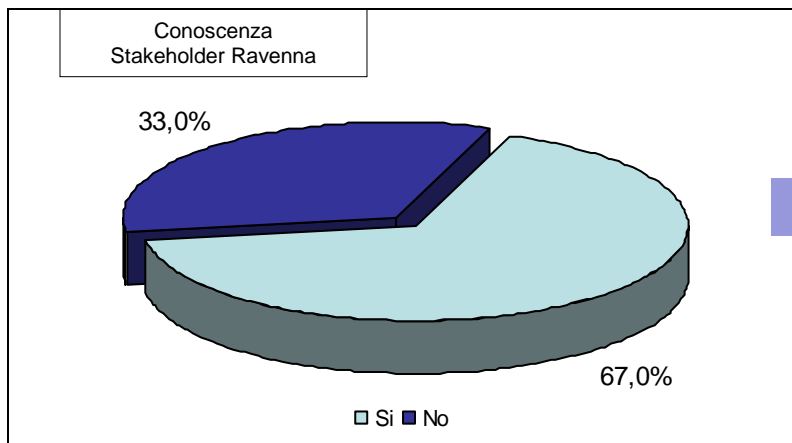


Base: 12 casi. Solo utilizzatori.

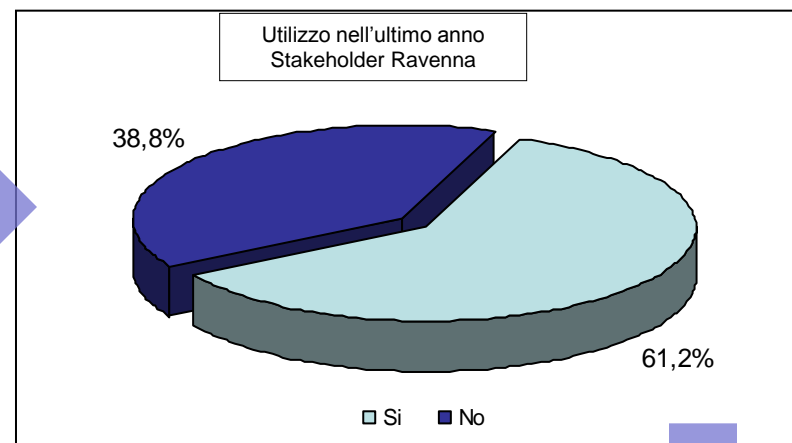
“Assistenza, promozione e valorizzazione dei prodotti tipici (enogastronomici, marchi di qualità ecc).”

SERVIZI EROGATI

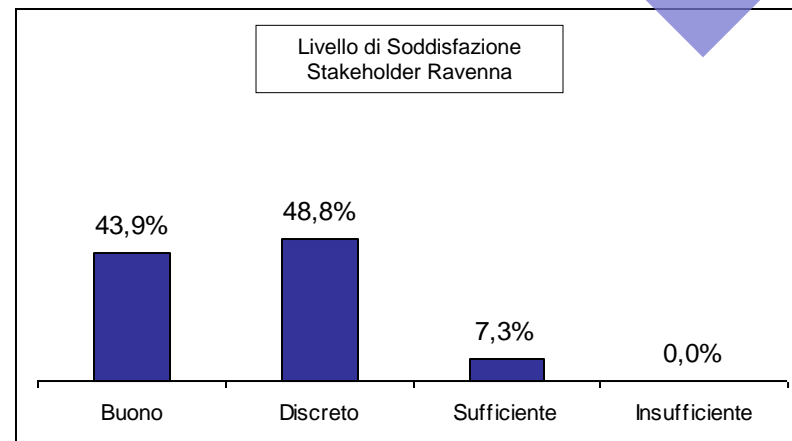
Corsi di formazione e tirocini formativi



Base: 100 casi.



Base: 67 casi. Solo conoscitori.

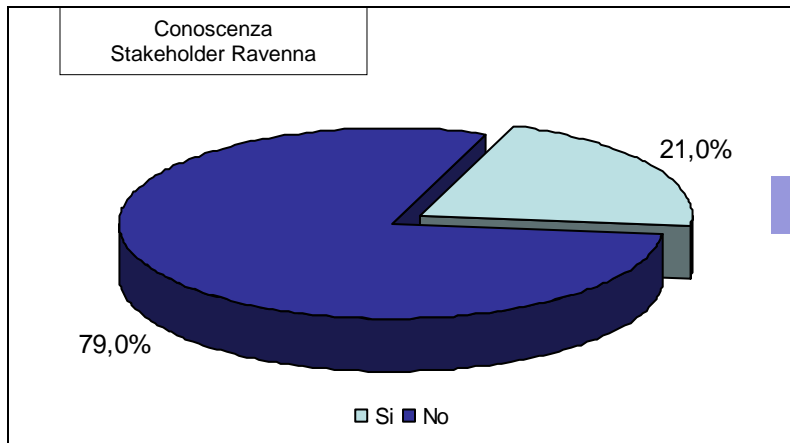


Base: 41 casi. Solo utilizzatori.

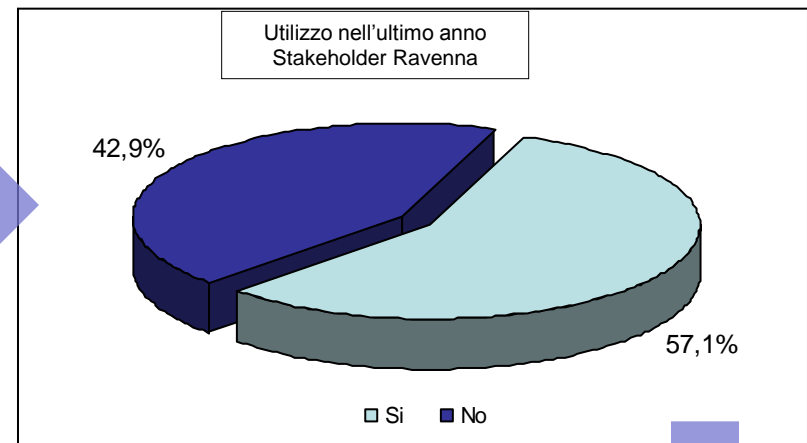
“Corsi di formazione e tirocini formativi.”

SERVIZI EROGATI

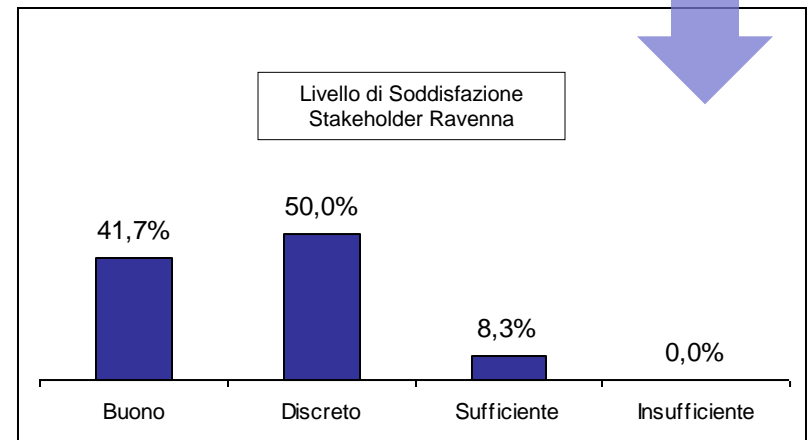
Iniziative e progetti per l'Imprenditorialità femminile



Base: 100 casi.



Base: 21 casi. Solo conoscitori.

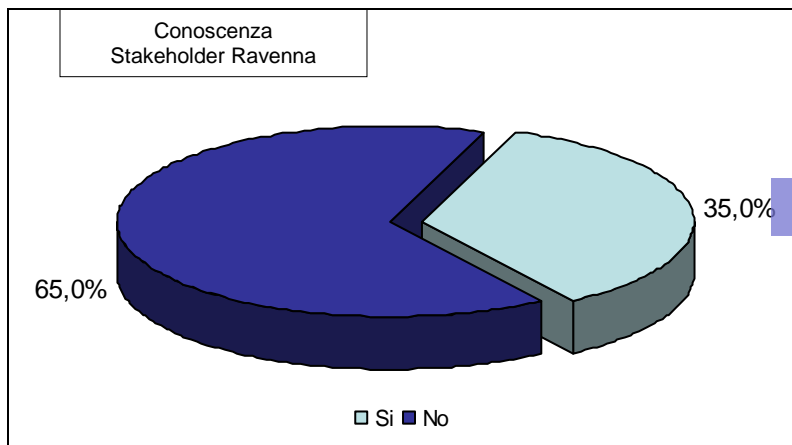


Base: 12 casi. Solo utilizzatori.

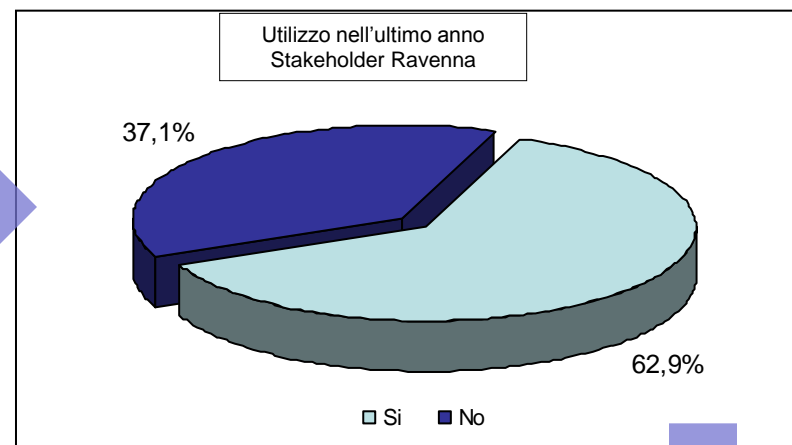
“Iniziative e progetti per l'Imprenditorialità femminile.”

