

Customer Satisfaction



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA

Report dei risultati e benchmark nazionale |
annualità 2020

Indagine realizzata da



SI.CAMERA

Ottobre 2020

con la collaborazione di



Impatto emergenza sanitaria «covid-19» e servizi

- *Impatto emergenza sanitaria sulle imprese*

Contatto con la CCIAA di riferimento

- *Frequenza di contatto*
- *Modalità di contatto*

Conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi erogati

- *Conoscenza e utilizzo dei servizi: ranking*
- *Conoscenza e utilizzo dei servizi: quadro di sintesi*
- *Relazione tra conoscenza e utilizzo dei servizi*
- *Valutazione dei servizi utilizzati*
- *Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi*
- *Soddisfazione generale sui servizi utilizzati*

Interazione con il personale

Servizi on-line offerti dalle CCIAA

- *Livello di conoscenza nazionale e analisi parametrica*
- *Livello di utilizzo nazionale e analisi parametrica*
- *Vantaggi e svantaggi percepiti*

KPI di qualità percepita

- *IDP – Indice di periodo*
- *IDR – Indice di riutilizzo*
- *CPS – Camera Promoter Score*

Profilo degli intervistati e metodologia

IMPATTO EMERGENZA SANITARIA «COVID-19» E SERVIZI

Operatività aziendale durante l'emergenza sanitaria

La maggior parte delle imprese di Modena (55,8%) è stata costretta a diminuire o interrompere l'operatività aziendale a causa dell'emergenza sanitaria. Nello specifico, il 15,3% ha continuato ad operare (anche se solo parzialmente), mentre quattro imprese su dieci (il 40,5%) è stata costretta ad interrompere del tutto l'attività, che poi ha ripreso successivamente.

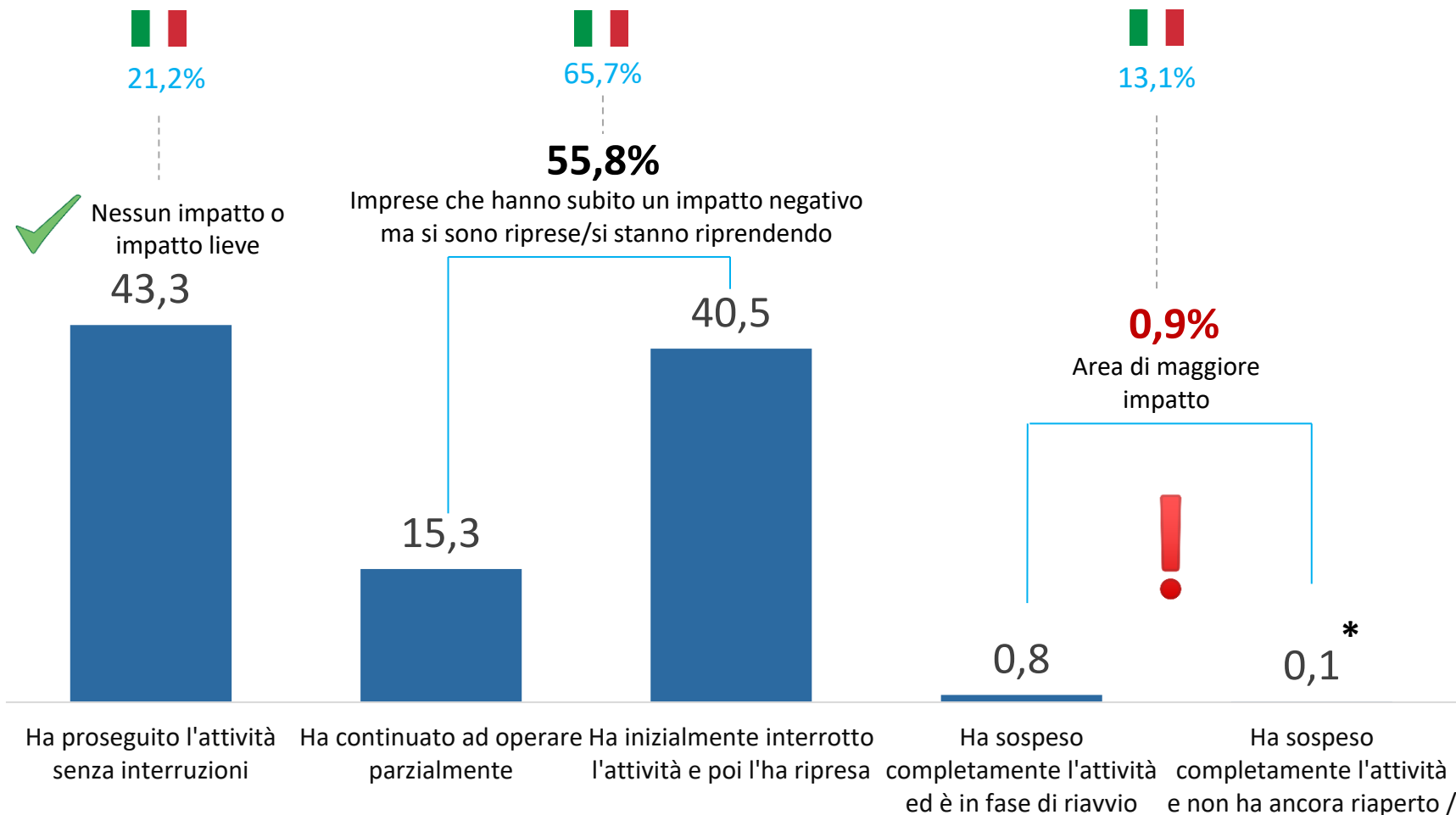
L'impatto grave dell'emergenza è probabilmente sottostimato

La situazione più grave (attività di impresa *non ancora riavviata* oppure che *non si prevede di riavviare*) è stata dichiarata solo dallo 0,9% delle imprese di Modena, dato molto basso che però riteniamo sia distorto dalla congiuntura temporale e dallo strumento di indagine utilizzato: più ci si allontana dal periodo di lockdown, più il campione di imprese intervistate si auto-seleziona, per cui le imprese che 2/3 mesi fa avrebbero risposto alla survey dichiarando «di aver sospeso completamente l'attività e di essere in fase di riavvio» hanno ora già riavviato la propria attività e si sono posizionate quindi su di un altro stato; inoltre, una quota di imprese che non ha più riaperto ha anche smesso di rispondere ai canali utilizzati da questa survey (posta elettronica e telefono aziendale), così facendo *non è stata intercettata dalla survey*, pertanto non è entrata a far parte del campione e ha provocato una diminuzione (artificiale) della quota di imprese che ha subito il maggior impatto dall'emergenza sanitaria.

Rimane comunque il fatto che il 43,3% delle imprese a Modena dichiara di aver proseguito l'attività *senza alcuna interruzione*, a trainare questo dato sono soprattutto le imprese del settore *Agricolo* (87,4%) e le imprese più strutturate (≥ 10 addetti: 61,4%).

Impatto emergenza sanitaria sulle imprese

Quale evoluzione ha avuto l'operatività aziendale a causa dell'emergenza sanitaria?







* Il valore di chi ha sospeso del tutto l'attività è sottostimato, in quanto una parte delle imprese che non ha risposto all'indagine, non lo ha fatto proprio perché non ha più riaperto.

Base: Totale campione (703)



Impatto emergenza sanitaria sulle imprese: analisi parametrica

Quale evoluzione ha avuto l'operatività aziendale a causa dell'emergenza sanitaria?

MACRO-SETTORI	Nessun impatto o impatto lieve	Impatto medio	Impatto alto	DIMENSIONE IMPRESA	Nessun impatto o impatto lieve	Impatto medio	Impatto alto
							
Agricoltura	87,4	12,3	0,3	0 addetti	35,5	63,3	1,2
Manifattura/Industria	31,1	67,8	1,1	1-9 addetti	42,4	56,7	0,9
Commercio	40,2	59,5	0,3	≥10 addetti	61,4	38,0	0,5
Servizi	30,9	67,7	1,5				

Base: Totale campione (703)

Contatto con la CCIAA di riferimento

Rapporti con la CCIAA «solo all'occorrenza»

Tra le imprese di Modena, un'impresa su due (il 50,7%) ha avuto rapporti sporadici con la CCIAA di riferimento limitandosi a contattarla solo «all'occorrenza». Il 46,1% delle imprese invece non ha avuto rapporti diretti con la CCIAA di riferimento durante l'ultimo anno. Solo una minoranza di imprese (3,3%) ha dichiarato di aver avuto un rapporto continuo con la propria CCIAA (più di un contatto al mese). La frequenza di contatto tra le imprese del territorio e la CCIAA di Modena risulta leggermente superiore a quella riscontrata a livello nazionale.

Le ragioni del *non* utilizzo dei servizi della CCIAA

Le ragioni per cui non ci si rivolge ai servizi della CCIAA sono diverse da quelle riscontrate a livello nazionale. La ragione principale per cui durante l'ultimo anno non si sono avuti rapporti con la CCIAA, per la maggior parte delle imprese (il 55,0%), è data dal fatto di aver preferito avvalersi di consulenti esterni o associazioni di categoria (mentre a livello nazionale questo dato è pari al 20,7%). Poco più di un terzo delle imprese (il 33,8%) dichiara invece di non averne avuto bisogno, anche in questo caso si tratta di un dato significativamente diverso da quello nazionale (pari al 77,2%).

Più di otto imprese su dieci si sono rapportate «a distanza» con la CCIAA

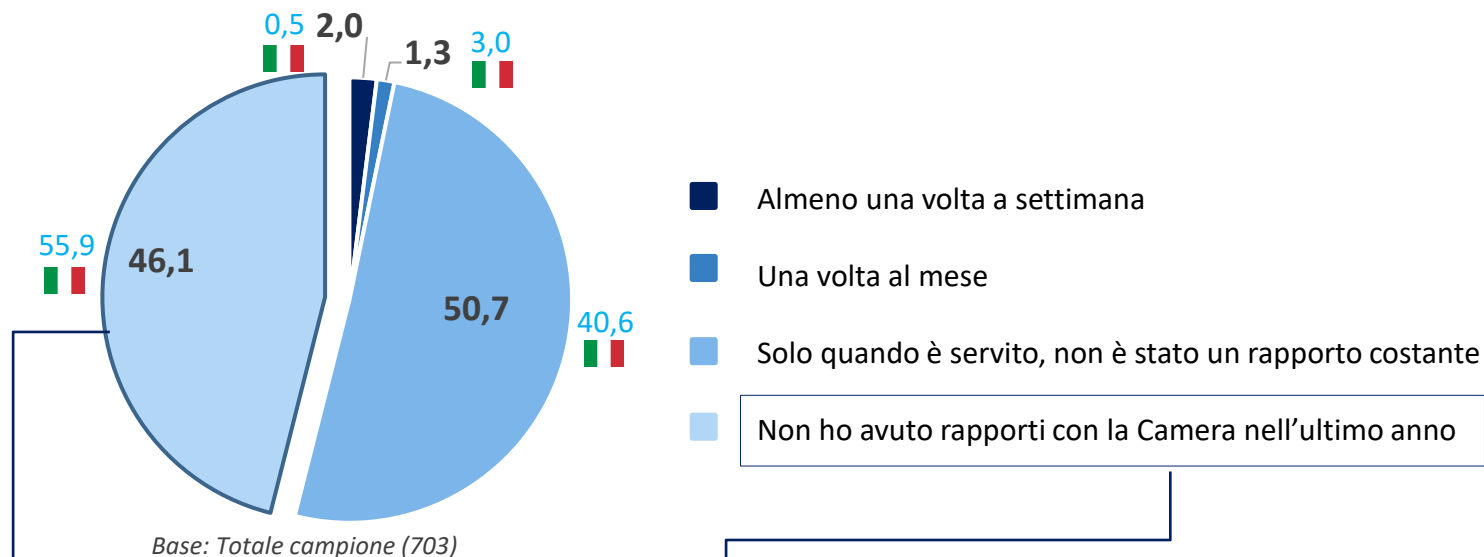
Complice anche la particolare situazione vissuta negli ultimi mesi, l'83,2% delle imprese di Modena ha utilizzato canali *da remoto* per rapportarsi con la CCIAA. Il rimanente 16,8% di imprese ha prediletto un rapporto *vis-à-vis* con il personale della Camera di Commercio, valore significativamente inferiore rispetto a quello nazionale (34,9%), dovuto verosimilmente anche ad un cambio di comportamento che poco a poco si sta istituzionalizzando ovunque.

