

CUSTOMER SATISFACTION 2017



Camera di Commercio
Cosenza



OBIETTIVI DELL'INDAGINE

La Camera di commercio di Cosenza ha svolto l'indagine di «Customer Satisfaction 2017» con l'obiettivo prioritario di:

- rilevare il **livello di soddisfazione dei servizi** che offre alle imprese;
- misurare il **livello di gradimento dei propri utenti**;
- raccogliere elementi utili per **azioni di miglioramento** dei servizi;
- rilevare il **livello di percezione delle imprese sul processo di rinnovamento della Camera (#OpenCameraCosenza)**.

Con l'occasione, sono state proposte alcune domande finalizzate a conoscere le esigenze delle imprese su specifiche tematiche.

MODALITA' DI RILEVAZIONE E INTERVALLO TEMPORALE

- somministrazione di un questionario - composto da **10 domande - agli utenti che si sono recati agli sportelli** camerali dal 13 settembre al 3 novembre 2017 [Q1]
- invito alla compilazione del **questionario online** spedito ai contatti presenti sul DB di **Ciao Impresa, il CRM** della Camera di commercio di Cosenza. L'invito è stato spedito il 25/10/2017 a n. 3.603 contatti. Sono stati aperte n. 428 mail (aperture univoche). Il questionario è composto da 17 domande [Q2]
- Sono state altresì realizzate delle specifiche **sessioni di ascolto**, mediante **focus group e interviste** con imprese agroalimentari (comparti vino ed olio), imprese femminili, start up innovative e stakeholder (*Università, Amministratori camerali, Archivio di Stato*) (11 - 12 dicembre 2017).

RISULTATI: QUESTIONARI CON ESITO POSITIVO

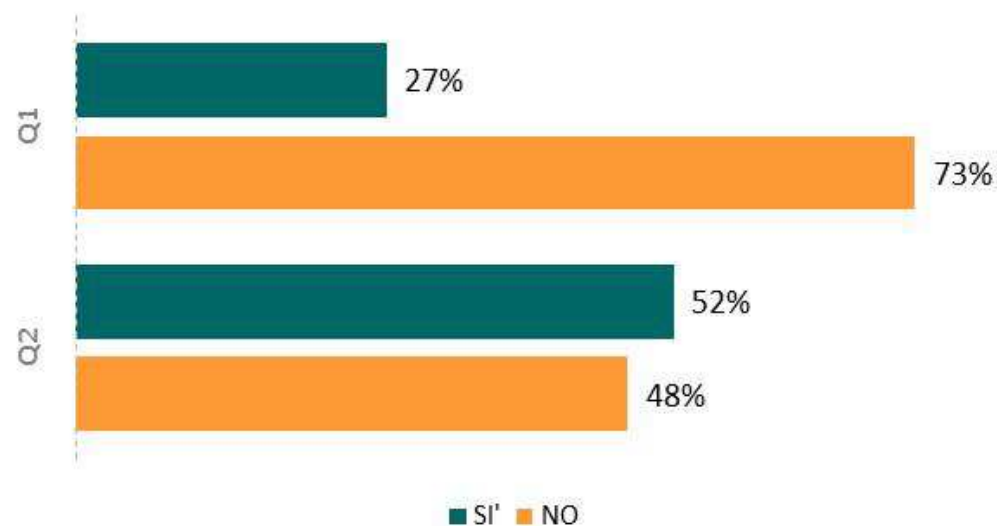
Complessivamente **218 questionari**, di cui:

- [Q1]: **187 questionari in presenza**, somministrati presso gli sportelli della Camera di commercio di Cosenza: il 47% degli intervistati si reca in Camera di commercio meno di 5 volte l'anno; il 24% da 5 a 10 volte l'anno; il 28% più di 10 volte l'anno.
- [Q2]: **31 questionari on line**, in seguito a invio con CRM Ciao Impresa: il 60% degli intervistati non ha mai avuto la necessità di rivolgersi Camera di commercio; il 13% delega il commercialista; il 33% usufruisce almeno una volta alla settimana dei servizi a sportello e il 29% più volte all'anno.

SPID (Q1 + Q2)

Coerentemente con il tipo di servizio, lo **Spid è conosciuto fra gli utenti «internauti» (52%)**, mentre è meno noto fra coloro che hanno minore dimestichezza con il web (**27%**).

Considerevole è la percentuale di **utenti che hanno attivato il servizio (25%)**, anche in considerazione del fatto che si tratta di un servizio recente e non ancora a pieno regime.

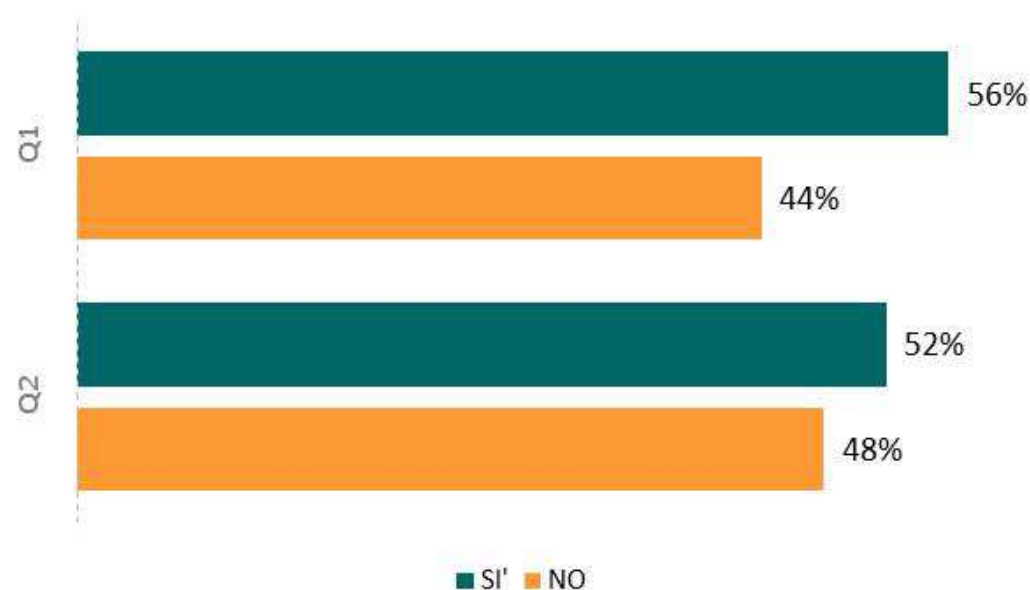


CONTRIBUTI E FINANZIAMENTI (Q1 + Q2)

Pur trattandosi di un'attività «tradizionale», **molti sono gli utenti che non sono a conoscenza dei finanziamenti erogati dalla Cdc (56% - 48%).**

Significativa è anche **l'alta percentuale (75%) degli intervistati che non hanno mai usufruito dei finanziamenti** pur essendone a conoscenza, questo fa presupporre che non ci sia stata coincidenza fra le esigenze delle imprese e l'operato della Camera.

Supposizione avvalorata anche **dalla percentuale (93%) di utenti (fra quelli che hanno risposto NO) che sono interessati a ricevere informazioni in merito.**



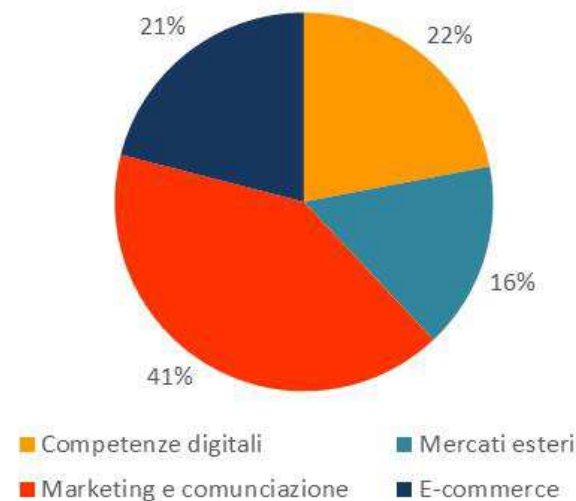
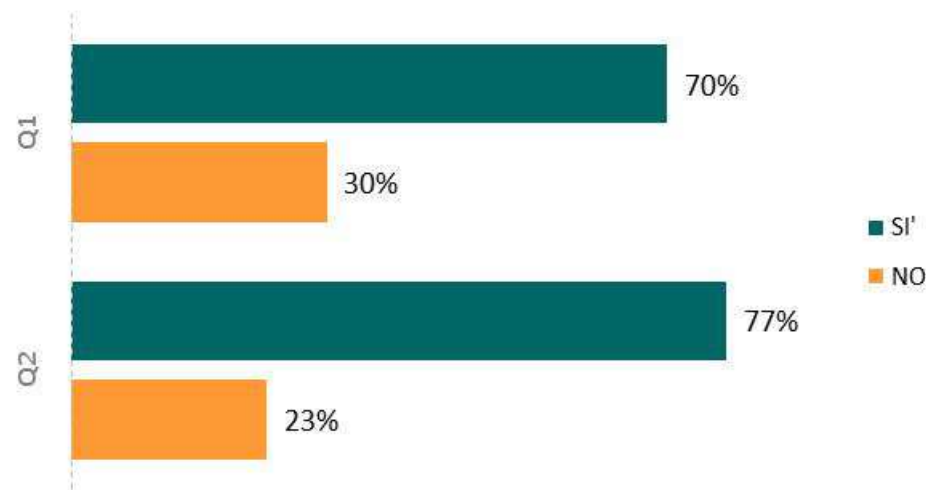
INIZIATIVE DI FORMAZIONE (Q1 + Q2)

Una percentuale molto elevata di intervistati, sia a sportello (70 %) che online (77%) ha dichiarato di **essere a conoscenza delle attività di formazione** erogate dalla Camera di commercio.

Degli intervistati che conoscono il servizio, **circa la metà (46%) ha partecipato almeno una volta** alle iniziative promosse dalla Camera di commercio.

Tutto l'universo di coloro che hanno affermato di non conoscere il servizio **sono interessati a ricevere informazioni**.

Per gli intervistati «a sportello» i **temi di maggior interesse** (da considerare per la programmazione di interventi formativi della Camera) sono **Marketing e comunicazione (41%)** e **Competenze digitali (22%)**.