SERVIZI EROGATI

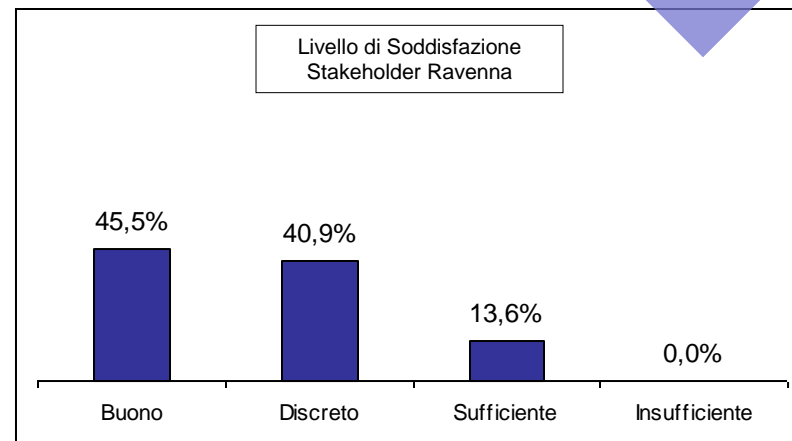
Iniziative per l'accesso al credito



Base: 100 casi.



Base 35 casi. Solo conoscitori.

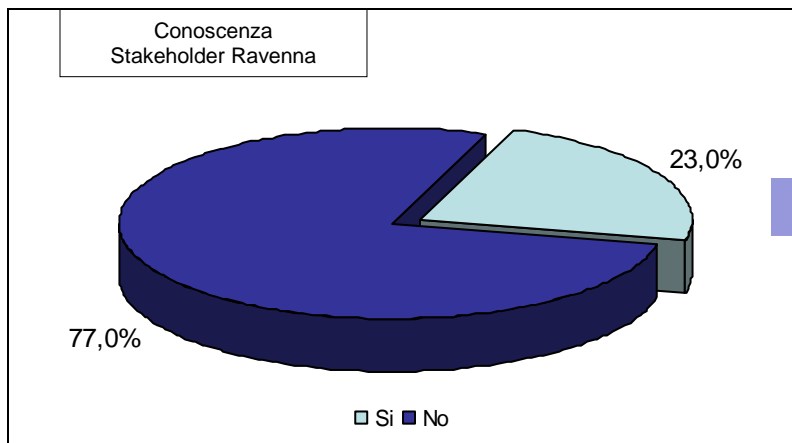


Base: 22 casi. Solo utilizzatori.

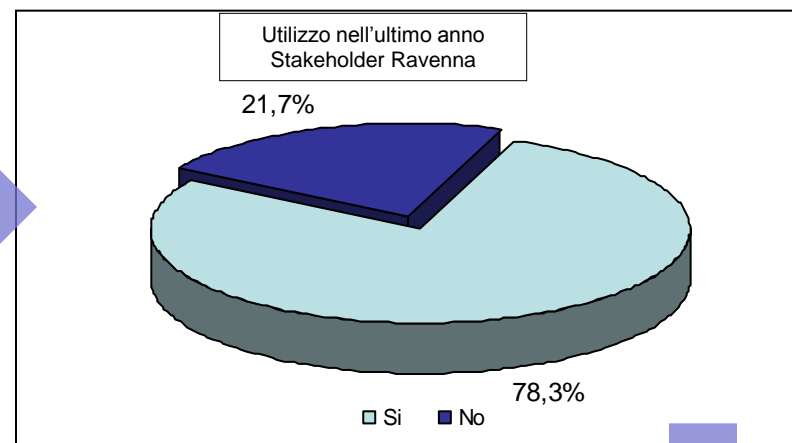
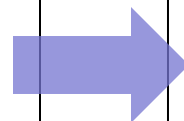
“Iniziative per favorire l'accesso al credito delle imprese.”

SERVIZI EROGATI

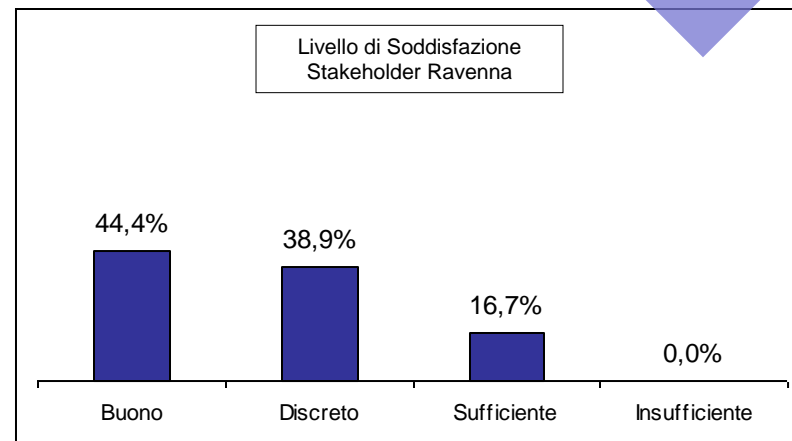
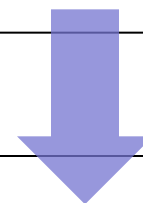
Informazioni, promozione e supporto ai contratti di rete



Base: 100 casi.



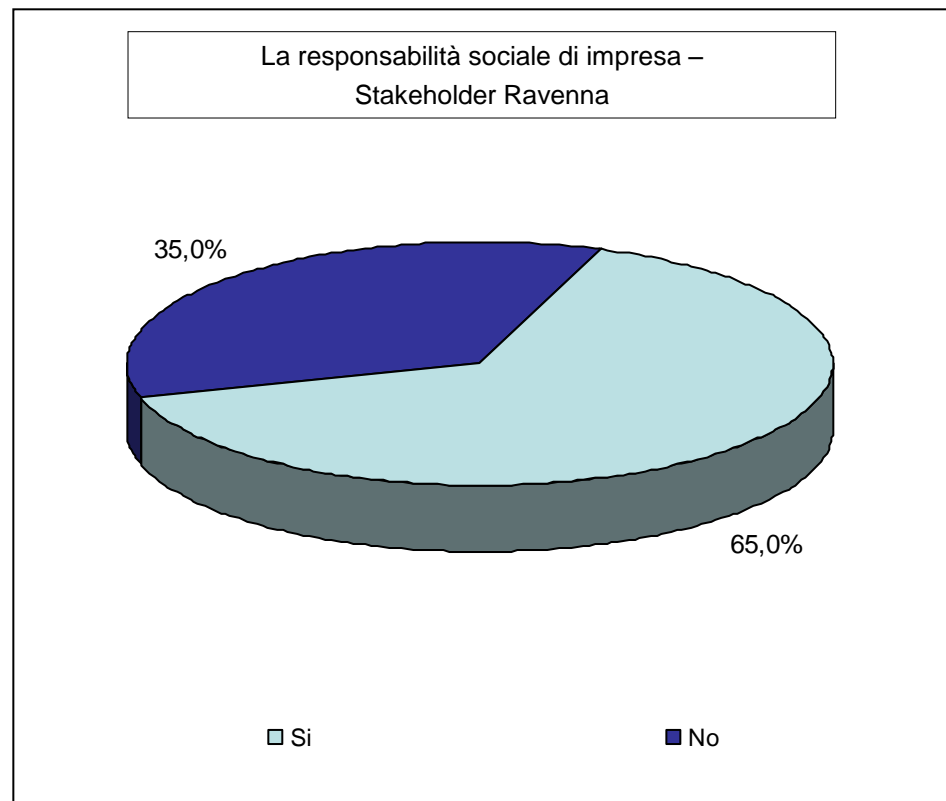
Base: 23 casi. Solo conoscitori.



Base: 18 casi. Solo utilizzatori.

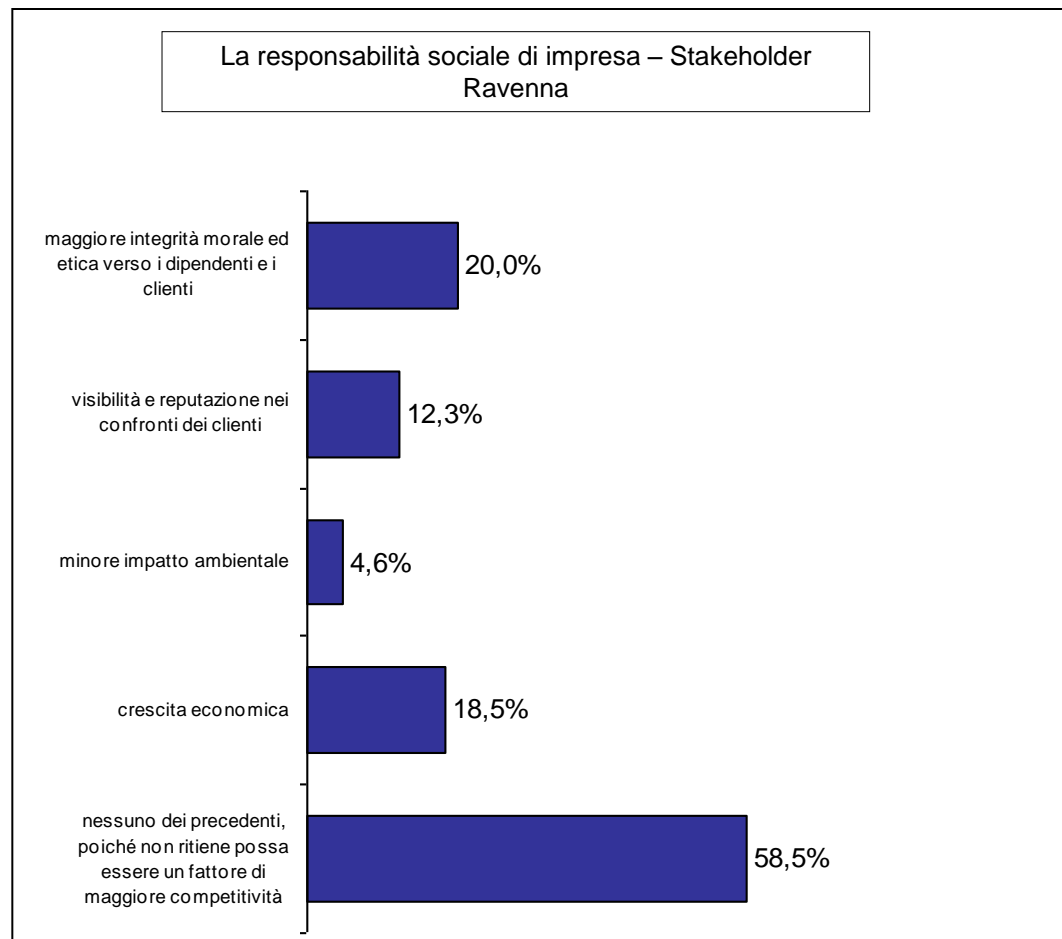
“Informazioni, promozione e supporto ai contratti di reti di imprese”.

