

PRINCIPALI RISULTATI DELL'INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION 2011 DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI RAVENNA

Introduzione

La Camera di commercio di Ravenna ha di recente commissionato un'indagine per rilevare presso i propri utenti – imprese da un lato e commercialisti, notai, associazioni datoriali, Enti della Pubblica Amministrazione dall'altro - il grado di conoscenza, utilizzo e soddisfazione dei servizi erogati. Il periodo di rilevazione è stato tra febbraio e aprile del 2012 e il progetto è stato affidato a Retecamere, società consortile delle Camere di commercio, di cui anche la Camera di Ravenna è socia. Il motivo di questa scelta, al di là dei rapporti istituzionali, risiede nelle caratteristiche del progetto: l'indagine svolta sulle imprese di Ravenna è identica per metodologia e questionario somministrato ad altre iniziative gemelle effettuate nello stesso periodo su tutto il territorio nazionale e con approfondimenti provinciali in altre circa 40 Camere di commercio che hanno aderito. Questo ha permesso di confrontare i risultati ottenuti per le imprese a Ravenna con quelli rilevati nel resto d'Italia, dandone quindi una significatività molto maggiore che se non si fosse proceduto con un'indagine autonoma e indipendente.

Le motivazioni che hanno portato alla scelta di misurarsi e confrontarsi sono molteplici e nascono sia da esigenze di avere una visione imparziale ed "esterna" dell'immagine percepita della Camera, sul grado di soddisfazione nei confronti dei servizi erogati e sul funzionamento dell'organizzazione delle Camere di commercio, sia dalla necessità di avere dati e informazioni utili per i processi di rendicontazione sociale, di programmazione e di gestione della performance dell'Ente. La Camera, inoltre, nel 2012 ha inteso proseguire il progetto già intrapreso l'anno precedente: quella di quest'anno è per Ravenna la seconda annualità e nel tempo sarà così possibile costruire, proseguendo anno dopo anno con le rilevazioni – serie storiche e trend sulla base dei quali poter elaborare analisi e individuare trend di crescita e aree di attenzione.

Metodologia

Tornando all'indagine, a Ravenna sono state intervistate due tipologie di utenti: la prima rappresenta le imprese attraverso un campione estratto dal Registro delle Imprese dalla Camera, il secondo gli altri portatori di interesse, attraverso l'estrazione casuale da liste di commercialisti, notai, associazioni datoriali, Enti della Pubblica Amministrazione fornite dalla Camera stessa.

Il campione delle imprese è stato selezionato in modo da rappresentare l'universo delle imprese attive nella provincia di Ravenna, stratificato per forma giuridica (società di capitali e altre forme, società di persone, ditte individuali), per numero di addetti per impresa e per

settore di attività economica.

La numerosità campionaria delle imprese, ovvero le interviste a buon fine, sono state 511 mentre quelle non andate buon fine sono state 369 (pari al 41,9%). L'intervallo di confidenza ottenuto è molto alto, pari al 95% (errore $\pm 3,3\%$). L'intervallo di confidenza fornisce informazioni riguardo alla precisione dei valori ottenuti attraverso lo studio di un campione, si può quindi affermare in altre parole che si può confidare - con un margine di certezza ragionevole - che quell'intervallo contenga il valore vero dell'universo (cioè la della totalità delle imprese di Ravenna).

Per quanto riguarda gli altri portatori di interesse, sono stati intervistati 100 fra commercialisti, notai, dipendenti di associazioni datoriali e di Enti della Pubblica Amministrazione.

Le interviste sono state somministrate con il Sistema CATI (Computer-Assisted Telephone Interview) nel rispetto del Codice deontologico dei ricercatori europei Esomar, del Codice deontologico Assirm, e di quanto previsto dalla Legge sulla Privacy n. 196/03.

I principali risultati

Il questionario è costituito da 21 domande, suddivise in tre gruppi o aree tematiche: "Immagine della Camera di commercio presso gli utenti"; "Servizi erogati"; "Modalità generali di funzionamento della Camera".

