



**Camera di Commercio Industria
Artigianato e Agricoltura Bergamo**

Al servizio dei valori bergamaschi

**INDAGINE DIRETTA SULLA
PERCEZIONE DELLA QUALITÀ
DEL SERVIZIO PROMOZIONE
ALL'ESTERO DELLA CAMERA DI
COMMERCIO I.A.A.
DI BERGAMO**

MARZO 2003

24121 BERGAMO - LARGO BELOTTI, 16 - TEL 035/4225.363 - FAX 035/270.141-
e-mail: urp@bg.camcom.it

Sommario

Compendio dei risultati	1
Ufficio Commercio con l'estero	3
1. Frequenza di utilizzo dei servizi offerti dall'ufficio per il Commercio con l'Estero	4
2. Modalità di contatto con l'ufficio	5
3. Strumenti di comunicazione proposti dagli interessati	6
4. Utilizzo degli uffici distaccati	7
5. Valutazione della funzionalità degli uffici	8
6. Osservazioni e suggerimenti	11
Ufficio Internazionalizzazione	12
1. La qualità dei servizi offerti dall'Ufficio Internazionalizzazione	13
2. Modalità di contatto con gli uffici	16
3. Strumenti di comunicazione proposti dagli interessati	17
4. Valutazione della funzionalità degli uffici	18
5. Osservazioni e suggerimenti	21
Appendice 1: note metodologiche	22

Compendio dei risultati

La Camera di Commercio sta attuando un programma di *monitoring* periodico della soddisfazione dell'utenza esterna e interna.

Questa è la seconda indagine realizzata ed ha l'obiettivo di valutare le attese e percezioni relative al servizio di Promozione all'estero.

L'indagine è stata suddivisa in due ricerche: una per i servizi istituzionali offerti dall'ufficio Commercio con l'Estero, la seconda sulle attività svolte dall'ufficio Promozione all'estero.

Nel primo caso sono stati interpellati gli utenti che hanno avuto accesso ai servizi in un certo arco di tempo, nel secondo è stata contattata la totalità degli utenti già registrati in una apposita *mailing list* dell'ufficio, con l'invio postale dei questionari ai singoli indirizzi.

I questionari ritirati agli sportelli dell'ufficio Commercio con l'estero sono stati circa 500 e i questionari spediti sono stati 550 per l'ufficio Internazionalizzazione e Promozione delle imprese all'estero.

I questionari restituiti sono stati 99 per l'ufficio per il Commercio con l'estero e 113 per l'ufficio Internazionalizzazione e Promozione delle imprese all'estero, con una percentuale di risposta del 19,8% nel primo caso e del 20,54% nel secondo.

Si riportano, in sintesi, le principali indicazioni emerse dalla elaborazione dei questionari delle due indagini.

Dai dati emerge un'immagine complessivamente positiva dell'attività svolta dai due uffici. Viene però confermato un aspetto emerso anche nella precedente indagine del 2002: la conoscenza dei servizi di carattere promozionale non è ancora diffusa quanto si vorrebbe e questo aspetto incide in modo rilevante sui dati.

- Per l'ufficio Commercio con l'Estero, di carattere istituzionale, è stata valutata, oltre che la frequenza di utilizzo dei servizi, anche la funzionalità degli stessi.
- Per quanto riguarda i servizi promozionali all'estero offerti dall'ufficio Internazionalizzazione, la qualità è giudicata *buona* dal 21,01% degli intervistati e *accettabile* per il 21,53%, per l'Euro Info Centre il giudizio è *buono* per il 24,94% e *accettabile* per il 30,68%.
- Gli uffici decentrati di Treviglio e Albino risultano scarsamente utilizzati.
- In entrambe le indagini punti di forza sono la competenza e la cortesia del personale, per le quali viene espressa elevata soddisfazione.
- Dalle risposte fornite alle domande "aperte" emergono aspettative per un maggior sostegno alle imprese e per un maggior coordinamento dell'attività degli enti, oltre che l'esigenza di maggior chiarezza nelle procedure.
- In entrambe le indagini emerge l'esigenza di maggior informazione e maggiori contatti con l'ente a vario titolo. *E-mail* e *internet* sono gli strumenti più richiesti e giudicati più efficaci vista la necessità delle imprese di ricevere informazioni tempestive e personalizzate, di conoscere tutte le opportunità offerte in termini di agevolazioni economiche e di *e-government*.

Il dato su cui pare utile soffermare l'attenzione, anche per programmare eventuali azioni di miglioramento, è la rilevante percentuale di aziende che dichiarano di non conoscere i servizi dell'Ufficio Internazionalizzazione e Promozione delle imprese all'estero e questo

nonostante il questionario fosse stato inviato ad una *mailing list* esistente presso l'ufficio sulla base di contatti con le ditte medesime.

Potrebbe quindi essere utile promuovere azioni di *marketing* per favorire una maggiore conoscenza dei servizi offerti.

Nelle pagine seguenti si fornisce un commento più dettagliato sulle risposte fornite alle singole domande.

Nel presente rapporto non sono riprese tutte le elaborazioni ma solo quelle generali. Quelle particolari sono state considerate solo nel caso in cui si sono registrati scostamenti significativi rispetto al dato medio.

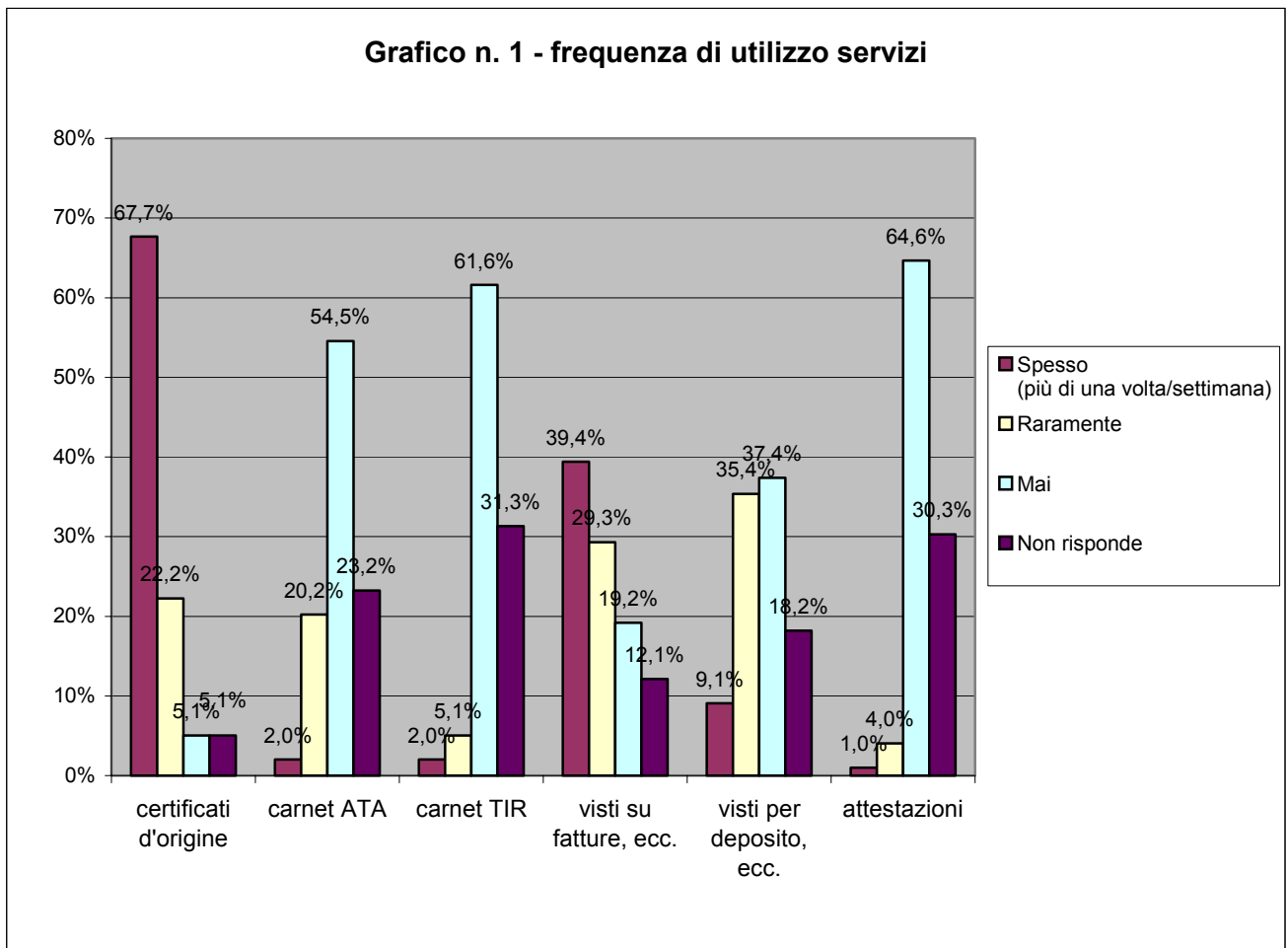
INDAGINE
UFFICIO COMMERCIO CON L'ESTERO

Frequenza di utilizzo dei servizi offerti dall'ufficio per il Commercio con l'Estero

La ricerca iniziava con la seguente domanda:

Domanda 1 – Con che frequenza utilizza i seguenti servizi?

I valori del grafico n. 1 evidenziano la frequenza di utilizzo delle diverse attività offerte agli sportelli.