*“Conosce il tema della
responsabilità sociale di
impresa?”*



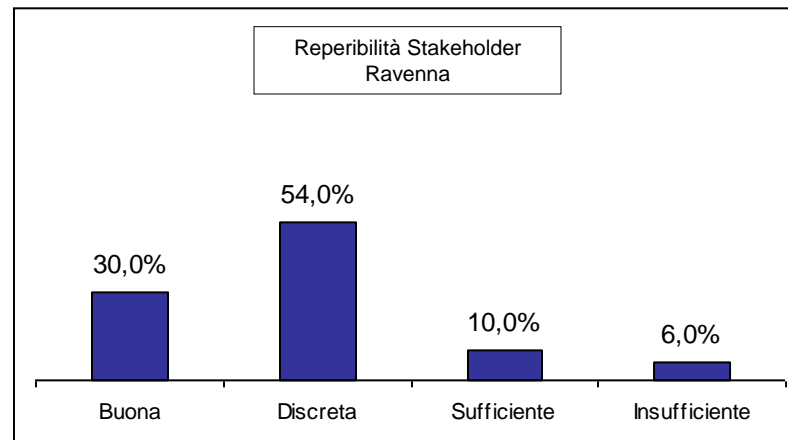
Base: 100 casi.

“Ritiene che la responsabilità sociale possa essere un elemento di competitività per la sua impresa in termini di...”

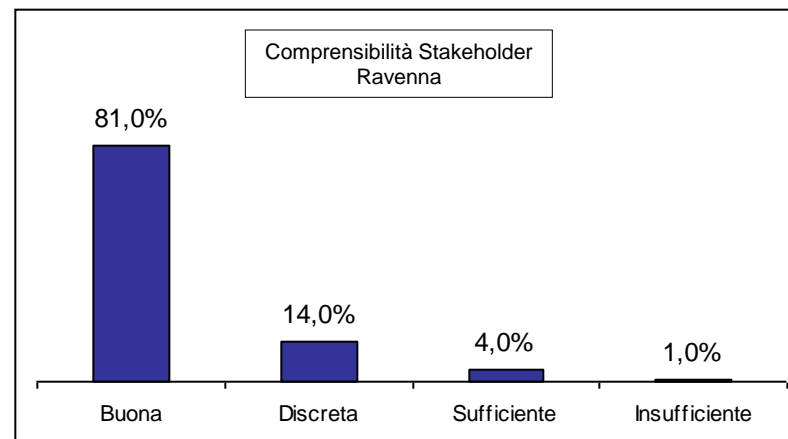


Base: 65 casi. Solo gli stakeholder che conoscono il tema della responsabilità sociale di impresa.

“Come valuta la modulistica della Camera di Commercio in termini di reperibilità?”

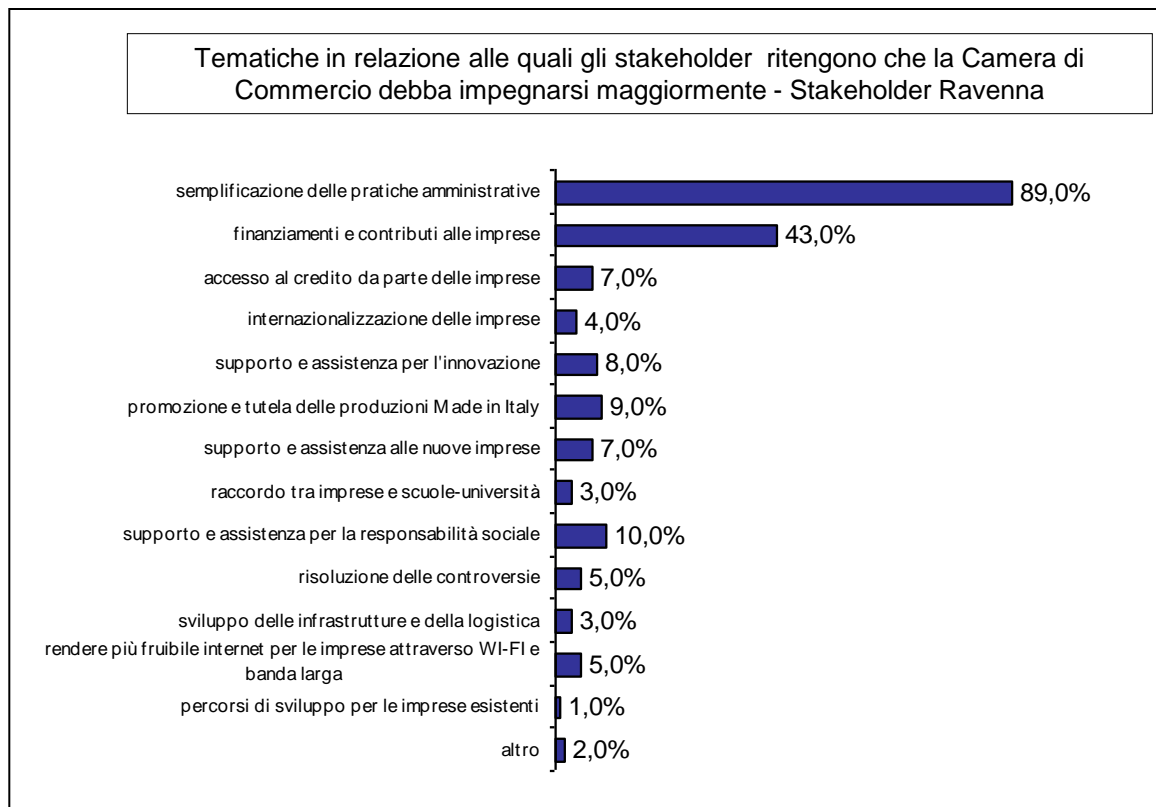


“Come valuta la modulistica della Camera di Commercio in termini di comprensibilità?”



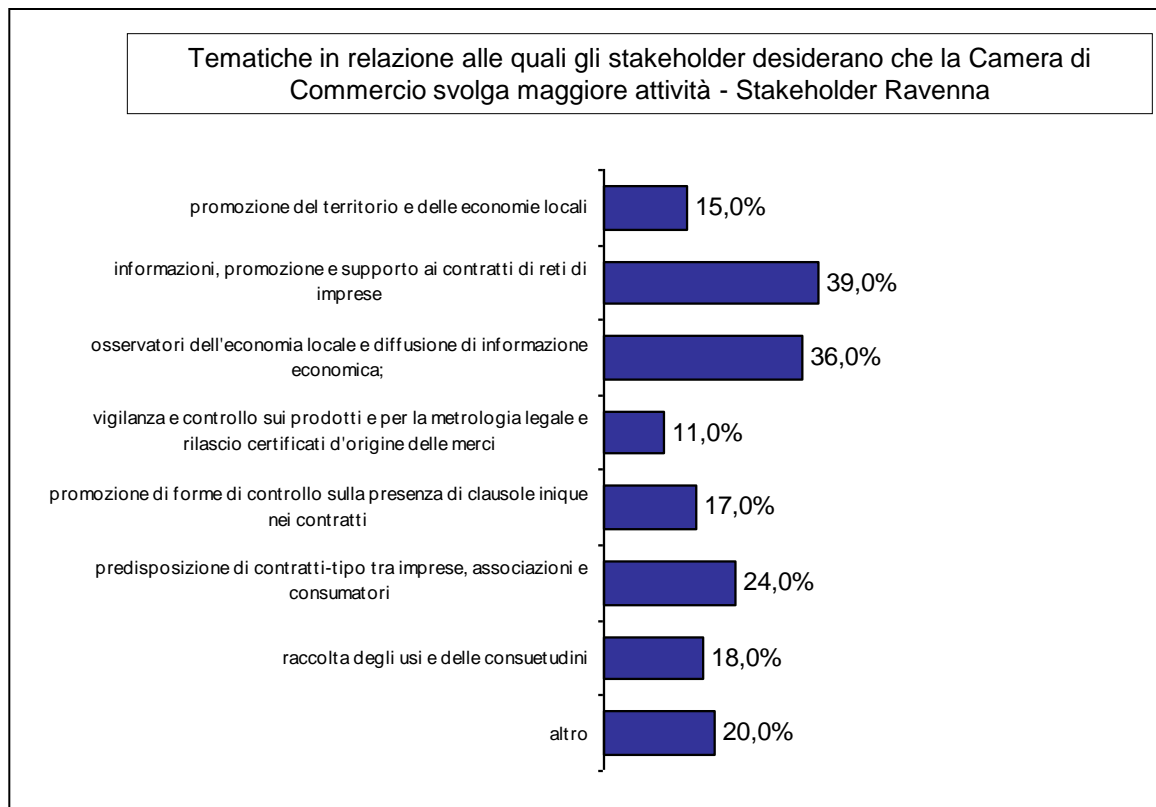
Base: 100 casi.

“Su quali, tra le seguenti tematiche, ritiene che la Camera di commercio debba impegnarsi maggiormente per il futuro?”



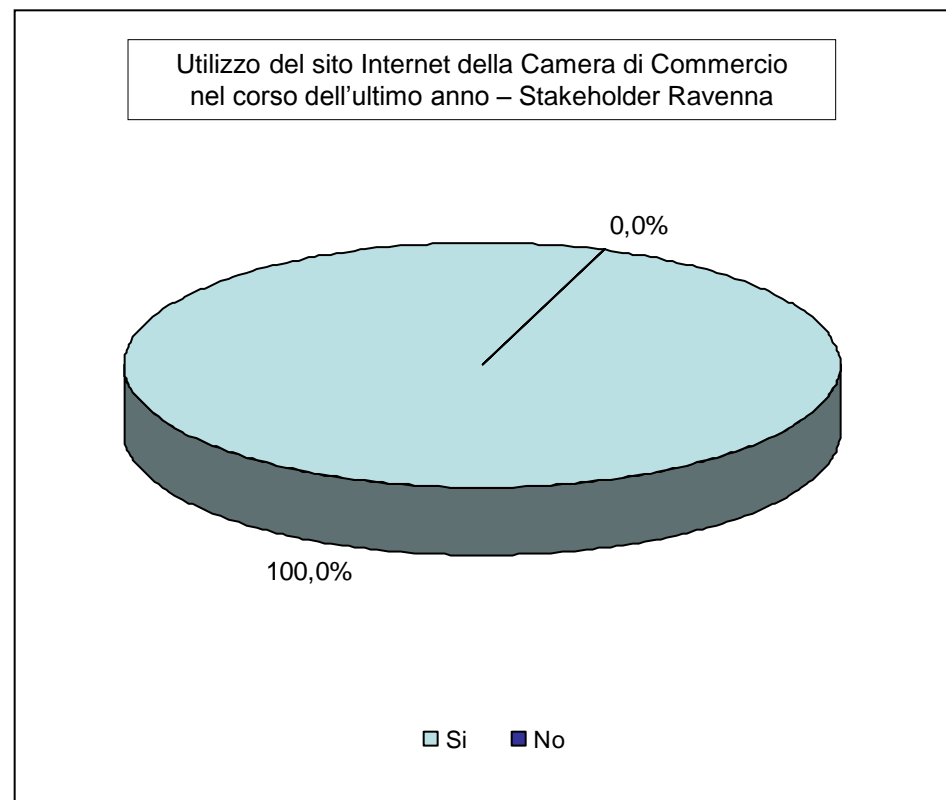
Base: 100 casi.