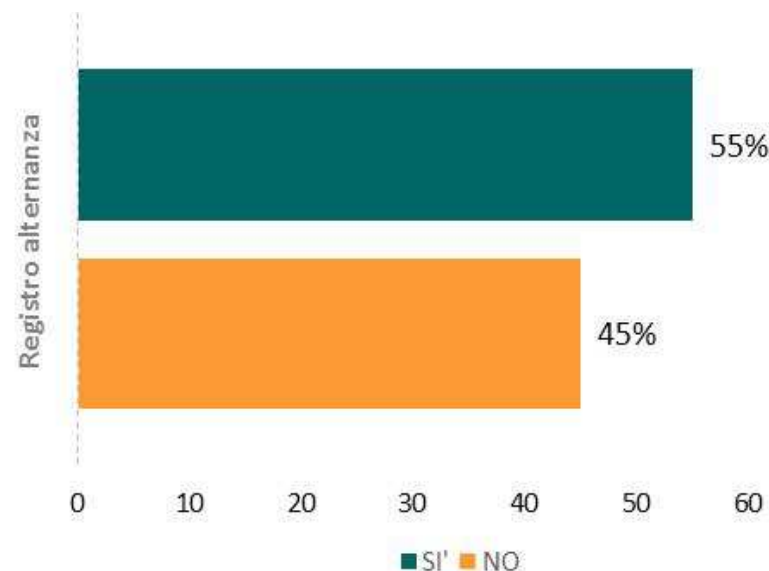




REGISTRO ALTERNANZA SCUOLA LAVORO - Q2

Il servizio, di recente attivazione è conosciuto dal **55% degli intervistati**. Tra le imprese che hanno dichiarato di essere informate sulle opportunità previste dal Registro Alternanza Scuola Lavoro, **solo il 6% si è iscritto**.

Tra coloro che hanno affermato di non conoscere il servizio il **50% è interessato a ricevere informazioni**

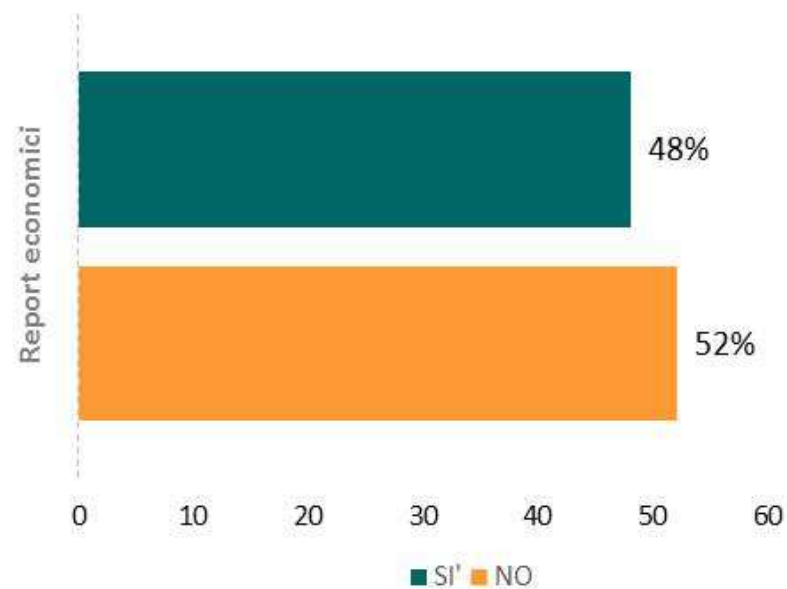


REPORT ECONOMIA PROVINCIALE - Q2

Il **52% degli intervistati** NON conosce le attività della Camera di commercio di elaborazione di studi e report economici.

Tra coloro che hanno affermato di conoscere il servizio **solo il 20% acquisisce le informazioni e i report** forniti dalla Camera di commercio.

Invece, con riferimento al 52% degli intervistati che ignora questa attività, si evidenzia che il **75% è interessato a ricevere informazioni**





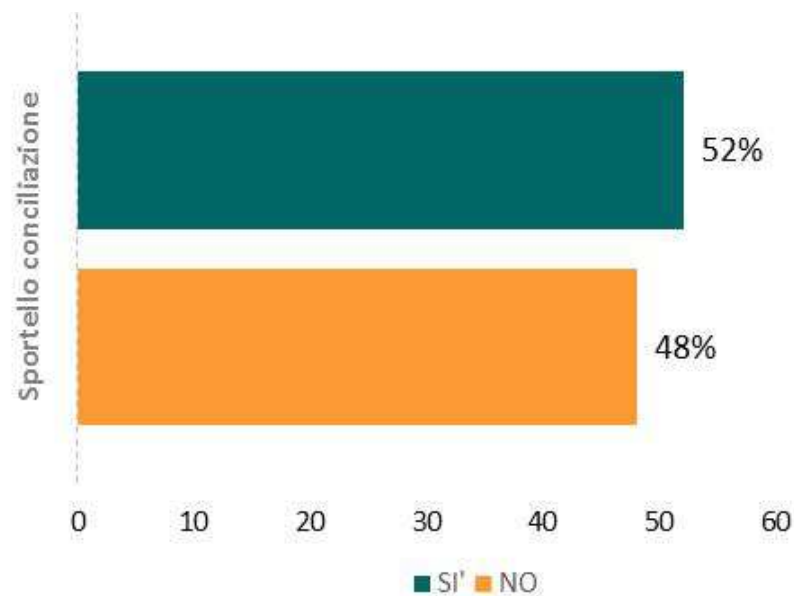
SPORTELLO CONCILIAZIONE - Q2

Il servizio di conciliazione della Camera è conosciuto dal **52% degli intervistati**.

Tra coloro che hanno affermato di conoscere il servizio:

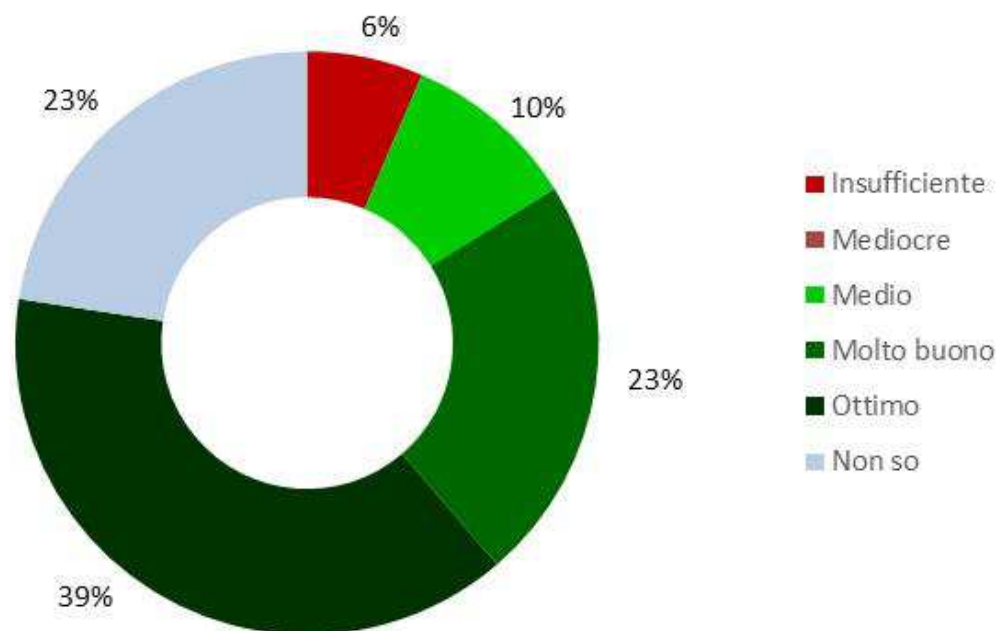
-il 19% non ha mai usufruito del servizio perché si è rivolto ad altri Enti

-l'81% non ha mai avuto la necessità di ricorrere alla conciliazione



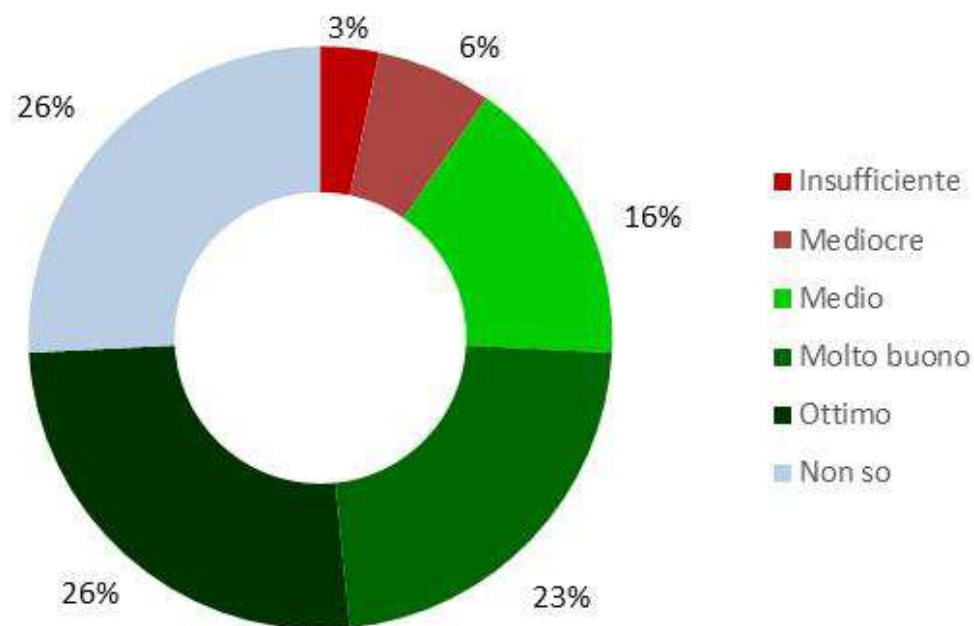
FIRMA DIGITALE - Q2

Il servizio di rilascio della Firma digitale della Camera ottiene un **giudizio estremamente positivo dal 62% degli intervistati**, anche se il 23% dichiara di non averne mai usufruito