I servizi meno utilizzati risultano le “attestazioni di libera vendita”, mentre quelli più usati sono i “certificati di origine”.

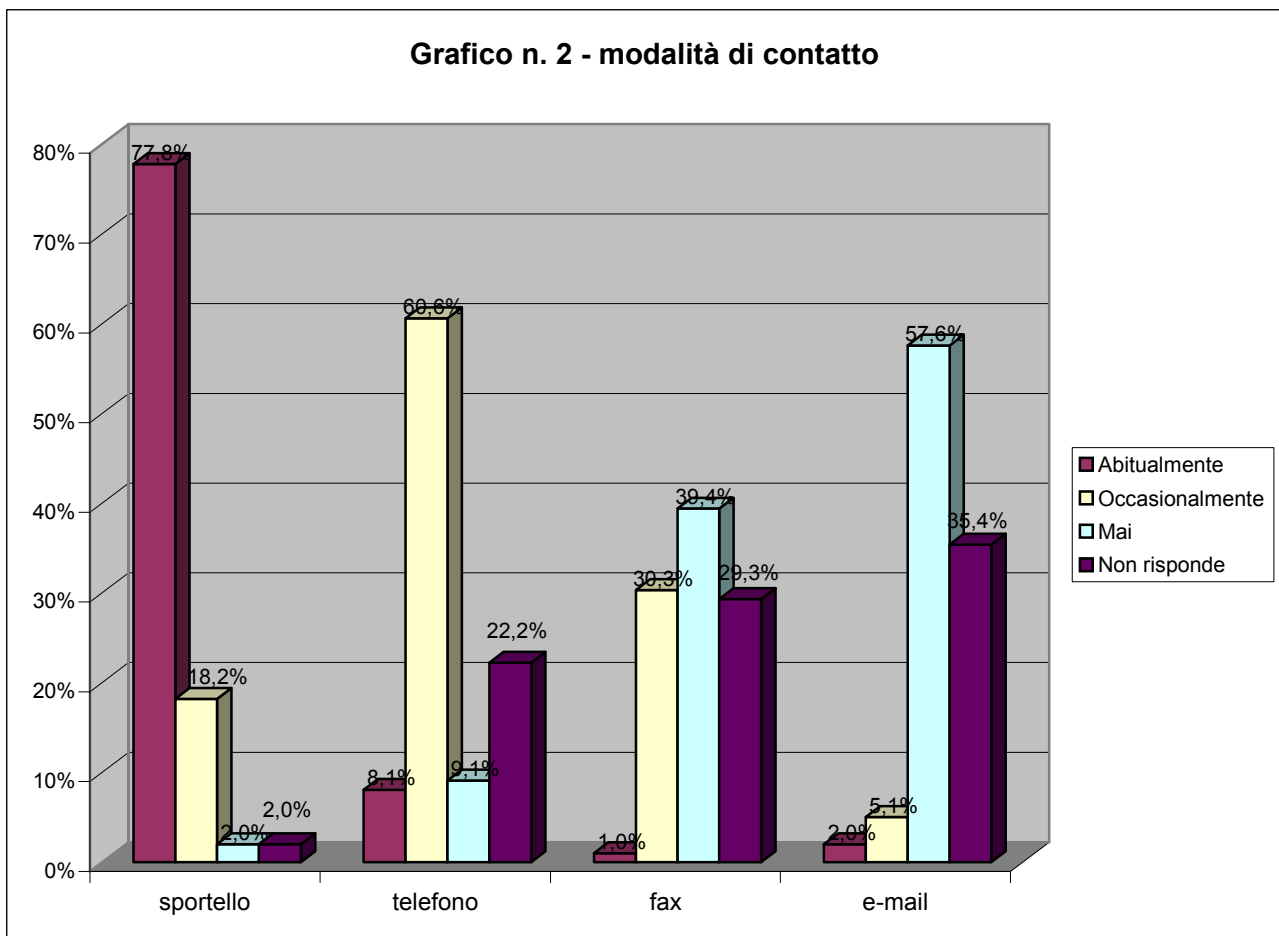
Rispetto a questi valori medi, la disaggregazione dei risultati per dimensione di impresa non evidenzia scostamenti significativi.

Modalità di contatto con l'ufficio

Domanda 2 – In che modo entra in contatto con l'ufficio?

La modalità di contatto più utilizzata è lo sportello; non si evidenziano scostamenti significativi per le diverse dimensioni dell'impresa.

Poco usati i contatti via e-mail, per i quali emerge però l'esigenza di sviluppo per il futuro (vedi domanda successiva).

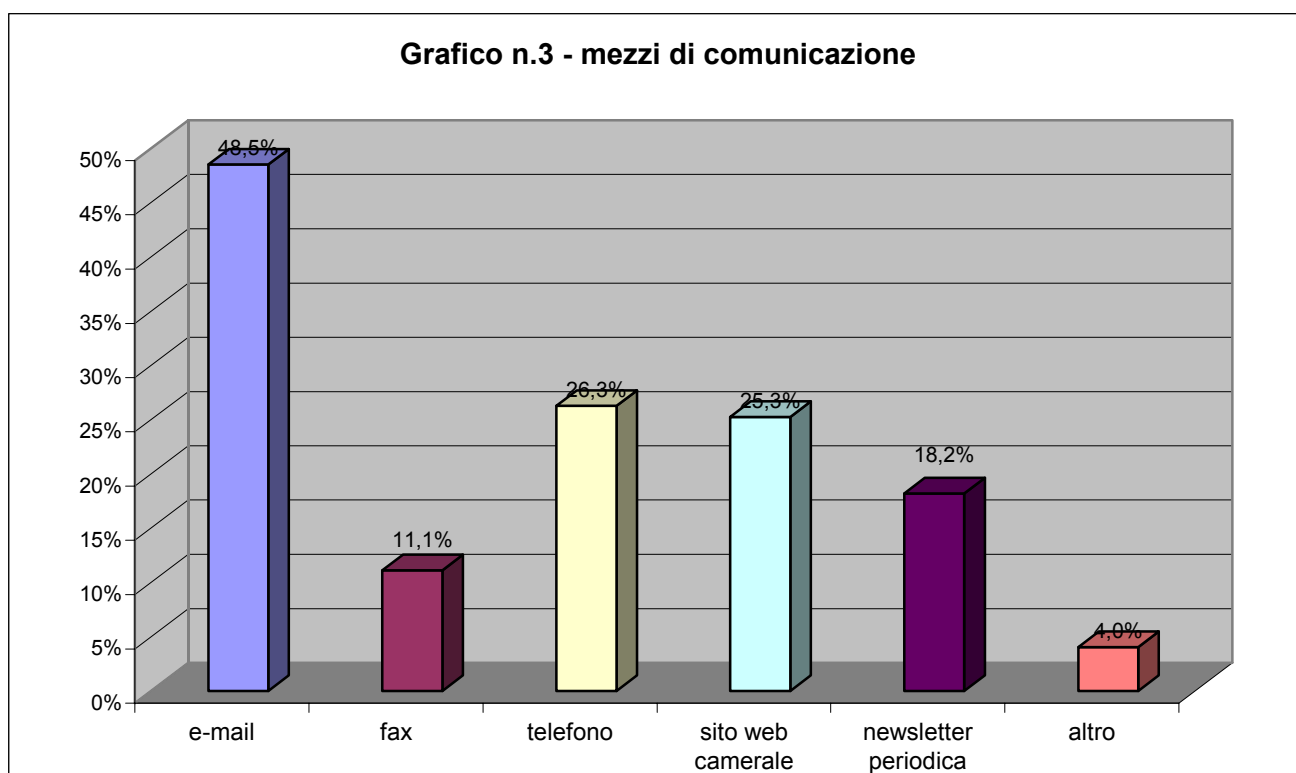


Strumenti di comunicazione proposti dagli intervistati

Domanda 3 – Quali mezzi di comunicazione ritiene che l'ufficio debba maggiormente sviluppare in futuro? (max 3 risposte).

Come si vede dal Grafico n. 3, il mezzo di comunicazione di cui si richiede maggiormente lo sviluppo è il contatto tramite e-mail.

Tra coloro che hanno evidenziato l'esigenza di ulteriori mezzi di comunicazione (4,04%), solo un intervistato ha precisato che sarebbe necessaria la disponibilità della modulistica sul sito internet camerale.