“Su quali tra le seguenti ulteriori tematiche desidera che la Camera di Commercio svolga maggiori attività a favore delle imprese?”



Base: 100 casi.

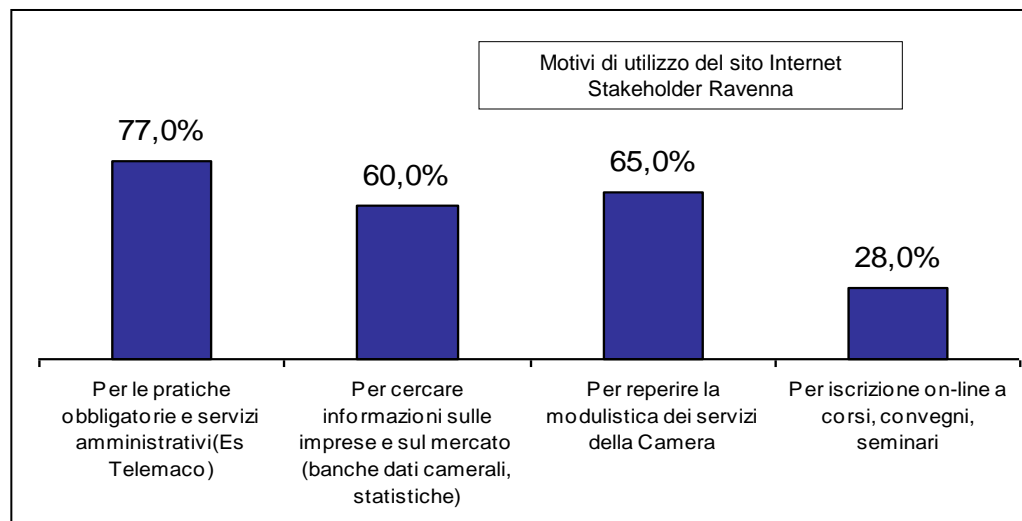
“Nel corso dell’ultimo anno ha utilizzato il sito Internet della Camera di Commercio?”



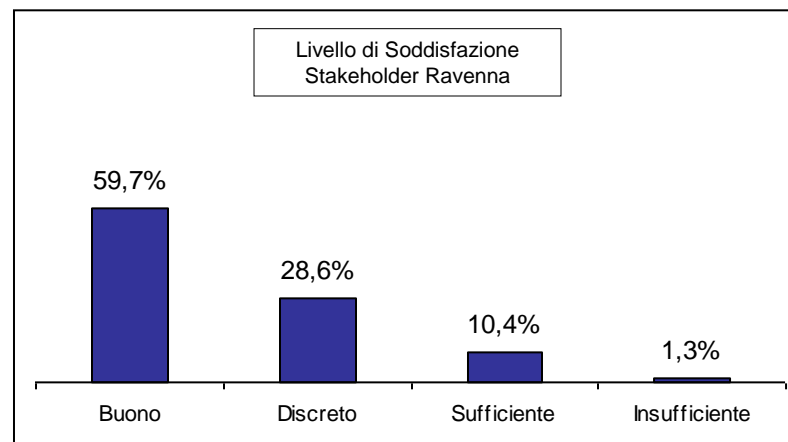
Base: 100 casi.

“Per quali motivi ha utilizzato il sito Internet della Camera di Commercio?”

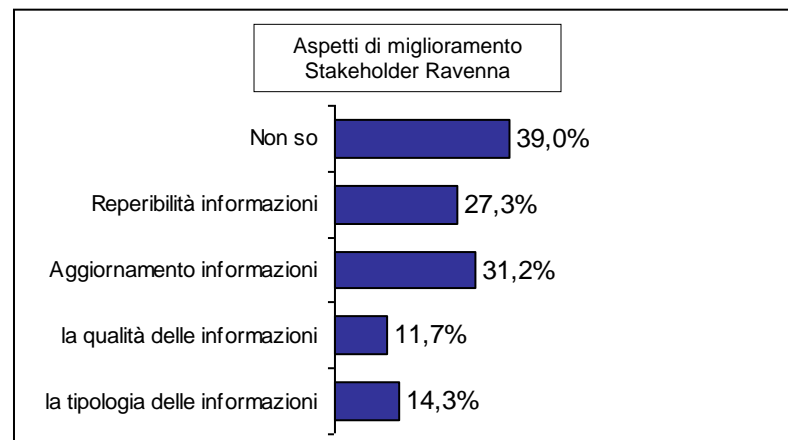
Base: 100 casi. Solo utilizzatori del sito Internet della Camera di Commercio.



“Utilizzo del sito Internet per le pratiche obbligatorie e servizi amministrativi: Qual è il Suo livello di soddisfazione?”

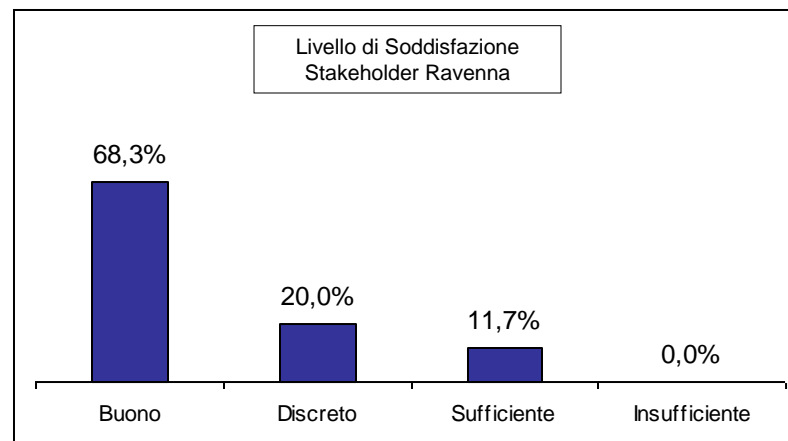


“Secondo Lei cosa potrebbe essere migliorato?”

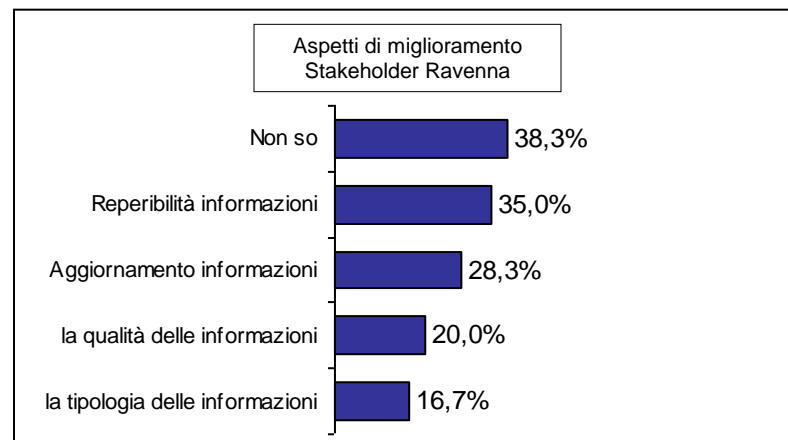


Base: 77 casi. Solo utilizzatori del sito Internet della Camera di Commercio per le pratiche obbligatorie ed i servizi amministrativi.

“Utilizzo del sito Internet per cercare informazioni sulle imprese e sul mercato (banche dati camerali, statistiche): Qual è il Suo livello di soddisfazione?”

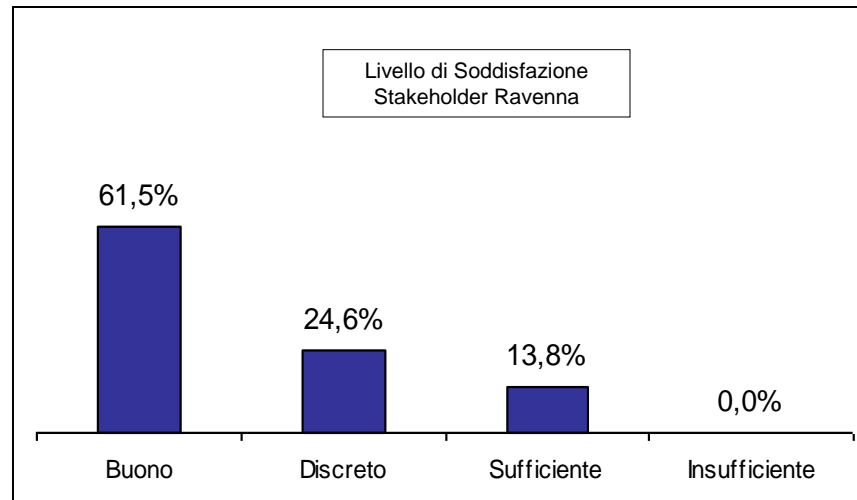


“Secondo Lei cosa potrebbe essere migliorato?”

