

Amministrazioni in ascolto

Esperienze di *customer satisfaction*
nelle amministrazioni pubbliche

**ANALISI E STRUMENTI PER L'INNOVAZIONE
LE ESPERIENZE**



Rilevare la *customer satisfaction* è un'attività complessa che richiede competenze articolate e necessità del rispetto di passaggi-chiave opportuni per il raggiungimento di buoni risultati.

Ma cosa significa, per un'amministrazione pubblica, realizzare un'indagine di *customer satisfaction*?

A cosa serve comprendere cosa pensano i cittadini della qualità dei servizi pubblici?

Che difficoltà incontrano le amministrazioni?

A quali risultati giungono?

Che tipo di cambiamenti possono mettere in opera?

A queste e ad altre domande risponde il volume, una raccolta di esempi e di riflessioni nate all'interno dei Cantieri di innovazione, nell'ambito della sperimentazione realizzata da un gruppo di oltre cento amministrazioni che hanno deciso di attivare un ascolto *quantitativamente rilevante* della loro utenza.

Il volume è rivolto a chiunque, all'interno di ogni amministrazione pubblica, intenda ripensare alla gestione dei propri servizi e sia alla ricerca di riferimenti e di esperienze già realizzate in altre amministrazioni.

Nella prima parte, dopo aver descritto il metodo dei Cantieri di innovazione, viene presentato il percorso compiuto all'interno della sperimentazione dedicata alla *customer satisfaction* con un approfondimento sul lavoro realizzato insieme a tutte le amministrazioni che hanno indagato la qualità percepita dagli utenti dei loro front-office.

Nella seconda parte, invece, sono descritte le esperienze realizzate dalle amministrazioni che hanno partecipato alla sperimentazione e nella terza parte si trovano alcune considerazioni conclusive sorte a valle della preziosa esperienza condotta all'interno del Cantiere di innovazione.

Questa galleria di esperienze è stata prodotta nell'ambito del Programma Cantieri – iniziativa Cantieri di innovazione del Dipartimento della Funzione Pubblica che propone la sperimentazione delle metodologie contenute nei *Manuali*.

In particolare la sperimentazione dedicata alla *customer satisfaction* ha messo in pratica le indicazioni contenute nel *Manuale*

La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche.

Hanno contribuito alla stesura del volume:

ANNALISA GRAMIGNA

Esperta di comunicazione pubblica e service management, responsabile del Cantiere di innovazione *Customer satisfaction*,

ha curato la stesura del volume, è autrice dei capitoli 2, 3, 4 ed è coautrice del capitolo 1;

PAOLO TESTA

Esperto di organizzazione e comunicazione pubblica, coordinatore dei Cantieri di innovazione del Programma Cantieri, è coautore del capitolo 1;

RAFFAELLA MARINI

Ha realizzato il coordinamento operativo del Cantiere di innovazione *Customer satisfaction* e ha raccolto e organizzato tutti i documenti prodotti dalle amministrazioni che si trovano nei paragrafi 3.1.1 e 3.2.3.



A CURA DI ANNALISA GRAMIGNA

Amministrazioni in ascolto

Esperienze di *customer satisfaction*
nelle amministrazioni pubbliche

ANALISI E STRUMENTI PER L'INNOVAZIONE
LE ESPERIENZE



Edizioni Scientifiche Italiane

È doveroso ringraziare tutti coloro che, a vario titolo, hanno contribuito alla realizzazione del Cantiere di innovazione dedicato alla *customer satisfaction*.

In particolare questo ringraziamento è rivolto alle amministrazioni che sono intervenute nelle giornate di seminario, a quelle che hanno seguito il percorso di sperimentazione e alle amministrazioni esperte che, con le loro testimonianze, sono state per tutti un riferimento:

il Comune di Correggio (Reggio Emilia), il Comune di Catania, il Comune di Baronissi (Salerno), il Comune di Roma, l'Inps, il Comune di Lecce, la Provincia di Torino, la Camera di Commercio di Bergamo, il Comune di Pistoia, il Comune di Genova, il Consorzio dei Servizi Sociali del Comprensorio imolese (Bologna).

Un vivo ringraziamento va ai colleghi di Urp degli Urp per il competente supporto e agli esperti, Giuseppe Cavaliere, Giuseppe Negro e Franco Torelli, per i loro preziosi contributi

e per i puntuali interventi di *soccorso* durante tutto il viaggio.

Un ringraziamento speciale, infine, a Angelo Tanese, Programma Cantieri, per le preziose indicazioni fornite nella rilettura del testo.



Indice

Presentazione di Federico Basilica	7
Introduzione	9
1. I Cantieri di innovazione: un metodo innovativo di sostegno al cambiamento	13
1.1 Introduzione	13
1.2 La descrizione del percorso	15
1.3 Riflessioni conclusive	24
2. Il Cantiere di innovazione dedicato alla <i>customer satisfaction</i>	26
2.1 Il Cantiere di innovazione <i>customer satisfaction</i>	26
2.2 Le amministrazioni partecipanti	30
2.3 Il kit per i front-office	32
3. Le esperienze di valutazione della qualità percepita	38
3.1 L'ideazione dell'indagine	38
3.2 La creazione dei questionari	156
3.3 La raccolta dei dati: alcuni accorgimenti	293
3.4 L'interpretazione dei risultati e le prime idee di cambiamento	296
4. Conclusioni	299

Allegati

Dal kit per i front-office

- | | | |
|----|---|-----|
| 1. | Gli <i>alberi della qualità</i> dei front-office | 304 |
| 2. | I sette passi per la creazione e l'uso di un questionario autocompilato | 313 |
| 3. | Gli otto passi per la creazione e l'uso di un questionario con intervista | 321 |
| 4. | Schema per la composizione di un questionario autocompilato | 330 |
| 5. | Schema per la composizione di un questionario con intervista | 336 |

Le amministrazioni partecipanti

- | | | |
|--|--|-----|
| | al Cantiere di innovazione <i>customer satisfaction</i> | 342 |
|--|--|-----|

Presentazione

Per ogni organizzazione che voglia migliorare la qualità dei servizi erogati, è opportuno in primo luogo conoscere il livello di soddisfazione dei propri utenti. Uno degli strumenti più utilizzati a tal fine è la rilevazione della qualità percepita, comunemente denominata indagine di *customer satisfaction*.

Le amministrazioni pubbliche, in particolare, chiamate a garantire e a gestire, più o meno direttamente, una molteplicità di servizi in settori diversi, hanno bisogno di introdurre modalità di ascolto sistematico dei bisogni dei cittadini e di rilevazione del loro giudizio sulla qualità percepita. Solo a partire da tale conoscenza, infatti, possono svolgere in modo più efficace la propria funzione, che è essenzialmente quella di produrre valore per la collettività.

Al tema della *customer satisfaction* il Dipartimento della Funzione Pubblica, attraverso il Programma Cantieri, ha dedicato particolare importanza realizzando un manuale, già edito nella presente collana ed emanando una Direttiva del Ministro sulla rilevazione della qualità percepita dai cittadini. L'obiettivo è quello di diffondere e di sostenere presso le amministrazioni del Paese una cultura e una pratica della valutazione e del miglioramento continuo della qualità dei servizi.

Realizzare un'indagine di *customer satisfaction* richiede tuttavia l'utilizzo corretto di metodi e tecniche di rilevazione e quindi di conoscenze e competenze non sempre disponibili all'interno delle amministrazioni. Per

questa ragione il Dipartimento ha realizzato a livello nazionale un'attività di sperimentazione guidata, attraverso uno specifico Cantiere di innovazione, che ha consentito a più di cento amministrazioni (Comuni, Province, Aziende sanitarie, amministrazioni centrali, ecc.) di avviare e realizzare in pochi mesi un percorso di rilevazione della qualità percepita sostenuto da precise indicazioni metodologiche ed operative.

Il presente volume dà conto di questa iniziativa. Esso appare di particolare interesse sia dal punto di vista del metodo utilizzato, basato sulla condivisione di un percorso guidato di sperimentazione e di apprendimento organizzativo, sia dal punto di vista del merito, con la ricca produzione di materiali (progetti, indagini preparatorie, questionari, elaborazioni di dati, presentazioni dei risultati) e di riflessioni emerse dalle diverse esperienze.

La pubblicazione dei risultati del Cantiere costituisce un'ulteriore occasione per la diffusione di conoscenze che favoriscono l'utilizzo delle indagini di *customer satisfaction* e, in ultima analisi, uno stimolo alle amministrazioni perché migliorino la loro capacità di soddisfare i bisogni e le aspettative dei cittadini e delle imprese.

Federico Basilica

Capo del Dipartimento della Funzione Pubblica

Introduzione

Le amministrazioni pubbliche trovano, oggi, un forte e necessario stimolo al cambiamento nel dover far fronte alla complessità istituzionale, sociale ed economica che il contesto presenta. In particolare, alle amministrazioni si chiede di offrire risposte adeguate a bisogni sempre più diversificati, in un contesto di forti interdipendenze tra molteplici attori (nazionali ed internazionali) e in una condizione di risorse scarse.

Una delle leve strategiche utile, anche per le amministrazioni italiane, a comprendere i bisogni e a definire le risposte più adeguate, è la comunicazione che può venire in aiuto sia attraverso una sistematica attività di ascolto dei cittadini e del territorio, che attraverso la costruzione di legami sociali e di fiducia con i cittadini e gli altri interlocutori rilevanti.

Alla prova dei fatti, però, la cultura dell'ascolto e della gestione delle relazioni è in realtà poco diffusa e, anzi, molte amministrazioni vivono l'ascolto e la partecipazione (di soggetti esterni ma anche di soggetti interni) come l'introduzione di una variabile che, in qualche modo, complica anziché essere d'aiuto.

Attraverso l'ascolto e la comunicazione è possibile, invece, instaurare nuovi legami di

fiducia e definire, in modo più mirato, l'allocazione delle risorse necessarie per l'attuazione delle politiche pubbliche scelte. Inoltre la comunicazione rimane un importante strumento per la gestione strategica dei servizi e per la loro innovazione.

Con l'intento di sostenere l'evoluzione della relazione tra cittadini e amministrazioni e per far fronte alla necessità di migliorare la gestione dei servizi, il Programma Cantieri ha scelto di approfondire il tema della rilevazione della soddisfazione dei cittadini rispetto ai servizi offerti dalle amministrazioni pubbliche (*customer satisfaction*).

La realizzazione di indagini, infatti, oltre ad essere un modo di manifestare l'interesse ad ascoltare la percezione che gli utenti hanno dei servizi offerti, è un utile strumento, ed una reale occasione, per l'introduzione di innovazioni e cambiamenti nei servizi pubblici.

Nell'arco di sei mesi tra la fine del 2002 ed i primi del 2003, il tema della *customer satisfaction* è stato oggetto di un Laboratorio¹ al quale hanno aderito esperti ed amministrazioni che già avevano lavorato sul miglioramento della qualità dei servizi anche attraverso indagini di *customer satisfaction*. Il con-

1. Uno dei progetti che si trovano all'interno del Programma Cantieri si chiama *Laboratori*. Si tratta di un'attività di confronto ed approfondimento relativo a temi particolarmente rilevanti per l'innovazione delle amministrazioni pubbliche. La caratteristica dei Laboratori è quella di lavorare per la produzione di *conoscenza* che viene sistematizzata all'interno di *Manuali* o *Linee guida* attraverso le quali le amministrazioni possano avere indicazioni metodologiche ed operative. La produzione di questa conoscenza presuppone, inoltre, la compresenza ed il confronto fra esperti dei temi (consulenti, docenti universitari, ecc.) ed amministrazioni che hanno già maturato riflessioni o esperienze dirette sui temi stessi.

fronto realizzato all'interno di questo Laboratorio ha portato alla produzione di un manuale² rivolto, in particolare, a chi, all'interno delle diverse amministrazioni, ha il compito di progettare e/o realizzare (con o senza supporti esterni) un'indagine di *customer satisfaction*.

Per diffondere queste riflessioni sul miglioramento dei servizi e, soprattutto, per far circolare le conoscenze metodologiche ed operative sul tema della *customer satisfaction* nelle amministrazioni pubbliche, sono state promosse due diverse azioni: da una parte, il Ministro della Funzione Pubblica ha emanato una **Direttiva sulla Rilevazione della qualità percepita dai cittadini** (marzo 2004) e, dall'altra, il Dipartimento della Funzione Pubblica, all'interno del Programma Cantieri, ha promosso un'attività di sperimentazione, i **Cantieri di innovazione**, che ha coinvolto, solo per il tema della *customer satisfaction*, oltre cento amministrazioni italiane.

Le pagine che seguono si riferiscono proprio all'esperienza realizzata nel corso del Cantiere di innovazione dedicato alla *customer satisfaction*.

Il racconto della sperimentazione è anticipato da una presentazione più generale della metodologia seguita per la realizzazione di tutti i Cantieri di innovazione. Dopo questa prima parte introduttiva viene descritto il percorso compiuto all'interno del Cantiere di innovazione dedicato alla *customer satisfaction*

raccontando, in modo particolare, il lavoro realizzato insieme a tutte le amministrazioni che hanno indagato la qualità percepita dagli utenti dei loro front-office.

Nella seconda parte, invece, sono descritte le esperienze realizzate dalle amministrazioni che hanno partecipato attivamente alla sperimentazione, riorganizzate seguendo le tappe del cammino realizzato insieme: dall'ideazione dell'indagine, alla creazione del questionario fino alla raccolta e all'interpretazione dei dati. In questa seconda parte si trovano tutti i disegni delle indagini e tutti i questionari prodotti ed utilizzati dalle amministrazioni che hanno completato la sperimentazione.

Si tratta, a nostro avviso, di un importante patrimonio per chi intenda ripensare alla gestione dei propri servizi e sia alla ricerca di riferimenti e di esperienze affini o per tipologia di amministrazioni oppure per tipologia di servizi.

Nella terza parte si trovano, poi, alcune considerazioni conclusive che sono sorte a valle della preziosa esperienza condotta all'interno del Cantiere di innovazione.

Infine, in allegato sono stati inseriti alcuni documenti estratti dal **Kit per i front-office**. Si tratta di una sorta di cassetta degli attrezzi che contiene indicazioni dettagliate e strumenti ad hoc per la realizzazione di indagini di *customer satisfaction* relative a sportelli e siti istituzionali.

2. A cura di A. Tanese, G. Negro, A. Gramigna, *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche*, Rubettino editore, 2003. È scaricabile all'indirizzo www.cantieripa.it/allegati/Customer.pdf.

1. I Cantieri di innovazione: un metodo innovativo di sostegno al cambiamento

1.1 Introduzione

Questo capitolo descrive le caratteristiche strategiche e operative del percorso realizzato dai **Cantieri di innovazione** con l'intento di contribuire a sistematizzare una metodologia di intervento, che potrebbe in futuro essere adottata anche dai soggetti intermedi che hanno nella *mission* istituzionale il sostegno all'innovazione amministrativa, oppure all'interno di organizzazioni complesse con obiettivi di miglioramento interno.

Il Programma Cantieri del Dipartimento della Funzione Pubblica si è proposto, fin dal suo avvio nel febbraio 2002, di contribuire a sviluppare nelle amministrazioni italiane una nuova attenzione al cambiamento. Le azioni realizzate dal Programma hanno seguito il metodo del ciclo di sviluppo delle competenze articolato in tre fasi: lo sviluppo delle conoscenze, la sperimentazione di soluzioni di miglioramento derivanti dalle conoscenze sviluppate e la diffusione a tutti i livelli dell'amministrazione delle nuove conoscenze, acquisite anche grazie alla sperimentazione.

Questo metodo si è sostanziato, nel tempo, in un'articolazione di linee di intervento ciascuna finalizzata al presidio di una delle fasi del ciclo:

- i Laboratori di Cantieri per lo sviluppo di nuove conoscenze;
- i Cantieri di innovazione per la sperimentazione;
- Campus Cantieri e il Forum dell'Alta Direzione per la diffusione della conoscenza attraverso la leva della formazione;
- i Successi di Cantieri per assistere i vertici delle amministrazioni (in particolare quelle locali) nella definizione di priorità di intervento e nello sviluppo di progetti integrati di miglioramento.

I Cantieri di innovazione si collocano dunque all'interno della strategia di sostegno all'innovazione che il Dipartimento della Funzione Pubblica ha perseguito attraverso il Programma Cantieri, con la specifica finalità di aiutare le amministrazioni che desiderano sperimentare soluzioni di miglioramento organizzativo e gestionale. I Cantieri di innovazione hanno fornito alle amministrazioni occasio-

ni di approfondimento e supporto concreto attraverso un insieme strutturato e governato di strumenti orientati alla collaborazione tra amministrazioni e allo scambio di esperienze¹.

Questo obiettivo generale si è poi concretizzato in una serie di sotto-obiettivi che hanno orientato la progettazione del metodo di intervento dei Cantieri di innovazione e, in misura ancora maggiore, la loro realizzazione. Oggi, a valle del primo ciclo dei Cantieri di innovazione, è possibile identificare i fattori di successo.

Precondizione strettamente connessa al metodo adottato è stata quella di **raggiungere un elevato numero di partecipanti**, per arricchire la gamma di amministrazioni coinvolte e quindi di possibili tipologie di soluzioni da calibrare a seconda delle caratteristiche specifiche di ciascuna. Altro aspetto presidiato è stata la **massima fruibilità dell'esperienza di partecipazione ai Cantieri**, sia in termini di molteplicità e ricchezza di canali di comunicazione (*da e verso* il Dipartimento della Funzione Pubblica – Programma Cantieri e *tra* le amministrazioni), sia per la distribuzione capillare sul territorio delle sedi degli incontri seminari che ha consentito di minimizzare il disagio per le trasferte, sia per la flessibilità degli strumenti di sostegno adottati, che sono stati pensati per consentire alle amministrazioni di *prendere ciò di cui si ha bisogno* senza vincolare ad obblighi formali che mal si sarebbero conciliati con le scadenze e l'organizzazione del lavoro diverse per ciascuna realtà.

Altro sotto-obiettivo perseguito è stato quello di creare un **rapporto di fiducia tra partecipanti e Dipartimento della Funzione Pubblica**, basato sulla condivisione dei reciproci impegni. Per i primi, l'impegno è stato quello di portare avanti la sperimentazione all'interno della propria amministrazione e renderne disponibili i risultati (anche parziali) a tutti i partecipanti. Per il Dipartimento, quello di assistere con competenze qualificate presenti nei team dei diversi Cantieri di innovazione, le sperimentazioni, rispondere in modo personalizzato alle esigenze dei singoli e fornire tutti i canali possibili per la massima diffusione dei risultati all'interno di ciascun Cantiere.

I principali soggetti coinvolti nelle azioni realizzate nel primo ciclo dei Cantieri di innovazione sono:

1. le 950 amministrazioni di ogni tipologia, dimensione e provenienza geografica che hanno partecipato ai Cantieri con complessivi 1.240 partecipanti;
2. i team dei Cantieri di innovazione, composti da esperti dei diversi temi trattati e da referenti operativi organizzati in modo autonomo per ciascun Cantiere;
3. i responsabili del coordinamento del Programma Cantieri, che hanno lavorato alla definizione delle linee generali di intervento.

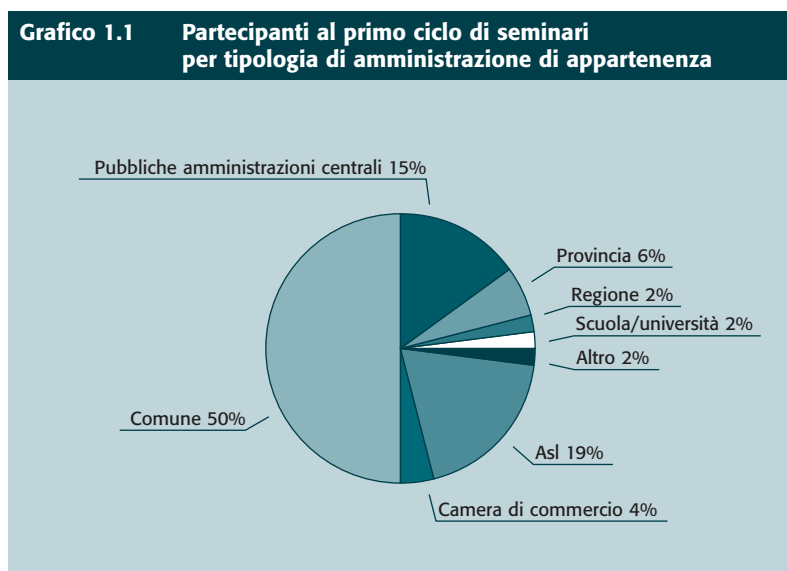
Di seguito si descrive il percorso realizzato in occasione del primo ciclo dei Cantieri di innovazione, conclusosi nel luglio 2004, presentando le varie fasi del processo, così come sono state realizzate, e procedendo ad un'analisi degli elementi di valore che caratterizzano questa specifica linea di intervento del Programma Cantieri.

1. Sono stati ad oggi realizzati, nel periodo maggio 2003-luglio 2004, quattro Cantieri di innovazione e altri quattro sono attualmente in corso e concluderanno le proprie attività entro il 2005.

Alcuni dati quantitativi relativi ai partecipanti sono indicati nella tabella 1.1.

Tabella 1.1 Iscritti al primo ciclo di seminari per Cantiere di appartenenza		
Cantiere	Valore assoluto	%
Benessere organizzativo	356	28,6
<i>Customer satisfaction</i>	357	28,7
Donne e <i>leadership</i>	136	10,9
Sponsorizzazioni	394	31,7
Totale	1.243	100,0

Un altro aspetto di valore si è rivelato nel tempo la varietà di amministrazioni partecipanti.

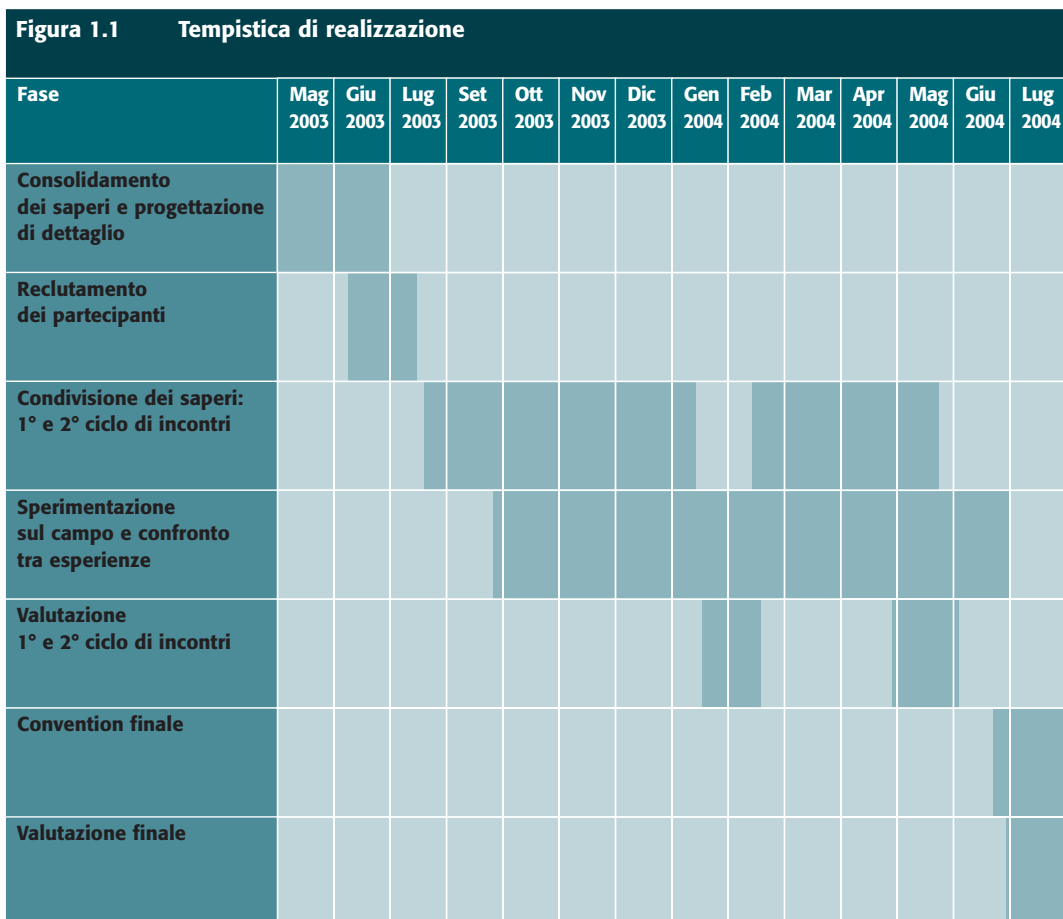


1.2 La descrizione del percorso

L'articolazione del processo dei Cantieri di innovazione si può riassumere in cinque fasi logiche che, nel corso dei tredici mesi di ciclo progettuale, in alcuni casi si sono sovrapposte:

1. consolidamento dei saperi e progettazione di dettaglio;
2. reclutamento dei partecipanti;
3. condivisione dei saperi;
4. sperimentazione sul campo e confronto tra esperienze;
5. valutazione della soddisfazione dei partecipanti e del raggiungimento dei risultati previsti.

La figura seguente mostra l'articolazione temporale del percorso riferito al ciclo 2003-2004.



Di seguito si descrivono sinteticamente le azioni che hanno costituito le singole fasi, evidenziando i punti di forza e di debolezza che le hanno caratterizzate.

1.2.1 Consolidamento dei saperi e progettazione di dettaglio

Le azioni

2. Per *pioniere* si intende quelle amministrazioni locali e centrali che negli ultimi anni hanno realizzato, rispetto allo specifico tema oggetto del laboratorio, attività di sperimentazione e prima di altre hanno accumulato conoscenze operative.

I Cantieri di innovazione supportano la sperimentazione sul campo dei risultati dei Laboratori. All'interno dei differenti Laboratori esperti, accademici, dirigenti e funzionari di amministrazioni *pioniere*², elaborano conoscenze inedite o sistematizzano conoscenze già presenti pervenendo alla predisposizione di manuali che contengono linee guida operative e la presentazione di casi concreti che possono aiutare le amministrazioni a utilizzare autonomamente gli strumenti e le metodologie proposte.

Il Dipartimento della Funzione Pubblica procede alla selezione dei

temi oggetto della sperimentazione, tra quelli sviluppati attraverso i laboratori, alla luce di considerazioni relative alla dimensione dell'impatto delle azioni, alle priorità di intervento, alla reale possibilità di influenzare le prassi lavorative delle amministrazioni, ecc. Questo ultimo aspetto è particolarmente delicato, in quanto, in grande misura, il successo dell'intervento dipende dal fatto che le amministrazioni percepiscano fin dall'avvio che, attraverso le soluzioni proposte, hanno la possibilità concreta di migliorare il proprio modo di operare. I temi scelti per l'edizione 2003-2004 dei Cantieri di innovazione sono stati: l'analisi del benessere organizzativo, le metodologie e le logiche per condurre un'analisi di *customer satisfaction*, gli strumenti per la valorizzazione delle donne nei ruoli apicali delle organizzazioni e l'utilizzo delle sponsorizzazioni per la realizzazione di progetti e servizi nelle amministrazioni.

Il passaggio successivo è rappresentato dalla presentazione al pubblico dei temi individuati realizzata in occasione della Giornata degli Innovatori, l'evento rivolto alla comunità degli innovatori che il Dipartimento della Funzione Pubblica organizza annualmente nell'ambito del ForumPA di Roma. Ciò consente di avvicinare le amministrazioni interessate e di ottenere il contributo, in una discussione pubblica, di esperti che possono contribuire ad arricchire gli approcci ai temi affrontati. In questo senso si è parlato di consolidamento dei saperi, in quanto in questa fase, preliminare all'avvio operativo dei Cantieri di innovazione, si sviluppano ulteriormente le riflessioni contenute nei manuali, con particolare riguardo alle ricadute operative che le soluzioni indicate possono avere.

Le indicazioni raccolte in questa sede si traducono in input per la progettazione del percorso di sperimentazione che viene realizzata attraverso tre passaggi successivi.

La definizione degli obiettivi che si ritiene le amministrazioni partecipanti possano raggiungere al termine del percorso.

L'attenzione da prestare in questa fase riguarda la necessità di individuare risultati di miglioramento concreti, che diano valore reale alla qualità delle prestazioni delle amministrazioni e che queste possano misurare in modo autonomo. Si è optato quindi per obiettivi modulari, vale a dire un insieme di risultati parziali che ciascuna amministrazione può comporre in sequenza.

La progettazione del percorso formativo e di assistenza. Questo percorso deve essere adeguato agli obiettivi fissati e attento agli impegni ordinari delle amministrazioni, per evitare che la sperimentazione diventi un sovraccarico di lavoro invece che un'occasione di apprendimento e prova sul campo.

La pianificazione dei canali attraverso i quali si sviluppa la comunicazione tra le amministrazioni e tra queste e il Dipartimento attraverso i team dei Cantieri. Uno degli obiettivi da perseguire in modo particolare è quello di favorire la relazione *tra* le amministrazioni, in modo da facilitare lo scambio delle esperienze e il sostegno reciproco.

Punti di forza e di debolezza

Tra i punti di forza di questa fase, si deve partire dalla riconosciuta utilità dei manuali e dei materiali didattici messi a disposizione che, essendo nati dalla collaborazione tra esperti e personale delle amministrazioni, si avvalgono della visione di insieme che si ottiene unendo il punto di vista teorico di chi sistematizza le conoscenze con quello operativo di chi affronta quotidianamente sul campo problemi concreti. Possiamo dire con una certa sicurezza che molto del successo di partecipazione deriva dal fatto che i diversi strumenti proposti rispondono in modo diretto alle esigenze operative e di approfondimento dei funzionari. Questo consente alle amministrazioni di superare la diffidenza iniziale verso la novità e all'iniziativa di acquisire un patrimonio di credibilità che rafforza il rapporto di fiducia tra amministrazioni e i team dei Cantieri, ulteriormente facilitato dalle modalità di partecipazione al percorso.

Altro elemento distintivo è stata la scelta di adottare **modalità flessibili di partecipazione** da parte delle amministrazioni per facilitare la loro presenza e il completamento del percorso di sperimentazione. Non sono state introdotte formalità eccessive per l'adesione al percorso, le amministrazioni hanno potuto sostituire i referenti inizialmente individuati con la sola comunicazione al Dipartimento; ciascuno ha potuto inserirsi nel percorso di sperimentazione in qualsiasi momento, avendo a disposizione tutti i materiali didattici e di approfondimento elaborati fino a quel momento.

Come detto, trattandosi di una metodologia innovativa si è preferito non irrigidire troppo il percorso anche in sede di progettazione di dettaglio. Questo ha portato alla conseguente necessità di investire su un idoneo sistema di interazione e monitoraggio continuo che ha assorbito molte energie, soprattutto nella previsione e analisi dei comportamenti dei partecipanti che, per la prima volta, venivano coinvolti in un percorso di cambiamento (anche individuale) di questa portata.

In realtà, però, questa continua interazione con i partecipanti ha consentito di consolidare le conoscenze e i saperi veicolati nella sperimentazione, incidendo anche su quel rapporto di fiducia che abbiamo già più volte segnalato come fattore imprescindibile di successo di un intervento di questo tipo.

1.2.2 Il reclutamento dei partecipanti

Le azioni

Per soddisfare il sotto-obiettivo di garantire una elevata partecipazione è opportuno fare ricorso a numerosi e differenti canali di reclutamento. Ricordiamo qui i principali adottati nel caso concreto:

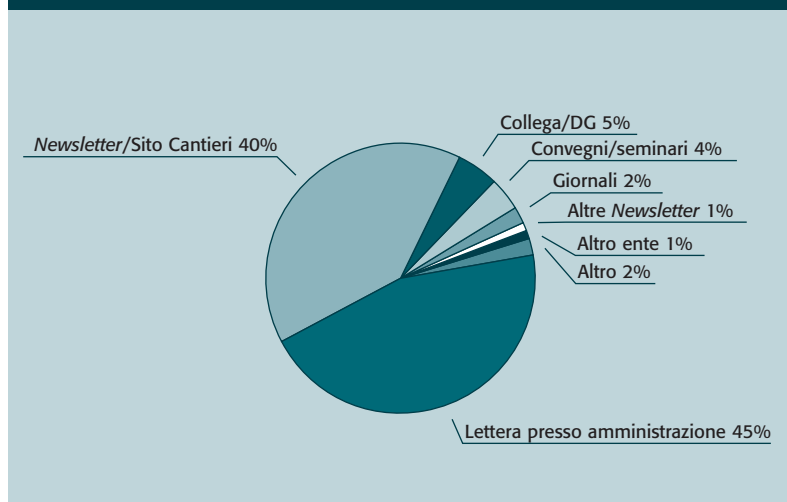
- la pubblicazione di due inserti pubblicitari su *Il Sole 24 Ore*, ritenuto per diffusione e prestigio un canale privilegiato per raggiungere i vertici delle amministrazioni (direttori generali, dirigenti e apicali);

- l'invio di una comunicazione da parte del Dipartimento Funzione Pubblica a tutti i sindaci dei Comuni al di sopra di 10.000 abitanti e ai presidenti di Province e Regioni, con la presentazione del percorso di sperimentazione proposto ed un invito alla partecipazione;
- mailing diretto ad una platea molto ampia di interlocutori, grazie alle mailing list più popolate e credibili all'interno del mondo pubblico: partecipanti al ForumPA, UrpdegliUrp, Andigel;
- presenza su *newsletter* e siti settoriali qualificate: Municipia, ForumPA net, ecc.

Punti di forza e di debolezza

Successive analisi di *customer satisfaction* hanno permesso di valutare la diversa incidenza dei canali utilizzati, dimostrando un'alta efficacia della comunicazione diretta ai vertici politici delle amministrazioni che ha evidentemente sollecitato la volontà degli stessi di essere parte di un percorso qualificato e innovativo. Altro importante canale è stato il portale www.cantieripa.it, insieme alla *newsletter*, che hanno informato e convinto il 40% dei partecipanti.

Grafico 1.2 Classificazione delle modalità di conoscenza delle iniziative "I Cantieri di innovazione"



Il vero fattore di successo è rappresentato, comunque, dall'utilizzo contemporaneo di differenti canali rispetto ai quali si è cercato di agire sempre in modo integrato e complementare, ragionando sui differenti destinatari e la loro possibilità di influenza sui futuri partecipanti ai Cantieri di innovazione.

Va sottolineata anche l'importanza imprescindibile della costruzione di una base dati dei partecipanti molto ricca in termini di campi di classificazione, in modo da rendere più semplice nel prosieguo delle attività la conoscenza e il contatto con le amministrazioni coinvolte. L'esperienza dei Cantieri di innovazione suggerisce di pre-

stare la dovuta attenzione alla collocazione geografica dell'amministrazione partecipante, alle sue dimensioni (in termini di abitanti o utenti o dipendenti), dove possibile, alla sua articolazione organizzativa (ad esempio è importante conoscere la presenza/assenza di un direttore generale per gli enti locali), ecc.

1.2.3 La condivisione dei saperi

Le azioni

Ciascuna amministrazione partecipante ha avuto la possibilità di incontrare in tre occasioni il team di Cantieri e le altre amministrazioni, con l'obiettivo di condividere e approfondire le conoscenze operative contenute nei manuali e nei materiali didattici. Questi gli incontri:

- a. un seminario di avvio, che aveva l'obiettivo di far acquisire il quadro concettuale sottostante l'attività di ciascun Cantiere, mettere in discussione questi principi e definire un piano di lavoro condizionale. Il seminario è stato replicato in nove sedi territoriali diverse, in modo da rendere agevole a tutti la partecipazione e i risultati testimoniano la riuscita dell'operazione;

Tabella 1.2 Iscritti al primo ciclo di seminari per sede territoriale		
Sede del seminario	Valore assoluto	%
Bari	107	8,6
Castellanza	134	10,8
Milazzo	107	8,6
Napoli	96	7,7
Padova	139	11,2
Prato	136	10,9
Reggio Emilia	158	12,7
Roma I	118	9,5
Roma II	133	10,7
Tortona	115	9,3
Totale	1.243	100,0

- b. un seminario intermedio (replicato in cinque sedi territoriali) per la verifica dello stato di avanzamento dei progetti individuali e per l'approfondimento diretto di aspetti eventualmente rimasti irrisolti nel primo incontro;
- c. una convention finale nel corso della quale le amministrazioni partecipanti hanno avuto occasione di presentare il risultato del proprio lavoro e di confrontarsi rispetto alle criticità incontrate.

I seminari e la convention sono sempre stati articolati in due giornate, sia per avere la possibilità di trattare i contenuti tematici con il necessario approfondimento, sia per consentire ai partecipanti di avere spazi di relazione e confronto anche al di fuori delle aule e porre le basi per quella fiducia reciproca che ha consentito, lungo l'intera durata dell'iniziativa, lo scambio delle esperienze e l'auto-aiuto.

Gli interventi di merito, all'interno dei seminari, sono stati tenuti da esperti (spesso gli stessi che avevano contribuito a redigere i manuali) e sono stati arricchiti con l'analisi di casi concreti che erano stati raccolti all'interno dei Laboratori.

Punti di forza e di debolezza

Punto di forza di questa fase è condividere in modo chiaro con i partecipanti l'obiettivo finale della loro esperienza nel Cantiere. È molto importante, dunque, chiarire che il risultato atteso non è limitato all'apprendimento di nuove conoscenze, ma deve avere un impatto diretto e concreto sul loro modo di lavorare e sulla qualità delle prestazioni delle loro amministrazioni e dei servizi da queste erogati. Fin da principio, si è cercato dunque di rendere i partecipanti massimamente consapevoli del loro ruolo di protagonisti del percorso, facendoli entrare nella discussione e definizione dei contenuti didattici e fornendo quadri cognitivi all'interno dei quali ciascuno avrebbe dovuto definire il percorso adeguato e percorribile dalla propria amministrazione.

Coerentemente con tale approccio le metodologie formative adottate ed i contenuti didattici proposti nei seminari rispondono all'obiettivo di mettere a disposizione dei partecipanti soluzioni operative a problemi concreti. Nelle attività d'aula si è inoltre fatto ampio ricorso alle esercitazioni didattiche e si è cercato di stimolare una partecipazione attiva, che ha permesso a ciascuno di approfondire in modo mirato i contenuti formativi in coerenza con i propri fabbisogni.

Elemento di sicuro successo è stato l'aver richiesto e supportato la definizione, da parte delle amministrazioni iscritte, di un preciso piano di lavoro, successivamente condiviso con tutti i partecipanti al Cantiere, in modo che ciascuno si sentisse responsabilizzato rispetto alla realizzazione di azioni concrete e non rispetto a generici principi di miglioramento che avrebbero richiesto ulteriori approfondimenti e incontri per essere tradotti in percorsi operativi.

Ulteriore aspetto non trascurabile della progettazione ha riguardato l'organizzazione logistica degli incontri. Come detto si è cercato di andare incontro alle amministrazioni rendendo massimamente agevole il percorso, anche in termini di facilità di partecipazione agli incontri. Il fatto di non dover affrontare trasferte costose e disagi ha incoraggiato molti partecipanti a ha consentito loro di inserire l'impegno della partecipazione al Cantiere di innovazione anche in periodi nei quali il lavoro ordinario è molto intenso.

Sotto il profilo organizzativo si segnala che la scelta di adottare

modalità flessibili di partecipazione si può tradurre nell'impossibilità di tenere sotto controllo la numerosità dei partecipanti agli incontri. Un numero eccessivo di partecipanti, però, non consente a ciascuno di partecipare in modo adeguato alle discussioni d'aula. Si suggerisce, dunque, di organizzare i seminari in modo da non superare i 25/30 partecipanti per aula, numero che viene tradizionalmente considerato ideale per percorsi di apprendimento di questo tipo.

Altro aspetto da presidiare con attenzione è la comunicazione degli incontri ai partecipanti, che deve essere sincronizzata con grande precisione per dare modo alle persone di organizzare le trasferte e indirizzata esattamente ai singoli partecipanti piuttosto che, genericamente, alle loro amministrazioni, dove spesso informazioni di questo tipo si perdono.

1.2.4 Sperimentazione sul campo e scambio di esperienze

Le azioni

Al termine del primo ciclo di incontri ciascun partecipante ha condiviso all'interno della propria amministrazione le conoscenze apprese e ha avviato le azioni previste dal piano di lavoro. Parallelamente ha avuto avvio la fase di affiancamento e assistenza alle sperimentazioni. Qui di seguito, sono indicati alcuni tratti comuni che hanno caratterizzato il percorso dei diversi Cantieri.

Gli strumenti per la realizzazione dell'affiancamento sono stati i più articolati possibile:

- a. uno sportello telefonico per la risoluzione delle questioni operative più semplici e per la segnalazione di eventuali novità, esperienze, letture che i partecipanti segnalavano di volta in volta durante la sperimentazione;
- b. un forum telematico per le risposte più articolate da parte degli esperti e per il confronto diretto tra i partecipanti;
- c. la pubblicazione (attraverso svariati canali) di analisi di caso, materiali di approfondimento teorico e *letteratura grigia* messi a disposizione del dibattito tra partecipanti;
- d. *report* sullo stato di avanzamento dei lavori dei partecipanti, in modo da richiamare costantemente alla esecuzione del piano di lavoro inizialmente concordato e delle azioni ad esso correlate.

All'interno di alcuni Cantieri si sono realizzate anche delle *newsletter* tematiche per mantenere alta l'attenzione dei partecipanti.

Queste avevano contenuti specifici e riportavano per lo più esperienze straniere e articoli di approfondimento che avevano l'obiettivo di far riflettere i partecipanti sulle implicazioni della sperimentazione in corso rispetto alle strategie complessive della propria amministrazione.

Per dare una rilevanza esterna alle questioni emergenti dalle sperimentazioni e a chi in essa era impegnato, si è data costantemente voce ai temi trattati, ai risultati in itinere e ad alcune azioni specifiche all'interno della *newsletter* del Programma Cantieri e di altre *newslet-*

ter a larga diffusione. Inoltre, la partecipazione a convegni e incontri pubblici da parte di componenti del team dei Cantieri e, più in generale, attività mirate di comunicazione hanno garantito la possibilità di situare l'esperienza in corso al centro del dibattito sull'innovazione nelle amministrazioni pubbliche, fornendo ai partecipanti un contesto più ampio alle loro azioni, che andasse al di là dei propri confini organizzativi.

Punti di forza e di debolezza

Il mix degli strumenti sopra indicati è stato utilizzato in modo integrato, ad esempio facendo continuamente confluire le questioni emergenti dall'*help desk* telefonico all'interno dei forum, oppure ricercando e pubblicando materiali specifici a seconda delle questioni segnalate all'interno dei forum. Questo approccio integrato ha consentito da un lato di raggiungere tutti i partecipanti attraverso i canali che ciascuno riteneva maggiormente utile e comodo e dall'altro di utilizzare appieno i canali stessi, a seconda delle loro caratteristiche specifiche.

Si è dimostrato fondamentale, in tale ambito, il contributo degli esperti tematici, che si sono fatti carico in ogni circostanza di trovare indicazioni operative per la buona riuscita delle sperimentazioni, rispondendo in modo tempestivo e puntuale alle questioni emerse.

In generale ci si è accorti, in questa fase più che in altre, quanto interventi di questo tipo debbano essere continuamente seguiti e stimolati perché il calo di interesse si traduce spesso nell'abbandono da parte di alcuni partecipanti.

1.2.5 Valutazione della soddisfazione dei partecipanti e del raggiungimento dei risultati previsti

Le azioni

Al termine di ogni seminario sono state realizzate delle indagini di *customer satisfaction* per analizzare il livello di soddisfazione dei partecipanti. Inoltre, a conclusione del percorso è stata realizzata una valutazione più generale sul raggiungimento dei risultati previsti.

L'analisi è stata compiuta attraverso la distribuzione di due questionari, il primo per verificare la soddisfazione dei partecipanti rispetto all'esperienza vissuta nel corso delle due giornate di seminario (logistica, materiali didattici, approfondimento dei temi, ecc.). Il secondo, invece, per analizzare la percezione dei partecipanti alla sperimentazione rispetto al metodo proposto (disegno complessivo della sperimentazione, tempi di realizzazione delle attività, interazione con altre amministrazioni, ecc.), ai supporti approntati (informazioni, materiali, interazione on line attraverso Forum, nostre comunicazioni e risposte, ecc.) e, in generale, all'utilità del lavoro svolto nel corso della sperimentazione sia per l'amministrazione che per la specifica unità organizzativa coinvolta.

Punti di forza e di debolezza

Un dato positivo emerso da questa attività strutturata di ascolto è la conferma che i Cantieri di innovazione hanno fornito alle amministrazioni un'opportunità concreta di confrontarsi tra loro. I partecipanti, inoltre, hanno manifestato un alto grado di soddisfazione per la modalità di lavoro proposta che ha consentito loro di essere costantemente assistiti tecnicamente dai team dei Cantieri, attraverso le diverse e coordinate attività di supporto (con informazioni dirette, materiali e strumenti che hanno trovato pubblicati di volta in volta sul sito del Programma). Fra i servizi offerti per il supporto a distanza l'unico risultato critico è stato il forum di discussione utilizzato non tanto come *luogo di incontro e di scambio*, quanto piuttosto come canale di contatto diretto con gli esperti.

Punto di partenza per la progettazione delle attività di valutazione della soddisfazione dei partecipanti sono stati i principi e le strategie indicate dal manuale sulla *customer satisfaction*³ elaborato all'interno del relativo Laboratorio di Cantieri. Rimandiamo quindi a quel lavoro per la conoscenza degli aspetti di merito che hanno caratterizzato questa attività.

Sottolineiamo soltanto che le informazioni raccolte hanno consentito di riflettere sull'andamento dei singoli Cantieri di innovazione e, in generale, dell'intera iniziativa, rilevando criticità che sono diventate un punto di partenza per la progettazione dei nuovi Cantieri di innovazione.

1.3 Riflessioni conclusive

Come abbiamo già ricordato, la linea progettuale nel suo complesso e le singole attività realizzate sono ispirate alle priorità e alle politiche di intervento individuate dal Dipartimento della Funzione Pubblica nel volume *Le priorità del cambiamento* del 2002 e successivamente concretizzate nel Programma Cantieri. Le priorità del Programma costituiscono anche il riferimento per alcune considerazioni conclusive relative a un percorso che ha coinvolto in modo intenso e continuo per un così lungo periodo diverse centinaia di funzionari e dirigenti pubblici.

- La valorizzazione del personale pubblico è un fattore potente di cambiamento. La partecipazione ad un percorso di interesse nazionale, insieme a numerosi colleghi con esperienze anche molto differenti, all'interno di un programma del Dipartimento per la Funzione Pubblica ha consentito ai funzionari coinvolti di accrescere la loro credibilità all'interno della propria organizzazione. Spesso, chi si cimenta con l'innovazione si trova a dover superare barriere di diffidenza che in questa occasione sono state spesso superate anche grazie al fatto di sentirsi parte di una *comunità nazionale*.
- L'innovazione per poter attecchire dentro alle organizzazioni e

3. *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche. Valutare la qualità percepita dai cittadini*, cit.sopra.

diventare cultura diffusa va assistita e *protetta*. Le esperienze di maggior successo sono state quelle che hanno potuto godere di una committenza interna solida e duratura. Abbiamo potuto verificare empiricamente che senza un mandato dai vertici dell'organizzazione diventa molto più faticoso (per non dire proibitivo) portare avanti le sperimentazioni. Invece laddove i vertici sono stati coinvolti, i partecipanti hanno potuto godere di una maggiore legittimazione e quindi di maggiore sostegno da parte di colleghi e collaboratori.

- *Fare squadra* all'interno della propria amministrazione è stato importante per poter portare avanti progetti articolati e complessi. Le amministrazioni che hanno portato a termine le sperimentazioni, spesso hanno potuto contare su di un referente interno che è stato capace di condividere con i colleghi le soluzioni oggetto della sperimentazione e di coinvolgere diverse professionalità e competenze, valorizzando al massimo il contributo di ciascuno.
- L'attenzione all'innovazione diffusa a tutti i livelli dell'amministrazione favorisce lo sviluppo di competenze adeguate al governo del cambiamento. Si è verificato che alcune amministrazioni hanno preso parte a diverse iniziative progettuali del Programma Cantieri (l'utilizzo del VIC – Valutazione Integrata del Cambiamento, la partecipazione a I Successi di Cantieri, ecc.). In questi casi è stato molto più immediato individuare le risorse umane per la realizzazione dei progetti pensati all'interno dei Cantieri di innovazione.
- Costruire reti tra amministrazioni favorisce l'innovazione. Come già ricordato, si è rivelato fondamentale il ruolo delle amministrazioni più esperte, che sono intervenute sia nella fase di sistematizzazione del know how che durante il percorso dei Cantieri di innovazione, attraverso testimonianze, impegnandosi *a fianco* di Cantieri a volte anche solo per il piacere di confrontarsi con altre esperienze e per dare visibilità ai risultati raggiunti.
- Bisogna promuovere l'acquisizione di metodi e non di soluzioni. In questi anni troppo spesso si è assistito a interventi volti a far adottare alle amministrazioni soluzioni preconfezionate, non sempre adatte ai loro bisogni specifici. Con i Cantieri di innovazione, il Dipartimento della Funzione Pubblica si è impegnato in un percorso che favorisce innanzitutto la consapevolezza dei problemi da affrontare, la capacità di analizzare il contesto all'interno del quale i problemi si sono manifestati e la ricerca della risposta più adeguata alla specifica situazione con il chiaro intento di promuovere una crescita culturale duratura e diffusa.

Il Cantiere di innovazione dedicato alla *customer satisfaction*

2.1 Il Cantiere di innovazione *customer satisfaction*

All'interno del Cantiere di innovazione dedicato alla *customer satisfaction* le amministrazioni partecipanti sono state invitate a realizzare un percorso di indagine, identico per tutti nei tempi e negli output, da personalizzare, invece, per ogni altro aspetto: tipologia di servizio oggetto dell'indagine, attori interni ed esterni da coinvolgere, risorse da utilizzare, ecc.

Il percorso è stato avviato attraverso un primo seminario di due giornate: nella prima è stato introdotto il tema della qualità dei servizi e della *customer satisfaction*; la seconda giornata, invece, ha avuto una funzione formativa in senso stretto, presentando indicazioni metodologiche ed operative da seguire per l'avvio dell'indagine. Queste due giornate sono servite, in particolare, a formare i partecipanti alla realizzazione delle varie attività previste nella prima parte del Cantiere di innovazione.

Il percorso proposto, infatti, è stato diviso in due parti. Nella prima, corrispondente al periodo di tempo tra il primo ed il secondo seminario (ottobre 2003-marzo 2004), è stato chiesto alle amministrazioni di **progettare la ricerca** e avviarne l'implementazione, di realizzare, eventualmente, un'indagine preliminare (*focus group*, interviste, ecc.) e di creare un **questionario** che, in questa prima parte doveva essere anche testato¹. In questo modo, quindi, al secondo seminario, le amministrazioni sarebbero arrivate con il loro questionario pronto ad essere utilizzato per la raccolta delle informazioni.

Per ogni fase le amministrazioni hanno prodotto documenti utili a formalizzare lo svolgimento delle attività previste, sia per tenere traccia e memoria delle decisioni assunte e delle informazioni di volta in volta raccolte, che per rendere evidente a tutti il lavoro svolto da ognuno. I documenti prodotti, infatti, sono stati pubblicati all'interno del sito, proprio con l'intento di diventare utili riferimenti anche per le altre amministrazioni.

Per supportare lo svolgimento di ogni fase sono stati offerti vari strumenti, alcuni creati ad hoc per la formalizzazione delle attività (per esempio lo *Schema di progetto*) ed altri raccolti e presentati come

1. *Testare* il questionario significa verificare la sua adeguatezza in termini di linguaggio, di chiarezza delle domande, di ordine logico delle domande, ecc. Il test è necessario per favorire la compilazione del questionario (perché chi lo compila ha la sensazione che le domande siano chiare, semplici, pertinenti, ecc.) e viene realizzato secondo diverse modalità che possono anche essere contemporanee.

esempi o approfondimenti particolari (che cos'è e come si conduce un *focus group*, come si conduce un'intervista, ecc.).

Tabella 2.1 Fasi, output e strumenti di supporto - Prima parte

Prima parte	Fasi	Output previsti	Strumenti a supporto
Progettazione dell'indagine (ottobre 2003-marzo 2004)	Il disegno dell'indagine	Progetto articolato: obiettivi, destinatari, attori, risorse, modalità operative, ecc.	Schema di progetto Indicazioni per contrattare esterni Universo o campione? La dimensione del campione Esempi di calcolo del campione
	L'indagine preliminare	Breve sintesi dei risultati	Lista delle fonti informative Che cos'è la fase qualitativa Il <i>focus group</i> Le interviste L'osservazione diretta La ricerca motivazionale
	Il questionario	Questionario	<i>Alberi della qualità</i> Stesura del questionario Accorgimenti nella stesura del questionario Autocompilazione del questionario

Un secondo seminario, sempre di due giornate, ha segnato il passaggio tra la prima e la seconda parte della sperimentazione. Nella prima di queste due giornate c'è stato un momento di confronto fra le amministrazioni e con gli esperti, rispetto al lavoro svolto fino a quel momento. Nella seconda, invece, i partecipanti sono stati coinvolti in esercitazioni individuali e di gruppo su aspetti legati alla metodologia di indagine. Queste due giornate sono servite a formare i partecipanti per il completamento dell'indagine.

Nella seconda parte del percorso (marzo-giugno 2004) le amministrazioni sono state chiamate a realizzare l'indagine attraverso la distribuzione e la raccolta dei questionari, ad elaborare i risultati e a definire prime idee di miglioramento dei servizi.

Le modalità di lavoro sono state identiche a quelle utilizzate nella prima parte prevedendo, per ogni fase, output e strumenti di supporto. Anche in questo caso sono stati predisposti strumenti ad hoc: uno schema di sintesi per la descrizione della raccolta dei dati, uno sche-

ma di sintesi dell'elaborazione e un formato standard per le presentazioni dei risultati e delle proposte di miglioramento dei servizi.

Tabella 2.2 Fasi, output e strumenti di supporto - Seconda parte			
Seconda parte	Fasi	Output previsti	Strumenti
Realizzazione dell'indagine e definizione di prime idee di cambiamento (marzo-giugno 2004)	La raccolta dei dati	Documento che sintetizza la raccolta: percentuali di ritorno Bilancio fra problemi incontrati e vantaggi attribuiti alla metodologia prescelta	Schema di sintesi Le tipologie di intervista L'autocompilazione del questionario L'esecuzione delle interviste Istruzioni per intervistatori
	L'elaborazione dei dati	Sintesi delle attività svolte e delle criticità rilevate con indicazione di eventuali correttivi	Schema di sintesi L'elaborazione e l'interpretazione dei risultati Il calcolo delle medie Gli indicatori di variabilità La correlazione La correlazione per ranghi
	L'interpretazione dei dati	Power point o <i>Report</i> di presentazione delle idee di cambiamento	Formato standard per presentazione L'interpretazione dei risultati

Il percorso si è concluso nel corso della convention di Cantieri (luglio 2004). In questa occasione le amministrazioni hanno presentato i risultati del loro lavoro ovvero i dati raccolti attraverso i questionari e le prime idee di cambiamento del servizio indagato.

Il supporto a tutte le attività previste è avvenuto prevalentemente a distanza attraverso il portale di Cantieri (www.cantieripa.it), all'interno del quale sono state predisposte aree dedicate ai singoli Cantieri di innovazione accessibili non solamente alle amministrazioni partecipanti alle sperimentazioni ma ad ogni navigatore interessato ai temi. Anche per questa ragione nei quattro siti sono state introdotte diverse informazioni che potessero facilitare l'orientamento di un visitatore casuale, mentre una parte di contenuti è stata specificamente progettata e dedicata ai partecipanti. La parte più generale, pensata per tutti, presentava il tema oggetto della sperimentazione e descriveva l'iniziativa; inoltre erano presenti una bibliografia aggiornata, link a siti, istituzionali e non, e materiali liberamente scaricabili (esperienze già realizzate, articoli, ecc.).

Pensando più direttamente ai partecipanti, invece, nel sito dedicato alla *customer satisfaction* sono state, di volta in volta, predisposte

informazioni logistiche relative ai seminari; sono stati pubblicati i resoconti dei seminari e i materiali didattici utilizzati e sono stati inseriti, per ogni fase di lavoro, strumenti, esempi (come indicato nelle tabelle 2.1 e 2.2 sopra), riferimenti al manuale e documenti prodotti dalle amministrazioni (output).

Scheda 2.1 Esempio di una pagina del sito dedicato alla *customer satisfaction*

Questa è una delle pagine del sito dedicato al Cantiere di innovazione di *customer satisfaction*. In particolare in questa immagine si visualizza la pagina utilizzata per descrivere la prima attività della sperimentazione ovvero *Il disegno dell'indagine*.



Come si vede, a partire da questa pagina si può accedere a diversi contenuti

clickando sulle parole *Manuale*, *Strumenti*, *Esempi*, *Output*.

Nella sezione *Manuale* si trovano i riferimenti contenuti nel manuale, specifici per questa attività di pianificazione; nella sezione *Strumenti* si trovano schemi e altre indicazioni operative; nella sezione *Esempi*, casi concreti con i quali confrontarsi; nella sezione *Output* i disegni delle indagini realizzati dalle amministrazioni partecipanti.

L'assistenza a distanza, inoltre, prevedeva momenti di interazione sia *verticale*, tra le amministrazioni e gli esperti, sia *orizzontale* tra le amministrazioni. Questo scambio poteva avvenire attraverso i forum di discussione dedicati alle sei attività da svolgere (il disegno dell'indagine; l'indagine preliminare; il questionario; la raccolta dei dati; l'elaborazione dei dati; l'interpretazione dei dati). In realtà l'utilizzo fatto dalle amministrazioni è stato solamente in una direzione, quella verticale, nel senso che tutti gli interventi dei forum sono state richieste di aiuto rivolte agli esperti; i forum non sono diventati, invece, *luoghi* di discussione o di confronto tra le amministrazioni. Le ragioni ipotizzabili per spiegare questo fenomeno sono diverse, dalla rigidità dello strumento, alla ricchezza delle informazioni date da ogni amministrazione attraverso gli output prodotti.

Le richieste di chiarimenti pubblicate sui Forum hanno consentito, però, di arricchire l'elenco delle *Domande e Risposte* (le cosiddette *Faq – Frequently Asked Questions*) che è diventato un altro utile *prodotto* del Cantiere di innovazione.

2.2 Le amministrazioni partecipanti

Le amministrazioni che hanno partecipato attivamente al Cantiere di innovazione sono state 93. Ciò non significa che tutte e novantatre siano arrivate al termine del percorso: molte si sono fermate dopo la prima prova (il disegno dell'indagine) e altre verso le fine (nella fase di raccolta ed elaborazione dei dati). Le ragioni sono state diverse: difficoltà nel coinvolgimento dei colleghi, difetto di legittimazione, elezioni amministrative in molte realtà locali, inadeguatezza dei tempi proposti da Cantieri, ecc.

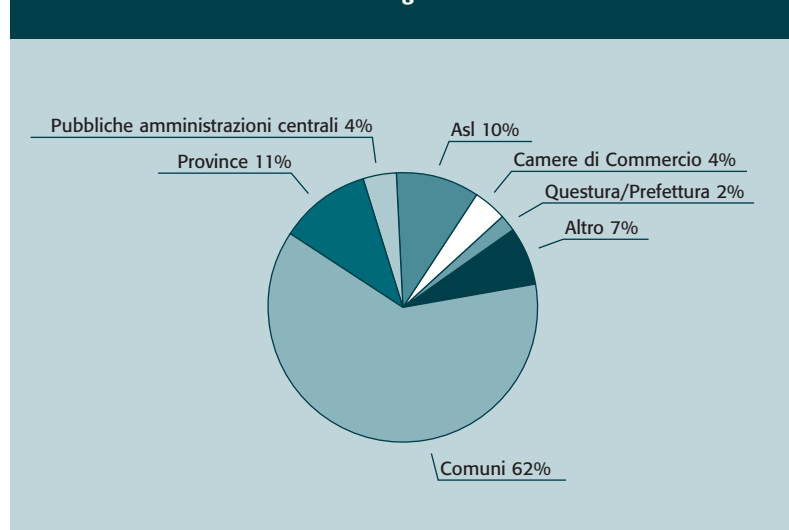
Ma chi sono le amministrazioni che hanno partecipato al Cantiere di innovazione dedicato alla *customer satisfaction*?

Come si vede dal grafico 2.1, la netta maggioranza dei partecipanti proveniva da Comuni.

Si tratta di Comuni medio-piccoli ma non piccolissimi che si trovano, prevalentemente, nell'Italia centrale e nell'Italia del nord. Di questi, 20 sono capoluogo di provincia tra cui il Comune di Roma che ha realizzato due indagini all'interno del Municipio XII con il supporto di un gruppo di lavoro centrale, appartenente all'Ufficio controllo interno.

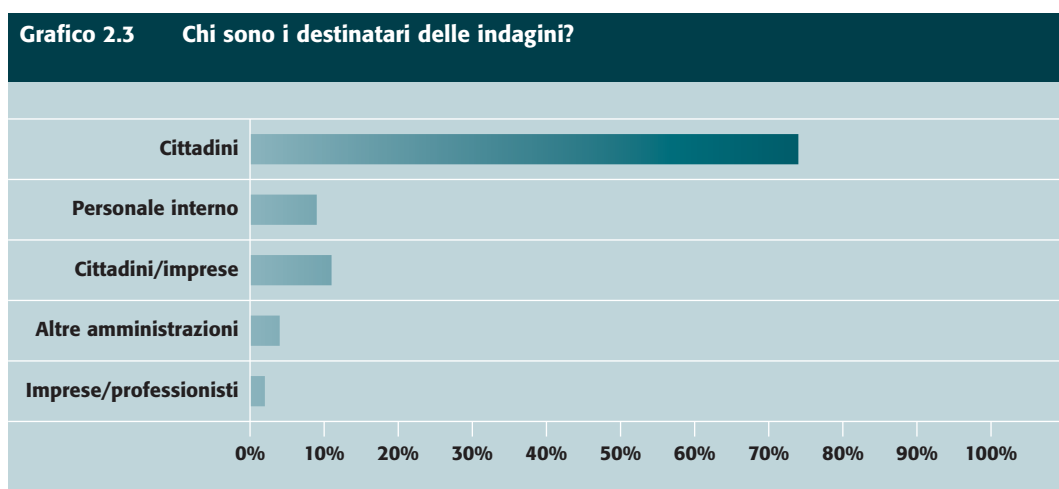
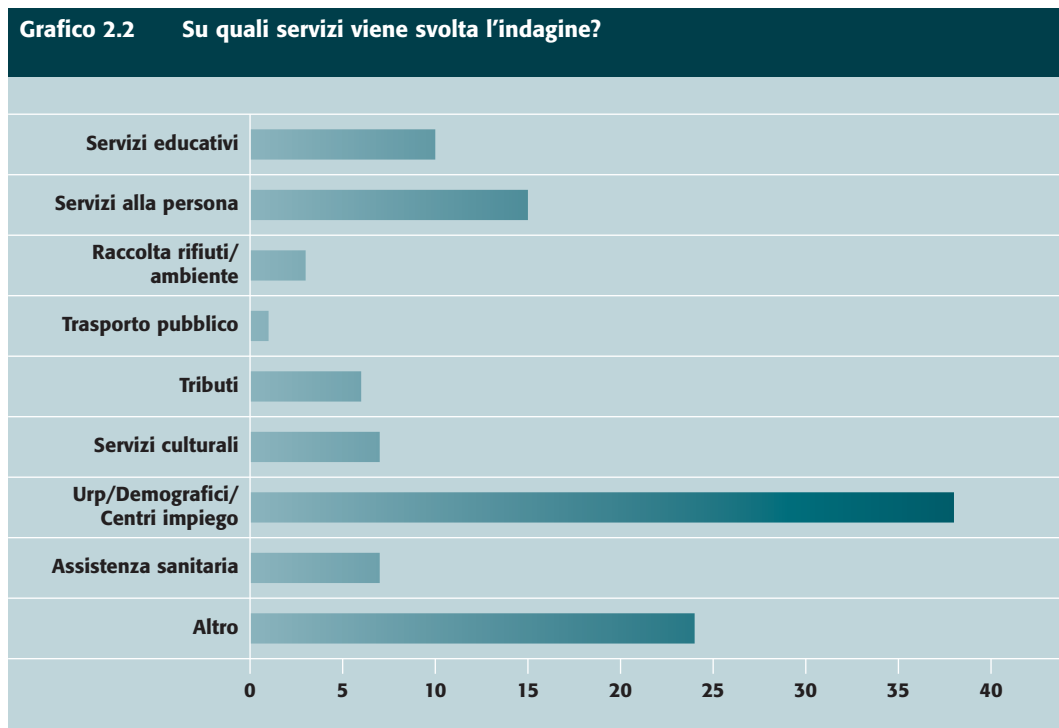
Inoltre, fra gli altri, hanno partecipato attivamente il Ministero degli Interni, la Corte dei Conti, i Monopoli di Stato, l'Agenzia Lazio Lavoro, l'Università di Cagliari, il Consiglio Nazionale delle Ricerche (Cnr), la Regione Sardegna e l'Inps.