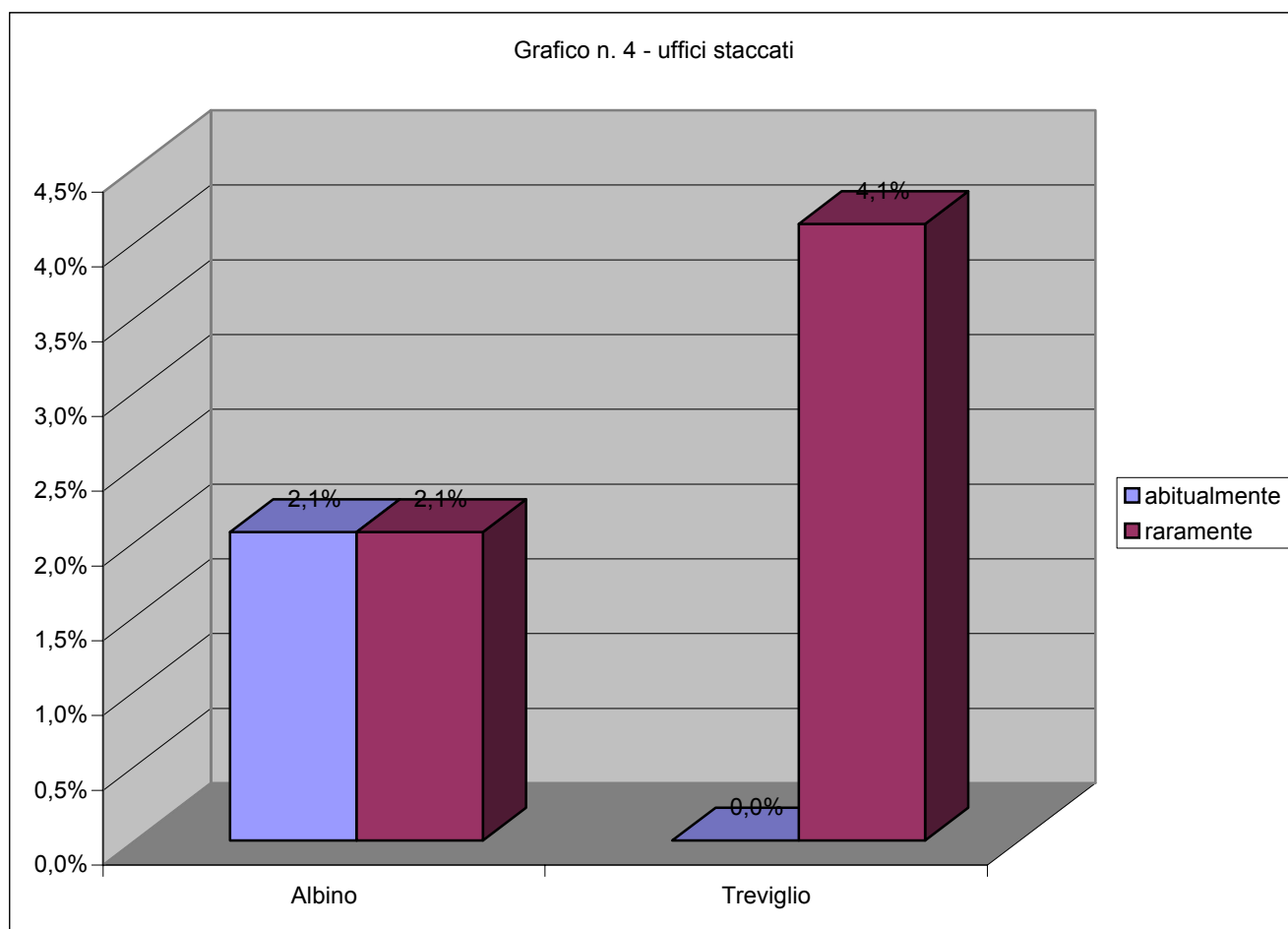


La disaggregazione dei dati per dimensione dell'azienda non evidenzia differenziazioni significative nelle esigenze.

Utilizzo degli uffici distaccati

Domanda 4 – Alcuni servizi dell'ufficio sono disponibili anche presso le sedi staccate di questa Camera. Li utilizza?

L'89,69% dei rispondenti non utilizza le sedi distaccate perché risultano fuori zona, un ulteriore 2,06% non ne usufruisce per la mancata fornitura dei servizi sui Carnet Tir.



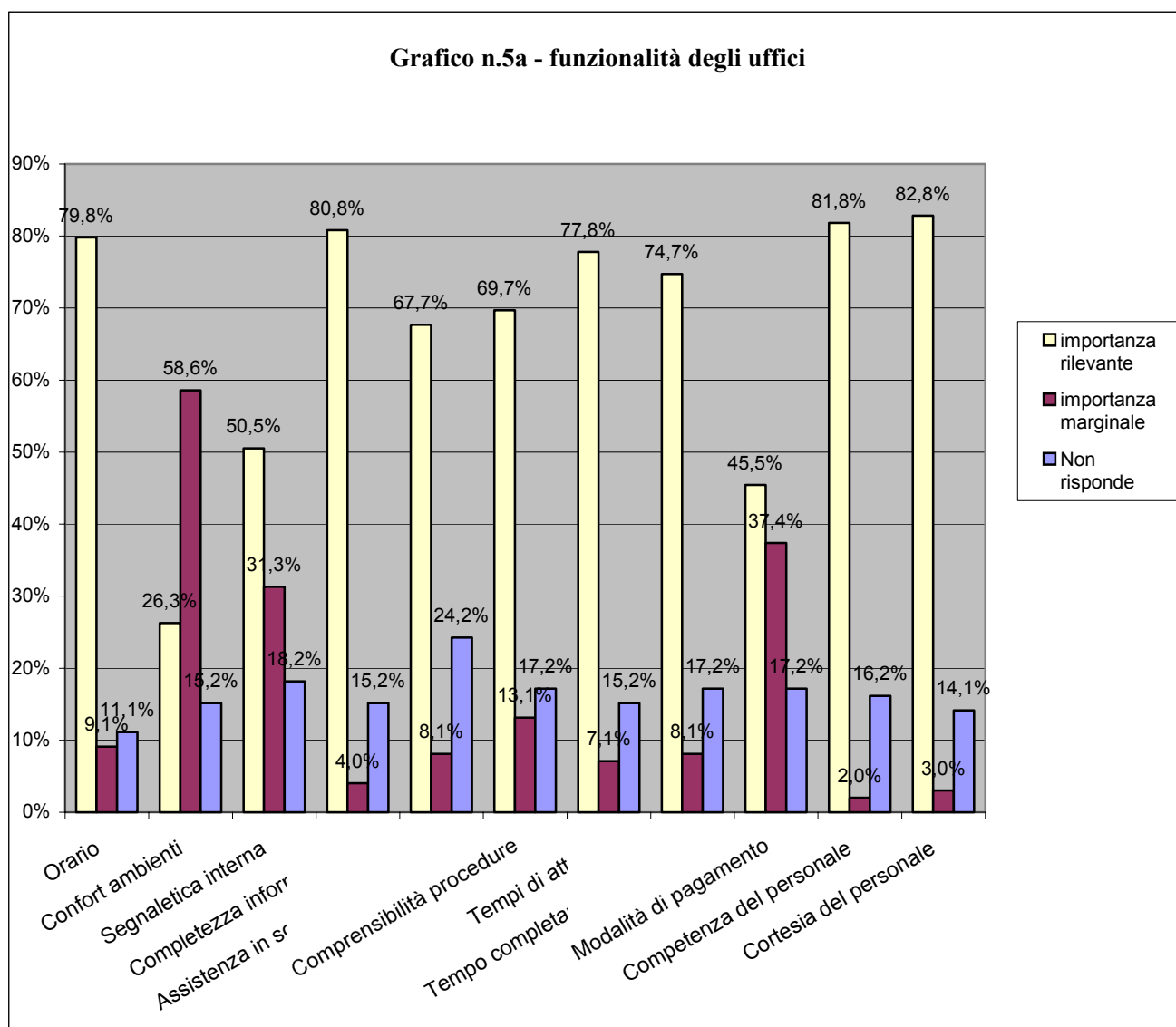
Solo l'8,3% dei rispondenti utilizza gli uffici distaccati: il 4,1% Treviglio e il 4,2% Albino. A Treviglio l'utilizzo è solo occasionale.

Vi è però da considerare che solo un numero limitato di questionari è stato consegnato alle sedi staccate per il ritiro da parte dell'utenza.

Valutazione della funzionalità degli uffici

Domanda 5 – Tenuto conto anche del giudizio dell'incaricato che accede direttamente agli sportelli, come valuta la funzionalità dell'ufficio?