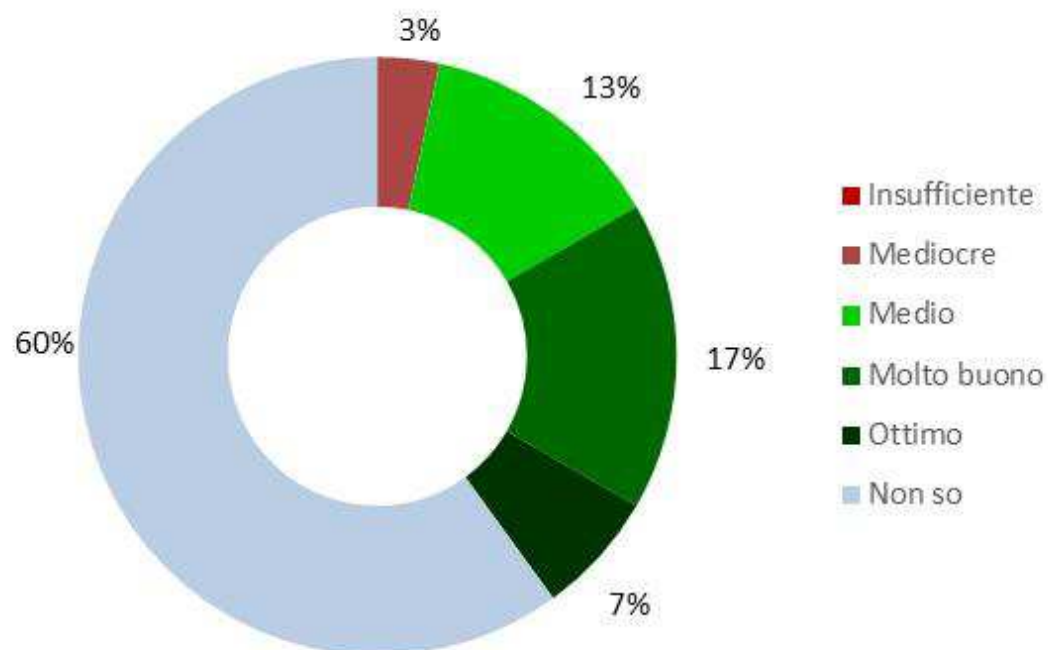
REGISTRO IMPRESE - Q2

Il servizio Registro Imprese della Camera ottiene un **giudizio positivo** dal 49% degli intervistati. Un dato interessante è rappresentato dal **26% che non esprime alcun giudizio.**



FASCICOLO DI IMPRESA - Q2

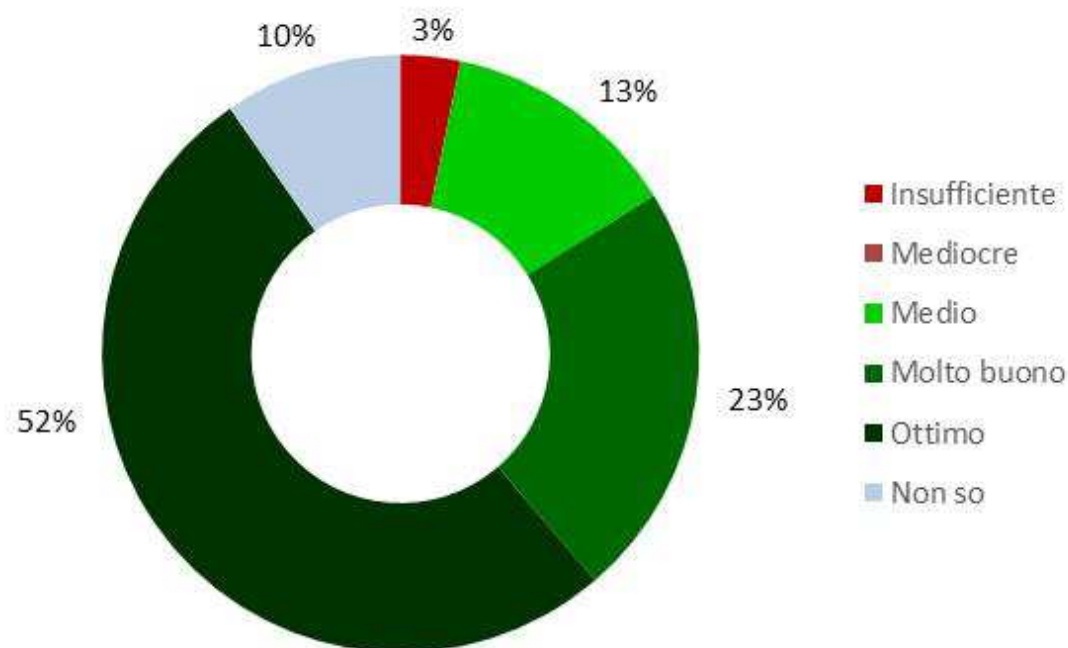
Il dato più significativo che emerge sul fascicolo di impresa è la **mancata fruizione del servizio** da parte delle imprese (**60%**). Per coloro che hanno usufruito del servizio il riscontro invece è positivo: la «curva medio-ottimo è pari al 37% per gli intervistati.



CERTIFICATI E VISURE - Q2

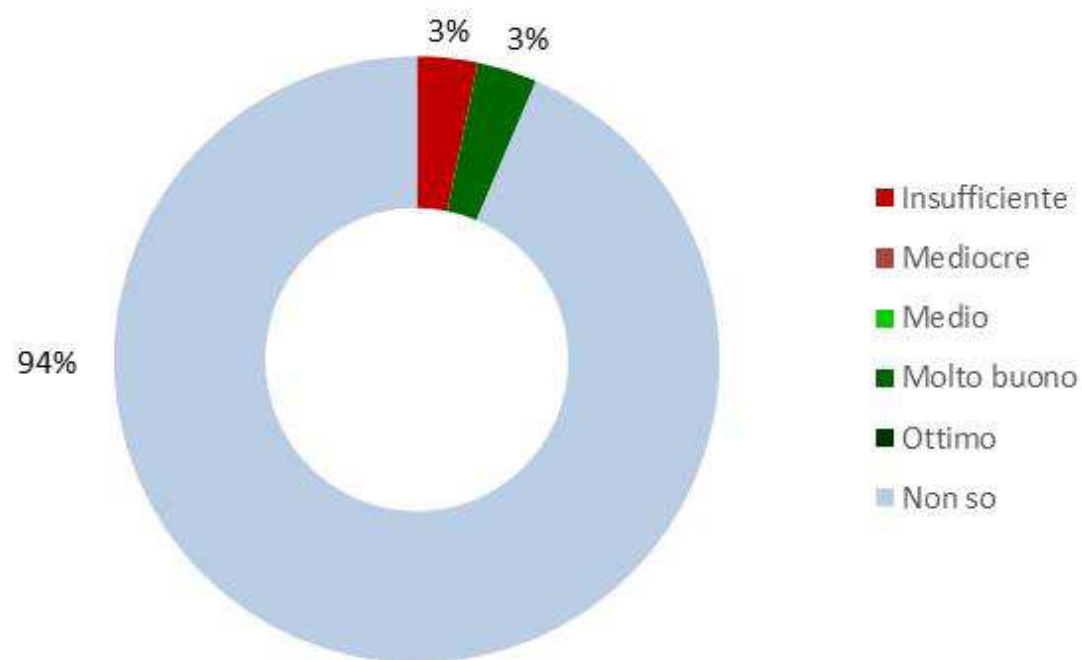
Il servizio di rilascio certificati e visure ottiene un **giudizio positivo** da una percentuale molto elevata di intervistati (23% molto buono e 52% ottimo).

Il servizio è **tendenzialmente utilizzato** da «tutte» le imprese.



CERTIFICATI E VISTI PER L'ESTERO - Q2

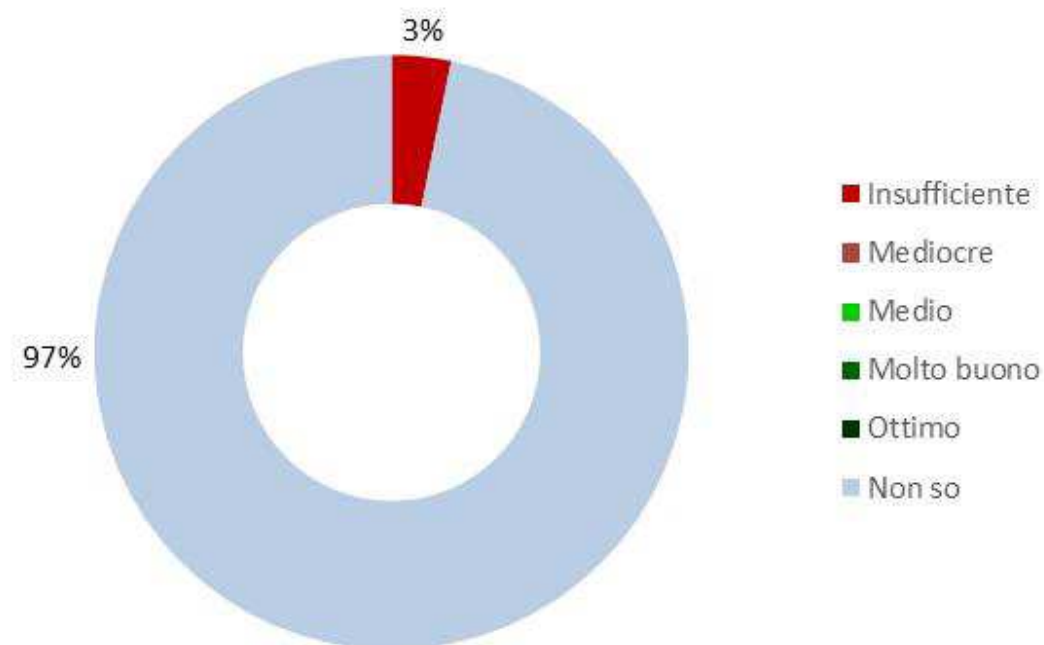
Il servizio di rilascio certificati e visti per l'estero **non è utilizzato** dalla quasi totalità delle imprese (94%).