Grafico 2.1 Chi ha avviato l'indagine?



I servizi indagati sono stati prevalentemente quelli di **front-office** (oltre l'80% dei casi) anche quando hanno coinvolto settori particolari come, per esempio, i tributi.

Diverse indagini, poi, hanno avuto ad oggetto servizi alla persona, in particolare servizi per anziani e servizi educativi.



In coerenza con la tipologia di servizio scelto per l'indagine, i destinatari sono stati, nell'87% dei casi, gli utenti esterni: i cittadini oppure altre tipologie di utenti come, per esempio, gli imprenditori o altri professionisti. Solo il 9% delle indagini è servita per verificare la

percezione del personale interno. In alcuni casi la percezione dei colleghi è stata confrontata con quella degli utenti esterni del servizio.

Infine, il 4% delle indagini si è rivolto ad altre amministrazioni. Naturalmente questo ha riguardato, in particolare, quegli enti che hanno come utenti principali non cittadini o utenti privati ma altri soggetti istituzionali (come, per esempio, nel caso della Regione Sardegna o dell'Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Abruzzo e del Molise).

Per ogni amministrazione, hanno partecipato alla sperimentazione più persone, specie nei casi in cui la realizzazione delle indagini ha visto il lavoro d'équipe tra uffici diversi. È da rilevare, infatti, la collaborazione tra uffici per le relazioni con il pubblico o altre funzioni di staff (controllo di gestione, staff della direzione generale, controllo di qualità, ecc.) e altri uffici o servizi dell'ente. Sono state più del 15% le amministrazioni che hanno visto lavorare fianco a fianco colleghi di uffici diversi, per esempio il Comune di Carpi, il Comune di Torino, il Comune di Ferrara, il Comune di Ravenna, il Comune di Pistoia, il Comune di Crema, il Comune della Spezia, il Comune di Roma, il Comune di Padova, il Comune di Catania, e altri ancora. Nei Comuni più piccoli, in genere, è stato l'Urp ad occuparsi dello svolgimento delle indagini mentre nei Comuni più grandi sono stati gli uffici organizzazione oppure gli uffici qualità o lo staff del direttore generale, a coinvolgere servizi particolari realizzando insieme tutto il percorso. Nelle Asl questo è stato un fenomeno costante: gli uffici qualità o gli Urp si occupano sistematicamente di verificare la percezione della qualità sui diversi ambulatori, sulla mensa, sui reparti, ecc.

2.3 Il kit per i front-office

La classificazione per ufficio/settore di appartenenza dei partecipanti al Cantiere di innovazione dedicato alla *customer satisfaction* ha evidenziato che al settore Urp/comunicazione apparteneva circa il 30% dei partecipanti. Successivamente, analizzando i disegni delle indagini, ci si è resi conto che la maggior parte delle ricerche (oltre l'80%) avrebbe avuto ad oggetto un front-office; non necessariamente l'Urp ma anche l'ufficio tributi, l'Informagiovani, il sito internet, ecc.

Si è pensato, allora, di rivolgersi a tutti coloro che stavano avviando queste indagini, chiedendo loro di confrontarsi sulla creazione di un possibile questionario standard. Questo è stato anche un modo per lavorare insieme alla creazione di *alberi della qualità* e questionari, documenti che, ricordiamo, le amministrazioni dovevano produrre nel corso della prima parte del Cantiere di innovazione.

Le considerazioni che hanno avvalorato questa ipotesi di lavoro sono state tre:

1. gli elementi dei servizi di front-office che sono *visibili*, quindi *giudicabili* dagli utenti, sono praticamente gli stessi per tutte le tipologie di front-office e per tutti i tipi di amministrazione;
2. le amministrazioni si trovano in difficoltà nel realizzare indagini di

customer satisfaction in modo metodologicamente corretto vista la complessità del percorso e la carenza di risorse e, in questo senso, lavorare insieme può facilitare la realizzazione dell'indagine;

3. lavorare e confrontarsi a distanza è troppo complicato per realizzare un'attività complessa, come quella che avevamo immaginato per i front-office, di forte interazione.

Si è proposto, allora, a tutti coloro che avevano scelto di realizzare l'indagine su un front-office, un incontro di due giornate, organizzate a Bologna con il supporto di Urp degli Urp². Sono stati composti due gruppi di lavoro. Nelle prime due giornate sono stati coinvolti coloro che intendevano utilizzare un questionario che l'utente avrebbe dovuto compilare autonomamente (autocompilati) e nelle seconde due giornate si sono incontrati coloro che, invece, avevano deciso di affidare la compilazione dei questionari ad intervistatori.

Questa divisione è motivata dal fatto che si è deciso di proporre, a chi utilizzasse gli intervistatori, di introdurre nel questionario sia domande volte a comprendere l'importanza di alcuni elementi del servizio secondo gli utenti che, contemporaneamente, domande volte a comprendere il livello di *soddisfazione* rispetto ad ognuno degli elementi indagati. La presenza degli intervistatori, infatti, ha il vantaggio di poter facilitare eventuali chiarimenti a chi deve rispondere. Nel questionario autocompilato, invece, abbiamo proposto di inserire solamente domande relative alla percezione e non anche quelle relative all'importanza³.

Si è scelto di lavorare prima sugli **alberi della qualità** ovvero sull'individuazione e la classificazione di quegli aspetti del servizio che possono incidere sulla qualità percepita, per arrivare ad avere un unico riferimento valido per tutti. Successivamente i presenti hanno definito i possibili contenuti di un questionario standard anche attraverso il confronto fra questionari già utilizzati da altre amministrazioni in precedenti indagini.

Ogni gruppo di lavoro era seguito da un tutor che aveva il compito di condurre il gruppo nella riflessione e nel confronto fino ad arrivare alle conclusioni richieste, nei tempi previsti.

Per la creazione degli *alberi della qualità* è stato proposto lo schema logico rappresentato nella tabella 2.3. Si è chiesto, quindi, di individuare, per ognuna delle sei dimensioni della qualità⁴, tutti gli elementi del servizio, diversificati per i tre canali: sportello, telefono, internet.

2. Si tratta di un progetto del Dipartimento della Funzione Pubblica e della Regione Emilia Romagna, di supporto agli uffici per le relazioni con il pubblico e, più in generale, alla comunicazione pubblica (www.urp.it).

3. Avere la possibilità di confrontare le risposte degli utenti sia relativamente alla loro soddisfazione che rispetto all'importanza attribuita ad ogni elemento del servizio è sicuramente un vantaggio. È possibile, infatti, che la soddisfazione sia molto positiva rispetto a elementi ritenuti insignificanti oppure, cosa più grave, che non siano affatto soddisfatti di elementi ritenuti di grande importanza (si vedano le pagine da 79 a 81 del Manuale citato sopra *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche*). Non è semplice, però, trovare una formula scritta che immediatamente, nel poco tempo che una persona dedica alla compilazione di un questionario, chiarisca la differenza tra i concetti di *importanza* e di *soddisfazione*. Per questo si è pensato di consigliare alle amministrazioni che indagavano i loro front-office

con questionari autocompilati, di non inserire le due batterie di domande ("quanto è importante per lei..." e "quanto è soddisfatto di...") accontentandosi di ottenere informazioni *buone* rispetto alla soddisfazione/insoddisfazione.

4. Le sei dimensioni della qualità sono una delle classificazioni proposte per organizzare i vari indicatori di qualità del servizio, in riferimento ai diversi *pacchetti di servizi* che vengono offerti. La *dimensione tecnica* fa riferimento agli elementi del servizio definiti per rispondere al problema primario, la ragione d'essere del servizio stesso; la *dimensione relazionale* fa riferimento a tutti quegli elementi che dipendono dalla relazione tra il personale di contatto e gli utenti; la *dimensione organizzativa* agli aspetti dell'organizzazione del lavoro (tempi, processi, ecc.); la *dimensione ambientale* ai supporti fisici del servizio; la *dimensione immagine* al rispetto dell'immagine veicolata (slogan, marchi, ecc.) e la *dimensione economica* ai costi del servizio in riferimento del valore dato allo stesso.

Tabella 2.3 Schema per la creazione di Alberi della qualità

Dimensioni della qualità \ Canale	Sportello fisico	Telefono	Internet/e-mail
Dimensione tecnica			
Dimensione relazionale			
Dimensione organizzativa			
Dimensione ambientale			
Dimensione immagine			
Dimensione economica			

Dai brevi resoconti delle quattro giornate, pubblicati sul sito, si comprende come hanno lavorato i gruppi:

19 gennaio 2004

Fino a qui tutto bene

“Oggi a Bologna si è tenuto il primo incontro dei front-office. Trentacinque i partecipanti oltre a collaboratori dello staff di Cantieri e di Urp degli Urp. Dopo una prima parte in plenaria, necessaria per condividere obiettivi e tempi del lavoro, i partecipanti si sono divisi in gruppi. Un micro gruppo, formato da tre persone, ha lavorato sulla qualità dei servizi erogati attraverso il call center, un gruppetto più grande, formato da otto persone, ha lavorato sul servizio erogato via internet e, infine, i due gruppi più corposi (13 e 11 partecipanti) si sono dedicati allo sportello fisico. I gruppi hanno lavorato alacrememente: chi ha organizzato un vero e proprio *brainstorming* tappezzando la sala con fogli di carta nei quali ha organizzato gli elementi del servizio rilevanti; chi, invece, si è confrontato a partire dalla propria esperienza di operatore e di utente; chi, infine, ha spaccato il gruppo di lavoro in due sotto-gruppi dovendo, poi, aggregare i risultati parziali per socializzarli con gli altri partecipanti. La giornata è stata decisamente impegnativa e ha portato ad un primo, parziale, risultato che domani verrà ripreso per proseguire la discussione sulla creazione di uno strumento standard e sulle modalità di utilizzo dello strumento”.

20 gennaio 2004

Primi risultati e prime riflessioni

“Oggi le vetrate della sala del Parlamentino (la ex sala del Consiglio Regionale) mostrano un bel cielo azzurro e una giornata piena di sole. Questa mattina, appena partite, ci siamo dette: “Due giorni sono passati”, senza fare i conti col fatto che,

in realtà, ci attendeva ancora un'intera giornata estremamente impegnativa. Nella prima parte della mattinata Franco Torelli ha ripreso alcuni concetti metodologici fondamentali legati, in particolare, all'impostazione del questionario, al collaudo e alle modalità di somministrazione. Inoltre sono stati ripresi alcuni importanti aspetti riferiti alla creazione di un campione significativo. A questo punto i partecipanti si sono divisi nei gruppi già costituiti ieri e hanno cominciato a trasformare gli elementi della qualità del servizio, individuati ieri, in un questionario, discutendo anche su come procedere alla raccolta dei dati. Il lavoro di oggi ha portato ad un primo *semilavorato* che verrà completato da una ulteriore attività di analisi ad opera del gruppo che si cimenterà nei prossimi due giorni. Spetterà poi a noi (staff di Cantieri e di Urp degli Urp) riorganizzare i prodotti creati nel corso delle quattro giornate in un unico schema-prototipo di questionario. Insomma, la prima sessione di lavoro si è conclusa con la sensazione un po' di tutti che queste giornate, anche se piuttosto faticose, siano state ben spese e sicuramente utili, considerato che la condivisione e il confronto hanno arricchito non solo di idee ma, all'interno della sperimentazione, soprattutto di soluzioni pratiche”.

21 gennaio 2004

E il confronto continua

“Oggi è stato il turno del gruppo di quanti hanno deciso di lavorare sulla creazione di un questionario da compilare attraverso intervistatori. 23 i partecipanti, un numero ridotto rispetto alle presenze delle altre due giornate e questo ha consentito di lavorare con più tranquillità e, in un certo senso, in modo più confidenziale. Nella prima parte della mattina, in plenaria, Annalisa Gramigna ha presentato il programma dei lavori, gli obiettivi e i risultati attesi nelle due giornate di incontro, e una panoramica sul servizio, sul rapporto tra operatore e cliente e sulle dimensioni della qualità del servizio. Questo momento ha consentito anche a tutti i presenti di iniziare a conoscersi: un breve giro di tavolo ha permesso ad ognuno di raccontare la propria esperienza. Dopodiché si sono formati i tre gruppi di lavoro: ciascuno di questi tre gruppi però, a differenza di quanto avvenuto nelle giornate precedenti, si è cimentato nella creazione degli *alberi della qualità* di un servizio erogato da uno sportello fisico”.

22 gennaio 2004

Considerazioni conclusive

“Il cerchio si è chiuso. Con l'incontro di oggi termina il lavoro svolto dai front-office in queste quattro giornate bolognesi. Nel corso della mattina Franco Torelli ha ripreso alcuni aspetti importanti sul tema delle interviste: le modalità di costruzione

delle domande, le scale, il campione, gli accorgimenti utili da adottare nel corso delle interviste, ecc. Quindi si è proseguito con il lavoro di gruppo: ciascuno ha ripreso il proprio posto e il materiale prodotto ieri – ricordiamo che ieri sono stati elaborati tre schemi di *alberi della qualità* riferiti agli elementi di un servizio erogato attraverso lo sportello fisico. Il risultato di questa giornata è stato invece la produzione, da parte di ciascun gruppo, di uno schema di questionario con domande riferite sia all'importanza che alla soddisfazione che l'utente può esprimere rispetto all'esperienza vissuta all'interno del servizio. Il compito non era semplice ma i risultati sono stati sicuramente interessanti. Che cosa succederà adesso? Lo staff di Cantieri, con la collaborazione di Urp degli Urp, riorganizzerà i prodotti creati nel corso delle quattro giornate ricostruendo un unico *albero della qualità* e due schemi-prototipo di questionario (autocompilazione e intervista). I materiali saranno quindi messi a disposizione (attraverso il sito) di quanti hanno contribuito alla loro realizzazione e di tutti coloro che intenderanno prendere spunti e suggerimenti per avviare una indagine di *customer satisfaction* su un servizio di front-office. A conclusione di queste quattro giornate vorremmo ringraziare i partecipanti arrivati a Bologna praticamente da tutta Italia, (Sardegna compresa!) e la Regione Emilia Romagna per l'ospitalità, dando appuntamento al prossimo incontro (*fisico o in presenza*, come dicono i formatori) di marzo che vedrà nuovamente riuniti non solo chi sta lavorando sui front-office ma tutti coloro che, all'interno del Cantiere di innovazione dedicato alla *customer satisfaction*, stanno realizzando la sperimentazione”.

5. La scala è l'elenco dei valori che consentono di attribuire un peso al giudizio espresso dagli utenti. Può essere una scala numerica oppure una scala semantica. Si veda, a questo proposito, il box di pagina 58 all'interno del Manuale *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche*. Ci sono molte discussioni sulle scale, se debbano essere pari o dispari, lunghe o corte, ecc. Noi, nel nostro lavoro, abbiamo dato indicazioni che aiutassero ogni amministrazione a fare la propria scelta. Nel kit per i front-office, invece, abbiamo preso posizione: scala da 1 a 5 accompagnata, nei questionari autocompilati, anche da una scala semantica (per niente soddisfatto, poco soddisfatto, soddisfatto, piuttosto soddisfatto, molto soddisfatto).

- Dal vivace lavoro dei gruppi sono emerse diverse considerazioni:
1. gli elementi del servizio da riorganizzare nell'*albero della qualità* debbono essere distinti non solamente sulla base del canale di erogazione del servizio (sportello, telefono, internet) ma anche sulla base delle diverse tipologie di servizio che un front-office può offrire perché non tutti i front-office propongono lo stesso *pacchetto di servizi* (c'è chi si occupa di informazione, chi eroga servizi, chi fa prevalentemente comunicazione o orientamento, ecc.);
 2. non è possibile creare un unico questionario che vada bene per tutte le realtà. Si può, invece, standardizzare lo schema logico da utilizzare per impostare, ogni volta, il questionario che serve. Inoltre si può scegliere una identica modalità di formulazione delle domande e delle risposte (scala⁵ compresa), in particolare quelle riferite alla soddisfazione degli utenti, così da poter procedere anche ad eventuali confronti fra front-office della stessa amministrazione o di amministrazioni diverse;
 3. il processo di raccolta dei dati deve essere ben architettato e deve essere gestito in modo uniforme da chiunque accetti di utilizzare gli schemi standard per poter operare dei confronti.

Il gruppo dei front-office si è incontrato, poi, in una fase avanzata della sperimentazione (metà giugno 2004) per completare la riflessione sulla possibile standardizzazione di un *processo* e di uno *strumento*, a valle della recente esperienza maturata da ognuno.

Da questo articolato lavoro a più mani nasce il **kit per i front-office**, utile a tutti coloro che abbiano intenzione di realizzare un'indagine di *customer satisfaction* che abbia ad oggetto un front-office.

All'interno di questo kit, infatti, sono indicati i due diversi procedimenti per la realizzazione dell'indagine a seconda che si scelga l'auto-compilazione o l'intervista. Inoltre è disponibile una sorta di *cassetta degli attrezzi* nella quale si trovano vari strumenti che, nei diversi passi del procedimento, possono diventare particolarmente utili. Infine, per ogni passo del procedimento, sono stati raccolti alcuni consigli che derivano dall'esperienza pratica di chi ha materialmente realizzato l'indagine. Anche se si tratta spesso di piccoli accorgimenti, queste sono indicazioni che possono veramente fare la differenza, sia nella fase di realizzazione dell'indagine che nella fase di *messa in opera* del miglioramento dei servizi.

In allegato si trovano gli *alberi della qualità*, i due processi e i due schemi standard di questionario che possono essere personalizzati sulla base delle esigenze e delle caratteristiche di ogni indagine⁶. Gli *alberi della qualità* sono un elenco di elementi del servizio che possono essere oggetto di indagine, una sorta di menù dal quale ogni amministrazione, a seconda delle proprie esigenze, può scegliere sulla base di specifici obiettivi e necessità conoscitive. I due processi che indichiamo segnano, invece, i passi necessari da realizzare, il primo, nel caso si scelga di utilizzare un questionario autocompilato, il secondo nel caso di interviste. Per quanto riguarda, poi, i due schemi di questionario, anche questi vanno personalizzati scegliendo i vari contenuti sulla base degli obiettivi conoscitivi, aiutandosi con le indicazioni degli *alberi della qualità*.

6. Il kit completo può essere scaricato dal portale di Cantieri all'indirizzo www.cantieripa.it o richiesto alla segreteria del programma Cantieri (cantieri@funzionepubblica.it).

Le esperienze di valutazione della qualità percepita

In questa seconda parte del volume vengono presentate le esperienze realizzate dalle amministrazioni che hanno seguito l'intero percorso del Cantiere di innovazione. Per raccontare le esperienze e per riflettere su cosa si impara dalle stesse, il criterio logico utilizzato è stato quello di riproporre i passaggi-chiave del percorso di sperimentazione.

Di seguito, quindi, si trovano:

- i **disegni dell'indagine**;
- una riflessione relativa alle modalità scelte dalle amministrazioni per organizzare e realizzare le indagini;
- alcune importanti considerazioni relative alla fase di creazione del questionario. Le esperienze, infatti, confermano che ci sono due attività, una precedente ed una successiva alla stesura del questionario, che sono di grande importanza per ottenere un valido strumento di indagine: si tratta dell'**indagine preliminare** e del **collaudo** del questionario;
- i **questionari** utilizzati dalle amministrazioni per lo svolgimento delle indagini;
- utili accorgimenti relativi alla **raccolta dei dati** segnalati direttamente dalle amministrazioni;
- alcune considerazioni generali relative alla percezione che i cittadini hanno dei servizi pubblici, sulla base delle elaborazioni e delle interpretazioni fatte da ogni amministrazione.

3.1 L'ideazione dell'indagine

3.1.1 I disegni delle indagini: le esperienze

Il primo passo fatto dalle amministrazioni, nel corso del Cantiere di innovazione è stato quello di ideare l'indagine cercando di definire, a priori, una serie di aspetti funzionali, poi, alla realizzazione dei passi successivi. In questi progetti le amministrazioni hanno chiarito, rispetto al loro contesto di riferimento:

- a. quali obiettivi aveva l'indagine;
- b. chi erano i destinatari dell'indagine;
- c. quali attori coinvolgere (interni ed eventualmente esterni);

- d. come condurre l'indagine (questionari, interviste, coinvolgendo l'universo, rivolgendosi ad un campione, ecc.);
- e. come e a chi comunicare i risultati finali;
- f. i tempi.

Ogni amministrazione ha così definito il proprio **disegno dell'indagine**.

Di seguito presentiamo i disegni delle indagini realizzati dalle amministrazioni che hanno portato a termine la sperimentazione in tutte le sue fasi.

I disegni dell'indagine		
Servizi	Amministrazione	Oggetto dell'indagine
Informazione Accoglienza Comunicazione	Azienda Usl Roma D	Accoglienza, informazione e accessibilità delle strutture di due poliambulatori
	Asl Torino 4	Accesso, accoglienza e dimissioni nei reparti di degenza
	Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Bari	Ufficio commercio estero – Settore Statistica e Sviluppo Economico e Ufficio Rea e Registro Imprese Individuali – Settore Registro delle Imprese
	Comune di Barletta (Bari)	Ufficio invalidi civili
	Comune di Brandizzo (Torino)	Sportello integrato Comune-Asl <i>Entri in Comune e sei anche all'Asl</i>
	Comune di Carpi (Modena)	Sportello Polifunzionale <i>QuiCittà</i>
	Comune di Crema (Cremona)	Servizi cimiteriali
	Comune di Cremona	Periodico Cremona informa
	Comune di Fabriano (Ancona)	Servizio tributi
	Comune di Ferrara	Servizio tributi
	Comune di Massa	Servizi demografici
	Comune di Monsummano Terme (Pistoia)	Sportello unico per le attività produttive
	Comune di Ravenna	Ufficio informazione e accoglienza turistica
	Comune della Spezia	Ufficio relazioni con il pubblico
	Comune di Torino	Ufficio verbali
	Comune di Trento	<i>Trento Informa</i> informare la città attraverso i principali media
Comune di Venaria Reale (Torino)	Servizi di front-office	

Servizi	Amministrazione	Oggetto dell'indagine
Informazione Accoglienza Comunicazione	Consiglio Nazionale delle Ricerche	Ufficio relazioni con il pubblico
	Ministero dell'Interno	Il portale www.interno.it
	Prefettura di Forlì Cesena	Sportelli front-office e sito
	Procura della Repubblica di Ivrea	Ufficio relazioni con il pubblico
	Provincia di Genova	Ufficio relazioni con il pubblico
	Provincia di Siena	Centri per l'impiego
	Agenzia Lazio Lavoro	Ufficio relazioni con il pubblico
	Regione Sardegna	Servizio tutela paesaggio
Servizi alla persona	Comune di Alessandria	Casa comunale di soggiorno per anziani "Nicola Basile"
	Comune di Catania	Scuola materna
	Comune di Salsomaggiore Terme (Parma)	Casa protetta comunale
	Comune di Segrate (Milano)	Servizio di refezione scolastica
	Comune di Serradifalco (Caltanissetta)	Bisogni e attese degli anziani in un'ottica di innovazione
Cultura	Comune di Corbetta (Milano)	2a Fiera per lo sviluppo ecosostenibile del territorio
	Comune di Pegognaga (Mantova)	Servizi culturali
	Comune di Roma	Teatro del Lido
Trasporto	Comune di Ozzano dell'Emilia (Bologna)	Il servizio di trasporto scolastico
	Sta – Servizio per la mobilità del Comune di Roma	Servizio gestione bus turistici
Altri servizi	Comune di Padova	Servizi interni del settore Risorse finanziarie
	Comune di Spoleto (Perugia)	I servizi comunali
	Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Abruzzo e Molise	Servizi offerti dall'Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Abruzzo e Molise

AZIENDA USL ROMA D

Il contesto

Le aziende sanitarie per migliorare la propria offerta di servizi devono conoscere i bisogni dei cittadini. Spesso i commenti dell'utenza sono espressi solo negativamente tramite il reclamo, ma il cittadino che protesta rappresenta solo una parte di popolazione che afferisce ai servizi e non è rimasta soddisfatta della prestazione ricevuta.

L'Azienda Usl Roma D già da qualche tempo è impegnata in un percorso di valutazione e miglioramento delle prestazioni erogate, ed in particolare nella valutazione della qualità percepita dall'utente.

L'Urp aziendale al fine di sviluppare il know how per la realizzazione di indagini, ha partecipato al Cantiere di Innovazione sulla *customer satisfaction*, ed ha inserito fra gli obiettivi del budget 2004 la realizzazione di un'indagine di *customer satisfaction* nei propri distretti sanitari. Il distretto 2, corrispondente al territorio del municipio XIII del Comune di Roma, ha recepito tale obiettivo e ha predisposto un progetto comune.

Obiettivi

L'indagine ha lo scopo di analizzare alcuni aspetti dell'offerta sanitaria erogata nei poliambulatori del distretto 2 dell'Azienda Usl Roma D di Ostia Lido e di Casal Bernocchi, il grado di soddisfazione dei cittadini-utenti residenti nel territorio del XIII Municipio del Comune di Roma coincidente con il Distretto 2 dell'Azienda Usl Roma D, sui servizi sanitari fruiti relativamente ad alcuni aspetti quali:

- la modalità di erogazione delle prestazioni con particolare riguardo all'accessibilità delle strutture;
- la fruibilità dell'informazione;
- le modalità di accoglienza.

Destinatari dell'indagine

Un campione di utenti che accederanno ai due poliambulatori in un periodo di tempo determinato ancora da definire (orientativamente nel mese di marzo).

Gli attori

L'indagine sarà condotta direttamente da personale dell'Azienda. Il gruppo di lavoro sarà composto da:

1 coordinatore Urp distrettuali, 2 operatori Urp, personale del Distretto, 1 operatore del sistema informativo sanitario (s.i.s.).

Il campione

Il campione sarà costituito dal totale degli utenti che accederanno ai poliambulatori nei giorni stabiliti.

Le modalità di somministrazione

Il questionario, verrà distribuito al momento dell'ingresso dei poliambulatori, con preghiera di autocompletarlo a prestazione eseguita. Saranno previste ai vari piani dei poliambulatori delle aree dove personale opportunamente addestrato potrà fornire informazioni e tutoraggio.

Raccolta, inserimento ed elaborazione dei dati

I questionari saranno raccolti negli stand organizzati al piano degli ambulatori.

L'inserimento dei dati e l'elaborazione sarà effettuato mediante procedura informatica *access* dagli operatori del gruppo di lavoro costituito allo scopo.

La presentazione e l'utilizzo dei risultati

I dati elaborati verranno restituiti a cura della Direzione del Distretto e dell'Urp alla Direzione Generale e Sanitaria dell'Azienda Usl Roma D. Sarà previsto un incontro dibattito pubblico con la popolazione e le associazioni del territorio per la presentazione dei risultati dell'indagine. I dati verranno pubblicizzati anche a mezzo stampa locale.

L'analisi dei risultati dell'indagine è propedeutica alla riorganizzazione delle modalità di offerta delle prestazioni nei poliambulatori interessati dalla ricerca.

Le fasi di lavoro

Sono previste le seguenti fasi di lavoro.

Tempistica di realizzazione

Fase	Gennaio 2004	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Maggio 2004	Giugno 2004
Disegno dell'indagine						
Definizione del questionario						
Svolgimento dell'indagine						
Inserimento dei dati						
Elaborazione dei dati						
Diffusione dei risultati						

Premessa

Il processo di cambiamento maturato all'interno della pubblica amministrazione avvenuto in questi ultimi anni ha evidenziato l'importanza della partecipazione dei cittadini.

L'Asl 4, al fine di migliorare la qualità delle prestazioni professionali ed alberghiere fornite dall'Ospedale ha scelto come strumento operativo l'elaborazione di un questionario somministrato ai pazienti ricoverati.

Il questionario viene consegnato al momento del ricovero, insieme all'opuscolo informativo predisposto dall'Asl 4 *Informazioni utili alla vita di reparto*, predisposto per migliorare l'accoglienza ai pazienti e limitare i disagi che un ricovero ospedaliero inevitabilmente comporta.

Obiettivo

L'indagine ha lo scopo di verificare la qualità percepita dai clienti-utenti con una particolare attenzione alle modalità e alle caratteristiche dell'accesso, dell'accoglienza e della dimissione ospedaliera in modo tale da poter elaborare strategie di miglioramento.

Destinatari

Il questionario è rivolto ai pazienti ricoverati presso i reparti di degenza dell'Ospedale San Giovanni Bosco dell'Asl 4.

Fasi del progetto

- Elaborazione del questionario attraverso l'utilizzo di un software idoneo;
- somministrazione del questionario ai pazienti;
- elaborazione ed analisi delle informazioni raccolte;
- informazione al management dei dati ottenuti;
- elaborazione di proposte e di azioni tese al miglioramento dell'accesso, dell'accoglienza e della dimissione dei pazienti.

Gruppo target

Pazienti ricoverati.

Attuazione del progetto

Analisi dell'opportunità di utilizzare il questionario elaborato in precedenza dall'Ufficio Qualità, sottoposto prima del suo utilizzo ad un'analisi congiunta con tutte le caposala e gli esponenti del Tribunale dei Diritti del Malato al fine di apportare le dovute modifiche e testato in via sperimentale in un solo reparto.

Il suddetto questionario nasceva come specifico strumento di rilevazione per andare ad indagare le aree prioritarie di intervento individuate nella sessione impegni e programmi della Carta dei Servizi.

Le aree identificate sono: ricovero ospedaliero, informazione, accoglienza tutela, attività ambulatoriale e integrazione ospedale e territorio.

Per le suddette aree di intervento sono stati fissati standard di qualità che l'Asl si impegna a rispettare ed a monitorare costantemente allo scopo di garantire un elevato livello assistenziale.

Per ciascuna area è stato individuato l'aspetto che si vuole monitorare, a ciascun aspetto viene associato un fattore di qualità e quindi il criterio o requisito qualitativo richiesto diventa esso stesso l'oggetto della verifica.

Per ciascun fattore è indicato uno standard, ossia il valore di riferimento che si intende raggiungere, desunto dai riferimenti normativi o dalla letteratura scientifica, dall'esperienza pregressa o dal confronto con realtà affini.

Viene inoltre esplicitata con la misurabilità le modalità con cui l'Asl intende verificare il raggiungimento dell'impegno preso.

La documentazione relativa agli impegni e programmi è dettagliata in una sezione specifica della Carta dei Servizi Aziendale.

Nello specifico, il questionario è stato creato al fine di verificare la qualità percepita dai clienti-utenti durante il ricovero ospedaliero che viene analizzato in tre fasi:

1. Fase di accettazione – Accesso
2. Fase di ricovero – Accoglienza
3. Fase di dimissione

1. FASE DI ACCETTAZIONE

Aspetto da indagare Immediatezza per il ricovero in urgenza.
Criterio Garanzia di ricovero immediato nei casi di urgenza.
Standard 100%.
Verifica Osservazione diretta, somministrazione questionario ad hoc.

Aspetto da indagare Tempi di attesa per il ricovero ordinario.
Criterio Rispetto dei tempi di attesa previsti nei registri dei reparti, espressi conformemente agli indici di priorità.
Standard 100%.
Verifica Verifica registri di prenotazione, somministrazione questionario ad hoc.

2. FASE DI RICOVERO

Accoglienza in reparto

Aspetto da indagare Informazione relativa alla degenza in ospedale.
Criterio A ciascun ricoverato deve essere consegnato l'opuscolo informativo contenente informazioni sulla vita del reparto, sui diritti dei pazienti.
Standard 100%.
Verifica Controllo a campione e somministrazione di questionario ad hoc.

Comfort alberghiero

Aspetto da indagare Personalizzazione dei pasti.
Criterio Possibilità di scelta del menu con garanzia di corrispondenza tra il menu prenotato con quello consegnato.
Standard 90%.
Verifica Controllo a campione e somministrazione di questionario ad hoc.

Aspetto da indagare Orario di distribuzione dei pasti.
Criterio Rispetto dell'orario di distribuzione dei pasti.
Standard 90%.
Verifica Controllo a campione e somministrazione di questionario ad hoc.

Assistenza sanitaria

Aspetto da indagare Informazione sul trattamento terapeutico.
Criterio Informare tutti i pazienti sul trattamento terapeutico a cui sono sottoposti.
Standard 100%.
Verifica Controllo a campione e somministrazione di questionario ad hoc.

3. FASE DI DIMISSIONE

<i>Fattore di qualità</i>	Completezza e chiarezza della lettera di dimissione.
<i>Criterio</i>	Presenza nella lettera di dimissione di tutte le indicazioni necessarie ai medici di medicina generale per il proseguimento delle cure post-ricovero: anamnesi, esami diagnostici e terapeutici durante il ricovero, diagnosi di dimissione, consigli terapeutici.
<i>Standard</i>	100%.
<i>Verifica</i>	Controllo a campione e somministrazione di questionario ad hoc.

Per le motivazioni sopraesposte, oltre che per la comprensibilità delle domande, per motivi di economicità e per la corrispondenza del questionario ai criteri individuati da Cantieri, lo strumento attualmente appare particolarmente appropriato per l'indagine che si intende condurre.

La somministrazione del questionario è affidata a personale aziendale che opera all'interno del servizio di degenza interessato.

La numerosità del campione è stata definita in base al numero di ricoveri, stimati in circa 800 ricoveri mensili. È stato individuato un software idoneo alla elaborazione e raccolta dati adatto a ricerche basate sull'utilizzo dei questionari con una fase finale di elaborazione centralizzata.

Tempistica di realizzazione

Fase	Gennaio 2004	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Maggio 2004	Giugno 2004
Disegno dell'indagine						
Analisi del materiale già utilizzato dall'Azienda						
Distribuzione di 2.400 questionari al fine di monitorare 3 mesi di somministrazione						
Raccolta dei dati						
Inserimento ed elaborazione dei dati						
Definizione delle azioni di miglioramento						
Presentazione e diffusione dei risultati						

Il contesto

L'indagine di *customer satisfaction* avrà ad oggetto le attività degli sportelli che svolgono funzioni di front-office per i seguenti uffici camerali:

1. Ufficio commercio estero – Settore Statistica e Sviluppo Economico;
2. Ufficio Rea e Registro Imprese Individuali – Settore Registro delle Imprese.

Il primo dei due, assimilabile per il tipo di attività ad uno sportello polifunzionale, eroga tutti quei servizi necessari alle imprese che effettuano operazioni commerciali con l'estero: rilascio di certificati di origine, carnet Ata e Tir, vidimazioni di fatture e listini e legalizzazione di documenti, unitamente al servizio di cassa per la riscossione dei diritti di segreteria.

Gli sportelli di cui al precedente n. 2, oltre alle funzioni di cassa, curano, relativamente alle sole imprese individuali, l'accettazione delle domande di iscrizione, modificazione e cancellazione nel Registro delle Imprese e nel Rea e forniscono le informazioni e l'assistenza necessaria a chi è in procinto di intraprendere una delle attività per le quali è prevista l'iscrizione.

Com'è facile intuire da quanto appena accennato, l'attività delle due strutture si svolge in contesti che tra loro si differenziano almeno sotto quattro profili.

1. *Organico-strutturale* I due sportelli ricadono sotto la responsabilità di due strutture dirigenziali diverse.
2. *Oggettivo* I servizi presentano caratteristiche, modalità e tempi di erogazione assolutamente non paragonabili tra loro.
3. *Soggettivo* Pur essendo rivolti entrambi ad imprese, il target di riferimento è costituito nel primo caso dalle imprese che effettuano operazioni con l'estero e nel secondo caso da tutte e sole imprese individuali.
4. *Modalità tecnico-operative* Sportello con caratteristiche di polifunzionalità nel primo caso (le richieste dell'utenza attivano procedimenti diversi), attività specifica nel secondo (i procedimenti sono finalizzati all'iscrizione o all'annotazione nel Registro delle Imprese o nel Rea di determinati eventi riguardanti la vita dell'impresa).

Per le ragioni su espresse, il progetto sarà strutturato, pur con approccio metodologico unitario, in due indagini separate, seguendo due percorsi che tengano conto delle peculiarità di ciascun servizio.

Obiettivi dell'indagine

In entrambi i casi, l'indagine di *customer satisfaction* che si intende realizzare ha l'obiettivo di fornire elementi conoscitivi per supportare una futura eventuale ristrutturazione organizzativa dei suddetti uffici, a sua volta finalizzata ad assicurare più funzionali modalità di erogazione dei rispettivi servizi.

Il grado di soddisfazione dell'utenza di riferimento diventa così elemento indispensabile per:

- riscontrare l'esistenza di eventuali bisogni latenti non soddisfatti;
- far affiorare gli elementi di criticità;
- per acquisire, più in generale, indicazioni utili al raggiungimento di standard qualitativi più elevati.

Destinatari dell'indagine

1. SPORTELLO COMMERCIO ESTERO

I destinatari finali dei servizi erogati da questo sportello sono le imprese che effettuano operazioni con l'estero.

L'utenza di riferimento che sarà destinataria dell'indagine è composta presumibilmente dalle seguenti categorie di soggetti: imprese, professionisti che svolgono attività di consulenza e titolari di agenzie di disbrigo pratiche o loro collaboratori.

2. SPORTELLI REA E REGISTRO IMPRESE INDIVIDUALI

I destinatari finali dei servizi erogati da questo sportello sono i titolari di imprese individuali che svolgono un'attività economica per il cui esercizio è prescritta l'iscrizione nel Registro ovvero nel Repertorio. Tra i destinatari dell'indagine figurano i titolari di imprese individuali, gli aspiranti imprenditori, i professionisti che svolgono attività di consulenza e i titolari di agenzie di disbrigo pratiche o loro collaboratori.

Sotto il profilo della frequenza di accesso al servizio, gli utenti di entrambe le strutture si rivolgono agli sportelli con diverso grado di saltuarietà e, pertanto, la determinazione dei rispettivi universi e la scelta se effettuare un'indagine su un campione di utenti ovvero sull'intero universo, saranno adottate dopo l'indagine esplorativa preliminare.

Gli attori

L'indagine sarà realizzata da uno staff interno all'amministrazione composto da:

- Dirigente del Settore Affari Generali, con funzioni di supervisione, coordinamento delle attività e gestione delle relazioni con le altre aree organizzative;
- Responsabile dell'Ufficio Statistica, incaricato della progettazione esecutiva, dell'elaborazione dati e della presentazione dei risultati;
- Quattro unità (personale interno o stagisti, qualora disponibili), per l'esecuzione delle fasi operative di somministrazione e raccolta dei questionari e caricamento dati.

Metodologia

La rilevazione di *customer satisfaction* vera e propria sarà preceduta da un'indagine preliminare, articolata all'interno ed all'esterno dell'amministrazione.

La fase *interna* prevede l'attivazione di un gruppo di approfondimento (*focus group*) formato da alcuni componenti dello staff, dal segretario generale e dai dirigenti/funzionari responsabili dei servizi interessati e sarà finalizzata all'acquisizione di tutti gli elementi oggettivi costituenti l'attività di front-office, secondo il cosiddetto punto di vista *interno*.

La fase *esterna* comprende sia un'indagine esplorativa da realizzarsi attraverso l'autosomministrazione di questionari per stimare la numerosità e le caratteristiche dell'utenza di riferimento di ciascun servizio, sia la realizzazione di interviste in profondità ad alcuni utenti per individuare le principali caratteristiche ed i confini delle problematiche in esame secondo il punto di vista dell'utenza e sarà effettuata non appena saranno disponibili i risultati delle due precedenti indagini preliminari.

La scelta tra indagine condotta sull'universo o su un campione di utenti sarà subordinata alle risultanze dell'indagine preliminare.

Salvo indicazioni in senso contrario che dovessero emergere dall'indagine preliminare, l'approccio metodologico che al momento appare più consono agli obiettivi della rilevazione è quello della misurazione del *gap* tra attese e percezioni (importanza dei fattori e livello di percezione dello stesso) in relazione agli elementi che formano i servizi di front-office. In questa fase, particolare attenzione sarà posta nell'articolazione dei quesiti al fine di evitare una sopravvalutazione dei giudizi relativi al fattore importanza.

Lo schema di analisi delle valutazioni dell'utenza sarà strutturato secondo il criterio di classificazione dei singoli aspetti all'interno delle tre dimensioni: relazionale, tecnica e fisico-strumentale.

Fasi del progetto

FASE 1 ENTRO IL 31 GENNAIO 2004

Incontro con i dirigenti responsabili dei settori interessati, finalizzato alla piena conoscenza della tipologia di servizi, delle modalità di erogazione degli stessi e dei tempi previsti per la conclusione dei rispettivi procedimenti, ecc.

FASE 2 ENTRO IL 25 FEBBRAIO 2004

Fase *esterna* dell'indagine preliminare:

- a. Somministrazione di un breve questionario (eventualmente differenziato in base al servizio) in autocompilazione, per acquisire informazioni relative a:
 - motivi della richiesta;
 - tipologia di utenza;
 - provenienza;
 - frequenza di utilizzazione del servizio.I questionari saranno somministrati a tutti gli utenti che si rivolgono agli sportelli, per cinque giorni lavorativi (dal lunedì al venerdì) di una stessa settimana.
- b. Interviste in profondità ad alcuni utenti.
- c. Elaborazione dei dati e determinazione del tipo di indagine (campionaria o sull'universo).

FASE 3 ENTRO IL 5 MARZO 2004

Redazione di due questionari (uno per ogni servizio), da somministrare per mezzo di intervistatori.

FASE 4 ENTRO IL 15 APRILE 2004

Individuazione delle procedure informatiche per la gestione delle indagini di *customer satisfaction* e realizzazione delle rilevazioni.

FASE 5 ENTRO IL 31 MAGGIO 2004

Archiviazione ed elaborazione dei dati con gli strumenti definiti nella fase precedente.

FASE 6 ENTRO IL 15 GIUGNO 2004

Presentazione dei risultati finali.

COMUNE DI BARLETTA

Il contesto

L'Ufficio invalidi civili del Comune di Barletta si è costituito il 17 dicembre 2001 a seguito del passaggio di funzioni dalle prefetture agli enti locali in tema di trattamenti economici a favore degli invalidi civili. Attualmente è formato da 4 persone ed è situato in tre stanze al piano terra della palazzina cosiddetta *dell'anagrafe*. Dalla costituzione al 31 dicembre 2003 ha emesso 3.069 provvedimenti.

Soggetti coinvolti

- Staff del sindaco e in particolare l'Ufficio relazioni con il pubblico.
- Istituti di patronato presenti sul territorio.
- Personale dell'Ufficio invalidi civili.

Modalità

- Creazione di un *focus group* composto dai responsabili degli istituti di patronato e coordinato dal responsabile dell'Ufficio relazioni con il pubblico per definire gli aspetti da sottoporre a indagine.
- Creazione di un questionario da parte del responsabile dell'Urp coadiuvato dal personale dell'Ufficio invalidi civili.
- Collaudo del questionario a un gruppo di 3-5 utenti scelti fra coloro che hanno avuto più contatti con l'Ufficio.
- Indagine fra gli utenti.

Utenti

Campione di circa 350 utenti¹ scelti a caso fra coloro che hanno ricevuto un provvedimento relativo a trattamento economico a favore di invalidi civili dall'Ufficio o da parte degli istituti di patronato.

Elaborazione dei risultati

Ufficio relazioni con il pubblico e Ufficio invalidi civili.

Pubblicità dei risultati

Staff del sindaco.

Riunione dei responsabili degli Istituti di patronato di Barletta del 4 marzo 2004 coordinati dal dottor Raffaele Borgia (responsabile Urp del Comune di Barletta).

Aspetti dell'Ufficio invalidi civili da sottoporre ad indagine di *customer satisfaction*

Aspetti	Dettagli
Comune	Ambiente
	Dipendenti
Modulistica	Chiarezza e necessità di assistenza
Emissione provvedimento	Aspettative e tempi di attesa
Patronati	Assistenza e collaborazione

1. Considerando un livello fiduciario del 95% e un margine di errore $e=0,10$ della scala 1-4, con $s=1$.

Altri spunti:

- poche domande possibilmente chiuse;
- ventaglio di risposte poco ampio;
- presenza di una lettera di accompagnamento del questionario redatta dall'Amministrazione comunale.

COMUNE DI BRANDIZZO

Il contesto

L'Amministrazione comunale di Brandizzo ha sottoscritto una convenzione – al momento sperimentale per un anno e precisamente sino al 31 maggio 2004 – con l'Azienda sanitaria locale n. 7 di Chivasso (Asl 7) competente per territorio, per l'attivazione del servizio sportello sanitario presso il Municipio, gestito da personale comunale dell'Ufficio relazioni con il pubblico.

Tale servizio consiste nella prenotazione di visite specialistiche, esami diagnostici, di laboratorio e nella consegna referti; è svolto dal lunedì al venerdì dalle ore 14,00 alle ore 16,00 tramite due sportelli, utilizzando il software gestionale fornito dall'Asl 7, al cui server si è collegati direttamente.

Entri in Comune e sei anche all'Asl ha sostituito il precedente servizio fornito direttamente da personale amministrativo dell'azienda sanitaria, svolto sempre sul territorio di Brandizzo, con un unico sportello per due giorni la settimana (martedì e giovedì), per complessive 5 ore e mezza, mediante procedura non informatizzata.

In relazione alla convenzione la giunta comunale ha approvato uno specifico progetto, inserito nel Peg, nel quale è prevista un'indagine sul grado di soddisfazione dell'utenza a sostegno o meno del rinnovo pluriennale della convenzione tra i due enti.

Gli obiettivi

L'indagine, oltre a costituire un obbligo derivante dal progetto approvato dalla giunta comunale, ha lo scopo di:

- verificare se le condizioni di erogazione del servizio sono funzionali alle esigenze dell'utenza: passaggio da personale Asl a personale comunale, orari, collocazione spaziale degli sportelli, ecc.
- prendere in considerazione le attese dell'utenza per confermare la convenzione in atto, apportando le eventuali modifiche operative.

I destinatari dell'indagine

I destinatari dell'indagine sono gli utenti che si recheranno direttamente al servizio in un periodo di tempo pre-determinato, ovvero nei giorni compresi tra il 29 marzo e il 9 aprile 2004.

Gli attori dell'indagine

L'indagine sarà condotta direttamente da personale dell'Urp comunale, eventualmente supportato per la fase di consegna e ritiro del questionario da stagisti di scuole medie superiori.

Tale scelta deriva dalla valutazione delle risorse finanziarie disponibili da parte dell'amministrazione comunale, in relazione alla specificità dell'indagine e alla contemporanea formazione del personale stesso.

Il campione

Come indicato al punto 3 il campione sarà formato dagli utenti del servizio in uno spazio temporale definito.

Da una verifica preventiva, in base alla rilevazione settimanale dei passaggi agli sportelli, si stima che saranno somministrati circa n. 350 questionari, pari al 5,13% della popolazione residente (esclusi i minori in età pediatrica).

Il campione, rispetto all'universo dei possibili utenti (6.823), soddisfa i seguenti dati:

- livello fiduciario = 95%;
- eterogeneità = 0,5 (ipotesi peggiore in mancanza di dati);
- margine di errore = 5%.

Tempistica di realizzazione

Fase	Febbraio 2004	1-28 marzo 2004	29-31 marzo 2004	1-9 aprile 2004	10-16 aprile 2004	19-23 aprile 2004	26 aprile- 7 maggio 2004	8-14 maggio 2004
Impostazione del questionario								
Stampa del questionario								
Rilevazione								
Restituzione del questionario								
Inserimento dei dati								
Elaborazione dei dati								
Relazione finale								

Le modalità di somministrazione

Sarà redatto un questionario articolato su tre sezioni:

- dati informativi per cogliere abitudini e bisogni;
- valutazione del grado di soddisfazione del servizio (domande chiuse con scala numerica + una domanda generale aperta);
- dati anagrafici (con garanzia dell'anonimato).

Il questionario è previsto in autocompilazione e sarà distribuito nei pressi degli sportelli sanitari.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

Alla consegna del questionario verrà rivolto l'invito alla compilazione in loco ovvero, in caso di impossibilità, alla restituzione presso gli stessi sportelli entro un tempo prestabilito.

I dati verranno inseriti ed elaborati mediante procedura informatica con l'ausilio della società di consulenza informatica già operante nel Comune.

La presentazione e l'utilizzo dei risultati

I dati elaborati saranno restituiti alla giunta comunale, alla direzione dell'Asl 7, al personale dell'Urp e resi noti ai cittadini sul sito del Comune e con pubblicazione sul settimanale di informazione locale.

I risultati condizioneranno la prosecuzione del servizio con convenzione pluriennale con l'Asl 7 di Chivasso e/o l'eventuale modifica nelle modalità organizzative-gestionali.

Le fasi di lavoro

Si prevedono le seguenti fasi e tempi per la realizzazione dell'indagine.

COMUNE DI CARPI

Il contesto

Il Comune di Carpi ha attivato dal 1995 uno sportello polifunzionale denominato *QuiCittà*, in cui sono compresi i servizi di Ufficio relazioni con il pubblico, Punto Europa, Informagiovani, Informaturismo.

In questi anni l'affluenza degli utenti è aumentata in modo costante, come evidenziato dai dati rilevati giornalmente dagli operatori del servizio.

Contatti rilevati dagli operatori del servizio *QuiCittà*

Presenze	2002	2001	2000
Telefonate	46.465	39.944	38.329
	9.880	8.639	8.089
Totali	56.345	48.583	46.418
Accessi web			
Offerte di lavoro	58.778	34.678	–
Concorsi	42.801	22.841	–
Accessi alle postazioni internet	4.978	2.887	–
Aziende/Agenzie interinali/Studi di selezione che hanno utilizzato il servizio <i>Offerte di lavoro</i>	1.640*	3.313	3.047
<small>* Da marzo 2002 il servizio per le agenzie interinali/studi di selezione è stato messo a pagamento. Il dato 1.640 è composto da 1.582 aziende e 58 agenzie o studi di selezione. Nel 1999 erano stati raggiunti 1.758 contatti in totale.</small>			

Nel 2001 è stata inaugurata una nuova sede e sono stati individuati nuovi orari di apertura al pubblico.

L'aumento costante del numero di cittadini, imprese, lavoratori in cerca di occupazione e varie altre tipologie di utenti che si rivolgono a *QuiCittà* dimostra l'interesse della città nei confronti di questo servizio, che è qualcosa di più innovativo rispetto all'Urp previsto dal legislatore.

La tipologia del servizio spazia dalla messa a disposizione di informazioni sui servizi comunali, su tutti gli uffici pubblici presenti nel territorio comunale e intercomunale alla possibilità di presentare un curriculum che viene inserito in una banca dati a cui possono accedere le imprese che cercano personale, oltre naturalmente a informazioni sulle opportunità turistiche offerte dal territorio, sulle opportunità di lavoro e studio nella Comunità Europea e così via.

L'utente può accedere al servizio sia recandosi direttamente nella sede di *QuiCittà*, che telefonando o collegandosi alla Rete Civica.

Gli obiettivi

L'indagine ha scopi molteplici:

- effettuare una valutazione qualitativa del livello di conoscenza dei servizi offerti da *QuiCittà*;

- valutare il livello di soddisfazione dell'utenza raggiunto nel periodo 2000-2003;
- analizzare punti di forza e di debolezza nel rapporto con utenti/fornitori quali associazioni ed enti pubblici presenti sul territorio;
- fornire elementi per sviluppare azioni di miglioramento della qualità del servizio.

I destinatari dell'indagine

I destinatari dell'indagine sono:

- utenti privati (cittadini, studenti, persone in cerca di occupazione, ecc.);
- utenti/fornitori (associazioni, enti pubblici esterni, aziende pubbliche presenti sul territorio).

Gli attori interni ed esterni all'amministrazione

Si è pensato di attivare un gruppo di lavoro, formato da:

- gli operatori del *QuiCittà*;
- la responsabile del servizio Comunicazione;
- un referente del servizio Sviluppo organizzativo, formazione e qualità;
- la responsabile del servizio Statistica.

Questo gruppo di progetto seguirà tutte le fasi dell'indagine, a partire dalla progettazione.

Per quanto riguarda la somministrazione del questionario si pensa di far ricorso a una o due stagiste della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università di Modena e Reggio Emilia, formate da personale interno o da società esterna di consulenza; è infatti opportuno che non siano gli stessi operatori del *QuiCittà* ad intervistare gli utenti.

Le attività di inserimento ed elaborazione dei dati saranno gestite dagli operatori del *QuiCittà* su indicazioni del servizio statistica del Comune di Carpi.

Il gruppo di lavoro metterà quindi a punto un *report* finale dell'indagine e presenterà alla direzione generale alcune proposte di attività di miglioramento.

Il campione

Il campione è differenziato in relazione alle due diverse indagini previste:

- utenti privati: campione casuale sulle persone che frequentano *QuiCittà* (1 ogni x persone che entrano nella sede del servizio in un periodo di due settimane);
- imprese/associazioni/enti: due gruppi per *focus group* con rappresentanti di associazioni, enti pubblici, imprese pubbliche.

Le modalità di somministrazione

Anche in questo caso le modalità di somministrazione sono differenziate per tipologia di utenti/fornitori:

- utenti privati: compilazione assistita da stagista all'interno di *QuiCittà*;
- *focus group* con associazioni, enti pubblici e imprese pubbliche presenti sul territorio guidati da un esperto.

È necessario prevedere una campagna di comunicazione ad hoc per assicurare il successo dell'indagine: a partire dalla settimana che precede l'inizio dell'indagine all'interno di *QuiCittà* ci saranno volantini e cartelli che informeranno gli utenti sulle modalità di somministrazione del questionario.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

Le attività di raccolta, inserimento ed elaborazione dati saranno affidate agli operatori del *QuiCittà*, che opereranno in collaborazione con il servizio Statistica del Comune di Carpi.

Il gruppo di lavoro si attiverà comunque anche in questa fase per attività di controllo e verifica sull'andamento del progetto.

La redazione di un documento di presentazione

È prevista la redazione di un *report* di presentazione dei risultati la cui struttura dovrà essere mantenuta nel tempo al fine di rendere agevole l'analisi dell'evoluzione degli indicatori nel tempo.

Il *report* completo dovrà contenere:

- statistiche e distribuzione delle risposte;
- matrici di distribuzioni;
- indici di correlazione per identificare eventuali relazioni causa-effetto tra fattori di qualità;
- *gap analysis* per individuare le principali criticità;
- piano di miglioramento e proposte di innovazione.

I risultati dell'indagine riguardante gli utenti privati e gli utenti/fornitori, saranno inviati a coloro che avranno compilato il questionario e partecipato al *focus group*, oltre ad essere pubblicati su CarpiDiem.

Tempistica di realizzazione

Fase	Novembre 2003	Dicembre 2003	Gennaio 2004	Febbraio 2004	Marzo 2004
Disegno dell'indagine					
Individuazione degli indicatori da monitorare					
Redazione e validazione del questionario					
Raccolta dati (invio e sollecito)					
Inserimento ed elaborazione					
Analisi e conclusioni					
Diffusione dei risultati					

COMUNE DI CREMA

Contesto

Nell'ottica di una strategia finalizzata a porre il cittadino al centro delle scelte dell'Amministrazione comunale, la giunta municipale ha aderito al programma Cantieri d'innovazione promosso dal Dipartimento della Funzione Pubblica.

L'Amministrazione intende realizzare un'indagine di *customer satisfaction* relativa ai servizi cimiteriali, individuati quale primo ambito di ricerca all'interno di un progetto che toccherà via via anche altri servizi e che mira ad attivare un dialogo permanente tra Amministrazione e utenza, nella convinzione che l'ascolto del cittadino e la valutazione dei suoi bisogni e delle sue attese possano portare a cambiamenti di natura organizzativa, gestionale e culturale di grande rilevanza.

Gli obiettivi

L'indagine si prefigge i seguenti obiettivi:

- verificare il livello di soddisfazione degli utenti nei confronti dei servizi cimiteriali, sia per quanto riguarda la parte strutturale (i 4 cimiteri della città), sia per quanto concerne l'ufficio, che ne ha in carico la gestione;
- evidenziare i punti di forza e di debolezza dei servizi erogati;
- avanzare proposte di interventi migliorativi al fine di fornire servizi di qualità;
- avviare una pratica di dialogo con i cittadini, che possa consolidarsi nel tempo e costituire un valido punto di riferimento per le scelte dell'Amministrazione.

I destinatari

Tutti i cittadini maggiorenni, potenziali fruitori del servizio, sia per quanto riguarda le strutture cimiteriali, sia per quanto attiene l'ufficio che se ne occupa.

Gli attori

Tutte le fasi della progettazione (relazione teorica introduttiva, impostazione dello schema di progetto, indagine preliminare, predisposizione del questionario e definizione del campione), così come l'elaborazione dei dati raccolti e l'analisi valutativa verranno condotte esclusivamente da personale interno all'ente.

A tal fine è stato individuato un referente del progetto all'interno dell'ufficio di staff del sindaco, che segua l'indagine in prima persona e lavori in staff con il dirigente dell'ufficio e l'assessore di riferimento.

Soltanto per la somministrazione dei questionari si farà ricorso ad un'agenzia esperta del settore.

Il campione

Ritenendo non necessario procedere ad un campionamento stratificato, si ipotizza questa soluzione:

- universo (N) = 28.500 (abitanti con età non inferiore ai 18 anni);
- errore (e) = 5%;
- livello fiduciario = 95%;
- eterogeneità dell'universo (p): il 30 oppure il 70%.

Da questi fattori scaturisce la conclusione che verranno somministrati 350 questionari.

Le modalità di somministrazione

Il questionario verrà somministrato attraverso interviste telefoniche condotte da un'agenzia specializzata nel settore. Si è optato per questa soluzione, perché si è ritenuto necessario intervistare tanto gli utenti dell'ufficio, quanto tutti i cittadini, in qualità di possibili visitatori delle strutture cimiteriali. I 350 questionari verranno sommini-

strati al campione in un arco di tempo ridotto (nella prima metà di maggio 2004), in diverse fasce orarie per garantire l'eterogeneità del campione.

Dato il campo di indagine particolarmente delicato, in quanto attinente alla sfera privata degli affetti, si è ritenuto necessario accompagnare il questionario con una nota metodologica su come porre le domande agli intervistati.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

I questionari compilati dagli intervistatori saranno consegnati all'ufficio di staff del sindaco ed in particolare al referente incaricato dell'indagine, che attraverso procedure informatiche provvederà ad estrapolare i dati e ad aggregarli secondo i parametri di interesse.

La redazione di un documento di presentazione

I risultati saranno raccolti in un *report* finale, che conterrà tabelle e grafici per una migliore visualizzazione e lettura dei dati, nonché considerazioni su quanto emerso dall'indagine e infine proposte per eventuali azioni correttive.

Il *report* sarà consegnato al sindaco, alla giunta ed al consiglio comunale e diffuso a tutti i dirigenti al fine di favorire lo sviluppo di una cultura orientata alla ricerca della qualità attraverso lo strumento della *customer satisfaction*.

All'esterno verrà diffuso ai cittadini mediante la pubblicazione sulla Rete Civica Comunale e gli organi di informazione.

Le fasi di lavoro

Le fasi che si è ritenuto di individuare per approdare ad un intervento efficace e denso di ulteriori sviluppi sono:

- stesura di una relazione introduttiva, che imposti il quadro teorico di riferimento (entro il 31 dicembre 2003);
- segnalazione da parte dell'organo competente del servizio oggetto dell'indagine e contestuale indicazione degli obiettivi generali e delle risorse disponibili (entro il 7 gennaio 2004);
- indagine esplorativa preliminare, con intervista in profondità al dirigente di settore e al responsabile del servizio prescelto e con raccolta di tutti i dati secondari utili (entro il 26 febbraio 2004);
- predisposizione del questionario di collaudo (entro il 2 febbraio 2004);
- somministrazione dello strumento di collaudo ad un campione pilota, con successiva analisi e verifica dei processi e dei risultati di ricerca (entro il 9 febbraio 2004);
- stesura definitiva del questionario (entro il 20 febbraio 2004);
- scelta dell'agenzia a cui affidare le interviste (entro metà marzo 2004);
- somministrazione del questionario al campione (nella prima metà di maggio 2004);
- raccolta dei questionari, estrapolazione ed elaborazione dei dati, realizzazione di grafici e tabelle e stesura del *report* (entro la fine di maggio 2004).

COMUNE DI CREMONA

Il contesto

Il Comune di Cremona vanta una popolazione di 71mila abitanti circa.

Da due anni invia a tutti i nuclei familiari della città e alle attività economiche (38.000 copie) un giornale esterno a cadenza bimestrale come strumento utile per:

- presentare progetti, novità, avvio di nuovi servizi, informazioni che riguardano l'Amministrazione comunale;
- favorire la comunicazione verso i cittadini, informandoli circa l'attività del Comune, le scadenze tributarie, le opportunità, gli appuntamenti e manifestazioni della città;
- aumentare la trasparenza e la partecipazione dei cittadini, presentando l'attività dei gruppi consiliari;
- permettere un risparmio indotto, relativo alla produzione di materiali specifici (ed esempio, depliant Ici, comunicazione sul bilancio, programmi culturali, semplificazione amministrativa).

L'adesione al programma del Dipartimento della Funzione Pubblica denominato Cantieri di innovazione è stata effettuata con la volontà di acquisire le competenze necessarie per sviluppare indagini di *customer satisfaction*, al fine di migliorare i servizi offerti al cittadino.

Oggetto della presente indagine sarà il periodico *Cremona in Comune* del quale si intende verificare il livello di soddisfazione da parte del cittadino.

In base ai risultati dell'indagine valutativa del servizio sopra citato si procederà con proposte di miglioramento, oppure alternative, in linea con i bisogni del cittadino.

Obiettivi

L'indagine si propone di raggiungere i seguenti traguardi conoscitivi:

- verifica della distribuzione del periodico;
- verifica della conoscenza del prodotto;
- verifica della frequenza di lettura del periodico da parte dei cittadini;
- verifica dell'interesse per gli argomenti trattati;
- verificare il livello di soddisfazione generale degli utenti;
- evidenziare i punti di forza e di debolezza del servizio;
- avanzare proposte di interventi migliorativi o alternativi al fine di fornire servizi di maggiore qualità.

I destinatari

I destinatari dell'indagine sono i cittadini residenti a Cremona in età di voto.

Nel caso in cui gli intervistati non appartengano alla readership del periodico si indagherà sul principale motivo (non interessati, non a conoscenza del servizio, non ricevono il giornale).

Gli attori

La progettazione, la realizzazione dell'indagine, l'elaborazione dei dati raccolti e l'analisi valutativa verranno condotte esclusivamente dal personale interno all'ente con la collaborazione durante tutto il percorso da parte della stagista:

Ufficio Comunicazione

Palazzo Comunale – Piazza del Comune, 8 – Cremona

telefono 0372 407001

<http://www.comune.cremona.it>

e-mail comunicazione@comune.cremona.it

Responsabile dottoressa Nicoletta Filiberti

Il campione

L'universo è rappresentato dai cittadini in età di voto.

Nel 2002 il Comune di Cremona aveva selezionato un campione di 1.000 persone su un universo di 58.240 elettori in base alle seguenti caratteristiche: sesso, età, professione e zona di residenza; inoltre per ogni nucleo familiare è stata contattata una sola persona.

Il campione ha dunque rispecchiato egregiamente l'eterogeneità dell'universo. Il campione è stato stratificato in 3 gruppi da 1.000 persone, per avere le riserve che rispecchiassero i criteri di selezione.

Per esigenze di tempo, risorse e costi si è deciso di basare la scelta del campione in modo sistematico (uno ogni due) attingendo da quella fonte calcolando il numero di cittadini da intervistare in base alle nostre esigenze:

- universo (N) = 58.240;
- errore (e) = 5%;
- livello fiduciario = 95%;
- eterogeneità dell'universo (p) = 30 oppure 70%.

Da questi fattori scaturisce la conclusione che verranno fatte 400 interviste telefoniche.

Modalità di somministrazione e di raccolta

Il questionario verrà somministrato attraverso interviste telefoniche condotte dalla stagista dell'ufficio Comunicazione con la supervisione del personale interno.

Si è optato per questa soluzione per ridurre i costi dell'indagine e per sviluppare le competenze di rilevazione della *customer satisfaction* da parte del personale dell'ufficio Comunicazione.

Non verrà effettuata alcuna indagine esplorativa in quanto il dirigente di settore e il responsabile di servizio sono coloro che commissionano l'indagine e che la seguono.

L'inserimento e l'elaborazione dei dati

L'inserimento e l'elaborazione dei dati in base ai parametri di interesse sono alcune delle mansioni che la stagista dovrà assolvere attraverso l'uso di mezzi informatici che sono a disposizione dell'ufficio (programma Excel).

In fase di elaborazione si cercheranno di evidenziare le eventuali correlazioni tra i dati raccolti.

La redazione di un documento di presentazione

I risultati saranno raccolti in un file finale di PowerPoint, che conterrà tabelle e grafici per una migliore comprensione e visualizzazione dei dati, nonché considerazioni su quanto emerso dall'indagine.

Infine il documento conterrà proposte e alternative per il miglioramento del servizio.