Tra i diversi canali di comunicazione a distanza utilizzabili (telefono, email/sito, piattaforma online), la *piattaforma online* è stata quella di gran lunga più utilizzata (46,2%), seguita dall'utilizzo di email/sito aziendale (22,0%) e del telefono/call centre (15,0%).

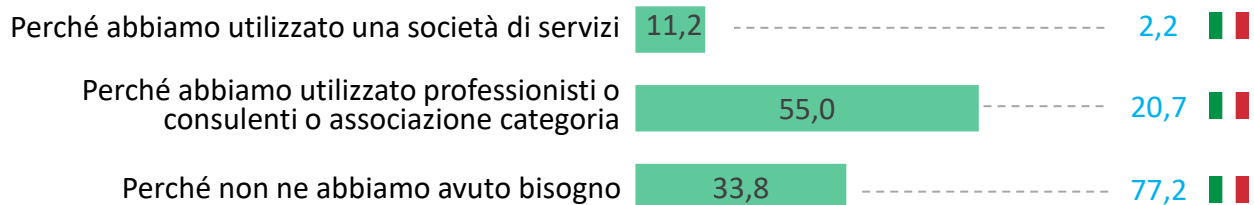
Un'analisi per *settore* e *dimensione aziendale* fa emergere la predilezione delle aziende più piccole (*zero addetti*) e di quelle dei *servizi* per la *visita personale allo sportello* (rispettivamente 29,0% e 28,9%). Le imprese più strutturate (≥ 10 addetti) fanno riscontrare invece un utilizzo delle piattaforme online più alto delle altre: 50,7%.

Frequenza di contatto

Con quale frequenza nel corso dell'ultimo anno lei o i suoi collaboratori avete avuto rapporti con la Camera di Commercio? (%)



Come mai non ha avuto rapporti? (%)

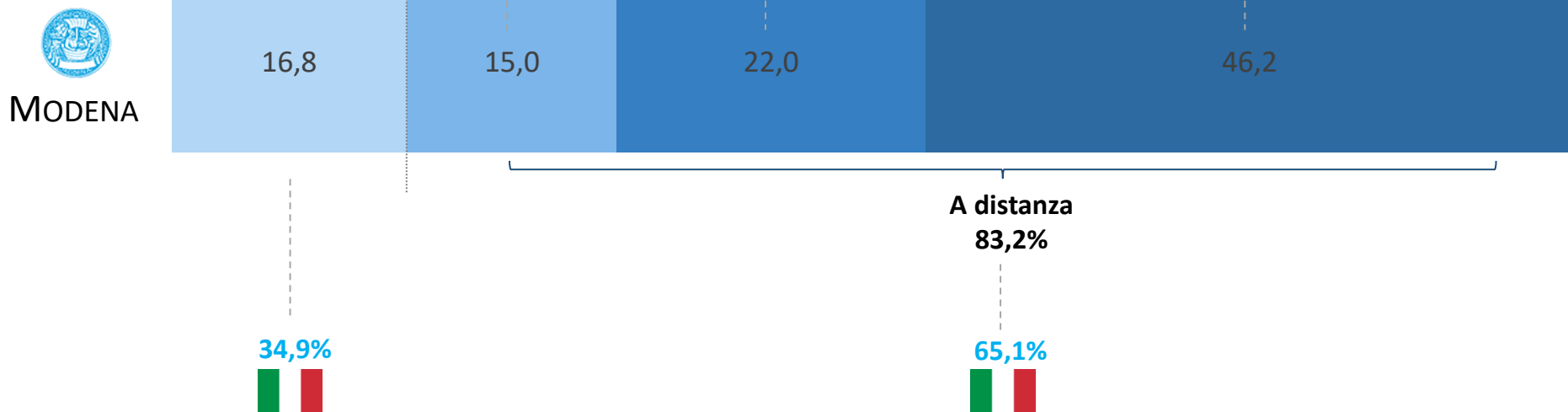


Base: Intervistati che non hanno avuto rapporti con la CCAA (301)

Modalità di contatto

In prevalenza con quale modalità è entrato in contatto con la Camera di Commercio nell'ultimo anno? (%)

- Prevalentemente di persona, direttamente presso gli uffici della Camera di Commercio
- Prevalentemente a distanza, attraverso il telefono / call center
- Prevalentemente a distanza, attraverso e-mail e il sito della Camera di Commercio
- Prevalentemente a distanza, tramite piattaforme online



Base: Intervistati che hanno avuto rapporti con la CCIAA (402)

Modalità di contatto: analisi parametrica

Quale evoluzione ha avuto l'operatività aziendale a causa dell'emergenza sanitaria? (%)

MACRO-SETTORI	Prevalentemente di persona, direttamente presso gli uffici della Camera di Commercio	Prevalentemente a distanza, attraverso il telefono / call center	Prevalentemente a distanza, attraverso e-mail e il sito della Camera di Commercio	Prevalentemente a distanza, tramite piattaforme online
Agricoltura	6,9	44,7	3,1	45,2
Manifattura/Industria	20,8	9,8	21,6	47,9
Commercio	3,9	4,1	30,3	61,6
Servizi	28,9	7,8	27,3	36,0

DIMENSIONE IMPRESA	Prevalentemente di persona, direttamente presso gli uffici della Camera di Commercio	Prevalentemente a distanza, attraverso il telefono / call center	Prevalentemente a distanza, attraverso e-mail e il sito della Camera di Commercio	Prevalentemente a distanza, tramite piattaforme online
0 addetti	29,0	15,1	14,2	41,7
1-9 addetti	14,9	14,6	23,8	46,7
≥10 addetti	10,6	17,6	21,1	50,7

Conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi erogati

Principali evidenze

La conoscenza e l'utilizzo dei servizi

I servizi maggiormente conosciuti a Modena (da più del 40% del campione) sono: il *Registro delle imprese e servizio qualifiche professionali* (79,4%), i *Servizi specifici per la digitalizzazione* (77,5%), le *Pratiche ambientali varie* (45,7%) e i servizi di *Transizione dalla scuola al mondo del lavoro* (42,5%). Emergono differenze significative nella conoscenza di questi quattro servizi con il resto d'Italia: il *Registro delle imprese* e la *Transizione dalla scuola al mondo del lavoro* risultano meno conosciuti, mentre i *Servizi specifici per la digitalizzazione* e le *Pratiche ambientali varie* sono significativamente più conosciuti.

La «coda» della graduatoria della conoscenza è formata dai *Servizi di assistenza all'export* (13,4%), dalla *Metrologia legale* (12,2%) e dai *Servizi di composizione delle controversie* (10,8%).

Nell'ultimo anno, l'utilizzo dei *Servizi specifici per la digitalizzazione* ha superato, anche se di misura, l'utilizzo del *Registro delle imprese* (49,4% vs 47,8%); emerge a Modena, molto più che nel resto d'Italia, l'utilizzo del servizio di *Pratiche ambientali varie* (22,6% vs Italia: 7,0%).

Il livello di soddisfazione dei servizi

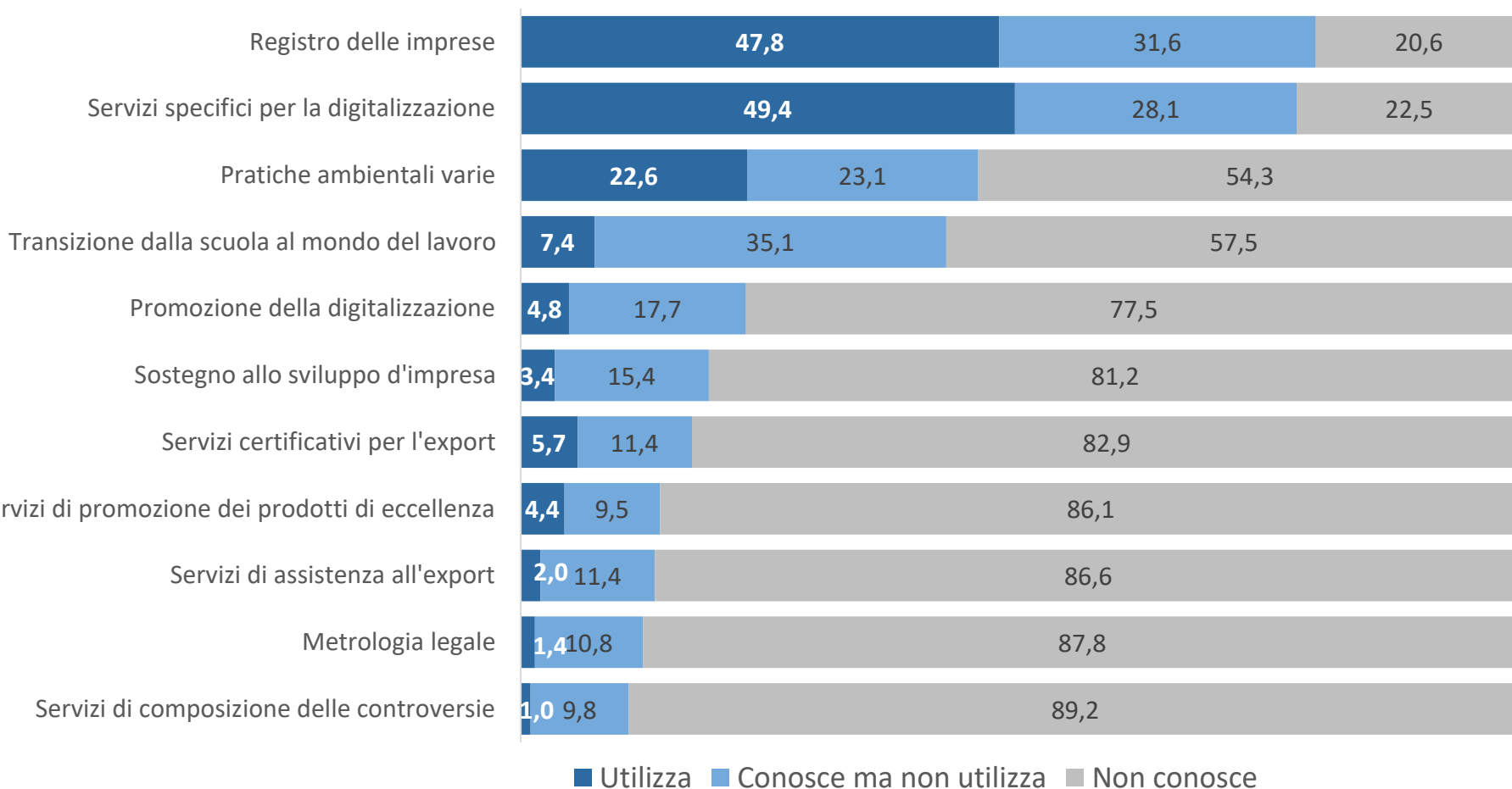
La soddisfazione delle imprese di Modena rispetto ai servizi utilizzati è molto alta. Analogamente al livello nazionale, le imprese soddisfatte risultano sempre più del 90% per ogni servizio analizzato, eccetto che in due casi: la *Promozione della digitalizzazione* (72,7% vs Italia: 93,7%) e i *Servizi certificativi per l'export* (84,2% vs Italia: 94,5%), in compenso la *Transizione dalla scuola al mondo del lavoro* raccoglie una soddisfazione più alta a Modena che nel resto d'Italia (96,7% vs Italia: 84,9%).

Si evidenzia che per alcuni servizi, la base campionaria è stata troppo bassa per poter formulare delle conclusioni, per completezza di informazione i risultati sono ugualmente espressi ma sono da considerare alla stregua di indicazioni qualitative.