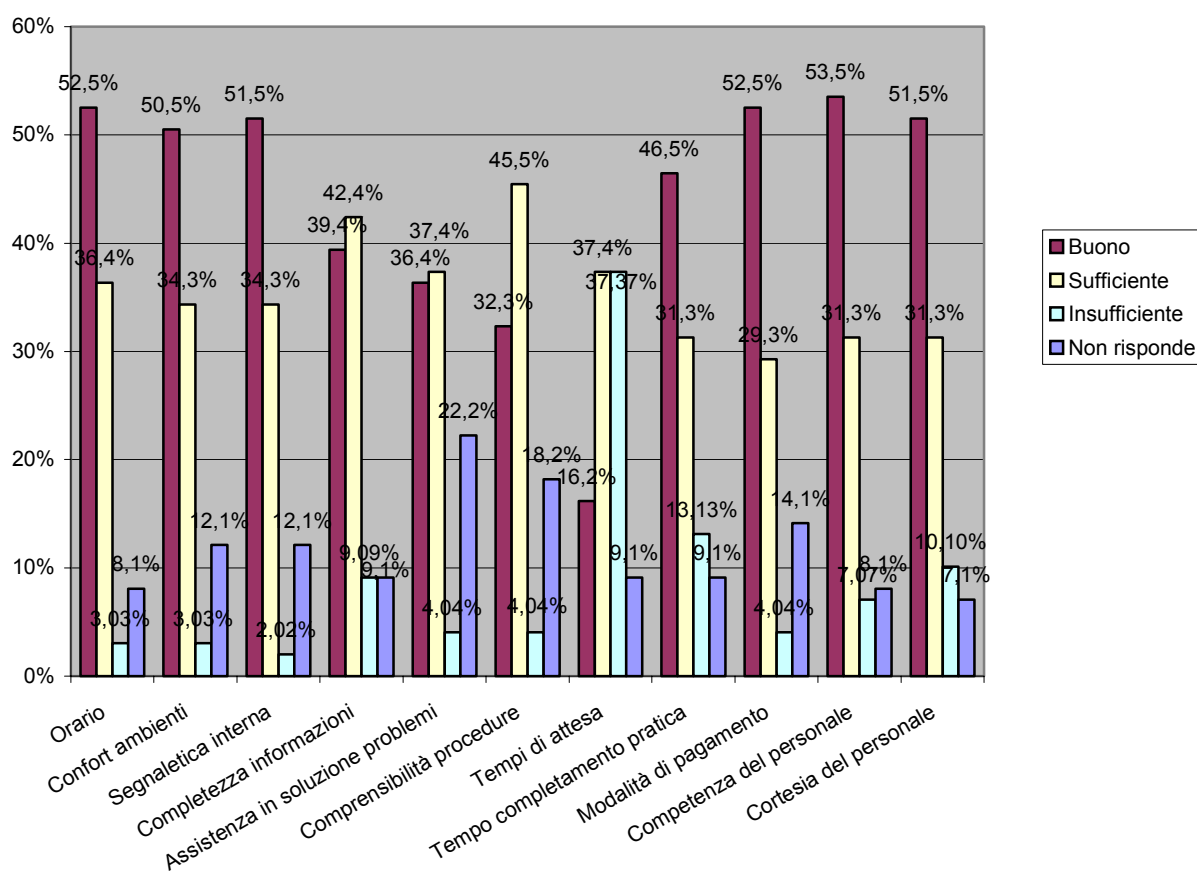
Per questa domanda veniva richiesto di esprimere una valutazione di importanza (*rilevante e marginale*) per i singoli parametri di funzionalità dell'ufficio e inoltre, per ciascuno di questi, il grado di soddisfazione.



Sia in questa indagine che in quella relativa all'ufficio Internazionalizzazione e Promozione all'Estero, importanza rilevante viene data alla cortesia (82,8%) e alla competenza (81,8%) del personale.

Il confort ambientale, le modalità di pagamento e la segnaletica interna rivestono importanza marginale, anche se il grado di soddisfazione è buono.

Grafico n. 5b - grado di soddisfazione



Il grado di soddisfazione relativamente alla funzionalità dell'ufficio Commercio con l'Estero è mediamente alto, come si vede dal Grafico n. 5b. Non risultano aspetti di criticità, cioè di mancata corrispondenza fra ciò che è considerato rilevante e il grado di soddisfazione dell'utenza, come si vedrà nel dettaglio delle varie voci.

Passando ad esaminare in dettaglio i vari aspetti:

Disponibilità e cortesia del personale: è considerato il più rilevante degli aspetti considerati con una percentuale dell'82,8% e presenta un alto grado di soddisfazione, pari all'82,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Competenza ed efficienza del personale: è rilevante per l'81,8% e il grado di soddisfazione è pari all'84,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Completezza e precisione delle informazioni preliminari alla compilazione dei documenti: è rilevante per l'80,8% e il grado di soddisfazione è dell'81,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Attuale articolazione dell'orario di apertura: è rilevante per il 79,8% degli intervistati, per i quali emerge un grado di soddisfazione dell'88,9% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*), il più elevato rispetto a tutti gli altri parametri.

Tempo di attesa per accedere allo sportello: è rilevante per il 77,8% e il grado di soddisfazione è del 53,6% (somma dei giudizi *buono* 16,88% e *sufficiente* 40,26%). In questo caso si evidenzia però che è piuttosto elevata la percentuale degli insoddisfatti (37,4%).

Tempo allo sportello per il completamento della pratica: è rilevante per il 74,7% e il grado di soddisfazione è del 77,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Conoscibilità e comprensibilità delle procedure: è rilevante per il 69,7%, con un grado di soddisfazione del 77,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Assistenza per la compilazione di casi particolari: è rilevante per il 67,7% e il grado di soddisfazione è del 73,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Segnaletica interna: è rilevante per il 50,5%, con un grado di soddisfazione complessivo dell'85,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

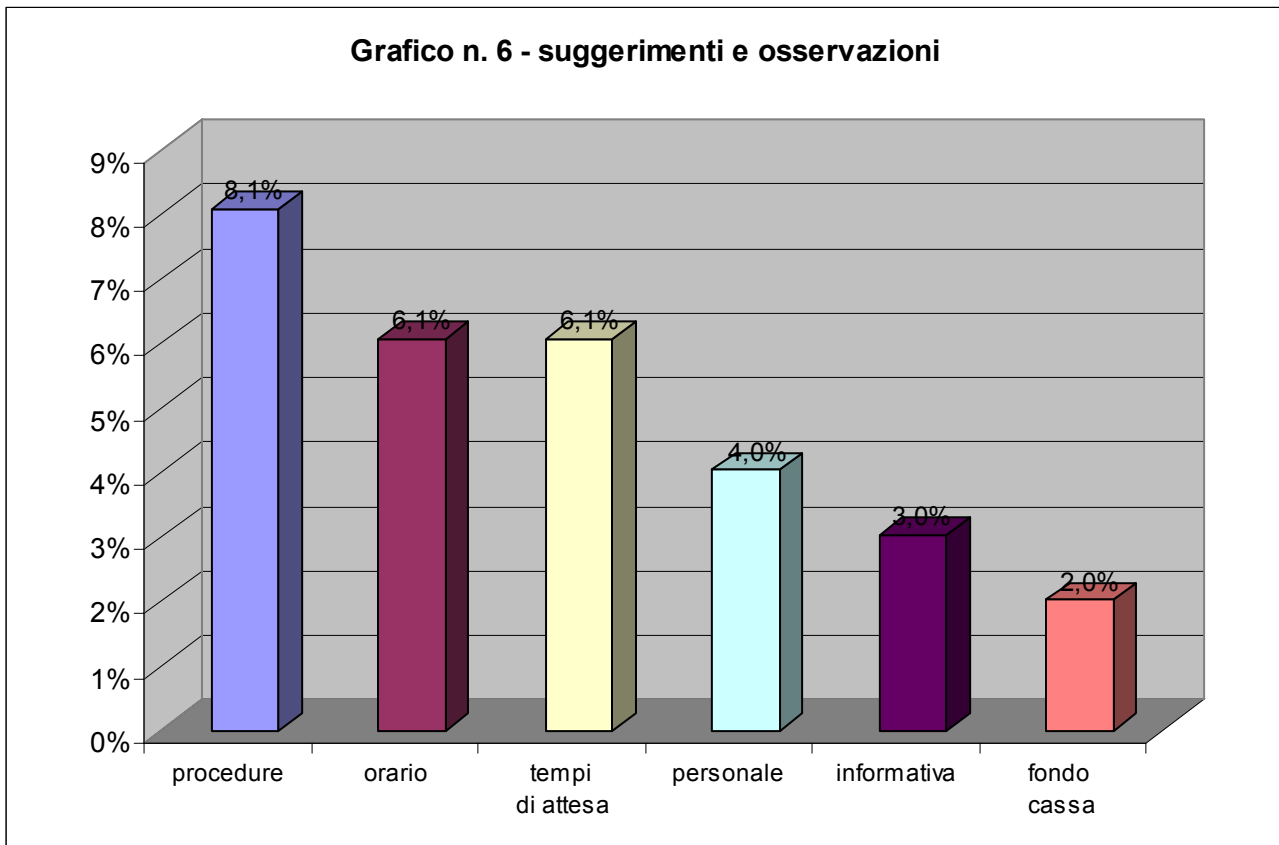
Modalità di pagamento: è rilevante per il 45,45% e il grado di soddisfazione è dell'81,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Confort degli ambienti: è un aspetto marginale per il 58,6% degli intervistati, i quali però esprimono comunque un grado di soddisfazione alto e pari all'84,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Osservazioni e suggerimenti

Domanda 6 – Ha dei suggerimenti per migliorare la qualità del servizio?

Trattandosi di risposte libere, i suggerimenti pervenuti dai rispondenti sono stati raggruppati per tipologia.



Sul totale di 25 questionari che contengono suggerimenti, le segnalazioni più frequenti riguardano una semplificazione della modulistica e delle procedure, una diversa articolazione dell'orario (prevalentemente con richiesta di apertura alle 8.30), una riduzione dei tempi di attesa allo sportello, un aumento di personale (probabilmente sempre con la finalità di ridurre i tempi di attesa) e l'esigenza di maggiori informazioni.

Per quanto riguarda l'orario di apertura al pubblico vi è però da ricordare che l'indagine è stata condotta quando il sabato era ancora una giornata lavorativa per la Camera di Commercio.