Tempistica di realizzazione

Fase	Marzo 2004	Aprile 2004	Maggio 2004	Giugno 2004
Stesura di una relazione introduttiva	Entro il 31 marzo 2004			
Definizione degli obiettivi	Entro il 31 marzo 2004			
Predisposizione del questionario di collaudo		Entro il 16 aprile 2004		
Somministrazione del questionario di collaudo ad un campione pilota		Entro il 18 aprile 2004		
Stesura definitiva del questionario		Entro il 30 aprile 2004		
Somministrazione del questionario al campione			Entro il 31 maggio 2004	
Estrapolazione ed elaborazione dei dati				Entro il 7 giugno 2004
Realizzazione del documento finale				Entro l'11 giugno 2004

COMUNE DI FABRIANO

Obiettivi

Il progetto ha come obiettivo la realizzazione di una indagine per misurare la qualità percepita dai cittadini rispetto ai servizi offerti e la successiva adozione di una strategia di miglioramento: il Comune di Fabriano intende effettuare l'indagine con riferimento al servizio Tributi per valutare il grado di soddisfazione dei cittadini nei confronti delle modalità di erogazione del servizio stesso e, conseguentemente, adottare i necessari correttivi.

Gli attori

Il progetto è intersettoriale in quanto coinvolge i seguenti servizi:

- servizi al cittadino – Urp;
- servizio Tributi;
- servizio Sistemi informatici;
- servizio Affari generali; ciascuno per la parte di rispettiva competenza, coordinati dal direttore generale.

Le fasi

- Analisi del problema, definizione degli obiettivi, ripartizione delle competenze.
- Definizione dell'universo, determinazione del campione.
- Individuazione delle modalità e dei tempi di effettuazione dell'indagine.
- Definizione dell'ambito di indagine.
- Indagine.
- Memorizzazione ed elaborazione dati.
- Relazione.

L'universo e il campione

Da una analisi dell'afflusso dell'utenza è emerso che la media delle persone che annualmente si recano all'ufficio tributi è di 6.300 unità con riferimento alle diverse tipologie di tributi (Ici, Tarsu, Tosap) e che il mese di gennaio rappresenta il periodo di maggior affluenza allo sportello.

L'universo è dunque pari a 6.300. Per definire il campione sul quale effettuare l'indagine si conviene di stabilire nel 5% l'errore di campionamento accettato e nel 95% il livello fiduciario, ottenendo così un campione di 362 unità.

Il questionario

Attraverso il questionario che si andrà a somministrare si intende rilevare la sola percezione della soddisfazione: il questionario riguarderà due aspetti, uno relazionale (le modalità di gestione del rapporto con l'utenza) ed uno tecnico (il livello tecnico del servizio erogato) alla luce dei quali sarà possibile individuare il livello qualitativo del servizio erogato.

L'indagine

Il questionario verrà somministrato a partire dal mese di gennaio 2004 fino a raggiungimento del numero stabilito per il campione. Gli utenti saranno contattati quando si recheranno presso gli uffici del servizio tributi, mettendo a loro disposizione un modulo da autocompilare e da depositare in un'urna nei pressi dell'uscita o, in alternativa, da spedire. Sarà compito dell'operatore sensibilizzare l'utente circa l'importanza della compilazione in quanto finalizzata ad un miglioramento dei servizi erogati, nonché fornire eventuali chiarimenti.

L'elaborazione dei dati

Le informazioni contenute nei questionari verranno memorizzate in un programma creato appositamente dal servizio Sistemi informatici e successivamente elaborate e messe a disposizione degli organi politici e dei dirigenti.

Obiettivi dell'indagine

Nell'ottica di una strategia finalizzata a porre il cittadino al centro delle scelte dell'Amministrazione comunale di Ferrara la giunta comunale ha approvato con verbale n. 28/87477 del 25 novembre 2003 l'adesione al progetto dei Cantieri d'innovazione, promosso dal Dipartimento della Funzione Pubblica, e precisamente la *customer satisfaction*. In particolare l'obiettivo di questa indagine di *customer satisfaction* (soddisfazione del cliente) ha lo scopo di analizzare alcuni aspetti del rapporto tra il servizio Tributi e i propri *clienti*: gli utenti che si rivolgono al servizio. In particolare riguarda la funzionalità delle modalità organizzative di gestione del rapporto con l'utenza, per valutare, sia presso gli operatori degli sportelli sia presso l'utenza stessa, alcuni parametri dell'attuale situazione operativa e per individuare i possibili provvedimenti migliorativi, in un'ottica di *customer satisfaction*. Non si tratta di misurare una soddisfazione una tantum, bensì di impiantare una metodologia di monitoraggio della soddisfazione dell'utenza, che permetta di verificare la realizzazione dei processi di miglioramento organizzativo, suggeriti di volta in volta dai risultati dell'indagine stessa.

Il contesto

È importante nell'impostare l'indagine la conoscenza e l'analisi del contesto operativo, dell'organizzazione degli uffici a diretto contatto con il cittadino e pertanto di forte impatto in termini di *customer satisfaction*.

Si sono individuati i 5 uffici ed i 5 tipi di utenti che si rivolgono al servizio Tributi:

- Ufficio Ici *principalmente persone fisiche*
- Ufficio Tarsu abitazioni *principalmente persone fisiche*
- Ufficio Tarsu attività *principalmente titolari di attività economiche*
- Ufficio Imposta Pubblicità *principalmente titolari di attività economiche*
- Ufficio Diritti Pubbliche Affissioni *principalmente titolari di attività economiche*

È necessario raccogliere ogni informazione disponibile sull'entità dell'afflusso degli utenti agli uffici nell'arco della settimana e dell'anno, per poter valutare ed individuare un campione di utenti attendibile al quale indirizzare un questionario di rilevazione sulla soddisfazione nei confronti del servizio erogato.

Il progetto verte sull'afflusso di utenza che si reca personalmente presso gli uffici, mentre l'analisi dell'utenza telefonica, sia diretta agli uffici sia attraverso il call center, sarà oggetto di successivi approcci di *customer satisfaction*.

La gestione del progetto

Il progetto, condotto con il supporto dell'iniziativa Cantieri del Dipartimento della Funzione Pubblica, è gestito da un gruppo di lavoro, coordinato dal servizio Statistica del Comune di Ferrara, che ha mansioni di guida e di regia, ed è costituito dalla componente interna che rappresenta le 5 aree coinvolte nel progetto, cioè i responsabili degli uffici individuati, nonché da alcuni tecnici coinvolti in più aree. Fanno parte del gruppo di lavoro le seguenti persone:

- Stefania Baruchello Ufficio Pubblicità;
- Rolando Fabbri Ufficio Tarsu – Abitazioni;
- Vladislao Scotti Ufficio Tarsu – Attività;
- Enrico Scalambra Ufficio Ici;
- Emanuela Malavolta Ufficio Ici;
- Paolo Cecchini Accertatori;
- Paolo Lambertini Contenzioso;
- Carla Martelli Segreteria;
- Rosa Fogli Recupero Gettito;
- Lauretta Angelini Dirigente Servizio Tributi e Servizio Statistica;
- Caterina Malucelli Servizio Statistica.

La metodologia di lavoro fa affidamento su un coinvolgimento diretto, attivo e propositivo, di chi opera e gestisce il rapporto con la clientela, in quanto l'evoluzione ed i miglioramenti organizzativi devono essere attuati con il contributo ed il coinvolgimento delle persone che vi operano.

Fasi del progetto

FASE 1 – COSTITUZIONE DEL GRUPPO DI LAVORO ED AVVIO DELLE ATTIVITÀ

Da un primo incontro si analizzano gli obiettivi del progetto e si avviano i meccanismi per la condivisione delle competenze e delle conoscenze.

FASE 2 – ANALISI DELLE CONDIZIONI OPERATIVE

Si raccolgono informazioni che consentano l'analisi delle modalità attraverso le quali avvengono attualmente i contatti dell'utenza con gli uffici Tributi. Si analizzano gli aspetti logistici e organizzativi, approfondendo le problematiche connesse ai vincoli logistici attuali e futuri, nonché alle modifiche organizzative future connesse a scelte politiche dell'Amministrazione. Il servizio Tributi ha infatti in previsione un trasloco dei propri uffici ed il passaggio di competenze ad altro ente per quanto riguarda la Tarsu, nel momento in cui passerà a tariffa. Si raccolgono i dati riferiti all'andamento mensile dell'afflusso dell'utenza nei diversi uffici.

FASE 3 – FOCUS GROUP CON GLI OPERATORI INTERNI

I *focus group* sono costituiti da persone che operano in qualità di attori nel rapporto diretto con l'utenza.

Obiettivo di questi gruppi è di raccogliere informazioni che delineino un quadro chiaro e completo degli aspetti del rapporto Utenza – servizio Tributi, individuando gli aspetti qualitativi, secondo tre dimensioni principali:

- *dimensione relazionale* (tutti fattori che riguardano la gestione della relazione);
- *dimensione tecnica* (tutti fattori che costituiscono il contenuto intrinseco del servizio erogato);
- *dimensione fisica/strumentale* (tutti i fattori relativi all'ambiente, alle strutture, agli strumenti, ai supporti fisici, ecc.).

È importante inoltre individuare su quali aspetti del servizio si vuole verificare le conoscenze dell'utenza, per esempio la conoscenza del servizio di assistenza e prenotazione telefonica.

Sulla base degli aspetti emersi, è possibile delineare le dimensioni qualitative dei servizi offerti.

FASE 4 – INDIVIDUAZIONE DEL CAMPIONE DA RILEVARE

Dall'analisi dell'afflusso dell'utenza, si è individuato che il mese di gennaio rappresenta per tutti i diversi uffici del servizio Tributi un mese di afflusso medio-alto, in cui le strutture sono sollecitate dall'utenza, ma non con la massima intensità possibile.

Occorre definire il campione da rilevare, sia come dimensione, sia nelle modalità di individuazione (un utente ogni k , una quota per ogni ufficio, ecc.) per poi proiettare sull'universo le informazioni rilevate. Si definisce l'errore di campionamento accettato (3 o 5%), cioè il margine di imprecisione che si è disposti ad accettare, ed il livello fiduciario (95%), cioè il grado di incertezza che si intende avere. L'analisi dei risultati dovrà essere riferibile e rappresentativa dell'utenza di singoli uffici.

Si precisa però che queste valutazioni saranno approssimative, sia per la modalità di rilevazione autoselettiva (autocompilazione), sia per la mancanza per qualche ufficio di una precisa rilevazione dell'entità dell'utenza nei diversi sportelli nel corso dell'anno.

FASE 5 – STESURA DEL QUESTIONARIO E DEFINIZIONE DELLE MODALITÀ DI SOMMINISTRAZIONE

Sulla base delle analisi qualitative effettuate, si può formulare il questionario da somministrare agli utenti. Si valuterà la possibilità senza appesantire troppo il questionario in autocompilazione, se rilevare la sola percezione della soddisfazione, oppure il grado di soddisfacimento delle aspettative, od anche l'importanza dei vari aspetti qualita-

tivi. Il gruppo di lavoro valuterà il tipo di scale da utilizzare ed individuerà i quesiti a risposta chiusa da inserire che indagano la conoscenza dei servizi erogati. Il questionario conterrà alcuni quesiti che permettano la classificazione dei rispondenti secondo poche variabili di analisi (sesso, età, titolo di studio, professione).

Gli utenti saranno contattati quando si recheranno presso gli uffici del servizio Tributi, secondo il piano di campionamento stabilito. Si tratta di mettere loro a disposizione, al momento del contatto con gli operatori, un modulo da autocompilare, che verrà poi raccolto in un'urna all'uscita. L'operatore, cercherà di sensibilizzare la compilazione, motivando la richiesta con le finalità di miglioramento del servizio erogato. Si valuta l'utilizzazione a supporto del personale di portineria, adeguatamente formato, eventualmente per la raccolta dei questionari compilati. È importante che tutti i questionari, per quanto possibile, vengano restituiti, eventualmente anche non compilati.

FASE 6 – SOMMINISTRAZIONE DEL QUESTIONARIO

La fase di rilevazione avverrà a partire dal 12 gennaio e durerà una o più settimane a seconda della numerosità prestabilita da raggiungere per avere rappresentatività dei risultati per ogni tipo di ufficio.

FASE 7 – RACCOLTA, INSERIMENTO ED ELABORAZIONE DEI DATI

La raccolta dei questionari nelle urne viene seguita da una fase di revisione e numerazione dei questionari, individuando i questionari mal compilati. Attraverso un programma di memorizzazione, creato ad hoc dal servizio Sistemi Informativi, con l'aiuto di personale esterno/interno dedicato, si ottiene l'informatizzazione delle informazioni raccolte, che vengono elaborate dal servizio Statistica con l'utilizzo del software statistico Sas effettuando *incroci* tra le variabili rilevanti, calcoli di frequenze, medie, grafici e quant'altro si riterrà opportuno per una migliore comprensione delle indicazioni fornite dai clienti attraverso i questionari. Il software di memorizzazione e i programmi di elaborazione potranno essere utilizzati nelle prossime indagini di *customer satisfaction*, qualora il questionario non presenti eccessive modifiche.

FASE 8 – REDAZIONE DEL DOCUMENTO DI PRESENTAZIONE

Dalle numerose tabelle analitiche dei risultati si estraggono le informazioni di sintesi più significative e viene redatto dal servizio Statistica un documento tecnico, comprensivo di grafici e tabelle. Ad esso, con l'apporto del gruppo di lavoro e perciò della componente interna del servizio, si aggiungono le considerazioni che consentiranno le modifiche migliorative dell'organizzazione del servizio, con l'individuazione dei punti di forza e di debolezza, differenziando l'analisi dei risultati per ogni area esaminata (Ici, Tarsu, ecc.).

È utile predisporre anche un documento di ritorno per l'utenza: per esempio un poster da affiggere negli uffici e nei luoghi di passaggio e di attesa, che evidenzii i risultati dell'indagine e l'esistenza del monitoraggio periodico della soddisfazione dell'utenza. Anche nella predisposizione della Carta dei Servizi, che è in progettazione, si riserverà una parte riferita all'analisi di *customer satisfaction*.

Tempistica di realizzazione

Fase	1-30 novembre 2003	1-31 dicembre 2003	1-31 gennaio 2004	1-28 febbraio 2004	1-31 marzo 2004
1. Costituzione del gruppo di lavoro ed avvio delle attività	Gruppo di lavoro/ Statistica				
2. Analisi delle condizioni operative	Gruppo di lavoro/ Statistica				
3. Focus group con gli operatori interni		Gruppo di lavoro/ Statistica			
4. Individuazione del campione da rilevare		Gruppo di lavoro/ Statistica			
5. Stesura del questionario e definizione delle modalità di somministrazione		Gruppo di lavoro/ Statistica			
6. Somministrazione dei questionari			Personale dedicato/Ssi/ Statistica		
7. Raccolta, inserimento ed elaborazione dei dati				Personale dedicato/Ssi/ Statistica	
8. Redazione del documento di presentazione					Gruppo di lavoro/ Statistica

COMUNE DI MASSA

Il contesto

Massa è il capoluogo della provincia di Massa Carrara che conta 17 Comuni. La popolazione attuale è di circa 68.000 abitanti. L'Amministrazione comunale ha aderito al programma del Dipartimento della Funzione Pubblica denominato Cantieri di innovazione, in un orientamento alla logica della qualità, trasparenza ed efficienza dei servizi erogati. Si inserisce in questa ottica la volontà di acquisire, tramite l'Urp quale struttura cui la Legge 150/2000 assegna specifica funzione, la competenza necessaria a realizzare indagini di *customer satisfaction* per rilevare, mediante l'ascolto del cittadino, i suoi bisogni, le sue attese e le sue percezioni nei confronti dei servizi offerti. L'analisi e la valutazione dei risultati consentirà all'Amministrazione di orientare al meglio le sue scelte apportando eventuali cambi organizzativi e gestionali nell'erogazione dei servizi.

Oggetto della presente indagine saranno i Servizi Demografici, articolati come segue:

- ufficio Certificati e Cambi di indirizzo;
- ufficio Migrazioni;
- ufficio Statistica;
- ufficio Elettorale;
- ufficio dello Stato civile;
- ufficio Carte d'identità;
- ufficio Leva, pensioni, atti notori;
- ufficio Anagrafe decentrato a Marina di Massa;
- ufficio Anagrafe decentrato a Romagnano.

Obiettivi

L'indagine si propone di perseguire i seguenti obiettivi:

- verificare il livello di soddisfazione degli utenti nei confronti dei servizi demografici;
- evidenziare i punti di forza, di debolezza dei servizi ed i suggerimenti dei cittadini;
- avanzare proposte di interventi migliorativi al fine di fornire servizi di qualità.

I destinatari

I destinatari dell'indagine sono tutti i cittadini che utilizzano i servizi demografici in maniera diretta rivolgendosi agli sportelli delle varie sedi (sede centrale e sedi decentrate).

Gli attori

La progettazione, la realizzazione dell'indagine, l'elaborazione dei dati raccolti e l'analisi valutativa verranno condotte esclusivamente da personale interno all'ente.

Il campione

L'universo è rappresentato dagli utenti dei servizi demografici. Il campione sarà rappresentato dai cittadini che utilizzeranno i vari servizi demografici nell'arco temporale di 15 giorni, a partire dal 2 al 16 febbraio 2004. Per definire il campione da rilevare e quindi proiettare sull'universo le informazioni ottenute l'errore di campionamento accettato è del 3% o 5% ed il livello fiduciario del 95%.

Le modalità di somministrazione e di raccolta

Sarà elaborato un questionario composto da domande chiuse, per il quale sarà garantito l'anonimato. La tecnica utilizzata sarà l'autocompilazione. La scelta è motivata dalle seguenti considerazioni:

- mancanza del condizionamento da parte di un intervistatore;

- costi contenuti;
- velocità di raccolta dei dati.

La somministrazione dei questionari e la raccolta degli stessi avverrà presso le varie sedi di erogazione dei servizi, sia centrale che decentrate. Saranno coinvolti tutti colleghi degli sportelli e le operatrici dell'Urp.

L'indagine sarà preventivamente annunciata agli utenti mediante rete Civica comunale e un comunicato stampa.

L'inserimento e l'elaborazione dei dati

Per l'inserimento e l'elaborazione dei dati si ricorrerà alle procedure informatiche disponibili, ed entrambe queste fasi saranno realizzate dall'Urp in collaborazione con altri servizi; in particolare, per quanto riguarda l'elaborazione si farà ricorso ai servizi informatici.

Redazione di un documento di presentazione

I risultati verranno raccolti in un *report* finale che conterrà tabelle e grafici per una migliore visualizzazione e lettura dei dati, nonché considerazioni su quanto emerso dall'indagine ed infine proposte per eventuali azioni correttive.

Il *report* sarà consegnato all'Amministrazione e diffuso a tutti i dipendenti al fine di favorire lo sviluppo di una cultura orientata alla ricerca della qualità attraverso lo strumento della *customer satisfaction*.

All'esterno verrà diffuso ai cittadini mediante la pubblicazione sulla Rete Civica comunale e gli organi di informazione.

Tempistica di realizzazione

Fase	15 dic. 2003- 15 gen. 2004	21-31 gennaio 2004	2-16 febbraio 2004	18 febbraio- 18 marzo 2004	19-31 marzo 2004	1-15 aprile 2004	Maggio 2004
1. Analisi del contesto e stesura del progetto di indagine	Urp						
2. Elaborazione del questionario		Urp					
3. Somministrazione del questionario			Urp Servizi demografici				
4. Inserimento dei dati				Urp			
5. Elaborazione dei dati					Urp Servizi informatici		
6. Redazione del report finale						Urp	
7. Diffusione dei dati							Urp Ufficio Gabinetto

COMUNE DI MONSUMMANO TERME

Il contesto

Il Comune di Monsummano Terme ha aperto il primo sportello unico per le attività produttive (Suap) della Provincia di Pistoia in data 9 settembre 2002.

Si tratta di una delle principali innovazioni di questo mandato amministrativo, ed anche se ad oggi l'istituzione sportello è ancora abbastanza recente, il numero delle pratiche già svolte (oltre 650) è tale da consentire di verificare come il nuovo sportello venga percepito dall'utenza.

Le nuove procedure Suap hanno semplificato molti procedimenti, trasformando varie autorizzazioni in denunce di inizio attività ai sensi dell'art. 19 della L. 241/90; in questo modo, la decorrenza è immediata, e non è necessario il pagamento di diritti o di marche da bollo. A fronte di questo, è necessario da parte degli utenti la compilazione di moduli già predisposti, che devono essere riempiti con tutte le dichiarazioni necessarie; la modulistica necessaria e le schede dei procedimenti sono disponibili sul sito Internet interprovinciale.

L'organizzazione del Suap è la seguente: il responsabile è un funzionario del settore Urbanistica, il front office è presso la struttura dove hanno sede l'Ufficio relazioni con il pubblico e lo sportello polivalente; si occupano di tale ufficio, oltre al responsabile, una geometra dell'Urbanistica, una dipendente dell'Urp, la responsabile dell'Urp ed una collaboratrice. Sta per essere stipulata una convenzione per gestione in forma associata con altri Comuni dell'area, ed il Comune di Monsummano Terme avrà compiti di capofila.

Gli obiettivi

Obiettivi dell'indagine sono i seguenti:

- verificare se l'utenza percepisce il cambiamento avvenuto nei procedimenti, e se li ritiene positivi: in particolare dovrà essere verificato se è stato percepito un risparmio in termini di minori costi, e se viene apprezzato il fatto che per ogni istanza il servizio è completo per tutte le procedure correlate;
- verificare se il sito internet viene ritenuto funzionale dagli utenti;
- verificare se la modulistica adottata sia soddisfacente;
- verificare se l'utenza ritiene che i tempi si siano abbreviati;
- verificare se il personale di sportello venga ritenuto sufficientemente preparato;
- verificare se il personale di sportello venga ritenuto sufficientemente cortese;
- evidenziare i punti di forza e di debolezza del nuovo sistema;
- cogliere i suggerimenti per migliorare il servizio;
- verificare se le ipotesi di modifica dell'orario di sportello sono gradite agli utenti.

Si procederà ad intervistare il responsabile e gli addetti allo sportello, gli addetti degli enti terzi e degli uffici interni che si relazionano con il Suap, ed anche alcuni utenti scelti tra i tecnici con maggiori contatti, in modo da far emergere eventuali altri aspetti di criticità su cui concentrare l'attenzione.

I destinatari dell'indagine

L'utenza si può suddividere in due gruppi distinti: gli imprenditori ed i tecnici, comprendendo fra i tecnici anche i commercialisti.

Il campione può comunque essere stratificato in tre gruppi, in quanto tra gli imprenditori si ritiene opportuno distinguere le piccole imprese a conduzione individuale o familiare dalle aziende che hanno dipendenti.

Gli attori interni ed esterni all'amministrazione

L'indagine sarà curata dalla responsabile dell'Ufficio relazioni con il pubblico, avvalendosi per le attività di contatto con le strutture interne di un'incaricata esterna, in possesso della necessaria competenza.

Verranno intervistati gli addetti con maggior contatto con il Suap sia per quanto riguarda gli uffici interni, sia per

gli enti terzi; il personale del Suap fornirà i nominativi dei referenti abituali, e le interviste saranno effettuate dall'incaricata esterna, che tenterà di far emergere gli aspetti da focalizzare maggiormente.

Le interviste saranno svolte da tirocinanti in servizio presso l'Urp e da addetti all'Urp. Viene stabilito che non saranno utilizzati a questo scopo personale o tirocinanti che prestino servizio al front office del Suap.

Il campione

La ricerca avverrà sull'universo degli utenti del periodo 1 dicembre 2003-31 marzo 2004.

Questa scelta è dovuta al fatto che il servizio, di recente istituzione, nel corso del tempo ha subito variazioni nel personale, nei locali, e nelle procedure, ed il personale addetto ha avuto necessità di un periodo di rodaggio con le nuove procedure.

Ciò anche in considerazione del fatto che il numero mensile delle aziende che attivano procedimenti Suap mediamente è di 25 con 38 procedimenti e che, sempre in media, una pratica su tre è stata predisposta da un tecnico, e che ogni tecnico ha di solito più pratiche.

Tutto ciò considerato, si presume che il numero finale delle aziende che si rivolgeranno al Suap nei quattro mesi oggetto dell'indagine sarà approssimativamente di 100, ed i tecnici coinvolti saranno meno di 50.

Anche ipotizzando un alto livello di omogeneità, pari al 90%, peraltro improbabile, e ritenendo accettabile un margine di errore entro il 2%, il campione rappresentativo riguardo alle aziende, ad esempio, sarebbe di 90; considerando i possibili rifiuti ad essere intervistati e gli utenti non reperiti, si ritiene conveniente intervistare tutti.

Questa scelta tiene conto anche del fatto che intervistare oggi un utente che si è rivolto allo sportello 12 o 14 mesi fa sarebbe poco significativo, sia per le modifiche avvenute nel servizio che per il normale sbiadirsi dei ricordi e delle percezioni, ed anche del fatto che non si sono verificate variazioni significative nella tipologia di pratiche trattate e di utenti.

Le modalità di somministrazione

Le interviste saranno somministrate telefonicamente, eventualmente previo appuntamento telefonico con gli intervistati; ciò sarà possibile utilizzando la banca dati dei procedimenti Urp.

Dove esista l'indicazione di un tecnico, si presuppone che esso sia il soggetto da intervistare, perché è quello che avrà più probabilmente avuto contatti con lo sportello, in caso contrario ci si rivolgerà direttamente all'imprenditore.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

L'inserimento dei dati avverrà ad opera di personale e tirocinanti a disposizione dell'Urp e verrà utilizzato a questo scopo un foglio elettronico od un programma Access appositamente realizzato.

La redazione di un documento di presentazione

I risultati della ricerca saranno presentati agli amministratori ed alla stampa, e saranno resi disponibili su internet.

Le fasi di lavoro

Il questionario sarà pronto entro la fine del mese di febbraio.

Si inizierà la somministrazione del questionario nella prima metà del mese di marzo, per concludere le interviste alla fine di aprile. Il caricamento dei dati andrà di pari passo con la compilazione dei questionari, i dati saranno elaborati nel mese di maggio, in modo da avere i risultati pronti entro la fine di tale mese.

COMUNE DI RAVENNA

Il contesto

Il Comune di Ravenna, nel Programma di mandato 2002-2006, si è posto l'obiettivo di giungere alla costituzione di un Sistema di Gestione per la Qualità per garantire il miglioramento continuo dei servizi. Ciò presuppone di continuare sul percorso già avviato per impostare un sistema di monitoraggio costante della soddisfazione dell'utenza dei servizi al fine di migliorare gli standard offerti. Dopo avere già realizzato una indagine di soddisfazione dei cittadini sull'Urp, il Comune di Ravenna per il 2006 intende porre attenzione a coloro che vengono a Ravenna per turismo, realizzando una indagine sulla soddisfazione dei turisti che si rivolgono allo Iat (Informazione e accoglienza turistica). La finalità è quella di costruire un reale e significativo rapporto con i turisti, ascoltandoli, recependo i loro bisogni, le loro aspettative e la loro soddisfazione rispetto al servizio offerto, per poi avviare concreti percorsi di miglioramento.

Gli obiettivi

Gli obiettivi dell'indagine sono i seguenti:

- verificare la percezione del livello qualitativo dei servizi attualmente forniti dall'ufficio Iat centrale del Comune di Ravenna;
- definire il grado di soddisfazione e di importanza attribuito dagli utenti alle diverse componenti dell'ufficio Iat;
- valutare l'eventuale esistenza di scostamenti tra il livello qualitativo atteso e quello effettivamente percepito dagli utenti dell'ufficio Iat.

Ed inoltre, dal punto di vista interno:

- verificare la funzionalità dell'organizzazione attuale dell'ufficio Iat;
- cogliere eventuali esigenze non soddisfatte nell'organizzazione dell'ufficio, per lo sviluppo di percorsi di miglioramento concretamente percorribili e verificabili;
- evidenziare eventuali differenze tra le valutazioni espresse dagli utenti e dai dipendenti dell'ufficio Iat.

I destinatari dell'indagine

L'indagine esterna è rivolta ai fruitori dell'ufficio Iat:

- turisti italiani;
- turisti stranieri.

L'indagine interna è rivolta agli operatori erogatori del servizio:

- dipendenti del servizio Turismo/Ufficio Iat.

Il gruppo di lavoro

Dal punto di vista metodologico, l'indagine sarà condotta internamente dall'ufficio Qualità e formazione del servizio Risorse umane e qualità del Comune di Ravenna.

Per l'impostazione, la realizzazione ed il controllo dell'indagine viene costituito un apposito gruppo di lavoro trasversale, così composto:

Maria Grazia Marini	Servizio Turismo e attività culturali
Stefania Canosani	Servizio Turismo e attività culturali
Grazia Domenichini	Ufficio Qualità e formazione
Emanuela Frisoni	Ufficio Qualità e formazione
Roberta Serri	Ufficio Qualità e formazione

La metodologia

I FOCUS GROUP

Si prevede la realizzazione di alcuni momenti qualitativi che consentano di raccogliere gli elementi principali per la costruzione del questionario. Si propone:

- un *focus group* interno con i dipendenti del servizio Turismo coinvolti;
- un *focus* con un gruppo di operatori turistici e culturali della città con i quali lo Iat è in costante rapporto;
- alcune interviste con utenti turisti.

I QUESTIONARI

Si propone la costruzione di un questionario da somministrare al campione individuato di turisti utenti dell'ufficio Iat.

Il campione

I questionari saranno somministrati, da intervistatori appositamente formati, ad un campione significativo e rappresentativo della popolazione di utenti dell'ufficio Iat, tenendo conto come principale criterio di stratificazione della provenienza italiana o straniera.

Si terrà conto inoltre, per quanto possibile, come criterio secondario di stratificazione, della seguente tipologia di turista:

- famiglie con bambini;
- coppia adulta;
- giovani con zaino;
- turisti soli;
- scuole.

Tenendo conto che l'universo dei turisti che si sono recati allo Iat nel 2003 sono stati 193.380, come si vede nella tabella che segue, si ritiene di somministrare il questionario ad un campione complessivo di circa 400 turisti, considerando un margine di errore massimo del 5%.

Universo dei turisti che si sono recati allo Iat nel 2003

	Valore assoluto	%
Stranieri	111.780	57,80
Italiani	81.600	42,20
Totale	193.380	100,00

L'elaborazione dei dati

Al termine della raccolta dei questionari, si provvederà all'inserimento dei dati in un tracciato excel (se l'inserimento avviene internamente o affidando l'incarico ad una ditta esterna dipenderà dal numero di questionari da fare) e alla successiva elaborazione dei risultati.

Tempistica di realizzazione

Fase	1-24 dicembre 2003	2 gennaio-29 febbraio 2004	1 marzo-15 aprile 2004	16 aprile-16 maggio 2004	16-31 maggio 2004	1-30 giugno 2004
Definizione del progetto d'indagine						
Realizzazione dell'indagine qualitativa e preparazione del questionario						
Somministrazione dei questionari						
Elaborazione dei dati						
Stesura del <i>report</i> finale						
Presentazione dei risultati ed individuazione delle azioni di miglioramento						

Il piano della comunicazione: presentazione dei risultati

Al termine dall'analisi dei dati verrà predisposto un *report* che sarà poi presentato così come descritto nel seguente piano di comunicazione del progetto.

Presentazione dei risultati

Come	A chi	Ruoli coinvolti
Invio del progetto	Sindaco Assessore turismo Direttore/Capo Area Dirigente Risorse umane Associazioni di categoria	Capo progetto
Comunicato stampa di realizzazione indagine	Media	Capo progetto Responsabile del servizio
Comune Noi e intranet per informazione realizzazione indagine	Tutti i dipendenti del Comune	Gruppo di lavoro
Lettera per invito a partecipare al focus group esterno	Operatori turistici e culturali	Sindaco e assessore al Turismo
Lettera per invito a partecipare al focus group interno	I dipendenti coinvolti	Responsabili del servizio
Invio dei risultati dell'indagine	Sindaco Assessore Turismo Direttore/Capo Area Dirigente servizio Risorse umane	Capo progetto Responsabile del servizio
Conferenza stampa per presentazione i risultati dell'indagine	Media	Turismo Direttore/Capo Area Capo progetto Responsabile del servizio Gruppo di lavoro
Presentazione dei risultati dell'indagine	Associazioni di categoria	Assessore Turismo Direttore/Capo Area Gruppo di lavoro Responsabile del servizio
	Tutti i dipendenti del servizio Turismo coinvolti	Capo progetto Gruppo di lavoro
Comune Noi e intranet per informazione sui risultati dell'indagine	Tutti i dipendenti	Capo progetto Responsabile del servizio

Il contesto

Il Comune della Spezia ritiene strategico comprendere i bisogni dei cittadini in modo sempre più sistematico e valutare la loro soddisfazione riguardo i servizi offerti in quanto, solamente un attento ascolto permette di monitorare e migliorare l'efficacia e l'efficienza delle politiche messe in atto dall'Amministrazione.

In tale ambito un ruolo determinante è giocato dal front-office inteso soprattutto nelle vesti di Sportello unico per le imprese e Urp che rappresentano i punti di interazione, valutazione e scambio tra ente e cittadino. Sono gli spazi ed i momenti deputati alla comunicazione, dove cittadino e Amministrazione scoprono l'arricchimento reciproco dell'informazione, della critica e della proposta.

Tale importanza è tanto più forte se si considera che la pianificazione strategica adottata dalla nostra Amministrazione troverà negli stessi servizi dedicati alla comunicazione un momento di monitoraggio e di spunto al fine di coinvolgere l'intera cittadinanza in un piano a medio-lungo termine che vede il front-office come occasione di incontro efficace, come luogo e momento di conoscenza delle opportunità esistenti sul territorio, ma anche come referente per la presentazione di proposte rivolte alla migliore vivibilità di quella *casa comune* che è la nostra città.

In particolare, l'Urp ha un valore strategico per l'organizzazione in quanto, la possibilità per un'Amministrazione di essere flessibile alle mutevoli esigenze dei cittadini e di migliorare innovandosi, deriva da un costante confronto e relazione coi cittadini. È quindi una nostra ineludibile necessità quella di rendere veramente effettivo lo scambio di informazioni tra i vari servizi e l'Urp e di dimostrare ai cittadini che le loro proposte e/o sollecitazioni trovano un riscontro nell'Amministrazione.

Pur trattandosi di una delle prime esperienze che vedono coinvolto il Comune della Spezia nell'individuazione della qualità percepita dai cittadini, sembra opportuno avviare al più presto tale attività di rilevazione della loro soddisfazione poiché, a seguito di una più complessiva riorganizzazione basata su di una gestione per processi, diventa necessario un attento monitoraggio ed un'analisi d'impatto dei processi stessi.

L'Urp, infatti, rappresenta il trait d'union tra politica, servizi ed utenti e inevitabilmente, migliorando la sua attività si migliora l'intera organizzazione, ben consapevoli che l'organizzazione, da parte sua, deve interiorizzare la necessità di un più stretto e preciso rapporto con l'Urp.

Riguardo allo Sportello unico per le imprese, il Comune ha istituito (8 marzo 1999) lo stesso in attuazione del Dpr. 447/98. Tra le sue principali attività vi sono la promozione dello sviluppo economico del territorio attraverso attività di informazione e monitoraggio e la realizzazione o modifica di insediamenti produttivi. L'attivazione dello Sportello ha favorito la semplificazione delle procedure con conseguente riduzione dei tempi per gli imprenditori/utenti ed ha migliorato la collaborazione ed il coordinamento tra i diversi enti, associazioni di categoria ed uffici coinvolti.

È attualmente in atto presso lo Sportello stesso, una terza fase di rilevazione della soddisfazione che punta ad incrementare la promozione dello sviluppo economico cittadino, fornire informazioni complete ed arrivare a gestire l'intero procedimento amministrativo per la realizzazione, l'ampliamento, la riconversione ed il trasferimento di un impianto produttivo di beni e servizi. Una specifica sezione dell'indagine poi, è rivolta a comprendere come lo strumento della Conferenza dei servizi viene percepito dai professionisti che sono stati invitati a parteciparvi.

In tale ambito, la partecipazione al progetto I Cantieri d'innovazione ha lo scopo di favorire l'accoglimento dei bisogni dei cittadini e di instaurare con gli stessi una relazione costante e volta a realizzare un processo dinamico di ottimizzazione delle prestazioni da parte dell'ente, in qualità di mediatore e di guida allo sviluppo della città secondo le esigenze dei cittadini stessi.

Gli obiettivi

L'obiettivo principale è quello di rilevare i bisogni dei cittadini ed il grado di soddisfazione dei servizi erogati dall'Urp e dallo Sportello Unico al fine di ottimizzarli. Ciò avrà come effetti sia quello di ridurre il *gap* tra qualità

percepita e qualità desiderata in un ottica di miglioramento continuo, sia quello di aumentare la flessibilità dell'organizzazione alle esigenze del cittadino rendendo armonioso e sincrono l'intero processo che parte dagli uffici interni e che termina all'esterno con la fruizione del servizio. Per fare tale operazione di miglioramento contemporaneo di uffici interni, processi e organizzazione che hanno come punto di partenza o di arrivo l'Urp/Sportello, si è proceduto con la creazione di un organismo di staff che monitorerà costantemente le risultanze delle rilevazioni di *customer satisfaction*, evidenzierà le criticità riscontrate, rileverà le proposte, darà un *feed back* delle politiche e migliorerà in definitiva la gestione per processi che si sta attuando nell'ente tenendo presente che i processi hanno come riferimento prioritario (*cliente finale*) proprio il cittadino.

Ciò è tanto più importante se si pensa in particolare che, a livello organizzativo, l'avvio di un radicale piano di ristrutturazione dell'ente che punta sulla gestione per processi e sull'orientamento al cittadino avrà come principale determinante per attuare le politiche dell'amministrazione, l'individuazione delle aspettative dei cittadini al fine di rispondere politicamente in modo sempre più aderente alle necessità degli stessi e ricorrendo a processi sempre più adatti a soddisfare le loro esigenze.

Il voler procedere quindi con l'implementazione di una logica di *orientamento al cittadino* seguendo le regole tipiche del marketing, permetterà di creare una banca dati sempre più rifornita di dati che evidenzino le tendenze in atto della città, le variazioni nel tempo e che diano il *feed back* ossia testimonino l'effetto di una particolare *gestione* della città.

I destinatari dell'indagine

I destinatari del progetto di *customer satisfaction* sono coloro che si rivolgono all'Urp/Sportello (solo quelli vi si recano personalmente) e saranno divisi tra Sportello e Urp.

Riguardo allo sportello: sono destinatari dell'iniziativa gli imprenditori o aspiranti tali, associazioni di categoria degli artigiani e dell'industria, professionisti, progettisti, ordini e collegi professionali. Gli utenti del sito sono mediamente 2.760 all'anno anche se dopo il restyling del sito la media giornaliera sta tendenzialmente aumentando dai 7,5 accessi medi per giorno ai 25 dal 10 maggio 2003, data di inserimento del nuovo sito nel web dello Sportello unico per le imprese.

Riguardo all'Urp: sono destinatari dell'iniziativa un campione di cittadini appartenenti ad un universo di individui, che mediamente si reca all'Urp nel periodo considerato.

Gli attori interni ed esterni all'amministrazione

Gli attori saranno esclusivamente personale interno all'ente e verranno formati due gruppi di lavoro.

- Il primo gruppo lavorerà soprattutto durante la fase preliminare e finale, ossia:
 - individuerà l'obiettivo sulla base delle indicazioni fornite dalla direzione generale stabilendo il grado di confidenza, la percentuale di soddisfazione da ricercare, l'entità del campione, le modalità di individuazione delle informazioni preliminari (se ad esempio ricorrere preliminarmente a delle interviste al personale dell'Urp e procedere a *focus group*);
 - predisporrà il testo illustrativo per la presentazione dell'indagine agli intervistati;
 - individuerà le domande, i criteri di valutazione dei quesiti; monitorerà e analizzerà la leggibilità del testo (prima lettura).

Sarà composto da personale interno: da un soggetto dotato di competenze psicologiche o sociologiche, da uno di conoscenze statistiche, da uno che si occuperà di comunicazione, uno di organizzazione, uno di controllo di gestione e da altri due soggetti dedicati al monitoraggio delle interviste, al fine di gestire le diverse fasi con l'apporto di diversi punti di vista. A questo gruppo spetterà la redazione dell'analisi.

- Il secondo gruppo, totalmente estraneo al precedente e formato da almeno una decina di dipendenti, sarà dedicato alla somministrazione del questionario tramite intervista.

Il campione

Il campione verrà concordato basandosi sull'esperienza maturata dal soggetto dell'ufficio Statistica appartenente al primo gruppo ed in base all'universo delle persone che mediamente si recano all'Urp durante il periodo di rilevazione, tenendo conto che tra le 9 e le 12 del mattino si recano all'Urp in media 90 persone.

Per quanto attiene lo Sportello l'indagine è rivolta a tutti coloro che si sono rivolti al servizio nel corso dell'anno 2003.

Le modalità di somministrazione

La rilevazione della soddisfazione del cittadino avverrà tramite la somministrazione di interviste da parte di personale interno non appartenente all'Urp, ad un campione di soggetti, al momento dell'uscita dall'Urp. Riguardo all'intervista dello Sportello invece, si procede con visite presso le sedi d'impresa o gli studi dei professionisti. Si preferisce l'intervista all'autocompilazione perché quest'ultima presenta diversi rischi tra i quali non compilazione, difficoltà nel comprendere le domande, distrazione, ecc... mentre il metodo dell'intervista, pur avendo maggiori oneri rappresentati dal costo del personale impiegato nella rilevazione, dà i vantaggi di una maggiore accuratezza nella compilazione e di un probabile maggiore numero di interviste realizzate. Tuttavia, riguardo allo Sportello unico, occorre prendere atto che il processo di rilevazione è già stato impostato dall'ufficio stesso e prevede, come ricordato precedentemente, interviste presso gli imprenditori che già hanno utilizzato tale struttura nell'anno precedente. Si tratterebbe in tal caso di limitarci ad integrare nel nostro progetto di *customer*, le risultanze del lavoro che hanno già avviato presso lo Sportello.

La sede per le interviste sarà una zona diversa dall'Urp stesso per evitare che il cittadino venga condizionato dalla presenza di operatori dell'Urp che determinino in lui un impatto emotivo che lo induca a rispondere in modo non veritiero o a rendere più addolcita l'opinione sulle criticità percepite.

L'inserimento e l'elaborazione dei dati

L'inserimento dei dati sarà gestito dal personale dell'Urp e dello Sportello unico mentre l'elaborazione sarà eseguita da personale dell'ufficio Statistica che partecipa al primo gruppo di lavoro con l'ausilio delle procedure informatiche disponibili.

La redazione di un documento di presentazione

Verrà redatto un testo che illustrerà ai cittadini l'iniziativa e le finalità che si intendono perseguire. Inoltre al termine dell'elaborazione dei dati sarà prodotto un *report* di presentazione dei risultati che verrà consegnato alla Direzione Generale ed una sua sintesi alla Giunta.

Presentazione degli interventi scaturiti dall'indagine

Terminata l'analisi e predisposto un cronogramma che definisca l'articolazione degli interventi sulle criticità ed il monitoraggio sulle eccellenze sarà necessario dare riscontro alla cittadinanza attraverso opportuni canali (interviste, tavole rotonde, ecc.) di quanto l'indagine ha prodotto e di come tali risultati contribuiranno ad indirizzare i processi di riorganizzazione in corso.

Le fasi di lavoro

FASE 1 – FASE PRELIMINARE

La prima fase consisterà nella determinazione degli obiettivi, nella creazione dei gruppi di lavoro e nella raccolta di materiale utile alla stesura del questionario in base al quale procedere con le interviste. Tale fase si comporrà di interviste al personale dell'Urp dopo aver trascorso qualche giornata presso l'Urp per individuarne le criticità principali ai fini della stesura di un questionario per gli intervistatori ed in un *focus group* con una *rappresentanza* significativa di cittadini ai quali sarà consegnato preventivamente un testo illustrato. Durante la fase preliminare si procederà anche alla formazione degli intervistatori ed all'analisi del materiale raccolto.

FASE 2 – INTERVISTA AI CITTADINI

La seconda fase consisterà nella stesura del questionario da sottoporre al campione di cittadini individuato secondo il metodo prescelto, durante il periodo di tempo preso a riferimento, all'uscita dall'ufficio di front-office.

I dipendenti formati nella fase preliminare somministreranno prima di tutto il questionario ad un campione *di prova* per valutare l'impatto e la leggibilità del testo del questionario e successivamente procederanno con le interviste e porteranno i questionari compilati al personale che si occuperà dell'inserimento dei dati.

FASE 3 – INSERIMENTO DEI DATI

La terza fase vedrà impegnato all'inserimento dei dati a terminale, il personale dell'ufficio di front-office. Un sistema software apposito verrà predisposto a tale scopo.

FASE 4 – ELABORAZIONE DEI DATI

È una fase altrettanto delicata quanto la preliminare. Occorrerà individuare i punti critici e le possibili soluzioni nell'ottica sia di una risposta efficace ai bisogni sia, nell'ambito del possibile, di un loro inquadramento in un range di interventi programmabili dall'Amministrazione o comunque possibilmente realizzabili in tempi adeguati. In questo ambito esisterà comunque una discrezionalità politica (inteso nel senso dell'etimo greco *politeia*) nello scegliere la sottolineatura delle criticità e le proposte di soluzioni accettabili.

FASE 5 – REPORT FINALE

Nell'ultima fase occorrerà rendere conoscibile il risultato dell'intervista e dell'analisi. A fianco di un documento schematico di immediata lettura occorrerà prevedere, anche a corredo della conferenza stampa o dell'invio della documentazione a soggetti interessati (Formez, Cantieri, media, associazioni di categoria, partiti politici, associazioni consumatori, ecc.), un testo molto più ampio che illustri come l'utilizzo dell'indagine di *customer* sarà un'azione costante dell'Amministrazione nella rilevazione dei processi, come si intenderà affrontare le criticità ed in quali tempi, sottolineando come il rapporto con il cittadino sarà sempre alla base di ogni iniziativa di miglioramento dell'ente e della città.

Tempistica di realizzazione

Fase	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Maggio 2004
Fase preliminare: interviste/focus group				
Stesura del questionario/ interviste ai cittadini				
Inserimento dei dati				
Elaborazione dei dati				
Report finale e proposta di miglioramento				

COMUNE DI TORINO

Il contesto

All'interno dell'azienda Città di Torino, la divisione Polizia Municipale conta circa 2000 dipendenti, di cui circa 1.800 operatori di Polizia Municipale. La divisione è composta da settori a loro volta suddivisi in reparti, molto diversificati tra loro per funzioni, obiettivi e organizzazione.

In questo contesto, comunque caratterizzato da una grande componente di rapporto diretto con il cittadino, alcuni reparti hanno una strutturazione di front office. Poiché all'interno del Corpo di Polizia Municipale di Torino non sono mai state effettuate analisi di *customer satisfaction* e considerato il ruolo strategico dei front office per la rilevazione della soddisfazione dei clienti, si è deciso di coinvolgere proprio uno di tali uffici: l'ufficio Verbali.

Gli obiettivi

L'amministrazione e il Corpo di Polizia Municipale di Torino dimostrano una particolare sensibilità verso i processi di miglioramento volti al raggiungimento di un elevato grado di qualità e intendono attribuire caratteri di permanenza e continuità a indagini di questo tipo.

In particolare, in relazione all'analisi di *customer satisfaction* dell'ufficio Verbali si pongono i seguenti obiettivi:

- valutare la qualità dei servizi erogati per giungere a una diagnosi della situazione attuale;
- individuare i margini di miglioramento negli ambiti delle criticità emerse;
- progettare le azioni correttive.

Da ciò derivano i seguenti corollari:

- rendere permanente l'analisi di *customer satisfaction* nell'ufficio Verbali,
- utilizzare l'esperienza come *best practise* da diffondere ad altri reparti del Corpo di Polizia Municipale di Torino.

I destinatari dell'indagine

Destinatario dell'indagine è l'ufficio Verbali, struttura complessa che prevede diverse attività a diretto contatto con i cittadini. In particolare, incrociando la tipologia di attività e i canali di erogazione:

La struttura di contatto con i cittadini dell'ufficio Verbali

Attività	Informazioni	Servizi	
Canali			
Sportello		Pagamenti, presentazione ricorsi, sgravio cartelle esattoriali, visione rilevazioni automatizzate, legge 241	Sedi in Torino: <ul style="list-style-type: none">Corso XI Febbraio, 19/aVia Druento, 355Via XX Settembre (presso Unirisconsioni)
E-mail	Informazioni sui servizi erogati		ufficioverbali@comune.torino.it pm.dispositivitecnici@comune.torino.it

Gli attori interni ed esterni all'amministrazione

La realizzazione del progetto è affidata a personale interno (ufficio Sviluppo e innovazione), che segue il percorso di formazione Cantieri di innovazione del Dipartimento della Funzione Pubblica, sulla materia specifica. L'ufficio si avvale della collaborazione di un borsista, individuato tra i laureati in Psicologia, che abbia già maturato esperienza in materia.

In particolare gli attori coinvolti sono:

- **vertice decisionale:** direttore di divisione – comandante del Corpo di Polizia Municipale di Torino;
- **responsabile del progetto:** responsabile ufficio Sviluppo e innovazione;
- **destinatari:** ufficio Verbali. A questo proposito si sottolinea la necessità di condividere l'esperienza con i diretti interessati fin dalle prime fasi, per garantire l'efficacia del progetto di analisi e di realizzazione delle azioni migliorative, tramite il coinvolgimento e la partecipazione. Destinatario in parte è anche l'ufficio Cassa, in quanto due degli sportelli nella sede di Corso XI Febbraio appartengono a questo reparto e si occupano di ricevere pagamenti;
- **intervistati:** cittadini che abbiano già usufruito del servizio;
- **altri:** Sportello del cittadino del Corpo di Polizia Municipale di Torino. Questo ufficio ha una funzione simile a quella degli Urp e per questo la sua esperienza può essere utile nell'individuazione preliminare delle componenti da valutare.

Il campione

A seconda del canale utilizzato e della sede di sportello considerata vengono individuati diversi campioni, prendendone in considerazione sia l'aspetto qualitativo sia quello quantitativo (calcolo per una valutazione per media matematica), secondo lo schema seguente:

Aspetto	Qualitativo	Quantitativo
Canali		
Sportello	<i>Campionamento probabilistico sistematico a passo fisso (una persona ogni 10)</i> Tutti gli utenti in un periodo tipico	Per ogni sede (3): Universo N= MPT 2003 (5000) utenti/anno Errore di campionamento $e=(0,15)0,20$ Livello fiduciario 95%, $k=1,96$ Deviazione standard $s=1,5$ Campione $n=(357)$
E-mail	<i>Campionamento probabilistico casuale semplice</i> Tutto l'universo	Universo N= n° mail totali Errore di campionamento $e=(0,15)0,20$; Livello fiduciario 95%, $k=1,96$; Deviazione standard $s=1,5$ Campione $n=(600)$

Le modalità di somministrazione

Premessa: il questionario consiste nella rilevazione del grado di importanza (attesa) e di soddisfazione (percezione) relativamente a determinati aspetti, ritenuti significativi per il servizio considerato.

La somministrazione del questionario avviene presso gli sportelli o per posta elettronica, tramite *autocompilazione del questionario assistita (interviste rispettivamente dirette e personali a diverse fasce orarie e per diversi giorni)* o telematica, secondo i dettagli indicati nella tabella seguente.

Somministrazione Canali	Modalità	Giorni Fascia oraria	1. (Intervistatore) assistenza 2. (Intervistati) compilazione
Sportello	(Intervista diretta e personale) Autocompilazione assistita	Copertura dei giorni e dell'orario di apertura per evitare errori di copertura	1. Stagista 2. Utenti che abbiano appena usufruito del servizio (scelti 1 ogni 10 a partire dall'orario di apertura)
E-mail	Autosomministrazione		1. Invio telematico 2. Tutti gli utenti che abbiano usufruito del servizio

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

La raccolta avviene contestualmente alla somministrazione, per gli sportelli o con raccolta successiva, per le e-mail.

L'inserimento e l'elaborazione statistica dei dati viene realizzata a cura dell'ufficio Sviluppo e innovazione, tramite l'utilizzo di software di elaborazione informatica (Excel e Spss).

Considerazioni sulla *gap analysis* e il piano di miglioramento vengono effettuate con il diretto coinvolgimento dell'ufficio Verbali.

La redazione di un documento di presentazione

È prevista la redazione di un documento di presentazione dei risultati, la cui struttura sarà mantenuta in indagini successive al fine di rendere agevole l'analisi dell'evoluzione degli indicatori nel tempo.

Il documento completo dovrà contenere:

- analisi statistiche di frequenza e distribuzione delle risposte;
- (indici di correlazione per identificare eventuali relazioni causa-effetto tra fattori di qualità);
- *gap analysis* per individuare le principali criticità;
- piano di miglioramento e proposte di innovazione.

I risultati dell'indagine vengono presentati al vertice decisionale, ai dirigenti, al personale dell'ufficio Verbali e dello Sportello del cittadino e all'utenza.

Tempistica di realizzazione										
Fase	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Maggio 2004	Giugno 2004	Luglio 2004	Agosto 2004	Settembre 2004	Ottobre 2004	Novembre 2004
Disegno dell'indagine										
Indagine preliminare										
Redazione questionario										
Somministrazione questionario										
Inserimento dei dati										
Elaborazione										
Presentazione										

Introduzione

La pubblica amministrazione si rapporta quotidianamente con il cittadino: la comunicazione, pertanto, è un mezzo fondamentale per raggiungere gli obiettivi che l'amministrazione stessa si pone.

Già negli anni Ottanta iniziano a delinearsi degli sviluppi importanti per la definizione dei rapporti tra istituzioni pubbliche e cittadini. È in questo periodo, infatti, che si è ampliato l'utilizzo dei mass media e che si pongono le basi del pieno riconoscimento del dovere della pubblica amministrazione di fare informazione.

Nel 1987, la Legge n. 67 sancisce l'obbligo di pubblicità per gli enti pubblici.

Nel 1988 arriva la prima sentenza della Corte Costituzionale (la n. 364) in cui viene affermato il dovere della pubblica amministrazione di informare in modo chiaro i cittadini per evitare che si creino le basi per giustificare l'ignoranza della legge¹. Anche nel 1990 la sentenza n. 348 indica il diritto all'informazione come una delle condizioni preliminari per la realizzazione degli stessi principi di democrazia.

La Legge n. 142 del giugno 1990, che riguarda l'ordinamento delle autonomie locali, alla quale si attribuisce comunemente l'avvio del processo di trasformazione del processo di comunicazione cittadino-istituzione, propone la costruzione di un rapporto basato sulla fiducia reciproca e sulla partecipazione.

Ma è durante gli anni Novanta che si passa da un concetto di affermazione di un diritto *passivo* all'informazione ad uno di diritto *attivo* di accesso e ricerca dell'informazione.

Con la Legge dell'agosto 1990, n. 241 (*Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di accesso ai documenti amministrativi*) viene sancito il diritto di accesso agli atti.

È del 1993 il D. Lgs. n. 29 che introduce per la prima volta il concetto di Ufficio relazioni con il pubblico.

La Legge n. 150 del 2000 delinea le specifiche finalità delle attività di informazione e comunicazione, che sono:

- illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale e internazionale.

Si nota immediatamente come, accanto alle finalità connesse con la trasparenza e l'accesso agli atti, si evidenziano le connessioni esistenti tra la comunicazione e il miglioramento della qualità dei servizi erogati e alle valenze di marketing e promozione del territorio.

Le strutture preposte alla comunicazione, individuate dalla Legge n. 150, sono: il portavoce, l'ufficio stampa, l'Urp, lo Sportello unico, lo Sportello polifunzionale e lo Sportello per il cittadino.

La comunicazione pubblica è da intendersi come la trasmissione ai soggetti privati che formano la società di avvisi e notizie per ragioni informative o organizzative con lo scopo di informare i cittadini delle attività, delle iniziative, delle opportunità prodotte dal soggetto pubblico.

1. *Istituzioni pubbliche e cittadini: un dialogo possibile?*

Ricerca a cura della fondazione di ricerca Istituto Carlo Cattaneo e Associazione Italiana di Comunicazione Pubblica e Istituzionale, settembre 2002.

2. Musumeci P., *La comunicazione pubblica efficace. Metodi e strategie*, Guerini e associati, Milano, 2003, pp. 23 e seg.

Il cittadino viene, dunque, posto al centro dell'attenzione istituzionale, diviene un *partner* per il confronto e per la presa delle decisioni, sulla base della nuova consapevolezza per cui è necessaria la costruzione di un rapporto basato sulla fiducia reciproca e sulla partecipazione per poter governare correttamente la città. È indispensabile, quindi, che il rapporto di scambio di informazioni sia bidirezionale (ovvero deve consentire il rapporto di interscambio di informazioni tra amministrazione e cittadino e anche quello di verso opposto).

La comunicazione, oltre a garantire il diritto di accesso e di informazione, deve consentire la promozione di forme di pubblicizzazione, permettere la raccolta di reclami, eseguire altre attività varie.

Le indicazioni fornite al cittadino possono essere³:

- *generali*: sono quelle riguardanti l'organizzazione dell'ente o dei vari servizi (orari di apertura, date di scadenza di presentazione di pratiche o richieste, collocazione di uffici, numeri di telefono, dove si trovano moduli, ecc.) e la cui risposta non necessita di nient'altro della conoscenza stessa (nel senso che non c'è bisogno di avere nessuna esperienza o competenza specifica);
- *specialistiche di primo livello*: sono le informazioni che riguardano il funzionamento specifico di un ufficio o l'iter di particolari procedure (requisiti di accesso, stato di avanzamento di una pratica, costi, ecc.). Queste informazioni non devono essere fornite necessariamente dagli uffici competenti, ma possono essere codificate da chiunque sia in possesso della stessa, purché sia aggiornata;
- *specialistiche di secondo livello*: sono consulenze approfondite, che riguardano dettagli procedurali o progettuali, interpretazioni di norme, ecc., la cui analisi e la cui risoluzione necessita la gestione da parte di persone con conoscenze, competenze ed esperienze specifiche, ed è quindi necessario rivolgersi agli uffici specifici.

Lo sviluppo dei media, assieme al concretizzarsi del diritto di accesso all'informazione, costituiscono una grande opportunità, ma possono anche dar luogo a dei rischi.

Le opportunità sono riferite alla possibilità per le istituzioni di essere sempre più accessibili ai cittadini, di fornire servizi e informazione in modo convincente e veloce, in modo da riuscire anche a coinvolgere il cittadino in uno scambio bidirezionale di informazioni.

Il rischio maggiore riguarda la difficoltà di interpretare il peso specifico dei diversi mezzi nell'insieme della comunicazione. Particolari scelte medialità (ad esempio internet), infatti, possono portare all'esclusione di alcune fasce di popolazione. Inoltre esiste la possibilità di non utilizzare i singoli mezzi nel modo più appropriato. Ogni mezzo, infatti, possiede delle caratteristiche particolari che lo rende più adatto a certi tipi di canali comunicativi.

La carta stampata, ad esempio, consente un approfondimento maggiore delle notizie, ma tende ad essere più statica, un passaggio televisivo deve, per sua natura, essere essenziale, ma consente, a fronte di un minore approfondimento, di essere più dinamico.

Il Comune di Trento ha adottato da tempo una serie di strumenti, gestiti dal Progetto speciale comunicazione e rete civica in collaborazione con il Servizio di gabinetto, per fornire alla cittadinanza questo servizio, nella consapevolezza del ruolo strategico che riveste.

Oltre ai mezzi abitualmente adottati (ovvero le inserzioni sui quotidiani, l'Ufficio relazioni con il pubblico, la rete civica), il Comune di Trento ha posto in essere tre strumenti specifici di comunicazione istituzionale, denominati *Trento Informa*, che passano attraverso i principali canali di informazione di massa: la stampa, la televisione e la radio.

Trento Informa in versione cartacea è una rivista periodica (bimestrale), di circa 32 pagine, che viene recapitata a tutte le famiglie (50.000 capifamiglia più 2.000 indirizzi vari) tramite posta (il giornale non è nominativo, ma viene distribuito in forma massificata e inserito nelle cassette postali). Il grado di approfondimento delle notizie è maggiore rispetto agli altri due strumenti.

Nell'ultima edizione (che riguarda i mesi di gennaio e febbraio 2004) è stato dotato di una nuova veste grafica ed è stata prevista la possibilità di un feedback da parte dei cittadini mediante un indirizzo di posta elettronica.

Trento Informa in versione radiofonica e televisiva sono trasmissioni di circa 5 minuti, che vengono trasmesse set-

3. Musumeci P., *Op. cit.*, pp. 44 e seg.

timanalmente ad orari specifici sui canali locali: in particolare, la versione televisiva si articola in 12 passaggi televisivi (su Rtrr, Tca, Telepace, Serenissima Tv) nelle giornate dal giovedì sera alla domenica. *Trento Informa*, fino a qualche tempo fa, era trasmesso solo su Rtrr ed era predisposto direttamente dalla redazione del Telegiornale regionale, mentre adesso vengono mandate alle redazioni delle reti locali le registrazioni effettuate dall'ufficio stampa del comune. I passaggi televisivi dovrebbero essere effettuati ad orari fissati, ma le emittenti non sempre li rispettano.

In radio la trasmissione viene diffusa nelle giornate di venerdì pomeriggio e sabato mattina (su Radio Dolomiti) ed è la versione radiofonica del notiziario televisivo.

Gli orari delle trasmissioni e l'invio della rivista sono pubblicati sui periodici locali (nel box *Il Comune informa*, sulla rivista *Trento Informa*), nella rete civica e pubblicizzati sui canali locali.

Per avere un'idea di massima di quanto i cittadini di Trento utilizzano gli strumenti in oggetto, è stata predisposta un'indagine preliminare, i cui risultati sono riportati nel documento *Risultati analisi preliminare* (si specificherà in seguito come questi siano stati utilizzati).

Obiettivo dell'indagine

Non esiste un modo diretto per avere riscontro diretto dell'efficacia e del gradimento che i mezzi di comunicazione adottati da Comune di Trento riscuotono a livello del cittadino.

L'Amministrazione comunale (Progetto speciale comunicazione e rete civica, e gabinetto del sindaco) ha deciso, pertanto, di effettuare un'indagine per capire il grado in cui i cittadini sono propensi a rapportarsi con la pubblica amministrazione attraverso specifici media.

Uno degli obiettivi dell'indagine è quello di stabilire il grado di conoscenza e di efficacia della generalità dei mezzi di comunicazione utilizzati dal Comune di Trento, in quanto elementi fondanti del processo di comunicazione stessa.

Oltre a queste finalità conoscitive generali, si evidenzia l'esigenza, con particolare riferimento al prodotto *Trento Informa* in versione cartacea e televisiva, di stabilire il livello di gradimento (soddisfazione) da parte del cittadino e di capire e in che modo potrebbero essere migliorati questi strumenti.

Pertanto, un altro scopo dell'indagine dovrebbe essere quello di raccogliere eventuali suggerimenti per rendere la pubblicazione e/o la trasmissione più vicina alle esigenze del cittadino stesso (rispondere al quesito: "Che tipo di informazione si attendono i cittadini dalla pubblica amministrazione?") e per effettuare eventuali miglioramenti non solo dal punto di vista dei contenuti (area fondamentale), ma anche per quanto riguarda l'aspetto grafico e il formato di presentazione, che sono fattori importanti a livello di comunicazione, in quanto l'impatto estetico è fondamentale per richiamare l'attenzione del lettore.

Per ottenere questo è importante avere un qualche riscontro dai cittadini. Un primo metodo può essere l'indagine prevista, ma sicuramente potranno essere utili anche altre metodologie di contatto più dirette (e-mail della redazione di *Trento Informa*, forum nella rete civica, oltre al classico contatto telefonico), che permettano di capire le richieste, le eventuali critiche e i suggerimenti.

Quello dell'indagine, dunque, dovrebbe essere un momento utile per capire la frequenza con la quale i cittadini entrano in contatto con la pubblica amministrazione, quali sono i temi sui quali i cittadini vorrebbero ricevere maggiori informazioni, com'è percepito il grado di complessità del linguaggio amministrativo e qual è il livello di soddisfazione dei confronti delle informazioni reperite.

Inoltre si cerca anche di comprendere se alcuni accorgimenti posti in essere dal Comune siano apprezzati o meno.

Uno dei punti di forza di *Trento Informa* sta nel fatto di non trasmettere informazioni politiche o politicizzate, ma il suo fine è quello "cercare di informare il cittadino su quanto l'amministrazione comunale realizza o ha già realizzato"⁴. È indispensabile comprendere se questa caratteristica è percepita o meno dai cittadini.

4. *Trento Informa*, a cura del Progetto Speciale comunicazione e rete civica, Periodico bimestrale del Comune di Trento, Anno V – N. 21 – Gennaio/Febrero 2004, p. 3.