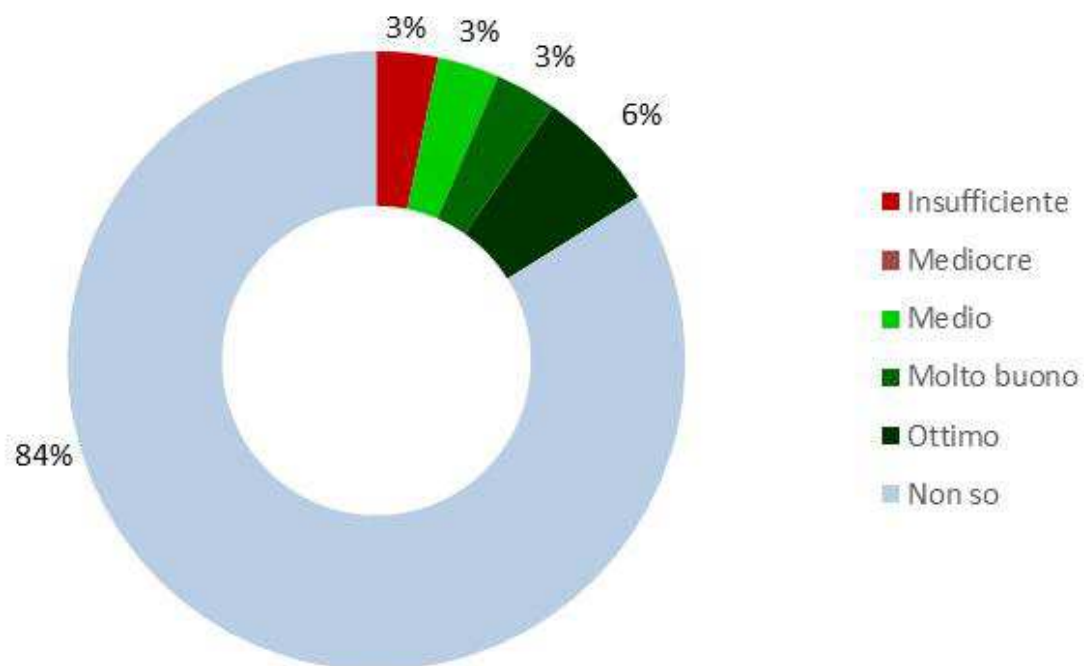
SPORTELLO AMBIENTE - Q2

La quasi totalità (97%) degli intervistati non esprime un giudizio perché **non conosce il servizio** e non ne ha mai usufruito.



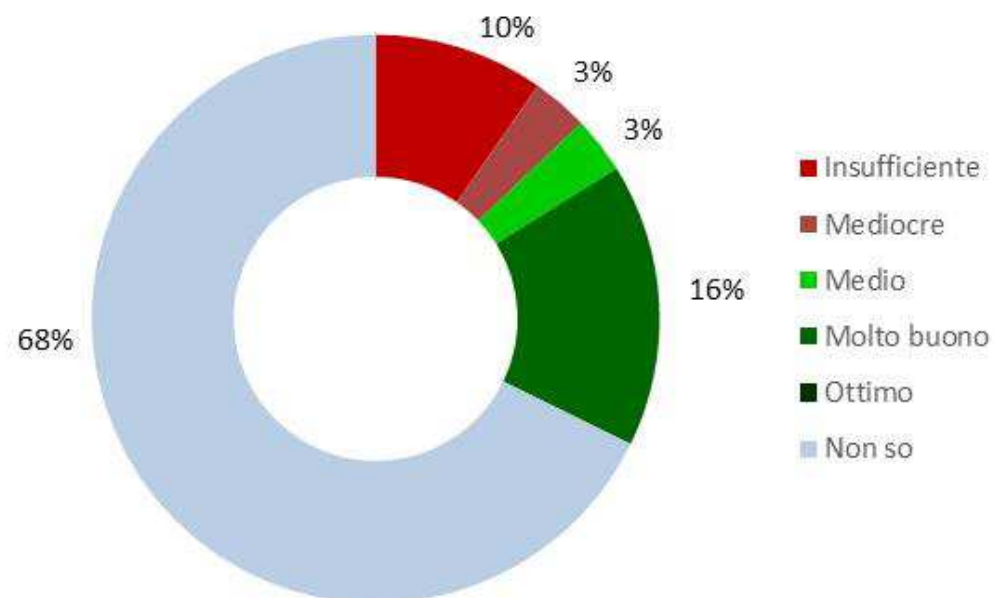
MARCHI E BREVETTI - Q2

Anche in questo caso il servizio erogato dalla Camera risulta **poco utilizzato dalle imprese intervistate (84%)**.



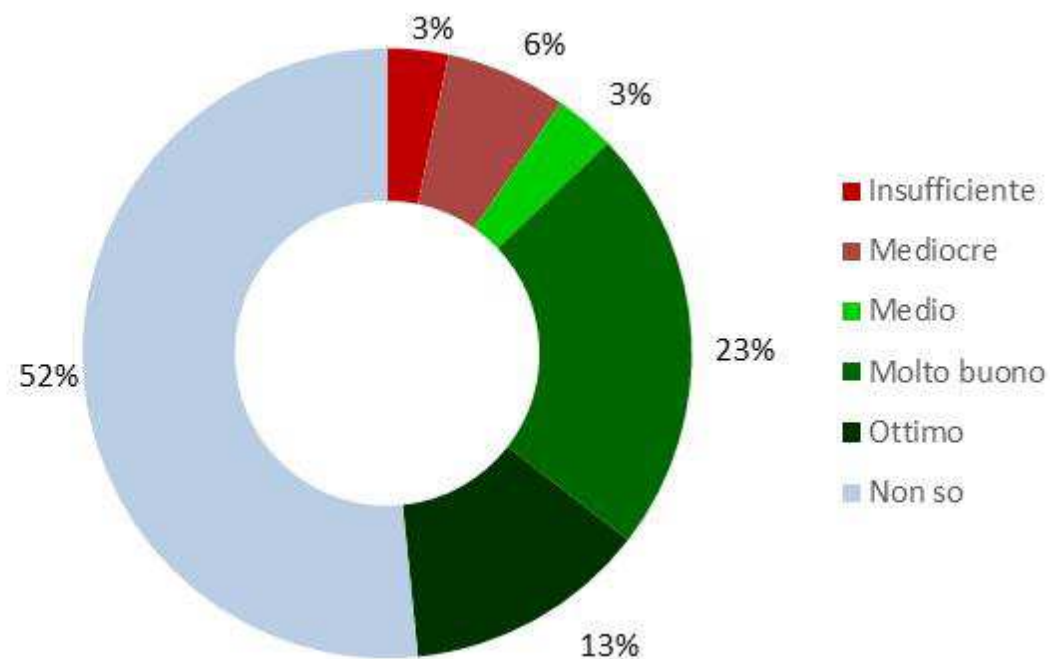
CONTRIBUTI E ACCESSO AL CREDITO - Q2

Su questo servizio emergono due dati rilevanti: **il 68% delle imprese non ne hanno mai usufruito** (dove per fruizione si intende la possibilità di accedere a un finanziamento), quindi si rileva una possibile **distonia tra «domanda» e «offerta»**.



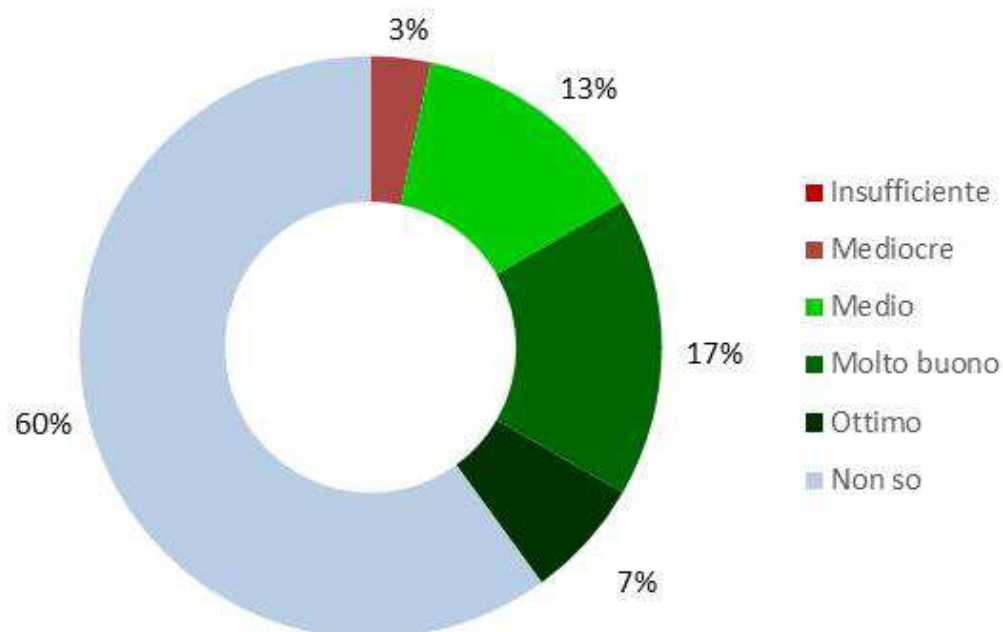
FORMAZIONE - Q2

Le attività formative della Camera di commercio rappresentano un **servizio utilizzato** dal 48% delle imprese. **In tal caso la valutazione è positiva.**



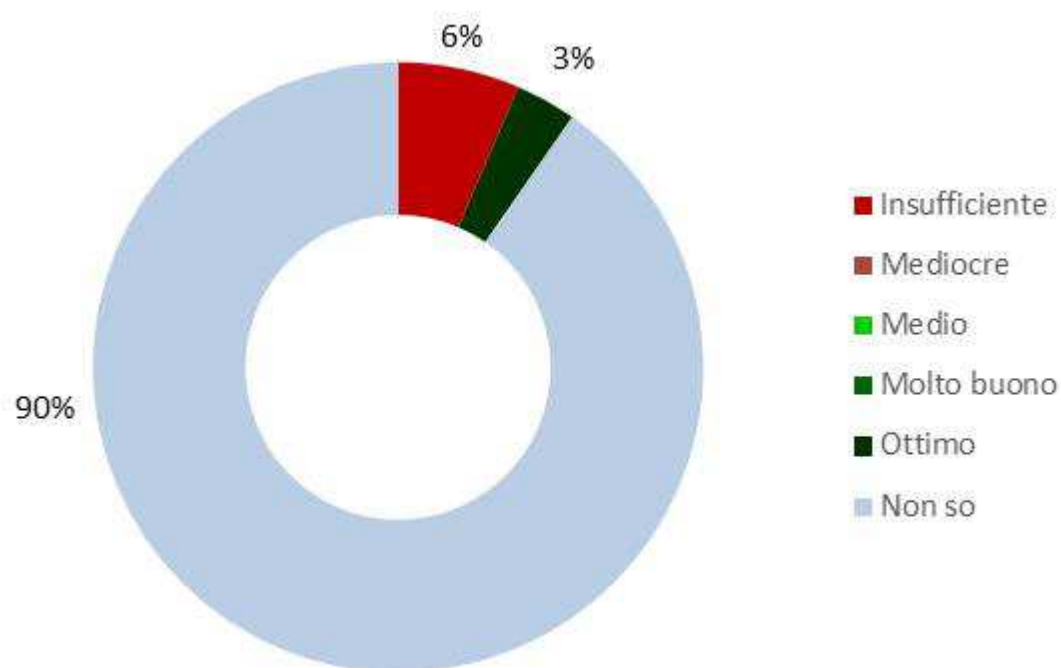
SERVIZI DIGITALI - Q2

I servizi digitali offerti dalla Camera ottengono un **giudizio positivo dal 24% degli intervistati** (molto buono 17%, ottimo 7%), mentre il **60% delle imprese** non possono esprimere un giudizio perché **non ne hanno mai usufruito**.