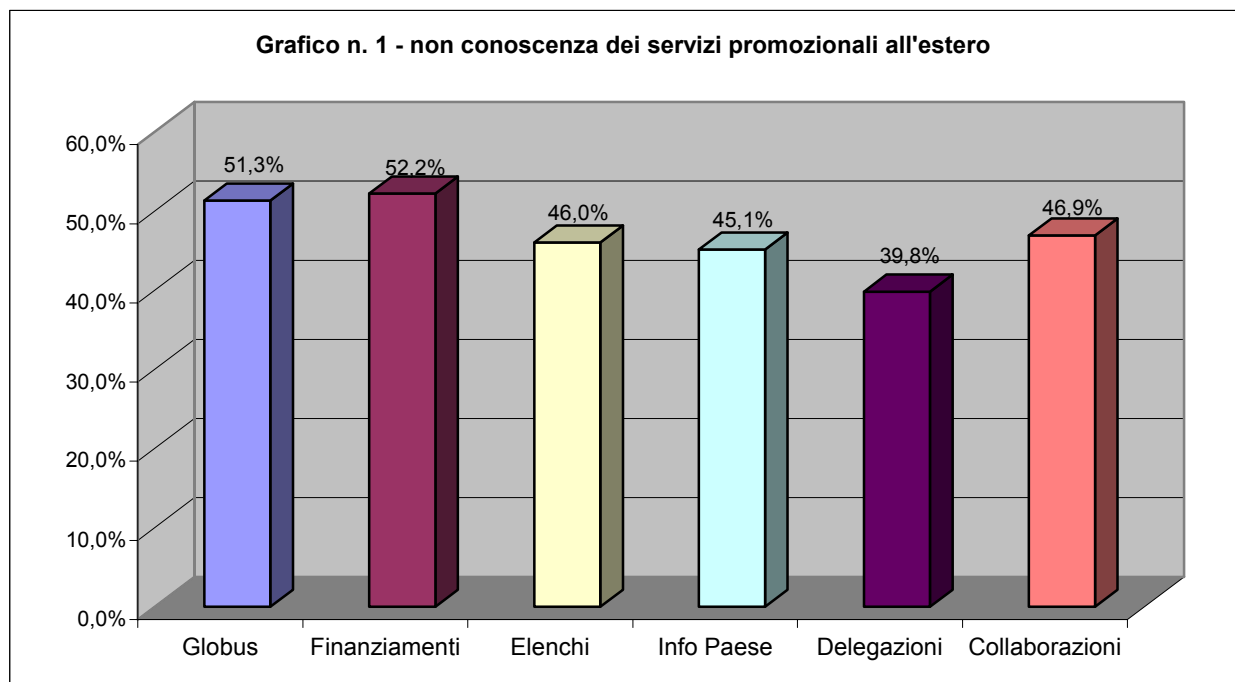
INDAGINE
UFFICIO INTERNAZIONALIZZAZIONE E DELLA
PROMOZIONE ALL'ESTERO

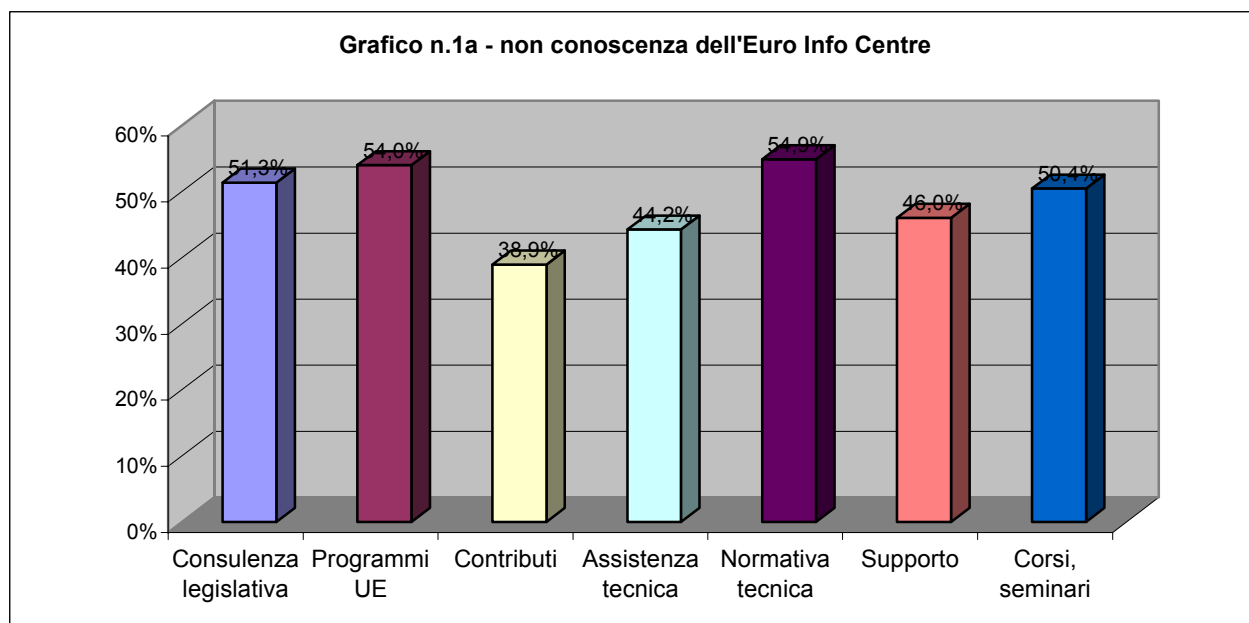
La qualità dei servizi offerti dall'Ufficio Internazionalizzazione

Domanda 1 – Come valuta i seguenti servizi?

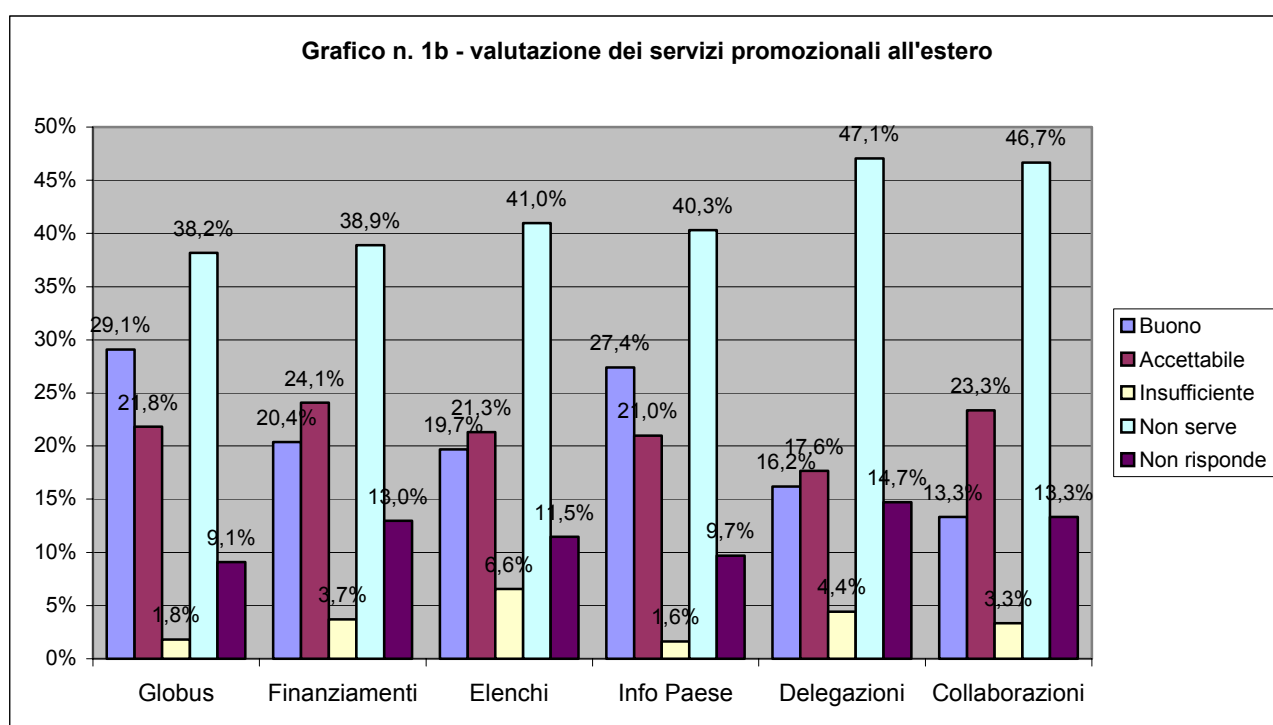
Il questionario elencava le attività più rilevanti dell'ufficio Internazionalizzazione e dell'Euro Info Centre.

Il questionario consentiva di rilevare anche la conoscenza e l'effettivo utilizzo di questi servizi: in entrambi i casi è rilevante la percentuale di "non conoscenza" delle attività, con un dato medio del 46,9% per i servizi promozionali all'estero e del 48,54% per i servizi di Euro Info Centre e questo nonostante il questionario fosse stato inviato ad una *mailing list* esistente presso l'ufficio sulla base di contatti con le ditte medesime.