Inoltre si vorrebbe capire se l'introduzione del logo *Trento Informa* individua un prodotto che genera nel cittadino la percezione che sta utilizzando informazioni che hanno come unico intento quello descritto sopra (e non altri, tipo la propaganda politica) e se sia utile l'estensione di questo logo anche alle altre forme di comunicazione adottate dal Comune (*Il Comune informa*, *InfoTrento*, ecc.).

Un'ultima finalità, ma non meno importante, è cercare di capire come reagirebbe il cittadino all'introduzione della pubblicità all'interno di *Trento Informa*.

I responsabili della redazione ipotizzano la possibilità di introdurre degli spazi pubblicitari al fine del contenimento dei costi a carico dell'amministrazione e dell'aumento delle risorse disponibili per migliorare ulteriormente i contenuti e il formato di presentazione del prodotto. In linea di massima l'idea è quella di inserire degli spazi per sponsorizzare attività o servizi privati che possono essere di qualche utilità anche per i cittadini.

Il campione

L'universo di riferimento è l'insieme dei capifamiglia ai quali viene inviata la rivista (si tratta, quindi, delle famiglie residenti), e che, potenzialmente, si avvalgono delle informazioni contenute in *Trento Informa*.

Le copie di *Trento Informa* inviate alle famiglie sono circa 50.000, mentre 2.000 sono inviate alle associazioni. Non è stato previsto di analizzare l'opinione delle associazioni, pertanto il questionario si rivolgerà solamente alla popolazione.

Il campionamento verrà effettuato in modo stratificato proporzionale, attingendo dall'anagrafe della popolazione e considerando i soli intestatari scheda (ovvero i capifamiglia).

La stratificazione avverrà considerando la circoscrizione (in modo da suddividere la popolazione in sottopopolazioni proporzionali ai residenti nelle singole aree del Comune) e l'età della cittadinanza.

Questo tipo di campione, che è probabilistico⁵ in quanto tutte le unità di rilevazione hanno la medesima probabilità di essere estratte, si ottiene estraendo in modo casuale con una procedura informatica i capofamiglia dall'universo di riferimento.

La numerosità sarà all'incirca di 400 persone, ed è stata calcolata in modo da garantire nel 95% dei casi uno scostamento del valore del dato reale da quello stimato inferiore a 0,05.

- Universo (N) = capifamiglia raggiunti dal periodico alla data dell'estrazione.
- Errore (e) = 5%.
- Livello fiduciario = 95%.
- Eterogeneità dell'universo (ipotizzata): 50%.
- Campione (n) ~400.

L'eterogeneità è stata considerata quella del caso più sfavorevole, ovvero la situazione di massima variabilità, ignorando i risultati dell'indagine preliminare, in quanto questa si riferiva non ad un campione rappresentativo del-

5. "Un campione si dice probabilistico quando ogni unità è estratta con una probabilità nota (e diversa da zero) [...] abbiamo un campionamento casuale semplice quando tutte le unità della popolazione hanno la stessa probabilità di essere incluse nel campione [...] gli attributi *probabilistico* e *casuale* hanno in questo contesto lo stesso significato per cui si può parlare indifferentemente di campione probabilistico o campione casuale [...] Una procedura statisticamente equivalente dal punto di vista del risultato a quella del campionamento casuale semplice (nel senso che produce un campione casuale semplice) è quella del campionamento probabilistico. Esso differisce dal campionamento casuale semplice solo dal punto di vista della tecnica di estrazione dei soggetti", Corbetta Piergiorgio, *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna, 1999, pp. 318 e segg.

l'universo considerato, ma bensì degli utenti della biblioteca, ed esisteva, quindi, il rischio reale di partire da premesse fuorvianti.

Una volta calcolata la numerosità campionaria totale, si suddivide il campione stesso proporzionalmente per il numero di famiglie per ogni circoscrizione.

Si riporta sotto, a titolo meramente esemplificativo, la numerosità campionaria suddivisa per circoscrizione e componenti del nucleo familiare se l'estrazione fosse avvenuta al 31 dicembre 2003. In realtà la scelta del campione avverrà sull'anagrafe corrente (alla data dell'estrazione).

Campione risultante per componenti

Circoscrizioni	1	2	3	4	5 e più	Totale
1 Gardolo	13	12	9	7	2	43
2 Meano	3	4	3	3	1	14
3 Bondone	5	4	3	3	1	16
4 Sardagna	1	1	1	1	0	4
5 Ravina – Romagnano	4	5	4	3	1	17
6 Argentario	11	11	9	8	2	41
7 Povo	5	5	4	3	1	18
8 Mattarello	5	5	4	4	1	19
9 Villazzano	4	5	4	3	1	17
10 Oltrefersina	22	20	13	10	3	68
11 San Giuseppe – Santa Chiara	28	19	11	8	2	68
12 Centro Storico – Piedicastello	31	20	13	9	2	75
Comune di Trento	132	111	78	62	17	400

Il questionario

L'indagine verrà effettuata tramite la somministrazione di un questionario, che dovrà essere compilato dal capofamiglia (intestatario foglio famiglia).

Come anticipato nel paragrafo dedicato agli obiettivi, sono previste quattro aree di indagine: la prima si riferisce alla totalità degli strumenti che il Comune di Trento ha approntato per la comunicazione istituzionale, la seconda e la terza riguarderanno invece lo specifico strumento *Trento Informa* (in versione cartacea e televisiva, si esclude, invece, quella radiofonica, visto che dall'indagine preliminare è emerso il suo scarsissimo utilizzo), la quarta serve per raccogliere informazioni sugli intervistati. In pratica il questionario verrà strutturato nelle seguenti aree tematiche:

- *conoscenza ed efficacia* degli strumenti di comunicazione istituzionale;
- *gradimento* circa l'attuale configurazione del prodotto *Trento Informa*;
- *miglioramento* del prodotto *Trento Informa*;
- *anagrafica* (sono tutte quelle informazioni che permettono di definire il campione dal punto di vista del genere, età, titolo di studio, professione, residenza).

Sono previsti massimo 20/25 quesiti, distribuiti fra le varie aree. Le domande sono chiuse (ovverosia, prevedono una previa codifica delle possibili risposte) con la possibilità di dare una sola risposta, oppure con la possibilità di graduare la risposta su una scala da 1 a 10 (si è scelta questa scala in quanto, essendo il questionario inviato a casa e auto-compilato, sembra di più immediata comprensione).

L'indagine preliminare è risultata utile per individuare ed ampliare la gamma di alternative di risposta previste dalle varie domande.

In accordo con l'impostazione abituale delle indagini di *customer satisfaction*, per alcune delle domande riguardanti il gradimento e il miglioramento saranno previste due scale differenti di risposta: una che evidenzia il *giudizio* (percezione) che i cittadini danno di un particolare *item* e l'altra che indica l'*importanza* (aspettativa) che questo argomento riveste per il cittadino stesso. In questo modo, confrontando la *distanza* tra le due scale (ovverosia il *gap* tra percezione e aspettativa) è possibile misurare il livello di soddisfazione espresso.

Una volta predisposto il questionario, questo verrà validato somministrandolo da un campione di circa 30 intestatari scheda di famiglie residenti nel Comune di Trento che lavorano presso l'amministrazione del Comune stesso.

Metodo di somministrazione e raccolta dati

Il questionario verrà recapitato tramite un incaricato del Comune di Trento ai capifamiglia delle unità familiari facenti parte del campione, i quali dovranno provvedere a compilarlo (questionario auto-somministrato).

La consegna sarà preceduta dalla spedizione agli stessi di una lettera nella quale si chiariranno i contenuti e le modalità dell'indagine e si specificherà l'importanza della partecipazione del cittadino per ottenere delle informazioni che aiuteranno la pubblica amministrazione a migliorare la qualità degli strumenti di comunicazione.

Il questionario definitivo verrà consegnato dopo circa una settimana, con richiesta di compilazione entro 10 giorni, al termine dei quali l'addetto del Comune di Trento passerà a ritirarlo presso l'abitazione e, ove necessario, fornirà le indicazioni necessarie per la compilazione.

Inserimento e elaborazione dei dati

L'inserimento dei dati verrà effettuato dal personale dell'ufficio Statistica del servizio Programmazione e controllo.

Non verrà adottata nessuna procedura informatica particolare. I dati saranno caricati in un foglio elettronico e poi elaborati con l'ausilio delle procedure informatiche disponibili e la consulenza di un docente dell'Università di Trento.

Fasi di lavoro

Il lavoro di creazione, controllo e stampa del questionario, quello di scelta delle modalità di somministrazione e di elaborazione dei dati sarà svolto dal personale dell'ufficio Programmazione e controllo con la consulenza del dottor Pier Luigi Novi Inverardi dell'Università degli studi di Trento, l'inserimento dei dati e la redazione del *report* finale sarà a cura dell'ufficio Programmazione e controllo.

Tempistica di realizzazione

Fase	Marzo 2004	16 marzo-10 aprile 2004	10-30 aprile 2004	Maggio 2004	1-15 giugno 2004
Redazione del quadro introduttivo					
Creazione del questionario, preparazione di materiali vari (lettera di accompagnamento, ecc.)					
Validazione e stampa del questionario					
Rilevazione					
Inserimento ed elaborazione dei dati					
Redazione del <i>report</i>					

Redazione di un documento di presentazione dei risultati

Al termine dell'elaborazione sarà prodotto, dal Servizio programmazione e controllo, un *report* di presentazione dei risultati, che indichi sia la metodologia utilizzata in fase di analisi sia un quadro generale degli esiti dell'analisi dei dati, corredati di grafici e tabelle per una migliore interpretazione dei risultati.

Il documento sarà presentato all'ufficio di gabinetto del sindaco e alla giunta.

I risultati saranno poi diffusi ai cittadini mediante la pubblicazione sul periodico *Trento Informa* e sulla Rete civica del Comune e attraverso gli altri strumenti di comunicazione.

COMUNE DI VENARIA REALE

Scopo dell'indagine

Attivazione di una metodologia di rilevazione sistematica di *customer satisfaction* per i servizi comunali.

Attese/obiettivi dell'Amministrazione (direzione generale)

1. Test della strumentazione e della metodologia di rilevazione.
2. Raccolta di dati.

Questionario

Livello di approfondimento: *soft*, sorta di progetto pilota volto ad una prima valutazione dell'impatto all'interno dell'ente.

Schema standard: numero limitato di domande a risposta chiusa.

Orientamento: in questa prima fase volto principalmente alla rilevazione dell'importanza del servizio, piuttosto che alla soddisfazione.

Albero della qualità

Le 6 dimensioni della qualità in ottica di una prima rilevazione circa aspetti riguardanti l'accoglienza:

1. tecnica;
2. relazionale;
3. immagine:
 - riconoscibilità del personale;
 - riconoscibilità dell'ente;
4. organizzativa:
 - orari/giorni di apertura del servizio;
5. ambientale:
 - presenza di segnaletica interna ed esterna;
 - adeguata collocazione della segnaletica interna ed esterna;
 - chiarezza della segnaletica interna ed esterna;
 - rispetto della privacy;
 - disponibilità di materiale informativo;
 - assenza di barriere architettoniche;
 - comfort dell'ambiente di attesa;
6. economica.

Piano di lavoro

Colloqui preliminari	Febbraio 2004	Staff direzione generale, direttore generale, dirigente servizi front-office, responsabile Urp, assessore competente.
Strutturare il questionario	Marzo 2004	Staff direzione generale, responsabile Urp.
Collaudare il questionario	Marzo 2004	Staff con ufficio Urp.
Formazione degli intervistatori	Aprile 2004	Staff, uffici Personale e Urp.
Distribuzione e raccolta	Maggio 2004	Collaboratori e dipendenti preventivamente formati.
Rielaborazione dei dati	Giugno 2004	Staff direzione generale.

Coinvolgimento

Assessori Delibera *bianca* da portare in giunta.
Dirigenti Servizi generali e al cittadino.
Responsabili uffici Responsabile Urp
Uffici 1 collaboratrice ufficio Personale.

Risorse

Somministrazione *in proprio* (eventualmente con stagisti, e con collaboratori esterni ed interni).

CONSIGLIO NAZIONALE DELLE RICERCHE

Titolo della ricerca

Analisi del grado di soddisfazione dei dipendenti del Cnr nei confronti dei prodotti e dei servizi erogati dall'Urp dell'ente.

Contesto della ricerca

L'analisi di *customer satisfaction* si inserisce nel contesto più generale dell'organizzazione dell'ente ed in quello più specifico di orientamento, di sviluppo e di consolidamento della *mission* e dell'identità dell'Urp all'interno del Cnr.

Obiettivi della ricerca

Gli obiettivi della ricerca sono:

- l'analisi del livello di qualità percepita ed auspicata da parte del personale del Cnr circa gli attuali prodotti e servizi forniti dall'Urp;
- la valutazione del grado di conoscenza del personale dell'ente del ruolo e degli scopi dell'Urp;
- la definizione dei rapporti comunicativi tra Urp, istituti di ricerca, sezioni territoriali ed unità staccate.

Destinatari della ricerca

Il personale del Cnr operante in istituti di ricerca, sezioni territoriali ed unità staccate delle Regioni Piemonte, Sicilia e Lazio ad eccezione dei dipendenti Cnr della sede centrale.

Attori interni ed esterni all'amministrazione

La ricerca sarà svolta da risorse interne all'Urp del Cnr e da un ricercatore del Ceris, istituto di ricerca sull'impresa e lo sviluppo del Cnr stesso.

Strumento dell'indagine

La ricerca sarà effettuata mediante questionario elettronico.

Definizione dell'universo di riferimento

Il target individuato è costituito dai lavoratori afferenti ad istituti di ricerca, sezioni territoriali ed unità staccate delle Regioni Piemonte, Sicilia e Lazio ad eccezione dei dipendenti Cnr della sede centrale.

Si è deciso di interpellare solo una sua parte dell'universo (tutti coloro che sono in possesso di indirizzo di posta elettronica).

Definizione dei contenuti e costruzione degli *item* del questionario

I contenuti e la costruzione degli *item* del questionario saranno definiti sulla base degli obiettivi individuati.

Nella costruzione delle domande si terrà conto della successiva fase di analisi delle risposte per non incorrere nel frequente errore di costruire un questionario le cui analisi statistiche risultano problematiche.

Gli *item* dovranno essere chiusi ed i livelli di risposta possibili saranno indicati su una scala Likert attribuendo un peso da 1 a 5. Sarà prestata particolare attenzione alla terminologia, alla chiarezza, alla scelta del ventaglio di risposte possibili, all'ordine degli *item*.

Aree tematiche da investigare

Le aree tematiche da investigare riguardano:

- la *qualità ambientale* dell'Urp;
- la *qualità tecnica* dell'Urp;
- la *qualità relazionale* dell'Urp.

Pretest

Il questionario sarà testato somministrandolo in via preliminare ad alcuni soggetti; inoltre è previsto di effettuare una serie di *focus group* con utenti privilegiati appartenenti al campo di ricerca con l'obiettivo di definire:

- le aspettative dei clienti;
- le priorità dei clienti;
- le esperienze dei clienti;
- gli aspetti della buona qualità;
- gli aspetti della cattiva qualità;
- gli aspetti qualitativi inerenti il servizio;
- gli aspetti qualitativi relativi a chi fornisce prodotti e servizi.

Somministrazione del questionario

Il questionario sarà realizzato in formato elettronico, reso accessibile e compilabile su una pagina web dell'Urp e sarà somministrato tramite posta elettronica (e-mail) per facilitare la raccolta dei dati e la capillarità nel raggiungere i rispondenti.

Per la costruzione del *form* si utilizzerà il linguaggio htm di Front Page 2000 creando un apposito indirizzo per accedere alla pagina web contenente il questionario sul server dell'Urp.

Raccolta dei dati

I questionari compilati saranno raccolti in un apposito contenitore sul server dell'Urp.

Elaborazione dei dati e analisi dei risultati

L'analisi dei dati, il calcolo delle frequenze, l'analisi fattoriale, le correlazioni, saranno effettuate dal Ceris-Cnr.

Report

I risultati elaborati saranno resi comprensibili e ragionati in un *report* che sarà *restituito* all'Amministrazione e ad un pubblico più ampio.

Strategie successive e monitoraggio permanente

L'indagine di *customer satisfaction*, evidenziando punti di forza e punti di debolezza del servizio sottoposto ad indagine è finalizzata a produrre miglioramenti nella direzione della soddisfazione dell'utente e quindi nel processo di erogazione del servizio.

Inoltre l'indagine può essere l'occasione per mettere a sistema un format di monitoraggio permanente per controllare l'andamento delle variabili significative.

Tempistica di realizzazione						
Fase	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Giugno 2004	Settembre 2004	Novembre 2004
Definizione del Progetto di indagine						
Elaborazione e verifica del questionario						
Somministrazione del questionario						
Prime analisi dei risultati						
Stesura del <i>report</i> finale						
Presentazione dei risultati e individuazione di azioni di miglioramento						

MINISTERO DELL'INTERNO

Il contsto

Il portale del Ministero dell'Interno www.interno.it, attivo dal 1° marzo 2001, rappresenta tutte le componenti dell'Amministrazione dell'Interno nelle diverse aree della sicurezza pubblica, della protezione civile, dell'immigrazione, dei rapporti con le confessioni religiose e gli enti locali, della gestione del territorio.

Contiene informazioni sull'organizzazione e sulle attività, dati, approfondimenti tematici, servizi per i cittadini e viene costantemente aggiornato grazie al lavoro di una redazione costituita da dipendenti del Ministero, appositamente dedicata.

Apprezzato dagli specialisti del mondo informatico e visitato con frequenza dall'utenza esterna (circa 7.000 accessi in media giornalieri) il portale evidenzia tuttavia a livello interno una specifica criticità che riguarda le fonti di alimentazione delle pagine web. Infatti, la raccolta dei dati informativi avviene grazie ad una ricerca a tutto campo da parte della redazione, che provvede a contattare i singoli uffici e che talvolta viene a conoscenza di eventi di rilevanza solo attraverso indicazioni che provengono dal mondo esterno (agenzie di stampa, notizie tratte da quotidiani, contatti con altre amministrazioni...). In sostanza, appare debole la fonte istituzionale.

La conseguenza è che il prodotto finale della comunicazione all'utente esterno può non apparire esaustivo e perciò integralmente rappresentativo della realtà dell'Istituzione nelle sue articolazioni.

Il portale, per sua natura, nasce come collante di esperienze dell'Amministrazione tra loro fortemente diversificate, che possono apparire di utile conoscenza per il lavoro quotidiano del cliente interno.

Tutti gli uffici e le attività vengono raggruppate e rappresentate nella voce *organizzazione* e le ultime sono supportate dalla *legislazione* ed i *siti*, collegamenti che *aiutano* il navigatore interno ad entrare nelle voci di più specifico interesse.

L'utente può trovare nel portale non solo tutti gli aggiornamenti, ma anche approfondimenti sui temi oggetto della propria attività lavorativa ed interventi integrali dei rappresentanti politici dell'Amministrazione di cui altrimenti non potrebbe disporre.

La voce attività permette, inoltre, di realizzare una conoscenza integrata di tutti i mondi organizzati dell'Amministrazione.

Le notizie, purtroppo poche, che pervengono dalle Prefetture e che vengono pubblicate sulla home page del portale concorrono in modo dinamico a tale integrazione.

Inoltre, nell'occasione di eventi che riguardano settori di competenza dell'Amministrazione dell'Interno – laddove ad esempio vi è la presenza della stessa in contesti espositivi e saloni di interesse tematico (Forum P.A., Com.PA. ...) – i servizi quotidiani realizzati appositamente dai redattori inviati consentono all'utente interno di seguire *in diretta* l'evento dal proprio posto di lavoro ricavando in tal modo informazioni talvolta utili all'attività istituzionale.

Infine, a favore del *cliente interno*, vengono operati continui aggiornamenti sui concorsi e reso disponibile il collegamento con la intranet.

Non è mai stata avviata alcuna indagine in precedenza sul livello di soddisfazione degli utenti interni rispetto ai servizi che vengono offerti dal portale.

L'obiettivo

Con l'indagine di *customer satisfaction* si intende effettuare una valutazione mirata sul livello di fruibilità del portale (se e quanto viene consultato) da parte del *cliente interno* e sul grado di soddisfazione dello stesso rispetto ai servizi offerti: informazioni, dati, approfondimenti, servizi al cittadino, aggiornamenti.

Ciò al fine di testare le aspettative di ciascun *cliente interno* anche in relazione ad eventuali distonie percepite tra il livello qualitativo atteso ed il livello effettivamente offerto.

Attraverso l'ascolto e la misurazione delle indicazioni emerse sarà possibile attivare le corrispondenti azioni correttive e di miglioramento.

Si tratta di stimolare il *cliente interno* a divenire parte integrante e vitale del processo di crescita informativa del

portale allo scopo di dare ai cittadini un'immagine completa del ruolo istituzionale, e di ogni attività dell'Amministrazione dell'Interno.

La finalità è di attivare un processo di fidelizzazione del *cliente interno* che lo porti ad *essere fonte*, ossia a fornire informazioni alla redazione del portale su atti, procedure, attività, iniziative che nascono all'interno del proprio apparato amministrativo.

Ciò consentirebbe di superare la criticità evidenziata nel precedente paragrafo *il contesto ambientale*.

Attraverso tale processo di sensibilizzazione e di coinvolgimento tutte le competenze settoriali andrebbero a collocarsi in un contenitore unico a disposizione di tutti (il portale), con i vantaggi di:

- una conoscenza integrata tra tutte le competenze;
- una rappresentazione esaustiva delle diverse componenti dell'Amministrazione dell'Interno.

Punti di forza del progetto

L'indagine di *customer* è rivolta a tutti gli utenti interni indipendentemente dalle qualifiche, dai ruoli di appartenenza e dagli uffici di derivazione.

L'incontro, in via spontanea, tra professionalità tecniche che parlano il linguaggio dell'Amministrazione (i clienti interni) e professionalità che trasferiscono tale linguaggio in modalità comprensibili al cittadino (la redazione del portale) permette l'esatta comprensione da parte del cittadino di provvedimenti, atti, procedure che per propria natura risulterebbero di difficile comprensione, con evidenti effetti di allontanamento e disaffezione rispetto alla sfera pubblica.

Gli attori

Lo staff di progetto è tutto interno all'Amministrazione.

Esso è costituito da 6 dipendenti assegnati al portale www.interno.it che lavorano tutte le fasi progettuali. La fase conclusiva di analisi sociologica è demandata al *laboratorio di sociologia* del gabinetto del Ministro.

I destinatari

Sono stati individuati quali destinatari dell'indagine di *customer* tutti i clienti interni delle varie carriere (prefettizi, civili contrattualizzati, Polizia di Stato, Vigili del fuoco) che lavorano in sede centrale nei 4 dipartimenti (Affari interni e territoriali, Pubblica sicurezza, Vigili del fuoco, Immigrazione e libertà civili) ed in sede periferica in tutte le Prefetture – Utg. Tali destinatari hanno un indirizzo di posta elettronica, ma possono non essere collegati con una postazione internet. Il mondo di riferimento che interessa pertanto sarà rappresentato da tutti coloro che avendo il collegamento ad internet sono in grado di *leggere* il portale.

Si è deciso di non coinvolgere, invece, le questure e i comandi provinciali dei Vigili del fuoco, poiché entrambi interagiscono per lo più con i loro siti di interesse www.poliziadistato.it e www.vigilfuoco.it senza passare per il portale www.interno.it che tuttavia li contiene.

L'universo dei destinatari è molto ampio, proprio perché si vuole operare un coinvolgimento di tutte le componenti dell'Amministrazione a livello centrale e periferico.

Strumento di indagine e modalità di somministrazione

Dato l'universo dell'utenza interna si è pensato di somministrare un *questionario auto compilato* rivolto a valutare la qualità dei servizi offerti, anche con riguardo a taluni di essi di specifico interesse, secondo una scala da 1 a 5.

Il questionario viene inviato a coloro che dispongono di una casella di posta elettronica.

È articolato con domande chiuse e dati informativi di tipo generico ed è inteso a monitorare anche attraverso la rilevazione delle frequenze, il livello di interesse verso il portale, quale strumento di comunicazione e di informazione.

Il questionario sarà inviato via e.mail a tutti gli account di posta elettronica del Ministero dell'Interno sulla base di una mailing list fornita dal Ced del Ministero dell'Interno (per le caselle che corrispondono a pers.mininterno.it) e dalla zona Tlc del Viminale (per le caselle interno.it).

La mailing indicherà un Url con cui l'utente potrà accedere ad una pagina web che visualizzerà il questionario. La scelta di somministrare i questionari via e.mail agli utenti interni risponde alla logica di *personalizzare* la comunicazione facendo percepire agli stessi l'attenzione che il portale dedica loro ed innescando quella relazione di scambio funzionale al raggiungimento dell'obiettivo.

La somministrazione del questionario dovrà essere accompagnata da una breve comunicazione ad hoc da parte del più alto livello istituzionale (capo di gabinetto del Ministro) al fine di garantire il successo dell'indagine.

Metodologia

Si tratta di una sperimentazione fortemente innovativa per il mondo dell'Amministrazione dell'Interno, soprattutto poiché coinvolge in modo personalizzato tutti i dipendenti indipendentemente dalle qualifiche e dai vari ruoli di appartenenza.

Si è individuato un universo che appare molto esteso (gli utenti interessati all'indagine sono coloro che si collegano al portale ed utilizzano i suoi servizi), tuttavia tipizzato.

Per questo è stata realizzata, attraverso contatti preliminari avviati con la zona Tlc Viminale, un'indagine di fattibilità tecnica per la messa a punto di un data base appositamente dedicato ai fini della raccolta dati con il supporto di una griglia di contenuti predefinita.

Si ritiene utile, ai fini di una partecipazione attiva al progetto, il coinvolgimento dei referenti per la comunicazione (presso gli uffici di coordinamento) dei vari Dipartimenti da realizzare attraverso colloqui preliminari ed una lettera di presentazione formale agli uffici centrali e periferici dell'Amministrazione da parte del gabinetto del Ministro che *anticipa* l'invio del questionario e sul quale si richiama la massima attenzione.

La somministrazione del questionario sarà preceduta da una fase di collaudo che vedrà coinvolti 10 rappresentanti tra funzionari e collaboratori amministrativi delle diverse carriere interessate dall'indagine di *customer* i quali *testeranno* la comprensione delle domande rispondendo al questionario stesso.

In questa fase verrà fatta una simulazione, riproducendo esattamente la situazione nella quale verrà somministrato e compilato il questionario, anche allo scopo di verificare sulla base di una campionatura il funzionamento dell'applicativo (gestione del database).

Sarà in questo modo possibile ottenere un feed back delle domande contenute nel questionario ed eventualmente procedere ad opportuni aggiustamenti prima dell'invio definitivo a tutti i destinatari.

Rilevazione ed elaborazione dati

I questionari rilevati saranno inviati on line dagli stessi utenti interni ad un data base appositamente realizzato ed appoggiato presso il server della zona TlcViminale. La componente tecnica dello staff di progetto provvederà in seguito ad elaborarli tramite file excel sulla base di parametri di analisi predefiniti secondo una griglia di rilevazione preventivamente impostata ed organizzata dallo stesso, sulla base di criteri che tengono conto del tipo di domande e delle corrispondenti scale di valutazione.

I risultati dell'elaborazione matematica verranno riassunti in un prospetto di *torta* che sarà sottoposta allo studio di uno o più sociologi facenti parte del *laboratorio di sociologia* di cui dispone il Gabinetto del Ministro.

Gli stessi provvederanno ad effettuare l'analisi sociologica del fenomeno di *customer* rilevato.

Report di risultato

La relazione di risultato costituisce la fase finale del progetto.

In essa saranno riportate le fasi di lavoro svolte, i risultati ottenuti, le eventuali difficoltà riscontrate e le azioni di miglioramento che si intendono intraprendere.

Sul piano della comunicazione appare utile divulgare il risultato dell'indagine effettuata con una nota informativa del Gabinetto a tutti gli uffici centrali e periferici interessati che si ringrazieranno per la *fattiva collaborazione*.

Il contesto

La Prefettura – Ufficio Territoriale del Governo di Forlì – Cesena, nell’ambito del programma Cantieri, iniziativa promossa dal Dipartimento della Funzione Pubblica, ha inteso aderire all’indagine sulla *customer satisfaction* presentando un proprio progetto al fine di rilevare il grado di soddisfazione dell’utente.

Fine ultimo di questo progetto è la comprensione del grado di efficacia ed efficienza del proprio front-office verso i cittadini.

Front-office inteso tanto come rapporto diretto con il cittadino attraverso i propri uffici, quanto come rapporto telematico con il medesimo osservato attraverso un’analisi della comunicazione ed interazione possibile mediante gli strumenti informatici a tal fine approntati.

L’indagine che si intende realizzare si indirizza quindi su due fronti: il rapporto diretto con il cittadino attraverso il monitoraggio della qualità e del gradimento dei servizi e le aspettative e le opinioni dei visitatori e/o utenti del sito internet allestito, con particolare riferimento alla valutazione del servizio *Il Prefetto risponde*, attivo da circa quattro mesi, allo scopo di favorire un diretto e per quanto possibile sollecito rapporto tra la collettività provinciale ed il massimo rappresentante del Governo sul territorio.

Gli obiettivi

La prima fase del disegno di indagine consiste dunque nella realizzazione di due questionari al fine di monitorare il gradimento dei servizi posti alla base dell’analisi. In particolare, per gli utenti diretti agli uffici:

- grado di soddisfazione dell’elemento oggettivo: le caratteristiche fisiche dell’allocazione del servizio circa l’accessibilità, le caratteristiche dei locali, il grado di riservatezza consentito;
- percezione del servizio: ufficio a cui presentare proteste e reclami, punto di ascolto, ufficio che agevola l’utilizzo di servizi e garantisce l’informazione, l’accesso agli atti, ecc.;
- qualità della relazione del personale, quindi cortesia, disponibilità all’ascolto, empatia;
- tipologia di servizio richiesto;
- erogazione del servizio: chiarezza nell’esposizione delle possibili soluzioni al problema presentato;
- risoluzione o meno del quesito posto.

Circa invece l’indagine sul grado di soddisfazione della comunicazione elettronica, ovviamente alla base del questionario non ci sarà la richiesta di valutazione sulla fisicità dell’edificio o sulle caratteristiche del personale bensì:

- grado di accessibilità del sito;
- contenuti proposti;
- tempi ed efficacia delle risposte ai quesiti posti.

Destinatari dell’indagine

Il questionario è rivolto ai cittadini che si recano personalmente presso gli uffici della Prefettura e a coloro che visitano il sito internet.

Gli attori interni ed esterni all’amministrazione

La realizzazione dell’indagine, la somministrazione e le fasi successive di raccolta ed analisi dei dati avviene utilizzando risorse interne all’amministrazione interessata.

Il campione

Il questionario è rivolto, senza oggettive distinzioni, a tutti coloro che si presenteranno agli uffici e che visiteranno il sito nel periodo stabilito di rilevazione.

Le modalità di somministrazione

Il modello per la rilevazione sarà sia in formato cartaceo, distribuito nei due punti di accesso agli uffici della Prefettura-Utg dagli addetti dell'Ufficio relazioni con il pubblico e del servizio di Contenzioso stradale e patenti, collocati in distinte ali del palazzo, sia in forma elettronica, con questionario a risposte multiple sul sito internet.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

Per i modelli cartacei verranno disposte apposite urne in uscita dai servizi sopracitati e gli utenti verranno verbalmente invitati alla compilazione, che si farà in modo da consentire avvenga nella massima riservatezza.

Successivamente verrà allestita un'apposita procedura di raccolta informatizzata che garantisca una rapida ed efficace elaborazione dei dati.

Le risposte al questionario sul sito, per le quali verrà comunque assicurato il totale anonimato, verranno registrate in un apposito database.

La redazione di un documento di presentazione

Questa fase, di massima importanza, consisterà nella presentazione dei risultati della raccolta svolta, attraverso *report* e diagrammi riepilogativi sulla base dei quali verranno poi effettuate le necessarie valutazioni migliorative, sia dei questionari stessi, al fine di integrarli ed ottimizzarli, sia ovviamente, sui servizi offerti ai cittadini.

Il contesto

Il front-office può essere definito come la linea di confine tra l'Amministrazione e il cittadino. Da questa condizione di costante relazione e di confronto nasce la necessità di miglioramento e di innovazione dei servizi offerti agli utenti, pertanto, l'indagine di soddisfazione del cliente – *customer satisfaction* – che la Procura della Repubblica di Ivrea intende realizzare si riferisce all'Urp quale sportello con la duplice funzione di interlocutore degli utenti e di erogatore dei servizi richiesti da questi.

Gli obiettivi

Il questionario che intendiamo realizzare è volto a valutare il gradimento da parte degli utenti dell'Urp dei servizi offerti nonché a comprendere le aspettative degli utenti medesimi, più precisamente:

- gradimento dell'Urp da parte degli utenti (cittadini e avvocati):
 - reperibilità dell'ufficio (affidabilità, orari e giorni di apertura);
 - accessibilità (facilità di accesso alla struttura, chiarezza nella segnaletica);
 - facilità di comunicazione (chiarezza della modulistica e chiarezza del linguaggio);
 - precisione nelle risposte (capacità di ascolto e di risposta, chiarezza delle informazioni date);
 - tempestività nelle risposte (tempi per l'ottenimento del servizio);
 - tempi di attesa (comodità, confort degli ambienti);
 - comportamento del personale (cortesia del personale, competenza del personale, disponibilità a fornire informazioni, velocità nel servire l'utente);
- aspettative da parte dell'utenza.

I destinatari dell'indagine

Il questionario è dunque rivolto a tutti coloro che utilizzano i servizi della Procura in maniera diretta, ossia recandosi personalmente presso l'Ufficio relazioni con il pubblico (Urp) ed in particolare:

- cittadini;
- avvocati.

Gli attori interni ed esterni all'amministrazione

La realizzazione della nostra indagine di *customer satisfaction* è affidata a personale interno all'ente senza ricorso a operatori esterni specializzati.

Il campione

Il criterio che intendiamo adottare è quello di riferire l'indagine a tutti gli utenti che si presenteranno allo sportello dell'Urp durante il periodo di rilevazione.

Le modalità di somministrazione

Sede della rilevazione

La sede della rilevazione, dove avverrà la materiale somministrazione dei questionari agli utenti, è lo sportello dell'Urp.

Strumento di rilevazione

La rilevazione del gradimento da parte dell'utenza avverrà tramite invito alla compilazione di un questionario (uno per i professionisti ed uno per i cittadini) che verrà sottoposto agli utenti dal personale dell'Urp.

Somministrazione e raccolta dei questionari

La raccolta dei questionari sarà contestuale alla somministrazione dei medesimi.

L'inserimento e l'elaborazione dei dati

L'inserimento dei dati sarà gestito da personale dell'Urp e da stagisti operanti presso la Procura.

Al termine della fase di inserimento, i dati saranno elaborati con l'ausilio delle procedure informatiche disponibili.

La redazione di un documento di presentazione

Al termine dell'elaborazione dei dati, sarà prodotto un *report* di presentazione dei risultati.

Tempistica di realizzazione

Fase	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Maggio 2004	Giugno 2004
Impostazione e stampa del questionario					
Rilevazione					
Inserimento ed elaborazione dei dati					
Redazione del <i>report</i>					

PROVINCIA DI GENOVA

Il contesto

L'Ufficio relazioni con il pubblico è stato istituito dall'Amministrazione provinciale nel mese di ottobre 1997 ed è collocato all'interno degli uffici centrali della Provincia, in Genova. L'ufficio distaccato di Chiavari è stato avviato nel mese di aprile 1998, è sito nella omonima cittadina ed è espressamente dedicato all'utenza distribuita nel territorio del levante provinciale.

Si è deciso di coinvolgere nel progetto di *customer satisfaction* anche l'ufficio di Chiavari in quanto, pur non avendo questa unità operativa né compiti, né funzioni proprie dello Sportello del cittadino, costituisce comunque uno dei front-office dell'ente e svolge una attività di ascolto e di erogazione di informazioni e di servizi per certi versi assimilabile a quella dell'Urp, con un tipo di utenza parzialmente analoga. Sotto il profilo organizzativo, sono inoltre inseriti nella stessa area Affari generali.

I due uffici in oggi non hanno mai realizzato altre esperienze di questo tipo e non esistono pertanto parametri di riferimento.

Gli obiettivi

Gli obiettivi dell'indagine sono:

- verificare il grado di apprezzamento dei servizi forniti dall'Urp sotto l'aspetto relazionale (capacità di ascolto, capacità di rassicurazione) tecnico (capacità di risposta, affidabilità, capacità di fare conoscere il servizio e logistico (fattori relativi all'ambiente, alle strutture, agli strumenti);
- individuare scostamenti tra qualità percepita e attesa e qualità erogata individuando standard di servizio offerto da implementare attraverso opportune azioni di miglioramento localizzando le cause che ostacolano le prestazioni ottimali;
- acquisire la capacità a gestire nuove metodologie e nuovi strumenti di lavoro, formando all'interno dell'ente competenze che possono rappresentare un patrimonio da mettere a disposizione degli altri servizi che affronteranno progetti analoghi;
- arricchire l'Urp di una funzione assegnata dalla norma.

I destinatari dell'indagine

Destinatari dell'indagine che sarà realizzata attraverso la autocompilazione di un questionario, sono i cittadini che utilizzano i servizi dell'Urp recandosi fisicamente allo Sportello di piazzale Mazzini e all'ufficio distaccato di Chiavari, nonché coloro che contattano l'Urp via e-mail, nel periodo di tempo predeterminato.

Attori dell'indagine

Il progetto sarà gestito con risorse interne dell'ente, con il supporto del Dipartimento della Funzione Pubblica – Cantieri di Innovazione e sarà coordinato da un gruppo di lavoro interno, trasversale formato da:

- Maria Luisa Buffo Controllo Qualità;
- Alessandro Fasciolo Responsabile Qualità Area 01;
- Isabella Carlini Responsabile dell'Urp;
- Giuseppina Grollero Urp;
- Fulvia Pedemonte Urp;
- Rita Ruiu Responsabile dell'ufficio distaccato di Chiavari;
- Giuliana Olivari Ufficio distaccato di Chiavari.

Inoltre saranno coinvolti nelle fasi meramente operative del progetto:

- addetti alla portineria di piazzale Mazzini;
- la tipografia provinciale.

La scelta di utilizzare risorse interne nasce sia dalla necessità di ridurre i costi dell'indagine, sia dalla scelta di utilizzare il progetto come modulo formativo in funzione della crescita professionale degli addetti da condividere con gli altri servizi dell'ente.

Le modalità di somministrazione

Il questionario a risposta chiusa avrà le seguenti caratteristiche:

- valutazione del grado di soddisfazione del servizio con scala semantica;
- dati informativi (età, sesso, titolo di studio, comune di residenza, orario di accesso).

Al termine del questionario sarà inserita una risposta aperta di proposta di modifica/miglioramento del servizio. Il questionario, sarà distribuito direttamente dagli operatori Urp e dell'ufficio di Chiavari che sensibilizzeranno l'utente illustrando le motivazioni dell'indagine, finalizzata all'erogazione di un servizio rispondente alle aspettative. Dell'attivazione del progetto sarà data notizia al pubblico e ai dipendenti mediante pubblicazione sul sito internet dell'Amministrazione provinciale, sulla intranet e attraverso manifesti esplicativi posizionati nell'atrio di piazzale Mazzini e negli uffici di Chiavari e affissi nella bacheca dell'Urp.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

I questionari (stampati utilizzando la tipografia provinciale) potranno essere compilati direttamente sul posto e consegnati utilizzando apposito contenitore posizionato nelle due sedi di Genova e Chiavari, oppure restituiti in tempo successivo agli uffici, non oltre la scadenza del 30 aprile e del 30 ottobre. I questionari in e.mail saranno raccolti dagli addetti. Si prevede di raccogliere 750 questionari al mese.

In questa fase saranno coinvolti gli addetti alla portineria, opportunamente formati e sarà necessario individuare uno spazio di supporto ove il cittadino possa compilare la scheda con la necessaria tranquillità e riservatezza.

I questionari saranno raccolti giornalmente, registrati e numerati, ed al termine della rilevazione, i dati saranno inseriti su supporti informatici.

La presentazione e l'utilizzo dei risultati

Al termine dell'elaborazione dei dati, saranno prodotti *report* di presentazione da sottoporre alla giunta provinciale. Questi documenti, corredati da grafici e tabelle, comprenderanno una sezione di interpretazione e lettura dei dati e le conseguenti proposte di miglioramento e di innovazione. I risultati finali saranno affissi presso l'Urp, lo sportello distaccato di Chiavari, la bacheca dell'Urp e pubblicati sulla rete intranet e sul sito web della Provincia.

Tempistica di realizzazione

Fase	Data inizio presunta	Data fine presunta
Costituzione gruppo di lavoro e analisi condizioni operative	12 gennaio 2004	19 gennaio 2004
Impostazione e stampa del questionario	20 gennaio 2004	4 febbraio 2004
Prima rilevazione	1 marzo 2004	30 aprile 2004
Inserimento dati	2 maggio 2004	12 maggio 2004
Elaborazione dati	13 maggio 2004	10 giugno 2004
Relazione finale	11 giugno 2004	30 giugno 2004
Seconda rilevazione	1 settembre 2004	30 ottobre 2004
Inserimento dati	2 novembre 2004	12 novembre 2004
Elaborazione dati	15 novembre 2004	13 dicembre 2004
Relazione finale	14 dicembre 2004	30 dicembre 2004

PROVINCIA DI SIENA

Il contesto

Oggetto di studio saranno il Centro per l'impiego di Poggibonsi e il Centro per l'impiego di Siena, maggiormente rappresentativi dei 5 centri della Provincia, sia per il territorio sia per il numero di utenze al giorno.

Gli obiettivi

Essendo il mercato del lavoro un incontro tra domanda e offerta di lavoro provvederemo ad intervistare entrambi i target che fanno parte di questo mercato. In particolare, in merito alla domanda, il nostro target dovrà essere costituito da maschi e femmine di età compresa tra 14 e 64 anni (arco di tempo di un individuo in età lavorativa).

Il livello di precisione che si pretende avere dai risultati è quello del 95%.

L'obiettivo che si vuole raggiungere attraverso questa indagine è quello di poter riuscire a misurare il livello di soddisfazione del centro per l'impiego della provincia senese per delineare i pregi ed gli eventuali difetti e riuscire a correggerli e ottimizzarli nel tempo.

I destinatari dell'indagine

Sono tutti gli utenti che usufruiscono del centro per l'impiego di Siena e Poggibonsi.

Gli attori interni ed esterni all'amministrazione

Dopo aver valutato con attenzione le risorse interne è stato assegnato un responsabile per l'indagine di Siena (Massimo Bartalucci) e una responsabile per l'indagine di Poggibonsi (Monica Becartelli). Queste due figure coordineranno l'indagine mentre i questionari verranno consegnati agli utenti dalle colleghe di sportello.

Inserimento dati, elaborazione e presentazione dei risultati è affidata a Mauro Mariateresa.

Il campione

Si è previsto di riferire l'indagine solo a un campione (384) per poi proiettare i dati sull'universo.

$e = 0,03$ (errore)

$z = 1,96$ (valore legato al livello fiduciario)

$a = 95\%$ (livello fiduciario)

$p = 10\%$ (percentuale attesa)

$n = 384$ (campione)

$N = \text{infinito}$ (universo oggetto di studio)

Le modalità di somministrazione

Il questionario verrà consegnato dalle colleghe di sportello agli utenti, uno ogni 5, che provvederanno all'auto-compilazione.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

I questionari verranno raccolti in una apposita urna e consegnati a Mauro Mariateresa che provvederà a inserirli con le codifiche in un foglio di lavoro *excel* e successivamente convertiti in un file *Spss*. Come step successivo si prevedono delle distribuzioni di frequenze assolute e relative per avere una visione generale dei risultati e in seguito degli incroci tra variabili e dati fissi. Per finire si concentrerà l'elaborazione sulla soddisfazione e l'importanza con la mappa di qualità e una media ponderata con i pesi.

La redazione di un documento di presentazione

Le informazioni rilevate saranno presentate al servizio interessato (Servizio formazione e lavoro) e alla direzione generale. Schematizzate in *power point* con grafici e tabelle di frequenza connesse.

Le fasi di lavoro

Mese di marzo	Stesura e monitoraggio dei questionari.
Dal 1 al 15 giugno	Rilevazione delle interviste.
Dal 16 al 23 giugno	Raccolta questionari e inserimento dati codificati in un foglio di lavoro Excel.
Dal 24 al 30 giugno	Elaborazione dati attraverso il pacchetto statistico Spss.
Primi giorni di luglio	Interpretazione dei dati e presentazione in <i>power point</i> dei risultati.

Gli obiettivi

Gli obiettivi che si intendono perseguire sono:

- rilevare sistematicamente le aspettative e i bisogni degli utenti;
- rilevare il grado di soddisfazione rispetto al servizio erogato;
- stabilire standard di servizio da garantire agli utenti;
- individuare obiettivi di risultato per il personale addetto al servizio.

Destinatari

L'indagine è rivolta a tutti gli utenti dell'Ufficio relazioni con il pubblico che spontaneamente aderiscono all'iniziativa, partecipando attraverso la compilazione dello strumento di rilevazione. Il questionario è rivolto ai nuovi utenti e non agli utenti *fidelizzati*, che incidono per circa un quarto sul totale di coloro che affluiscono al servizio. Si è deciso di coinvolgere l'universo dell'utenza in questione (nuova) in considerazione del fatto che, per la natura dell'ente, le dimensioni di tale universo sono abbastanza contenute: l'Urp dell'Agenzia Lazio Lavoro ha mediamente una nuova utenza pari a 1.000 persone l'anno (nel periodo della rilevazione si è stimata un'utenza di 320 unità) ed il servizio è assicurato da due operatori. L'Agenzia Lazio Lavoro svolge infatti compiti di assistenza e di consulenza a Regioni, Province e Comuni sui servizi per l'impiego e sulle politiche del lavoro, nonché di monitoraggio degli stessi.

In particolare l'Urp offre un servizio di informazione sulle diverse modalità di inserimento nel mondo del lavoro, sulla normativa vigente, sulla modulistica di riferimento, sulle fonti informative legate alle opportunità di lavoro, oltre che indirizzare verso le strutture specialistiche.

Strumento di indagine

È stato creato un questionario anonimo rivolto agli utenti esterni (vedi allegato).

Il questionario è diviso in tre aree tematiche da indagare – che costituiscono la dimensione della qualità totale – inerenti le caratteristiche fisico-ambientali, relazionali e tecniche (a domande chiuse) cui corrispondono una serie di indicatori.

Aree tematiche da indagare

Dimensione fisica	Comprende variabili relative alla struttura ed agli ambienti in cui si riceve il servizio (<i>dove</i>)
Dimensione relazionale	Comprende variabili legate alle capacità e professionalità degli operatori di gestire la relazione (<i>come</i>)
Dimensione tecnica	Comprende variabili inerenti le informazioni fornite e la completezza/tempestività delle risposte (<i>cosa</i>)

Il questionario è stato costruito in modo da misurare lo scostamento tra le aspettative riposte nel servizio (qualità attesa) e le percezioni soggettive del servizio ricevuto (qualità percepita): il grado di soddisfazione manifestato mette a raffronto le aspettative con le valutazioni espresse.

Per ciascuna delle tre macro aree o dimensioni da indagare è stata individuata una serie di indicatori o aspetti specifici in cui si connota il servizio. Al fine di misurare le aspettative e il livello di soddisfazione degli utenti si è adottata una scala di valori da 1 a 4 (che va da "per niente" a "molto").

È prevista una valutazione complessiva del servizio, senza distinzione tra le tre dimensioni esplorate in modo specifico; è altresì consentito all'utenza di fornire suggerimenti al fine di migliorare il servizio erogato dall'Urp, per ciascuna delle 3 dimensioni sopra citate.

Tempistica di realizzazione

Fase	1-15 luglio 2003	15-30 luglio 2003	1-10 agosto 2003	20 agosto-30 novembre 2003	1 dicembre 2003-30 gennaio 2004	Febbraio 2004
Disegno dell'indagine						
Predisposizione del questionario						
Pre-testing						
Somministrazione						
Inserimento ed elaborazione dei dati						
Analisi dei risultati						
Redazione del <i>report</i> e definizione di azioni di miglioramento						
Diffusione dei risultati sul sito						

Modalità di rilevazione

In via preliminare (attraverso un pre-testing) lo strumento di indagine è stato proposto in autosomministrazione, prevedendo la compilazione da parte degli utenti stessi, al fine di verificarne la comprensibilità e la intelligibilità, ed apportare eventuali correttivi alla stesura definitiva, in vista della fase di indagine vera e propria. Si prevede infatti che nel caso in cui si decida di realizzare stabilmente tale indagine il questionario vada sempre in autosomministrazione.

Successivamente al momento di verifica dello strumento, la compilazione del questionario è avvenuta con l'ausilio del personale dell'Agenzia – costituito per metà da operatori addetti al servizio – che si è limitato a illustrare l'iniziativa in generale, a presentare la struttura ed i contenuti del questionario, nonché a fornire chiarimenti in merito alle singole domande, su richiesta dell'utente.

Inserimento ed elaborazione dati

L'inserimento dei dati è stato effettuato in contemporanea rispetto alla fase di somministrazione ed è avvenuto ad opera delle due persone che hanno curato la fase *assistita* della compilazione. Sono stati utilizzati semplicemente fogli di lavoro *excel*, con formule inserite per il calcolo automatico dei risultati.

Analisi dei risultati

I risultati raggiunti sono stati superiori agli obiettivi prefissati: gli utenti che hanno aderito sono 350 (sui 320 previsti) e i soggetti che hanno espresso un valutazione complessivamente positiva del servizio Urp (sommando le risposte positive alla domanda sul grado di soddisfazione espresse nei valori “molto” ed “abbastanza”) sono pari al 98,6% di coloro che hanno aderito all’indagine sulla *customer satisfaction*.

Metodologia	Questionario strutturato	Fase 1 In autocompilazione (una settimana) Fase 2 Somministrato con l’ausilio degli operatori
Target	Nuovi utenti esterni dell’Ufficio relazioni con il pubblico	
Dimensione	350 nuovi utenti che hanno fruito dei servizi dell’Urp nell’arco di tempo indicato e che hanno aderito liberamente all’indagine	

Il campione oggetto di indagine è costituito, come si è detto, da 350 soggetti, così suddivisi per sesso:

161 maschi (46%) e 189 femmine (54%). Le fasce d’età sono così distribuite:

- fino a 24 anni 84 (24%)
- 25-32 151 (43,1%)
- 33-40 62 (17,7%)
- oltre 40 53 (15,1%)

Per quanto riguarda la *cittadinanza*, 294 sono cittadini italiani (84%), 36 stranieri (10,3%), 20 extracomunitari (5,7%).

Relativamente al *titolo di studio*, 3 sono in possesso di licenza elementare (0,9%), 50 hanno assolto la scuola dell’obbligo (14,3%), 187 hanno ottenuto il diploma (53,4%) e 110 hanno conseguito la laurea (31,4%).

Lo *status occupazionale* evidenzia:

- lavoratori dipendenti 16 (4,6%)
- studenti 32 (9,1%)
- disoccupati 231 (66,0%)
- in rapporto di collaborazione 24 (6,9%)
- fuori contratto 22 (6,3%)
- altro 25 (7,1%)

Rispetto alla valutazione complessiva del servizio, espressione della soddisfazione percepita, gli utenti si sono dichiarati:

- molto soddisfatti 233 (66,6%)
- abbastanza soddisfatti 112 (32,0%)
- poco soddisfatti 4 (1,1%)
- per niente soddisfatti –
- non risponde 1 (0,3%)

Si allegano le tabelle con i risultati, espressi anche in forma grafica, relativi alle singole domande ed alle caratteristiche strutturali del campione.

Si prevede di procedere ad un’analisi più articolata dei risultati nel corso del prossimo mese.

REGIONE SARDEGNA

Il contesto

Il Servizio tutela paesaggio di Cagliari si è posto l'obiettivo di perseguire il miglioramento continuo del servizio, esaminato sotto il duplice aspetto:

- a. della efficienza nel processo di emissione delle autorizzazioni paesaggistiche (D. Lgs. 490/99) e
- b. della efficacia della tutela del paesaggio.

Ciò presuppone di impostare un sistema di monitoraggio costante della soddisfazione percepita rispetto al servizio erogato al fine di migliorare gli standard offerti. Il Servizio intende porre attenzione a coloro che rivestono a vario titolo il ruolo di *portatori di interesse* rispetto al servizio erogato, siano essi *dipendenti, utenti* (cittadini, professionisti, imprese ed enti) bisognosi delle autorizzazioni oppure *fruttori del paesaggio* (popolazioni residenti e viaggianti, rappresentate da osservatori individui o associati come associazioni per la tutela ambientale, testimoni privilegiati, osservatori qualificati, ecc.), realizzando una rigorosa indagine sulla loro soddisfazione-accettabilità-importanza. La finalità è quella di costruire un reale e significativo rapporto con l'utenza e con la società civile, mediante l'ascolto attento, l'accoglimento dei bisogni, delle aspettative e la misura della soddisfazione-accettabilità-importanza rispetto al servizio offerto, per poi avviare concreti percorsi di miglioramento da proporre all'alta direzione per essere introdotti nel Peg (Piano esecutivo di gestione).

Gli obiettivi

Gli obiettivi dell'indagine sono i seguenti:

1. dal punto di vista esterno:
 - a. verificare la percezione del livello qualitativo dei servizi attualmente forniti dall'ufficio Servizio tutela paesaggio (Stp) di Cagliari della Regione Sardegna;
 - b. misurare il grado di soddisfazione, le soglie di accettabilità e il grado di importanza attribuiti dagli utenti e dalle altre parti interessate alle diverse componenti del servizio Stp;
 - c. valutare l'eventuale esistenza di scostamenti tra il livello qualitativo atteso, quello effettivamente percepito e quello considerato minimo accettabile dagli utenti dell'ufficio Stp;
2. ed inoltre, dal punto di vista interno:
 - a. verificare la funzionalità dell'organizzazione attuale dell'ufficio Stp;
 - b. evidenziare eventuali differenze tra le valutazioni espresse dagli utenti e quelle espresse dai dipendenti dell'ufficio Stp;
 - c. cogliere eventuali esigenze non soddisfatte nell'organizzazione dell'ufficio, per lo sviluppo di percorsi di miglioramento concretamente perseguibili e verificabili (piano di miglioramento).

In sintesi si vuole *misurare* con metodi rigorosi l'efficacia dell'azione di tutela paesaggistica indirizzata alla popolazione e l'efficienza del servizio autorizzativo reso all'utenza attraverso un significativo indicatore denominato *customer satisfaction*, che dovrà essere successivo termine di riferimento per misurazioni successive dei progressi eventualmente compiuti.

I destinatari dell'indagine

L'indagine esterna è rivolta all'utenza, nella sua accezione più ampia, dell'ufficio Stp:

- cittadini individui;
- imprese e altre organizzazioni no profit;
- enti pubblici e altre pubbliche amministrazioni;
- professionisti;
- associazioni dell'ambiente;
- personalità qualificate in grado di rappresentare l'identità dei luoghi e delle popolazioni residenti e visitanti.

L'indagine interna è rivolta agli operatori erogatori del servizio:

- dipendenti del Servizio Tutela Paesaggio (Stp) di Cagliari.

Il gruppo di lavoro

Dal punto di vista metodologico, l'indagine sarà condotta internamente dall'ufficio, con la collaborazione esterna qualificata della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Cagliari che garantirà la *terzietà* delle rilevazioni con la disponibilità di una tirocinante laureata e formata. Per l'impostazione, la realizzazione ed il controllo dell'indagine viene costituito un apposito gruppo di lavoro trasversale rispetto all'organizzazione dell'ufficio, così composto:

Giampaolo Visioli	Coordinatore del settore Tecnico Stp, capo progetto e rappresentante dell'ufficio nel progetto Cantieri – <i>Customer satisfaction</i> .
Antonio Vanali	Coordinatore del settore Amministrativo Stp.
Alessandra Planta	Addetta dell'ufficio Amministrativo Stp, intervistatrice formata.
Roberta Segato	Tirocinante della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Cagliari.

I questionari

Si prevede la realizzazione di una rilevazione quantitativa mediante questionari costruiti per:

- l'utenza generica esterna che usufruisce dei servizi dell'ufficio Stp (vedi allegato A), alla quale si richiederà di misurare le percezioni di soddisfazione-importanza;
- l'utenza selezionata esterna che usufruisce dei servizi dell'ufficio Stp (vedi allegato B), alla quale si richiederà di misurare le percezioni di soddisfazione-importanza e accettabilità;
- l'utenza interna (V. all.to C), alla quale si richiederà di misurare le percezioni di soddisfazione-importanza e accettabilità.

I focus group (gruppi di lavoro-discussione)

Si prevede, inoltre, la realizzazione di alcuni momenti qualitativi che consentano:

- di raccogliere gli elementi principali per lo svolgimento dell'indagine (dalla costruzione del questionario alla selezione del campione e alla sintesi dei risultati);
- di prevenire il rischio di errore di copertura di strati importanti dell'universo;
- di approfondire alcune tematiche rilevanti.

Tali momenti consistono di *focus group* e interviste con:

- dipendenti del servizio coinvolti;
- imprenditori con i quali lo Stp è in costante rapporto;
- enti con i quali lo Stp è in costante rapporto;
- rappresentanti di associazioni ambientaliste accreditate e testimoni privilegiati;
- utenti e professionisti selezionati con tecniche di corretto campionamento, significativo dell'intero universo.

È prevista la raccolta dei questionari compilati individualmente dai partecipanti alle interviste e *focus group* alla fine della seduta di lavoro.

Il campione

I dati disponibili per lo studio del campione sono relativi non all'universo dell'utenza, bensì alle posizioni (= fascicoli o pratiche o istanze) aperte di anno in anno. Per esempio, nel 2003 risultano:

Istanze Stp 2003	Valore assoluto	%
Cittadini individui	2.071	67,35
Imprese e organizzazione no profit	686	22,31
Enti	318	10,34
Totale	3.075	100

Il campionamento riguarda:

- a. l'utenza generica esterna (campione probabilistico individuato negli utenti che si presentano allo sportello nei mesi di maggio e giugno 2004);
- b. l'utenza selezionata esterna (campione stratificato non probabilistico individuato, per scelta ragionata, in portatori di interesse di maggiore importanza quali enti pubblici, imprese rilevanti in particolare di cavazione e immobiliari, professionisti e osservatori qualificati in grado di *rappresentare* un pubblico vasto);
- c. l'utenza interna dei dipendenti dell'ufficio (campione coincidente con l'universo di ~20 unità operative);
- d. il dimensionamento del campione risulta di ~130 utenti assumendo:
 - un universo $N = 3.000$ utenti all'anno rispetto alle 3.075 posizioni aperte nello stesso periodo, (nella ipotesi semplificativa, non essendo noto il dato certo, che il n° di utenti sistematici in deduzione sia compensato dal n° di utenti-professionisti in aggiunta agli utenti-richiedenti);
 - un errore accettabile di campionamento $e = 0,2$;
 - un livello fiduciario del 95%;
 - una eterogeneità dell'universo, caratterizzato da 5 livelli della scala di valutazione (da "per niente" a "moltissimo" resi in scala numerica decimale) oltre l'opzione "non so", prevista da un valore di deviazione standard $DS = 1,25$.

Per quanto riguarda la definizione dell'estensione temporale dell'indagine (nel nostro caso maggio-giugno), in linea di massima è sufficiente, come riferimento tipico e costante per poter confrontare le opinioni degli utenti in anni successivi, un mese qualsiasi dell'anno, esclusi dicembre-gennaio e luglio-agosto per il richiamo degli utenti-turisti e per l'effetto distortore delle ferie del personale. Per evitare il rischio che i non rispondenti siano sistematicamente diversi dai rispondenti, il campione non sarà determinato dalla modalità autoselettiva. I questionari saranno proposti da intervistatori appositamente formati ad assistere nella compilazione la popolazione di utenti dell'ufficio Stp. Si terrà conto inoltre, per quanto possibile, dei seguenti criteri di stratificazione:

- natura dell'utente (cittadino individuo, impresa, ente, professionista, dipendente, altre parti interessate, ...);
- comune di provenienza;
- fascia di età, genere;
- professione;
- frequenza e decorrenza nell'utilizzo del servizio.

L'elaborazione dei dati

I dati saranno inseriti in un tracciato Excel (l'inserimento è previsto senza incarico ad una ditta esterna) e successivamente i risultati vengono elaborati con i comandi dello stesso programma oppure, con l'ausilio dell'università, con il software Spss. È previsto il calcolo delle medie, medie ponderate, deviazione standard, correlazioni significative, curve di soddisfazione-importanza e accettabilità, mappatura degli indicatori per soddisfazione-importanza.

Tempistica di realizzazione

Fase	Data inizio presunta	Data fine presunta
Definizione del progetto d'indagine		1 aprile 2004
Preparazione questionario	1 aprile 2004	30 aprile 2004
Compilazione questionari	1 maggio 2004	25 giugno 2004
Realizzazione indagine qualitativa	15 aprile 2004	25 giugno 2004
Elaborazione dati	19 giugno 2004	30 giugno 2004
Stesura rapporto finale	1 luglio 2004	2 luglio 2004
Presentazione dei risultati ed individuazione di azioni di miglioramento	7 luglio 2004	8 luglio 2004

Il piano della comunicazione: la presentazione dei risultati

Al termine dell'analisi dei dati il capo progetto predisponde un rapporto per il direttore di servizio, il quale poi valuterà l'opportunità di presentarlo, eventualmente, così come descritto nel seguente piano di comunicazione del progetto.

Presentazione dei risultati

Come	A chi	Ruoli coinvolti
Invio del progetto	Assessore P.I., D.G., D.S. Associazioni di categoria	Capo progetto
Comunicato stampa di realizzazione indagine	Media	Capo progetto Direttore generale
Intranet per informazione realizzazione indagine	Tutti i dipendenti Ras	Gruppo di lavoro
Lettera per invito a partecipare al focus group esterno	Imprese, professionisti, enti Associazioni	Assessore P.I. D.G., D.S.
Lettera per invito a partecipare al focus group interno	Dipendenti	Assessore P.I. D.G., D.S.
Invio dei risultati dell'indagine	Assessore P.I. D.G., D.S.	Capo progetto Direttore generale
Conferenza stampa per presentazione dei risultati dell'indagine	Media	Assessore P.I. D.G., D.S., Gruppo di lavoro
Presentazione dei risultati dell'indagine	Imprese, professionisti, enti Associazioni	Facoltà Scienze Formazione Assessore P.I., D.G., D.S.
Presentazione dei risultati dell'indagine	Tutti i dipendenti del servizio coinvolti	Capo progetto Gruppo di lavoro
Conferenza e intranet per informazione dei risultati dell'indagine	Tutti i dipendenti	Capo progetto D.G., D.S.

COMUNE DI ALESSANDRIA

Il contesto e gli obiettivi

L'Amministrazione comunale di Alessandria ha ritenuto di aderire al progetto Cantieri al fine di formare il personale addetto al controllo di gestione sulle metodologie di lavoro inerenti l'applicazione della *customer satisfaction*. Nell'ente già è operativo il controllo sulla qualità dei servizi erogati, attuato attraverso la percezione diretta dei responsabili, coadiuvati dalla struttura. L'applicazione di metodologie inerenti l'implementazione dell'analisi consentirà di giungere a risultati ottimali che, attraverso il necessario feedback, permetteranno all'Amministrazione di valutare possibili prospettive di affinamento.

I destinatari dell'indagine

Sentita l'Amministrazione e la commissione consiliare che opera sul controllo di gestione, si è ritenuto di indirizzare l'analisi sul servizio che si occupa della gestione della casa comunale di soggiorno per anziani "Nicola Basile" (Ccsa). La scelta operata è stata attentamente ponderata.

Innanzitutto, ci si è orientati su di un servizio a carattere prettamente sociale, e ciò in quanto rispondente alle logiche di impostazione dell'innovativo strumento di rendicontazione recentemente introdotto dal legislatore, il *bilancio sociale*; in secondo luogo, si è considerata la possibilità di applicare, nel contesto del servizio monitorato, le diverse tecniche di rilevazione e metodologie di lavoro.

Tenuto conto, infatti, come obiettivo preminente dell'adesione al *cantiere* sia quello dell'apprendimento di una metodologia di lavoro *scientifica*, si è considerata la casa di riposo comunale quale *palestra* ideale per lo sviluppo del progetto. Perciò, destinatari dell'indagine sono due diverse categorie di utenti: gli *ospiti* (utenti diretti) e i *familiari* (utenti indiretti).

Gli attori dell'indagine

Il progetto è sviluppato dal *gruppo di lavoro*, costituito dai componenti l'ufficio Controllo di gestione del Comune con l'inserimento di un funzionario del servizio Tributi.

Il *gruppo di lavoro* delinea le linee guida del progetto, sulla base delle indicazioni dello staff del cantiere, definendo tempi e modalità di esecuzione, e segue direttamente tutte le fasi del progetto.