Conoscenza e utilizzo dei servizi: quadro di sintesi

Quale dei seguenti servizi offerti dalla Camera di Commercio CONOSCE ?
Quali UTILIZZA ? (%)



Base: Totale campione (703)





Conoscenza e utilizzo dei servizi: ranking e benchmark

CONOSCENZA

Valori %



Quali dei seguenti servizi
offerti dalla Camera di
Commercio CONOSCE ?

Rank	Servizio	 MODENA	
1°	Registro delle imprese	79,4	94,9
2°	Servizi specifici per la digitalizzazione	77,5	62,8
3°	Pratiche ambientali varie	45,7	25,2
4°	Transizione dalla scuola al mondo del lavoro	42,5	61,5
5°	Promozione della digitalizzazione	22,5	31,8
6°	Sostegno allo sviluppo d'impresa	18,8	26,2
7°	Servizi certificativi per l'export	17,1	25,0
8°	Servizi di promozione dei prodotti di eccellenza	13,9	nd
9°	Servizi di assistenza all'export	13,4	22,5
10°	Metrologia legale	12,2	14,4
11°	Servizi di composizione delle controversie	10,8	26,1

UTILIZZO

Valori %

Quali dei seguenti servizi
offerti dalla Camera di
Commercio
UTILIZZA ?

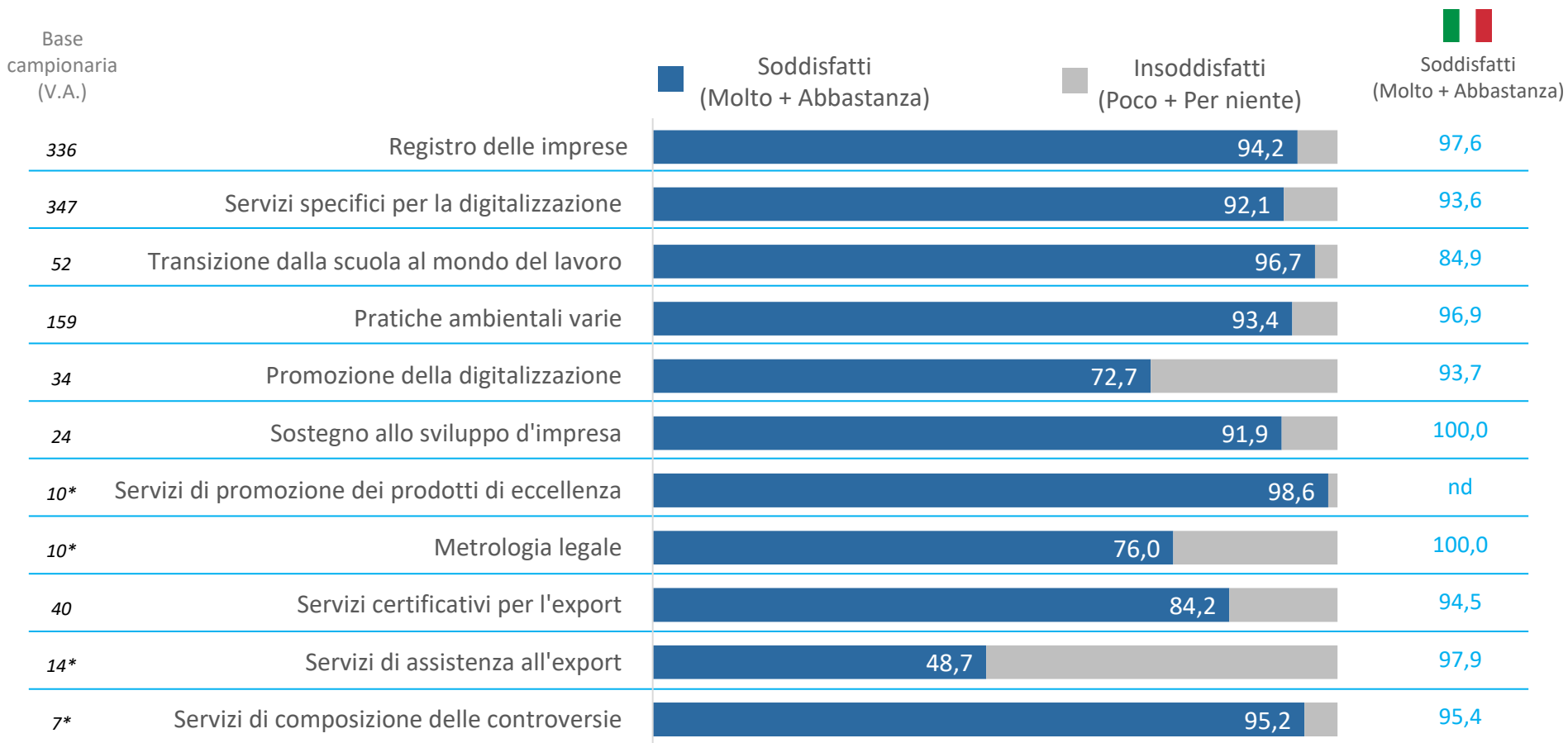
Rank	Servizio	 MODENA	
1°	Servizi specifici per la digitalizzazione	49,4	39,0
2°	Registro delle imprese	47,8	74,5
3°	Pratiche ambientali varie	22,6	7,0
4°	Transizione dalla scuola al mondo del lavoro	7,4	7,9
5°	Servizi certificativi per l'export	5,7	5,6
6°	Promozione della digitalizzazione	4,8	9,7
7°	Servizi di promozione dei prodotti di eccellenza	4,4	nd
8°	Sostegno allo sviluppo d'impresa	3,4	3,2
9°	Servizi di assistenza all'export	2,0	5,3
10°	Metrologia legale	1,4	2,1
11°	Servizi di composizione delle controversie	1,0	3,9

Base: Totale campione (703)



Valutazione dei servizi utilizzati

Complessivamente, quanto è soddisfatto dei servizi da lei utilizzati? (%)



*Base campione troppo bassa per poter considerare statisticamente significativi i risultati.

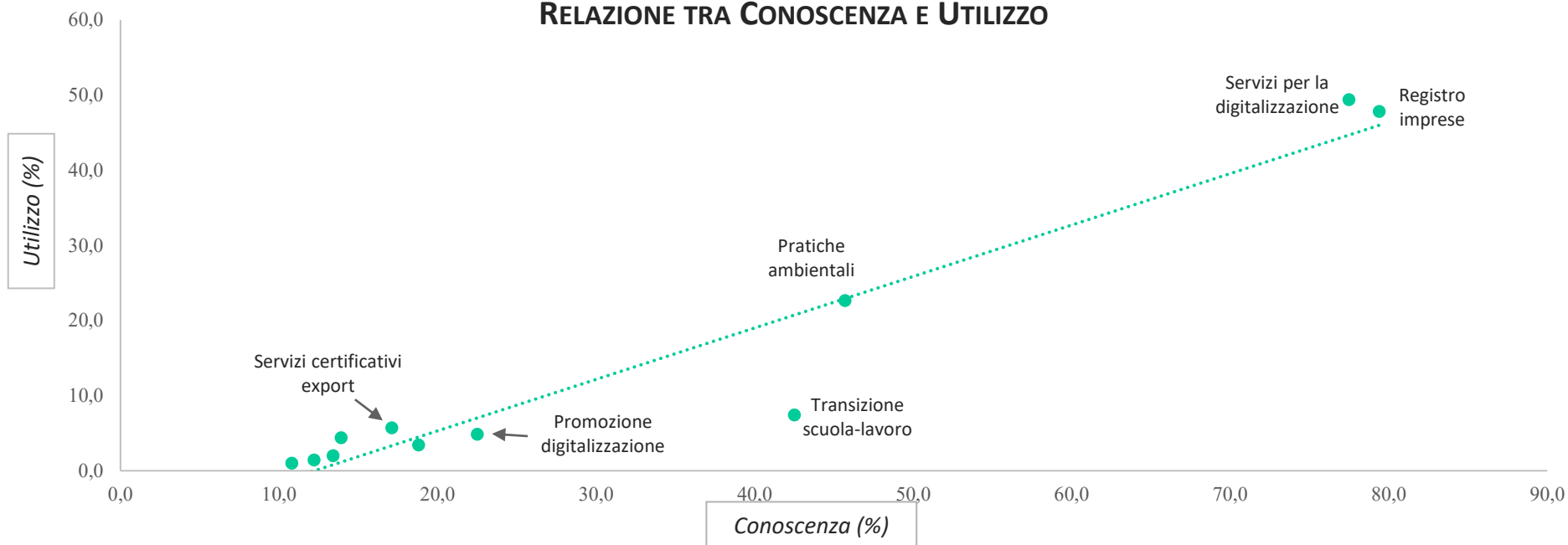
Base: intervistati che hanno utilizzato il servizio



Relazione tra *conoscenza* e *utilizzo* dei servizi

Il rapporto tra conoscenza e utilizzo risulta quasi perfettamente correlato ($\rho: 0,96$). L'unica significativa eccezione è rappresentata dal servizio di *Transizione dalla scuola al mondo del lavoro* che, anche se molto conosciuto, è relativamente poco utilizzato. I servizi di gran lunga più conosciuti e anche più utilizzati sono i *Servizi per la digitalizzazione* e il *Registro delle imprese e servizio qualifiche professionali*.

RELAZIONE TRA CONOSCENZA E UTILIZZO



NOTA DI LETTURA: I servizi che si trovano sopra la linea di tendenza sono più utilizzati di quanto il loro livello di conoscenza lasci prevedere. Al contrario, i servizi sotto la linea di tendenza, hanno un utilizzo relativamente basso rispetto a quanto sono conosciuti. Ad es. i Servizi certificativi per l'export sono più utilizzati di quanto la loro conoscenza lascerebbe prevedere, al contrario dei Servizi di promozione alla digitalizzazione che infatti si trovano al di sotto della linea di tendenza.

Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi

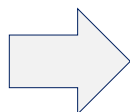
Registro delle imprese

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

79,4%

94,9%

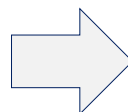


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

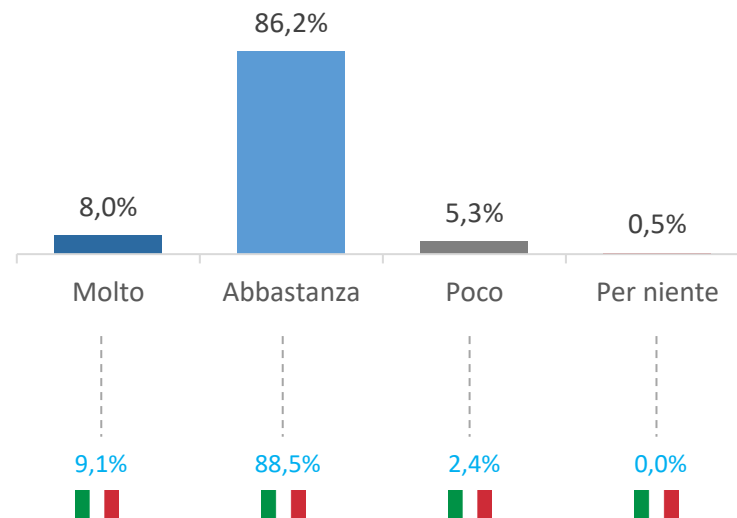
47,8%

74,5%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (336)



Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi

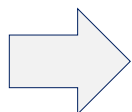
Servizi specifici per la digitalizzazione

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

77,5%

62,8%

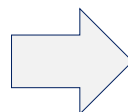


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

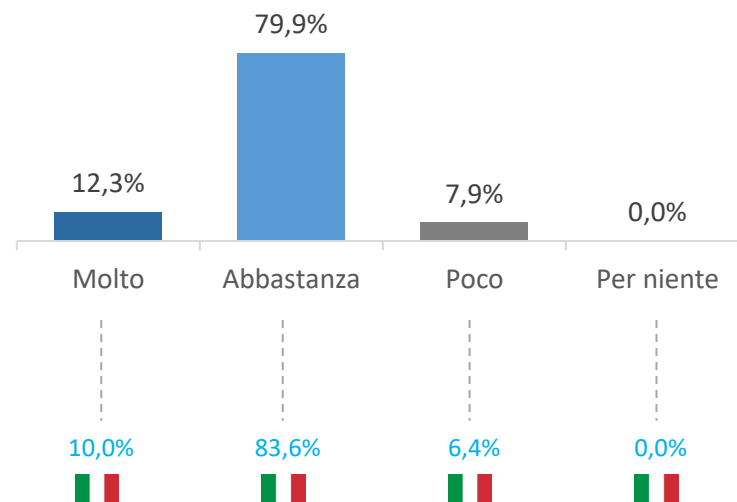
49,4%

39,0%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (347)



Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi

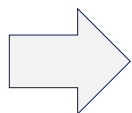
Transizione dalla scuola al mondo del lavoro

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

42,5%

61,5%

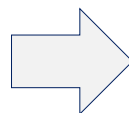


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

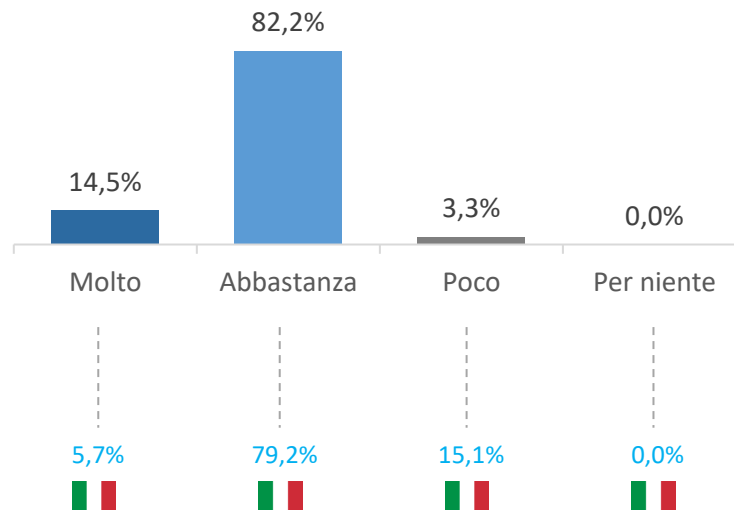
7,4%

7,9%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (52)



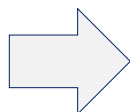
Pratiche ambientali varie

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

45,7%

25,2%

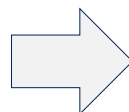


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

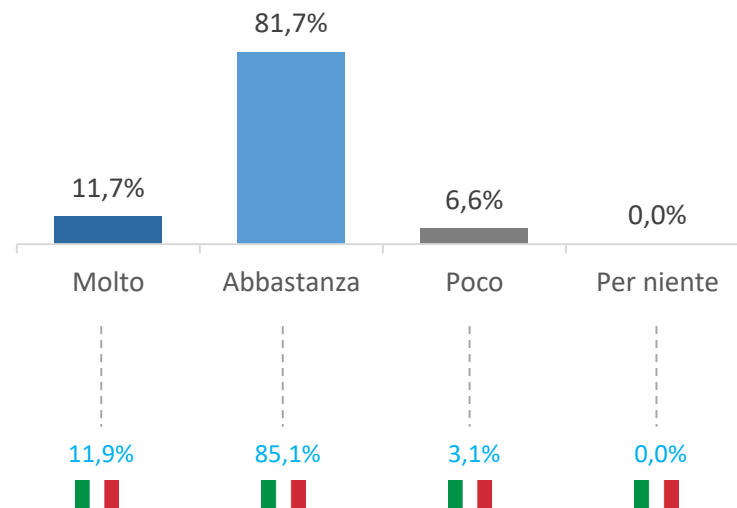
22,6%

7,0%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (159)



Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi

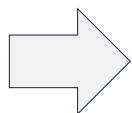
Promozione della digitalizzazione

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

22,5%

31,8%

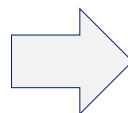


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

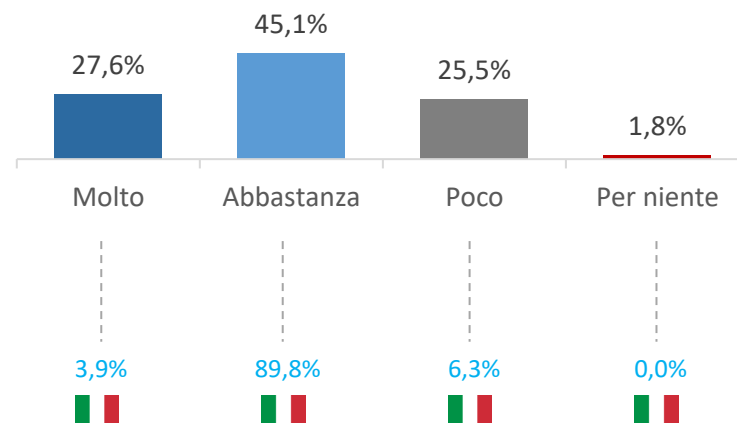
4,8%

9,7%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (34)



Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi

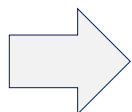
Sostegno allo sviluppo di impresa

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

18,8%

26,2%

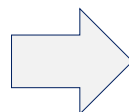


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

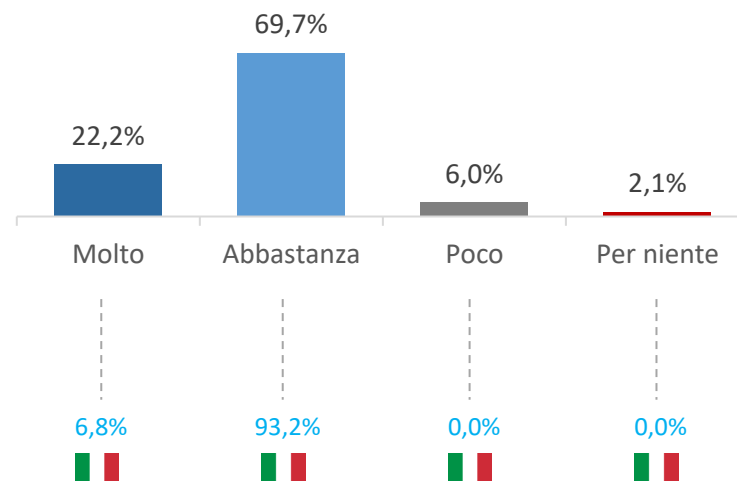
3,4%

3,2%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (24)

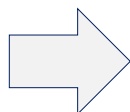


Servizi di promozione dei prodotti di eccellenza

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

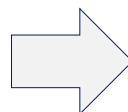
13,9%



UTILIZZO

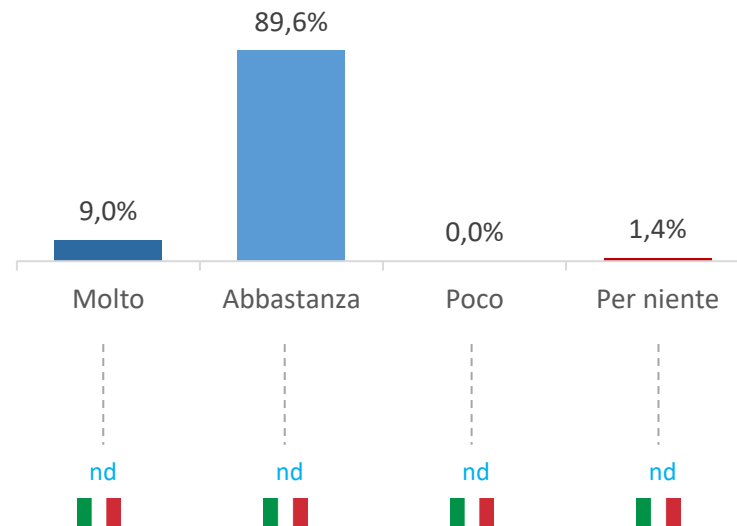
Base: Totale campione (703)

4,4%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (10*)



*Base campione troppo bassa per poter considerare statisticamente significativi i risultati.

Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi

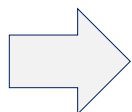
Metrologia legale

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

12,2%

14,4%

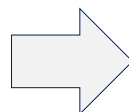


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

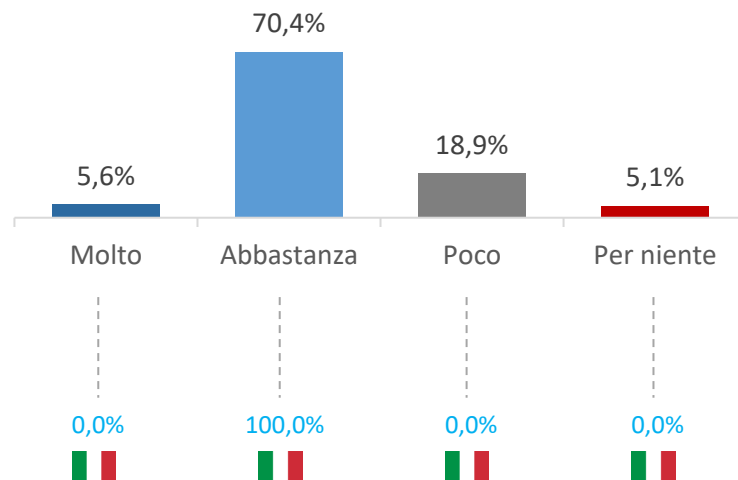
1,4%

2,1%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (10*)



*Base campione troppo bassa per poter considerare statisticamente significativi i risultati.

Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi

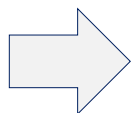
Servizi certificativi per l'export

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

17,1%

25,0%

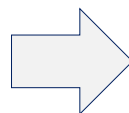


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

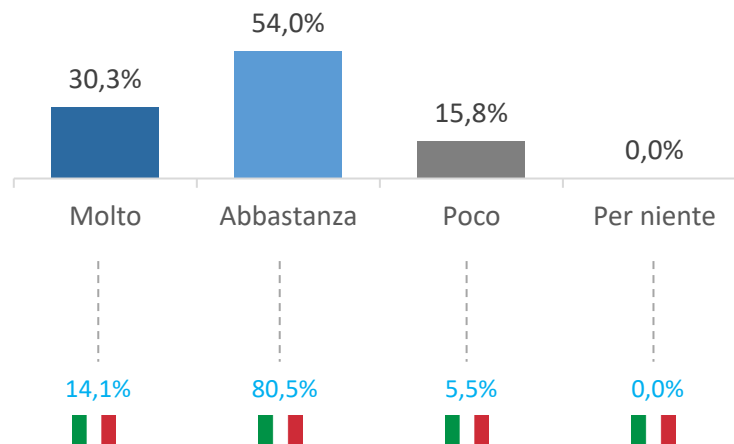
5,7%

5,6%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (40)



Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi

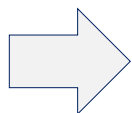
Servizi di assistenza all'export

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

13,4%

22,5%

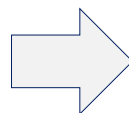


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

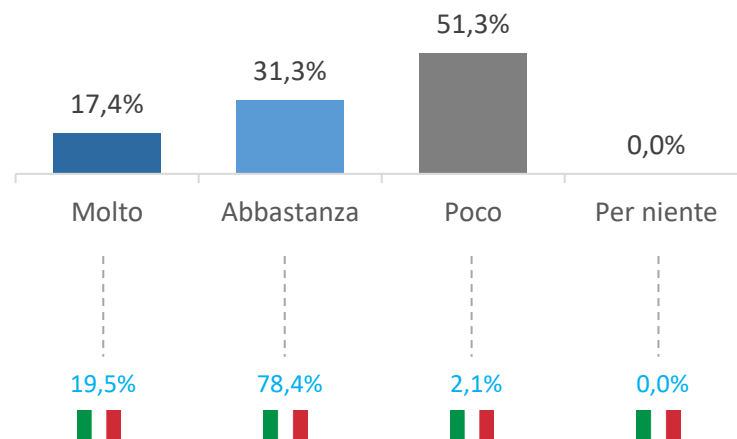
2,0%

5,3%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (14*)



*Base campione troppo bassa per poter considerare statisticamente significativi i risultati.