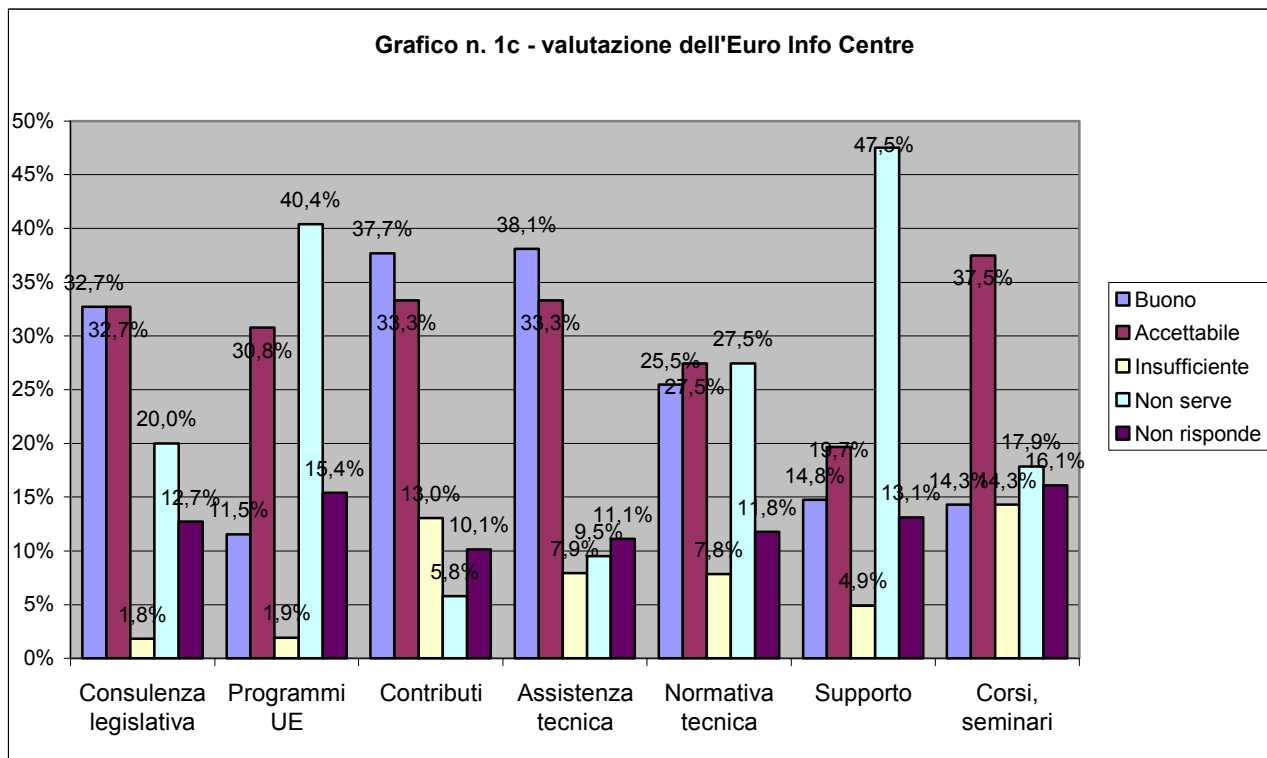


I valori del grafico n. 1b indicano i giudizi di qualità sui servizi. Le percentuali sono rapportate agli intervistati che hanno dichiarato di conoscere i servizi.



I giudizi migliori sono quelli riportati dallo “Sportello Internazionalizzazione Globus” e dalla “Informazione economica-legislativa su Stati esteri”, con un giudizio positivo rispettivamente del 50,9% e del 48,4% (dato dalla somma dei valori *buono* e *accettabile*) di coloro che conoscono l’attività.

Rivelanti le percentuali relative al giudizio di “non utilità” di alcune attività, con i valori più alti rilevati per la voce “Incontro con delegazioni di operatori economici stranieri” (47,1%) che, peraltro, risulta proporzionalmente l’attività più conosciuta della Promozione all’estero. Anche l’attività “Gestione di progetti per la promozione di collaborazioni commerciali tecnologiche e produttive con imprese estere; organizzazione di workshop di incontri bilaterali” (46,7%) riscontra una elevata percentuale di non interesse.



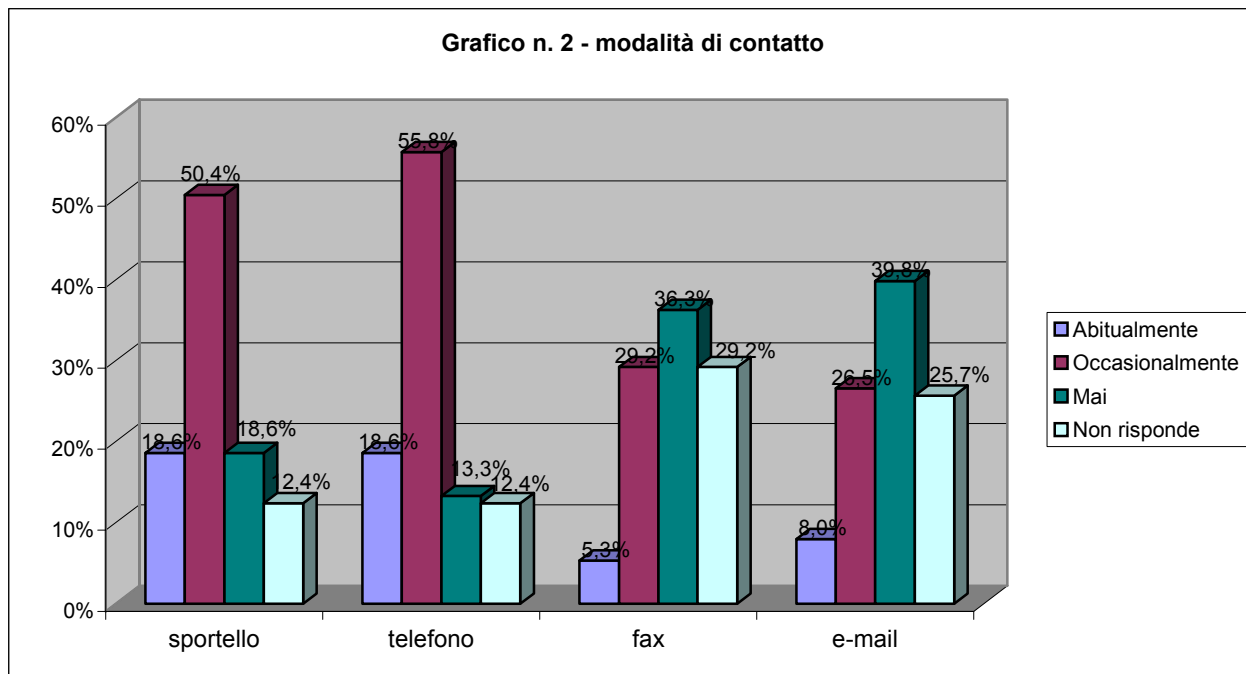
Positivo il giudizio per i servizi di “Assistenza tecnica per la presentazione di domande di contributo” con una percentuale del 38,1% che ritiene *buono* il servizio e un 33,3% che lo considera *accettabile* (totale giudizi positivi=71,4%) e quello su “Informazioni sulla finanza agevolata (contributi) di fonte comunitaria, nazionale e regionale” giudicato *buono* da una percentuale del 37,7% e accettabile dal 33,3% (totale giudizi positivi=71,0%).

Rilevante la percentuale di “non serve” per le attività “Supporto per la partecipazione a programmi internazionali di cooperazione e di ricerca e appalti comunitari” (47,5%) e per “Informazione ad imprese e consumatori sui programmi economici, sociali e politici dell’unione Europea” (40,4%).

Modalità di contatto con gli uffici

Domanda 2– In che modo entra in contatto con gli uffici?

Il questionario proponeva quattro modalità di contatto che hanno ottenuto le seguenti percentuali:



Il contatto di persona allo sportello e il telefono sono le modalità più utilizzate, anche se soprattutto in modo occasionale.

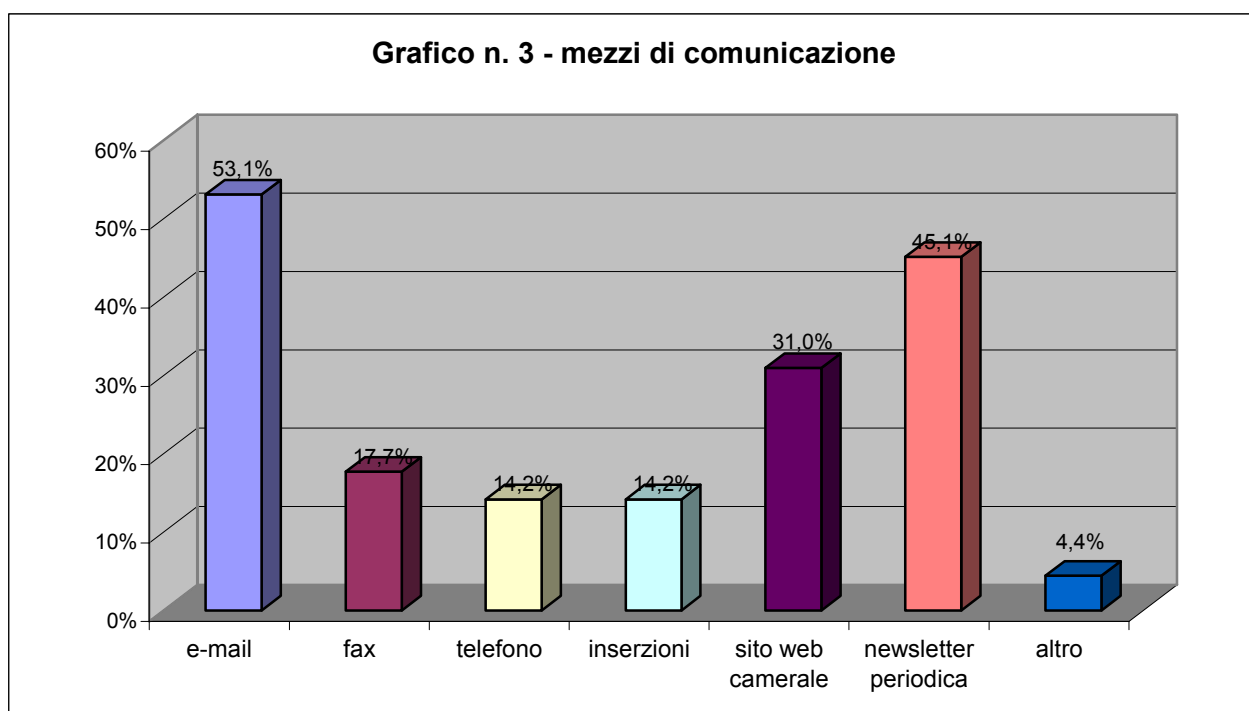
Fax e e-mail non vengono mai utilizzati rispettivamente dal 36,3% e dal 39,8% degli intervistati.