Nella fase di analisi dei servizi erogati all'utenza, si è riscontrata la necessità di coinvolgere direttamente i referenti della casa di riposo – funzionario responsabile e suo stretto collaboratore – da cui la costituzione del *focus group*. Al fine di testare il questionario, si è infine ritenuto di *allargare* il *focus group*, istituendo un *focus group allargato* con l'inserimento di alcune figure professionali specialistiche, operanti in Ccsa, ed una ristretta rappresentanza di destinatari.

Il campione

Tenuto conto che gli ospiti della Ccsa sono 130, di cui 90 autosufficienti e 40 non autosufficienti, si reputa significativo un campione composto da una trentina di ospiti, considerata l'eterogeneità dei medesimi, nonché da altrettanti familiari. Importantissima, in questa fase, la funzione del *focus group allargato*, e ciò soprattutto per la scelta dei criteri atti all'individuazione del campione significativo di ospiti, anche al fine di non urtarne la sensibilità.

Il questionario e le modalità di somministrazione

Il *focus group allargato* elabora due questionari, uno rivolto agli ospiti l'altro ai familiari.

Entrambi i questionari sono strutturati in cinque sezioni: *anagrafica, struttura, servizi vari, ristorazione e varie*. Si ritiene, perciò, di procedere con due diverse modalità di somministrazione.

Per quanto attiene gli ospiti è necessario sviluppare il monitoraggio attraverso intervista, utilizzando il questionario come traccia per la discussione che, pur nel rispetto delle finalità dell'indagine, deve essere estremamente aperta e *personalizzata*. È perciò indispensabile il supporto del *personale specialistico* del *focus group allargato*, conosciuto dagli ospiti e professionalmente preparato ai contatti interpersonali con tale categoria di utenti. Per quel che attiene i familiari, il questionario a loro rivolto è somministrato con il metodo dell'autocompilazione, distribuito dal personale specialistico durante l'orario di visita, previa breve presentazione delle finalità dell'analisi e delle modalità di compilazione e consegna.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

La raccolta delle informazioni acquisite nel contesto dell'intervista all'ospite è a cura degli *intervistatori*, mentre i questionari consegnati ai familiari sono raccolti in apposito evidente contenitore, ubicato nell'atrio di ingresso dell'edificio. L'inserimento e l'elaborazione dei dati è compito esclusivo del *gruppo di lavoro*; propedeutica alla fase di inserimento dati vi è quella dell'esame sommario con il personale specialistico, per quel che attiene i questionari rivolti agli ospiti, al fine di evitare ogni possibile interpretazione soggettiva.

La reportistica derivante dall'elaborazione deve essere corredata da tabelle sinottiche e grafici di immediata lettura, affinché il necessario feedback possa essere snello e scevro da incertezze.

La presentazione e l'utilizzo dei risultati

I *report*, con la supervisione dell'assessore competente, saranno oggetto di apposita informazione alla giunta comunale a cui seguirà l'illustrazione pubblica ai destinatari e agli altri soggetti interessati, presso la Ccsa e con l'ausilio di supporti informatici nonché proiezione di dati. La reportistica resterà agli atti del Comune e sarà depositata in copia presso la casa di riposo comunale, al fine di consentirne una più agevole consultazione. Dall'analisi dei risultati della *customer*, messi a confronto con quelli – già agli atti del Comune – attinenti l'autopercezione della qualità, si potranno anche trarre utili elementi atti all'affinamento delle procedure e delle modalità di gestione del servizio.

Le fasi di lavoro

Fase	Gennaio 2004	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Maggio 2004	Giugno 2004	Luglio 2004
Definizione delle linee guida							
Impostazione del questionario							
Verifica del questionario (test)							
Somministrazione dei questionari							
Rilevazione ed elaborazione dei dati							
Redazione del report							
Presentazione del report							

Premessa

I processi di cambiamento in atto, caratterizzati dall'assimilazione sempre maggiore di nuovi modelli gestionali, devono essere accompagnati e sostenuti da un forte investimento formativo. Lo stretto legame tra formazione e cambiamento organizzativo, conferisce ai processi formativi un rilievo strategico nella gestione dell'innovazione. Il Comune di Catania al fine di avviare un nuovo processo di sviluppo organizzativo ed efficace, ha realizzato dal 2001 ad oggi, il progetto *Pass La gestione del cambiamento con l'approccio Qualità* e il progetto *Formazione intervento della strategia Qualità totale*.

Attraverso tali progetti, sono stati introdotti, in via sperimentale, nuovi approcci organizzativi nei contesti complessi, sollecitando il contributo dei lavoratori ai diversi livelli.

Le finalità principali che hanno ispirato le iniziative, sono state rivolte al consolidamento delle logiche e delle pratiche della *Qualità totale*, al recupero del rapporto cittadino-istituzioni e della competitività diretta ed indiretta (valorizzazione sociale) attraverso la qualità del servizio, mettendo il cittadino al primo posto.

Nell'ambito delle attività sopra descritte, sono stati avviati percorsi d'indagine relativamente alla rilevazione della *customer satisfaction* sull'Ufficio relazioni con il pubblico e sul settore Attività produttive.

L'ipotesi di sviluppo organizzativo in logica *Qualità totale*, nelle sue linee di sviluppo e relativi risultati raggiunti, costituisce una importante base di discussione volta all'assunzione delle metodologie previste dalla *Qualità totale*, attraverso l'impegno delle persone che ne hanno acquisito la cultura e la sperimentazione specifica (con il naturale e graduale trasferimento delle buone prassi a tutto il personale) quale metodo di lavoro permanente all'interno dell'Amministrazione.

Il contesto

Nel Comune di Catania, la P.O. Scuola materna si occupa della gestione della scuola materna comunale che dal settembre del 2001 ha avuto riconosciuta la parità scolastica.

In tutto il territorio comunale operano 85 sezioni dislocate nei differenti quartieri della città, con una media variabile di 22,5 utenti.

Il personale scolastico impegnato, è costituito da 101 docenti e da 107 operatori scolastici, mentre la popolazione scolastica che usufruisce del servizio è di circa 1.900 utenti.

Oggi, la scuola dell'infanzia concorre, con le scuole primarie e secondarie di primo grado a promuovere il profilo educativo dello studente.

Come si sa, le finalità che si pone la scuola dell'infanzia sono: la *maturazione dell'identità* quale riconoscimento di se stesso e degli altri per far crescere nel bambino la comprensione della realtà e delle proprie capacità comunicative, la *conquista dell'autonomia*, affinché nel bambino si sviluppi un pensiero libero, privo di pregiudizi, lo *sviluppo delle competenze* per la valorizzazione dell'immagine e dell'intelligenza creativa.

È proprio nel *riconoscimento* che i bambini sono capaci di esercitare un ruolo partecipativo nella costruzione delle proprie conoscenze, abilità e competenze che vengono realizzati diversi progetti educativi.

L'offerta formativa che offre la scuola materna comunale paritaria garantisce ai piccoli utenti un'acquisizione delle competenze indubbiamente utile per l'inserimento nelle scuole primarie.

La scuola dell'infanzia non è soltanto l'assunzione in carico da parte della società delle problematiche infantili poste al centro dell'attenzione, di chi opera, studia, gestisce attività per i bambini ma è anche una collaborazione doverosa tra scuola e famiglia.

Infatti, la partecipazione della famiglia alla scuola si mantiene viva e si rifonda ogni giorno nella pratica quotidiana di relazione e di comunicazione con le famiglie percepite come *risorse*.

Si è puntato inoltre, molto sulla qualificazione di una più avanzata professionalità e cultura degli insegnanti e in generale degli operatori dei servizi all'infanzia attraverso la realizzazione di interventi di formazione.

Gli obiettivi

La presente indagine si propone il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- verificare la percezione del livello qualitativo del servizio attualmente fornito dalla scuola materna comunale;
- verificare le valutazioni globali espresse dagli utenti relativamente al Pof (Piano offerta formativa) della scuola materna comunale;
- verificare il livello di percezione della valenza educativa delle attività realizzate volte alla promozione di studi, ricerche e sperimentazioni, attorno ai temi dell'apprendimento attivo, costruttivo e creativo dei bambini;
- cogliere eventuali esigenze attualmente non soddisfatte per lo sviluppo di percorsi di miglioramento;
- valutare l'eventuale esistenza di scostamenti tra il livello qualitativo atteso e quello effettivamente percepito dagli utenti.

I destinatari dell'indagine

L'indagine prevista nell'ambito del presente progetto, è rivolta agli utenti indiretti del servizio di scuola materna comunale e nello specifico ai genitori dei bambini/fruitori diretti, primi valutatori del servizio percepito per se stessi e per i propri figli.

Gli attori interni ed esterni all'Amministrazione

L'avvio della presente iniziativa, nasce dall'input dato dalla direzione Organizzazione personale e formazione all'interno dell'Amministrazione. Nell'ambito di un'analisi di settore effettuata, è emersa l'esigenza da parte delle Politiche scolastiche, nella persona dell'assessore al ramo, di avviare l'indagine di *customer satisfaction* presso le famiglie dei bambini/utenti della scuola materna comunale, considerata l'attenzione e la sensibilità dell'Amministrazione nei confronti della qualità del servizio offerto, nell'ottica di un miglioramento continuo dello stesso.

La fase di stesura del progetto, ha visto impegnato lo staff composto dalla responsabile P.O. Scuola materna e la consulente per la formazione.

Nelle fasi successive, saranno coinvolte in team, alcune insegnanti titolari.

Il campione

I destinatari sopra indicati, rappresentano il campione dell'indagine, la cui composizione è stata definita assumendo la percentuale pari al 30% del totale dei fruitori, suddivisa in 10% utenti primo ingresso, 10% utenti continuità biennale, 10% utenti completamento ciclo scuola dell'infanzia. Suddivisione quest'ultima, per garantire il rispetto dell'eterogeneità del gruppo degli intervistati. Il campione rappresentativo, prevede la somministrazione di un questionario strutturato ad oltre 600 utenti indiretti su un universo di 1.900 unità che consentirà un margine di errore contenuto (3%) con un livello fiduciario del 95%. Al fine di evitare i condizionamenti derivanti dalla scelta umana, si applicherà inoltre, il procedimento dell'estrazione.

Le modalità di somministrazione

Per una maggiore partecipazione e condivisione degli obiettivi che s'intendono perseguire, oltre che per la dislocazione logistica delle sedi scolastiche, saranno coinvolte in team, alcune insegnanti titolari, incaricate della somministrazione del questionario d'indagine, rivolto al campione-estratto di riferimento del plesso scolastico in cui operano.

Momento preliminare alla somministrazione, sarà la realizzazione di alcuni incontri effettuati dai componenti dello staff e le insegnanti coinvolte, per la scelta e l'assunzione di una metodologia comune, così da garantire uniformità d'informazione e motivare l'intervistato sull'importanza del ruolo ricoperto per la buona riuscita dell'indagine.

La fase di somministrazione sarà preceduta da un piano di comunicazione del progetto rivolto a tutte le famiglie, cui seguirà l'estrazione dei nominativi dei soggetti da intervistare, la comunicazione con la richiesta di disponibilità agli stessi e il successivo invito alla compilazione del questionario. Sede dell'indagine, saranno tutti i plessi di scuola materna comunale.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

La fase di raccolta dati, prevede l'inserimento delle risposte registrate su un database appositamente predisposto e l'elaborazione degli stessi sotto forma di grafici proiettivi distinti per tipologia e corrispondenti agli item contenuti nel questionario.

È prevista inoltre, la discussione dei risultati da parte di tutti gli attori coinvolti e la successiva diffusione presso l'universo dei fruitori del servizio. È previsto infatti, un momento di incontro conclusivo scuola-famiglia, in occasione della chiusura dell'anno scolastico quale occasione di divulgazione dei risultati emersi, ringraziamento per la collaborazione prestata e comunicazione delle eventuali azioni di miglioramento che verranno intraprese a garanzia della qualità del servizio.

Tempistica di realizzazione

Fase	Dicembre 2003	Gennaio 2004	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Chiusura dell'anno scolastico
Analisi e concertazione dei settori cui destinare l'indagine						
Composizione dello staff di progetto						
Stesura preliminare del progetto						
Predisposizione del questionario d'indagine						
Incontri preliminari alla fase di somministrazione e collaudo del questionario						
Presentazione del progetto						
Somministrazione del questionario d'indagine						
Raccolta, elaborazione e discussione dei risultati						
Divulgazione dei risultati						

Il contesto e gli obiettivi

L'Amministrazione comunale di Salsomaggiore Terme ha aderito al progetto Cantieri al fine di formare il personale addetto al servizio Assistenza anziani sulle metodologie di lavoro inerenti l'applicazione della *customer satisfaction*. Nell'ente già è operativo il controllo sulla qualità dei servizi erogati, attuato attraverso la percezione diretta dei responsabili, coadiuvati dalla struttura. L'applicazione di metodologie inerenti l'implementazione dell'analisi consentirà di giungere a risultati ottimali che, attraverso il necessario feedback, permetteranno all'Amministrazione di valutare possibili prospettive di affinamento.

I destinatari dell'indagine

Sentita l'Amministrazione, si è ritenuto di indirizzare l'analisi sul servizio che si occupa della gestione della casa protetta comunale "Città di Salsomaggiore Terme".

La scelta operata è stata attentamente ponderata.

Innanzitutto, ci si è orientati su di un servizio a carattere prettamente sociale, e ciò in quanto rispondente alle logiche di impostazione dell'innovativo strumento di rendicontazione recentemente introdotto dal legislatore, il *bilancio sociale*; in secondo luogo, si è considerata la possibilità di applicare, nel contesto del servizio monitorato, le diverse tecniche di rilevazione e metodologie di lavoro.

Tenuto conto, infatti, come obiettivo preminente dell'adesione al *cantiere* sia quello dell'apprendimento di una metodologia di lavoro scientifica, si è considerata la casa protetta comunale quale *palestra* ideale per lo sviluppo del progetto. Perciò, destinatari dell'indagine sono due diverse categorie di utenti: gli *ospiti* (utenti diretti) e i *familiari* (utenti indiretti).

Gli attori dell'indagine

Il progetto è sviluppato dal *gruppo di lavoro*, costituito dalle risorse umane del Servizio Assistenza Anziani con l'inserimento del funzionario responsabile dell'Ufficio Amministrativo dei Servizi Sociali.

Il *gruppo di lavoro* delinea le linee guida del progetto, sulla base delle indicazioni dello staff del cantiere, definendo tempi e modalità di esecuzione, e segue direttamente tutte le fasi del progetto.

Nella fase di analisi dei servizi erogati all'utenza, si è riscontrata la necessità di coinvolgere direttamente i referenti della casa di riposo – funzionario responsabile e suo stretto collaboratore – da cui la costituzione del *focus group*.

Al fine di testare il questionario, si è infine ritenuto di *allargare* il *focus group*, istituendo un *focus group allargato* con l'inserimento di alcune figure professionali specialistiche, operanti in struttura, ed una ristretta rappresentanza di destinatari.

Il campione

Tenuto conto che gli ospiti della struttura sono 52, si reputa significativo effettuare l'indagine su tutti gli ospiti della struttura, nonché sui relativi familiari.

Il questionario e le modalità di somministrazione

Il *focus group allargato* elabora due questionari, uno rivolto agli ospiti l'altro ai familiari.

Entrambi i questionari sono strutturati in cinque sezioni: *anagrafica, struttura, servizi vari, ristorazione e varie*.

Si ritiene, perciò, di procedere con due diverse modalità di somministrazione.

Per quanto attiene gli ospiti è necessario sviluppare il monitoraggio attraverso intervista, utilizzando il questionario come traccia per la discussione che, pur nel rispetto delle finalità dell'indagine, deve essere estremamente aperta e *personalizzata*.

È perciò indispensabile il supporto del *personale specialistico* del *focus group allargato*, conosciuto dagli ospiti e professionalmente preparato ai contatti interpersonali con tale categoria di utenti.

Per quel che attiene i familiari, il questionario a loro rivolto è somministrato con il metodo dell'autocompilazione, distribuito dal personale specialistico durante l'orario di visita, previa breve presentazione delle finalità dell'analisi e delle modalità di compilazione e consegna.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

La raccolta delle informazioni acquisite nel contesto dell'intervista all'ospite è a cura degli *intervistatori*, mentre i questionari consegnati ai familiari sono raccolti in apposito evidente contenitore, ubicato nell'atrio di ingresso dell'edificio.

L'inserimento e l'elaborazione dei dati è compito esclusivo del *gruppo di lavoro*; propedeutica alla fase di inserimento dati vi è quella dell'esame sommario con il personale specialistico, per quel che attiene i questionari rivolti agli ospiti, al fine di evitare ogni possibile interpretazione soggettiva.

La reportistica derivante dall'elaborazione deve essere corredata da tabelle sinottiche e grafici di immediata lettura, affinché il necessario feedback possa essere snello e scevro da incertezze.

La presentazione e l'utilizzo dei risultati

I *report*, con la supervisione dell'assessore competente, saranno oggetto di apposita informazione alla giunta comunale a cui seguirà l'illustrazione pubblica ai destinatari e agli altri soggetti interessati, presso la struttura e con l'ausilio di supporti informatici nonché proiezione di dati.

La reportistica resterà agli atti del Comune e sarà depositata in copia presso la casa di riposo comunale, al fine di consentirne una più agevole consultazione. Dall'analisi dei risultati della *customer*, messi a confronto con quelli – già agli atti del Comune – attinenti l'autopercezione della qualità, si potranno anche trarre utili elementi atti all'affinamento delle procedure e delle modalità di gestione del servizio.

Le fasi di lavoro

Fase	Giugno 2004	Luglio 2004	Agosto 2004	Settembre 2004	Ottobre 2004	Novembre 2004	Dicembre 2004
Definizione delle linee guida							
Impostazione del questionario							
Verifica del questionario (test)							
Somministrazione dei questionari							
Rilevazione ed elaborazione dei dati							
Redazione del report							
Presentazione del report							

Il contesto

L'Amministrazione comunale ha piena consapevolezza dell'importanza di una pubblica amministrazione che sappia muoversi in un'ottica di innovazione e di qualità: ne sono testimonianza l'ambizioso obiettivo di certificazione di tutti i propri servizi entro l'anno 2004 e l'adesione al progetto I Successi di Cantieri. In questo contesto la sezione Istruzione, formazione e lavoro intende analizzare, tramite un'indagine di *customer satisfaction*, la qualità percepita ed i possibili miglioramenti all'interno del servizio di Ristorazione scolastica. L'attenzione alle reali esigenze dei piccoli clienti del servizio è testimoniata anche dalla realizzazione della Carta del servizio di refezione scolastica che dà agli utenti un quadro chiaro delle modalità di gestione e consente di formare nei confronti del servizio delle aspettative guidate alla reale potenzialità dello stesso.

Obiettivi

L'obiettivo dell'indagine è l'analisi della qualità del servizio percepita dagli alunni che ne usufruiscono. Gli aspetti del servizio sui quali si vuole prevalentemente focalizzare l'attenzione sono la distribuzione, il menu e le strutture. Accanto alla percezione della situazione attuale si vuole indagare quali aspetti del servizio sono ritenuti più importanti dagli alunni così da intervenire sugli stessi innalzando il livello di qualità percepita. Per quanto riguarda gli interventi migliorativi si ritiene opportuno analizzare prevalentemente il menu ed il servizio e solo marginalmente le strutture sulle quali ci sono meno spazi di intervento.

Destinatari dell'indagine

L'indagine è rivolta a coloro che usufruiscono in prima persona del servizio di refezione scolastica, cioè a coloro che a noi piace definire *piccoli clienti*: gli alunni delle scuole materne, elementari e medie del Comune di Segrate.

Attori interni ed esterni all'amministrazione

Il progetto sarà gestito internamente all'amministrazione con possibilità di supporto esterno da parte dei nostri consulenti qualità per la ristorazione scolastica. L'aspetto organizzativo sarà curato dal settore Cultura, istruzione, sport e servizi civici ed anagrafici, sezione Istruzione, formazione e lavoro:

- | | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| • Dottor Piero Micheli | <i>Dirigente settore</i> | Supervisore progetto, |
| • Dottor Antonio Calvano | <i>Funzionario sezione</i> | Coordinatore progetto, |
| • Dottoressa Clara Bossi | <i>Responsabile ufficio Scuola</i> | Gestore operativo progetto, |
| • Signora Beretta Elisa | <i>Amministrativo ufficio Scuola</i> | Supporto operativo progetto, |
| • Signora Giuffrè Giuliana | <i>Amministrativo ufficio Scuola</i> | Supporto operativo progetto, |
| • Signora Salafia Maria Teresa | <i>Amministrativo ufficio Scuola</i> | Supporto operativo progetto, |
| • Dottor Gianluca Maltese | <i>Consulente esterno</i> | Consulente refezione scolastica |

Considerate le premesse di cui al precedente punto *Contesto*, il progetto di *customer satisfaction* risulta fortemente connesso al progetto, in corso, di certificazione qualità dei servizi comunali (compreso il servizio di ristorazione scolastica). Risulta pertanto opportuno un coordinamento esterno con la dottoressa Nicoletta Pigat, funzionario responsabile servizio Qualità, la quale sarà costantemente informata dal gestore operativo delle fasi di sviluppo dell'indagine.

Il campione

L'universo dell'indagine è composto dagli alunni iscritti al servizio di refezione scolastica: 2.938 (845 nella scuola dell'infanzia, 1.432 nella scuola elementare e 661 nella scuola media). Si ritiene opportuno utilizzare un campionamento per quote che ci consente di indicare delle proporzioni che tengano conto dell'incidenza percentuale dei singoli ordini di scuole e della loro collocazione territoriale, lasciando invece ai somministratori dei questionari la scelta casuale dei singoli individui.

Modalità di somministrazione

Data l'età dei destinatari dell'indagine si ritiene poco opportuna una somministrazione in autocompilazione (addirittura improponibile per gli alunni della scuola dell'infanzia); ugualmente problematica potrebbe risultare un'indagine telefonica che genererebbe diffidenza, apprensione ed inevitabili ingerenze da parte degli adulti presenti (soprattutto per i più piccoli). Il sistema che riteniamo preferibile è quello dell'intervista personale da svolgersi a scuola nell'orario di refezione, previa autorizzazione dei dirigenti scolastici.

Raccolta, inserimento, elaborazione dati

La raccolta dei questionari avverrà ad opera degli intervistatori interni che li consegneranno periodicamente all'ufficio Servizi educativi. Le operazioni di inserimento ed elaborazione saranno effettuate direttamente dall'ufficio Servizi educativi su supporto informatico che consentirà elaborazioni statistiche e grafiche.

Redazione di un documento di presentazione

I risultati delle indagini opportunamente elaborati in veste grafica verranno resi noti sia all'interno dell'ente sia all'esterno. Per i referenti interni i risultati potranno essere resi disponibili a tutti su rete intranet ed essere esposti con presentazione grafica ai settori particolarmente coinvolti (sezione Comunicazione, sezione Controllo e gestione, sezione Progettazione, sezione Manutenzioni ordinarie, ecc.). Per i referenti esterni potrà essere realizzata presentazione, a cura dell'ufficio Servizi educativi, alla commissione mensa e alla ditta appaltatrice del servizio di refezione scolastica, inoltre pubblicazione dei risultati e dei correttivi sull'organo di stampa comunale (*Segrate oggi*) e su altri organi di stampa locali.

Fasi di lavoro

A seguito di approvazione del presente progetto di indagine prenderanno avvio le successive fasi operative.

I. INDAGINE PRELIMINARE (LIMITATAMENTE ALL'OSSERVAZIONE DIRETTA)

L'indagine preliminare di monitoraggio del servizio di refezione scolastica (limitatamente al momento della distribuzione e della consumazione) e la conseguente indagine conoscitiva si svolgono autonomamente in maniera continuativa sia grazie alla presenza giornaliera della commissione mensa al momento del pasto, sia grazie ai sopralluoghi periodici effettuati dai consulenti per la qualità. Da queste attività vengono prodotti *report* mensili e segnalazioni giornaliere che pervengono all'ufficio Servizi educativi costituendo il materiale su cui basare l'indagine esplorativa preliminare. Ad integrazione del materiale esistente verranno realizzate solamente osservazioni dirette del servizio da parte di chi materialmente dovrà formulare il questionario. A tale fase, in quanto limitata all'osservazione diretta, non farà seguito output.

II. DEFINIZIONE CAMPIONE

Individuato il criterio di campionamento (come al precedente punto *Il campione*) in questa fase verrà individuata l'ampiezza del campione, le varie quote relative ai singoli ordini di scuola e alla loro collocazione territoriale.

III. REDAZIONE QUESTIONARIO

In parte congiuntamente alla definizione del campione avviene l'effettiva stesura del questionario preceduta da un'attenta analisi dell'albero della qualità del servizio.

IV. COLLAUDO QUESTIONARIO ED EVENTUALI AGGIUSTAMENTI

Una volta redatto il questionario, il collaudo avverrà su un campione ristrettissimo di alunni o su altri ragazzi nella stessa fascia d'età interessata anche se non frequentanti le scuole oggetto di indagine.

V. STAMPA QUESTIONARI

Si ritiene preferibile per celerità una stampa dei questionari con mezzi propri.

VI. SOMMINISTRAZIONE

Si veda al precedente punto *Modalità di somministrazione*.

VII. INSERIMENTO ED ELABORAZIONE DATI

Si veda al precedente punto *Raccolta, inserimento ed elaborazione dati*.

VIII. ELABORAZIONE STRATEGIE CORRETTIVE

A seguito della fase VII che consentirà di individuare i punti critici del servizio e gli aspetti dello stesso che, se migliorati o modificati, potrebbero positivamente influenzare la qualità percepita, è indispensabile un'attenta valutazione dei correttivi realizzabili e delle modalità di intervento concreto sul servizio.

IX. REDAZIONE DOCUMENTO DI PRESENTAZIONE

Il documento di presentazione tradurrà in veste grafica accattivante i dati risultanti dal punto VII e le decisioni prese al punto VIII, con l'indicazione dei tempi di attuazione dei correttivi realizzabili e le motivazioni per le quali eventualmente alcuni correttivi al servizio, anche se emersi dall'indagine, non sono concretamente realizzabili.

X. FEEDBACK

Si veda al precedente punto *Redazione di un documento di presentazione*.

XI. ATTUAZIONE CORRETTIVI REALIZZABILI

Nel periodo di chiusura scolastica si intende iniziare a realizzare concretamente i correttivi di cui al punto VIII (soprattutto quelli di natura strutturale) e a predisporre quanto necessario perché vengano attuati gli altri correttivi al servizio da apportarsi necessariamente in apertura scolastica.

XII. SONDAGGIO DI VERIFICA

Si ritiene importante, una volta a regime tutti i correttivi apportati, effettuare un sondaggio di verifica dei risultati ottenuti in termini di qualità percepita, in attesa della successiva indagine. Il sondaggio di verifica verrà indirizzato all'universo degli utenti.

La tempistica prevista per le fasi sopra descritte è quella indicata nel seguente diagramma di Gantt.

Tempistica di realizzazione (in settimane)

Fasi	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre-dicembre
I							
II							
III							
IV							
V							
VI							
VII							
VIII							
IX							
X							
XI							
XII							

COMUNE DI SERRADIFALCO

Il contesto

Serradifalco è un piccolo Comune della provincia di Caltanissetta che conta 6.450 abitanti.

L'Amministrazione comunale, in adesione al programma denominato Cantieri di innovazione elaborato dal Dipartimento della Funzione Pubblica intende sviluppare un'indagine di *customer satisfaction* rivolta agli anziani che costituiscono il 19% della popolazione residente.

La scelta di rivolgere l'indagine agli anziani è determinata dalla sensibilità che questa Amministrazione pone nei riguardi di coloro che versano in condizioni di svantaggio e/o disagio e che necessitano particolare attenzione.

L'ascolto del cittadino e la valutazione dei bisogni e delle attese costituiscono innanzitutto delle potenziali leve di cambiamento organizzativo, gestionale e culturale di grande rilevanza.

Il referente e responsabile dell'indagine è il dottor Luigi Petix, responsabile della direzione Terza – Servizi alla persona.

Gli obiettivi

L'indagine di *customer satisfaction* sta diventando segno di una cultura diffusa di orientamento verso il cittadino e di una consapevolezza dell'importanza del suo giudizio per orientare le scelte dell'amministrazione nell'erogazione dei servizi.

Il progetto di indagine *Bisogni e attese degli anziani in un'ottica di innovazione* è finalizzato a:

- definire e valutare l'efficacia delle *politiche pubbliche*;
- progettare i sistemi di erogazione dei servizi secondo i bisogni e le attese dei cittadini, utilizzando al meglio le risorse disponibili.

I destinatari dell'indagine

La popolazione complessiva, alla data del 30 ottobre 2003, è di 6.450 abitanti, dei quali 1.226 costituiscono la fascia di persone anziane di età compresa tra i 65 anni ed oltre i 94 anni, di cui 521 uomini e 705 donne.

Verrà selezionato un campione di 200 anziani che entrerà a far parte attiva dell'indagine.

Le fasi del progetto

A. SEGMENTAZIONE DEI CITTADINI E DEFINIZIONE DEL CAMPIONE

Il campione di anziani da sottoporre all'indagine si otterrà attraverso il campionamento stratificato proporzionale che permetterà di mantenere nel campione la stessa composizione che presenta la popolazione. Attraverso il criterio della stratificazione, costituito dalla fascia di età, si otterrà una buona omogeneità all'interno di ogni singolo strato e l'estrazione di *sotto-campioni* che insieme formeranno il *campione globale*. Questo procedimento permetterà ad ogni fascia di età di essere rappresentata nella giusta proporzione.

Popolazione della fascia di persone anziane

Età	Uomini	Donne	Totale parziale
Tra i 65 e i 74 anni	319	375	694
Tra i 75 e gli 84 anni	172	252	424
Tra gli 85 e oltre i 94 anni	30	78	108
Totale generale	521	705	1.226

I sotto campioni saranno individuati seguendo il seguente procedimento: il totale parziale di ogni fascia di età si suddivide per il totale generale; da ciò si evince il *peso* che moltiplicato per 200 (numero di anziani da sottoporre

all'indagine) determina il sotto-campione per fascia di età; lo stesso procedimento viene poi applicato all'interno della medesima fascia e in riferimento al sotto-campione ottenuto per conseguire nella giusta proporzione il numero delle donne e quello degli uomini da sottoporre all'indagine.

Nello specifico:

Fascia A	$694 : 1.226 = 0,57$	<i>peso</i>	$0,5 \times 200 = 114$	<i>Totale uomini e donne</i>
	$319 : 694 = 0,46$	<i>peso</i>	$0,46 \times 114 = 52$	<i>Uomini</i>
	$375 : 694 = 0,54$	<i>peso</i>	$0,54 \times 114 = 62$	<i>Donne</i>
Fascia B	$24 : 1.226 = 0,34$	<i>peso</i>	$0,34 \times 200 = 68$	<i>Totale uomini e donne</i>
	$172 : 424 = 0,40$	<i>peso</i>	$0,40 \times 68 = 28$	<i>Uomini</i>
	$252 : 424 = 0,59$	<i>peso</i>	$0,59 \times 68 = 40$	<i>Donne</i>
Fascia C	$108 : 1.226 = 0,88$	<i>peso</i>	$0,08 \times 200 = 18$	<i>Totale uomini e donne</i>
	$30 : 108 = 0,27$	<i>peso</i>	$0,27 \times 18 = 5$	<i>Uomini</i>
	$78 : 108 = 0,72$	<i>peso</i>	$0,72 \times 18 = 13$	<i>Donne</i>

Persone anziane da sottoporre all'indagine

Fasce di età	Uomini	Donne	Totale parziale
A. Tra i 65 e i 74 anni	52	62	114
B. Tra i 75 e gli 84 anni	28	40	68
C. Tra gli 85 e oltre i 94 anni	5	13	18
Totale generale	85	115	200

B. PROGETTAZIONE DEL QUESTIONARIO

Il questionario, che verrà predisposto nella fase che segue, dovrà spiegare le motivazioni vere della *customer satisfaction*, monitorare le attese degli anziani stimolando gli stessi alla partecipazione attiva.

C. INDAGINE

L'indagine si propone di:

- valutare i bisogni e le attese degli anziani riguardo l'erogazione di servizi in atto non istituiti;
- prendere in considerazione le proposte degli anziani (utenti e non) riguardo le eventuali modifiche organizzative da realizzare in un'ottica di integrazione nell'ambito dei servizi già istituiti.

D. ANALISI ED ELABORAZIONE DEI DATI

Il questionario verrà acquisito direttamente dall'operatore che si pone come intervistatore. I dati andranno analizzati ed elaborati con l'ausilio delle procedure informatiche disponibili.

E. DEFINIZIONE DEI PIANI DI INNOVAZIONE

Le proposte di piani di innovazione verranno articolate secondo una scelta di priorità di intervento e prevedendo criteri e linee guida di azione, costi, benefici, tempi di attuazione, risorse da impiegare, responsabilità, ecc.

F. RESTITUZIONE DEI RISULTATI

La restituzione dei risultati rende trasparenti i dati raccolti, le scelte di intervento che verranno definite, e permette all'indagine di acquisire un elevato livello di condivisione e di credibilità ancor prima di attivare processi di intervento finalizzati all'innovazione.

G. REDAZIONE DEL REPORT FINALE

Il *report* finale conterrà i risultati dell'indagine e i piani di innovazione ben articolati che verranno sottoposti alla valutazione del vertice decisionale dell'ente, primo responsabile della definizione degli obiettivi proposti dagli attori del progetto e dell'allocazione delle risorse necessarie per raggiungere tali obiettivi.

Lo staff del progetto

Per l'attuazione del progetto si è reso indispensabile costituire uno staff interno all'ente che sarà coinvolto nell'espletamento dell'indagine ed acquisirà specifiche esperienze formative di *customer satisfaction*.

Lo staff sarà così costituito:

- a. responsabile del progetto (*project management*), nominato dal segretario generale dell'ente, si individua nella persona del dottor Luigi Petix, che ha il compito di assicurare il presidio metodologico, di strutturare e aggiornare le banche dati, di sostenere l'attività delle risorse umane individuate a far parte dello staff e di garantire lo svolgimento del percorso definito;
- b. Ufficio relazioni con il pubblico, nella persona del responsabile dell'Ufficio, dottoressa Alfonsa Agnello, e di 4 studenti (Alessandro Alongi, Giampiero Iannello, Luciana Ingraio, Giuseppe Serra) della Facoltà di Scienze Politiche, Corso di Laurea in Relazioni Pubbliche, dell'Università di Catania, che espletano attività di tirocinio formativo e di orientamento presso questo ente; hanno il compito di partecipare a varie fasi del progetto e, in particolare, di curare, mediante l'ascolto dei cittadini, la compilazione assistita del questionario;
- c. ufficio di gabinetto del sindaco, nella persona della dottoressa Daniela Galletti, che ha il compito di collaborare con il responsabile del progetto e di agevolare il coinvolgimento sostanziale e il conseguente impegno del vertice decisionale dell'ente;
- d. assessore ai Servizi finanziari, nella persona del signor Salvatore Guttilla, laureando in Scienze statistiche presso l'Università di Palermo, che ha il compito di collaborare principalmente nelle fasi tecniche del progetto in relazione alla specifica disciplina di studio che lo stesso sta completando e, inoltre, di svolgere un ruolo di promozione efficace all'interno del vertice decisionale dell'Ente per la programmazione e l'attuazione dei piani di intervento.

I ruoli dello staff del progetto

	Responsabile del progetto	Urp (responsabile + 4 tirocinanti)	Ufficio di gabinetto del sindaco	Assessore ai servizi finanziari
Elaborazione e stesura del progetto	R		P	
Segmentazione dei cittadini e definizione del campione	R	P	P	P
Progettazione del questionario	R	P	P	P
Indagine		P		
Analisi ed elaborazione dei dati	R	P	P	P
Definizione dei piani di innovazione	R	P	P	P
Restituzione dei risultati		P		
Redazione del <i>report</i> finale	R		P	

R : responsabile dell'attività

P : partecipa all'attività

Gli attori del progetto

Oltre alle risorse umane individuate a far parte dello staff, gli attori del progetto sono anche gli anziani, in quanto destinatari dei servizi.

Essi sono soggetti attivi della valutazione, e quindi della fase centrale di raccolta dei dati; saranno, inoltre, resi partecipi dei risultati dell'indagine e delle scelte di intervento che verranno definite.

Le modalità di somministrazione

Il campione sarà contattato telefonicamente dall'Urp e invitato alla compilazione del questionario o presso l'Urp o, in relazione alle esigenze dell'utente, presso il suo domicilio.

COMUNE DI CORBETTA

Il contesto

Corbetta è una cittadina di 14.000 abitanti amministrata da una coalizione particolarmente attenta all'ascolto ed alla partecipazione dei cittadini che ha promosso nel mese di gennaio la costituzione del Gruppo promotore del progetto partecipazione, e da una cittadinanza attiva (sono 7 i comitati di frazione e di quartiere ed oltre 45 le associazioni che operano sul territorio).

L'obiettivo del Gruppo promotore della partecipazione è quello di attivare i canali più efficaci per sensibilizzare e rendere partecipe la cittadinanza nella predisposizione del bilancio e riuscire quindi a raccogliere suggerimenti ed opinioni utili a contribuire ad una predisposizione del Bilancio di Previsione 2005 sempre più rispondente ai bisogni ed alle esigenze emergenti della popolazione di Corbetta. Le indagini di *customer satisfaction* saranno uno degli strumenti di cui il Gruppo promotore si avvarrà per il raggiungimento di questo ambizioso traguardo. La manifestazione più importante promossa quest'anno dall'Amministrazione Comunale sarà la 2a Fiera per lo sviluppo ecosostenibile del territorio.

Organizzata nell'ambito della 442^a Festa del perdono in collaborazione con la locale Pro Loco e patrocinata da Regione Lombardia, Provincia di Milano, Parco Sud, Tutela Ambientale del Magentino e Consorzio Leonardo, l'iniziativa, unica nel suo genere in tutta la zona Ovest di Milano e di rilevanza non solo locale ma territoriale, è caratterizzata dal forte messaggio che vuole trasmettere alla comunità che è il filo conduttore di tutta la manifestazione.

La fiera, in programma dal 15 al 19 aprile, si svilupperà all'interno di un padiglione espositivo coperto e nell'adiacente Villa Massari dove si terranno sette convegni culturali tematici di approfondimento.

Gli obiettivi

L'obiettivo dell'indagine che il Comune di Corbetta vuole promuovere in collaborazione con lo staff di Cantieri di innovazione è duplice.

Da un lato l'Amministrazione comunale, che privilegia e sostiene lo sviluppo e la crescita culturale della comunità, in relazione ai sette convegni tematici, vuole rilevare i seguenti aspetti:

- il grado di interesse suscitato dalle tematiche proposte,
- il grado di soddisfazione dei partecipanti,
- suggerimenti per l'eventuale approfondimento di particolari aspetti in occasioni future,
- proposte di nuovi temi da affrontare nella terza edizione del 2005;

tutto ciò al fine di contribuire al miglioramento ed al consolidamento dell'iniziativa.

Il secondo obiettivo è invece quello di introdurre per la prima volta nelle indagini di *customer satisfaction* promosse dal Comune, una parte dedicata alla partecipazione iniziando dalla rilevazione dei seguenti aspetti:

- l'importanza per i cittadini dell'argomento in questione;
- il grado di conoscenza dell'iniziativa promossa e delle forme di partecipazione già esistenti sul territorio;
- suggerimenti e proposte utili a completare la definizione e la costituzione di organismi che possano garantire in modo rappresentativo canali di dialogo e confronto della comunità con il Gruppo promotore della partecipazione.

I destinatari dell'indagine

Ogni convegno sarà rivolto in via preferenziale ad un target ben definito di destinatari concordato con l'assessorato proponente ed i relatori stessi, cui sarà rivolta una campagna di promozione mirata.

Una campagna generale più diffusa sarà rivolta a tutti i cittadini.

I destinatari dell'indagine saranno tutti i partecipanti ai convegni.

La seconda parte del questionario, quella sulla partecipazione, sarà riservata ai soli cittadini residenti in Corbetta.

Gli attori interni ed esterni all'ente

L'indagine sarà realizzata a cura dell'Ufficio relazioni con il pubblico, con la supervisione dello staff di Cantieri di innovazione, del segretario generale, del sindaco e del consigliere comunale R. De Ciechi (coordinatore del progetto partecipazione) e la collaborazione del personale addetto alla segreteria Convegni, Gruppo di comunicazione (istituito all'interno del Comitato Fiera), Gruppo promotore del progetto partecipazione e cooperativa ABCittà di Milano (consulente esterno per il progetto partecipazione).

Gli strumenti

Lo strumento scelto per la rilevazione è il questionario autocompilato anonimo, con prevalenza di domande semi-chiuse, che sarà suddiviso in due parti: la prima affronterà la tematica dei convegni culturali, la seconda l'aspetto della partecipazione.

L'utilizzo sarà preceduto da un collaudo effettuato con un gruppo di discussione (*focus group*) di almeno 6 persone appartenenti ad associazioni e comitati, moderato da un esperto esterno (cooperativa ABCittà) con la partecipazione della responsabile dell'Urp in qualità di osservatore per poter cogliere al meglio ogni riflessione utile per migliorare lo strumento.

Il campione

L'indagine sarà rivolta all'universo dei partecipanti ai convegni.

Ipotizzando l'adesione di almeno 60 persone a convegno, si prevede la somministrazione di circa 420 questionari.

Le modalità di somministrazione

Il questionario sarà consegnato a mano a cura degli operatori della segreteria Convegni all'atto della registrazione. Il moderatore al termine del convegno inviterà i partecipanti a compilare il questionario e a riconsegnarlo all'uscita nell'apposita urna.

L'elaborazione e l'interpretazione dei dati

I dati rilevati attraverso i questionari saranno elaborati dal personale dell'Ufficio relazioni con il pubblico ed accompagnati da una attenta analisi.

La redazione di un documento di presentazione

Il *report* di presentazione dei risultati sarà redatto con *power point* e corredato da appositi grafici al fine di renderne la lettura più immediata.

Il documento completo dell'analisi dettagliata e delle proposte di miglioramento e di intervento, sarà distribuito ai seguenti organi:

- giunta comunale;
- comitato Fiera;
- Gruppo promotore della partecipazione.

La proiezione dei dati accompagnati da una scheda sintetica di presentazione sarà inoltre pubblicata sul sito del Comune ed esposta con appositi *poster* all'ingresso dell'Ufficio relazioni con il pubblico al fine di darne diffusione anche all'esterno a coloro che hanno partecipato all'iniziativa.

Tempistica di realizzazione

Fase	3-9 marzo	20-31 marzo	15, 16, 17 aprile	1-15 maggio	15-30 maggio	Giugno 2004
Verifica e collaudo del questionario	Urp Gruppo comunicazione Comitato promotore progetto partecipazione Cooperativa ABCittà					
Stampa del questionario definitivo		Urp				
Rilevazione			Segreteria Convegni			
Elaborazione dei dati				Urp		
Redazione del report					Urp	
Diffusione dei risultati						Urp

COMUNE DI PEGOGNAGA

Scenario di riferimento

A. IL TERRITORIO COMUNALE

Il Comune di Pegognaga si estende per circa km 46,69 ed è posto nell'ambito territoriale dell'Oltrepo della provincia di Mantova. Il territorio comunale è attraversato dall'autostrada del Brennero e nelle immediate vicinanze del capoluogo insiste l'omonimo casello.

La popolazione è attualmente di circa 6.700 unità, in leggera crescita per immigrazione, la maggioranza della quale concentrata nel capoluogo. Oltre al capoluogo vi sono una frazione, Polesine, di una certa consistenza demografica ed altri piccoli agglomerati urbani minori.

Il territorio comunale è caratterizzato da aspetto morfologico assolutamente pianeggiante, attraversato, oltre che dalla predetta autostrada, da un'importante arteria di comunicazione stradale costituita dalla S.P. 49 che costituisce la principale via di collegamento tra il casello autostradale di Pegognaga, le aree del Destra Secchia Mantovano e del Suzzarese.

B. IL CONTESTO ECONOMICO E SOCIALE

Il Comune di Pegognaga è caratterizzato da una forte economia agricola ed, il particolare, di produzione lattiero-casearia (è zona di produzione del formaggio parmigiano-reggiano), a fianco della quale si è affermata una importante economia industriale, favorita anche dalla posizione baricentrica del territorio nell'ambito del distretto basso mantovano e dalla presenza del casello autostradale.

Negli ultimi anni il Comune è stato interessato da un significativo fenomeno immigratorio, sia dall'Italia meridionale che da Paesi extracomunitari, la cui manodopera viene impiegata sia nell'agricoltura che nell'industria.

C. LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA DEL COMUNE DI PEGOGNAGA

Il Comune di Pegognaga ha una dotazione organica di 50 unità. È organizzato su tre macrosettori di attività, al vertice dei quali sono poste altrettante posizioni organizzative. Al segretario comunale sono state attribuite le funzioni di direzione generale. Il coordinamento della dirigenza è assicurata dalla formula istituzionale del Comitato di direzione che si riunisce periodicamente.

Le posizioni organizzative godono di unanime e condiviso riconoscimento del loro ruolo e delle loro funzioni sia da parte degli organi politici che del personale dipendente.

Già dal 1998 è istituito il nucleo di valutazione ed è stato implementato un sistema di valutazione permanente, il quale, tuttavia, necessita di riorganizzazione e rilancio, operazioni messe fortemente in crisi dall'ipotesi del nuovo contratto di lavoro che limita gravemente le disponibilità per il salario variabile.

D. I SERVIZI COMUNALI

Oltre all'erogazione dei classici servizi istituzionalmente di competenza dell'ente locale, il Comune di Pegognaga si è sempre caratterizzato, nell'ambito del proprio contesto geografico e tenuto conto delle proprie dimensioni demografiche, per la progettazione e l'attivazione di servizi innovativi.

Attualmente gestisce direttamente un teatro comunale della capienza di circa 400 posti il quale rappresenta, sul territorio provinciale, una delle strutture di maggiore richiamo e interesse, sia per le proposte culturali presentate che per le modalità organizzative e gestionali.

Da anni è attivo un servizio informagiovani di particolare efficacia che costituisce il punto di riferimento per buona parte dei Comuni mantovani. I servizi sociali sono sempre stati oggetto di particolare attenzione per le Amministrazioni comunali, le quali sostengono un forte Sad con la finalità di garantire il più possibile, la permanenza degli anziani nei propri nuclei famigliari.

Il Comune partecipa attualmente a numerose iniziative di gestione associata di servizi, tra i quali si segnalano: polizia municipale, Siscotel, sportello unico, e servizi bibliotecari. Negli ultimi anni l'Amministrazione ha proceduto alla esternalizzazione di numerose attività, quali la gestione gas, la gestione ciclo integrato delle acque, il servizio raccolta rifiuti e la gestione calore degli edifici comunali.

Si ritiene infine opportuno segnalare tra gli strumenti innovativi a disposizione degli enti locali e attivati a Pegognaga, l'utilizzo di finanziamento con emissione di Boc, la realizzazione di opere pubbliche a mezzo *project-financing*, la gestione della manutenzione del patrimonio comunale a mezzo *global-service*.

Il livello di modernizzazione tecnologica ed informatica dei servizi comunali è complessivamente buona, anche se necessita di significativi miglioramenti soprattutto a livello gestionale.

Gli obiettivi

L'indagine interesserà alcuni dei principali servizi comunali culturali gestiti o promossi dall'Amministrazione comunale e precisamente:

1. attività teatrale;
2. informagiovani;
3. biblioteca comunale;
4. manifestazioni culturali varie di interesse dei giovani organizzate dal Comune.

L'indagine sarà rivolta all'utenza giovanile ricompresa nella fascia di età 18-27 anni residente nel Comune di Pegognaga.

Gli obiettivi prioritari che si intendono dare all'indagine sono essenzialmente due:

- a. verificare il livello di conoscenza degli intervistati nei riguardi dei sopraelencati servizi culturali e quindi, in senso lato, misurare l'efficacia delle politiche culturali attivate dall'Amministrazione comunale. Il dato da indagare sarà, in primo luogo, la percezione del livello di informazione dei giovani sui servizi erogati. Agli intervistati che dichiareranno di conoscere i servizi oggetto di indagine, sarà inoltre richiesta una sintetica valutazione dei medesimi al fine di misurarne il grado di soddisfazione, pur senza entrare, a tal fine, in analisi analitica in quanto già oggetto di altre specifiche indagini. Il presente progetto dovrebbe aiutare l'Amministrazione ed i funzionari responsabili a capire se ed in quale misura le politiche culturali poste in essere raggiungono il loro scopo o se siano opportuni interventi mirati a rendere tali servizi più rispondenti ai bisogni dei cittadini;
- b. favorire la comprensione dei bisogni latenti di cittadini già utenti dei servizi monitorati, nonché di cittadini potenziali utenti, al fine di migliorare i servizi stessi e di definire eventuali nuove proposte che possano interessare ed attirare nuovi utenti. L'obiettivo sarebbe quello quindi di meglio capire le esigenze ed i desideri del cittadino per poi riprogettare i servizi in funzione di tale analisi.

I destinatari dell'indagine

I destinatari dell'indagine saranno, come già detto, i giovani di Pegognaga ricompresi nella fascia di età 18-27 anni. La scelta del target è stata determinata da un lato in considerazione della tipologia di alcuni dei servizi individuati per l'indagine e che si rivolgono in larga misura ad un'utenza giovani e, dall'altro, al fine di indagare le ragioni di discontinua partecipazione dei giovani alle attività teatrali.

Dall'universo suddetto saranno tolti i residenti di cittadinanza non italiana e immigrati da breve tempo in Italia in quanto, da breve verifica effettuata, i medesimi, nella totalità, non usufruiscono di alcuno dei servizi monitorati per ragioni di carattere sociale non riconducibili alla specificità dei servizi o alla loro accessibilità o qualità.

La loro partecipazione avrebbe pertanto costituito elemento di devianza dell'indagine.

Gli attori interni ed esterni all'Amministrazione

L'indagine sarà realizzata essenzialmente con risorse interne all'ente, con eventuale ausilio di incaricati per l'effettuazione delle interviste. La direzione dell'iniziativa sarà di diretta competenza del segretario-direttore, mentre il coordinamento sarà affidato ad istruttore direttivo. Per le fasi operative (elaborazione del questionario, definizione del campione, modalità attuative, ecc.) è stato costituito un gruppo di lavoro intersettoriale tra i responsabili di procedimento dei servizi culturali interessati. Si intende inoltre costituire, con l'ausilio in particolare dell'informagiovani, un *focus group* con il quale collaudare il questionario.

Il campione

L'indagine sarà riferita ad un campione significativo dell'universo. Il campione è di tipo *probabilistico*, ma con campione casuale stratificato in due *sottouniversi* nei quali l'universo è stato suddiviso secondo fasce di età omogenee ristrette, al fine di migliorare il grado di percezione del campione medesimo. Al fine di rendere più omogenea la composizione del campione rispetto all'ampia fascia di età indagata, il medesimo, dopo essere stato numericamente calcolato sull'intero universo, sarà suddiviso in modo proporzionale su due distinti gruppi omogenei di età (da 18 a 22 anni e da 23 a 27 anni). Il campione è stato così calcolato:

- universo (N) 664 (giovani di età compresa tra i 18 anni e i 27 anni, di cui 287 compresi nella fascia di età 18-22 anni e 377 compresi nella fascia di età 23-27 anni);
- errore (e) : 5%;
- livello fiduciario: 95%;
- eterogeneità dell'universo 0,50.

Da questi fattori scaturisce un campione di 180 soggetti da intervistare, di cui 78 di età compresa tra i 18 e i 22 anni e 102 di età compresa tra i 23 e i 27 anni, così suddivisi al fine di consentire una maggiore rappresentatività complessiva del campione rispetto all'universo.

Le modalità di somministrazione

La somministrazione dei questionari avverrà tramite la metodologia dell'intervista personale a mezzo di ragazzi (obiettisti, servizio civile, stagisti, ecc.), i quali dovranno essere preventivamente formati. Gli intervistatori saranno individuati preferibilmente in soggetti non aventi legami particolari con la realtà locale da indagare, al fine di evitare i rischi di un comportamento condizionante. Tale metodologia consentirà di poter meglio approfondire le domande, cogliere eventuali suggerimenti in domande aperte e ridurre al minimo i rifiuti di risposta.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

A. LA RACCOLTA DEI DATI

Si prevede che la raccolta dati avvenga a mezzo di questionario da somministrare con interviste dirette. La predisposizione del questionario sarà a cura di un gruppo di lavoro coordinato da idoneo istruttore direttivo e del quale faranno parte la responsabile dei servizi interessati e i responsabili di procedimento dei medesimi. Il questionario sarà collaudato da un *focus group* costituito da 6/7 soggetti. L'esecuzione delle interviste sarà affidata a incaricati esterni alla struttura dell'ente. La scelta di non coinvolgere a livello operativo diretto il personale interessato dai servizi da valutare dovrebbe garantire una maggiore attendibilità dei risultati.

B. L'INSERIMENTO DEI DATI

I dati saranno trattati a livello informatico e anonimo da personale appartenente agli uffici di supporto diretto della direzione generale.

C. L'ELABORAZIONE DEI DATI

Al termine della fase di inserimento, i dati saranno trattati al fine di ottenere indicazioni specifiche dettagliate circa le valutazioni e le potenziali richieste dei cittadini, al fine di corrispondere il più possibile, agli obiettivi prefissati. Questa fase sarà di diretta competenza del direttore generale con l'ausilio del personale sopraccitato.

La redazione di un documento di presentazione

Al termine dell'indagine e della elaborazione dei dati raccolti, sarà predisposta una relazione illustrativa del lavoro svolto, delle finalità perseguite, delle metodologie applicate e dei risultati conseguiti. Saranno inoltre indicate, in via di massima, le linee di intervento che l'Amministrazione comunale, sulla base delle indicazioni avute, intende porre in essere per rispondere alle attese dei cittadini come emerse dall'indagine di *customer*. Questa fase coinvolgerà, oltre alla direzione generale ed ai funzionari dirigenti, anche la giunta comunale per le valutazioni di competenza. Al documento finale dovrà essere data ampia diffusione sia all'interno della struttura comunale a mezzo, ad esem-

pio, di incontri diretti e di *newsletter*, che all'esterno, tramite il portale web del Comune, la stampa locale ed il periodico *Comunicare*. La diffusione dei risultati all'interno della struttura avrà lo scopo di far conoscere al personale *cosa pensa la gente* del loro lavoro, al di là delle sensazioni e dei luoghi comuni, di preparare e coinvolgere il personale dei servizi agli eventuali correttivi ed integrazioni che l'Amministrazione intenderà apportare al sistema di erogazione del servizio, ed infine rafforzare nei dipendenti il senso di appartenenza all'ente.

Si ribadisce che l'indagine di *customer* ha significato se i soggetti coinvolti nell'indagine (cittadini e, soprattutto, personale addetto) si rendono conto dello sforzo che l'Amministrazione intende fare per migliorare realmente la qualità del servizio, con conseguente disponibilità del personale addetto a rimettere in discussione stili di lavoro e scelte organizzative. In caso contrario il tutto si riduce a mera operazione di facciata. Con la restituzione dei risultati verso l'esterno si riconosce ai cittadini un ruolo attivo nella costruzione dei processi decisionali e delle politiche dell'ente.

Il *report* finale dovrà contenere almeno i seguenti elementi minimali:

- statistiche e distribuzione delle risposte;
- percentuale di rifiuto alle interviste;
- indicatore sintetico di qualità percepita;
- analisi dei punti di forza e delle criticità dei servizi monitorati;
- piano concreto di miglioramento dei servizi e proposte di innovazione e integrazione dei medesimi.

Tempistica di realizzazione

Fase	Nov 2003	Dic 2003	Gen 2004	Feb 2004	Mar 2004	Apr 2004	Mag 2004	Giu 2004	Lug 2004	Ago 2004	Set 2004	Ott 2004
Disegno dell'indagine												
L'indagine preliminare												
Redazione e validazione questionario												
Raccolta dei dati												
Inserimento elaborazione dei dati												
Analisi dati e redazione report finale												
Presentazione dei risultati												
Diffusione dei risultati												

Il contesto

Il Municipio XIII ha quale caratteristica peculiare, che lo rende diverso dalle altre articolazioni municipali del Comune di Roma, il fatto di essere territorialmente *staccato* dal territorio urbano ed essere l'unico Municipio litoraneo con forti interazioni socioculturali con i Comuni costieri limitrofi, per alcuni aspetti con caratteri di un comune a sé stante.

Il sistema di relazioni con il contesto cittadino è rafforzato proprio dagli elementi di diversità: il fatto di essere situato sul mare è fonte di richiamo per gli abitanti della cintura urbana, che diventano per buona parte dell'anno fruitori della generalità dei servizi privati e di parte di quelli pubblici presenti nel territorio municipale.

La popolazione del Municipio ammonta nella sua totalità a circa 192.661 abitanti, di cui 36.785 cittadini in età scolare (3-19 anni); 38.678 cittadini anziani (da 60 anni e oltre); tutti gli altri di tenera o media età.

Tenendo conto di quanto sopra, risulta evidente che la programmazione dei servizi ai cittadini non può prescindere dalle specificità territoriali, anzi, deve partire da esse affinché vi sia consapevolezza delle risposte attese e delle risorse presenti nel territorio per tentare di valorizzarle.

Il Teatro del Lido nasce tramite un intervento di riqualificazione ambientale, originato dall'intento di supportare esigenze socioculturali del territorio, con l'obiettivo di promuovere comunque una crescita culturale ed ampliare la rete delle interazioni con zone contigue territorialmente o per connotazioni socioeconomiche e culturali.

Il progetto del Teatro si sviluppa su di un edificio precedentemente adibito a colonia marina, costruito negli anni venti quando era utilizzato come palestra o sala teatro per bambini; rimasto inutilizzato dalla fine degli anni settanta, accoglie attualmente nell'ambito della sua struttura la più grande biblioteca del *Sistema biblioteche* del Comune di Roma, intitolata ad Elsa Morante.

I lavori di ristrutturazione relativi all'area adibita a Teatro sono stati realizzati dal 1999 al 2001 e l'inaugurazione del Teatro stesso, che propone alla cittadinanza una capienza di 148 posti, è avvenuta il 22 febbraio 2003.

La struttura nasce, quindi, come teatro aperto, radicato nel territorio ma proiettato all'esterno, con connotazione multidisciplinare e polifunzionale, nell'intento di dare le più ampie risposte ai bisogni ed alle caratteristiche estremamente eterogenee dei futuri fruitori dell'offerta culturale.

Si rivolge ai giovani, agli anziani ed ai ragazzi e vuole essere opportunità da cogliere per gli operatori teatrali ed per le istanze culturali locali, luogo di rappresentazione per eventi teatrali nazionali, orientato al pluralismo dell'offerta e, con particolare attenzione rivolta al mondo della scuola; coerentemente con i suddetti obiettivi si è scelto di contenere il più possibile il prezzo del biglietto d'ingresso (8 euro).

La prima fase di programmazione si è sviluppata da febbraio a maggio 2003, mentre l'attuale stagione ha avuto inizio il 30 ottobre 2003.

Si è potuto individuare il numero medio di spettatori presenti per ogni genere di spettacolo:

- *prosa* 598 presenze complessive su 9 spettacoli, numero medio di 66,45 spettatori;
- *musica* 827 presenze complessive su 11 spettacoli, numero medio di 75,2 spettatori;
- *danza* 253 presenze complessive su 6 spettacoli, numero medio di 42,17 spettatori;
- *teatro per ragazzi* 553 presenze complessive su 5 spettacoli, numero medio di 110,6 spettatori.

I soggetti coinvolti nella realizzazione del Teatro del Lido sono pubblici e privati, portatori di una pluralità di interessi istituzionali e socioculturali: L'Assessorato alle Politiche culturali – Dipartimento IV, il Municipio XIII, soggetti privati costituiti in una *associazione di associazioni Le Sirene*.

La programmazione è coordinata da una commissione composta da un rappresentante del Comune di Roma Assessorato alle Politiche culturali, un rappresentante del Municipio XIII ed un rappresentante dell'associazione *Le Sirene*. La gestione del servizio ed il coordinamento tecnico delle attività sono affidati all'azienda speciale Palaexpò.

Gli obiettivi

Gli obiettivi del presente progetto d'indagine sono sostanzialmente tre:

1. individuare la/le tipologie dei fruitori dell'offerta teatrale;
2. verificare il gradimento e la rispondenza dell'offerta alle aspettative culturali;
3. rilevare ulteriori bisogni non contemplati in fase di progettazione dell'offerta.

L'approfondimento della conoscenza delle caratteristiche dei fruitori del Teatro permette di acquisire quegli elementi necessari per la modulazione della programmazione ed il successivo orientamento dell'offerta culturale, tenendo conto che lo stesso nasce come teatro aperto, al di fuori del contesto cittadino, radicato nel territorio ma orientato all'esterno, multidisciplinare e polivalente.

Rilevare i caratteri, le aspettative e le valutazioni dei fruitori del Teatro ha una connotazione dinamica, in quanto il contesto di riferimento ed i soggetti coinvolti sono al tempo stesso attori di una realtà in continuo cambiamento.

Il nostro studio e monitoraggio dovrà avere la stessa impostazione di dinamicità per cogliere nel tempo il modificarsi di questi bisogni ed aspettative e, pertanto, non esaurisce i suoi obiettivi con il presente progetto.

Strumenti e modalità d'indagine

Data la recente istituzione della struttura teatrale, preceduta da una attività culturale autogestita, si è ritenuto utile approfondire, in fase di *prerilevazione*, quegli elementi di conoscenza che evidenzino l'esistenza o meno di una continuità di frequentazione tra utenti dell'offerta autogestita e quella attuale; la provenienza territoriale dei frequentatori, l'utilizzo di altre offerte culturali associate e la veicolazione delle informazioni che li hanno eventualmente avvicinati alla nuova realtà teatrale.

In questa fase è stato distribuito un questionario in autocompilazione, non anonimo nell'intento di creare una fidelizzazione dei frequentatori e, in futuro, poter usufruire di una base dati utile per ulteriori rilevazioni; base dati che sarà utilizzata per il presente progetto.

L'indagine effettiva sarà preceduta da un *focus* di almeno quattro spettatori con l'intento di testare il questionario di *customer satisfaction* ed accogliere eventualmente i suggerimenti espressi in merito.

Successivamente la rilevazione di *customer satisfaction* avverrà in due distinti momenti:

1. il primo consta di una rilevazione ottenuta somministrando un questionario in autocompilazione, anonimo, a tutti coloro che, in fase di prerilevazione conoscitiva, abbiano dato l'assenso al trattamento dei loro dati personali;
2. il secondo riguarda una rilevazione ottenuta somministrando un questionario, anonimo, in autocompilazione agli spettatori casuali di tre spettacoli programmati in cartellone, possibilmente diversi per genere.

Nel primo caso, il questionario verrà inviato per posta e con l'indicazione che possa essere restituito, in forma anonima, depositandolo in apposite urne collocate presso la biblioteca Elsa Morante e presso il Teatro.

Nel secondo caso, il questionario verrà consegnato a mano agli spettatori di varie rappresentazioni in cartellone, con l'indicazione che debba essere restituito durante l'intervallo, oppure a fine spettacolo.

I questionari di cui sopra, saranno accompagnati da una breve lettera con cui saranno fornite spiegazioni sugli obiettivi della rilevazione in essere.

Gli attori interni ed esterni all'Amministrazione

L'indagine sulla soddisfazione del cliente che usufruisce del servizio offerto dal Teatro del Lido viene svolta all'interno dell'Amministrazione comunale da un'equipe dell'ufficio di Controllo interno e del Dipartimento IV – Politiche culturali e dello Sport – Toponomastica, il primo costituito da quattro funzionari: la dottoressa Maria Masuri, la dottoressa Adele Archetti, il dottor Antonio De Nittis e la dottoressa Raffaella Depalma, il secondo dalla dottoressa Stefania La Sala.

Fasi del progetto

9-10 OTTOBRE 2003

Realizzazione dell'iniziativa I Cantieri di innovazione. Un percorso per l'innovazione nelle amministrazioni pubbliche, promossa dal Dipartimento della Funzione Pubblica. Nel suo ambito si inserisce il progetto di rilevazione della *customer satisfaction*.

NOVEMBRE 2003

Individuazione del Teatro Lido di Ostia come ambito in cui realizzare tale tipo di indagine, in quanto servizio di recente istituzione collocato in una realtà territoriale particolarmente significativa.

Incontro con la dottoressa La Sala Funzionario del Dipartimento IV – Politiche culturali e dello Sport – Toponomastica, portavoce dell'esperienza del Teatro del Lido nel suo aspetto organizzativo ed operativo.

NOVEMBRE-DICEMBRE 2003:

Raccolta di tutte le informazioni necessarie alla realizzazione della stesura del progetto relativo, con particolare riferimento all'aspetto qualitativo dell'indagine.

DICEMBRE 2003-GENNAIO 2004

Stesura di una bozza di progetto e creazione di un data base per l'inserimento dei dati ottenuti dalla prerilevazione.

FINE GENNAIO 2004

Stesura di una bozza di questionario.