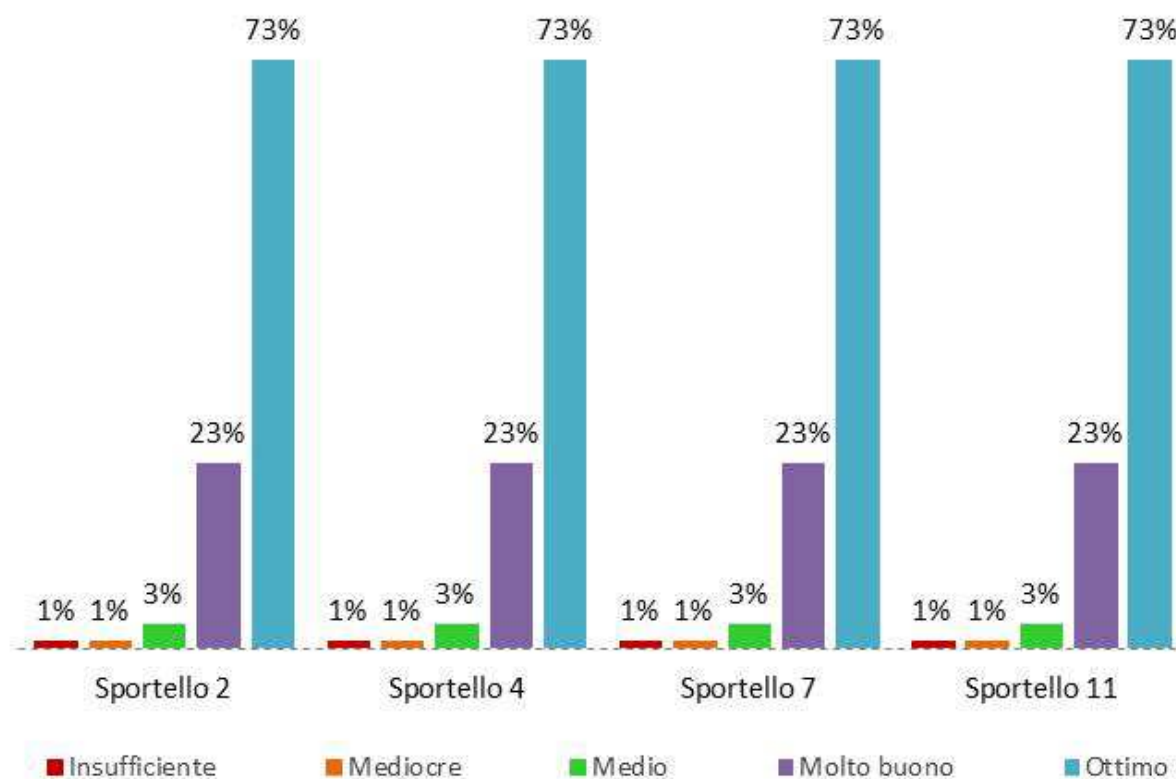
UFFICIO METRICO - Q2

L'Ufficio Metrico è **poco utilizzato** dagli utenti intervistati, il 90% delle imprese non ha mai usufruito del servizio.



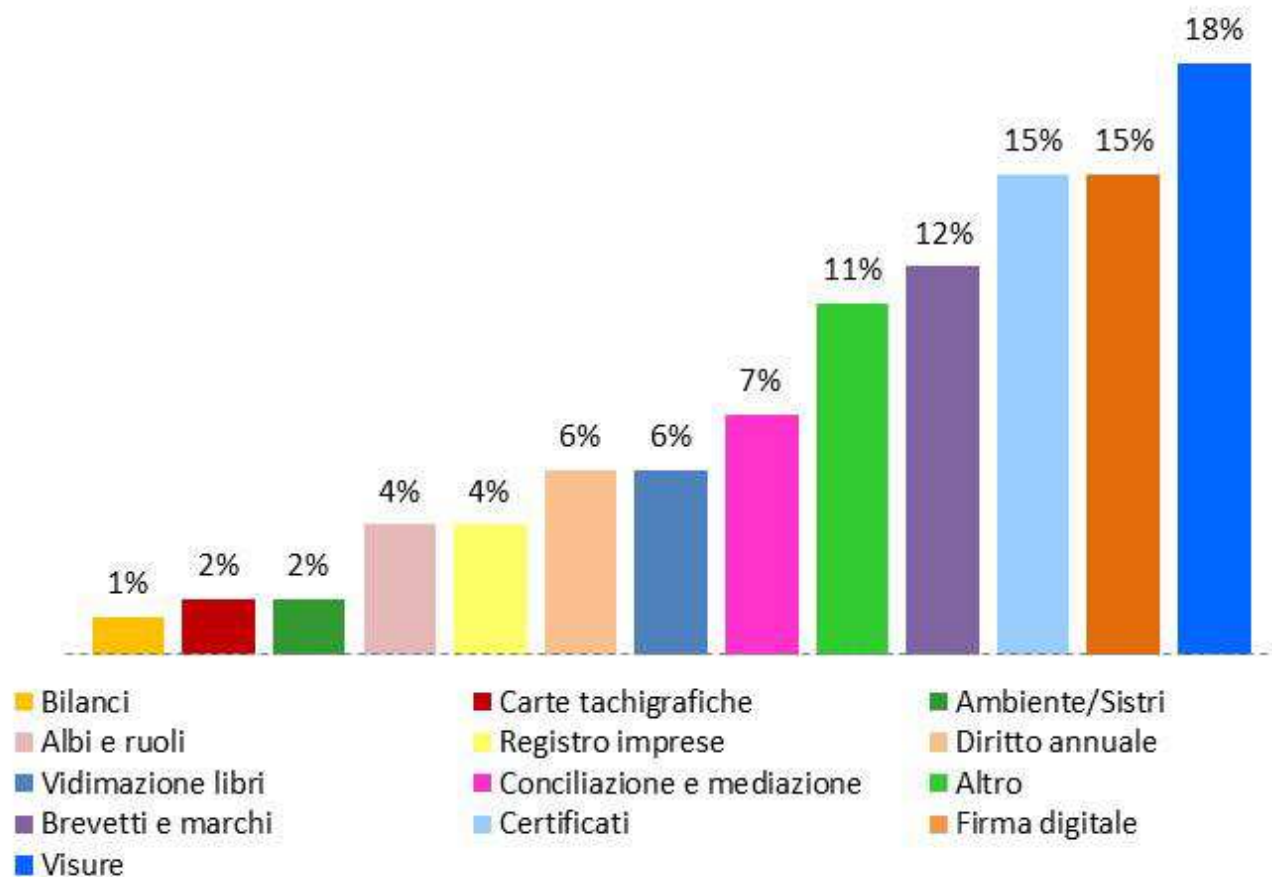
GIUDIZIO SERVIZIO EROGATO «A SPORTELLO» - Q1

Per tutti gli sportelli presso i quali è stata effettuata la rilevazione (nn. 2, 4, 7, 11) la **valutazione espressa dagli utenti è più che positiva** («molto buono» e «ottimo» sono i giudizi prevalenti).



GIUDIZIO SERVIZIO EROGATO «A SPORTELLO» - Q1 - SEGUE

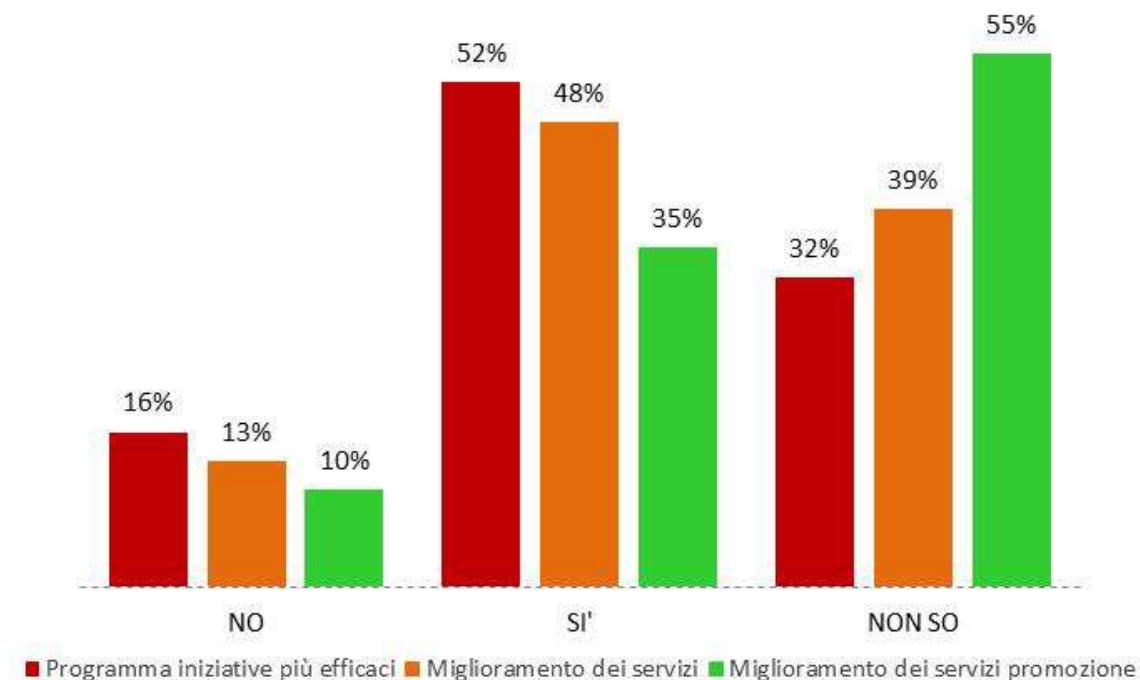
I servizi maggiormente richiesti sono: visure camerali (18%), rilascio certificati (15%), firma digitale (15%).