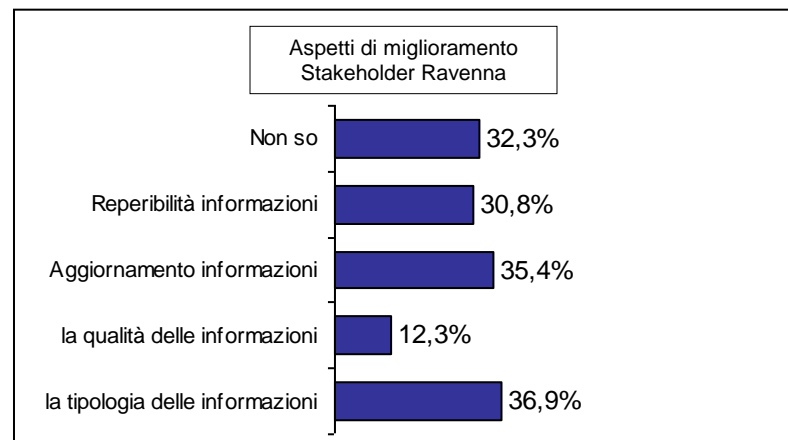


Base: 60 casi. Solo utilizzatori del sito Internet della Camera di Commercio per le informazioni sulle imprese e sul mercato.

“Utilizzo del sito Internet per reperire la modulistica dei servizi della Camera: Qual è il Suo livello di soddisfazione?”

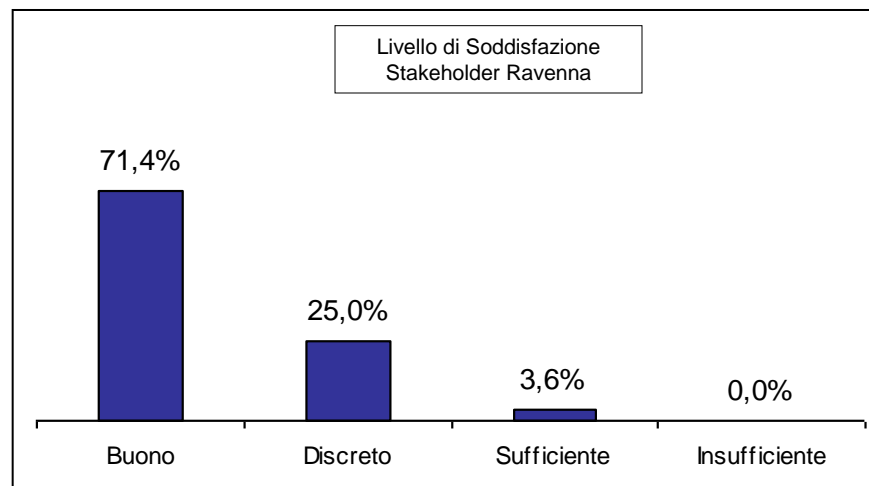


“Secondo Lei cosa potrebbe essere migliorato?”

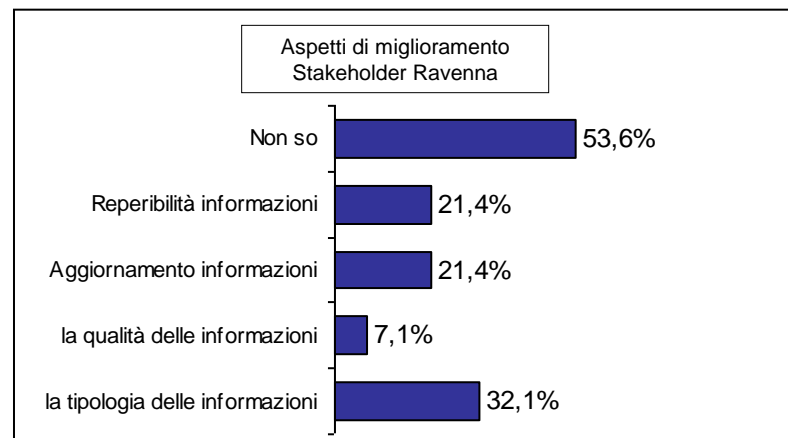


Base: 65 casi. Solo utilizzatori del sito Internet della Camera di Commercio per informazioni e modulistica dei servizi della Camera.

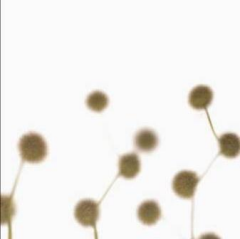
“Utilizzo del sito Internet per iscrizioni on-line a corsi, convegni, seminari: Qual è il Suo livello di soddisfazione?”



“Secondo Lei cosa potrebbe essere migliorato?”



Base: 28 casi. Solo utilizzatori del sito Internet della Camera di Commercio per iscrizioni on-line a corsi, convegni, seminari.



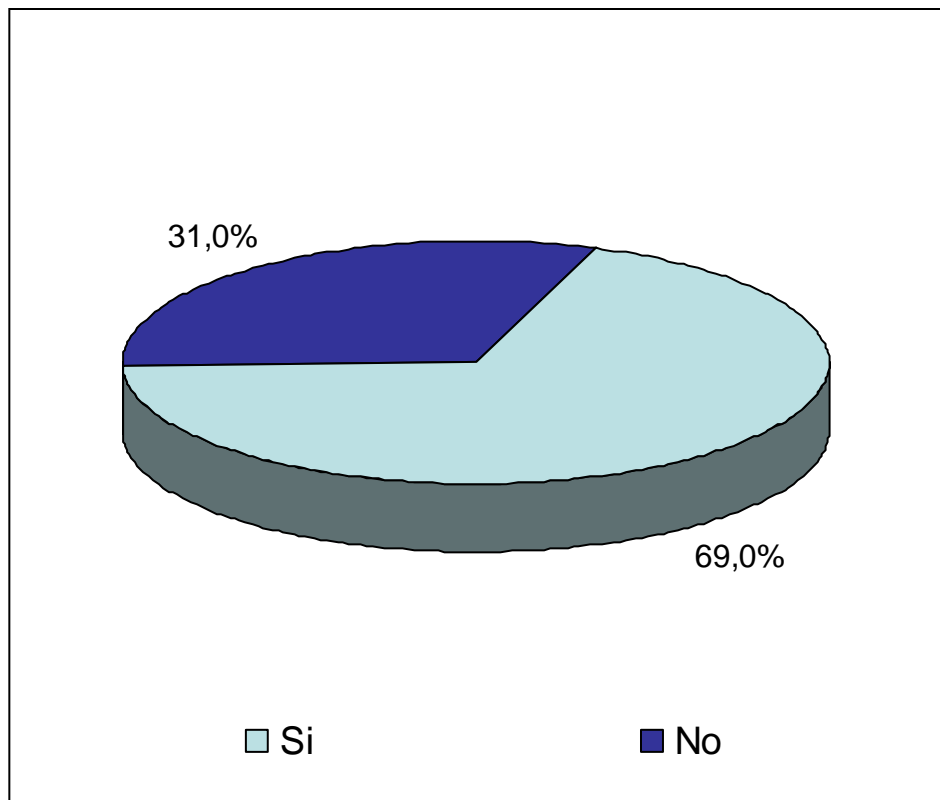
MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO



I RISULTATI PRINCIPALI SUL TEMA “FUNZIONAMENTO”

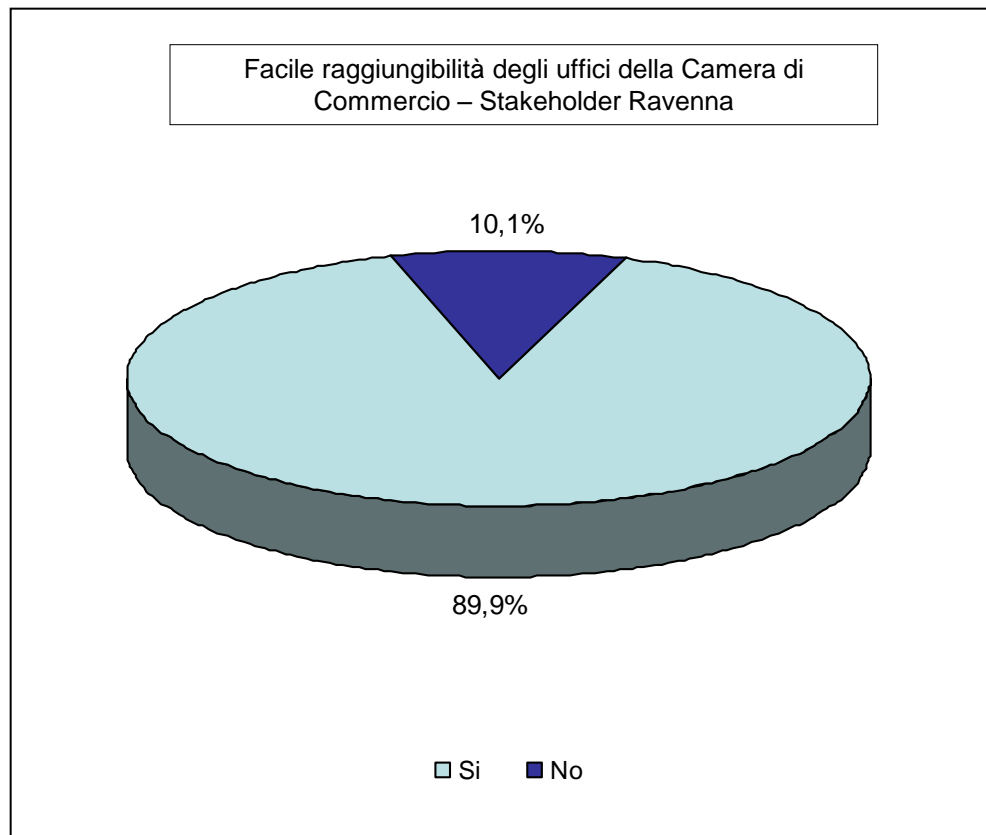
- Il 69% degli altri enti ha dichiarato di essersi recato personalmente presso la Camera di Commercio di Ravenna.
- Altissima la percentuale degli intervistati che considerano gli uffici della Camera come “facilmente raggiungibili” l’89,9%.
- Il personale della Camera viene considerato in maniera estremamente positiva per molti degli aspetti annoverati: oltre l’80% considerano la cortesia degli operatori come “buona” e o “discreta”, oltre l’80% la chiarezza delle informazioni ricevute.
- Il servizio del centralino è stato utilizzato dal 68% dei rispondenti che per il 38,2% lo hanno giudicato come un servizio “buono e di estrema utilità”.

“Si è recato personalmente negli uffici della Camera di Commercio nell’ultimo anno?”