FINE FEBBRAIO 2004

Realizzazione del *focus* e assenso definitivo da parte di Cantieri sul testo del questionario.

1-15 MARZO 2004

Invio del questionario per posta.

16 MARZO-30 APRILE 2004

Somministrazione del questionario nella sede del Teatro.

MAGGIO 2004

Inserimento dati e inizio elaborazione.

GIUGNO 2004

Estrazione delle informazioni di sintesi più significative dall'analisi dei risultati, e successiva redazione di un documento finale comprensivo di grafici e tabelle. Redazione di un documento finale e riassuntivo di ritorno per l'utenza.

Trasporto

COMUNE DI OZZANO DELL'EMILIA

Il contesto

Il Comune di Ozzano dell'Emilia gestisce in forma diretta il servizio di trasporto scolastico ed allo scopo si avvale di 4 scuolabus e 4 autisti dipendenti. I dati relativi al servizio sono rappresentati nella tabella seguente.

Dati salienti del servizio di trasporto scolastico

	2003*	2002	2001
Utenti iscritti	93	89	101
Percorrenza in km per solo trasporto	57.684	50.996	49.320
Percorrenza in km per uscite didattiche	6.912	4.779	6.054
Percorrenza in km per altre motivazioni	3.100	2.476	2.045
Totale costi diretti	169.415	126.233	152.413
Proventi totali	29.364	28.064	17.799

**Alcuni valori sono stimati*

Non sono mai state svolte indagini volte a cogliere il grado di soddisfazione dell'utente, e quindi il presente lavoro ben si colloca, a giudizio di chi scrive, in un più generale processo di analisi e studio approfondito del servizio, già completato sotto il profilo quantitativo (dimensioni, volumi di attività e performance, costi e proventi, ecc.) ma ancora privo di sostanziali contributi qualitativi.

Gli obiettivi

Con l'indagine si vorrebbero indagare contemporaneamente due aree di interesse:

- la soddisfazione degli iscritti al servizio;
- la posizione di coloro che il servizio non lo utilizzano ma potrebbero farlo qualora lo desiderassero (domanda potenziale).

Per quanto riguarda il primo punto l'idea è di servirsi del metodo della soddisfazione ponderata, con il quale valutare eventualmente l'importanza della presenza di determinate caratteristiche del servizio e, nello stesso tempo, dare un giudizio di soddisfazione sulle stesse. Il compilatore/fruttore del trasporto scolastico sarà quindi chiamato a valutare sia l'importanza che hanno i vari aspetti del servizio (se ci saranno le condizioni organizzative per gestire anche i dati relativi alle aspettative oltre che quelli legati alla effettiva percezione), sia quanto si ritiene soddisfatto di come questi sono resi.

L'indagine rivolta ai fruitori potenziali sarà necessariamente più breve e meno articolata e mirerà ad accertare quali sono i motivi che spingono a non utilizzare il trasporto scolastico ed eventualmente se e quali cambiamenti del servizio potrebbero portare a riconsiderare la propria posizione.

I destinatari dell'indagine

L'universo di riferimento è rappresentato dalle famiglie con bambini effettivamente o potenzialmente utilizzatori del servizio di trasporto scolastico.

Gli attori interni ed esterni

Non si prevede al momento il ricorso a risorse esterne, mentre ci sarà un forte coinvolgimento di diverse figure interne.

Il campione

Considerato il duplice obiettivo dell'indagine si pensa di coinvolgere tutti gli iscritti al trasporto ed un campione rappresentativo dei non iscritti. Gli universi sono al momento così rappresentati.

La base di utenza per la determinazione del campione

	Scuole materne	Scuole elementari	Scuole medie	Totale
Iscritti totali (a)	324	449	237	1.010
Iscritti al trasporto (b)	10	44	39	93
Differenza (a-b)	314	405	198	917

La determinazione del campione per l'indagine rivolta ai potenziali fruitori del servizio segue le regole dettate per le indagini volte alla stima di una percentuale.

A tale scopo definiamo i parametri di cui abbiamo bisogno:

- la dimensione dell'universo di riferimento (N): 314 famiglie per le materne, 405 per le elementari e 198 per le medie; in realtà è come se avessimo tre universi di riferimento in quanto dovremo calcolare un campione per ciascuno di essi;
- l'errore di campionamento accettato: 2,5%;
- il livello fiduciario: 95%;
- il livello di eterogeneità dell'universo:
 - per le scuole materne $p = 0,03$
 - per le scuole elementari $p = 0,098$
 - per le scuole medie $p = 0,16$;
- il livello di distribuzione normale (z) è dato dalle relative tavole.

Alle condizioni sopra esposte i campioni sarebbero così rappresentati:

Dimensione del campione

	Scuole materne	Scuole elementari	Scuole medie	Totale
Utenti già iscritti	10	44	39	93
Utenti potenziali	114	232	160	506
Totale				599

Le modalità di somministrazione

Saranno predisposti due diversi tipi di questionari, entrambi da somministrare in modalità di auto compilazione. Il primo questionario sarà quello rivolto a coloro che già fruiscono del servizio e, come detto in precedenza, mirerà a rilevare la soddisfazione (ed eventualmente l'importanza) rispetto ai principali elementi qualificanti il trasporto scolastico; l'idea è di utilizzare soprattutto domande chiuse.

La struttura del questionario prevede la presenza, in coda, di uno spazio relativo ai dati anagrafici ed informativi essenziali, mentre le sezioni iniziali e centrali conterranno le domande inerenti i principali parametri (da individuare con *focus group*) sui quali chiedere la percezione di effettiva soddisfazione. Si utilizzerà una scala dispari da 1 a 5 dove il numero più basso corrisponde al giudizio peggiore ed il numero più alto al giudizio ottimo, la stessa scala sarà utilizzata anche per misurare eventualmente l'importanza attribuita agli stessi parametri.

Il secondo questionario, molto più breve del precedente, sarà invece rivolto alle famiglie che non utilizzano il servizio e quindi conterrà, oltre alle richieste informative e anagrafiche di rito, domande, chiuse o semi chiuse, rivolte a fare emergere le motivazioni che spingono a non utilizzare il servizio, a queste seguiranno altre domande, sempre chiuse o semi chiuse, che cercheranno di evidenziare cosa potrebbe fare loro cambiare idea.

I due questionari saranno predisposti dopo aver provveduto a svolgere un'indagine qualitativa preliminare a mezzo *focus group* allo scopo di definire gli aspetti principali e prevalenti del servizio sui quali fondare la rilevazione stessa.

La somministrazione dei questionari sarà preannunciata via lettera e sarà pubblicizzata sul sito internet del Comune. I questionari saranno inviati tramite posta ordinaria direttamente al domicilio delle famiglie, ad essi si allegheranno le lettere di accompagnamento, diverse per le due tipologie, e le buste affrancate per la spedizione. Si sta valutando se allestire anche un punto di raccolta e/o help desk presso il municipio qualora qualcuno preferisse consegnarlo a mano.

Si distribuiranno 93 questionari di tipo A e 506 di tipo B, con l'obiettivo di raccoglierne almeno il 40% entro 40 giorni dalla spedizione.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

Per il momento si pensa di gestire in modo autonomo e con personale interno queste fasi, non si esclude però, se le attuali condizioni di lavoro ed operatività dovessero modificarsi, di appoggiarsi anche a risorse esterne.

La redazione di un documento di presentazione e la restituzione dei dati

Naturalmente l'intero lavoro sarà documentato in apposita relazione che darà conto di tutte le fasi del lavoro svolto, dalle premesse fino all'illustrazione dei risultati. Il *report* in particolare conterrà:

- il calcolo delle medie ponderate riferite alla soddisfazione ed all'importanza dei vari fattori;
- il calcolo delle misure di variabilità, ovvero indicatori che misurano le differenze tra i valori espressi;
- la distribuzione degli utenti in base ai diversi livelli di soddisfazione;
- l'analisi critica dei risultati e le proposte di intervento e miglioramento.

La relazione, oltre che illustrata pubblicamente, sarà inviata alle famiglie coinvolte nell'indagine.

Tempistica di realizzazione							
Fase	Dicembre 2003	Gennaio 2004	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Maggio 2004	Giugno 2004
1. Progetto dell'indagine							
2. Effettuazione <i>focus group</i> e definizione parametri da valutare							
3. Redazione dei questionari							
4. Collaudo dei questionari							
5. Somministrazione							
6. Attivazione help desk e solleciti							
7. Raccolta e inserimento dei dati							
8. Elaborazione dei dati							

Il contesto

Il Comune di Roma, con la delibera della Giunta Comunale n.373 del 25 giugno 2003, affida alla Sta SpA il servizio *gestione bus turistici* ovvero la gestione del processo integrato di prenotazione e rilascio permessi delle aree di sosta e dei servizi aggiuntivi finalizzati ad ottimizzare l'organizzazione all'uso e la regolamentazione della domanda e dell'offerta di parcheggi per autobus turistici, in considerazione delle misure restrittive della circolazione degli autobus turistici all'interno del territorio urbano romano, il controllo della sosta degli autobus turistici e la redazione di un piano di comunicazione dedicato alla mobilità turistica.

Tale affidamento è regolato da un contratto di servizio di durata triennale all'interno del quale sono descritte le prestazioni che la Sta deve svolgere, la politica tariffaria (di competenza dell'Amministrazione comunale) e il sistema di monitoraggio tecnico-economico nonché della qualità del servizio.

L'articolo 11 del contratto di servizio prevede che la Sta realizzi una prima rilevazione sia della qualità percepita dagli operatori del settore sia della qualità erogata. Nello stesso articolo si fa, inoltre, riferimento alla necessità di definire anche gli indicatori di dettaglio da misurare ed un indicatore sintetico di qualità percepita.

Gli obiettivi

L'indagine, oltre a rappresentare un obbligo contrattuale al quale deve adempiere la Sta SpA, ha un duplice scopo:

1. verificare la qualità percepita dai clienti-utenti con una particolare attenzione ai temi della fruibilità, dell'informazione e della gamma dei servizi offerti;
2. prendere in considerazione le attese dei clienti nella scelta degli investimenti e delle modifiche organizzative da realizzare in un'ottica di miglioramento del servizio.

Gli indicatori, ed in particolare quello sintetico, dovranno essere definiti in modo tale da poter facilitare analisi comparative della qualità nel tempo (le cosiddette *analisi dinamiche*).

I destinatari dell'indagine

I destinatari dell'indagine sono operatori del settore turistico:

- autotrasportatori turistici: operatori che in modo continuativo utilizzano i servizi dal Piano Bus;
- tour operator e agenzie di viaggi: intermediari del trasporto turistico.

La categoria degli albergatori (operatori che per conto dei propri clienti richiedono i servizi previsti dal Piano Bus) rappresenta un cliente indiretto del servizio erogato dalla Sta e sarà, quindi, oggetto di una indagine specifica: la raccolta e l'analisi delle attese avverrà tramite interviste dirette a testimoni privilegiati (direttori di grandi alberghi del centro storico di Roma).

Gli attori interni ed esterni all'amministrazione

Interverranno un mix di attori interni ed esterni durante le varie fasi del progetto; si nota in particolare che il già citato articolo 11 prevede che la Sta affidi la realizzazione dell'indagine ad un'azienda esperta del settore.

I ruoli degli attori del progetto

	Sta	Clienti	Amministrazione comunale	Società esterna
Disegno dell'indagine	R			
Individuazione degli indicatori	R	P	P	
Redazione questionario	P			R
Raccolta dati				R
Inserimento e elaborazione	P			R
Definizione delle azioni di miglioramento	R		P	P
Redazione del <i>report</i> finale	P			R

R : responsabile dell'attività

P : partecipa all'attività

Il campione

L'universo dei clienti diretti del servizio ammonta a circa 1.500 ed è articolato come segue:

- autotrasportatori turistici: 80%;
- tour operator e agenzie di viaggi: 20% ;

L'obiettivo è di raccogliere almeno 750 questionari, pari quindi al 50% dell'universo, al fine di ottenere un margine di errore massimo di circa il 2,5%.

Ai fini della rappresentatività del campione sarà effettuata anche una verifica della sua composizione.

Le modalità di somministrazione

Sarà redatto un questionario articolato in 3 sezioni con domande chiuse:

1. dati informativi;
2. valutazione della qualità percepita con una scala da 1 a 4 (del tipo "per niente soddisfacente, poco soddisfacente, abbastanza soddisfacente, molto soddisfacente");
3. giudizio di importanza dei fattori monitorati (stessa scala da 1 a 4).

Il questionario sarà inviato via e-mail e auto-compilato dagli utenti per i seguenti motivi:

- contenimento del costo (sia della raccolta che dell'elaborazione);
- velocità della raccolta;
- maggiore affidabilità delle risposte (scelta del momento opportuno per la risposta, assenza di condizionamenti da parte di un intervistatore, maggiore riflessione);
- miglioramento dell'immagine aziendale (utilizzo della tecnologia).

È prevista una comunicazione ad hoc per assicurare il successo dell'indagine: oltre alla lettera di accompagnamento del questionario, l'indagine sarà preventivamente annunciata ai clienti.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

Il contratto di servizio prevede che queste attività siano affidate ad una società esterna esperta nel campo ma è

comunque prevista la partecipazione di risorse interne della Sta per i seguenti motivi:

- controllo della realizzazione dell'affidamento;
- acquisizione di nuove competenze;
- coinvolgimento del personale in tutte le fasi di gestione della qualità.

Durante questa fase, è prevista l'istituzione di una funzione di help desk alla compilazione e di sollecito alle risposte.

La redazione di un documento di presentazione

È prevista la redazione di un *report* di presentazione dei risultati la cui struttura dovrà essere mantenuta nel tempo al fine di rendere agevole l'analisi dell'evoluzione degli indicatori nel tempo.

Il *report* completo deve contenere:

- statistiche e distribuzioni delle risposte;
- matrici di distribuzioni (in particolare la matrice soddisfazione/importanza);
- indicatore sintetico di qualità percepita (combinazione lineare dei giudizi qualitativi degli utenti e di un coefficiente di ponderazione legato all'importanza del fattore);
- indici di correlazione per identificare eventuali relazioni causa-effetto tra fattori di qualità;
- *gap analysis* per individuare le principali criticità;
- piano di miglioramento e proposte di innovazione;

Le fasi di lavoro

Le fasi e i tempi di realizzazione di ogni fase sono state schematizzate per organizzare in maniera efficace l'indagine.

Tempistica di realizzazione

	Ottobre 2003	Novembre 2003	Dicembre 2003	Gennaio 2004	Febbraio 2004	Marzo 2004
Disegno dell'indagine	■	■				
Individuazione degli indicatori da monitorare		■				
Redazione e validazione del questionario		■				
Raccolta dati (invio e sollecito)			■	■		
Inserimento ed elaborazione				■	■	
Analisi e conclusione					■	■
Presentazione dei risultati						■
Diffusione dei risultati						■

COMUNE DI PADOVA

Il contesto

Monitorare la qualità dei servizi erogati da settori di supporto o di staff dell'ente.

Obiettivo

Rilevare la qualità percepita dagli utenti dei servizi interni del settore Risorse finanziarie allo scopo di perseguire e mantenere uno standard globale e specifico il più possibile aderente alle attese dell'utente, nonché individuare le aree in cui mirare eventuali interventi formativi-informativi.

Destinatari dell'indagine

Tutti i dipendenti che utilizzano la procedura *Risorse finanziarie*.

Gli attori

La progettazione, la realizzazione dell'indagine, l'elaborazione dei dati raccolti e l'analisi valutativa verranno condotte da personale del settore Programmazione controllo e statistica – ufficio Rilevazione qualità dei servizi e ufficio Statistica.

Il campione

Il campione è costituito dall'universo ossia da tutti i dipendenti che utilizzano la procedura *Risorse finanziarie*.

Modalità di somministrazione

Il questionario, in autocompilazione, sarà inviato dal capo settore Risorse finanziarie a tutti i dirigenti/capi settore del Comune che successivamente lo somministreranno ai dipendenti che utilizzano la procedura di cui sopra.

Raccolta, inserimento ed elaborazione dei dati

I questionari compilati saranno raccolti ed inviati in busta chiusa al settore Programmazione controllo e statistica. L'elaborazione dei dati sarà a cura del settore stesso, mediante una procedura informatica predisposta dal personale interno al settore.

Redazione di un documento di presentazione

I risultati verranno raccolti in un *report* finale che conterrà tabelle e grafici per una migliore visualizzazione e lettura dei dati, nonché considerazioni su quanto emerso dall'indagine.

Tempistica di realizzazione

Fase	Settembre 2003	Ottobre 2003	Novembre 2003	Dicembre 2003	Gennaio 2004	Febbraio 2004
Formulazione del questionario						
Somministrazione						
Inserimento ed elaborazione dati						
Redazione del <i>report</i> finale						

Il contesto

Il consiglio comunale di Spoleto, con la deliberazione n.117 del 26 luglio 1999, ha approvato gli *Indirizzi generali di governo* presentati dal sindaco, con specifica definizione dell'obiettivo di riorganizzazione della struttura amministrativa.

Quindi, la riorganizzazione della macchina comunale è stata avvertita dall'attuale Amministrazione quale passo indispensabile per rendere efficiente, efficace ed economica l'azione amministrativa. Si è assistito da una parte, all'esternalizzazione di attività gestionali per una migliore e veloce risposta alle esigenze relative ai tipici servizi trattati; dall'altra, alla divisione dell'apparato comunale individuando un'area rivolta alla programmazione e progettazione e un'altra area concernente lo Sportello unico comunale per raccogliere e veicolare le esigenze individuali dei cittadini e delle imprese.

Tutto ciò con il fine di migliorare i servizi offerti all'utenza, nel senso di un aumento della qualità dei servizi offerti; pertanto, indispensabile è impiantare (come programmato per il 2004) un idoneo sistema di rilevazione della soddisfazione dei cittadini e delle imprese sui servizi comunali, anche in coerenza con il disposto del D. Lgs. n.29/1993 e della Legge n.150/2000.

Gli interventi richiamati hanno costituito l'oggetto del Piano integrato del cambiamento presentato dal Comune di Spoleto nel 2003 nell'ambito dell'iniziativa I Successi di Cantieri del Dipartimento della Funzione Pubblica, cui questa Amministrazione ha aderito.

Gli obiettivi

Con il presente progetto si valuta la qualità attesa dal cittadino/impresa in ordine ai servizi comunali, in considerazione che:

1. la conoscenza delle aspettative, dei bisogni e dei desideri del cittadino/impresa costituisce presupposto essenziale ai fini della costruzione di indici di misurazione della qualità intesi, qui, come ratio tra *prestazioni percepite* su *prestazioni attese*;
2. nel 2004 sono previste indagini per la misurazione della qualità percepita, tese ad una valutazione dell'impatto degli interventi sulle modalità erogative dei servizi prodotti dalla riorganizzazione e finalizzate ad individuare le migliorie da porre in essere, nonché poi l'efficacia delle azioni intraprese;
3. le aspettative del cittadino/impresa sono mutevoli nel tempo;
4. non sembra opportuno contestualmente alle *attese* rilevare le *percezioni* sia per non ingenerare confusione nella risposta sia perché lo Sportello unico comunale è stato inaugurato il 31 gennaio 2004.

Gli obiettivi cui si tende sono:

- riconoscere all'utenza il ruolo di protagonisti dei servizi, ascoltando e cercando di comprendere a fondo i bisogni, i desideri e i problemi dell'utenza, con continuità nel tempo;
- sondare la soddisfazione dell'utente con carattere di continuità;
- migliorare in modo continuo i servizi per avere sempre un utente soddisfatto;
- programmare i servizi valutando la qualità attesa dai medesimi da parte dell'utenza (oggetto del presente progetto);
- progettare interventi di miglioramento dei servizi, tramite un sistema di rilevazione della soddisfazione dei servizi comunali da parte dell'utenza, con misura periodica della qualità percepita e correzione dei servizi sulla base degli scostamenti rilevati (*gap* tra *attese* e *percezioni*);
- favorire, per l'amministrazione, il superamento di vincoli interni;
- motivare il personale, sia di front-office che di back-office, dei servizi che erogano all'utenza;
- valutare l'efficacia delle politiche pubbliche;
- evidenziare punti di forza e criticità nelle modalità di erogazione dei servizi.

I destinatari dell'indagine

La presente indagine ha come oggetto lo studio, sui cittadini che potenzialmente si recano presso il Comune, della qualità attesa dal servizio loro erogato. Pertanto, l'universo che si è preso a riferimento è costituito da tutte le persone con età almeno pari a 18 anni, aggregato che alla data del 15 febbraio 2004 era in ammontare pari a 32.748, come si desume da elaborazione condotta con il programma di gestione dei dati anagrafici comunali *ascotweb*.

Gli attori interni ed esterni all'amministrazione

La volontà di monitoraggio della soddisfazione dell'utente in maniera continuativa nel tempo è stata alla base della scelta di effettuare l'indagine individuando e facendo leva su personale interno da formare ad hoc, con attenzione allo sviluppo di sensibilità e competenza nel campo.

Il gruppo di lavoro individuato è costituito dalle seguenti persone interne all'ente:

- | | |
|--|------------------------------------|
| 1. direttore generale | dottor Roberto Americioni; |
| 2. ufficio stampa e comunicazione | signora Laura Giustini; |
| 3. psicologa | dottorressa Cinzia Calef; |
| 4. ufficio comunale di statistica | dottorressa Battistina Sebastiani; |
| 5. sportello unico per l'impresa e il cittadino | signora Maria Massaccesi; |
| 6. personale la cui attività è rivolta all'utenza. | |

Il gruppo di lavoro è implementato dalla consulente esterna di direzione dottorressa Alessandra Chianese, esperta di *customer satisfaction*, che ha anche lo specifico ruolo di formazione dello staff interno.

Il responsabile e coordinatore del progetto è il direttore generale dottor Roberto Americioni.

Il campione

L'indagine ha, ovviamente, natura campionaria; la numerosità del campione, stimata pari a 1.050 unità, è stata determinata in considerazione della tipologia di stime da realizzare, scegliendo il *massimo* tra i valori ottenuti sulla base del valore assunto dai seguenti parametri: errore di campionamento pari a $\pm 0,10$ per i valori medi e a $\pm 0,03$ per le frequenze relative, livello fiduciario del 95%; inoltre, la dimensione dell'universo di riferimento è pari a 32.748, mentre il grado di eterogeneità è assunto cautelativamente come massimo (massimo empirico).

Le formule utilizzate per il calcolo della numerosità campionaria sono le seguenti:

$$n = \frac{N * z^2 * SD^2}{(N - 1) * e^2 + z^2 * SD^2}$$

dove:

- n = dimensione del campione;
- N = dimensione dell'universo di riferimento;
- z = valore della variabile normale in corrispondenza del livello fiduciario prescelto;
- SD = deviazione standard;
- e = errore di campionamento.

$$n = \frac{N * z^2 * p * (1 - p)}{(N - 1) * e^2 + z^2 * p * (1 - p)}$$

dove:

- n = dimensione campione del campione;
- N = dimensione dell'universo di riferimento;
- z = valore della variabile normale corrispondentemente al livello fiduciario prescelto;
- p = ad esempio, quota parte (frequenza relativa) di cittadini che esprimono la valutazione dell'importanza di una determinata proposizione compresa in un certo intervallo di valori (al limite un solo valore) considerando congiuntamente tutti gli altri;
- e = errore di campionamento.

La tecnica di campionamento di cui ci sia avvale è quella di coinvolgimento dell'utenza sino alla concorrenza della numerosità campionaria stimata come necessaria, secondo le condizioni stabilite.

Le modalità di somministrazione

Lo strumento per raccogliere i dati è un questionario sulle *attese*, secondo il metodo elaborato dal professor Parasuraman dell'Università americana di Palo Alto, il metodo Servqual; la strutturazione è descritta nella specifica sezione.

La tecnica di somministrazione è quella dell'autocompilazione, con distribuzione e prima informazione sull'obiettivo dell'indagine e di dettaglio per la compilazione da parte del personale che ha contatto con l'utenza.

La scelta di tale modalità è stata dettata dalla valutazione delle eventuali spese per gli intervistatori unitamente alla sfumata possibilità di utilizzare unità in stage presso l'ente, pur coscienti degli svantaggi (in particolar modo della riduzione del tasso di risposta, di cui si cerca tuttavia di limitarne gli effetti, con informazione del fine cui l'indagine è volta sia nell'introduzione al questionario che da parte del personale al pubblico) insiti in tale tecnica.

La raccolta, l'inserimento e l'elaborazione dei dati

RACCOLTA

La raccolta dei dati è preceduta:

1. da un'indagine preliminare (condotta tramite la tecnica del *focus group*) tesa ad una stesura del questionario adeguata ed efficace rispetto ai traguardi conoscitivi che si perseguono;
2. presumibilmente da una fase test del questionario, vista la particolare tecnica di somministrazione adottata.

I questionari finali, distribuiti dal personale con rapporto con l'utenza, potranno essere riconsegnati in apposito contenitore posto all'uscita dell'ufficio a cui l'utente si è rivolto.

INSERIMENTO DEI DATI

Tale fase, preceduta da un'attività di controllo delle informazioni raccolte per una prima stima delle elaborazioni eventualmente possibili, sarà svolta da personale in corso di individuazione, secondo le impostazioni suggerite dall'ufficio comunale di Statistica, che indicherà le modalità di creazione della matrice dati in Excel in modo idoneo da consentire l'elaborazione dei medesimi.

ELABORAZIONE DEI DATI

Sarà effettuata dall'ufficio comunale di Statistica, in maniera strettamente dipendente dalla tipologia di questionario effettivamente somministrato e dalla qualità dei dati raccolti, con il calcolo della valutazione media delle aspettative per singola proposizione del questionario, eventualmente della valutazione media delle aspettative per dimensione del servizio, eventualmente della valutazione media delle aspettative di un generico servizio ponderata con pesi rappresentati dall'importanza relativa attribuita alle singole dimensioni della qualità; indicatori di variabilità per misurare il livello di dispersione dei dati intorno al valor medio calcolato (deviazione standard/massima deviazione standard teorica).

La redazione di un documento di presentazione

I risultati dell'indagine in rappresentazioni tabellari e grafiche, la valutazione dei medesimi, nonché modalità di realizzazione e note metodologiche sottostanti, saranno raccolti – a cura del gruppo di lavoro – in un *report* che sarà presentato al vertice politico.

I risultati saranno compendati e resi noti alla cittadinanza con rappresentazione da apporre presso gli uffici cui l'utenza si rivolge.

Tempistica di realizzazione

Fase	Attori	Novembre 2003		Dicembre 2003		Gennaio 2004		Febbraio 2004		Marzo 2004		Aprile 2004		Maggio 2004		Giugno 2004		
Costituzione del gruppo di lavoro	Direttore generale																	
Prima definizione dello schema di progetto	Gruppo di lavoro																	
Predisposizione dello schema per la realizzazione del questionario	Consulente esterna di direzione																	
Formazione del gruppo di lavoro sulla cs	Consulente esterna di direzione																	
Focus group con potenziali utenti dei servizi per mettere a punto le proposizioni da includere nel questionario	Gruppo di lavoro																	
Esame delle risultanze del focus group e predisposizione del questionario	Gruppo di lavoro																	
Predisposizione di progetto definitivo, albero delle qualità, e questionario e invio a Cantieri del materiale	Gruppo di lavoro																	
Somministrazione dei questionari	Personale che ha rapporto con l'utenza																	
Controllo dei questionari e imputazione dei dati	Personale in corso di individuazione/ Gruppo di lavoro																	
Elaborazione dei dati	Ufficio Statistica																	

Fase	Attori	Novembre 2003	Dicembre 2003	Gennaio 2004	Febbraio 2004	Marzo 2004	Aprile 2004	Maggio 2004	Giugno 2004
Analisi delle risultanze	Gruppo di lavoro								
Stesura del <i>report</i> e comunicazione a vertice politico e cittadinanza dei risultati dell'indagine	Gruppo di lavoro								
Invio del <i>report</i> a Cantieri	Gruppo di lavoro								

Premessa

L'Istituto zooprofilattico sperimentale dell'Abruzzo e del Molise "G. Caporale" svolge attività di ricerca, sperimentazione, documentazione, formazione ed eroga servizi tecnologicamente avanzati nel territorio dell'Abruzzo e del Molise.

I servizi offerti sono rivolti a vari enti (Asl, Regione, Apa, ecc.) e liberi professionisti con cui interagisce da molti anni.

L'Istituto, da tempo, ha modificato l'approccio al cliente, lavorando su diversi fronti per migliorare da un lato la qualità dei servizi offerti e dall'altro la capacità di soddisfare i bisogni espressi e percepiti. La principale strategia aziendale è quella di *riuscire a non arrestare il cambiamento, trovando al contrario soluzioni e strumenti per adeguarsi alle trasformazioni del mondo esterno.*

I mutamenti del territorio e la domanda sempre in trasformazione, spingono l'Istituto zooprofilattico sperimentale alla ricerca di soluzioni innovative allo scopo di rispondere al mercato con la massima efficienza/efficacia. Il miglioramento continuativo, indicato anche dalle norme sulla Qualità, come uno dei macroprocessi chiave per le organizzazioni aziendali che aspirano alla massima competitività, orienta ogni azienda sempre più al servizio al cliente.

Dal 1994 l'Istituto zooprofilattico sperimentale dell'Abruzzo e del Molise, certificato Iso 45000, rivolge attenzione continua al cliente, come un punto imprescindibile delle norme di qualità. Come azienda certificata, l'Istituto si propone di "assicurare che le esigenze ed aspettative del cliente vengano individuate, convertite in requisiti ed ottemperate allo scopo di soddisfare il cliente".

L'Istituto, nell'ottica del miglioramento delle proprie prestazioni e dell'aumento dei livelli di soddisfazione dei clienti, ritiene che finalizzare la conoscenza quantitativa e qualitativa del mercato di riferimento reale e potenziale, sia l'azione necessaria per capire i livelli di apprezzamento dei servizi attualmente erogati.

Pertanto considerate le spinte esterne ed interne, si ritiene importante svolgere un'analisi di mercato nel territorio della Regione Molise. L'indagine che si intende realizzare, prevede una sperimentazione pilota nel territorio della Provincia di Isernia per evidenziare i fattori di miglioramento dei servizi che l'Istituto offre ai clienti, attraverso il coinvolgimento di più importanti fruitori di tali servizi.

L'indagine sarà effettuata attraverso interviste mirate ad un campione rappresentativo di tutte le diverse categorie di clienti dell'Istituto (Regione, Asl, liberi professionisti, Apa), al fine di raccogliere proposte e suggerimenti, per adeguare alle esigenze attuali i servizi erogati.

Si avvierà l'analisi partendo dal territorio di Isernia, per aprire una via di comunicazione con gli enti, ed estenderla, poi, a tutto il territorio del Molise.

Obiettivo generale

Realizzare un'analisi sul territorio molisano orientata alla conoscenza qualitativa/quantitativa delle esigenze espresse/inespresse, per individuare i fattori di miglioramento dei servizi che l'Istituto zooprofilattico sperimentale dell'Abruzzo e del Molise offre ai clienti.

Obiettivi specifici

1. Individuare i livelli di apprezzamento dei servizi attualmente erogati nel territorio di Isernia.
2. Individuare le esigenze non soddisfatte dei clienti e l'immagine percepita dai clienti esterni dell'Istituto zooprofilattico sperimentale dell'Abruzzo e del Molise.
3. Ottimizzare il rapporto produttore-consumatore.
4. Individuare le aree di miglioramento e da potenziare per l'Istituto.

Fasi di lavoro

1. Progettare e pianificare le attività.
2. Identificare il campione da intervistare tra i clienti dell'Istituto zooprofilattico sperimentale dell'Abruzzo e del Molise considerando le 3 aree (sanità animale, alimenti e benessere animale) di Asl, Regione, liberi professionisti e Apa, clienti che usufruiscono i servizi dell'Istituto.
3. Identificare le persone che rappresentano il campione.
4. Predisporre un'intervista per i dirigenti.
5. Strutturare il questionario per il personale individuato.
6. Presentazione del progetto all'assessore e ai responsabili delle 3 aree delle Asl.
7. Testare il questionario e verificarne l'attendibilità.
8. Somministrare le interviste al personale dirigente e non /divulgazione e informazione sulle procedure nuove.
9. Somministrare il questionario strutturato al campione prestabilito.
10. Raccogliere le informazioni e i dati che emergono dalle interviste e questionari.
11. Elaborare i dati emersi dalle interviste.
12. Individuare i miglioramenti da introdurre per offrire dei servizi adeguati alle esigenze.
13. Elaborare una relazione in cui si descrivono i fattori, i dati emersi e le iniziative di miglioramento da apportare.

Tempistica di realizzazione

Fase	Attori	Luglio 2003	Agosto 2003	Settembre 2003	Ottobre 2003	Novembre 2003	Dicembre 2003	Gennaio 2004	Febbraio 2004
1. Progettazione	Bizzarri Del Papa								
2. 3. Individuazione del campione	Caneloro Bizzarri								
4. Predisposizione delle interviste	Bizzarri Massimi								
5. 6. Predisposizione dei questionari	Bizzarri Corona Conte Migliorati Giovannini								
7. Presentazione del progetto	Procowschy								
8. 9. Somministrazione delle interviste	Procowschy								
9. Raccolta delle informazioni	Caneloro Procowschy								
10. Somministrazione dei questionari	Procowschy								
10. Elaborazioni dei dati	Bizzarri Caneloro Giovannini								
11. Reporting finale	Bizzarri Del Papa Caneloro								

3.1.2 L'ideazione e l'organizzazione delle indagini: un quadro d'insieme

Analizzando i disegni delle indagini realizzati dalle amministrazioni si ricavano molte informazioni interessanti.

Oltre al fatto che la maggior parte delle amministrazioni ha analizzato la percezione della qualità dei servizi di front-office, emerge che solamente il 5% delle amministrazioni ha completamente affidato l'indagine all'esterno a consulenti o agenzie. Il 12%, invece, ha creato gruppi di lavoro misti composti da personale interno con il supporto di competenze esterne, mentre l'83% ha realizzato l'indagine senza l'ausilio di risorse esterne. Questa scelta ha almeno tre ordini di motivi:

- il primo è la carenza di risorse da destinare all'acquisizione di competenze esterne;
- il secondo motivo è la scelta di mantenere *know how* all'interno dell'amministrazione;
- il terzo motivo è la presenza di un supporto esterno dato da Cantieri (formazione, presenza di esperti, strumenti, ecc.).

Altra scelta operata dalle amministrazioni, che non è da considerare scontata, è quella di non rivolgersi all'intero universo di riferimento ma di coinvolgere nell'indagine solamente un **campione**. Questa scelta, fatta dal 61% dei partecipanti, è sicuramente coraggiosa perché definire un campione rappresentativo non è affatto semplice. Ci sono, infatti, due ordini di problemi: la numerosità del campione, cioè quante persone devono essere intervistate in tutto, e la composizione del campione, ovvero che caratteristiche devono avere le persone intervistate (per esempio il genere, l'età, il titolo di studio, ecc.).

Anche questa scelta, non scontata, può essere motivata almeno da due ragioni:

- la presenza, in diversi casi, di personale dell'ufficio statistica all'interno del gruppo di lavoro;
- la presenza degli esperti del Cantiere a cui rivolgere domande e con cui confrontarsi sulle modalità di definizione dei campioni.

Continuando ad analizzare i disegni delle indagini emerge un'altra informazione interessante: molti (il 35%) hanno previsto di realizzare un'indagine preliminare precedente alla creazione del questionario. L'indagine preliminare, essendo un'attività piuttosto complessa, è stata consigliata ma come una fase eventuale. Le esperienze fatte, però, hanno tutte mostrato l'utilità di questo passaggio per avere maggior chiarezza nella fase di stesura del questionario, sia dal punto di vista dei contenuti che da quello del linguaggio e della formulazione delle domande.

Oltre il 65% ha previsto, poi, l'utilizzo di un **questionario auto-compilato**. I rischi di basso ritorno, tipici di questa soluzione, si compensano con i minori costi della soluzione stessa. Avvertite del rischio, diverse amministrazioni hanno cercato di evitare che il questionario non fosse compilato oppure non fosse riconsegnato, prevenendo la consegna del questionario compilato direttamente nelle mani di una persona (stagista, personale di front-office, ecc.). Fra

coloro che, invece, hanno deciso di utilizzare intervistatori, l'84% ha realizzato un'intervista diretta e solamente nel 16% dei casi è stata fatta un'intervista telefonica.

Queste scelte – l'intervista diretta e la riconsegna in mano a personale ad hoc – sono coerenti con il tipo di indagine scelta rivolta, come abbiamo detto, prevalentemente a sportelli fisici. In questi casi si è deciso, infatti, di consegnare il questionario o realizzare le indagini immediatamente dopo il momento di interazione dell'utente con il personale di sportello.

La maggior parte delle amministrazioni ha scelto di realizzare l'indagine solamente sugli **utenti reali** del servizio, non anche sugli utenti potenziali. Come vedremo, i casi presenti di indagini rivolte anche all'utenza potenziale mostrano come, attraverso l'ascolto di coloro che non utilizzano abitualmente il servizio, è possibile cogliere spunti per il miglioramento e soprattutto per l'innovazione del *pacchetto di servizi* offerto.

Praticamente in tutti i disegni delle indagini le amministrazioni hanno previsto di restituire i dati raccolti, ed eventualmente anche alcune indicazioni sulle possibili soluzioni delle criticità emerse, a diversi soggetti. È interessante analizzare *a chi*, secondo le amministrazioni, devono essere riconsegnati i risultati dell'indagine. Praticamente tutti hanno previsto di **comunicare i risultati** ai cittadini. L'altro soggetto, sempre presente nella comunicazione programmata, è il vertice politico e, in molti, hanno immaginato di inviare un report anche al direttore generale e al dirigente responsabile del servizio indagato. Sono pochi, invece, i casi di restituzione prevista a colleghi. Per quanto riguarda i colleghi del servizio indagato, la ragione di questa omissione può essere, in realtà, dettata dall'aver dato per scontato che questi sono direttamente coinvolti nel percorso di indagine come protagonisti attivi. Ma che dire degli altri colleghi dell'amministrazione? Queste scelte mostrano due criticità che, a dire il vero, sono piuttosto diffuse: da una parte la carenza di comunicazione interna, intesa come condivisione di conoscenze relative a progetti più o meno innovativi realizzati dai diversi uffici o servizi dell'amministrazione. L'altra criticità è data dal fatto che la *customer satisfaction* continua ad essere, spesso anche inconsapevolmente, più un'operazione di immagine che non una reale occasione di discussione e confronto sul miglioramento dei servizi o, in generale, delle risposte offerte dalle amministrazioni. La scelta relativa alla comunicazione dei risultati dell'indagine di *customer satisfaction* va meditata bene perché comunicare ai cittadini che l'amministrazione ha realizzato un'indagine sulla qualità percepita relativa a particolari servizi può essere rischioso qualora non sia certo che, in seguito ai risultati conseguiti, si procederà al miglioramento dei servizi. Questa comunicazione, infatti, crea nuove attese di miglioramento. Dall'altra parte, non realizzare una comunicazione interna *strategica* porta molti dei progetti di *customer satisfaction* al loro fallimento perché solamente con il coinvolgimento e la sensibilizzazione dei colleghi al miglioramento dei servizi è possibile passare dalle idee alle azioni di miglioramento.

3.2 La creazione dei questionari

3.2.1 Le indagini preliminari

Prima di cimentarsi con la redazione del questionario, è stato consigliato alle amministrazioni di realizzare un'indagine preliminare attraverso interviste a testimoni privilegiati, attraverso *focus group* o anche attraverso l'osservazione diretta del servizio. L'indagine preliminare può essere molto utile, infatti, ad acquisire informazioni importanti rispetto al servizio oggetto di indagine. Queste informazioni possono chiarire ulteriormente l'obiettivo conoscitivo oppure favorire l'uso di un linguaggio più semplice e meno tecnico in fase di creazione del questionario e aiutano molto chi si occupa abitualmente del servizio ad uscire dalla propria esperienza personale. In alcuni casi una buona indagine preliminare può anche posticipare l'indagine quantitativa che, pur essendo un utile strumento, è pur sempre un'attività impegnativa che occupa tempo e risorse.

La Camera di Commercio di Bari, per esempio, oltre ad avere realizzato un monitoraggio dell'utenza, per decidere se lavorare sull'intero universo oppure su un campione, attraverso due interviste mirate ha raccolto diversi spunti di riflessione:

“Sono stati intervistati, pertanto, un libero professionista titolare di studio commerciale e la titolare di un'agenzia disbrigo pratiche. ... Dalle conversazioni sono emersi i seguenti elementi:

1. entrambi gli utenti hanno riferito di essere complessivamente soddisfatti riguardo al servizio in generale;
2. la titolare dell'agenzia ha lamentato, soprattutto in occasione dell'entrata in vigore di nuove normative o di nuove procedure, la mancata organizzazione da parte dell'amministrazione di momenti di confronto tra gli uffici interessati e gli operatori di riferimento che potessero favorire una migliore fruizione dei servizi, lasciando alla sola attività di sportello l'onere di erogare le informazioni sulle modalità di attuazione delle innovazioni. Comportando ciò più lunghi tempi di attesa allo sportello per le informazioni ed incertezze sul modo di operare a causa dell'impossibilità per uno sportellista di essere esaustivo.
3. riguardo gli orari di apertura dello sportello la titolare dell'agenzia ha dichiarato di essere soddisfatta. Il professionista, pur utilizzando il servizio prevalentemente di mattina ha suggerito una maggiore flessibilità degli orari prevedendo aperture pomeridiane, dimostrando così di non essere informato che gli sportelli sono aperti tutti i pomeriggi dal lunedì al giovedì, dalle ore 16.00 alle 17.00;
4. riguardo i possibili canali alternativi allo sportello fisico, entrambi hanno dichiarato di servirsi abitualmente dello strumento telematico, citando quale esempio di efficienza e praticità il sito del Ministero delle finanze. Utilizzano poco il sito della Camera in quanto è stato giudicato non sempre aggiornato e perché non sempre sono stati in grado di reperire tutte

le informazioni necessarie. La navigazione così si traduce in una perdita di tempo;

5. il libero professionista, in particolare, ha lamentato una eccessiva attesa allo sportello soprattutto quando si trattava di ritirare un modello o di chiedere semplici informazioni; operazioni, queste, che sarebbe meglio attribuire ad una struttura ad hoc;
6. riguardo gli aspetti tecnici e relazionali, non sono emersi particolari elementi, se non la necessità di interloquire con personale preparato, cortese e, soprattutto, disponibile al confronto, ritenendo, invece, controproducente l'assunzione di posizioni troppo rigide;
7. entrambi hanno lamentato la mancanza di un vademecum contenente informazioni di carattere generale su procedure, diritti da pagare, scadenze e quant'altro possa evitare di rivolgersi fisicamente allo sportello per richiedere tali informazioni”.

Il **Comune di Spoleto**, invece, ha realizzato un focus group coinvolgendo nove cittadini:

“Il *focus group*, della durata di un'ora, è stato condotto su un gruppo di 9 persone, con attenzione al coinvolgimento di un potenziale utente di un qualsiasi servizio comunale; le persone presenti rappresentavano le seguenti tipologie di utenza: giovani (da 18 a 29 anni di età); persone in presumibile età attiva (da 30 a 64 anni di età); persone con età superiore ai 64 anni; famiglie con figli in età scolare; famiglie con disabile; geometri; architetti; commercialisti; imprenditori. Con l'obiettivo di captare le dimensioni della qualità e le modalità con le quali gli utenti le descrivono, il gruppo è stato indirizzato alla riflessione anche con l'ausilio della tecnica delle situazioni critiche. Il richiamo a prestazioni di servizio giudicate positivamente e a prestazioni di servizio valutate negativamente ha condotto, pertanto, il gruppo di lavoro all'individuazione delle caratteristiche che l'utente ritiene debbano essere presenti nell'organizzazione ed erogazione del servizio: supporto di strumenti informatici adeguati; segnaletica efficace (con informazione anche sulla tipologia di servizi offerti); comunicazione e rispetto dei tempi procedurali; continuità del servizio, anche in mancanza della persona addetta; rapidità nel fornire il servizio; competenza del personale; possibilità di ascolto delle lamentele e gestione delle medesime; efficienza e trasparenza nelle operazioni; cordialità, elasticità (negli orari e nella gestione delle code) e pazienza (anche a fine giornata) del personale; volontà di comprensione del problema specifico”.

Da segnalare l'esperienza dell'Urp multiente di **Comune, Provincia e Prefettura di Prato**. Qui, infatti, è stato utilizzato, per l'ascolto dei cittadini, un metodo particolare chiamato *Future Workshop*. Dieci cittadini di Prato hanno passato un'intera giornata a riflettere (seguendo un percorso guidato da una psicologa) sugli aspetti critici

del servizio di comunicazione e sulle possibili soluzioni, confrontandosi, alla fine, anche con i responsabili del servizio.

Anche il **Comune di Ravenna** ha adottato la tecnica del *focus group* ma, dovendo realizzare un'indagine sullo Iat (Informazione Accoglienza Turistica) ha coinvolto non direttamente gli utenti del servizio bensì gli operatori alberghieri ravennati per ragionare, insieme a loro, delle criticità legate al sistema di informazioni ed accoglienza turistica in città.

Il **Comune di Torino** ha realizzato un'indagine preliminare articolata, attraverso la raccolta di dati esistenti, interviste in profondità e osservazione diretta:

“Gli strumenti utilizzati per la realizzazione di questa fase sono stati i seguenti.

- **Analisi della situazione esistente**

Si sono raccolti dati oggettivi utili agli scopi: analisi di affluenza degli utenti, organigramma del settore, dati sui processi e sul flusso di informazioni, ... Circa la percezione della qualità del servizio da parte degli utenti, si è rilevata l'assenza di precedenti analisi di *customer satisfaction*, ma si sono tenute in considerazione indicazioni qualitative emerse da momenti di confronto interni (*focus group* degli appartenenti al front-office dell'ufficio Verbali espletati nel corso dell'anno 2003) ed esterni (con l'utenza) e altre fonti (giornali, ...). La qualità di queste fonti è stata indirettamente confermata dall'omogeneità degli elementi emersi.

- **interviste in profondità**

I colloqui sono stati condotti con il responsabile dell'ufficio Verbali, con l'ispettore capo referente della posta elettronica, con l'ispettore capo referente della sede decentrata degli sportelli e con i due componenti dello Sportello del cittadino, sotto forma di interviste in profondità su traccia predefinita. Questi soggetti sono stati scelti perché ritenuti profondi conoscitori della realtà oggetto dell'analisi e in quanto portatori di due diversi angoli visuali della stessa realtà: il punto di vista del dipendente, per quanto riguarda i primi, il punto di vista del cittadino, in riferimento allo Sportello del cittadino. Un ulteriore colloquio è stato effettuato con il responsabile dell'ufficio Cassa del Corpo di Polizia Municipale di Torino. Il coinvolgimento di tale ufficio (seppur non formale destinatario dell'analisi) è stato ritenuto significativo, in quanto da esso dipendono due degli sportelli siti in una delle sedi dell'ufficio Verbali prese in considerazione (corso XI Febbraio).

- **Osservazione diretta**

Anche grazie al supporto di uno stagista, si è effettuata una fase di osservazione diretta, consistita nello stazionamento presso gli sportelli dell'ufficio Verbali – nelle diverse sedi prese in considerazione dall'analisi – al pari di un qualsiasi utente.

Lo stagista è stato guidato, nella sua opera di osservazione, da una griglia predefinita, che gli ha permesso di individuare gli elementi interessanti per l'indagine e di annotarli. Tutti i dati raccolti durante la fase di indagine preliminare sono stati tradotti in aspetti del servizio ritenuti significativi per l'analisi e base per la stesura di un questionario efficace. Gli stessi sono stati inseriti nei seguenti due elenchi, uno per ogni canale di erogazione del servizio (sportello fisico e posta elettronica).

- **Sportello fisico**

Riconoscibilità ufficio; orari di apertura; riconoscibilità del personale; numero e tipologie di sportelli; stato della segnaletica; rispetto della privacy; barriere architettoniche; temperatura dell'ambiente; comfort ambientale; stato della modulistica; stato del materiale informativo; numero di persone in attesa; stato d'animo delle persone in attesa; tempi di attesa; gestione dell'attesa; cortesia del personale; capacità di comunicazione del personale; competenza del personale; affidabilità delle informazioni logistiche; affidabilità delle informazioni tecniche; uniformità delle informazioni rispetto ad altre fonti.

- **Posta elettronica**

Aspetto grafico della mail; riconoscibilità dell'interlocutore; rispetto della privacy; modulistica; materiale informativo; tempi di prima risposta; tempi di risposta definitiva; gestione del tempo di risposta; cortesia del personale; capacità di comunicazione del personale; competenza del personale; completezza delle informazioni; affidabilità delle informazioni logistiche; affidabilità delle informazioni tecniche; uniformità delle informazioni rispetto ad altre fonti; riscontro della risposta”.

Anche il **Comune di Crema** e il **Comune della Spezia** hanno integrato l'osservazione diretta con le interviste.

Il **Comune di Pistoia**, poi, ha realizzato un articolato percorso, preliminare all'indagine quantitativa, raccogliendo prima tutti i dati del servizio già esistenti, e poi con interviste dirette al dirigente, ai funzionari e al personale dell'ufficio. Con l'aiuto di una griglia, è stata realizzata un'osservazione diretta del servizio e, infine, sono stati condotti due diversi *focus group* sulla base di una segmentazione dell'utenza ritenuta significativa (trattandosi del servizio Entrate si sono distinti i *contribuenti* dai *professionisti*).

Il **Comune di Trento** ha svolto un'indagine preliminare per cercare di avere qualche riferimento sulle caratteristiche dell'utenza e sulla percezione che la stessa aveva del servizio:

“L'analisi, quindi, non è stata svolta cercando di dare dei giudizi, ma unicamente per trarre degli spunti e per individuare le aree su cui è necessario indagare in vista dell'effettuazione di una inchiesta specifica”.

Va detto che inizialmente questa attività di indagine preliminare, prevista nel manuale¹ e nel percorso di sperimentazione, è stata consigliata ma non caldeggiata come le altre perché si temeva che la difficoltà e l'impegno richiesti fossero eccessivi. Infatti per condurre un *focus group* o realizzare interviste servono competenze particolari, anche se in taluni casi possono essere acquisite sul campo facendo leva anche su attitudini personali (empatia, capacità di ascolto, capacità di negoziare, ecc.).

Dalle esperienze realizzate dalle amministrazioni, però, si è colta la grande importanza che queste indagini hanno soprattutto perché aiutano, concretamente, le amministrazioni a mettersi nei panni degli utenti.

“I risultati di questa indagine preliminare danno delle utili indicazioni su come impostare l'indagine successiva, il cui ambito di indagine sarà, riassumendo e semplificando, il grado di conoscenza e la valutazione del grado di gradimento dei cittadini nei confronti dei mezzi di comunicazione adottati dal Comune di Trento”.

Comune di Trento

“Pur avendo richiesto l'impiego di molte risorse, l'indagine preliminare si è rivelata uno strumento di grande utilità per la pianificazione della rilevazione della soddisfazione. In particolare, dall'analisi delle informazioni acquisite nel corso delle tre fasi, è stato possibile trarre le seguenti risoluzioni fondamentali:

- nella stesura del questionario si terrà conto del fatto che quasi il 90% degli intervistati comprende utenti particolarmente qualificati (professionisti in particolare);
- la rilevazione della soddisfazione dovrà coprire, compatibilmente con le risorse e i tempi a disposizione, un intervallo di tempo di almeno due settimane per consentire l'inclusione, fra gli intervistati, degli utenti occasionali;
- l'indagine di *customer satisfaction*, ai fini dell'elaborazione dei dati, non sarà considerata una rilevazione campionaria ma condotta sull'universo, in quanto rivolta a tutti gli utenti che usufruiranno del servizio nel periodo della rilevazione”.

Camera di Commercio di Bari

In diversi casi (evidenziati, per esempio, dalle esperienze dei Comuni di Galliate, Barletta, Crema, Prato, Pistoia, Genova, Torino, Ravenna, ecc.) l'indagine preliminare è servita non solamente per avere più informazioni rispetto all'utenza del servizio ma anche per confrontarsi direttamente con i responsabili e con i colleghi del servizio stesso. Queste esperienze dimostrano che, per intraprendere un percorso di miglioramento dei servizi, è importante che i due punti di vista (esterno ed interno) vengano messi a confronto anche perché, spesso, la mancanza di attenzione, da parte del personale, ad elementi del servizio ritenuti importanti dall'utenza dipende dalla soggettività

1. Le indicazioni si trovano nel Manuale *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche*, alle pagine 42-49.

di interpretazione del valore di questi elementi. Per capire meglio come sia possibile questa differente visione dello stesso mondo ci viene in aiuto l'esperienza del **Comune di Genova** che sta conducendo un articolato percorso di miglioramento dei servizi offerti ai cittadini². In particolare, nell'analisi che ha avuto ad oggetto il sistema delle biblioteche cittadine, un primo risultato emerso è che gli utenti giudicano meglio degli operatori, in generale, il servizio offerto. Altra differenza, rilevata nel confronto fra operatori e utenti, riguarda l'importanza attribuita ai servizi secondari: per gli operatori è più importante l'attività di assistenza e la reperibilità dei testi mentre per gli utenti è maggiormente rilevante il comfort, l'adeguatezza e la piacevolezza degli spazi. Gli utenti, insomma, ritengono prioritario il buon funzionamento del prestito e della consultazione dei libri in un ambiente piacevole e pensano che sia importante che funzioni bene la fotocopiatrice per poter riprodurre, eventualmente, parti di libri o documenti, mentre reputano meno rilevante la possibilità di utilizzare le postazioni informatiche ed Internet oppure la possibilità di partecipare ad eventi di tipo culturale. Per gli operatori, invece, sono particolarmente importanti alcuni servizi secondari, forse perché ritengono che i primari siano sotto controllo.

Il coinvolgimento dei colleghi, infine, può facilitare la loro adesione all'iniziativa di cambiamento del servizio; d'altra parte, senza la collaborazione dei colleghi è pressoché impossibile immaginare di poter attuare anche minimi miglioramenti.

3.2.2 L'albero della qualità e il collaudo dei questionari

Prima di visionare i questionari creati dalle amministrazioni è importante sottolineare che c'è ancora un'attività che può precedere e facilitare la redazione del questionario.

Si tratta della costruzione degli *alberi della qualità*. Questo è un passaggio funzionale ad organizzare gli elementi del servizio da sottoporre al giudizio degli utenti secondo criteri logici, per evitare di omettere aspetti importanti. Per altro, come hanno scoperto le amministrazioni in fase di collaudo, non tutti gli elementi che vengono raccolti nei diversi *rami dell'albero della qualità* devono necessariamente diventare oggetto di una specifica domanda.

La redazione del questionario, poi, richiede molta attenzione nell'organizzazione delle domande, nell'uso di un linguaggio comprensibile agli utenti, e, in generale, nel seguire certi accorgimenti che possono evitare il fallimento di tutta l'indagine³.

Dopo aver redatto il questionario è fondamentale il suo **collaudo**. Molte volte si evita di testare il questionario pensando che sia sufficiente essere stati molto attenti nella stesura delle domande o ritenendo questa attività sostanzialmente una perdita di tempo.

Evitare questa fase è assolutamente un errore. Se ne sono accorte bene le amministrazioni che hanno seguito la sperimentazione ed, in particolare, quelle che, nel corso del secondo seminario, hanno testato, in aula, i loro questionari. Nei panni dell'utente medio, il nostro

1. Il Comune di Genova ha istituito un Osservatorio permanente sulla qualità dei servizi presso l'ufficio che si occupa del controllo di gestione. Il compito dell'Osservatorio è principalmente quello di coinvolgere, supportare e monitorare i vari settori del comune orientandoli verso una maggiore attenzione alla loro utenza offrendo un approccio metodologico e culturale. L'Osservatorio, quindi, realizza le indagini di *customer satisfaction* e supporta quei servizi che intendono procedere alla certificazione di qualità attraverso:

- la sperimentazione e la promozione di una metodologia di indagine relativa alla qualità percepita;
- un'attività sistematica di risposte a quesiti e diffusione di informazioni (potremmo dire un'attività consulenziale) relative al processo di certificazione (documentazione, attori, fasi, ecc.);
- la formazione sulla qualità e, in generale, sui temi del service management.

Il Comune di Genova ha portato la propria testimonianza all'interno del Cantiere d'innovazione a Milano, nel corso del secondo seminario.

3. Per questi importanti aspetti di metodo si rimanda al Manuale *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche*, ed in particolare alle pagg. 54-61.

esperto ha dimostrato concretamente in quali errori si possa incorrere quando il questionario non sia stato sottoposto ad un adeguato test. Questi errori sono fatali per la qualità della nostra indagine, perché possono mettere a rischio la validità dei dati raccolti.

Se un elenco di domande è troppo lungo (già 20 domande sono tante!) oppure sono inseriti elementi del servizio troppo simili tra loro (per esempio *competenza degli operatori* e *capacità di risposta degli operatori*), si rischia che il giudizio non venga dato in modo ponderato; lo stesso effetto hanno domande non chiare che, per esempio, utilizzano termini tecnici o nomi in codice comprensibilissimi agli operatori del servizio ma misteriosi per chi risponde (per esempio: “Che cosa ne pensa dello Suap?” oppure, nel caso di una scuola, rivolgendosi ai genitori: “Come giudica il progetto *Agio*?”). Ancora: se si chiede, per esempio: “Come giudica gli orari della segreteria?”, è utile pensare se alcuni di coloro che vi risponderanno magari non sono mai andati in segreteria. Bisogna dar loro indicazioni sulle modalità di risposta, prevedendo un “non so” oppure “non sono mai andato”, oppure ancora precisando di non annerire i quadratini a lato delle risposte se non si è in grado di rispondere, ecc.

Tutti gli errori, le sviste o le mancanze possono essere recuperate con un buon collaudo che consente di raccogliere indicazioni veramente preziose e non solamente sulle domande ed i contenuti del questionario ma anche sull’organizzazione degli ambienti e dei supporti necessari al momento della compilazione e della riconsegna (urne per la consegna dei questionari compilati, tavoli sui quali è possibile appoggiarsi per scrivere, spazi ad hoc per le interviste ecc.).

È chiaro, allora, che il collaudo non serve per raccogliere i dati ma ha un’altra funzione; infatti i questionari compilati in fase di collaudo non devono essere elaborati.

Fra gli altri, un caso che ci piace citare, come esempio di un collaudo *traumatico* ma importante, è quello del Comune di Torino. Eseguiti in modo impeccabile i *compiti a casa*, le colleghe del Comune sono arrivate in aula ben disposte a testare il loro lavoro. Ne sono uscite, diciamo, *provate* e hanno deciso di modificare in modo consistente i loro due questionari (uno sullo sportello fisico e uno sui servizi on line). Sono passate così da 30 *item* relativi alla soddisfazione a 14 per lo sportello, e da 18 a 9 per i servizi on line; hanno deciso, però, di introdurre una batteria di domande relative all’importanza e, successivamente, le domande relative alla soddisfazione. Inoltre, hanno scelto di modificare completamente la grafica.

Quando il questionario viene compilato attraverso le interviste occorre, poi, seguire un’altra avvertenza: è bene definire delle **istruzioni** che devono guidare gli intervistatori e organizzare un momento di formazione per gli stessi, così che il loro comportamento sia quanto più uniforme possibile. Anche la disomogeneità nelle modalità di raccolta dei dati, infatti, è un fattore critico che può mettere in discussione la bontà delle informazioni raccolte. È utile che gli intervistatori sappiano come si devono comportare. Per esempio se l’inter-

vista viene fatta direttamente negli uffici, devono sapere quando devono fermare gli utenti (prima o dopo essersi recati allo sportello), in quali spazi si devono posizionare (fuori o dentro l'ufficio), che caratteristiche devono avere gli utenti che vengono fermati (tutti quelli che escono dall'ufficio, oppure solamente le donne, oppure chiunque ma scegliendo un utente ogni cinque, ecc.). Inoltre devono avere indicazioni univoche sulle modalità di formulazione delle domande e sull'interpretazione delle risposte, ecc.

Ecco, per esempio, alcune delle indicazioni date dal **Comune di Ravenna** ai suoi rilevatori:

- I questionari saranno realizzati all'esterno dell'ufficio Iat, durante l'orario di apertura, **dopo che l'utente si è rivolto agli operatori ed ha ricevuto risposta**, non prima, altrimenti non ha elementi per poter rispondere.
- Visto l'afflusso di turisti stranieri, il questionario è stato tradotto anche in lingua inglese; se il turista (anche di altra nazionalità) è in grado di interloquire in inglese, si deve effettuare il questionario, a **prescindere, quindi, dal paese di provenienza**.
- Non ci si deve attenere a *quote* numericamente prestabilite (ad esempio, maschi, femmine, stranieri, ecc.). Ci si deve attenere ad un unico accorgimento, per garantire la totale casualità della scelta degli intervistati. Gli intervistati vanno scelti secondo uno schema sistematico: uno ogni tre (**per ogni questionario realizzato saltare tre turisti ed intervistare il quarto**).
- A ciascun intervistatore viene consegnato un tesserino di riconoscimento che deve essere indossato in posizione ben visibile; nell'ufficio saranno presenti appositi cartelli che annunciano lo svolgimento dell'indagine.
- A ciascun rilevatore vengono inoltre consegnati:
 - i questionari, in italiano ed in lingua inglese;
 - il calendario per effettuare le interviste;
 - un elenco con i recapiti telefonici di tutti gli intervistatori;
 - tesserino di riconoscimento;
 - moduli per il compenso finale”.

Altro esempio sono le dodici regole del **Comune della Spezia**:

1. Intervistare una persona ogni tre che escono da Urp/Circoscrizione.
2. Presentarsi con il prenome (verranno forniti i cartellini di riconoscimento con logo del Comune della Spezia e di Cantieri).
3. Posizionarsi fuori dall'Urp, preferibilmente fuori zona gazebo.
4. Alla risposta 2 e al termine dell'anagrafico vi sono adeguati spazi riservati alle note. Nel primo (risposta 2) se l'intervistato fornirà dati non formalmente inseribili per mancanza di spazio (domande 1, 2 e 3) sarebbe opportuno che fossero raccolti.

5. Tenere conto dell'errore di non risposta, ovvero di quanti si rifiutano di compilare il questionario. Di tale fatto lasciare un appunto per i referenti del gruppo di *customer*.
6. Evidenziare, durante l'intervista, la differenza tra *soddisfazione* (deve essere riferita in modo specifico all'Urp della Spezia) e *importanza* (intesa in senso generico riguardo agli Urp).
7. Cercare di avere punteggi precisi nelle risposte, nel caso di indecisione indicare il valore superiore.
8. Nel caso l'intervistato non sappia cosa rispondere lasciare in bianco.
9. Presentare le domande con la massima obiettività, cercando di non interpretare domande o risposte.
10. Le domande devono essere formulate nei termini precisi indicati nel questionario.
11. Al termine del turno di indagine riguardare i questionari per riscrivere in modo leggibile parole eventualmente abbreviate o scritte in fretta ma non facilmente leggibili.
12. Prendere nota delle considerazioni emerse al di là delle semplici risposte date ai questionari.

E ancora, le indicazioni date dal **Comune di Segrate**:

1. Inserire il proprio nome nell'introduzione e leggerla all'intervistato.
2. Le parti in corsivo non vanno lette (il sesso va desunto, il plesso e la tipologia di scuola vanno compilate senza chiederle agli intervistati, tutti i non so non vanno letti ma segnati solo nel caso in cui l'intervistato non riesca ad indicare una risposta).
3. Nella domanda 2 non bisogna leggere l'alternativa primo piatto – secondo/contorno: se la risposta è univoca segnare in entrambi i casi a) e b), solo se l'intervistato pone la differenza segnare due risposte diverse a seconda dei casi a) e b).
4. La domanda 4 va posta solo agli alunni delle scuole medie.
5. La domanda 5 non va posta agli alunni dell'elementare Milano 2.
6. Nelle domande in cui sono ammesse due risposte se l'intervistato ne dà una sola non insistere per avere la seconda.
7. Prima di iniziare il gruppo di domande dalla 7 alla 12 porgere agli intervistati il foglietto con le possibili risposte così da evitare di ripeterle ogni volta; è possibile una sola risposta, nel caso di una risposta multipla far scegliere una sola opzione, nel caso non sia possibile mettere un "non so".
8. Per le domande 13,14 e 15 l'alunno deve indicare un piatto definito.
9. Alla fine del questionario ricordarsi di ringraziare e far percepire agli alunni l'importanza delle loro risposte.

3.2.3 I questionari: le esperienze

Vediamo ora i questionari utilizzati dalle amministrazioni per la raccolta dei dati.

Questionario servizio call center - "Asl informafamiglie"

L'Azienda Usl1 di Massa Carrara sta conducendo una valutazione del servizio di informazione telefonica "Asl informafamiglie".

La ringraziamo per la preziosa collaborazione che vorrà fornire rispondendo alle seguenti domande.

Come è venuto a conoscenza del servizio call center "Asl informafamiglie"?