Strumenti di comunicazione proposti dagli intervistati

Domanda 3 – Quali mezzi di comunicazione ritiene che l'ufficio debba maggiormente sviluppare in futuro (max 3 risposte).

Il mezzo di comunicazione che dovrebbe essere maggiormente potenziato secondo la maggioranza degli intervistati è il contatto tramite e-mail.

Alle risposte aperte hanno risposto solo 4 intervistati, i quali evidenziano l'esigenza di migliorare il contatto diretto allo sportello e di ricevere tutte le informazioni (non viene precisato il mezzo).



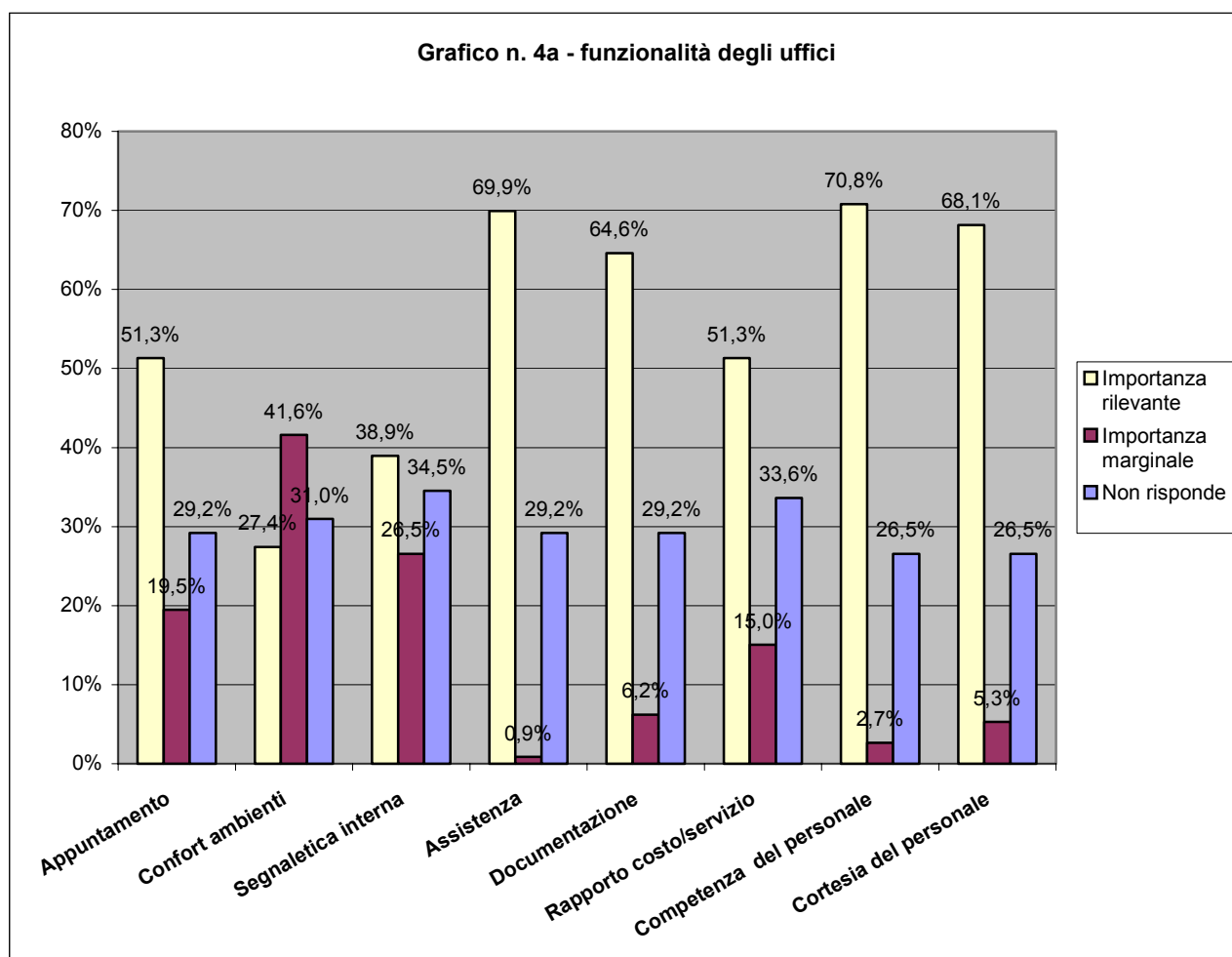
Valutazione della funzionalità degli uffici

Domanda 4 – Come valuta la funzionalità degli uffici?

La valutazione della funzionalità degli uffici è stata fatta proponendo un insieme di attività, per le quali andava espresso un giudizio di importanza e uno di soddisfazione.

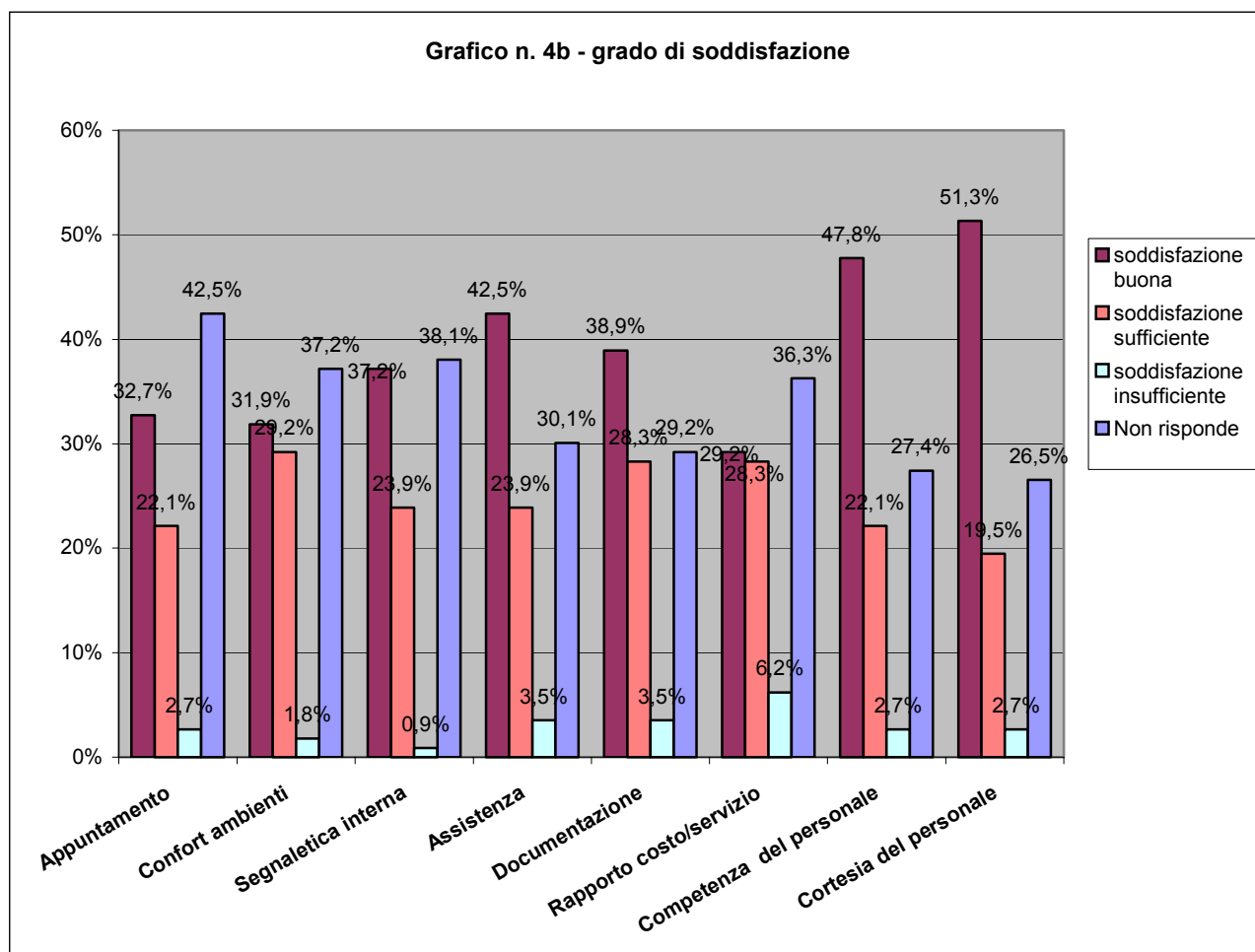
Anche in questa indagine, come si è già visto nell'analisi del Commercio con l'Estero, importanza rilevante viene attribuita alla competenza e alla cortesia del personale, oltre che alla completezza e precisione dell'assistenza ricevuta.

Il confort degli ambienti e la segnaletica interna rivestono mediamente importanza moderata, anche se anche tra coloro che esprimono tali giudizi prevalgono poi opinioni positive sulla qualità dell'aspetto esaminato.