VALUTAZIONE GENERALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO - Q2

In linea generale le **imprese percepiscono un miglioramento** nella gestione delle attività da parte della Camera di commercio **rispetto al passato e in particolare un miglioramento dei servizi offerti.**

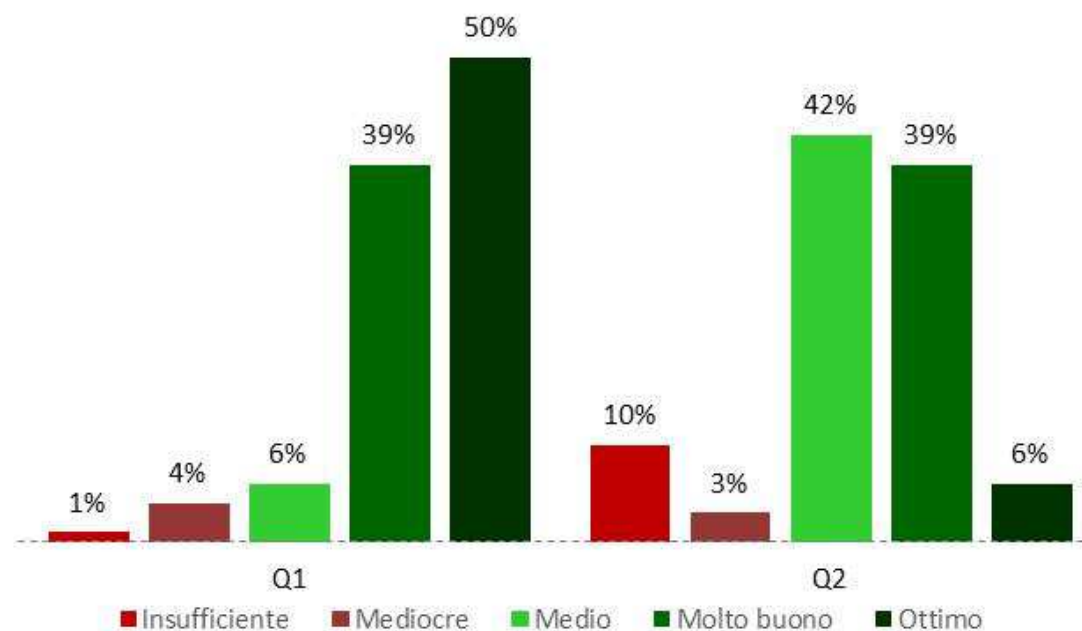
Tuttavia è necessario rilevare che la maggior parte delle imprese non esprimono un giudizio rispetto al passato: tale aspetto è da ricondurre, come visto anche dai dati precedentemente forniti, che **numerosi servizi della Camera non sono utilizzati dalle imprese del territorio.**



VALUTAZIONE GENERALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO (Q1 + Q2)

Un **giudizio estremamente positivo** (**89%** = 39% Molto Buono + 50% Ottimo) è espresso dagli utenti che si sono recati allo sportello della Camera.

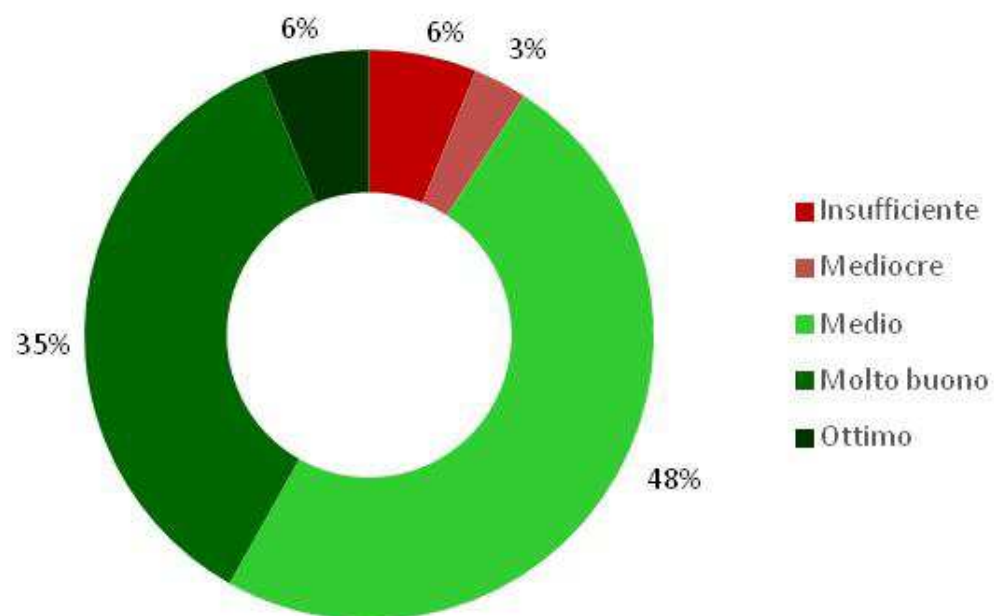
Anche le imprese intervistate attraverso il questionario on line **hanno valutato la Camera in modo positivo**: il 45% ha espresso giudizi tra “molto buono” e “ottimo”



TEMPI DI EVASIONE DELLE PRATICHE - Q2

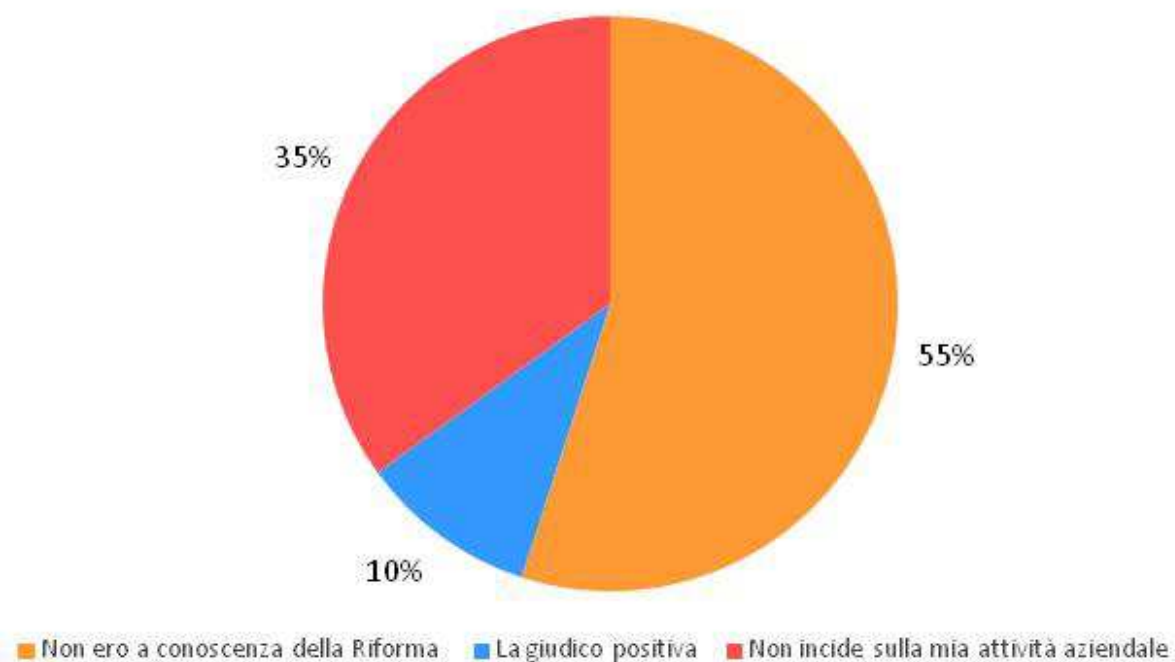
Le imprese sono soddisfatte dei tempi di evasione delle pratiche: **il 41% esprime un giudizio molto positivo**. L'insoddisfazione è molto contenuta (9%).

Si riscontrano margini di miglioramento vista **l'ampia percentuale che esprime un giudizio nella «media» (48%)**



LA RIFORMA DELLE CAMERE DI COMMERCIO - Q2

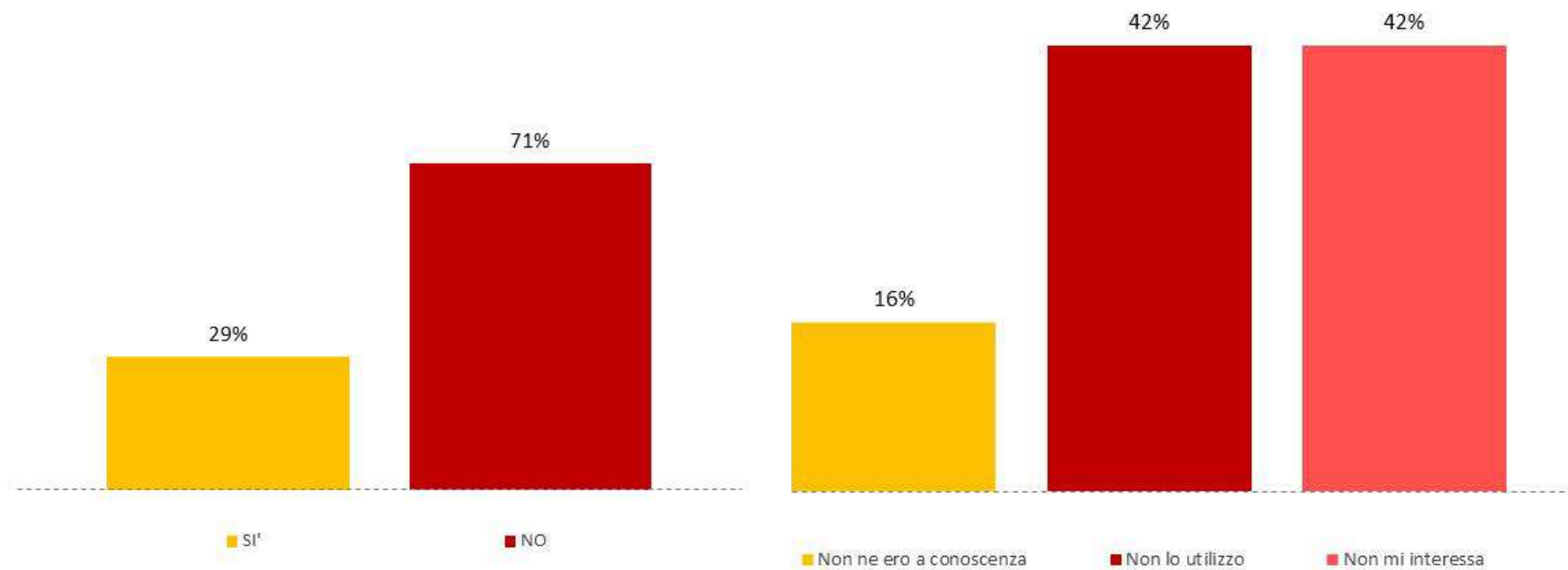
Il 55% delle imprese NON è a conoscenza della Riforma delle Camere di commercio e solo il 10% la giudica in modo positivo.