- Elenco telefonico/pagine gialle
- Internet
- Quotidiani locali
- Uffici comunali/sportelli
- Amici/conoscenti
- Altro (specificare).....

Ha avuto occasione di contattare il call center?

- Sì No

Se sì, quante volte nell'ultimo mese?

- Una volta Più di una volta Mai

Il servizio garantisce un accesso alle informazioni adeguato?

- Sì No

Se no, perché?

- Tempi di attesa lunghi
- Scarsa accessibilità alla linea telefonica
- Altro (specificare).....

Sulla base della sua esperienza ritiene che il livello delle informazioni erogate sia:

- Adeguato Non adeguato

Se non adeguato specificare perché

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Esprima un giudizio relativo al suo grado di soddisfazione in merito a:

Cortesìa del personale

- Molto Abbastanza Poco Per niente

Chiarezza delle informazioni

- Molto Abbastanza Poco Per niente

Rapidità della risposta

- Molto Abbastanza Poco Per niente

Orari del servizio

- Molto Abbastanza Poco Per niente

Servizio in generale

- Molto Abbastanza Poco Per niente

Oltre alle indicazioni fornite ha qualche consiglio o suggerimento per migliorare il servizio?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Dati anagrafici

Sesso

- Maschio Femmina

Età

- Fino a 30 anni
 Da 31 a 60 anni
 Oltre 60 anni

Occupazione

- Lavoratore
 Disoccupato
 Pensionato

La ringraziamo per la cortese collaborazione.

Intervista all'utenza (allo sportello) dell'Ufficio relazioni con il pubblico

Buongiorno, sono Giovanna, sto svolgendo, per conto di questa Azienda ospedaliera, un'indagine sulla qualità del servizio erogato dall'Ufficio relazioni con il pubblico. Le chiedo se può gentilmente rispondere ad alcune brevi domande.

Data/...../.....

1. È la prima volta che si rivolge a questo Ufficio?

Sì No

2. Come è venuto a conoscenza di questo Servizio?

- Reparto/ambulatorio
 Volantini
 Passaparola
 Altro (specificare).....

Ora Le rivolgerò alcune domande per conoscere quale importanza Lei dà a diversi aspetti di questo Ufficio. Dovrebbe rispondermi con un giudizio che può andare da 1 a 5, dove 1 vuol dire "per niente importante" e 5 vuol dire "molto importante".

3. Quanto è importante per Lei la facilità di accesso all'Ufficio

1 Per niente 2 Poco 3 Importante 4 Più che importante 5 Molto

4. Quanto è importante per Lei l'accoglienza degli ambienti

1 Per niente 2 Poco 3 Importante 4 Più che importante 5 Molto

5. Quanto è importante per Lei la riconoscibilità del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Importante 4 Più che importante 5 Molto

6. Quanto è importante per Lei la cortesia del Personale

1 Per niente 2 Poco 3 Importante 4 Più che importante 5 Molto

7. Quanto è importante per Lei la competenza del Personale

1 Per niente 2 Poco 3 Importante 4 Più che importante 5 Molto

8. Quanto è importante per Lei la chiarezza delle informazioni ricevute

1 Per niente 2 Poco 3 Importante 4 Più che importante 5 Molto

9. Quanto è importante per Lei la tempestività della risposta

1 Per niente 2 Poco 3 Importante 4 Più che importante 5 Molto

10. Quanto è importante per Lei il rispetto della riservatezza

1 Per niente 2 Poco 3 Importante 4 Più che importante 5 Molto

Ora Le rivolgerò un altro gruppo di domande per capire che cosa ne pensa dell'Ufficio relazioni con il pubblico sulla base dell'esperienza fatta. Anche in questo caso dovrà rispondermi con un giudizio da 1, "per niente soddisfatto", a 5 "molto soddisfatto".

11. Quanto è soddisfatto della facilità di accesso all'Ufficio

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Più che soddisfatto 5 Molto

12. Quanto è soddisfatto dell'accoglienza degli ambienti

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Più che soddisfatto 5 Molto

13. Quanto è soddisfatto della riconoscibilità del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Più che soddisfatto 5 Molto

14. Quanto è soddisfatto della cortesia del Personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Più che soddisfatto 5 Molto

15. Quanto è soddisfatto della competenza del Personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Più che soddisfatto 5 Molto

16. Quanto è soddisfatto della chiarezza delle informazioni ricevute

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Più che soddisfatto 5 Molto

17. Quanto è soddisfatto della tempestività della risposta

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Più che soddisfatto 5 Molto

18. Quanto è soddisfatto del rispetto della riservatezza

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Più che soddisfatto 5 Molto

Commenti, osservazioni

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Il presente questionario, compilato in ogni sua parte, ci sarà utile per migliorare la qualità dell'assistenza e del comfort alberghiero all'interno dell'ospedale.

Le risposte devono riferirsi all'attuale ricovero o all'ultimo nell'ordine di tempo.

Le risposte rimarranno confidenziali, quindi il nome di chi risponde alle domande non dovrà essere indicato in nessuna parte del questionario.

Il questionario deve essere compilato segnando con una crocetta la risposta scelta.

Si può dare una sola risposta per ogni domanda.

La restituzione del questionario compilato può avvenire presso l'urna predisposta.

La ringraziamo per la collaborazione.

*Ufficio per la Qualità
Ufficio relazioni con il pubblico*

Questionario

Reparto

Dati anagrafici

Sesso

Maschio Femmina

Età

Da 15 a 25 anni
 Da 26 a 45 anni
 Da 46 a 65 anni
 Oltre 65 anni

Stato civile

Celibe/nubile
 Coniugato/a
 Separato/a
 Vedovo/a
 Altro
 Non dichiarato

Titolo di studio

Licenza elementare
 Media inferiore
 Scuola professionale
 Media superiore
 Laurea
 Altro

Occupazione

- Disoccupato/a
- Casalinga
- Occupato/a
- Studente
- Pensionato/a
- Non dichiarato

2. Fase di accettazione – accesso

2.1 Quanto tempo è trascorso tra la richiesta di ricovero ed il ricovero stesso?

- Meno di 15 giorni Tra 15 giorni e 1 mese Tra 1 mese e 3 mesi Oltre 3 mesi

2.2 Il ricovero è avvenuto il giorno stabilito?

- Sì No

2.3 Le informazioni ricevute sulle procedure di ricovero sono state:

- Scarse Insufficienti Buone Ottime

3. Fase di ricovero – accoglienza

3.1 In che modo ha ricevuto le informazioni sulla *vita di reparto*?

- Opuscoli
- Cartellonistica varia
- Verbalmente da operatori
- Verbalmente da degenti

3.2 Quanto è soddisfatto della chiarezza e completezza di queste informazioni?

- Per niente Poco Molto Moltissimo

3.3 Quanto è soddisfatto dell'accoglienza in reparto?

- Per niente Poco Molto Moltissimo

3.4 Quanto è soddisfatto della cortesia del personale che si occupa dell'assistenza?

- Per niente Poco Molto Moltissimo

3.5 Quanto è soddisfatto della rapidità d'intervento del personale quando richiesto?

- Per niente Poco Molto Moltissimo

3.6 Quanto è soddisfatto della cortesia e disponibilità del personale medico?

- Per niente Poco Molto Moltissimo

3.7 Quanto è soddisfatto della chiarezza e completezza delle informazioni sul trattamento terapeutico ricevuto?

- Per niente Poco Molto Moltissimo

3.8 Segnalazioni

.....
.....

4. Comfort alberghiero

4.1 Quanto è soddisfatto del numero e della posizione dei distributori automatici?

Per niente Poco Molto Moltissimo

4.2 L'orario di distribuzione pasti viene rispettato?

Per niente Poco Molto Moltissimo

4.3 I pasti ricevuti corrispondono a quelli prenotati?

Sì No

4.4 Quanto è soddisfatto del cambio di biancheria?

Per niente Poco Molto Moltissimo

4.5 Quanto è soddisfatto della pulizia degli ambienti?

Per niente Poco Molto Moltissimo

4.6 Quanto è soddisfatto della pulizia dei servizi igienici?

Per niente Poco Molto Moltissimo

4.7 Le strutture garantiscono la privacy?

Per niente Poco Molto Moltissimo

4.8 Suggerimenti

.....
.....

5. Dimissione

5.1 È stata avvisata con sufficiente anticipo della data di dimissione?

Sì No

5.2 Le è stata consegnata la lettera di dimissione?

Sì No

5.3 Quanto le informazioni contenute nella lettera di dimissione sono state utili per la continuità delle successive cure?

Per niente Poco Molto Moltissimo

Gentile Signora/e,

l'Ufficio relazioni con il pubblico dal giugno dello scorso anno ha attivato, in convenzione con l'Asl 7 di Chivasso, lo "Sportello Sanitario per la prenotazione di visite specialistiche, di esami diagnostici e di laboratorio e per la consegna referti".

A distanza di quasi un anno vorremmo verificare la qualità del servizio erogato sino ad oggi, per migliorarla. Indispensabile è il Suo aiuto.

Per questo Le chiediamo di dedicarci pochi minuti del Suo tempo, rispondendo alle domande che troverà in questa scheda.

Il questionario, che è rigorosamente anonimo, una volta compilato lo potrà depositare nell'apposita cassetta.

La ringraziamo per la collaborazione.

1. Come è venuto a conoscenza del servizio "Sportello sanitario" gestito dal Comune di Brandizzo?

Barrare massimo 2 risposte

- 1.1 Manifesti
- 1.2 Sito internet del Comune
- 1.3 Giornali locali
- 1.4 Uffici comunali
- 1.5 Medici e/o strutture sanitarie
- 1.6 Passaparola
- 1.7 Altro

2. Con quale frequenza utilizza il servizio?

Barrare una sola casella

- 2.1 È la prima volta
- 2.2 1 volta al mese
- 2.3 Più volte al mese
- 2.4 1 volta all'anno
- 2.5 Più volte all'anno
- 2.6 Non so, non quantificabile

3. Quanto è soddisfatto del servizio?

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 "per niente soddisfatto" e 5 "molto soddisfatto"

3.1 Orario di apertura al pubblico

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

3.2 Tempo di attesa per accedere allo sportello

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

3.3 Rapidità del servizio allo sportello

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

3.4 Chiarezza delle informazioni ricevute

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

3.5 Competenza del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

3.6 Cortesia del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

3.7 Capacità del personale di comprendere il Suo problema e farsene carico

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

3.8 Tutela della Sua riservatezza personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

3.9 Accoglienza dell'ambiente di attesa

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

4. Ha qualche consiglio/suggerimento da darci per migliorare il servizio?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

La preghiamo infine di fornirci i seguenti dati informativi

5. Sesso

- Maschio Femmina

5.1 Età

- Meno di 18 anni
 Da 18 a 30 anni
 Da 31 a 50 anni
 Da 51 a 70 anni
 Oltre 71 anni

5.2 Titolo di studio

- Licenza elementare
 Media inferiore
 Media superiore
 Laurea

5.3 Occupazione

- Disoccupato
 Studente
 Casalinga
 Operaio
 Impiegato
 Insegnante
 Commerciante
 Imprenditore
 Pensionato
 Libero professionista

Indagine sui servizi cimiteriali – Questionario di rilevazione

Buongiorno. Stiamo realizzando un'indagine per conto del Comune di Crema sui servizi cimiteriali della città. Il suo parere è per noi molto importante per verificare la qualità del servizio e poterla migliorare. Il questionario è anonimo. Posso chiedere la sua collaborazione?

1. Sesso

- 1 Maschio 2 Femmina

2. Le chiedo solo quanti anni ha?

- 1 Da 18 a 30 anni
 2 Da 31 a 50 anni
 3 Da 51 a 70 anni
 4 Oltre 71 anni

Prima parte: le strutture cimiteriali

3. Recentemente ha visitato uno dei cimiteri della città di Crema?

- 1 Sì 2 No
vai alla n. 4 vai alla n. 12

4. Quale?

- 1 Maggiore
 2 San Bartolomeo
 3 San Bernardino
 4 Santa Maria

*Ora le rivolgerò alcune domande sul cimitero che lei ha visitato.
Mi risponda scegliendo tra molto – abbastanza – poco – per niente – non so.*

5. Il cimitero quanto le è sembrato

5.0 Pulito?

- 1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

5.1 Ordinato?

- 1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

5.2 Accogliente?

- 1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

5.3 Accessibile?

- 1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

6. Nel cimitero lei ha avuto difficoltà ad orientarsi?

Sì No Non so

7. La pavimentazione in ghiaia le ha dato problemi?

Sì No Non so

Al prossimo gruppo di domande per cortesia risponda scegliendo tra buona – sufficiente – insufficiente – scarsa – non so.

8. Come giudica la disponibilità di:

8.0 Scale?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

8.1 Scalette?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

8.2 Fontanelle?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

8.3 Cestini per i rifiuti?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

8.4 Panchine?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

8.5 Coperture per le intemperie?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

8.6 Servizi igienici?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

8.7 Porta biciclette?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

8.8 Parcheggi?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

9. Come giudica:

9.0 L'orario estivo di apertura del cimitero?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

9.1 L'orario invernale di apertura del cimitero?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

9.2 L'operato del custode?

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

9.3 L'attività degli addetti cimiteriali? (sono gli operai addetti a murare i loculi)

1 Buona 2 Sufficiente 3 Insufficiente 4 Scarsa 5 Non so

Solo per il cimitero di Santa Maria

10. Lei ha gradito l'introduzione dell'apertura automatica dei cancelli?

- 1 Sì 2 No 3 Non so 4 Non me ne sono accorto

Per tutti gli altri cimiteri

11. Lei sarebbe favorevole all'apertura automatica dei cancelli

- 1 Sì 2 No 3 Non so

12. Secondo lei, per la loro sepoltura i cittadini cremaschi preferiscono:

- 1 La tumulazione in un loculo in muratura
 2 L'inumazione nel terreno
 3 La cremazione con le ceneri in un'urna
 4 Non so

13. Lei gradirebbe la presenza di una bacheca con gli avvisi del Comune all'entrata del cimitero?

- 1 Sì 2 No 3 Non so 4 C'è già

14. E Lei gradirebbe la presenza nel cimitero di un'urna in cui lasciare messaggi e segnalazioni?

- 1 Sì 2 No 3 In parte

15. Rispetto al passato, come giudica il cimitero visitato nel suo complesso?

- Migliore Uguale Peggioro Non so

Seconda parte: l'ufficio

16. Sa che esiste un ufficio che si occupa dei Servizi cimiteriali?

- 1 Sì 2 No

17. Sa dove si trova?

- 1 Sì 2 No

18. Lo ha visitato negli anni scorsi?

- 1 Sì 2 No

vai alla n. 23 vai alla n. 19

Solo per chi risponde no

Anche se non lo ha visitato, vorremmo chiedere il suo parere su alcuni aspetti.
Risponda ancora con molto – abbastanza – poco – per niente – non so.

19. Per lei, quanto è importante che l'ufficio sia:

19.0 Pulito?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

19.1 Accogliente?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

19.2 Riservato?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

20. Sempre per lei, quanto è importante che l'ufficio sia:

20.0 Facilmente raggiungibile?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

20.1 Ben segnalato?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

20.2 Aperto al mattino?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

20.3 Aperto al pomeriggio?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

20.4 Aperto il sabato mattina?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

21. Per lei, quanto è importante che il personale sia:

21.0 Cortese?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

21.1 Disponibile ad ascoltare?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

21.2 Veloce nel rispondere?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

21.3 Chiaro nel rispondere?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

21.4 Competente?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

22. Sempre per lei, quanto è importante che gli schemi dei contratti:

22.0 Siano chiari?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

22.1 Siano disponibili via internet?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

Grazie per la sua collaborazione e buona giornata.

Solo per chi risponde sì

23. L'ufficio si raggiunge facilmente?

1 Sì 2 No

24. L'ufficio è ben segnalato?

1 Sì 2 No

25. Per lei, quanto è importante che l'ufficio sia:

25.0 Accessibile?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

25.1 Aperto al mattino?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

25.2 Aperto al pomeriggio?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

25.3 Aperto il sabato mattina?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

Ora le chiediamo come le è sembrato l'ufficio

26. Quanto le è sembrato:

26.0 Pulito?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

26.1 Accogliente?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

26.2 Riservato?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

Adesso parliamo dell'impressione che le ha fatto il personale

27. Quanto sono state chiare le informazioni ricevute?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

28. Quanto sono chiari i contratti?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

29. Quanto ha aspettato per avere una risposta?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

30. Quanto sono stati cortesi con lei gli impiegati?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

31. Quanto sono stati disponibili ad ascoltarla?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

32. Complessivamente, il personale quanto le è sembrato competente?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

33. Complessivamente, quanto è soddisfatto dell'ufficio?

1 Molto 2 Abbastanza 3 Poco 4 Per niente 5 Non so

34. Rispetto al passato, come giudica:

34.0 Il disbrigo delle pratiche

1 Migliore 2 Uguale 3 Peggioro 4 Non so

34.0 L'ufficio nel suo complesso

1 Migliore 2 Uguale 3 Peggioro 4 Non so

Suggerimento o segnalazione importante

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Grazie per la sua collaborazione e buona giornata.

Dal 23 febbraio al 15 aprile 2004 nei giorni di lunedì e mercoledì mattina, giovedì pomeriggio (in orario di apertura al pubblico)

Gentile Signore/Signora,

Il Comune di Fabriano desidera conoscere il grado di soddisfazione nei confronti della qualità dei servizi offerti ai contribuenti che si recano presso gli uffici delle entrate tributarie comunali.

Le saremmo grati se volesse compilare un breve questionario, assolutamente anonimo, contrassegnando le caselle corrispondenti alle Sue risposte.

Le Sue indicazioni saranno estremamente utili per migliorare la qualità dei servizi forniti da questi uffici.

Il personale dell'Ufficio relazioni con il pubblico somministrerà il questionario, fornendo aiuto per la compilazione.

L'Amministrazione comunale

Capacità di risposta

1. La questione per la quale si era recato presso l'ufficio è stata risolta?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

2. L'impiegato/a ha risposto a tutte le Sue domande?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

3. L'impiegato/a ha risposto con competenza e preparazione alle Sue domande?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

4. Ha trovato la modulistica di semplice comprensione e compilazione?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

5. Il tempo richiesto nel dare risposta al Suo problema Le è sembrato adeguato?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

6. L'impiegato/a ha utilizzato un linguaggio chiaro e comprensibile?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

7. Ritiene che avrà bisogno di tornare per lo stesso motivo un'altra volta nel medesimo ufficio?

1 Sì 2 No

Capacità relazionali

8. L'impiegato/a con il quale ha parlato è stato cortese?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

9. Il personale si è mostrato disponibile?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

10. L'impiegato/a con il quale ha parlato ha ascoltato e compreso il Suo problema?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

Ambiente

11. Ha avuto facilità ad accedere agli uffici?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

12. La segnaletica interna predisposta per raggiungere l'ufficio Le è sembrata chiara?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

13. Il tempo trascorso in sala di aspetto Le è sembrato accettabile?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

14. Ritieni efficace il sistema di gestione delle code?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

15. Gli strumenti tecnici utilizzati dal personale Le sono sembrati efficienti?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

16. Ritieni che la riservatezza e la privacy siano state tutelate?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

17. È favorevole alla attivazione di un apposito numero telefonico al quale ci si può rivolgere per avere informazioni, per risolvere telefonicamente le pratiche più semplici o per prendere appuntamento per recarsi nei nostri uffici evitando i tempi di attesa?

- 1 Sì 2 No

Se no, perché

- 1 Preferisco andare di persona in ufficio
- 2 Penso che il mio problema non si possa risolvere per telefono
- 3 Penso che il personale che risponde al telefono non sia adeguatamente preparato
- 4 Perché telefonicamente non ho fiducia sulla veridicità delle risposte
- 5 Perché di solito a questi numeri non risponde nessuno o ci sono tempi di attesa molto lunghi
- 6 Altro (specificare).....

18. Lei sa che esiste un sito internet (www.comune.fabriano.an.it) che può visitare per acquisire informazioni su tutti i tributi comunali e per verificare le modalità di pagamento?

- 1 Sì 2 No

18.b Ha visitato il sito internet, prima di venire oggi qui in questi uffici?

- 1 Sì 2 No

Giudizio globale

**19. Le chiedo ora di giudicare complessivamente la qualità dell'attività svolta dall'ufficio presso cui oggi Lei si è recata/o.
Quale voto gli assegna, utilizzando il sistema di punteggio scolastico da 10 (ottimo) a 1 (pessimo)?**

Pessimo 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **Ottimo**

20. Se in passato si è già recato al Servizio Tributi, trova che la qualità generale dei servizi forniti, sia complessivamente:

- 1 Migliorata
 2 Rimasta uguale
 3 Peggiorata
 4 Non so
 5 È la prima volta che vengo in questo ufficio

Dati dell'intervistato

Sesso

- 1 Maschio 2 Femmina

Età

- 1 Fino a 24 anni
 2 Da 25 a 34 anni
 3 Da 35 a 44 anni
 4 Da 45 a 54 anni
 5 Da 55 a 64 anni
 6 Oltre 65 anni

Titolo di studio

- 1 Licenza elementare
 2 Media inferiore
 3 Media superiore
 4 Laurea

Gentile Signore/Signora,

Il Servizio Tributi del Comune di Ferrara desidera conoscere il grado di soddisfazione nei confronti della qualità dei servizi offerti ai contribuenti che si recano presso gli uffici delle entrate comunali.

Le saremmo grati se volesse compilare questo breve questionario, contrassegnando le caselle corrispondenti alle Sue risposte.

Le Sue indicazioni saranno estremamente utili per migliorare la qualità dei servizi forniti da questi uffici. Il questionario è completamente anonimo, salvaguardando in questo modo la riservatezza dei Suoi dati personali. Si chiede di rispondere indicando con una crocetta, ad ogni domanda, una delle cinque possibili valutazioni.

Capacità di risposta**1. La questione per la quale si era recato presso l'ufficio è stata risolta?**

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

2. L'impiegato ha risposto a tutte le sue domande?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

3. L'impiegato ha risposto con competenza e preparazione alle sue domande?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

4. Ha trovato la modulistica di semplice comprensione e compilazione?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

5. Il tempo richiesto nel dare risposta al Suo problema Le è sembrato adeguato?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

6. L'impiegato ha utilizzato un linguaggio chiaro e comprensibile?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

7. Ritiene che avrà bisogno di tornare per lo stesso motivo un'altra volta nel medesimo ufficio?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

Capacità relazionali**8. L'impiegato/a con il quale ha parlato è stato cortese?**

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

9. Il personale si è mostrato disponibile?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

10. L'impiegato/a con il quale ha parlato ha ascoltato e compreso il Suo problema?

1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

Ambiente

11. La distribuzione dei locali e l'arredamento interno dell'ufficio hanno risposto alle Sue aspettative?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

12. Ha avuto facilità ad accedere agli uffici?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

13. La segnaletica interna predisposta per raggiungere l'ufficio Le è sembrata chiara?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

14. Il tempo trascorso in sala di aspetto Le è sembrato accettabile?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

15. Ritieni efficace il sistema di gestione delle code?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

16. Gli strumenti tecnici utilizzati dal personale Le sono sembrati efficienti?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

17. Ritieni che la riservatezza e la privacy siano state tutelate?

- 1 Sì 2 Più sì che no 3 Abbastanza 4 Più no che sì 5 No

18. Lei sa che esiste un Numero verde al quale si può rivolgere per avere informazioni, per risolvere telefonicamente le pratiche più semplici o per prendere appuntamento per recarsi nei nostri uffici evitando i tempi di attesa?

- 1 Sì 2 No

Se conosce l'esistenza del numero verde:

18.b Si è rivolto al numero verde, prima di venire oggi qui in questi uffici?

- 1 Sì 2 No

Se no, perché

- 1 Preferisco andare di persona in ufficio
- 2 Penso che il mio problema non si potesse risolvere per telefono
- 3 Penso che il personale che risponde al telefono non sia adeguatamente preparato
- 4 Perché l'ultima volta mi hanno dato una risposta sbagliata
- 5 Perché ho provato e non mi ha risposto nessuno
- 6 Altro (specificare).....

19. Lei sa che esiste un sito internet che può visitare per acquisire informazioni su tutti i tributi comunali, per verificare i tempi di attesa agli sportelli o per calcolare e pagare l'Ici?

- 1 Sì 2 No

19.b Ha visitato il sito internet, prima di venire oggi qui in questi uffici?

- 1 Sì 2 No

Giudizio globale

20. Le chiedo ora di giudicare complessivamente la qualità dell'attività svolta dall'ufficio presso cui oggi Lei si è recata/o.

Quale voto gli assegna, utilizzando il sistema di punteggio scolastico da 10 (ottimo) a 1 (pessimo)?

Pessimo 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Ottimo

21. Se in passato si è già recato al servizio Tributi, trova che la qualità generale dei servizi forniti, sia complessivamente:

- 1 Migliorata
 2 Rimasta uguale
 3 Peggiorata
 4 Non so
 5 È la prima volta che vengo in questo ufficio

Dati dell'intervistato

Sesso

- 1 Maschio 2 Femmina

Età

- 1 Fino a 24 anni
 2 Da 25 a 34 anni
 3 Da 35 a 44 anni
 4 Da 45 a 54 anni
 5 Da 55 a 64 anni
 6 65 anni e più

Titolo di studio

- 1 Licenza elementare
 2 Media inferiore
 3 Media superiore
 4 Laurea

Gentile cliente,

il Comune di Massa sta conducendo un'indagine per valutare la qualità dei suoi servizi.

Le chiediamo cortesemente alcuni minuti del suo tempo per compilare un breve questionario.

L'indagine ha come unico scopo quello di migliorare i servizi offerti ed i dati ricavati saranno gestiti in maniera anonima ed elaborati per uso statistico.

La ringraziamo per la collaborazione.

1. A quale servizio, tra quelli elencati si è rivolto/a?

- Certificati e cambi di indirizzo
- Leva, pensioni, atti notori
- Anagrafe decentrata di Romagnano
- Elettorale
- Carte d'identità
- Anagrafe decentrata di Marina di Massa
- Migrazioni
- Stato civile
- Statistica

La preghiamo di esprimere il suo giudizio assegnando a ciascuno degli aspetti considerati un punteggio compreso tra 1 "per niente soddisfatto" e 5 "molto soddisfatto" o "N.r." se non è in grado di dare una valutazione.

2. La struttura – Soddisfazione relativa all'edificio, gli ambienti, le strutture

A Chiarezza della segnaletica

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

B Facilità di accesso ai servizi

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

C Organizzazione degli spazi di attesa

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

D Ambiente confortevole e pulito

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

E Tutela della riservatezza

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

Osservazioni

.....
.....

2.1 È a conoscenza dell'esistenza degli uffici di Anagrafe decentrati?

- Sì No

3 I servizi – Soddisfazione in relazione all'organizzazione dei servizi

A Orari di apertura

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

B Tempi di attesa allo sportello

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

C Tempi di risposta al servizio richiesto

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

D Attrezzature dei servizi (bacheche, personal computer, ...)

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

E Disponibilità di materiale informativo

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

Osservazioni

.....
.....

4 La modulistica – Soddisfazione relativa ai moduli forniti

A Disponibilità di modulistica

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

B Facilità di compilazione

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

Osservazioni

.....
.....

5 Il Personale – Soddisfazione relativa alle modalità di lavoro del personale

A Cortesia e disponibilità del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

B Preparazione del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

C Capacità di ascolto e risoluzione dei problemi

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

D Chiarezza delle risposte

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

Osservazioni

.....
.....

6 Nel complesso quanto è soddisfatto/a dei servizi demografici al momento attuale?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto N.r.

Ha qualche suggerimento da darci per migliorare i nostri servizi?

.....
.....

A soli fini statistici Le chiediamo di compilare la seguente parte anagrafica:

Sesso

- Maschio Femmina

Età

- Meno di 18 anni
 Da 19 a 35 anni
 Da 36 a 45 anni
 Da 46 a 65 anni
 Oltre 65 anni

Titolo di studio

- Licenza elementare
 Media inferiore
 Media superiore
 Laurea

Occupazione

- Professionista, dirigente, imprenditore/imprenditrice
 Commerciante, artigiano/a, lavoratore/lavoratrice autonomo/a
 Insegnante, impiegato/a
 Operaio/a
 Casalingo/a
 Pensionato/a
 Studente
 Disoccupato/a
 Altro

I risultati del questionario verranno diffusi mediante gli organi di informazione ed il sito internet del Comune all'indirizzo www.comune.massa.ms.it

La ringraziamo ancora per la cortese collaborazione.

Questionario soddisfazione utenza suap

*Vorrei parlare con il sig. (vedere elenco fornito dal Suap)
Buongiorno, stiamo facendo un'indagine per conto del Comune di Monsummano Terme.
Le chiediamo qualche minuto di tempo per un'intervista telefonica; posso farle qualche domanda?
(Se la risposta è no, provare a chiedere un appuntamento telefonico in un orario più appropriato).
Ci risulta che lei abbia utilizzato di recente i servizi del Suap (sportello unico delle attività produttive)
o sportello per le imprese. Vorremmo sapere cosa pensa di questo servizio in base all'esperienza avuta.
I dati vengono raccolti in forma anonima.*

1. Quanto spesso ha utilizzato questo servizio?

- 1 Una sola volta 2 Da una a tre volte 3 Più di tre volte

*Dovrà rispondermi con un giudizio che può andare da 1 a 5, e 1 vuol dire "per niente soddisfatto",
5 vuol dire "molto soddisfatto".*

2. Quanto è soddisfatto della cortesia degli addetti al Suap?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

3. Quanto è soddisfatto della preparazione degli addetti?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

4. Quanto è soddisfatto del tempo di attesa prima di poter parlare con l'operatore?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

5. Quanto la soddisfa il fatto di poter svolgere tutte le pratiche per la sua azienda presso un unico sportello?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

6. Quanto è soddisfatto dei tempi di svolgimento delle pratiche?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

7. Quanto è soddisfatto della chiarezza della modulistica?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

8. Quanto sarebbe utile per lei che l'ufficio facesse orario continuato nei giorni di apertura pomeridiana (martedì e giovedì)?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

9. In quale orario le rimarrebbe più comodo poter utilizzare il servizio di sportello?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

10. Ritiene utile poter utilizzare i servizi del Suap mediante:

a. Telefono

1 Sì 2 Abbastanza 3 Poco 4 No 5 Non so

b. Fax

1 Sì 2 Abbastanza 3 Poco 4 No 5 Non so

c. E-mail

1 Sì 2 Abbastanza 3 Poco 4 No 5 Non so

d. Sito internet

1 Sì 2 Abbastanza 3 Poco 4 No 5 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

11. Ha utilizzato il sito internet del Suap?

1 Sì 2 No

vai alla n. 13

Eventuali commenti

.....
.....

Solo in caso di risposta affermativa

12. Quanto è soddisfatto di come è organizzato il sito internet?

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

13. Prima della apertura del Suap (9 settembre 2002) aveva già chiesto autorizzazioni per attività produttive?

1 Sì 2 No

vai alla n. 17

Eventuali commenti

.....
.....

14. Ha notato dei cambiamenti nelle modalità di svolgimento delle pratiche?

- 1 Sì 2 In parte 3 No 4 Non so

vai alla n. 16 vai alla n. 16

Eventuali commenti

.....
.....

15. Solo in caso di risposta affermativa alla n. 14

Questi cambiamenti hanno portato miglioramenti?

- 1 Sì 2 In parte 3 No 4 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

16. Ritieni che le nuove procedure comportino spese maggiori o minori per le aziende?

- 1 Minori 2 Uguali 3 Maggiori 4 Non so

Eventuali commenti

.....
.....

17. Ci può dare un giudizio complessivo riguardo a questo servizio?

Pessimo 1 2 3 4 5 Ottimo

18. Lei è:

- 1 Imprenditore (tipo di attività)
- 2 Tecnico o professionista
- 3 Dipendente dell'azienda (tipo di attività)
- 4 Altro (precisare).....

19. Quanti anni ha?

- 1 Fino a 40 anni
- 2 Da 41 a 55 anni
- 3 Oltre 55 anni

20. Quante ore abitualmente usa il computer nell'arco di una settimana?

- 1 Mai 2 Fino a 5 ore 3 Oltre 5 ore

Questionario di valutazione della qualità dell'ufficio Iat (Informazioni ed accoglienza turistica)

Il Comune di Ravenna sta svolgendo una indagine per valutare la soddisfazione dei servizi offerti dall'ufficio Iat (Informazioni e accoglienza turistica).

Per noi è importante conoscere il suo parere per migliorare il servizio.

I dati ottenuti saranno elaborati in forma aggregata garantendo l'anonimato.

Le posso fare qualche domanda?

1. Come è venuto a conoscenza dell'esistenza di questo ufficio Iat?

Lasciare parlare l'intervistato senza leggere le risposte e segnare una crocetta solo a fianco della prima risposta che dà

- 1 Vedendo l'ufficio
- 2 Dall'elenco del telefono
- 3 Ad un vigile/a un cittadino/a un negozio
- 4 Guardando internet
- 5 Da amici/conoscenti
- 6 Seguendo la segnaletica
- 7 Da informazioni avute presso un monumento
- 8 Chiedendo ad un ufficio del Comune(Urp/reception/...)
- 9 Informandomi presso Iat/agenzia della mia città
- 10 Altro (specificare).....

2. Per quale motivo è venuto in questo ufficio Iat?

Lasciare parlare l'intervistato senza leggere le risposte e segnare una crocetta a fianco di tutte le risposta che dà

- 1 Per richiesta informazioni generali sulla città
- 2 Per richiesta informazioni generali su altre città
- 3 Per richieste informazioni sui lidi e zone limitrofe dell'entroterra
- 4 Per richiesta orari monumenti e/o attività commerciali
- 5 Per richiesta albergo o ristorante
- 6 Per suggerimento percorso turistico
- 7 Per richiesta manifestazioni ed eventi in città
- 8 Per richiesta piante della città
- 9 Per prendere materiale informativo in esposizione (depliant/volantini/ecc.)
- 10 Per richiesta orari e informazioni sui mezzi di trasporti
- 11 Per richiesta biciclette per turisti
- 12 Per segnalazioni/reclami
- 13 Altro (specificare).....

3. Quanto è soddisfatto complessivamente del servizio ricevuto all'ufficio Iat

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 "per niente soddisfatto" e 5 "molto soddisfatto"

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

Ora le rivolgerò alcune domande per conoscere quale importanza lei dà a diversi aspetti di un servizio Iat. Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 “per niente importante” e 5 “molto importante”. Cerchi di differenziare il più possibile il punteggio da assegnare agli elementi che seguono. Se relativamente a un certo aspetto non risponde, o non è in grado di rispondere, non barrare nessuna casella.

4. Quanto è importante per lei ?

4.1 La facilità di acquisire informazioni allo sportello

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.2 La facilità di acquisire informazioni tramite il sito internet

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.3 L'ambiente accogliente e confortevole

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.4 L'ubicazione dell'ufficio

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.5 La competenza e preparazione degli operatori

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.6 La cortesia degli operatori

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.7 Il rispetto della riservatezza

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.8 La capacità di risposta degli operatori ad esigenze immediate

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.9 Il tempo di attesa per avere risposta

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.10 La completezza delle informazioni che vengono fornite

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.11 L'assistenza nell'ottenere informazioni e indicazioni

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.12 L'orario di apertura al pubblico

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.13 La facilità di identificare gli operatori

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.14 La disponibilità del materiale informativo

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

4.15 L'adeguata presenza di segnaletica indicante l'ufficio Iat

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Ora le rivolgerò un altro gruppo di domande che servono per capire che cosa ne pensa del servizio Iat sulla base dell'esperienza fatta.

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 "per niente soddisfatto" e 5 "molto soddisfatto". Cerchi di differenziare il più possibile il punteggio da assegnare agli elementi che seguono.

Se relativamente a un certo aspetto non risponde, o non è in grado di rispondere, non barrare nessuna casella.

5. Quanto è soddisfatto?

5.1 Della facilità di acquisire informazioni allo sportello

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.2 Della facilità di acquisire informazioni tramite il sito internet

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.3 Dell'ambiente accogliente e confortevole

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.4 Dell'ubicazione dell'ufficio

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.5 Della competenza e preparazione degli operatori

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.6 Della cortesia degli operatori

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.7 Del rispetto della riservatezza

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.8 Della capacità di risposta degli operatori ad esigenze immediate

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.9 Del tempo di attesa per avere risposta

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.10 Della completezza delle informazioni ricevute

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.11 Dell'assistenza nell'ottenere informazioni e indicazioni

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.12 Dell'orario di apertura al pubblico

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.13 Della facilità di identificare gli operatori

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.14 Della disponibilità del materiale informativo

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

5.15 Dell'adeguata presenza di segnaletica indicante l'ufficio Iat

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Soddisfatto 5 Molto

Informazioni sul turista che risponde al questionario

9. Sesso

- 1 Maschio
- 2 Femmina

10. Età

- 1 Meno di 18 anni
- 2 Da 18 a 30 anni
- 3 Da 31 a 45 anni
- 4 Da 46 a 60 anni
- 5 Oltre 61 anni

11. Paese di provenienza

- 1 Italia (specificare provincia)
- 2 Estero (specificare Stato)

12. Tipologia di turista

- 1 Famiglia con bambini
- 2 Coppia adulta
- 3 Giovani
- 4 Single
- 5 Gite scolastiche
- 6 Altri gruppi
- 7 Altro (precisare).....

Data/...../.....

Firma dell'intervistatore

.....

Evaluation questionnaire about the quality of the Iat (Information and tourist reception)

The Ravenna Municipality is making a survey of the services offered by the Iat office (information and tourist reception).

It's important for us to hear your opinion to improve this service. The statistical information will be anonymous. Can I ask you some questions?

1. How have you learnt of the existence of this office?

Lasciare parlare l'intervistato senza leggere le risposte e segnare una crocetta solo a fianco della prima risposta che dà

- 1 I saw the office directly
- 2 From the telephone book
- 3 I asked a policeman/a citizen/in a shop
- 4 On internet
- 5 From friends/acquaintances
- 6 I followed the signals
- 7 I received the information near a monument
- 8 I asked for information in another municipal office/bureau (Urp/municipal reception)
- 9 I asked for information in an agency/Iat in my town
- 10 Other (specify what)

2. Why did you come to this office?

Lasciare parlare l'intervistato senza leggere le risposte e segnare una crocetta a fianco di tutte le risposta che dà

- 1 To ask for general information about the town
- 2 To ask for general information about other cities
- 3 To ask for general information about the seaside and other places in the hinterland
- 4 To ask the monuments/shops time
- 5 To ask for a restaurant or hotel
- 6 To know the way for a touristic tour
- 7 To ask for festivals in Ravenna
- 8 To have a map of the town
- 9 To take maps/leaflets in exposure
- 10 To ask for train/bus time
- 11 To ask for bicycles for tourists
- 12 To make complaints
- 13 Other (specify what)

3. How much satisfied are you altogether?

In a range from 1 "not satisfied to" 5 "very satisfied"

- 1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

Now I'll ask you some questions to know which level of importance you give to different aspects of a Iat service. You should answer with a valuation from 1 to 5 (1 means not important and 5 means very important). Try to differentiate the score between the answers (don't give always the score 1 or 5 to every answer). Se relativamente a un certo aspetto non risponde, o non è in grado di rispondere, non barrare nessuna casella.

4. How much is it important for you?

4.1 To get information easily at the bureau

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.2 To get information easily on internet

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.3 The comfort of the office

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.4 The location of the office

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.5 The competence and preparation of the operators

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.6 The courtesy of the operators

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.7 The respect of your privacy

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.8 The operators give the answers immediately

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.9 The time of the wait

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.10 The completeness of the information

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.11 The assistance of the operators in giving information and indications

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.12 The Iat opening time

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.13 To recognize easily the operators

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.14 The availability of maps/leaflets

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

4.15 The adequate presence of signals indicating the Iat office

1 Not important 2 A little important 3 Enough important 4 Important 5 Very important

Now I'll ask you another group of questions to understand what you think about this Iat after your experience.

You should answer with a valuation from 1 to 5 (1 means not satisfied and 5 means very satisfied).

Try to differentiate the score between the answers (don't give always the score 1 or 5 to every answer).

Se relativamente a un certo aspetto non risponde, o non è in grado di rispondere, non barrare nessuna casella.

5. How much are you satisfied?

5.1 To get information easily at the bureau

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.2 To get information easily on internet

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.3 The comfort of the office

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.4 The location of the office

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.5 The competence and preparation of the operators

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.6 The courtesy of the operators

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.7 The respect of your privacy

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.8 The operators give the answers immediately

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.9 The time of the wait

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.10 The completeness of the information

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.11 The assistance of the operators in giving information and indications

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.12 The Iat opening time

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.13 To recognize easily the operators

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.14 The availability of maps/leaflets

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

5.15 The adequate presence of signals indicating the Iat office

1 Not satisfied 2 A little satisfied 3 Enough satisfied 4 Satisfied 5 Very satisfied

6. What do you think that the Municipality could do to improve the Iat service?

Leggere tutte le possibilità di risposta e chiedere di indicare al massimo due proposte

- 1 To better the furniture
- 2 To improve the signals indicating the Iat office
- 3 To increase and make more accessible maps/leaflets
- 4 To give more visibility to the operators
- 5 To place an internet point at tourists' disposal

7. What is altogether the most positive aspect and the most critical one of this service

Positive aspect

.....
.....
.....

Negative aspect

.....
.....
.....

8. Have you got other suggestions and proposals, that you consider important, to improve this service?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Thank you for your kindness!

Informazioni sul turista che risponde al questionario

9. Sesso

- 1 Maschio 2 Femmina

10. Età

- 1 Meno di 18 anni
 2 Da 18 a 30 anni
 3 Da 31 a 45 anni
 4 Da 46 a 60 anni
 5 Oltre 61 anni

11. Paese di provenienza

- 1 Italia (specificare provincia)
- 2 Estero (specificare Stato)

12. Tipologia di turista

- 1 Famiglia con bambini
 2 Coppia adulta
 3 Giovani
 4 Single
 5 Gite scolastiche
 6 Altri gruppi
 7 Altro (precisare)

Data/...../.....

Firma dell'intervistatore

.....

Indagine di *customer satisfaction* sulla qualità del servizio Iat

Ufficio Informazioni ed accoglienza turistica di.....

*Gentile signora/signore,
stiamo effettuando un'indagine di customer satisfaction, per conto del Comune di Rimini,
necessaria per migliorare la qualità del servizio fornito.
Le sarei grato se volesse rispondere ad alcune brevissime domande.*

Data di compilazione/...../.....

1. Attraverso quali canali è venuto a conoscenza degli uffici Iat?

- Per consuetudine
- Per consiglio di un operatore turistico:
 - Albergatore
 - Ristoratore/bar
 - Bagnino
 - Agenzie di viaggio
 - Altro (specificare)
- Attraverso internet
- Da guide turistiche e depliant informativi
- Da familiari, amici/conoscenti
- Dall'elenco telefonico
- Attraverso la segnaletica
- Altro (specificare)

2. Per quale motivo si è messo in contatto con l'ufficio Iat?

Possibilità di risposte multiple

- Per informazioni sulle strutture ricettive (alberghi, residence, campeggi, appartamenti, etc.)
- Per informazioni sui mezzi di trasporto
- Per informazioni sui servizi di spiaggia, stabilimenti balneari, strutture sportive
- Per informazioni su possibilità di escursioni e di visite nei luoghi di maggiore interesse
- Per informazioni su eventuali eventi, concerti, manifestazioni, mostre, fiere
- Per informazioni sui luoghi di intrattenimento e divertimento
- Per informazioni su itinerari o luoghi da visitare
- Per informazioni sulla ristorazione
- Per richiedere del materiale informativo
- Per reclamare
- Altro (specificare)

3. In base al motivo o ai motivi per cui si è rivolto all'ufficio, è rimasto soddisfatto.

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Al di là delle aspettative

4. Per erogare un buon servizio di informazione ed accoglienza turistica, quanto è importante per lei ogni singola caratteristica?

Il giudizio deve andare da 1 a 5 dove 1 corrisponde a "per niente importante" e 5 corrisponde a "molto importante"

Cortesìa e disponibilità del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Capacità del personale di capire le sue esigenze

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Chiarezza del personale nel fornire le informazioni

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Completezza delle informazioni ricevute

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Rispetto della riservatezza e della privacy

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Tempo di attesa per avere la risposta

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Orario di apertura dell'ufficio

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Disponibilità del materiale informativo e promozionale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Qualità del materiale informativo e promozionale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Immagine del locale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Facilità di accesso al locale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

Facilità di compilazioni di eventuali moduli da compilare

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Importante 5 Molto

5. Nel suo contatto con l'ufficio Iat, quanto è soddisfatto del/della:

Cortesia e disponibilità del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Capacità del personale di capire le sue esigenze

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Chiarezza del personale nel fornire le informazioni

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Completezza delle informazioni ricevute

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Rispetto della riservatezza e della privacy

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Tempo di attesa per avere la risposta

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Orario di apertura dell'ufficio

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Disponibilità del materiale informativo e promozionale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Qualità del materiale informativo e promozionale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Immagine del locale (comfort locale, arredi, luminosità, ampiezza, ecc.)

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Facilità di accesso al locale (parcheggi, segnaletica, fermata autobus, barriere architettoniche, ecc.)

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

Facilità di compilazione del modulo di reclamo turistico

Da rispondere solo nel caso in cui ha utilizzato il modulo del reclamo per contestare qualche disservizio

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Completamente

6. Avete mai utilizzato il sito internet dell'assessorato al Turismo (www.riminiturismo.it) per cercare informazioni?

1 Sì 2 No

vai alla n. 7 vai alla n. 8

7. È rimasto soddisfatto delle informazioni trovate sul sito internet dell'assessorato al Turismo?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Al di là delle aspettative

8. Se lo ritiene necessario, esprima alcuni suggerimenti per migliorare il servizio che l'ufficio IAT fornisce all'utenza:

.....
.....
.....
.....
.....
.....

9. Turista:

- Cittadino Comune di Rimini
- Cittadino Provincia di Rimini

Età

Sesso

- Maschio
- Femmina

Le domande che seguono sono da rispondere solo nel caso in cui lei è un turista

10. Lei è in vacanza con:

- Moglie/marito e bambino/bambini
- Moglie/marito
- Amici/amiche
- Fidanzato/fidanzata
- La scuola
- Da solo/sola
- Altro (specificare)

11. Per quali motivi ha scelto di venire qui?

- Per una vacanza balneare
- Per un'attività congressuale o d'affari
- Per una vacanza sportiva
- Per le varie possibilità di divertimento presenti nella località
- Altro (specificare)

12. Quanto tempo durerà la sua permanenza?

- Non più di 3 notti
- Non più di 1 settimana
- Non più di 2 settimane
- Non più di 3 settimane
- Non più di 1 mese
- Più di 1 mese

13. Qual è la struttura ricettiva in cui sta soggiornando?

- Hotel
- Bed and Breakfast
- Residence
- Campeggio
- Agriturismo
- Affittacamere
- Casa propria
- Altro (specificare)

14. Con quale mezzo principale è arrivato in vacanza qui?

- Aereo
- Treno
- Auto privata
- Moto
- Altro (specificare)

La ringrazio per la cortese collaborazione.

La prego di lasciare il questionario nell'apposito contenitore.

La Spezia 20 febbraio 2004

Alla cortese attenzione degli intervistatori

Oggetto: regole di comportamento durante le interviste

Si chiede di seguire le seguenti istruzioni

1. Intervistare una persona ogni tre che escono da Urp/Circoscrizione.
2. Presentarsi con il prenome
(verranno forniti i cartellini di riconoscimento con logo del Comune della Spezia e di Cantieri).
3. Posizionarsi fuori da Urp, preferibilmente fuori zona gazebo.
4. Alla risposta 2 e al termine dell'anagrafico vi sono adeguati spazi riservati alle note.
Nel primo (risposta 2) se l'intervistato fornirà dati non formalmente inseribili per mancanza di spazio (domande 1, 2 e 3) sarebbe opportuno che fossero raccolti.
5. Tenere conto dell'errore di non risposta, ovvero di quanti si rifiutano di compilare il questionario.
Di tale fatto lasciare un appunto per i referenti del gruppo di *customer*.
6. Evidenziare, durante l'intervista, la differenza tra *soddisfazione* (deve essere riferita in modo specifico all'Urp della Spezia) e *importanza* (intesa in senso generico riguardo agli Urp).
7. Cercare di avere punteggi precisi nelle risposte, nel caso di indecisione indicare il valore superiore.
8. Nel caso l'intervistato non sappia cosa rispondere lasciare in bianco.
9. Presentare le domande con la massima obiettività, cercando di non interpretare domande o risposte.
10. Le domande devono essere formulate nei termini precisi indicati nel questionario.
11. Al termine del turno di indagine riguardare i questionari per riscrivere in modo leggibile parole eventualmente abbreviate o scritte in fretta ma non facilmente leggibili.
12. Prendere nota delle considerazioni emerse al di là delle semplici risposte date ai questionari.

Il gruppo di customer

Prima parte Introduzione

Buongiorno sono, sto lavorando per il Comune della Spezia.
È importante per noi conoscere il Suo parere, per migliorare i nostri servizi.
Posso farle qualche domanda?

Seconda parte Conoscenza del servizio; Frequenza; Tipologia di richieste; ecc.

1. È la prima volta che utilizza questo servizio?

- 1 Sì 2 No

2. Per quali di questi motivi è venuto in questo ufficio?

Barrare al massimo 2 risposte

- 1 Ottenere informazioni
 2 Ritirare un modulo
 3 Segnalare un reclamo
 4 Altro

Terza parte Importanza

Ora le rivolgerò alcune domande per conoscere le aspettative che lei ha nei confronti del nostro servizio.
Dovrebbe rispondermi con un giudizio che può andare da 1 a 5, dove 1 vuol dire “per niente importante”
e 5 vuol dire “pienamente importante”.

Quanto è importante per lei:

La cortesia del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

L'accoglienza degli ambienti

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

La chiarezza delle informazioni ricevute

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

La tempestività della risposta

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

Gli orari di apertura

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

Il rispetto della riservatezza

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

Quarta parte Soddisfazione

Ora le rivolgerò un altro gruppo di domande che servono per capire che cosa ne pensa del servizio sulla base dell'esperienza fatta.

Anche in questo caso dovrà rispondermi con un giudizio che può andare da 1 a 5 e, come prima, 1 vuol dire "per niente soddisfatto" e 5 vuol dire "pienamente soddisfatto".

Quanto è soddisfatto:

Della cortesia del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

Dell'accoglienza degli ambienti

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

Della chiarezza delle informazioni ricevute

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

Della tempestività della risposta

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

Degli orari di apertura

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

Del rispetto della riservatezza

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Pienamente

Quinta parte Anagrafica

Sesso

- 1 Maschio 2 Femmina

Occupazione

- 1 Lavoratore dipendente
 2 Lavoratore autonomo
 3 Imprenditore
 4 Disoccupato
 5 Pensionato
 6 Altro (specificare)

Età

- 1 Fino a 25 anni
 2 Da 26 a 35 anni
 3 Da 36 a 45 anni
 4 Da 46 a 55 anni
 5 Oltre 71 anni

Analisi di customer satisfaction sull'ufficio Verbali – Il servizio sportelli

Gentile Signore/a,

il Comune di Torino sta conducendo un'analisi per valutare la soddisfazione dei servizi offerti alla cittadinanza dagli sportelli dell'ufficio Verbali.

La Sua opinione è per noi preziosa al fine di migliorare il servizio.

Vorremmo pertanto chiederLe di rispondere alle domande contenute in questo questionario.

Il questionario è anonimo e i dati che ci fornirà saranno trattati nel rispetto della legge sulla privacy (D. Lgs. 196/2003).

Non ci sono risposte giuste o sbagliate, ciò che ci interessa è il Suo personale punto di vista.

La preghiamo di compilare il questionario e di restituirlo all'incaricato che agisce per conto del Comune.

1. Quante volte ha utilizzato questo servizio negli ultimi 12 mesi?

Barrare 1 risposta

- È la prima volta
 Da 1 a 5 volte
 Da 6 a 10 volte
 Più di 10 volte

2. In generale, per il buon funzionamento dell'Ufficio Verbali, quanto Lei pensa che siano importanti questi aspetti?

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 (se per Lei è per niente importante) e 5 (se Lei pensa che sia moltissimo importante).

Se non riesce a dire quanto per Lei sono importanti alcuni aspetti, la preghiamo di non indicare nessun numero.

La chiarezza e la completezza delle informazioni date

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La chiarezza e la completezza del materiale informativo in distribuzione

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La preparazione e la competenza del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La gentilezza e la disponibilità del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La coerenza tra informazioni date e servizio effettivamente offerto

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'orario di apertura

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

I giorni di apertura

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il tempo di attesa

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Le modalità di pagamento previste

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La segnaletica interna

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il rispetto della privacy

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'accessibilità dei locali per i disabili

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'accoglienza e il comfort dei locali

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il numero degli sportelli

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

3. Per quale motivo è venuto oggi all'ufficio Verbali?

Barrare al massimo 2 risposte

- Informazioni relative a (specificare)
- Pagamento
- Pratica relativa a un verbale (multa)
- Pratica relativa a una cartella esattoriale
- Ricorso
- Punti patente
- Altro (specificare).....

4. Ora, in base alla Sua esperienza, quanto è soddisfatto dell'ufficio Verbali per quanto riguarda questi aspetti?

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 (se non è per niente soddisfatto) e 5 (se è moltissimo soddisfatto).

Se non riesce a quantificare la Sua soddisfazione su alcuni aspetti, la preghiamo di non indicare nessun numero.

La chiarezza e la completezza delle informazioni date

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La chiarezza e la completezza del materiale informativo in distribuzione

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La preparazione e la competenza del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La gentilezza e la disponibilità del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La coerenza tra informazioni date e servizio effettivamente offerto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'orario di apertura

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

I giorni di apertura

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il tempo di attesa

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Le modalità di pagamento previste

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La segnaletica interna

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il rispetto della privacy

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'accessibilità dei locali per i disabili

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'accoglienza e il comfort dei locali

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il numero degli sportelli

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

5. Le saremmo grati se volesse darci suggerimenti o proposte.

.....
.....

6. Le chiediamo di fornirci alcuni dati anagrafici

Sesso

Maschio Femmina

Anno di nascita

Titolo di studio

- Licenza elementare
- Media inferiore
- Media superiore
- Laurea
- Altro (specificare)

Occupazione

- Operaio/a
- Impiegato/a, Insegnante
- Dirigente, Libero professionista, Imprenditore/trice
- Artigiano/a, Commerciante
- Agricoltore
- Casalinga
- Studente/essa
- Pensionato/a
- Altro (specificare)

Grazie per la cortese collaborazione.

Gentile Signore/a,

il Comune di Torino sta conducendo un'indagine per valutare la soddisfazione del servizio di posta elettronica offerto alla cittadinanza dall'ufficio Verbali.

La Sua opinione è per noi preziosa, al fine di migliorare il servizio.

Vorremmo pertanto chiederLe di rispondere alle domande contenute in questo questionario.

Le risposte sono strettamente confidenziali.

Non ci sono risposte giuste o sbagliate, in quanto ciò che ci interessa è il Suo personale punto di vista.

La preghiamo di compilare il questionario e di restituirlo tramite e-mail

all'indirizzo qualità.poliziamunicipale@comune.torino.it, che è gestito per conto del Comune.

1. Quante volte ha utilizzato il servizio di posta elettronica dell'Ufficio Verbali negli ultimi 12 mesi?

Barrare 1 risposta

- 1 volta
 Da 2 a 5 volte
 Da 6 a 10 volte
 Più di 10 volte

2. In generale, per il buon funzionamento del servizio di posta elettronica dell'Ufficio Verbali, quanto Lei pensa che siano importanti questi aspetti?

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1

(se per Lei è per niente importante) e 5 (se Lei pensa che sia moltissimo importante).

Se non riesce a dire quanto per Lei sono importanti alcuni aspetti, la preghiamo di non indicare nessun numero.

La chiarezza e la completezza delle informazioni date

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La preparazione e la competenza del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La gentilezza e la disponibilità del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La coerenza tra informazioni date e servizio effettivamente offerto

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La riconoscibilità dell'ufficio scrivente

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il tempo di attesa per la prima risposta

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il tempo di attesa per la risposta definitiva

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La gradevolezza della grafica

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La riservatezza dei dati

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

3. Per quale motivo ha contattato l'ufficio Verbali tramite la posta elettronica?

Barrare al massimo 2 risposte

- Informazioni relative a (specificare)
- Pratica relativa a un verbale (multa)
- Pratica relativa a una cartella esattoriale
- Altro (specificare).....

4. Ora, in base alla Sua esperienza, quanto è soddisfatto del servizio di posta elettronica dell'ufficio Verbali?

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 (se non è per niente soddisfatto) e 5 (se è moltissimo soddisfatto).

Se non riesce a quantificare la Sua soddisfazione su alcuni aspetti, la preghiamo di non indicare nessun numero.

La chiarezza e la completezza delle informazioni date

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La preparazione e la competenza del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La gentilezza e la disponibilità del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La coerenza tra informazioni date e servizio effettivamente offerto

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La riconoscibilità dell'ufficio scrivente

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il tempo di attesa per la prima risposta

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il tempo di attesa per la risposta definitiva

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La gradevolezza della grafica

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La riservatezza dei dati

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

5. Di recente, ha frequentato personalmente gli sportelli dell'ufficio Verbali?

- 1 Sì 2 No

vai alla n. 6 vai alla n. 10

Per chi ha risposto "Sì" alla domanda n. 5

6. In quale sede dell'ufficio Verbali si è recato l'ultima volta?

- Corso XI Febbraio
- Via XX Settembre
- Via Druento

7. Quante volte ha utilizzato il servizio di sportello dell'ufficio Verbali negli ultimi 12 mesi?

Barrare 1 risposta

- 1 volta
 Da 2 a 5 volte
 Da 6 a 10 volte
 Più di 10 volte

8. In generale, per il buon funzionamento degli sportelli dell'ufficio Verbali, quanto Lei pensa che siano importanti questi aspetti?

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 ("per niente importante") e 5 ("moltissimo importante").

Se non riesce a dire quanto per lei sono importanti alcuni aspetti, la preghiamo di non indicare nessun numero.

La chiarezza e la completezza delle informazioni date

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La chiarezza e la completezza del materiale informativo in distribuzione

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La preparazione e la competenza del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La gentilezza e la disponibilità del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La coerenza tra informazioni date e servizio effettivamente offerto

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'orario di apertura

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

I giorni di apertura

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il tempo di attesa

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Le modalità di pagamento previste

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La segnaletica interna

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il rispetto della privacy

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'accessibilità dei locali per i disabili

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'accoglienza e il comfort dei locali

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il numero degli sportelli

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

9. Ora, in base alla Sua esperienza, quanto è soddisfatto degli sportelli dell'ufficio Verbali per quanto riguarda questi aspetti?

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 (se non è per niente soddisfatto) e 5 (se è moltissimo soddisfatto).

Se non riesce a quantificare la Sua soddisfazione su alcuni aspetti, la preghiamo di non indicare nessun numero.

La chiarezza e la completezza delle informazioni date

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La chiarezza e la completezza del materiale informativo in distribuzione

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La preparazione e la competenza del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La gentilezza e la disponibilità del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La coerenza tra informazioni date e servizio effettivamente offerto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'orario di apertura

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

I giorni di apertura

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il tempo di attesa

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Le modalità di pagamento previste

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

La segnaletica interna

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il rispetto della privacy

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'accessibilità dei locali per i disabili

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

L'accoglienza e il comfort dei locali

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Il numero degli sportelli

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Per tutti:

10. Le saremmo grati se volesse darci suggerimenti o proposte.

.....
.....

11. Le chiediamo di fornirci alcuni dati anagrafici

Sesso

Maschio Femmina

Anno di nascita

Titolo di studio

Licenza elementare
 Media inferiore
 Media superiore
 Laurea
 Altro (specificare)

Occupazione

Operaio/a
 Impiegato/a, insegnante
 Dirigente, libero professionista, imprenditore/trice
 Artigiano/a, commerciante
 Agricoltore
 Casalinga
 Studente/essa
 Pensionato/a
 Altro (specificare)

Grazie per la cortese collaborazione.

Informativa ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. 196/2003. I dati personali richiesti verranno utilizzati con modalità cartacea/informatica unicamente per gli scopi suddetti e non saranno oggetto di diffusione.

Indagine sulla soddisfazione nei confronti dei mezzi di comunicazione istituzionale

Questionario n.

Data di consegna/...../.....

Data di ritiro/...../.....

*Gentile Signora, egregio Signore,
come Le è stato comunicato in una precedente lettera, il Comune di Trento sta realizzando un'indagine per valutare la soddisfazione dei cittadini nei confronti degli strumenti che la pubblica amministrazione utilizza per rapportarsi con loro e trasmettere loro avvisi, notizie di pubblica utilità e iniziative. Le chiediamo di compilare il questionario e di inserirlo nella busta allegata, che andrà chiusa e riconsegnata al nostro incaricato, che passerà a ritirarla alla data da voi concordata. I dati raccolti saranno trattati in forma anonima ed aggregata, nel rispetto delle normative sulla privacy. Le ricordiamo che può chiedere informazioni presso il servizio Programmazione e controllo (dott. Giorgia Gelmetti 0461-884160).*

Grazie per la gentile collaborazione!

Istruzioni

Prima di proseguire La invitiamo a leggere queste semplici istruzioni per la compilazione del questionario. Nelle domande in cui viene chiesto di esprimere un giudizio su una scala da 1 a 10 è sufficiente barrare il numero o la casella corrispondente:

Esempio:

- 1.1 Su una scala da 1 a 10, quanto ritiene importante essere informato da parte del Comune di Trento circa iniziative, proposte, notizie di pubblica utilità?

Minimo 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **Massimo**

- 1.3 Considerando l'elenco degli strumenti di comunicazione elencati sotto, su una scala da 1 a 10, quanto ritiene interessanti le informazioni che riportano?**

1. *Trento informa* (Rivista periodica)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. *Trento informa* (Trasmissione televisiva)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nelle domande in cui viene chiesto di esprimere il giudizio e l'importanza di determinati argomenti su una scala da 1 a 10 è sufficiente inserire la votazione desiderata nelle rispettive caselle. Si ricorda che il giudizio riguarda una valutazione soggettiva che si dà a quel determinato argomento, mentre con importanza si intende quanto importante si giudica quel determinato aspetto in generale. In queste domande sarebbe utile che il Suo giudizio sia graduato utilizzando voti intermedi, per comprendere le diverse importanze dei vari aspetti.

Esempio:

2.1 Attribuendo un voto da 1 a 10, esprima il Suo giudizio e l'importanza che attribuisce a ciascuno dei seguenti elementi riguardanti *Trento informa*.

Minimo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Massimo
---------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	----------------

1. Chiarezza espositiva

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Approfondimento dei temi trattati

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nelle domande in cui viene chiesto di scegliere tra una lista di argomenti, barrare una sola casella.

Esempio:

1.5 Ha mai utilizzato il sito internet del Comune?

Una sola risposta

- No, non ne ero a conoscenza
- No, ma sono a conoscenza della sua esistenza
- Sì, occasionalmente
- Sì, regolarmente

Per ogni domanda è previsto poi uno spazio per effettuare eventuali commenti (facoltativi).

1. Conoscenza/efficacia

1.1 Su una scala da 1 a 10, quanto ritiene importante essere informato da parte del Comune di Trento circa iniziative, proposte, notizie di pubblica utilità?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....
.....

1.2 Considerando i vari strumenti con i quali il Comune di Trento comunica con i cittadini, con quale frequenza li utilizza?

Barrare la casella corrispondente

1. *Trento informa* (Rivista periodica)

Mai Ogni tanto Sempre Non conosco questo strumento

2. *Trento informa* (Trasmissione televisiva)

Mai Ogni tanto Sempre Non conosco questo strumento

3. *Trento informa* (Trasmissione radiofonica)

Mai Ogni tanto Sempre Non conosco questo strumento

4. *Info Trento* (Trasmissione radiofonica)

Mai Ogni tanto Sempre Non conosco questo strumento

5. *Il Comune Informa* (Inserzioni sui quotidiani)

Mai Ogni tanto Sempre Non conosco questo strumento

6. Sito internet del Comune (Rete civica)

Mai Ogni tanto Sempre Non conosco questo strumento

7. Ufficio relazioni con il pubblico

Mai Ogni tanto Sempre Non conosco questo strumento

Eventuali commenti

.....
.....

1.3 Su una scala da 1 a 10, quanto ritiene interessanti le informazioni che riportano gli strumenti di comunicazione elencati sotto?

Se non li conosce, lasci in bianco

1. *Trento informa* (Rivista periodica)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. *Trento informa* (Trasmissione televisiva)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. *Trento informa* (Trasmissione radiofonica)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. *Info Trento* (Trasmissione radiofonica)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. *Il Comune Informa* (Inserzioni sui quotidiani)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Sito internet del Comune (Rete civica)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Ufficio relazioni con il pubblico

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....
.....

1.4 Su una scala da 1 a 10, quanto ritiene efficaci (ovvero in grado di informare effettivamente il cittadino) le notizie che riportano gli strumenti di comunicazione elencati sotto?