Di seguito si evidenziano i risultati generali con un approfondimento sui dati più significativi ottenuti.

È doveroso premettere che dalla lettura dei risultati di questa indagine campionaria a risposta chiusa si possono ricavare non tanto delle certezze, quanto piuttosto degli spunti di riflessione che vanno poi considerati nel quadro più ampio delle informazioni provenienti anche dalle altre fonti, che completano l'immagine del territorio e aiutano a definire la percezione della Camera da parte delle imprese.

Analizzando la parte che riguarda l'immagine della Camera presso gli utenti, emergono alcuni risultati degni di nota e che ben descrivono le abitudini delle imprese di Ravenna e la loro relazione con l'istituzione camerale.

IMMAGINE DELLA CAMERA

Il 53,4% degli intervistati fra le imprese si reca di persona nella sede della CCIAA di Ravenna mentre il 18,6% predilige i rapporti telematici attraverso il sito e la mail della camera e il 26% ricorre al telefono. Il 27,4% delle imprese ha centrato la definizione della mission della Camera di commercio mentre il 31,4% attribuisce all'ente una funzione eminentemente burocratica ed il 25,2% una funzione di "supporto e promozione del territorio".

Per quanto riguarda gli altri portatori di interesse, invece, si rileva che il 21,0% degli

intervistati si reca di persona nella sede della Camera 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 intervistati 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".

SERVIZI

Passando all'esame dei servizi - di cui si è chiesto in primis se l'utente ne è a conoscenza, e quindi in caso di risposta affermativa se lo si utilizza e infine ai soli utilizzatori quale sia il giudizio di gradimento - possiamo avere una fotografia chiara di come le imprese e altri portatori di interesse entrino in contatto con l'operatività dell'Ente.

Più che passare in rassegna ogni servizio è più utile anche in questo caso sottolineare i dati salienti che l'indagine ci fornisce.

Per quanto riguarda le imprese, tra i servizi amministrativi maggiormente conosciuti dalle imprese sono risultati ai primi due posti: il "Diritto Annuale" per l'85% e il "Registro delle imprese" per il 75,5%. Anche per l'utilizzo dei servizi amministrativi ha prevalso il "Diritto Annuale" per il 96,2%. Il 72,3% delle imprese ha giudicato come buono il servizio del Diritto Annuale. La metà delle imprese intervistate ha dichiarato di avere utilizzato il sito web camerale soprattutto per reperire la modulistica. La metà del campione delle imprese inoltre ha dichiarato di avere utilizzato il sito per le pratiche obbligatorie e amministrative.

Fra gli altri portatori di interesse, invece, 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.

FUNZIONAMENTO

Il 58,8% delle imprese 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" il 95,4%. Il personale della Camera viene considerato in maniera estremamente positiva per molti degli aspetti annoverati: oltre il 90% considerano la cortesia degli operatori come "buona" e o "discreta", oltre il 90% la chiarezza delle informazioni ricevute. Il servizio del centralino è stato utilizzato dal 14% dei rispondenti che per il 59,9% lo hanno giudicato come un servizio "buono e di estrema utilità".

Fra gli altri portatori di interesse, il 69% 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".

Conclusioni

Il servizio di rilevazione della Customer Satisfaction si può ben considerare, alla luce degli spunti ottenuti dall'analisi dei risultati, una fonte importante di stimoli e informazioni su come l'Ente è percepito e un valido supporto alla pianificazione delle azioni che l'Ente intraprenderà con l'obiettivo di accrescere sempre più il valore del rapporto che lo lega agli imprenditori che animano il tessuto economico del territorio.

In conclusione rafforziamo ulteriormente la raccomandazione di accortezza riguardo all'interpretazione dei risultati: il dato del 2011 può essere confrontato con i risultati ottenuti a livello nazionale nello stesso anno e con i risultati ottenuti a livello provinciale nel 2010.