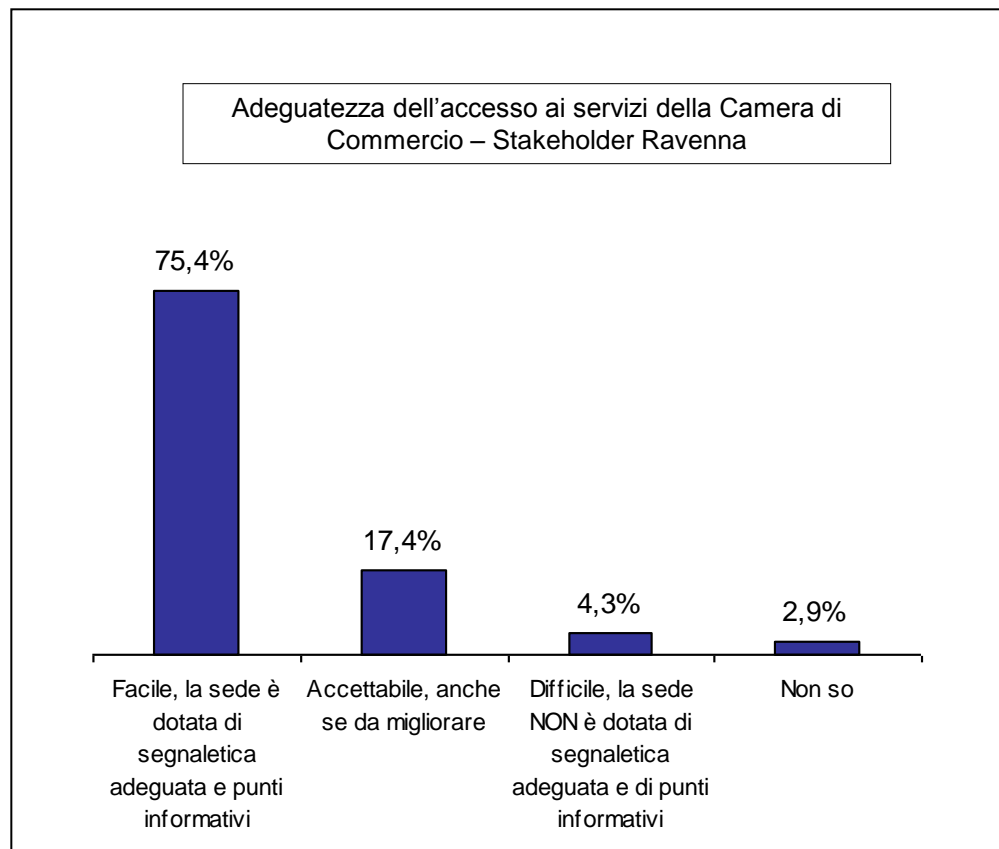
Base: 100 casi

“Ritiene che gli uffici della Camera di Commercio siano facilmente raggiungibili?”



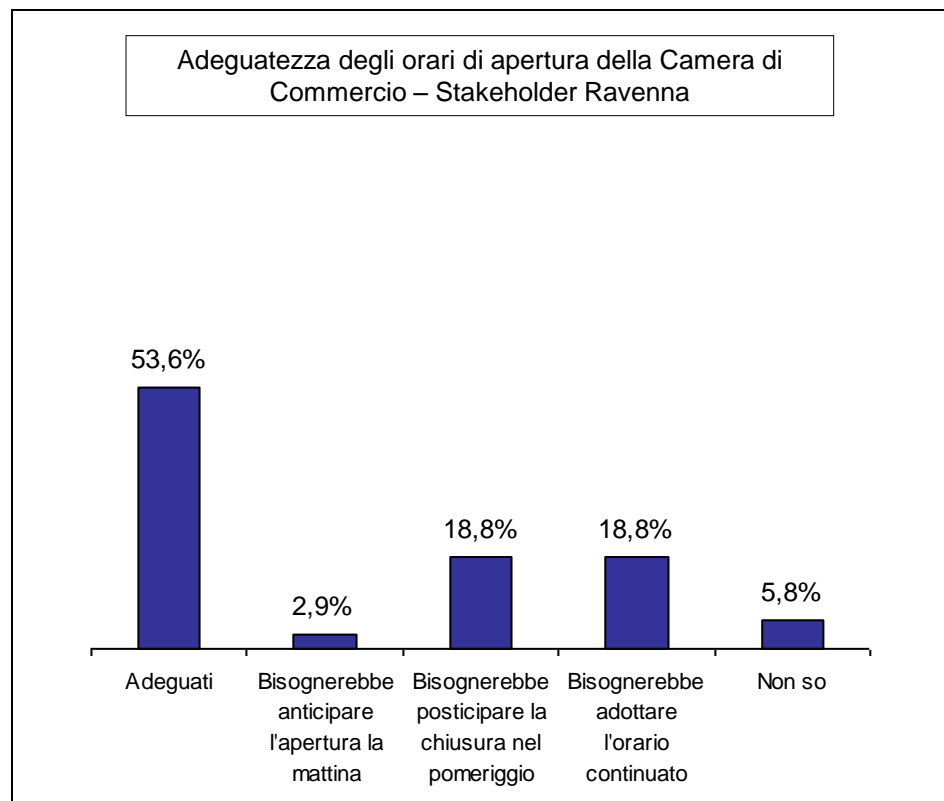
Base: 69 Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio.

“Come considera l'accesso ai servizi quando si reca direttamente alla Camera di Commercio?”



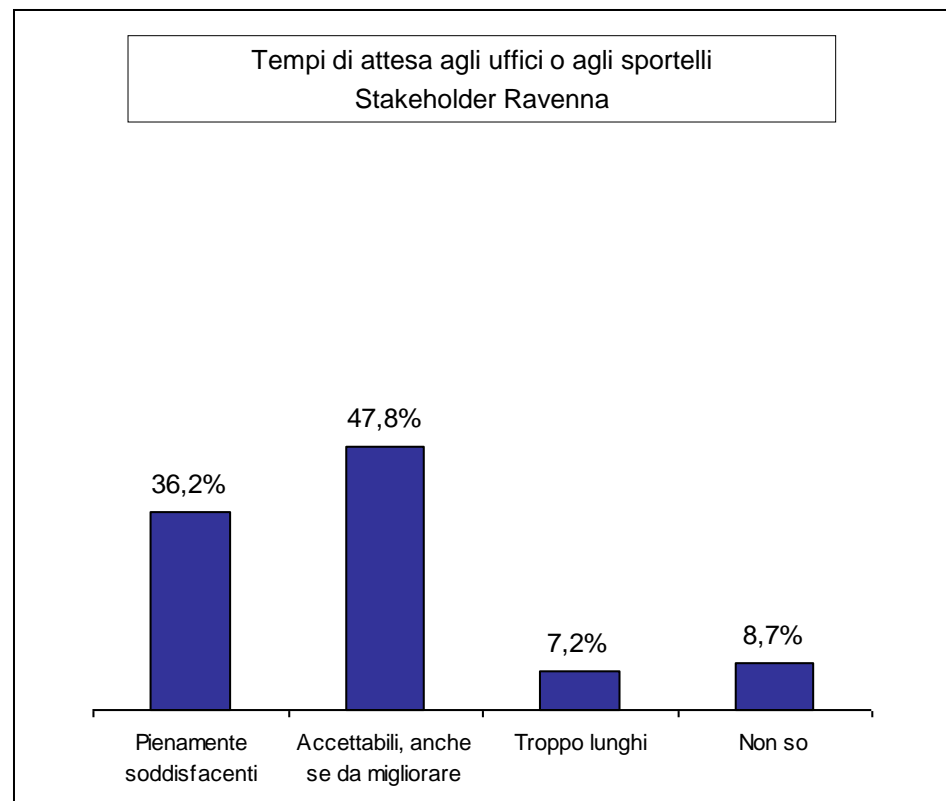
Base: 69 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio

“Ritiene che gli orari di apertura della Camera di Commercio siano...?”



Base: 69 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio

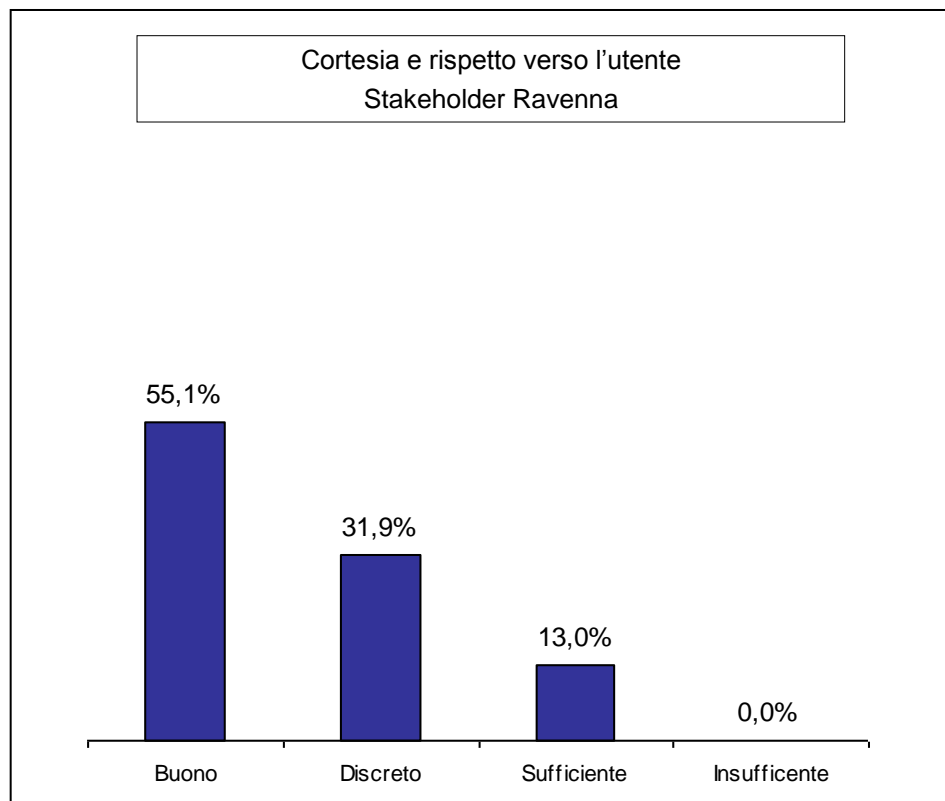
“Ritiene che i tempi di attesa agli uffici o agli sportelli siano...?”