Dettaglio conoscenza, utilizzo e valutazione dei servizi

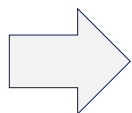
Servizi di composizione delle controversie

CONOSCENZA

Base: Totale campione (703)

10,8%

26,1%

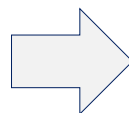


UTILIZZO

Base: Totale campione (703)

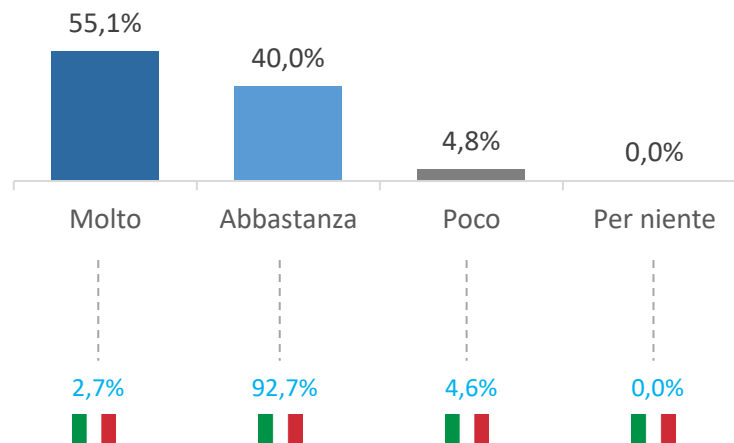
1,0%

3,9%



SODDISFAZIONE

Base: imprese che utilizzano il servizio (7*)

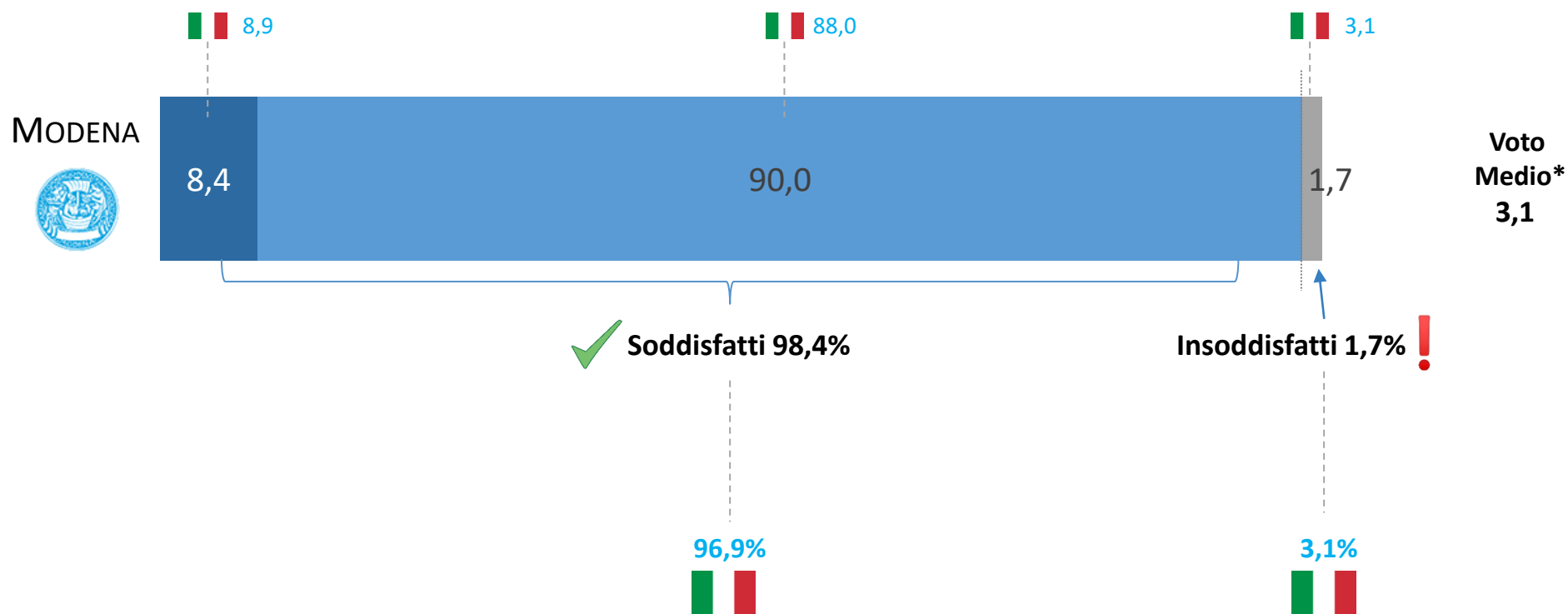


*Base campione troppo bassa per poter considerare statisticamente significativi i risultati.

Soddisfazione generale sui servizi utilizzati: benchmark

In generale, quanto si ritiene soddisfatto dei suddetti servizi offerti dalla Camera di commercio?

■ Molto ■ Abbastanza ■ Poco ■ Per niente



* Calcolato in base alla seguente attribuzione numerica:
«per niente» = 1 ; «poco» = 2 ; «abbastanza» = 3 ; «molto» = 4

Base: imprese che hanno utilizzato almeno due servizi (313)



Soddisfazione generale sui servizi utilizzati: analisi parametrica

In generale, quanto si ritiene soddisfatto dei suddetti servizi offerti dalla Camera di commercio?

MACRO-SETTORI	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Voto medio*
Agricoltura	0,5	97,9	1,6	0,0	2,99
Manifattura/Industria	16,8	81,8	1,5	0,0	3,15
Commercio	9,3	89,0	1,8	0,0	3,08
Servizi	9,6	88,5	1,9	0,0	3,08

DIMENSIONE IMPRESA	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Voto medio*
0 addetti	6,3	92,5	1,2	0,0	3,05
1-9 addetti	8,6	89,0	2,3	0,0	3,06
≥10 addetti	9,8	89,5	0,7	0,0	3,09

* Calcolato in base alla seguente attribuzione numerica: «per niente» = 1 ; «poco» = 2 ; «abbastanza» = 3 ; «molto» = 4



Interazione con il personale



La soddisfazione delle imprese che si relazionano con la Camera di Commercio è stata misurata non solo rispetto alle modalità di contatto e ai singoli servizi utilizzati nell'ultimo anno, ma anche relativamente all'interazione con il personale dell'Ente, sia su specifici aspetti che nel suo complesso. Già a livello nazionale si era riscontrata una soddisfazione molto alta verso gli aspetti relazionali con le Camere, livello di soddisfazione che si conferma molto alto anche a Modena e, per quanto riguarda i *Tempi di realizzazione delle attività* addirittura più alto (96,2% vs Italia: 91,5%).

La valutazione complessiva delle imprese di Modena verso il personale della Camera di Commercio è quindi decisamente positiva: il 7,3% si dichiara «molto soddisfatto» dell'interazione con il personale, il 91,3% si dichiara «soddisfatto» e solo l'1,4% di imprese si ritiene «poco soddisfatto» (in Italia questo dato è pari a 2,4%). *Nessuna impresa* tra quelle intervistate* si dichiara «per niente» soddisfatta.

Tra gli aspetti di relazione con il personale, la *Cortesìa e rispetto verso l'utente* è quella che raccoglie i risultati più lusinghieri, con il 36,2% di «molto soddisfatti» e il 61,6% di «soddisfatti».

*NOTA METODOLOGICA

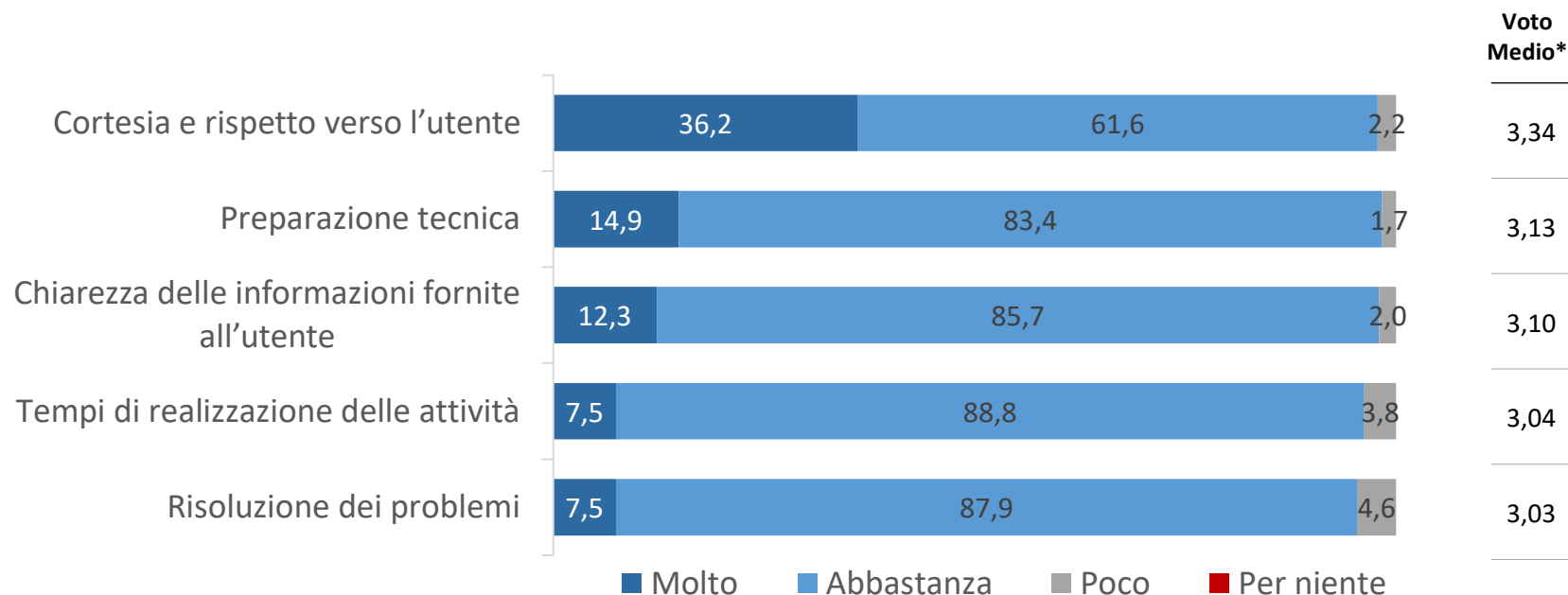
Il perimetro di questo specifico ambito di indagine è stato circoscritto alle sole imprese che:

-  abbiano utilizzato nell'ultimo anno almeno un servizio tra quelli monitorati
-  siano venute a contatto con il personale dell'Ente, di persona (presso gli uffici della CCIAA) o tramite telefono/call center.

Pertanto sono stati esclusi da questo sub-campione, le imprese che non hanno utilizzato alcun servizio o le cui interazioni con la CCIAA sono state limitate ad un contatto via email, tramite sito istituzionale o piattaforma online.