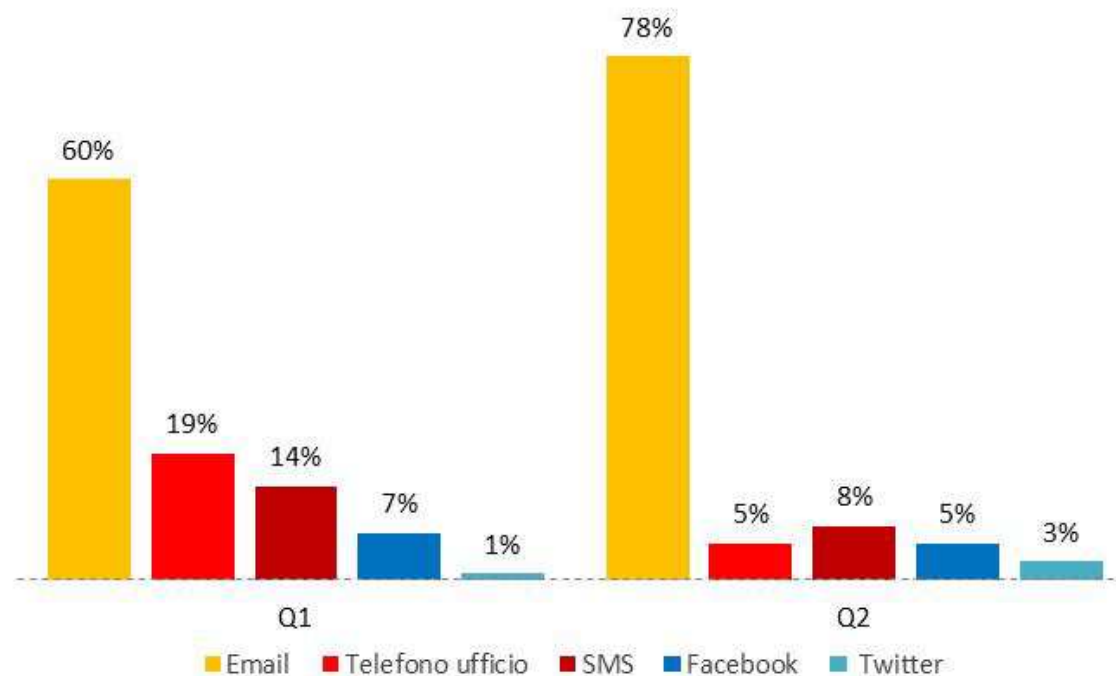
CONOSCENZA E ISCRIZIONE PAGINA FB CAMERA DI COMMERCIO (Q1 + Q2)

Il **71%** degli intervistati presso la sede della Camera di commercio **NON conosce la pagina Facebook dell'Ente**. Il 100% degli intervistati on line **NON è iscritto alla pagina Facebook** della Camera di commercio. E' opportuno evidenziare il **disinteresse diffuso per i Social network** (42%: non mi interessa; 42% non lo utilizzo)

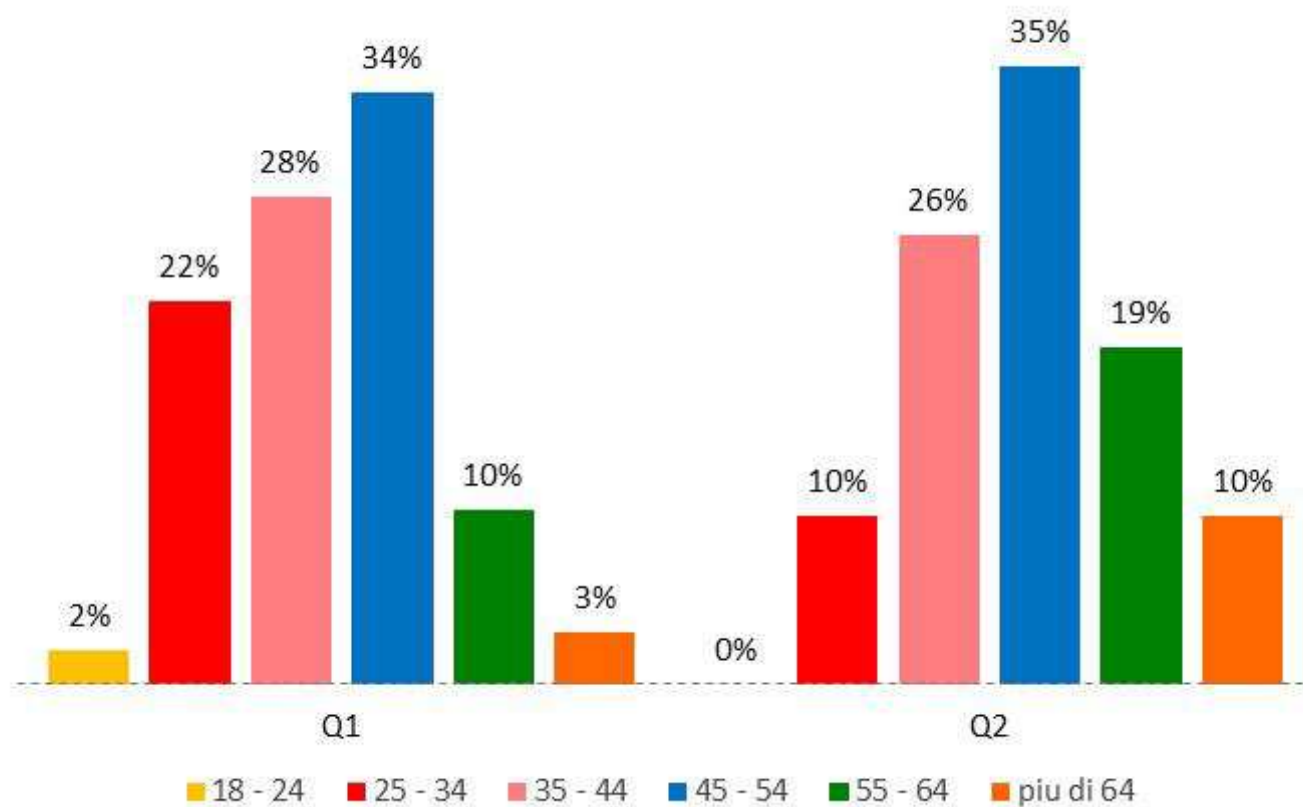


MODALITA' DI CONTATTO CHE SI RICHIEDE ALLA CAMERA (Q1 + Q2)

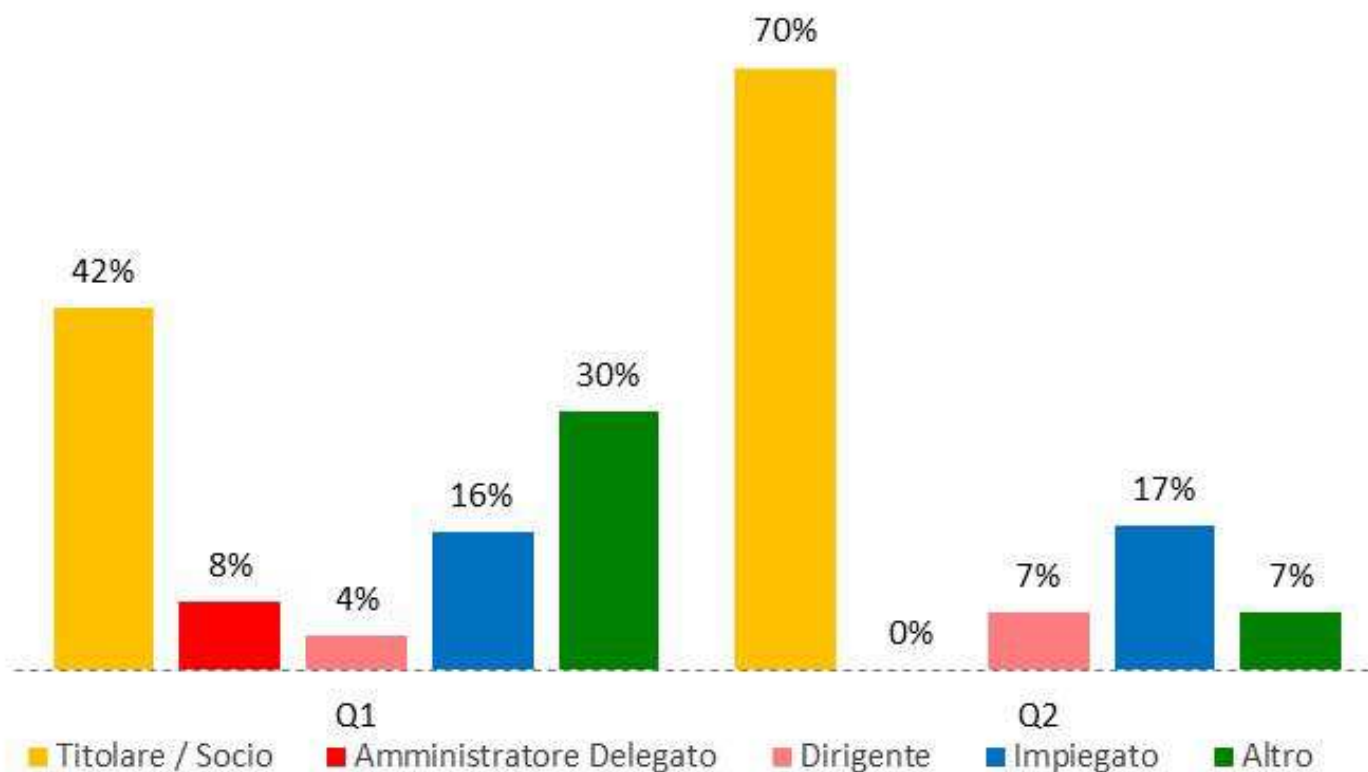
La **mail rappresenta il canale preferito dalle imprese**: 60% degli intervistati a sportello e 79% degli intervistati con questionario on line. Tra gli intervistati online solo il **21%** dichiara di voler essere informato **anche attraverso gli altri canali**. Si riscontra una **scarsissima propensione all'utilizzo dei social network**.