Base: 69 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio

“Come giudica il personale della Camera di Commercio relativamente a :

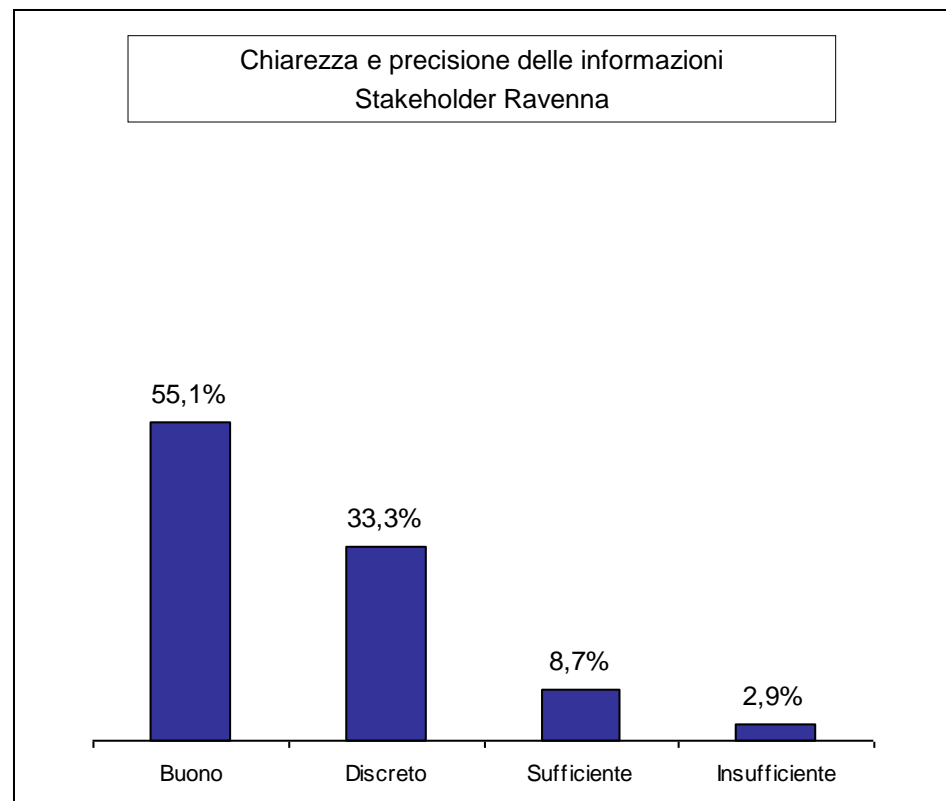
Cortesìa e rispetto verso l'utente



Base: 69 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio

“Come giudica il personale della Camera di Commercio relativamente a :

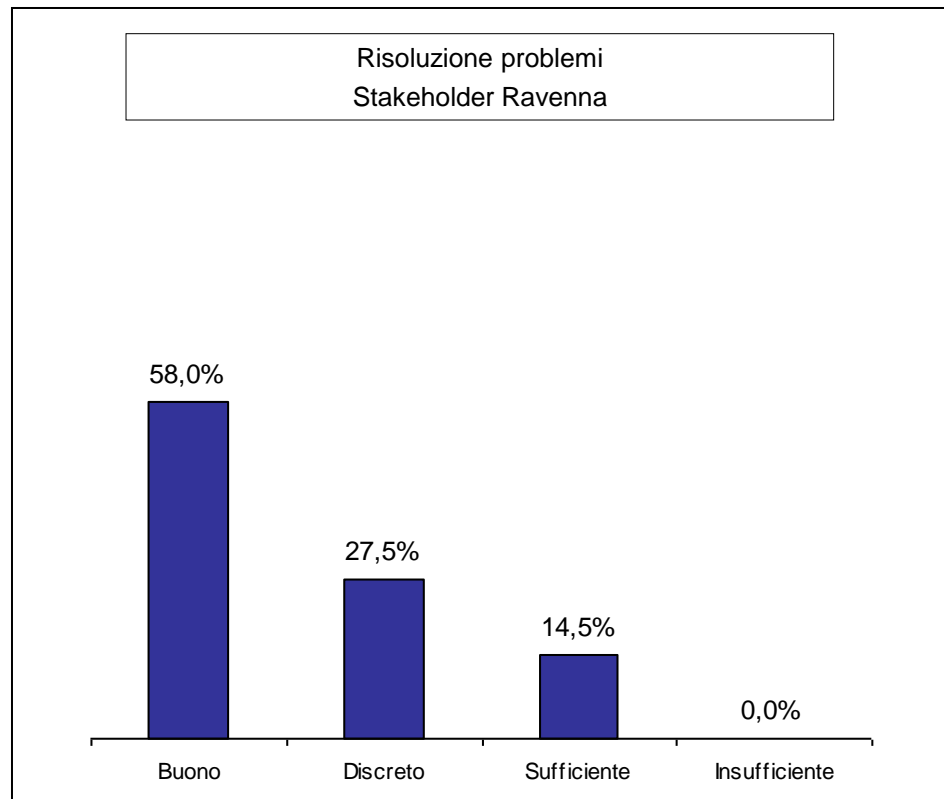
Chiarezza e precisione delle informazioni fornite all'utente



Base: 69 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio

“Come giudica il personale della Camera di Commercio relativamente a :

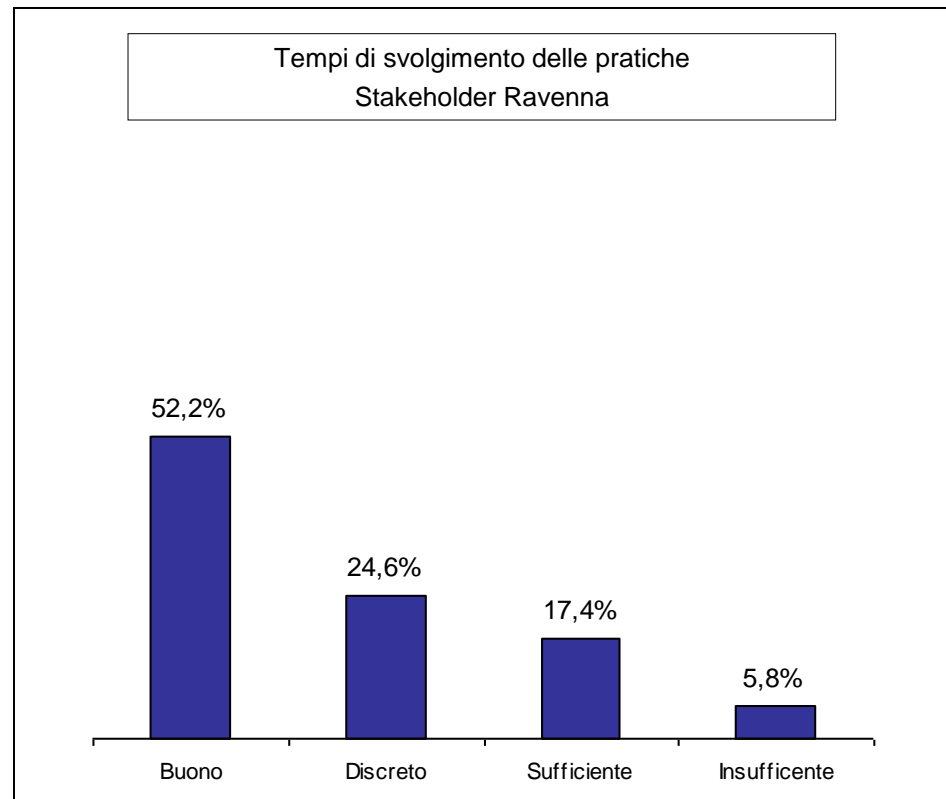
Risoluzione dei problemi che ostacolano l'avanzamento delle pratiche



Base: 69 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio

“Come giudica il personale della Camera di Commercio relativamente a:

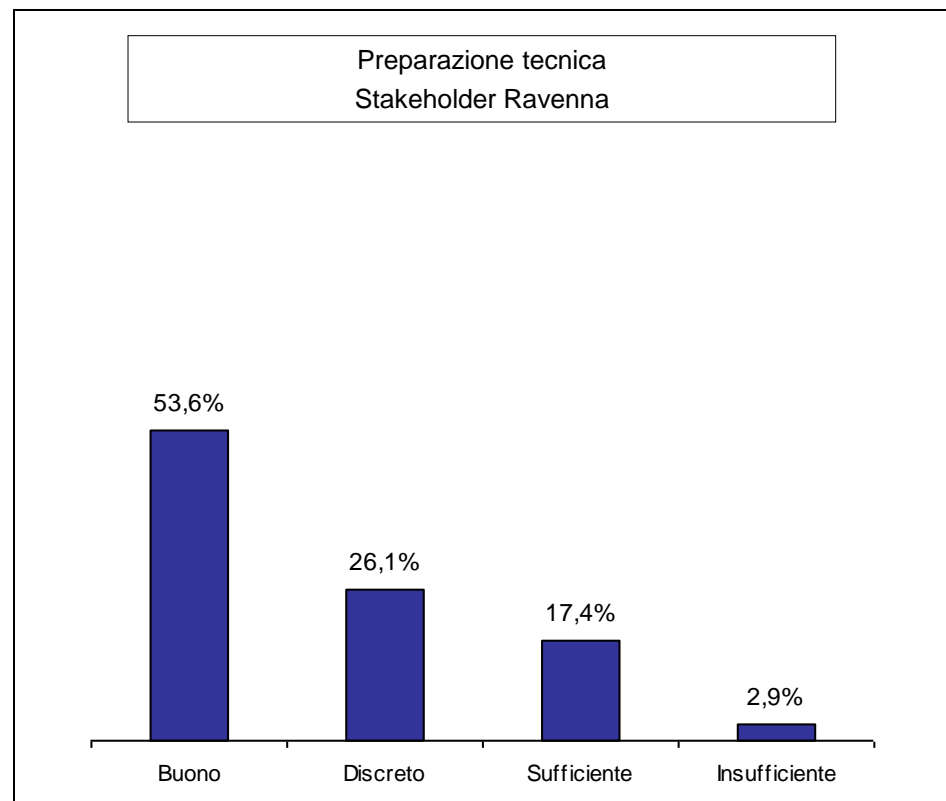
Tempi di svolgimento delle pratiche



Base: 69 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio

“Come giudica il personale della Camera di Commercio relativamente a :