Soddisfazione su aspetti relativi all'interazione con il personale

Nelle occasioni in cui è entrato in contatto con il personale della Camera di commercio, in che misura si ritiene soddisfatto relativamente ai seguenti aspetti? (%)



* Calcolato in base alla seguente attribuzione numerica: «per niente» = 1 ; «poco» = 2 ; «abbastanza» = 3 ; «molto» = 4

Base: intervistati che hanno interagito con il personale della CCIAA (di persona o al telefono) n=120

Soddisfazione su aspetti relativi all'interazione con il personale: analisi parametrica

Complessivamente, in che misura si ritiene soddisfatto dell'interazione con il personale della Camera di commercio? (%)

MACRO-SETTORI	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Voto medio*
Agricoltura	0,0	99,0	1,0	0,0	2,99
Manifattura/Industria	14,0	86,0	0,0	0,0	3,14
Commercio	19,3	75,2	5,5	0,0	3,14
Servizi	8,9	89,5	1,6	0,0	3,07

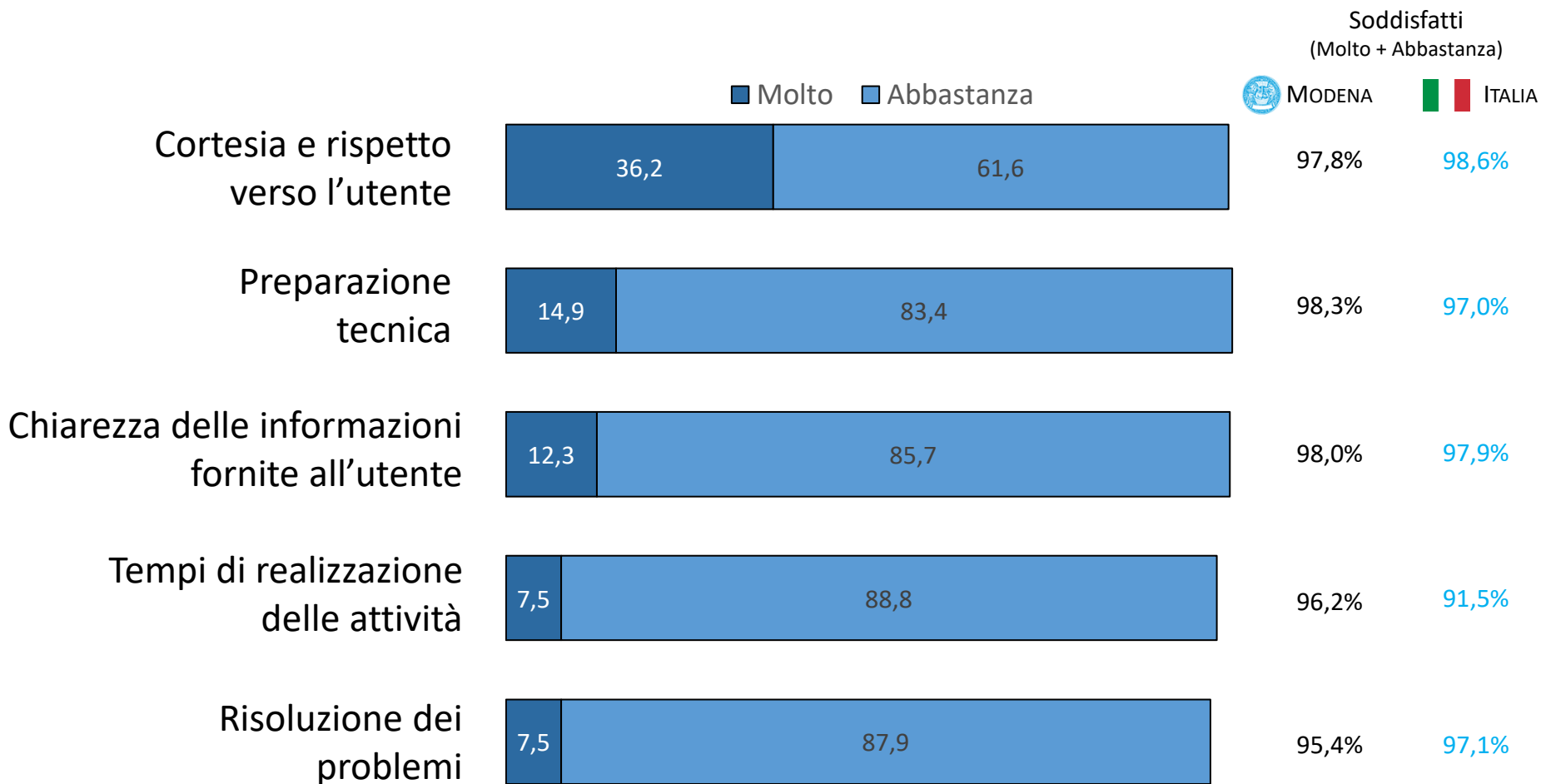
DIMENSIONE IMPRESA	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Voto medio*
0 addetti	0,9	99,1	0,0	0,0	3,01
1-9 addetti	8,4	89,6	2,0	0,0	3,06
≥10 addetti	16,7	83,3	0,0	0,0	3,17

* Calcolato in base alla seguente attribuzione numerica: «per niente» = 1 ; «poco» = 2 ; «abbastanza» = 3 ; «molto» = 4



Soddisfazione su aspetti relativi all'interazione con il personale: benchmark

Nelle occasioni in cui è entrato in contatto con il personale della Camera di commercio, in che misura si ritiene soddisfatto relativamente ai seguenti aspetti? (%)

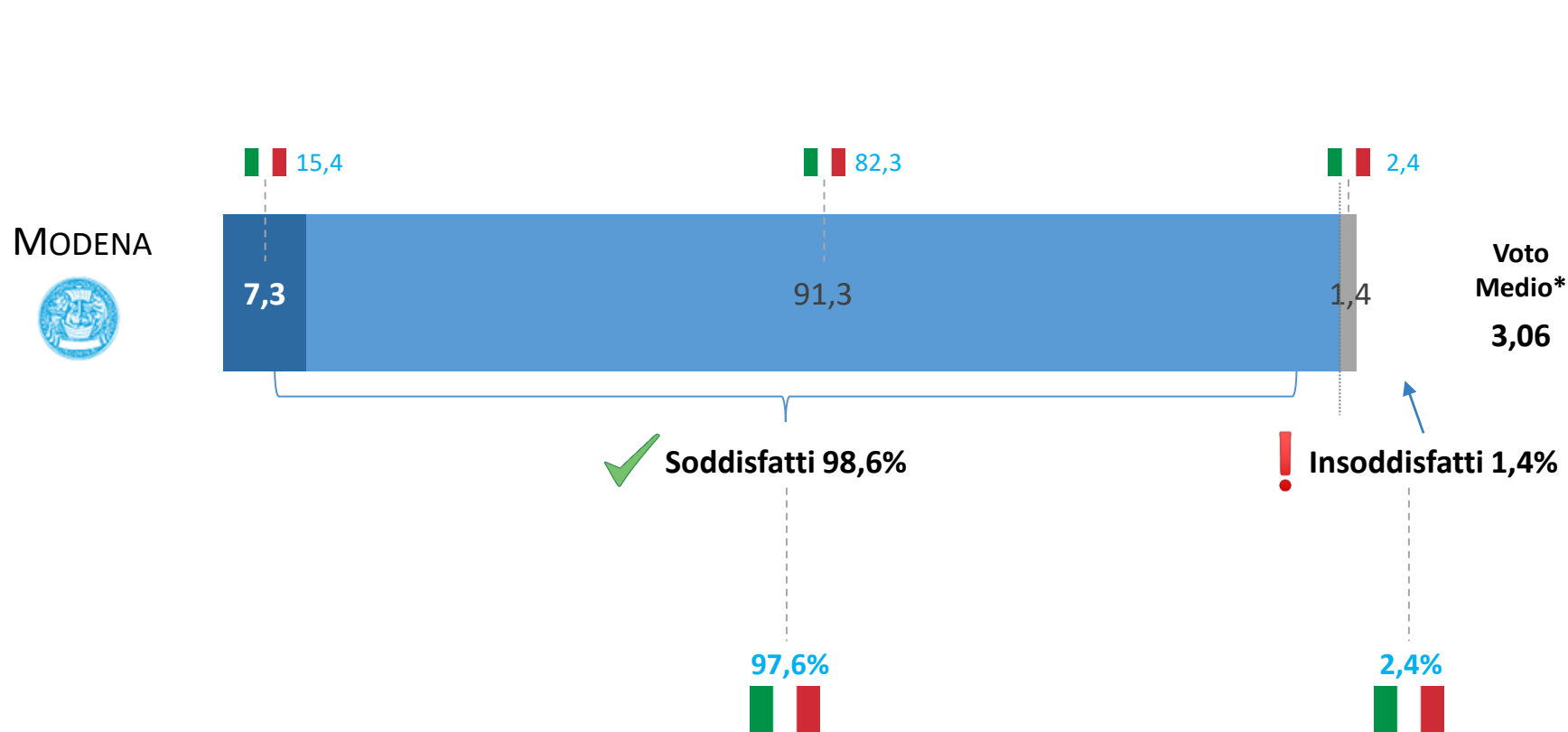


Base: intervistati che hanno interagito con il personale della CCIAA (di persona o al telefono) (120)



Soddisfazione su aspetti relativi all'interazione con il personale: benchmark

Complessivamente, in che misura si ritiene soddisfatto dell'interazione con il personale della Camera di commercio? (%)



Base: intervistati che hanno interagito con il personale della CCIAA (di persona o al telefono) (120)

Servizi on-line offerti dalle CCIAA

Principali evidenze

Conoscenza e utilizzo dei servizi online

I servizi online più conosciuti e utilizzati sono: il *Calcolo diritto annuale* (conoscenza: 41,3%; utilizzo: 19,0%), il *Rinnovo firma digitale* (39,1%; 23,9%), i *Pagamenti online* (34,9%; 16,6%) e i *Depositi e istanze registro imprese* (31,3%; 18,4%).

I servizi online meno conosciuti e meno utilizzati sono invece: i *Certificati di origine* (conoscenza: 12,7%; utilizzo: 3,2%) e le *Procedure di mediazione e conciliazione* (7,3%; 1,5%).

Vantaggi e svantaggi dei servizi online

La *Rapidità* è il vantaggio più grande riscontrato dalle imprese di Modena che hanno utilizzato i servizi online (77,0%), seguito a distanza dalla *Multicanalità* (25,7%) e dalla *Asincronicità* (8,0%). Stesso ordine di importanza ravvisato a livello nazionale, anche se con valori significativamente più alti per quanto riguarda la *Rapidità* (Italia: 54,2%) e più bassi per quanto riguarda gli altri due aspetti: *Multicanalità* (Italia: 44,2%) e dalla *Asincronicità* (24,9%).

Un numero non trascurabile di imprese di Modena (14,6%) afferma di non aver ravvisato alcun vantaggio nell'utilizzare i servizi online (Italia: 9,3%).

Interrogate sugli svantaggi riscontrati, il 47,2% delle imprese ha indicato l'*Impersonalità* (Italia: 7,9%), poche le imprese che citano l'*Onerosità* intesa come complessità delle procedure o poca usabilità dell'interfaccia (6,8% vs Italia: 6,4%) e il *Digital Divide* (5,8% vs Italia: 3,0%), cioè dall'indisponibilità della tecnologia o della connettività necessaria in azienda per utilizzare adeguatamente il servizio online.

Rispetto al livello nazionale sono molte meno le imprese che non rilevano alcuno svantaggio nell'utilizzo dei servizi online: 45,5% vs Italia 83,3%.

Conoscenza e utilizzo dei servizi on-line: ranking

CONOSCENZA

Valori %

Quali dei seguenti servizi
on-line offerti dalla
Camera di Commercio
CONOSCE ?