Il grado di soddisfazione sulla funzionalità degli uffici, come si vede dal grafico n. 4b, è mediamente alto e non risultano aspetti di criticità, cioè di mancata coerenza fra importanza e soddisfazione, come si vedrà nel dettaglio delle varie voci.

La rilevante percentuale di Non risponde, con un dato medio del 33,41%, incide sul grado di soddisfazione, che apparentemente sembra più basso di quello dell'ufficio Commercio con l'estero, dove però la percentuale media di Non Risponde è pari all'11,75% .



Passando ad esaminare in dettaglio la correlazione fra importanza e soddisfazione per i vari aspetti:

Competenza e efficienza del personale: è considerato il più rilevante degli aspetti considerati con una percentuale del 70,8%. Il grado di soddisfazione è alto e pari a 69,9% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Completezza e precisione dell'assistenza ricevuta: è rilevante per il 69,9% e il grado di soddisfazione è del 66,4% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Disponibilità e cortesia del personale: è rilevante per il 68,1% e presenta un alto grado di soddisfazione, pari al 70,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Qualità della documentazione ricevuta: è rilevante per il 64,6%, con un grado di soddisfazione del 67,2% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Rapporto costo/servizio per i servizi a pagamento: è rilevante per il 51,3% e il grado di soddisfazione è del 57,5% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Possibilità di ricevimento su appuntamento: è rilevante per il 51,3%, con un grado di soddisfazione del 54,8% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Segnaletica interna: è rilevante solo per il 38,9%, con un grado di soddisfazione complessivo del 61,1% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente* sia per chi la considera marginale che rilevante).

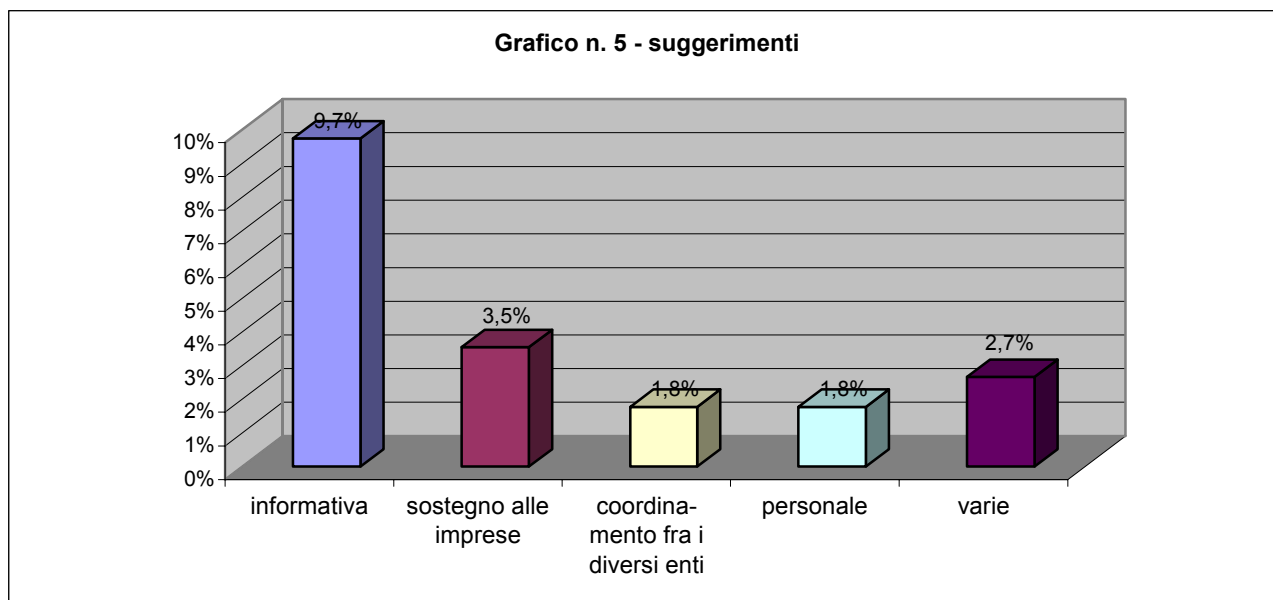
Confort degli ambienti: è un aspetto rilevante solo per il 27,4% degli intervistati, i quali però esprimono comunque un grado di soddisfazione alto e pari al 61,1% (somma dei giudizi *buono* e *sufficiente*).

Osservazioni e suggerimenti

Domanda 5 – Ha dei suggerimenti per migliorare la qualità del servizio?

L'80,53% degli intervistati non ha proposto suggerimenti.

I suggerimenti pervenuti dai rispondenti sono stati raggruppati per tipologia.



Sul totale di 21 questionari che contengono suggerimenti, le segnalazioni più frequenti riguardano l'esigenza di maggiore informazione su attività ed iniziative, confermandone la valenza strategica nell'attività servizio di Promozione all'estero dell'ente. Emergono anche aspettative per un rafforzamento dell'attività di promozione e sostegno alle attività economiche, affiancato dalla richiesta di iniziative coordinate fra gli enti che si occupano di commercio con l'estero.

Appendice – Note metodologiche

METODOLOGIA

L'indagine è stata realizzata tramite il contributo del gruppo di lavoro interno, costituito per l'effettuazione della ricerca dell'ottobre 2002 sulla *customer satisfaction* dell'ente nel suo complesso e si è basata sull'utilizzo dei due questionari allegati, diversificati per ufficio.

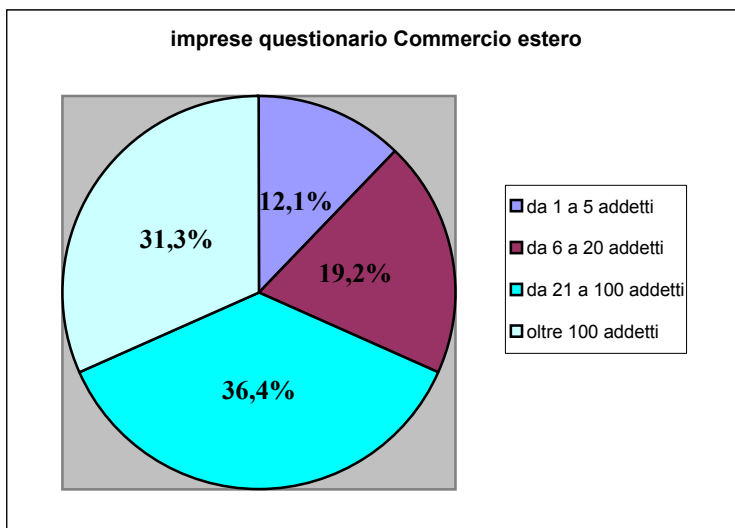
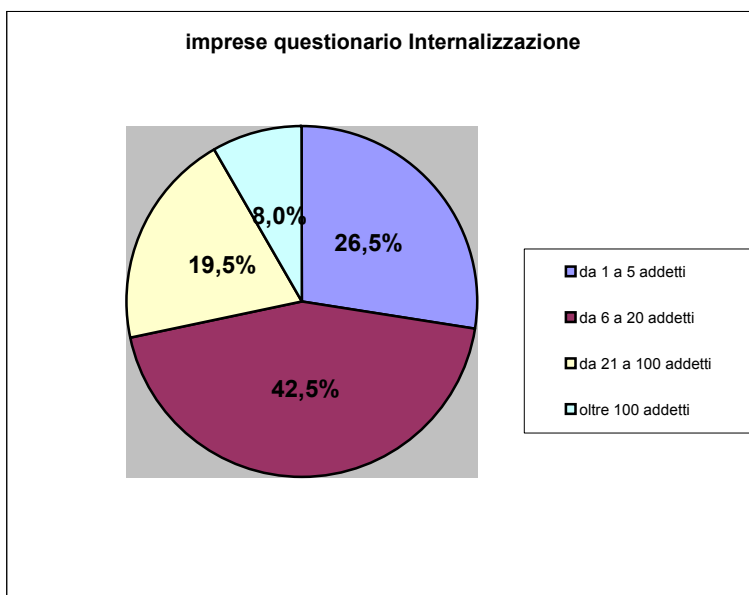
La metodologia è stata sviluppata dal gruppo di lavoro interno con il supporto metodologico e formativo dello **Studio Bonfanti.org** di Milano.

I questionari sono stati articolati in modo tale da poter analizzare i seguenti aspetti:

- ⇒ Valutazione dei servizi
- ⇒ Conoscenza e livello di soddisfazione sui servizi erogati
- ⇒ Modalità di comunicazione tra la Camera di Commercio e le imprese

Si sono viste a pagina 1, nel Compendio dei risultati, le modalità di invio del questionario e il tasso complessivo di ritorno.

La ripartizione delle risposte per fasce dimensionali è la seguente:



Nella presente relazione vengono indicati solo gli scostamenti superiori al 50% del dato medio.

Ciò consentirà la ripetizione periodica della ricerca assicurando la confrontabilità dei dati e quindi i miglioramenti della qualità secondo i canoni certificati.

Bergamo, 16 ottobre 2003

Il Gruppo di lavoro:

Maria Bina Brucchieri
Giuseppe Cattaneo
Elena Comelli
Loretta Libertini
Andrea Locati
Ornella Pozzi
Emanuele Prati
Aldo Ravotto
Chiara Sassi
Giuseppina Testa
Marco Zenoni