Preparazione tecnica



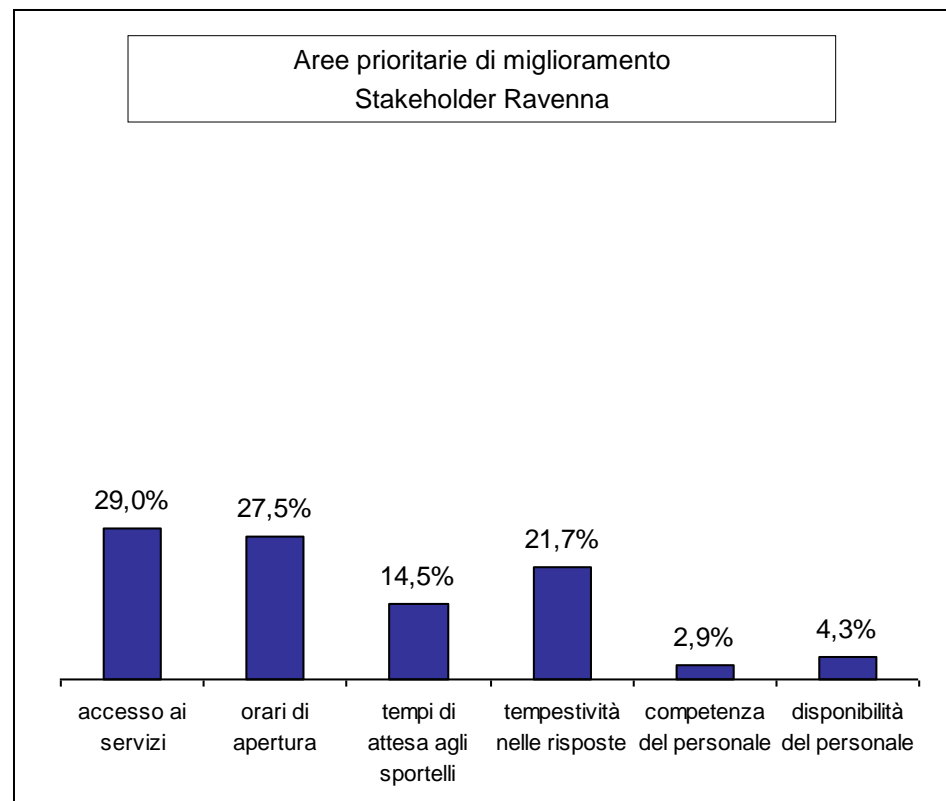
Base: 69 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio

MODALITÀ GENERALI DI FUNZIONAMENTO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Le aree di miglioramento considerate prioritarie da parte degli stakeholder

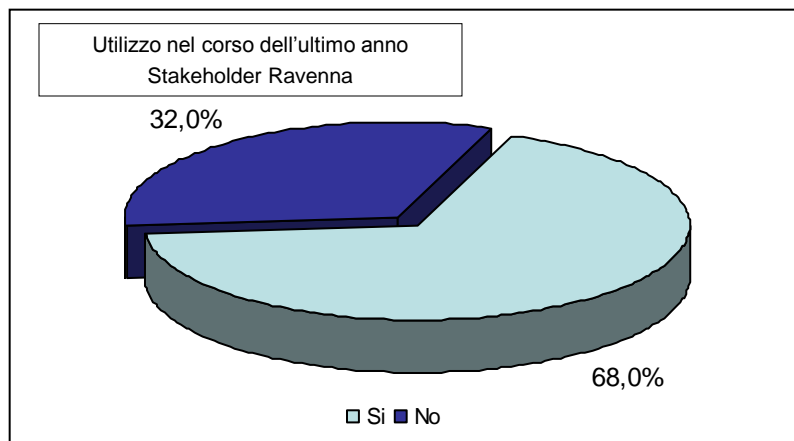
“In relazione ai seguenti aspetti, connessi al rapporto con gli uffici, quali considera prioritari come aree di miglioramento?”

I valori riportati fanno riferimento alla prima indicazione data su una scala da 1 a 6 dagli intervistati

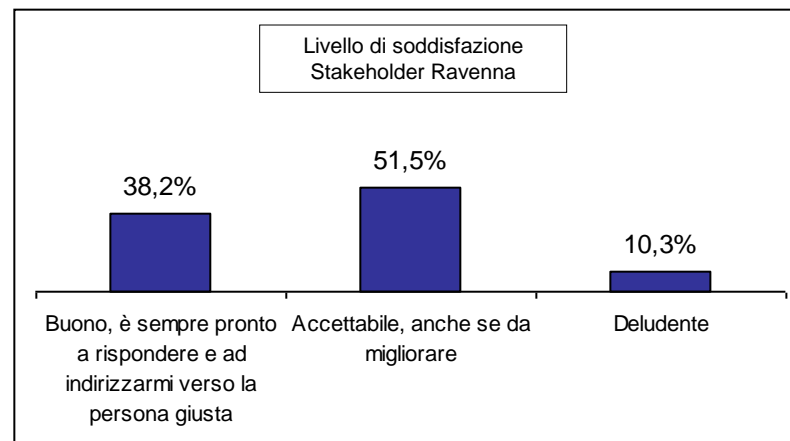


Base: 69 casi. Solo coloro che si sono recati personalmente nel corso dell'ultimo anno presso gli uffici della Camera di Commercio

Utilizzo del servizio di centralino/call center nell'ultimo anno.

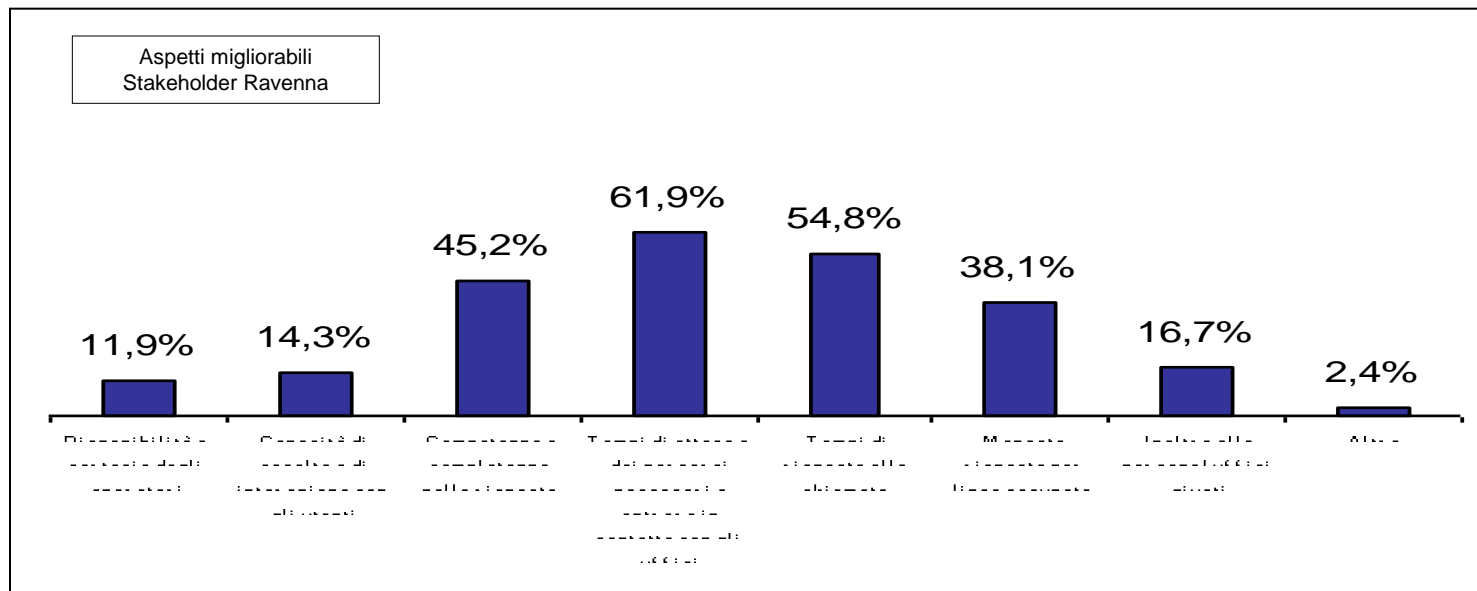


Base: 100 casi.

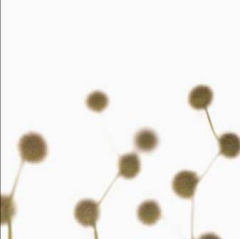


Base: 68 casi. Solo utilizzatori.

Quali sono gli aspetti migliorabili del servizio di centralino/call center?



Base: 42 casi. Utilizzatori che hanno risposto «accettabile» o «deludente».



NOTA METODOLOGICA

- **Obiettivi dell'indagine:** indagine campionaria telefonica sugli stakeholder per rilevare il livello di soddisfazione dell'utenza sui servizi erogati dalle Camere di commercio.
- **Universo e disegno del campione:** campione rappresentativo dell'universo degli stakeholder registrati presso la Camere di Commercio di Ravenna e stratificato per tipologia (commercialisti, notai, associazioni datoriali, Enti della Pubblica Amministrazione). Disegno del campione, universo di riferimento e anagrafiche fisiche degli stakeholder forniti dalla committente.
- **Trattamento del campione:** per la costruzione del campione di anagrafiche, e successivamente per il suo trattamento in corso d'opera, sono state realizzate due liste di anagrafiche: lista "campione base"; lista "campione di riserva". La lista di riserva è stata utilizzata per tutte le eventuali sostituzioni delle anagrafiche della lista base cadute per "rifiuto di intervista", o comunque per impossibilità di procedere con la rilevazione (es. numeri errati). Numerosità campionaria (campione netto): 100 casi (100 interviste a buon fine); cadute 35 casi (18,5%). Intervallo di confidenza 95%.
- **Metodo di contatto:** interviste telefoniche somministrate con il Sistema CATI (Computer-Assisted Telephone Interview).
- **Tecnica di rilevazione:** questionario strutturato concordato con la committente. Durata media dell'intervista: dieci minuti.
- **Periodo di rilevazione delle interviste:** febbraio - aprile 2012.
- **Codice deontologico:** la rilevazione è stata realizzata nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm, e di quanto previsto dalla Legge sulla Privacy n. 196/03.
- **Avvertenza per la lettura dei risultati:** i risultati per l'indagine agli stakeholder sono caratterizzati da minore significatività a causa della bassa numerosità del campione dei rispondenti (n=100 casi).