Rank	Servizio	%
1°	Calcolo diritto annuale	41,3
2°	Rinnovo firma digitale	39,1
3°	Pagamenti on line	34,9
4°	Depositi e istanze registro imprese	31,3
5°	Libri digitali	24,6
6°	Richiesta contributi	16,0
7°	Certificati di origine (richiesta di rilascio)	12,7
8°	Procedure di mediazione e conciliazione	7,3

UTILIZZO

Valori %

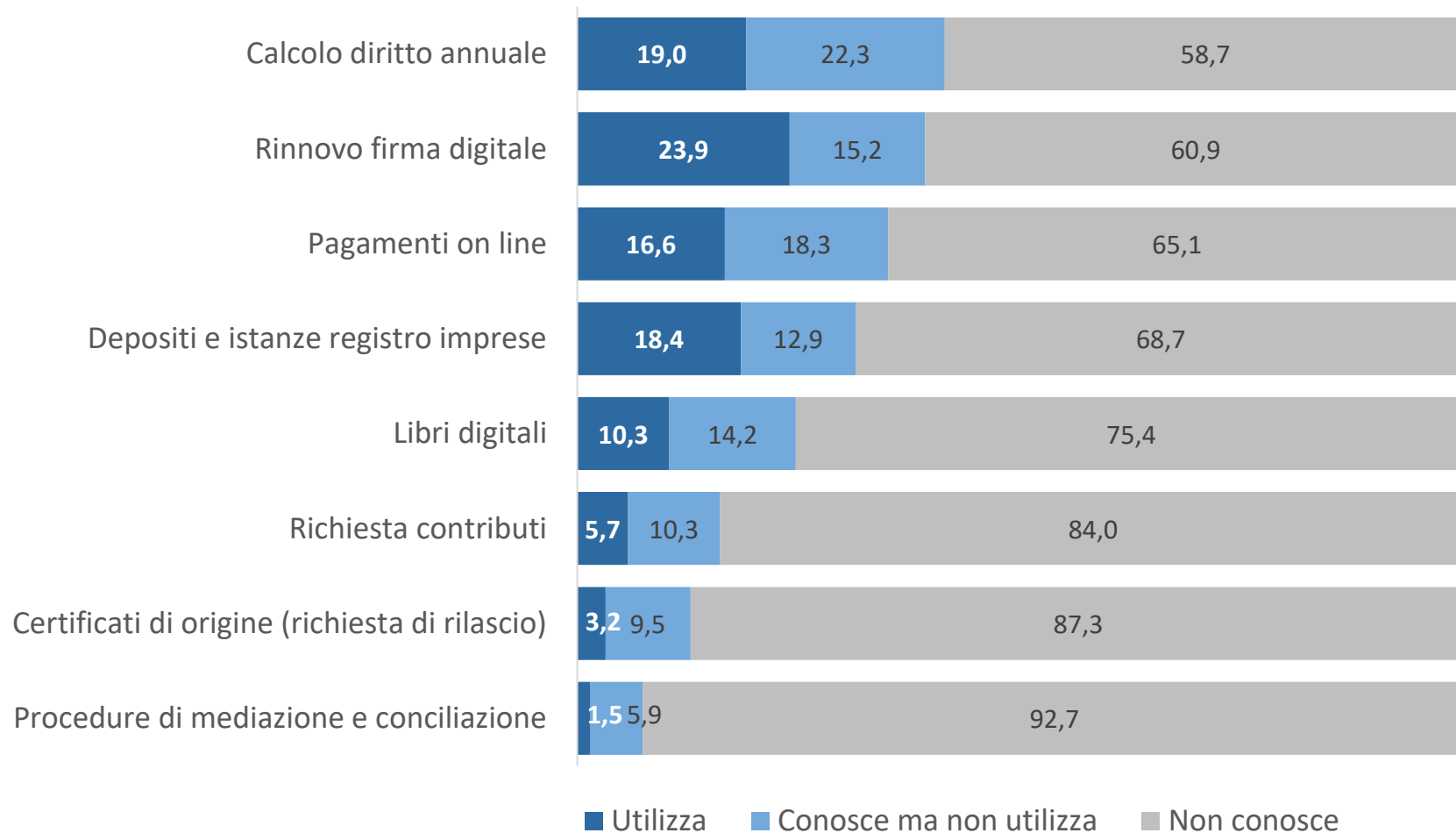
Quali dei seguenti servizi
on-line offerti dalla
Camera di Commercio
UTILIZZA ?

Rank	Servizio	%
1°	Rinnovo firma digitale	23,9
2°	Calcolo diritto annuale	19,0
3°	Depositi e istanze registro imprese	18,4
4°	Pagamenti on line	16,6
5°	Libri digitali	10,3
6°	Richiesta contributi	5,7
7°	Certificati di origine (richiesta di rilascio)	3,2
8°	Procedure di mediazione e conciliazione	1,5

Base: Totale campione (703)



Conoscenza e utilizzo dei servizi on-line: visione d'insieme



Base: Totale campione (703)

Servizi on-line: vantaggi e svantaggi percepiti



VANTAGGI



MODENA



ITALIA

RAPIDITÀ

(possibilità di effettuare le operazioni in meno tempo)

77,0%

54,2%

MULTICANALITÀ

(possibilità di accedere ai servizi con diversi strumenti come PC, Smartphone, Tablet)

25,7%

44,2%

ASINCRONICITÀ

(possibilità di accedere ai servizi in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo. Assenza dei vincoli di orario degli sportelli fisici)

8,0%

24,9%

NESSUN VANTAGGIO

14,6%

9,3%



SVANTAGGI



MODENA



ITALIA

IMPERSONALITÀ

(impossibilità di interloquire con un operatore in caso di necessità interpretative sulle procedure e/o pratiche)

47,2%

7,9%

ONEROSITÀ

(complessità delle procedure, poca usabilità dei software e delle interfacce)

6,8%

6,4%

DIGITAL DIVIDE

(necessità di tecnologia e connettività adeguate, non sempre disponibile presso la mia azienda)

5,8%

3,0%

NESSUNO SVANTAGGIO

45,5%

83,3%

Testo domanda: In base alla sua esperienza, quali vantaggi ha riscontrato?

Testo domanda: Quali eventuali svantaggi ha riscontrato?

Base: Imprese che hanno utilizzato almeno un servizio online (348)



KPI di qualità percepita

Principali evidenze

In questa sezione si analizza il rapporto delle imprese con la CCIAA in un'ottica prospettica. Da un lato si chiede se ritengono migliorata la qualità dei servizi offerti dalla CCIAA nell'ultimo anno rispetto all'anno precedente e, dall'altro lato, si chiede quanto è probabile che l'anno prossimo continuino a rivolgersi all'Ente e la propensione a promuovere la Camera di Commercio a loro amici e colleghi.

Qualità dei servizi in miglioramento

La maggioranza delle imprese (73,0%) ritiene che la qualità dei servizi offerti dalla Camera di Commercio sia rimasta sostanzialmente invariata, tuttavia, tra chi invece segnala un cambiamento, quelle che apprezzano un miglioramento sono in numero nettamente superiore alle imprese che ravvisano un peggioramento (24,1% vs 1,8%), ne deriva un Indice di Periodo* (IDP) molto positivo (+22,3), l'IDP riscontrato a livello nazionale è risultato significativamente più basso (+12,2). A livello settoriale, l'IDP più alto a Modena si è registrato tra le imprese della *Manifattura/Industria* (+37,1) e il più basso nel settore *agricolo* (+4,0).

Più di nove imprese su dieci si rivolgeranno ancora alla CCIAA

Il 96,5% delle imprese di Modena pensa di utilizzare in futuro i servizi offerti dalla Camera di commercio (il 22,0% ne è fermamente convinto), al contrario, le imprese che *prevedono* di non usufruirne sono complessivamente il 3,4% (solo lo 0,2% è *sicura* di non usufruirne). Questo dato è leggermente superiore a quello nazionale dove il 92,6% delle imprese pensa di utilizzare in futuro la CCIAA (lo 0,7% è invece sicura di non usufruirne più).

L'indice di Riutilizzo** (IDR) di Modena è estremamente basso, pari allo 0,2%, valore quindi lontanissimo dalla soglia di attenzione (3% in base alle linee guida redatte da Unioncamere), tale valore rimane molto basso in tutti i settori e in ogni dimensione di impresa.

Il Camera Promoter Score è positivo in tutte le categorie di imprese, anche se nel settore dei Servizi rasenta lo zero

La probabilità che gli intervistati consiglino ad amici e colleghi di rivolgersi alla CCIAA come Ente in grado di rispondere alle loro esigenze (laddove non vi siano obblighi di legge) è abbastanza alta, il Camera Promoter Score*** è infatti pari a +13,4, valore comunque più basso rispetto a quello nazionale (pari a +25,1). A far abbassare il CPS di Modena sono principalmente le imprese dei *Servizi* (0,1), mentre le imprese *agricole* (26,7) e *manifatturiere/industriali* (24,5) presentano valori di CPS allineati a quello del resto d'Italia. Il valore di CPS più alto si trova tra le imprese più grandi (≥ 10 addetti) di Modena dove raggiunge il valore record di +63,3.

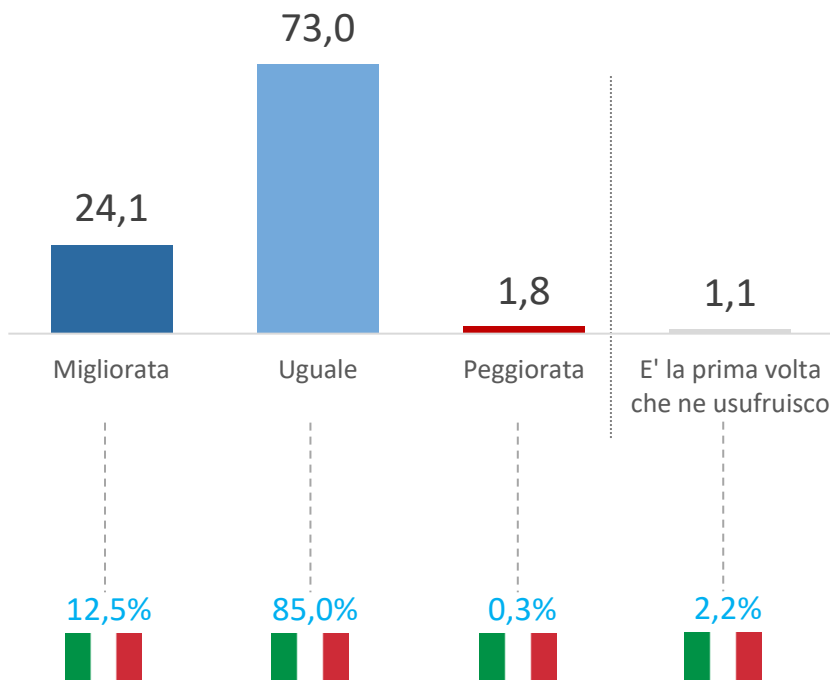
* Calcolato come differenza tra la percentuale di chi rileva un miglioramento del servizio e di chi, viceversa, un peggioramento


** Corrisponde alla percentuale di imprese che si dicono certe di non utilizzare i servizi della CCIAA in futuro

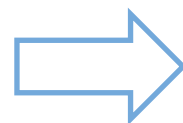
*** Calcolato come differenza tra chi esprime un voto compreso tra 8 e 10 e chi esprime un voto compreso tra 0 e 5

IDP – Indice di periodo

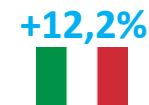
Se aveva già utilizzato in passato i servizi della Camera di Commercio, ritiene che la qualità della prestazione offerta sia.. (%)



 **NOTA DI LETTURA:** Questo valore indica che coloro che ritengono che la qualità sia «migliorata», per la CCIAA di Modena, superano di 22,3 punti percentuali coloro che invece ravvisano un peggioramento



Indice di Periodo*
+22,3%



Base: Imprese che hanno utilizzato almeno un servizio (496)

* Calcolato come differenza tra la percentuale di chi rileva un miglioramento del servizio e di chi, viceversa, un peggioramento

IDP – Indice di periodo: analisi parametrica

Se aveva già utilizzato in passato i servizi della Camera di Commercio, ritiene che la qualità della prestazione offerta sia.. (%)

MACRO-SETTORI	Migliorata	Uguale	Peggiorata	E' la prima volta che ne usufruisco	IDP*
Agricoltura	5,4	92,7	1,4	0,5	+4,0
Manifattura/Industria	41,2	52,9	4,1	1,9	+37,1
Commercio	22,2	76,0	0,6	1,1	+21,6
Servizi	25,5	72,1	1,5	0,9	+24,0