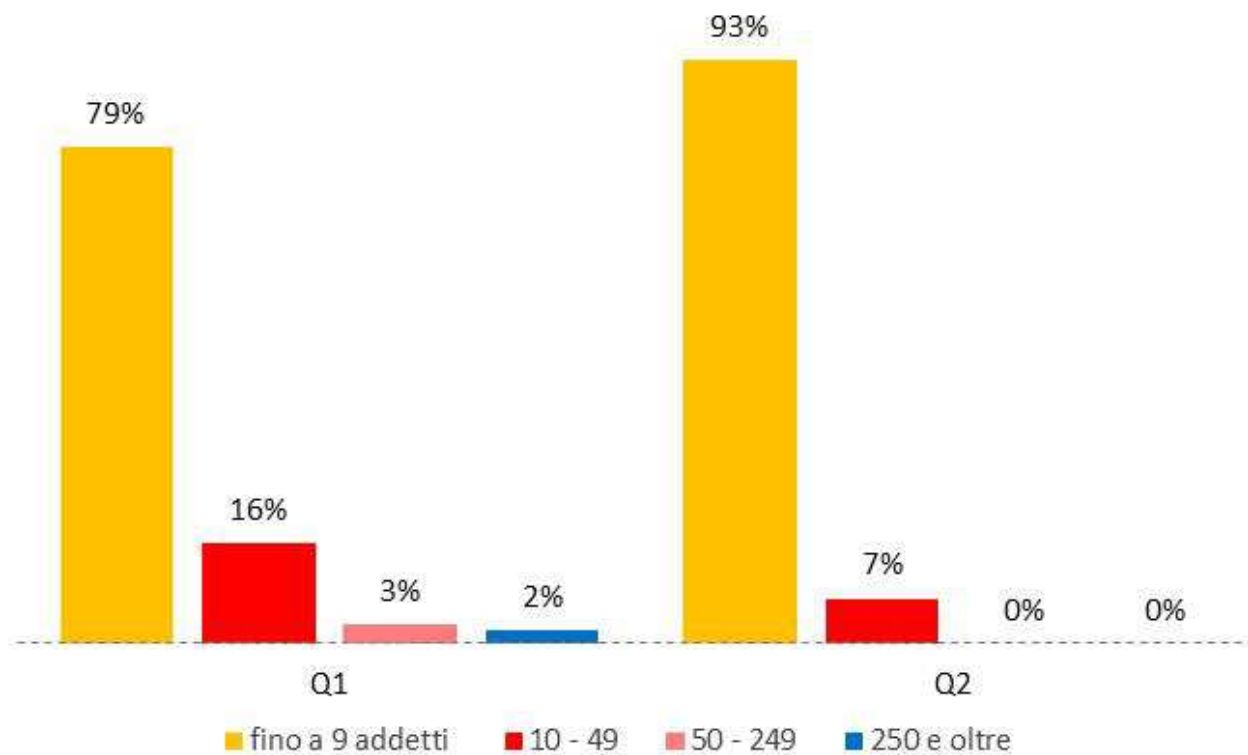
CLASSI DI ETA' (Q1 + Q2)



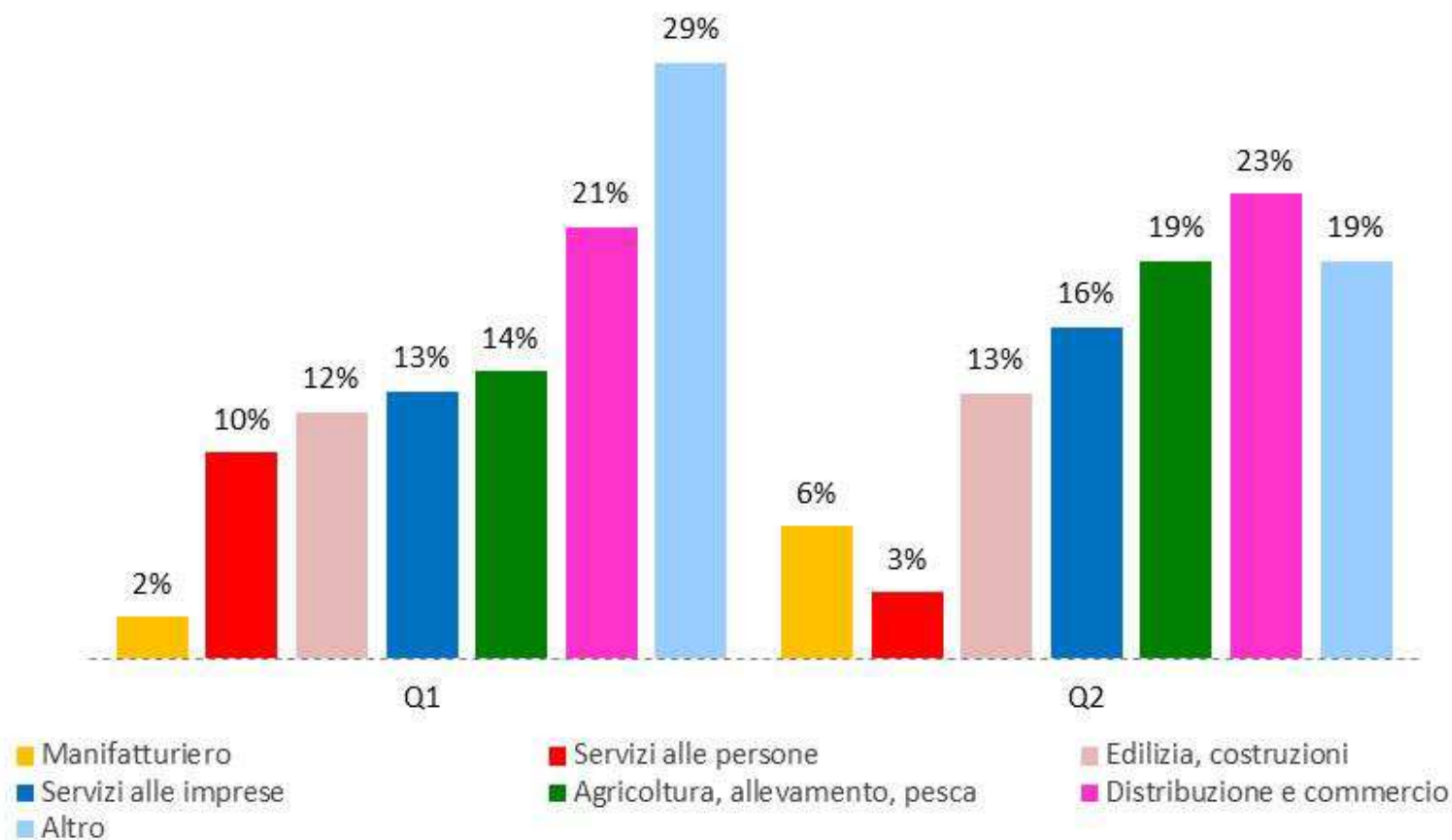
RUOLO IN AZIENDA (Q1 + Q2)



DIMENSIONE D'IMPRESA (Q1 + Q2)



SETTORE D'IMPRESA (Q1 + Q2)



La fase conclusiva del progetto è stata dedicata alla realizzazione di specifiche **sessioni** di **ascolto** e di **interlocuzione** con imprese e stakeholder. Questa impostazione è stata voluta dall'Ente, convinto sostenitore dell'efficacia di un **percorso condiviso** – quale strumento attuativo di una *vision* orientata ad un approccio '**inclusivo**'.

L'Ente si colloca infatti fra i soggetti più attivi sul proprio territorio, in connessione dinamica con le sue diverse componenti socio - economiche e culturali .

Per l'effettuazione degli incontri (**11 – 12 dicembre 2017**) sono stati individuati i seguenti gruppi target :

- Imprese **agroalimentari**, (*comparti **vino ed olio***)
- Imprese **femminili**, (*facenti parte del Comitato per l'imprenditoria femminile*)
- **Start up innovative**
- **Stakeholder** (*Amministratori, Università, Archivio di Stato*)



L'agenda degli incontri dei giorni 11 e 12 dicembre 2017 – anche in considerazione dei diversi impegni e delle disponibilità delle soggetti da incontrare – è stata strutturata come segue:

Modalità	Partecipanti		
Focus Group	Start up innovative (4 imprese)	Stakeholder (Coldiretti, CNA, Professionisti e Confcommercio)	
Interviste individuali	Imprese Agroalimentari (3 imprese)	Imprese Femminili (2 imprese)	Stakeholder (Archivio di Stato , Università)





In sintesi, la Camera di commercio è vista come :

- Un soggetto **facilitatore** che **promuove il dialogo**
- Un Ente che **costruisce ed anima reti di fiducia**
- Un soggetto **garante delle regole** nell'ambito della comunità di business
- Un soggetto che **costruisce relazioni e reti partenariali**
- Un soggetto che può **intermediare la relazione Pubblico – Privato**
- Un **luogo di propagazione** di **cultura d'impresa**

In sintesi, alla Camera di commercio si chiede :

- Assistenza informativa** – soprattutto sui **mercati esteri** – e **tecnica**
- Azioni di accompagnamento** alla **gestione aziendale (workshop, seminari)**
- Essere **punto di raccordo** di **reti partenariali**
- Azioni per lo **sviluppo di immagine distintiva** del territorio (**brand**)
- Occasioni di **incontri e scambi** fra **operatori economici** e fra questi e le altre istituzioni (**comunità**)
- Essere **centro informativo** sull'**economia** e sui **settori produttivi (filere)**





In sintesi, per gli **Amministratori** la Camera di commercio è :

Un Ente che ha saputo **cambiare passo** e saputo **adottare un linguaggio** per **parlare con le imprese**.

Il cambiamento è percepito come l'avvio di un **percorso**, ma anche come **costruzione** congiunta. Questa costruzione collettiva è basata sul **rispetto dei ruoli** e poggia su **reti relazionali paritetiche**.

Forte è la percezione dell'avvio di una **nuova stagione di impegno**, che tutti sono chiamati ad attuare.

In sintesi, dall' **Università** la Camera di commercio è percepita come :

Un partner che le ha consentito di **avvicinarsi alle imprese**.

Un **alleato** con il quale **intraprendere iniziative** e **condividere progetti**.

Il rapporto fra le due istituzioni è basato sulla **reciproca contaminazione**, il cui esito è fonte di **arricchimento progettuale e ideativo** per entrambi.

In sintesi, per l' **Archivio di Stato** la Camera di commercio rappresenta :

Un **partner** per la **divulgazione** della **storia economica** dei territorio e per una sua «narrazione» attraverso un **uso vitale** delle **fonti** e dei **documenti storici** .

Un **partner** con il quale **costruire l'agenda di incontri ed eventi** - a partire dalle specificità e finalità istituzionali di ciascun Ente.

**Il punto
di vista
degli stakeholder**



Elaborazione dati e produzione report a cura di Si.Camera

Area Organizzazione e Assistenza tecnica

Dr.ssa Francesca Petri - *Responsabile Area*

Dr.ssa Francesca Gaudenzi

Via Nerva, 1

00187 Roma

www.sicamera.camcom.it