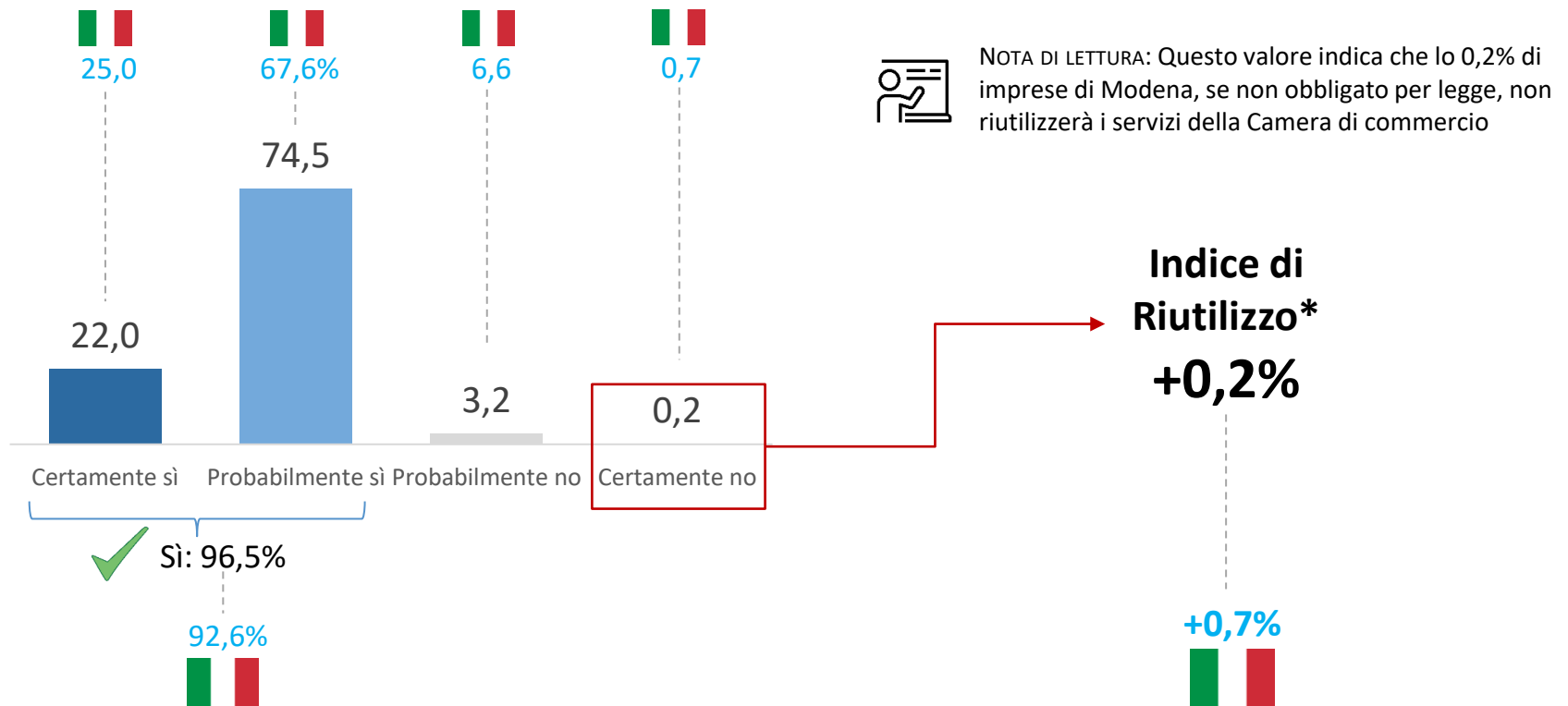
DIMENSIONE IMPRESA	Migliorata	Uguale	Peggiorata	E' la prima volta che ne usufruisco	IDP*
0 addetti	29,8	65,2	3,2	1,7	+26,6
1-9 addetti	21,7	75,5	1,8	1,0	+19,9
≥10 addetti	25,8	73,6	0,0	0,6	+25,8

* Calcolato come differenza tra la percentuale di chi rileva un miglioramento del servizio e di chi, viceversa, un peggioramento



IDR – Indice di riutilizzo

Farebbe nuovamente ricorso ai servizi, ove non obbligato per legge, o parteciperebbe alle iniziative della Camera di commercio? (%)



Base: Imprese che hanno utilizzato almeno un servizio (496)

* Corrisponde alla percentuale di imprese che, se non obbligate per legge, si dicono certe di non utilizzare i servizi delle CCIAA in futuro



IDR – Indice di riutilizzo: analisi parametrica

Farebbe nuovamente ricorso ai servizi, ove non obbligato per legge, o parteciperebbe alle iniziative della Camera di commercio? (%)

MACRO-SETTORI	Certamente sì	Probabilmente sì	Probabilmente no	Certamente no	IDR*
Agricoltura	38,1	61,0	0,9	0,0	0,0
Manifattura/Industria	28,0	69,3	2,7	0,0	0,0
Commercio	15,2	82,1	2,6	0,0	0,0
Servizi	14,0	80,5	5,1	0,5	0,5

DIMENSIONE IMPRESA	Certamente sì	Probabilmente sì	Probabilmente no	Certamente no	IDR*
0 addetti	15,7	79,1	5,3	0,0	0,0
1-9 addetti	14,7	82,0	3,1	0,3	0,3
≥10 addetti	59,5	39,3	1,2	0,0	0,0

* Corrisponde alla percentuale di imprese che, se non obbligate per legge, si dicono certe di non utilizzare i servizi delle CCIAA in futuro



CPS – Camera Promoter Score

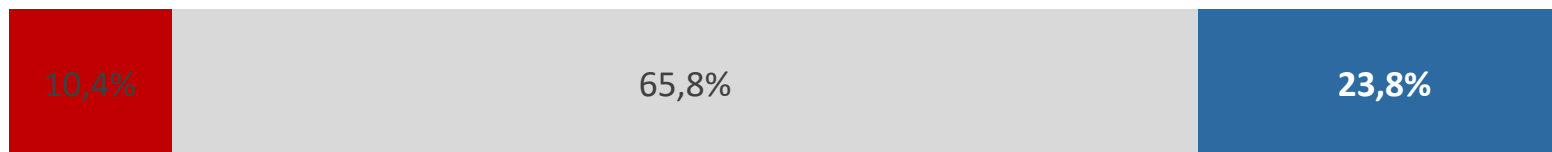
Quanto è probabile che lei consigli a amici e colleghi di rivolgersi alla Camera di Commercio come Ente in grado di rispondere alle loro esigenze, laddove non vi siano obblighi di legge?

(Scala da 0 “improbabile” a 10 “molto probabile” e 5 posizione neutra, %, totale campione)

Detrattori (0-5)

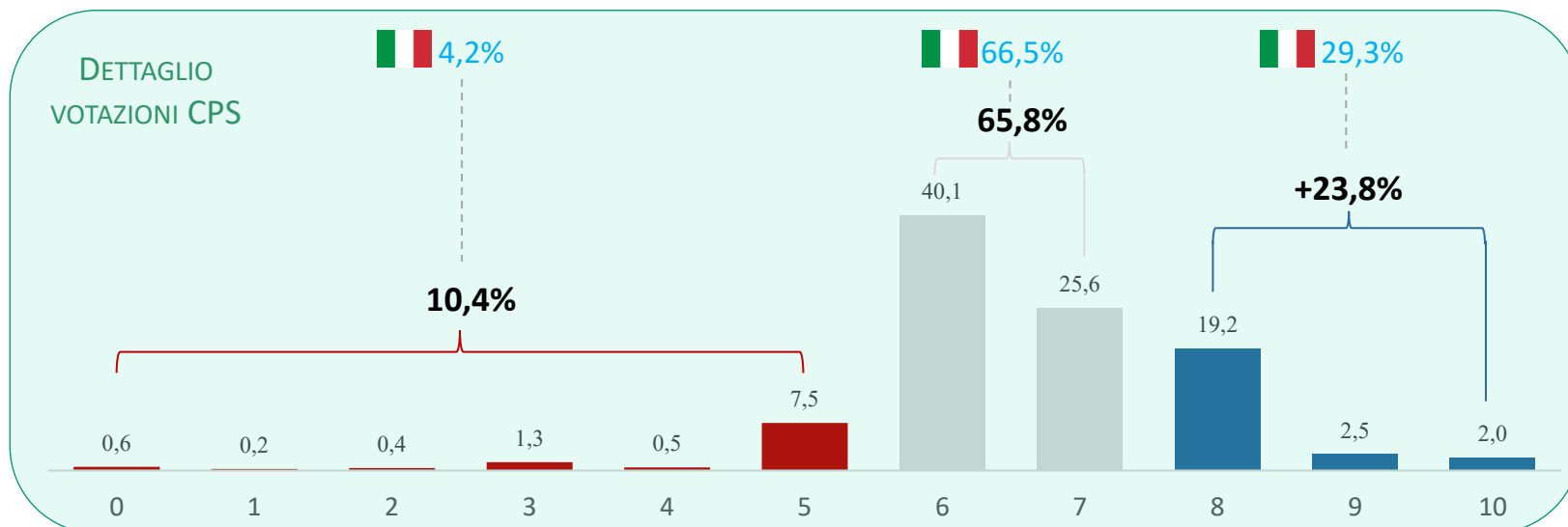
Neutrali (6-7)

Promotori (8-10)



CPS*
+13,4

+25,1%



Base:
Totale campione
(703)

*NOTA DI LETTURA: Il Camera Promoter Score (CPS) indica il tasso di passaparola positivo. Se il 23,8% delle imprese di Modena raccomanderebbe la CCAA e solo il 10,4% non lo farebbe, allora il tasso di passaparola positivo è pari a +13,4. Corrisponde alla differenza tra le imprese che consiglierebbero la CCAA («promotori») e le imprese che invece non la consiglierebbero («detrattori»)



CPS – Camera Promoter Score: analisi parametrica

Quanto è probabile che lei consigli a amici e colleghi di rivolgersi alla Camera di Commercio come Ente in grado di rispondere alle loro esigenze, laddove non vi siano obblighi di legge?

(Scala da 0 “improbabile” a 10 “molto probabile”, %, totale campione)

MACRO-SETTORI	Promotori	Neutrali	Detrattori	CPS*
Agricoltura	28,8	69,1	2,1	26,7
Manifattura/Industria	28,4	67,7	3,9	24,5
Commercio	25,1	61,5	13,4	11,7
Servizi	17,4	65,3	17,3	0,1

DIMENSIONE IMPRESA	Promotori	Neutrali	Detrattori	CPS*
0 addetti	25,3	63,6	11,1	14,2
1-9 addetti	17,1	71,3	11,6	5,5
≥10 addetti	65,1	33,1	1,8	63,3

*Corrisponde alla differenza tra le imprese che consiglierebbero la CCIAA («promotori») e le imprese che invece non la consiglierebbero («detrattori»)



Profilo degli intervistati e metodologia

Il profilo degli intervistati

	V.A.	%
TOTALE INTERVISTE	703	100%

SETTORE ECONOMICO	V.A.	%
Agricoltura	61	8,7%
Minerali/Energia	3	0,4%
Manifatturiero/Industria	108	15,4%
Costruzioni	121	17,2%
Commercio	147	20,9%
Alloggio e ristorazione	40	5,7%
Servizi alle persone o alle imprese	211	30,0%
Altro settore	12	1,7%
Totale	703	100,0%

CLASSE DI ADDETTI	V.A.	%
Nessun addetto	112	15,9%
Da 1 a 9 addetti	473	67,3%
10-49 addetti	101	14,4%
≥50 addetti	17	2,4%
Totale	703	100,0%

FORMA GIURIDICA	V.A.	%
Società di Capitale	366	52,1%
Società di Persone	246	35,0%
Imprese Individuali	63	9,0%
Altre Forme	28	4,0%
Totale	703	100,0%

La numerosità campionaria è stata fissata in funzione delle linee guida di Unioncamere.

I risultati sono stati riportati all'universo delle imprese iscritte alle CCIAA di riferimento mediante un sistema di pesi che considera il settore economico, la forma giuridica e la classe di addetti delle imprese.

Obiettivi e metodologia

L'obiettivo generale dell'indagine è quello di **misurare il livello di Customer Satisfaction espresso dalle imprese e dagli stakeholder nei confronti dei servizi offerti dalle Camera di Commercio.**

Nello specifico, l'indagine è indirizzata a soddisfare le seguenti esigenze informative:

- Frequenza e modalità di contatto con la Camera di Commercio di riferimento
- Soddisfazione complessiva sui servizi erogati
- Conoscenza, utilizzo e soddisfazione su servizi specifici
- Giudizio su aspetti relativi all'interazione con il personale della CCIAA
- Valutazione del trend sulla qualità del servizio
- Propensione all'utilizzo in futuro e Camera Promoter Score (CPS)



Target

Imprese iscritte nel Registro della CCIAA di Modena



Numerosità Campionaria

703 Interviste complete



Periodo di rilevazione

24 settembre - 13 ottobre 2020



Tecniche di rilevazione

Interviste C.A.T.I. (telefoniche) e C.A.W.I (piattaforma web) su database nominativi estratti da lista delle imprese iscritte alla CCIAA di riferimento