Se non li conosce, lasci in bianco

1. *Trento informa* (Rivista periodica)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. *Trento informa* (Trasmissione televisiva)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. *Trento informa* (Trasmissione radiofonica)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. *Info Trento* (Trasmissione radiofonica)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. *Il Comune Informa* (Inserzioni sui quotidiani)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Sito internet del Comune (Rete civica)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Ufficio relazioni con il pubblico

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....
.....

1.5 Ha mai utilizzato il sito internet del Comune?

Una sola risposta

- No, non ne ero a conoscenza
- No, ma sono a conoscenza della sua esistenza
- Sì, occasionalmente
- Sì, regolarmente

Eventuali commenti

.....
.....

1.6 Per quali motivi utilizza prevalentemente il sito internet del Comune?

Una sola risposta

- 1 Agenda degli appuntamenti (eventi culturali, spettacoli, convegni...)
- 2 Informazioni sui servizi offerti
- 3 Informazioni di carattere storico e/o culturale
- 4 Informazioni sugli orari e le ubicazioni degli uffici
- 5 Informazioni sui servizi offerti a fasce di popolazione specifiche (bambini, anziani, ecc.)
- 6 Ordini del giorno del consiglio comunale
- 7 Informazioni su come ottenere un documento o effettuare una pratica
- 8 Informazioni su bandi di gara e concorsi
- 9 Informazioni sulla gestione e organizzazione finanziarie della pubblica amministrazione (ossia su come vengono spesi i soldi pubblici)
- 10 Informazioni sulla situazione sociale ed economica del territorio
- 11 Altro (precisare).....

Eventuali commenti

.....
.....

1.7 Di solito, in che modo preferisce comunicare con la pubblica amministrazione?

Una sola risposta

- 1 Di persona presso l'ufficio
- 2 Tramite l'Ufficio relazioni con il pubblico
- 3 Per posta
- 4 Per telefono
- 5 Tramite il sito internet
- 6 Per posta elettronica
- 7 Non ho interesse a comunicare

Eventuali commenti

.....
.....

1.8 In generale, come preferirebbe essere informato delle iniziative o dei servizi della pubblica amministrazione?

Una sola risposta

- 1 Con spot su radio o tv
- 2 Con inserzioni su giornali o riviste
- 3 Con materiale stampato e distribuito in uffici o pubblici esercizi
- 4 Con affissione di poster o manifesti
- 5 Con l'invio di materiale stampato per posta
- 6 Con il sito internet
- 7 Con un chiosco elettronico (tipo bancomat)
- 8 Con messaggi di posta elettronica

Eventuali commenti

.....

.....

2. Gradimento

Da questo punto in poi l'interesse della pubblica amministrazione si concentra maggiormente su uno strumento specifico di comunicazione istituzionale, ovvero sia Trento informa. Qualora abbia dichiarato nelle domande precedenti (in particolare alla domanda 1.2), di conoscere Trento informa, Le chiediamo cortesemente di rispondere alle domande successive considerando solo questo strumento, altrimenti passi alla sezione "4. Dati anagrafici".

2.1 Attribuendo un voto da 1 a 10, esprima il Suo giudizio e l'importanza che attribuisce a ciascuno dei seguenti elementi riguardanti Trento informa

2.1.1 Periodico Trento informa in versione cartacea

1. Esposizione chiara degli argomenti

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Approfondimento dei temi trattati

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Interesse suscitato dagli argomenti proposti

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Tempestività nella pubblicazione delle notizie

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. Formato grafico gradevole

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Tempestività nel recapitare il periodico

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Altro

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....

.....

2.1.2 *Trento informa* in versione televisiva

1. Esposizione chiara degli argomenti

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Approfondimento dei temi trattati

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Individuazione del programma all'interno della programmazione delle reti locali

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Formato di presentazione dei servizi

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. Orari di messa in onda

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Altro

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....

.....

2.1.3 Trento informa in versione radiofonica

1. Esposizione chiara degli argomenti

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Approfondimento dei temi trattati

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Interesse suscitato dagli argomenti proposti

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Orari di messa in onda

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. Altro

Giudizio 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Importanza 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....
.....

2.2 Su una scala da 1 a 10, Lei ritiene che la diffusione di notizie di pubblica utilità possa aumentare il gradimento della trasmissione radiofonica *Trento informa*?

1. Condizioni del traffico in tempo reale

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Presenza di cantieri sulle strade

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Presentazione di percorsi alternativi

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Situazioni di emergenza

(ad esempio, come nel caso dei disagi causati dalla nevicata nel mese di marzo)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. Altro

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....
.....

2.3 Con quale delle seguenti affermazioni, relative all'eventuale introduzione di messaggi pubblicitari nel periodico *Trento informa*, si trova d'accordo?

Una sola risposta

- 1 I messaggi pubblicitari non mi danno fastidio
- 2 La presenza di messaggi pubblicitari mi è indifferente
- 3 È meglio concentrare i messaggi in fondo alla pagina o in alcune pagine specifiche per non confondere le notizie con la pubblicità
- 4 Su un giornale della pubblica amministrazione non devono esserci messaggi pubblicitari
- 5 Altro (precisare).....

Eventuali commenti

.....

.....

2.4 Gli ultimi due numeri del periodico *Trento informa* presentano, sul retro della copertina, dei marchi di aziende che sostengono finanziariamente la rivista. Su una scala da 1 a 10, quanto ritiene elemento di disturbo trovare questi marchi?

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....

.....

2.5 Su una scala da 1 a 10, in che misura La disturberebbe trovare le seguenti tipologie di azienda sponsorizzate sul periodico *Trento informa*?

1. Aziende che forniscono servizi di pubblica utilità (Trentino Servizi, Trentino Trasporti,...)

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Banche, istituti di credito, assicurazioni,...

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Aziende che forniscono servizi ai privati

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Aziende commerciali in generale (supermercati, autosaloni,...)

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. Pubblici esercizi (bar, ristoranti,...)

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Altro

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....

.....

2.6 La veste grafica degli ultimi numeri di *Trento informa* (versione cartacea) è stata modificata. In che misura questo cambiamento rende la rivista più interessante per il lettore?

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Non ho notato cambiamenti

Eventuali commenti

.....
.....

2.7 Secondo Lei, quale potrebbe essere il metodo migliore per ricevere la rivista *Trento informa*?

Una sola risposta

- 1 Consegnare la rivista tramite posta (metodo attuale)
2 Consegnare la rivista tramite posta solo a chi ne fa richiesta
3 Mettere a disposizione la rivista nelle sedi comunali e circoscrizionali e presso gli sportelli
4 Renderla disponibile per la consultazione in internet
5 Altro (precisare).....

Eventuali commenti

.....
.....

2.8 Complessivamente, su una scala da 1 a 10, quanto si ritiene soddisfatto dell'attività di comunicazione svolta dal Comune di Trento tramite *Trento informa*?

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....
.....

2.9 Complessivamente, su una scala da 1 a 10, quanto ritiene importante l'attività di comunicazione svolta dal Comune tramite *Trento informa*?

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....
.....

3. Aree di miglioramento

3.1 Attribuendo un voto da 1 a 10, esprima per ognuno degli elementi riportati in seguito l'importanza che attribuisce alla loro presenza in *Trento informa*

1. Agenda degli appuntamenti (eventi culturali, spettacoli, convegni...)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Informazioni sui servizi offerti

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Informazioni di carattere storico e culturale

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Informazioni sugli orari e le ubicazioni degli uffici

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. Informazioni sui servizi offerti a fasce di popolazione specifiche (bambini, anziani, ecc.)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Ordini del giorno del consiglio comunale

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Informazioni su come ottenere un documento o effettuare una pratica

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. Informazioni su bandi di gara e concorsi

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

9. Informazioni sulla gestione e organizzazione finanziarie della pubblica amministrazione (ossia su come vengono spesi i soldi pubblici)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

10. Informazioni sulla situazione sociale ed economica del territorio

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

11. Altro (precisare)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....
.....

3.2 In che misura, secondo Lei, le seguenti iniziative possono essere utili per aumentare l'utilità e il gradimento di *Trento informa*?

1. Anticipare temi di maggiore interesse

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Approfondendo maggiormente alcune tematiche (vedi domanda 3.1)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Fornire notizie in modo più tempestivo

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. Migliorare l'aspetto grafico/la presentazione del prodotto

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. Individuare un marchio/simbolo unico per tutti gli strumenti

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. Lasciando spazio all'opinione dei diversi gruppi politici

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Altro (precisare)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Eventuali commenti

.....
.....

4. Dati anagrafici

A. Sesso

Maschio Femmina

B. Età

1 Fino a 29 anni

2 Da 30 a 39 anni

3 Da 40 a 49 anni

4 Da 50 a 59 anni

5 Da 60 a 69 anni

6 Oltre i 70 anni

C. Numero di componenti del nucleo familiare

1

2

3

4

5 e più

D. Livello di istruzione

- 1 Nessun titolo di studio
- 2 Licenza elementare
- 3 Media inferiore
- 4 Diploma/qualifica di scuola media superiore
- 5 Laurea (anche laurea breve)
- 6 Titolo superiore alla laurea

E. Occupazione attuale

- 1 Studente
- 2 Pensionato
- 3 Casalinga
- 4 In attesa di occupazione
- 5 Lavoratore atipico
- 6 Imprenditore
- 7 Libero professionista
- 8 Dirigente
- 9 Agricoltore
- 10 Artigiano
- 11 Commerciante
- 12 Impiegato
- 13 Insegnante/docente universitario/ricercatore
- 14 Operaio
- 15 Forze dell'ordine
- 16 Altro

F. Zona di residenza (Circoscrizione)

- 1 Gardolo
- 2 Meano
- 3 Bondone
- 4 Sardagna
- 5 Ravina – Romagnano
- 6 Argentario
- 7 Povo
- 8 Mattarello
- 9 Villazzano
- 10 Oltrefersina
- 11 San Giuseppe – Santa Chiara
- 12 Centro storico – Piedicastello

Data di compilazione/...../.....

Sportello

Anagrafe, Urp, Commercio, Urbanistica, Ufficio Casa, Servizi Sociali, Protocollo, Informa Giovani e Lavoro

Buongiorno, stiamo conducendo un'indagine sugli sportelli del Comune di Venaria del Municipio, di Via Goito, di Via Zanellato.

A. Quante volte Le capita di rivolgersi ad uno di questi sportelli?

Quante volte viene a fare delle commissioni in uno dei diversi sportelli Comunali?

- 1 Una volta all'anno
- 2 Almeno due volte all'anno
- 3 Una volta al mese
- 4 Più di una volta al mese
- 5 Altro

B. Ha ottenuto ciò che le serviva allo sportello?

È riuscito a sbrigare oggi la Sua commissione?

- Sì No In parte

Se no perché

.....

.....

.....

.....

C.1 Rispetto alle Sue esigenze, gli orari di apertura dello sportello pensa che siano...

Come reputa gli attuali orari di apertura degli sportelli comunali?

- 1 Soddisfacenti
- 2 Non del tutto soddisfacenti
- 3 Inadeguati
- 4 Altro

C.2 Quale orario di apertura preferirebbe?

- 1 Mattina prima delle 08,00
- 2 Pausa pranzo
- 3 Pomeriggio dopo le 16,00
- 4 Sabato mattina

D. A parte oggi, per quale motivo di solito si reca in Comune?

Di solito, perché va in Comune?

1 Per richiedere informazioni

Dove?

- Presso gli uffici
 Presso l'Urp (Ufficio relazioni col pubblico)

2 Per necessità di documentazione (gestione pratiche varie)

Di quale tipo?

3 Servizio Protocollo

4 Per fare reclami/segnalazioni

Dove?

- Presso gli uffici
 Presso l'Urp (Ufficio relazioni col pubblico)

5 Per parlare con Sindaco/Assessore/Direttore generale/Uffici

Appuntamento

- Sì No

E. Ha trovato facilmente l'ufficio che cercava?

- 1** Sì **2** No **3** Abbastanza facilmente

Gentilmente, l'ultima domanda

F. Dovendo mettere in ordine di importanza questi 4 aspetti ...

La intervistatrice legge le diverse proposte, mentre porge all'interlocutore un foglio contenente l'ingrandimento colorato delle 4 proposte

- 1** La disponibilità e la gentilezza degli operatori
2 Evitare code e perdite di tempo
3 Trovare un ambiente confortevole e riservato
4 La preparazione del personale nel rispondere alle sue richieste

Come li ordinerebbe?

.....

Indicare l'ordine numerico: Es. 4, 2, 1, 3

Dati anagrafici

Sesso

- Maschio Femmina

Età

Occupazione

- Lavoratore dipendente
 Lavoratore autonomo
 Attualmente inoccupato/a
 Pensionato/a

Gentile collega,
stiamo conducendo un'indagine conoscitiva e di customer satisfaction sul personale dipendente Cnr in possesso di indirizzo e-mail e con sede di lavoro nelle aree geografiche Piemonte, Lazio, Sicilia, al fine di migliorare i servizi offerti dall'Ufficio relazioni con il pubblico (Urp).
Le chiediamo cortesemente la Sua collaborazione per la compilazione del seguente questionario.

1. Con quale frequenza si rivolge all'Urp?

- a Una volta a settimana
- b Una volta al mese
- c Una volta ogni tre mesi
- d Mai

2. Attraverso quale mezzo si rivolge all'Urp?

Sono ammesse risposte multiple

- a Sito web
- b Telefono
- c Di persona
- d E-mail

3. Per quali argomenti o servizi consulta l'Urp?

Sono ammesse risposte multiple

- a Struttura organizzativa
- b Nominativi di contatto
- c Informazioni su competenze
- d Normativa
- e Formazione e Lavoro
- f Modulistica
- g Notizie on-line
- h Gare
- i Altro (specificare).....

4. Indichi i bisogni informativi legati alla funzione svolta:

Sono ammesse risposte multiple

- a Finanziamenti
- b Modulistica
- c Contatti
- d Guide su procedure
- e Altro (specificare).....

5. Indichi i Suoi bisogni informativi legati agli eventi della vita lavorativa:

Sono ammesse risposte multiple

- a Assunzione
- b Contratti di lavoro
- c Trattamento economico
- d Stipendi
- e Adempimenti fiscali
- f Mobilità
- g Assistenza
- h Previdenza
- i Collaborazioni
- j Adempimenti di fine rapporto
- k Altro (specificare).....

6. Indichi, in ordine di importanza, quali nuovi servizi dovrebbe promuovere l'Urp del Cnr:

Da 1 a 3 in ordine di priorità

- a Forum di discussione
- b Manuali procedurali
- c Rete intranet
- d Newsletter
- e Altro (specificare).....

7. Legga attentamente i seguenti aspetti, esprima le Sue percezioni di soddisfazione relative ai servizi dell'Urp sotto specificati.

Per ognuno indichi il grado di soddisfazione, da "per niente soddisfatto" a "pienamente soddisfatto", usando le caselle intermedie per graduare meglio i suoi giudizi:

Sono ammesse risposte multiple

- a **Cortesia del personale**
 Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente
- b **Tempestività della risposta**
 Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente
- c **Completezza delle informazioni**
 Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente
- d **Chiarezza di linguaggio**
 Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente
- e **Capacità di farsi carico del problema**
 Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente
- f **Trasparenza delle informazioni**
 Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente
- g **Fruibilità delle informazioni**
 Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

h Chiarezza delle informazioni

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

i Organizzazione delle informazioni

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

l Utilizzo delle informazioni per la Sua attività

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

m Consulenza

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

n Indirizzamento

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

o Comunicazione

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

p Risoluzione delle richieste

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

q Assistenza

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

r Semplificazione delle procedure

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

8 Legga ancora i seguenti aspetti e per ognuno esprima quanto, per lei, sono importanti all'interno di un servizio come questo.

Sono ammesse risposte multiple

a Cortesia del personale

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

b Tempestività della risposta

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

c Completezza delle informazioni

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

d Chiarezza di linguaggio

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

e Capacità di farsi carico del problema

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

f Trasparenza delle informazioni

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

g Fruibilità delle informazioni

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

h Chiarezza delle informazioni

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

i Organizzazione delle informazioni

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

l Utilizzo delle informazioni per la Sua attività

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

m Consulenza

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

n Indirizzamento

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

o Comunicazione

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

p Risoluzione delle richieste

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

q Assistenza

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

r Semplificazione delle procedure

Per niente Poco Sufficiente Molto Pienamente

9. Oltre alle indicazioni che ci ha già dato, ha qualche consiglio per migliorare il servizio?

.....
.....
.....
.....

10. Barri la casella del Suo profilo:

- a Dirigente
- b Ricercatore
- c Tecnologo
- d Funzionario di amministrazione
- e Collaboratore tecnico enti di ricerca
- f Collaboratore di amministrazione
- g Operatore tecnico
- h Operatore di amministrazione
- i Ausiliario tecnico
- j Ausiliario di amministrazione

11. Barri la casella della Sua fascia di età:

- a Meno di 30 anni
- b Da 31 a 40 anni
- c Da 41 a 50 anni
- d Da 51 a 60 anni
- e Oltr 60 anni

12. Barri la casella dell'area geografica di appartenenza:

- Piemonte
- Lazio
- Sicilia

Informativa ai sensi dell'art. 10 della Legge 675/96

La informiamo, ai sensi dell'art. 10 della Legge 31 dicembre 1996 n. 675 recante disposizioni a tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali, che i dati personali da Lei forniti saranno trattati nel rispetto della citata normativa solo per le finalità connesse al questionario e non verranno comunicati a terzi. Il titolare del trattamento è Cnr – Ufficio relazioni con il pubblico con sede in Piazzale Aldo Moro, 7 – 00185 Roma.

Ai sensi dell'art. 13 della Legge n. 675/96, Lei ha il diritto di conoscere in ogni momento, quali sono i suoi dati e come essi vengono utilizzati, di farli aggiornare, rettificare o cancellare, chiederne il blocco ed opporsi al loro trattamento.

Per esercitare i diritti previsti dall'art. 13 della Legge n. 675/96, sopra riassunti, potrà rivolgere richiesta scritta indirizzata a:

Cnr – Ufficio relazioni con il pubblico – Piazzale Aldo Moro, 7 – 00185 Roma.

Il portale del Ministero dell'Interno www.interno.it sta conducendo un'indagine sui clienti interni della propria Amministrazione per testare e migliorare i servizi offerti. Le chiediamo cortesemente di rispondere al seguente questionario.

1. Ha a sua disposizione una postazione lavorativa collegata ad internet?

Sì No

Se si prosegue la compilazione del questionario

2. Con quale frequenza accede al sito?

Nessuna Quotidiana Settimanale Mensile

3. Il portale www.interno.it rappresenta per il dipendente del Ministero dell'Interno uno strumento utile di informazione sulle attività dell'Amministrazione?

Per niente Poco Abbastanza Molto Moltissimo

4. Quanto è soddisfatto dei contenuti delle pagine del portale sotto il profilo:

Completezza delle informazioni

Per niente Poco Abbastanza Molto Moltissimo

Chiarezza del linguaggio

Per niente Poco Abbastanza Molto Moltissimo

Livello dell'aggiornamento

Per niente Poco Abbastanza Molto Moltissimo

Approfondimento tematiche

Per niente Poco Abbastanza Molto Moltissimo

Grafica

Per niente Poco Abbastanza Molto Moltissimo

Orientamento alla ricerca

Per niente Poco Abbastanza Molto Moltissimo

5. In particolare, riguardo all'area *servizi utili* (come fare per, concorsi e bandi di gara, legislazione, newsletter) qual è il suo grado di soddisfazione?

Per niente Poco Abbastanza Molto Moltissimo

6. Quali sono gli argomenti che riterrebbe utile approfondire?

- Sicurezza
- Minori – Anziani
- Stranieri – Immigrazione
- Prefetture Utg
- Fondo edifici di culto
- Organizzazione Ministero Interno
- Pubblica amministrazione
- Europa – Rapporti internazionali
- Vittime terrorismo e criminalità
- Vittime reati di tipo mafioso
- Elezioni
- Cittadinanza
- Pari opportunità
- Racket e usura
- Religioni e Stato
- Soccorso pubblico
- Droga
- Autonomie locali
- Personale – Formazione
- Attività parlamentare

7. Le informazioni riguardanti l'Amministrazione dell'Interno a livello centrale (Viminale) e periferico (prefetture, questure, comandi provinciali dei vigili del fuoco) sono adeguatamente rappresentate sul portale?

Livello centrale

- Sì No

Livello periferico

- Sì No

8. Considera utile avere informazioni su eventi (Anci, Com.P.A., Euro-P.A., Forum P.A., Smau) e su notizie che riguardano la vita dell'Amministrazione Pubblica in genere e non specificamente l'Amministrazione dell'Interno?

- Sì No

9. Ha avuto modo di collaborare con la redazione del portale inviando informazioni, documenti, dati?

- Sì No

In caso affermativo è stato soddisfatto delle modalità di pubblicazione?

- Sì No

10. Suggerimenti per migliorare o incrementare i servizi del portale

.....

.....

.....

.....

11. Specificare la categoria di appartenenza

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Carriera prefettizia
<i>dell'Amministrazione civile dell'Interno</i> | <input type="checkbox"/> Personale contrattualizzato |
| <input type="checkbox"/> Polizia di Stato | <input type="checkbox"/> Vigili del Fuoco |

La ringraziamo per la gentile collaborazione.

Indagine sul grado di soddisfazione

*Gentile utente, le chiediamo un po' del suo tempo per compilare questa scheda.
È importante per noi conoscere il Suo parere, al fine di migliorare il servizio.*

1. Struttura fisica dell'edificio

a Quanto è soddisfatto dell'accessibilità all'ufficio?

- Per niente Soddisfatto Molto

b Quanto è soddisfatto del grado di riservatezza consentito?

- Per niente Soddisfatto Molto

c Quanto è soddisfatto dell'arredamento dell'ufficio?

- Per niente Soddisfatto Molto

Altre osservazioni

.....
.....
.....

2. Qualità della relazione

a Quanto è soddisfatto della capacità di ascolto del personale?

- Per niente Soddisfatto Molto

b Quanto è soddisfatto della cortesia ed attenzione del personale?

- Per niente Soddisfatto Molto

c Quanto è soddisfatto della chiarezza nell'esposizione delle soluzioni?

- Per niente Soddisfatto Molto

Altre osservazioni

.....
.....
.....

3. Qualità dell'erogazione del servizio richiesto

- a Quanto è soddisfatto dei tempi di attesa per essere ricevuti?
 Per niente Soddisfatto Molto
- b Quanto è soddisfatto della competenza degli addetti?
 Per niente Soddisfatto Molto
- c Quanto è soddisfatto della puntualità nell'evasione della richiesta?
 Per niente Soddisfatto Molto

Altro (specificare)

.....

.....

.....

4. Ha chiesto informazioni all'Urp?

Sì No

- a Quanto è soddisfatto della capacità di ascolto del personale?
 Per niente Soddisfatto Molto
- b Quanto è soddisfatto della cortesia ed attenzione del personale?
 Per niente Soddisfatto Molto
- c Quanto è soddisfatto della chiarezza nell'esposizione delle soluzioni?
 Per niente Soddisfatto Molto

Altre osservazioni

.....

.....

.....

5. Se si è recato all'Urp?

Sì No

Direbbe che l'Urp di questa prefettura è:

- a Un ufficio per presentare reclami, proteste e lamentele
- b Un punto di ascolto delle esigenze dei cittadini e di indirizzo per soddisfare i loro bisogni
- c Un ufficio che agevola l'utilizzo di determinare servizi e garantisce il diritto dei cittadini ad essere informati

Altre osservazioni

.....

.....

.....

.....

6. Dati anagrafici

Sesso

- Maschio Femmina

Età

- Fino a 25 anni
 Da 26 a 45 anni
 Da 46 a 65 anni
 Oltre 66 anni

Provenienza

Provincia

Altro

Osservazioni e consigli

.....
.....
.....

La ringraziamo per la cortese collaborazione.

*Si invita l'utente a selezionare la risposta.
Si segnala che la compilazione e l'invio del modulo avvengono in maniera completamente anonima.*

1. Come è venuto a conoscenza del nostro sito?

- Motore di ricerca
- Link su altro sito
- Tramite conoscenti
- Altro (specificare)

2. È la prima volta che visita il sito?

- Sì No

3. Per quale motivo ha visitato il sito?

.....
.....
.....
.....
.....

4. Valutazione di accessibilità

Il testo è facilmente leggibile?

- Sì No

I caratteri sono appropriati?

- Sì No

I collegamenti sono evidenti?

- Sì No

Altre osservazioni

.....
.....

5. Valutazione dei contenuti

Ha trovato ciò che cercava?

Sì No

I testi sono esaustivi?

Sì No

I contenuti sono aggiornati?

Sì No

Altre osservazioni

.....
.....

6. Si è recato personalmente presso gli uffici della Prefettura?

Sì No

Il prefetto risponde

7. Ha utilizzato il servizio *Il Prefetto risponde*?

Sì No

8. Se ha utilizzato il servizio:

Ritiene che il modello su cui ha posto il quesito sia chiaro e di agevole compilazione?

Sì No

Se no perché

9. Ha ricevuto risposta in tempi ragionevoli?

Sì

No

Altro (specificare)

10. Ritiene la risposta ricevuta

Chiara ed esauriente

Insufficiente perché

11. Riterrebbe utile ricevere notizia circa gli aggiornamenti sul sito?

Sì No

12. Notizie anagrafiche del compilatore:

Sesso

- Maschio Femmina

Età

- Fino a 25 anni
 Da 26 a 45 anni
 Da 46 a 65 anni
 Oltre 66 anni

Provenienza

Provincia

Altro

Osservazioni e consigli

.....
.....
.....

La ringraziamo per la cortese collaborazione.

Le risposte al questionario costituiranno un'utile fonte d'informazione sui giudizi, le osservazioni e le attese, contribuendo in tal modo a rendere il servizio sempre più adeguato alle esigenze degli utenti. Una volta compilato, in forma anonima, lo potrà restituire all'Archivio di Gabinetto o inoltrarlo a:

*Prefettura UTG
Ufficio di Statistica
Via Anfiteatro, 6
74100 Taranto*

1. È la prima volta che si reca in prefettura-ufficio territoriale del governo?

- 1 Sì 2 No

Quante volte negli ultimi tre mesi?

2. È a conoscenza dei servizi offerti nelle prefetture-uffici territoriali del governo?

- 1 Sì 2 No

3. È a conoscenza di quale sia l'ufficio (area) che eroga il servizio da lei richiesto?

- 1 Sì 2 No

3.1 Se sì, come è venuto a conoscenza?

- 1 Per caso, non ne conoscevo l'esistenza
 2 Da altre persone/enti
 3 Solo oggi
 4 Negli ultimi tre mesi

4. A quali settori (aree) è maggiormente interessato?

Barrare al massimo 2 risposte

- 1 Ufficio di Gabinetto, Statistica, Servizio sociale, Urp
 2 Ordine e Sicurezza Pubblica
 3 Raccordo con gli enti locali; Consultazioni elettorali
 4 Protezione civile, Difesa civile e Coordinamento del soccorso pubblico
 5 Applicazione del Sistema sanzionatorio amministrativo;
Affari legali, contenzioso e rappresentanza in giudizio – Area IV
 6 Applicazione del Sistema sanzionatorio amministrativo;
Affari legali, contenzioso e rappresentanza in giudizio – Area IV Bis
 7 Diritti civili, Cittadinanza, Condizione giuridica dello straniero, Immigrazione e Diritto d'asilo
 8 Servizio di gestione del personale (Concorsi);
 9 Servizi di contabilità e gestione finanziaria – Economato
 10 Servizi Comuni di amministrazione, Servizi generali e Attività contrattuale.

5. Quale tipo di servizio ha richiesto?

Barrare al massimo 2 risposte

- 1 Presentazione di domande/documenti
- 2 Ritiro moduli
- 3 Richiesta informazioni su avanzamento propria pratica
- 4 Richiesta di informazioni generali
- 5 Certificazioni
- 6 Presa visione o richiesta copia atti
- 7 Legalizzazione di atti o documenti da valere all'estero
- 8 Altro (specificare)

6. Quanto è soddisfatto delle seguenti caratteristiche dell'ufficio?

Se non è in grado di indicare la sua soddisfazione su alcuni aspetti, la preghiamo di non indicare nessun numero

Accessibilità della struttura

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Qualità delle informazioni fornite

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Competenza del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Disponibilità del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Chiarezza della segnaletica indicativa dell'ufficio

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Adeguatezza dell'orario di apertura al pubblico

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

7. La questione per la quale si è rivolto all'ufficio è stata risolta?

- Sì No In parte

8. Come ha percepito il servizio che le è stato fornito?

- Inferiore alle aspettative In linea con le aspettative Superiore alle aspettative

Indipendentemente dalla valutazione del servizio indicare eventuali problemi riscontrati

.....
.....
.....

9. Le saremmo grati se volesse indicare eventuali suggerimenti per migliorare la qualità del servizio offerto.

Eventuale domanda aperta

.....
.....
.....

10. La preghiamo, infine, di fornirci i seguenti dati:

10.1 Sesso

- Maschio Femmina

10.2 Età

- Fino a 18 anni
 Da 18 a 35 anni
 Da 36 a 65 anni
 Oltre 66 anni

10.3 Titolo di studio

- Licenza elementare
 Media inferiore
 Media superiore
 Laurea
 Altro (specificare).....

10.4 Occupazione

- Agricoltore
 Artigiano
 Casalinga
 Commerciante
 Imprenditore
 Dirigente
 Impiegato
 Libero professionista
 Insegnante
 Operaio
 Pensionato
 In attesa prima occupazione
 Studente
 Altro (specificare).....

10.5 Comune di residenza

.....

La ringraziamo per la cortese collaborazione.

Questionario sulla soddisfazione dell'utenza dell'Ufficio relazioni con il pubblico

Data di compilazione/...../.....

Ora

Scheda n.

Gentile Signora/e

per migliorare la qualità del servizio che l'Ufficio relazioni con il pubblico/Ufficio distaccato provinciale di Chiavari offre ai cittadini, abbiamo bisogno anche della Sua preziosa collaborazione.

Ci può aiutare dedicandoci qualche minuto del Suo tempo, rispondendo alle domande che troverà in questa scheda.

Una volta compilato il questionario, che è rigorosamente anonimo, lo potrà depositare nell'apposita cassetta. La ringraziamo per l'attenzione.

1. Con quale frequenza utilizza questo servizio?

Barrare una sola casella

- 1 È la prima volta
- 2 Una volta al mese
- 3 Più volte al mese
- 4 Una volta all'anno

2. Come è venuto a conoscenza dell'esistenza di questo ufficio?

- 1 Per caso, non ne conoscevo l'esistenza
- 2 Da altre persone/enti
- 3 Dalla stampa/pubblicità

3. Per quale motivo prevalente si è rivolto all'Urp/Ufficio distaccato di Chiavari oggi?

Barrare una sola casella

- 1 Presentazione di domande/documenti
- 2 Ritiro moduli
- 3 Richiesta informazioni su avanzamento propria pratica
- 4 Richiesta di informazioni generali
- 5 Richiesta pubblicazioni, depliant, cataloghi, ecc.
- 6 Presa visione o richiesta copia atti

Le chiediamo di esprimere il Suo giudizio sulla qualità del servizio usufruito oggi

4. Quanto è soddisfatto della cortesia dell'impiegata con cui ha parlato?

Barrare una casella

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Molto

5. Quanto è soddisfatto della capacità dell'impiegata di comprendere il suo problema e farsene carico?

Barrare una casella

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Molto

6. Quanto è soddisfatto della capacità dell'impiegata di rispondere alle Sue domande?

Barrare una casella

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Molto

7. Quanto è soddisfatto della chiarezza del linguaggio utilizzato dall'impiegata?

Barrare una casella

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Molto

8. Quanto è soddisfatto dell'adeguatezza del tempo utilizzato dall'impiegata per fornirLe la risposta?

Barrare una casella

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Molto

9. Quanto è soddisfatto della tutela della Sua riservatezza nel corso del colloquio con l'impiegata?

Barrare una casella

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Molto

10. Quanto è soddisfatto della chiarezza della segnaletica indicativa dell'ufficio?

Barrare una casella

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Molto

11. Quanto è soddisfatto dell'adeguatezza dell'orario di apertura al pubblico?

Barrare una casella

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Molto

12. Ha utilizzato modulistica fornita dall'ufficio?

- 1 Sì 2 No

13. Se sì, la modulistica Le è sembrata comprensibile e di semplice compilazione?

- 1 Facile e comprensibile
 2 Abbastanza facile e comprensibile
 3 Complicata e incomprensibile

14. È a conoscenza della possibilità di contattarci telefonicamente al nostro numero verde ?

1 Sì 2 No

15. Ha avuto occasione di contattarci telefonicamente?

1 Sì 2 No

16. Se sì, ritiene che la risposta dell'impiegata con cui ha parlato telefonicamente sia stata

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfacente 4 Molto

17. La questione per la quale si è rivolta/o all'ufficio è stata risolta?

1 Sì 2 No 3 In parte

18. Ha la possibilità di utilizzare un personal computer con accesso a internet?

1 Sì 2 No

19. Se sì, ha avuto occasione di consultare il sito della Provincia di Genova?

1 Sì 2 No

20. Se sì, ha trovato agevole la navigazione?

1 Sì 2 No 3 Abbastanza

21. Ha avuto occasione di scaricare documenti dal sito?

1 Sì 2 No

22. Se sì, l'operazione è stata sufficientemente veloce?

1 Sì 2 No

23. Le chiediamo ora di esprimere la Sua valutazione complessiva sul servizio ricevuto oggi

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Molto

24. Le saremmo grati se volesse indicare i Suoi suggerimenti per migliorare la qualità del servizio offerto.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

25. La preghiamo infine di fornirci i seguenti dati informativi

25.1 Sesso

- 1 Maschio 2 Femmina

25.2 Età

- 1 Fino a 18 anni
 2 Da 18 a 35 anni
 3 Da 36 a 65 anni
 4 Oltre 66 anni

25.3 Titolo di studio

- 1 Scuola dell'obbligo
 2 Media superiore
 3 Laurea

25.4 Occupazione

- 1 Agricoltore
 2 Artigiano
 3 Casalinga
 4 Commerciante
 5 Datore di lavoro/imprenditore
 6 Disoccupato
 7 In attesa prima occupazione
 8 Impiegato
 9 Libero professionista
 10 Operaio
 11 Pensionato
 12 Studente/insegnante
 13 Altro (specificare).....

Comune di residenza

La ringraziamo per la cortese collaborazione.

Centro impiego di

La Provincia di Siena, dopo l'istituzione dei nuovi Centri per l'Impiego, vuole conoscere il suo giudizio sulla qualità dei servizi offerti.

Questa indagine ha come unico scopo il miglioramento del servizio ed i dati da essa ricavati saranno gestiti in maniera anonima ed elaborati per uso statistico.

Le siamo molto riconoscenti se vorrà dedicare qualche minuto del suo tempo per rispondere al presente questionario. Grazie per la collaborazione.

Barrare la risposta selezionata

1. È la prima volta che utilizza questo servizio?

- 1 Sì 2 No
vai alla n. 2 vai alla n. 4

2. Com'è venuto a conoscenza di questo servizio?

Barrare al massimo due risposte

- 1 Internet
 2 Operatore Centro Impiego
 3 Volantini, brochure, manifesti
 4 Quotidiani/riviste
 5 Altri uffici
 6 Passaparola
 7 Non so
 8 Altro (specificare).....

3. Per quali di questi servizi è venuto in questi uffici?

Barrare al massimo due risposte

- 1 Informazione e documentazione
 2 Servizi Amministrativi
 3 Preselezione
 4 Consulenza su contratti ed incentivi

4. Con che frequenza utilizza il servizio?

Barrare una sola casella

- 1 1 o più volte alla settimana
 2 2-3 volte al mese
 3 1 volta al mese
 4 1 volta ogni 2-3 mesi
 5 Più raramente
 6 Non so, non quantificabile

5. Di seguito sono riportati alcuni aspetti del servizio.

In relazione alla sua recente esperienza, per ciascuno di essi dovrebbe indicare il grado di soddisfazione con una scala da 1 (per niente soddisfatto) a 5 (molto soddisfatto).

5.1 Orari di apertura dell'ufficio

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.2 Tempi di attesa

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.3 Chiarezza delle informazioni ricevute

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.4 Correttezza delle informazioni

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.5 Semplicità della modulistica

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.6 Tempestività della risposta

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.7 Nuovi canali d'informazione

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.8 Cortesia del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.9 Competenza professionale del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.10 Disponibilità ad ascoltare

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.11 Accoglienza dei locali

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.12 Facilità di accesso (interno/esterno)

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.13 La disponibilità del personale di seguire personalmente il cliente

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.14 La flessibilità del personale nel capire le esigenze dei clienti e sforzarsi di soddisfarle

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

5.15 Del servizio in generale

1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

6. Di seguito dovrebbe riportare, scelti tra i 15 aspetti del quadro precedente, i 5 che Lei considera più importanti, dal più importante (casella 1) al meno importante (casella 5).

Indicare un solo numero per casella.

- Casella 1 Casella 2 Casella 3 Casella 4 Casella 5

7. In quest'ultimo anno ha usufruito dei servizi del Centro?

- 1 Sì 2 No
vai alla n. 8 vai alla n. 11

8. Di quali servizi ha usufruito?

Barrare al massimo due risposte

- 1 Informazione e documentazione
 2 Servizi amministrativi
 3 Preselezione
 4 Consulenza su contratti ed incentivi

9. Qual è il suo giudizio sui nuovi servizi offerti, quanto sei soddisfatto (utilizzando la stessa scala)?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

10. Se Lei dovesse dare un voto agli aspetti dei servizi di cui ha usufruito, che voto darebbe a: (da 1 "per niente soddisfatto" a 5 "molto soddisfatto").

10.1 Informazione e documentazione

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

10.2 Servizi Amministrativi

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

10.3 Preselezione

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

10.4 Consulenza su contratti ed incentivi

- 1 Per niente 2 Poco 3 Soddisfatto 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto 6 Non so

11. Quali sono a suo parere gli aspetti dei servizi che dobbiamo migliorare per aiutarla nel suo percorso di ricerca del personale?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Alcuni dati statistici

Sesso

- Maschio Femmina

Età

- Da 14 a 24 anni
 Da 25 a 34 anni
 Da 35 a 44 anni
 Da 45 a 54 anni
 Da 55 a 64 anni
 Non risponde

Titolo di studio

- Nessun titolo
 Licenza elementare
 Media inferiore
 Media superiore
 Laurea
 Non risponde

Settore attività dell'azienda

Numero dei dipendenti attualmente in forza

La ringraziamo per la cortese collaborazione.

Data/...../.....

Indichi il livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio e il suo grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Dimensione fisica

Facilità di accesso

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Efficacia della segnaletica interna per raggiungere il servizio

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Orari di accesso al pubblico

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Accoglienza e comfort degli ambienti

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Presenza spazi per la consultazione

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Presenza di servizi igienici

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Dimensione relazionale

Cortesia degli operatori

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Competenza del personale

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Chiarezza del linguaggio

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Riservatezza e rispetto della privacy

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Dimensione tecnica

Tempestività delle risposte

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Risposte esaurienti

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Informazioni sui servizi

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Adeguatezza materiale informativo

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Disponibilità di modulistica

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Uso di più canali di comunicazione

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Gratuità del servizio

Livello delle aspettative riposte prima di accedere al servizio

Molto Abbastanza Poco Per niente

Grado di soddisfazione rispetto al servizio ricevuto

Molto Abbastanza Poco Per niente

Quanto è soddisfatto?

Attribuisca una valutazione complessiva al servizio offerto.

Molto Abbastanza Poco Per niente

Indichi eventuali suggerimenti e proposte sui seguenti aspetti

Dimensione fisica

.....
.....

Dimensione relazionale

.....
.....

Dimensione tecnica

.....
.....

Dati anagrafici

Sesso

- Maschio Femmina

Età

- Fino a 24
 Da 25 a 32 anni
 Da 33 a 40 anni
 Oltre 40 anni

Cittadinanza

- Italiana
 Straniera
 Barrare se extracomunitario

Titolo di studio

- Licenza elementare
 Media inferiore
 Media superiore
 Laurea

Occupazione

- Lavoratore dipendente
 Rapporto di collaborazione
 Studente
 Fuori contratto
 Disoccupato
 Altro (specificare).....

Data/...../.....

Il questionario non deve essere firmato.

I dati contenuti sono strettamente anonimi.

La ringraziamo per la cortese collaborazione.

Questionario sul grado di soddisfazione degli ospiti della Ccsa "Nicola Basile"

Gentile Signore/a,

L'Amministrazione è sempre stata molto sensibile all'analisi dei servizi erogati, per migliorare la qualità della vita dei residenti.

Per poter procedere alla valutazione del grado di qualità raggiunto nell'erogazione dei Servizi all'interno della Casa di riposo comunale, si richiede la Sua collaborazione finalizzata alla compilazione del presente questionario.

Pertanto, Le chiediamo di voler dedicare pochi minuti del suo tempo per rispondere a queste semplici domande. Le sue risposte saranno riservate e ci aiuteranno a capire meglio qual è il valore percepito dall'utenza nei confronti del servizio della Casa di riposo.

RingraziandoLa per la cortesia dimostrata, Le assicuriamo che i risultati dell'indagine saranno resi noti a tutti, ed in particolare agli ospiti e ai loro familiari.

Alessandria, 10 marzo 2004

L'assessore ai Servizi sociali

Il sindaco

Città di Alessandria

Casa comunale di soggiorno per anziani "Nicola Basile"

Via Tortona, 71 Alessandria

Tel. 0131 25.41.66 / 25.41.65

Fax 0131 25.48.71

ccsa@comune.alessandria.it

Residenza assistenziale – Residenza assistenziale flessibile

Prima parte. Anagrafica

1. Sesso

Maschio Femmina

2. Età

Fino a 65 anni
 Da 66 a 80 anni
 Oltre 81 anni

3. Da quanto tempo risiede presso la Ccsa?

Meno di 1 anno
 Da 1 anno a tre anni
 Oltre tre anni

4. Come ha deciso di entrare presso la Ccsa?

Spontaneamente
 Consigliato dai famigliari
 Convinto dai famigliari

5. Quando era giovane che lavoro faceva?

- Casalinga
- Agricoltore
- Operaio
- Impiegato
- Altro

6. Qual è la sua provenienza geografica

Indicare la provincia

7. Ha ancora dei parenti in vita?

- Sì No

Indicare il grado di parentela

Seconda parte. Struttura

1. Come valuta i rapporti con la segreteria della Ccsa.?

- Insufficienti Sufficienti Buoni Ottimi

2. Come valuta l'aspetto della Casa?

- Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

3. Come valuta la pulizia dei locali?

- Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

4. Come valuta l'arredamento dei locali?

- Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

5. Come valuta gli spazi comuni?

- Insufficienti Sufficienti Buoni Ottimi

6. Si ricorda quante volte puliscono la sua camera durante la settimana?

.....

7. Come valuta la temperatura ambientale interna nelle varie stagioni?

- Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

Terza parte. Servizi vari

1. Come valuta il servizio infermieristico?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

2. Come valuta il servizio di assistenza?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

3. Come valuta il servizio di lavanderia?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

4. Come valuta il servizio di animazione?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

5. Come valuta la risposta da parte del personale sulle sue necessità?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

6. Come valuta la professionalità del personale della Ccsa?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

Quarta parte. Ristorazione

1. Come valuta nel suo complesso la ristorazione?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

2. Come valuta la distribuzione dei pasti?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

3. Come valuta la qualità del cibo servito?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

4. Come valuta l'orario dei pasti?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

5. Come valuta la varietà dei piatti proposti?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

6. Si ricorda cosa ha mangiato di buono ieri ?

.....

7. In questa settimana ha integrato i pasti con cibi portati da casa o acquistati?

Sì No

8. Ha proposte da fare?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Quinta parte. Varie

1. Da quando è Ospite della Ccsa si sente

- Più tranquillo Solo Come prima

2. Da quando è Ospite della Ccsa i suoi familiari vengono

- Sempre Poco Mai

3. Secondo Lei quale è il giudizio complessivo della Ccsa dato dai suoi parenti?

- Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

4. Come giudica l'accoglienza ricevuta alla Ccsa (per le persone entrate negli ultimi mesi)?

- Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

5. Come considera i suoi rapporti con gli altri ospiti?

- Insufficienti Sufficienti Buoni Ottimi

6. Quante volte alla settimana i suoi parenti vengono a trovarla?

.....

7. Quanta parte del suo tempo trascorre abitualmente fuori la Ccsa?

Indicare il numero di ore giornaliere

.....

8. Quale è il suo giudizio complessivo della Ccsa?

- Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

Data della somministrazione del questionario/...../.....

Tempo per la somministrazione del questionario

Nominativo e qualifica di chi ha somministrato il questionario

.....
.....

Nominativo dell'ospite

.....

Reparto

.....

Altre note

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

*Città di Alessandria
Casa Comunale di soggiorno per anziani "Nicola Basile"
Via Tortona, 71 Alessandria
Tel. 0131 25.41.66 / 25.41.65
Fax 0131 25.48.71
ccsa@comune.alessandria.it
Residenza Assistenziale – Residenza Assistenziale flessibile*

Prima parte. Anagrafica

1. Lei è

- Figlio/a
- Coniuge
- Fratello
- Amico

2. Sesso

- Maschio
- Femmina

3. Come ha conosciuto la Ccsa?

- Da amici
- Dai giornali
- Altro (specificare).....

4. Come ha deciso l'ospite di entrare in casa di riposo?

- Spontaneamente
- Consigliato dai familiari
- Convinto dai familiari

5. Ogni quanto tempo si reca dall'ospite?

- Tutti i giorni
- Una o più volte a settimana
- Mensilmente
- Una, due volte l'anno

Seconda parte. Struttura

1. Come valuta i rapporti con la Segreteria della Ccsa?

Insufficienti Sufficienti Buoni Ottimi

2. Come giudica il tempo d'attesa dell'ammissione?

Accettabile Eccessivamente lungo

3. Come giudica il momento dell'accoglienza alla Ccsa?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

4. Le informazioni sull'organizzazione della Ccsa che Lei ha ricevuto al momento dell'accoglienza sono state:

Insufficienti Sufficienti Buone Ottime

5. Come valuta la possibilità di ottenere dal personale di assistenza informazioni relative al suo familiare?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

6. Come valuta l'aspetto della Casa?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

7. Come valuta la pulizia dei locali?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

8. Come valuta l'arredamento dei locali?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

9. Come valuta gli spazi comuni?

Insufficienti Sufficienti Buoni Ottimi

Terza parte. Servizi vari

1. Come valuta il servizio infermieristico?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

2. Come valuta il servizio di assistenza?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

3. Come valuta il servizio di animazione?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

4. Come valuta il servizio di lavanderia?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

5. Come valuta la risposta da parte del personale sulle sue necessità?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

6. Come valuta la professionalità del personale della Ccsa?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

Quarta parte. Ristorazione

1. Come pensa che valuti l'ospite, nel suo complesso, la ristorazione?

Insufficiente Sufficiente Buona Ottima

2. L'ospite si è mai lamentato della distribuzione dei pasti?

Sì No Qualche volta

3. E della qualità dei cibi?

Sì No Qualche volta

4. E dell'orario dei pasti?

Sì No Qualche volta

5. E della varietà dei piatti proposti?

Sì No Qualche volta

6. Ha proposte da fare al riguardo?

.....
.....

Quinta parte. Varie

1. Da quando il Suo familiare è ospite della Ccsa Lei si sente

Più tranquillo Solo Come prima

2. Il Suo familiare da quando è ospite della Ccsa si sente

Più tranquillo Solo Come prima

3. Come giudica gli orari di apertura al pubblico

Adeguali Inadeguati Non so

4. Secondo Lei quale è il giudizio complessivo della Ccsa dato dall'ospite?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

5. Quale è il suo giudizio complessivo della Ccsa?

Insufficiente Sufficiente Buono Ottimo

Data della somministrazione del questionario/...../.....

Tempo per la somministrazione del questionario

Nominativo e qualifica di chi ha somministrato il questionario

.....
.....

Nominativo del familiare

.....

Ospite

.....

Altre note

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Indagine per valutare la soddisfazione del servizio di trasporto scolastico offerto

Gentile utente,

il Comune di Ozzano dell'Emilia sta conducendo una indagine per valutare la soddisfazione del servizio di trasporto scolastico offerto.

La Sua collaborazione è per noi preziosa, Le chiediamo pertanto di rispondere alle domande contenute in questo questionario.

La preghiamo di restituire il questionario entro il/...../..... rispedendolo al Comune tramite la busta già affrancata che alleghiamo, oppure consegnandolo direttamente all'Urp:

Comune di Ozzano dell'Emilia – Via Repubblica 10

(orari di apertura: lunedì dalle 8.00 alle 18.30, dal martedì al venerdì dalle 8.00 alle 13.00,

sabato dalle 8.00 alle 12.00).

La informiamo che il seguente questionario è anonimo, non deve essere firmato e che le risposte ottenute saranno ritenute strettamente confidenziali, non esistono risposte giuste o sbagliate, per noi è estremamente importante conoscere la Sua reale opinione sulla qualità del servizio reso.

I risultati di questa indagine saranno resi noti sul sito internet del Comune e verranno trasmessi a tutte le famiglie coinvolte.

Le chiediamo di indicare con una crocetta la risposta che ritiene più opportuna.

Nel questionario le verrà chiesto quanta importanza attribuisce agli argomenti elencati e, per gli stessi argomenti, quanto è soddisfatto del servizio di trasporto scolastico del Comune di Ozzano dell'Emilia.

La ringrazio per la collaborazione e Le invio i migliori saluti.

1. La presenza di un servizio di accompagnamento sullo scuolabus

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

2. La sicurezza dei bambini sullo scuolabus

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

3. La puntualità dello scuolabus

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

4. La professionalità degli autisti di scuolabus

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

5. I tempi di permanenza dei bambini sullo scuolabus per giungere a scuola

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

6. La disponibilità degli scuolabus per le gite scolastiche

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

7. La disponibilità di tutte le informazioni necessarie per usufruire del servizio di trasporto scolastico

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

8. Il pagamento di una retta adeguata per usufruire del servizio

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

9. La pulizia degli scuolabus

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

10. La presenza di ausili per disabili sugli scuolabus

Quanto è importante

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Quanto sono soddisfatto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Esprima un giudizio finale di soddisfazione complessiva del servizio di trasporto scolastico:

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Molto 5 Moltissimo

Indichi, se vuole, alcuni suggerimenti per migliorare il servizio di trasporto scolastico:

.....
.....

Dati anagrafici di chi effettua la compilazione

Sesso

- Maschio Femmina

Età

Titolo di studio

- Licenza elementare
 Media inferiore
 Media superiore
 Laurea
 Altro

Genitore di bambino/i che frequenta

Indicare anche più di una crocetta se si hanno più figli che frequentano scuole diverse

- Scuola materna
 Scuola elementare
 Scuola media

Indagine per conoscere le cause della mancata fruizione del servizio di trasporto scolastico

Gentile genitore,

il Comune di Ozzano dell'Emilia sta conducendo una indagine per conoscere le cause della mancata fruizione del servizio di trasporto scolastico.

La Sua collaborazione è per noi preziosa, Le chiediamo pertanto di rispondere alle domande allegate.

La preghiamo di restituire il questionario entro il/...../..... rispedendolo al Comune tramite la busta già affrancata che alleghiamo, oppure consegnandolo direttamente all'Urp:

Comune di Ozzano dell'Emilia – Via Repubblica 10

(orari di apertura: lunedì dalle 8.00 alle 18.30, dal martedì al venerdì dalle 8.00 alle 13.00, sabato dalle 8.00 alle 12.00).

La informiamo che il seguente questionario è anonimo, non deve essere firmato e che le risposte ottenute saranno ritenute strettamente confidenziali, non esistono risposte giuste o sbagliate.

I risultati di questa indagine saranno resi noti sul sito internet del Comune.

Le chiediamo di indicare con una crocetta la risposta che ritiene più opportuna

Indichi la/le motivazioni per cui non usufruisce del trasporto scolastico

- Abito vicino alla scuola in cui è iscritto mio/a figlio/a
- Abbiamo la possibilità di accompagnare personalmente nostro/a figlio/a a scuola
- Ci sono amici, nonni o parenti disponibili per accompagnare il/la bambino/a a scuola
- Ritengo gli orari dello scuolabus non adeguati alle mie esigenze
- Ritengo che il tempo di permanenza dei bambini sullo scuolabus per il tragitto casa/scuola sia eccessivo
- Ritengo la retta del servizio troppo onerosa
- Avrei la necessità di usufruire del servizio solo all'andata o solo al ritorno ma so che la retta del servizio non viene differenziata
- Altro (specificare).....

Dati anagrafici di chi effettua la compilazione

Sesso

- Maschio
- Femmina

Età

Titolo di studio

- Licenza media inferiore
- Media superiore
- Laurea
- Altro

Genitore di bambino/i che frequenta/no

Indicare anche più di una crocetta se si hanno più figli che frequentano scuole diverse

- Scuola materna
- Scuola elementare
- Scuola media

*Gentile Signore/Signora,
Le chiediamo di voler dedicare qualche minuto del suo tempo per compilare questo semplice questionario che potrà, in forma anonima, inserire nell'apposita urna disponibile all'uscita del convegno.
Il Suo gentile contributo sarà un prezioso aiuto per migliorare il servizio offerto.*

Prima parte

1. È residente a Corbetta?

Sì No

2. Come è venuto a conoscenza del convegno?

Possibile più di una risposta

- 1 Invito
- 2 Giornale comunale
- 3 Uffici comunali
- 4 Sito internet del comune
- 5 Amici e conoscenti
- 6 Giornali locali
- 7 Depliant e manifesti
- 8 Altro (specificare)

3. In relazione alla promozione di uno sviluppo ecosostenibile del territorio, quanto ritiene importante l'argomento proposto?

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

4. In relazione all'organizzazione dei convegni, quanto si ritiene soddisfatto rispetto ai seguenti aspetti?

Ubicazione

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

Adeguatezza ambienti

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

Puntualità

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

Cortesia del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

5. In relazione agli interventi dei relatori, quanto si ritiene soddisfatto rispetto ai seguenti aspetti?

Chiarezza linguaggio

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

Completezza informazione

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

Competenza

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

Qualità presentazione

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

Materiale fornito

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

6. Ritiene che ci siano degli argomenti trattati nel convegno che meriterebbero ulteriori approfondimenti?

- Sì No

7. Se sì, quali?

8. Nel complesso quanto si ritiene soddisfatto del convegno?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

9. Oltre ai temi trattati quest'anno, quali di questi argomenti vorrebbe venissero affrontati nei convegni culturali della prossima edizione?

Possibile più di una risposta

- 1 I prodotti biologici
 2 L'impatto ambientale dei mezzi di trasporto: i mezzi di trasporto ecologici
 3 La raccolta differenziata dei rifiuti: trattamento e recupero
 4 Altri metodi naturali per la cura del corpo

5 Altro (specificare).....

10. Ha qualche altro suggerimento da darci?

.....
.....

Seconda parte

Questa parte del questionario, sul tema della partecipazione, è rivolta esclusivamente ai cittadini residenti. Coloro che non rientrassero in questa categoria possono concludere la compilazione del questionario completando i soli dati statistici.

11. Ha già letto o sentito parlare del Progetto Partecipazione, promosso dall'Amministrazione comunale, che affronta il tema del Bilancio Partecipativo?

- Sì No In parte

12. Se sì, ne conosce i contenuti?

- Sì No

13. In caso di risposta affermativa, come valuta l'iniziativa?

Possibile più di una risposta

- 1 È una iniziativa utile per conoscere l'opinione dei cittadini sulle scelte di bilancio dell'Amministrazione
- 2 È una iniziativa utile per individuare un ordine di priorità di spesa il più possibile condiviso dalla collettività
- 3 È una iniziativa inutile perché ho già espresso le mie scelte al momento delle elezioni e credo che questo sia sufficiente
- 4 È una iniziativa inutile perché non avrà conseguenze concrete
- 5 Altro (specificare).....

14. Quanto ritiene importante per il cittadino la possibilità di *partecipare* alla costruzione del Bilancio del Comune, esprimendo opinioni su problematiche o argomenti specifici?

- 1 Per niente 2 Poco 3 Abbastanza 4 Molto 5 Moltissimo

15. Oltre a comitati di frazione e quartiere, consulte ed associazioni, potrebbe suggerire altre *parti* rappresentative da invitare al tavolo di discussione del Progetto?

Indicare quali

.....

.....

.....

16. In generale quali dei seguenti strumenti ritiene più utili per il cittadino per esprimere un'opinione sulle scelte dell'Amministrazione comunale?

Possibile più di una risposta

- 1 Assemblea pubblica
- 2 Forum on line
- 3 Indagine per rilevare il grado di soddisfazione dell'utenza
- 4 Altro (specificare).....

Dati statistici

Sesso

- Maschio Femmina

Età

Professione

.....

La ringraziamo per la cortese collaborazione.

Biblioteca

1. Quante volte nell'ultimo anno sei andato in biblioteca a Pegognaga?

- Più di 10 volte Da 5 a 10 volte Fino a 4 volte Mai
vai alla n. 2

2. Perché?

- Preferisco comprare e conservare i libri
 Non mi piace leggere
 Non conosco il servizio
 Gli orari non sono adeguati alle mie esigenze
 Frequento altre biblioteche

Perché

3. Pensi di tornarci?

- Sì No
vai alla n. 4

4. Perché?

- Non ho trovato ciò che cercavo
 Non ho avuto adeguata assistenza
 Non ho trovato un ambiente idoneo
 Altro (specificare)

5. Che cosa hai cercato in biblioteca a Pegognaga?

- Romanzi o libri in genere per svago
 Materiale per studio e ricerche
 Guide turistiche
 Riviste
 Videocassette
 Uno spazio per studiare
 Cd rom
 Altro (specificare)

6. Hai trovato quello che cercavi?

- Sempre Quasi sempre A volte Mai

7. Ora esprimi un giudizio sull'orario di apertura della biblioteca di Pegognaga

- Ottimo Buono Sufficiente Scarso Pessimo

Teatro

8. Quante volte nell'ultimo anno sei andato al Teatro Anselmi di Pegognaga?

- Più di 4 volte Fino a 4 volte Mai
vai alla n. 9

9. Perché?

- Il biglietto costa troppo
 Non conosco la programmazione
 Gli spettacoli del cartellone non mi interessano
 Non sono riuscito/a a prenotare
 Frequento altri teatri

Perché

10. Qual è il genere di spettacolo che ti piacerebbe vedere a teatro?

- Concerti di musica classica
 Concerti jazz o blues
 Concerti gospel
 Concerti rock acustico
 Balletto classico
 Danza moderna (jazz, funky, hip hop)
 Musical (*Grease, Sette spose per sette fratelli, Full Monty...*)
 Testi classici (Pirandello, Goldoni, Eduardo De Filippo, Molière...)
 Spettacoli di compagnie locali non dialettali (Teatro Magro, Campogalliano, Palcaccio, Zero Beat, Teatro all'Improvviso...)
 Cabaret (gruppo di Zelig, Paolo Hendel, Enrico Bertolino...)
 Teatro sperimentale
 Altro (specificare)

11. Sapresti citare due spettacoli che hai visto?

.....
.....

Informagiovani

12. Quante volte nell'ultimo anno sei andato all'Informagiovani di Pegognaga?

- Più di 10 volte Da 5 a 10 volte Fino a 4 volte Mai
vai alla n. 15 vai alla n. 15 vai alla n. 15 vai alla n. 13

13. Perché?

- Non conosco il servizio
 Non ne ho avuto bisogno
 Non cerco lavoro
 Altro (specificare)

14. A quali informazioni e servizi elencati alla domanda 17 e 18 saresti maggiormente interessato?

.....
.....

15. Pensi di tornarci?

- Sì No
vai alla n. 16

16. Perché?

- Non ho trovato ciò che cercavo
 Non ho avuto adeguata assistenza
 Non ho trovato un ambiente idoneo
 Altro (specificare)

17. Quali di queste informazioni hai cercato all'Informagiovani?

- Volontariato (campi di lavoro estivi, servizio civile, associazioni locali e loro attività)
 Turismo (guide ostelli, alberghi economici, vacanze a tema: naturalistiche, culturali, sportive...) in Italia e all'estero
 Cultura e tempo libero (corsi di lingue, informatica, sport, teatro, concerti, mostre)
 Estero (lavoro, studio, viaggi)
 Lavoro (offerte di lavoro e indirizzi utili per la ricerca autonoma del lavoro, concorsi, lavori estivi)
 Scuola formazione (scuole superiori, università, corsi regionali)

18. Di quali servizi hai usufruito all'Informagiovani?

- Musicoteca
 Internet Point

19. Come hai conosciuto il servizio Informagiovani?

- Tramite la scuola media
 Sono stato contattato per l'orientamento universitario
 Tramite passaparola
 Vedendo bacheche esterne, insegne, ecc.....
 Altro (specificare)

20. Hai trovato le informazioni e i servizi che cercavi?

- Sempre Quasi sempre A volte Mai

21. Ora esprimi un giudizio sull'orario di apertura del servizio

- Ottimo Buono Sufficiente Scarso Pessimo

Altre iniziative culturali

22. Quali di queste iniziative promosse dal Comune conosci?

- Corso di archeologia
- Corso di storia della fotografia
- Corso di narrazione e scrittura
- Finestra sul Festival Letteratura
- Pegorock
- Concerti estivi
- Cinema estate
- Serate di cultura musicale presso Musicoteca
- Laboratori teatrali presso Casbah
- Laboratori musicali presso Musicoteca

23. A quali hai partecipato?

- Corso di archeologia
- Corso di storia della fotografia
- Corso di narrazione e scrittura
- Finestra sul Festival Letteratura
- Pegorock
- Concerti estivi
- Cinema estate
- Serate di cultura musicale presso Musicoteca
- Laboratori teatrali presso Casbah
- Laboratori musicali presso Musicoteca

24. Quali altre iniziative che conosci vorresti che fossero realizzate a Pegognaga?

- Artisti di strada (buskers)
- Visite guidate a mostre
- Corsi di storia dell'arte
- Cinema invernale
- Corso di enologia
- Corsi di pittura, disegno, acquerello ecc.
- Altro (specificare)

Dati dell'intervistato

Sesso

- Maschio
- Femmina

Età

- Da 18 a 21 anni
- Da 22 a 24 anni
- Da 25 a 27 anni

Titolo di studio

- Elementare
- Media inferiore
- Media superiore
- Diploma universitario
- Laurea
- Specializzazione post-laurea

Occupazione

- Studente
- Studente lavoratore
- In cerca di occupazione
- Lavoratore dipendente
- Lavoratore autonomo
- Altro (specificare).....

Possessore di un personal computer

- Sì
- No

Possessore di un personal computer con collegamento a internet

- Sì
- No

Note particolari

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Questionario sulla soddisfazione dell'utenza dell'ufficio Invalidi civili

Ambiente e personale

1. Ha trovato ospitale la sede dell'ufficio?

Molto Abbastanza Poco Per niente

2. Come è stato accolto dal personale?

Molto Abbastanza Poco Per niente

3. Il personale è stato in grado di soddisfare le sue richieste?

Sì No In parte

Modulistica e assistenza

4. La modulistica fornita dall'ufficio era chiara?

Molto Abbastanza Poco Per niente

5. Per la compilazione della modulistica ha chiesto assistenza?

Sì No

6. In caso affermativo, a chi?

- Al personale
- Ai patronati
- A parenti
- Amici

7. Qualora si sia rivolto ai patronati, ne è rimasto soddisfatto?

Molto Abbastanza Poco Per niente

Tempi di attesa

8. Dopo la consegna della modulistica all'ufficio, quanto ha atteso per ricevere il provvedimento di concessione?

Più di 1 anno Più di 6 mesi Più di 3 mesi Meno di 3 mesi

9. Ritiene che il provvedimento sia stato emesso:

- Con notevole ritardo
- Nei tempi giusti
- Rapidamente

Riepilogo

10. Secondo Lei cosa occorre migliorare dell'ufficio?

È possibile barrare più caselle

- L'ambiente
- L'atteggiamento del personale
- La competenza del personale
- La chiarezza della modulistica
- La collaborazione con i patronati
- I tempi di attesa

Sesso

- Maschio Femmina

Età

Data/...../.....

Questionario d'indagine rivolto ai genitori degli alunni della scuola materna comunale

Scuola materna comunale paritaria.....

*Gentile Genitore, il Comune di Catania sta realizzando un sondaggio per verificare il livello qualitativo del servizio attualmente fornito dalla Scuola Materna Comunale.
Ai fini della buona riuscita dell'indagine, saremmo lieti di potere avere le Sue opinioni, sincere e oggettive, sui rapporti instaurati con il servizio e sulla qualità dello stesso.*

1. Da quanto tempo Suo figlio/a frequenta questa scuola?

- Un anno Due anni Tre anni

2. Come ha conosciuto questa scuola?

- Quotidiani
 Passaparola
 Ufficio Urp del Comune
 Ufficio scuola materna comunale
 Altro (specificare)

3. Quanto si sente soddisfatto dell'assistenza ricevuta dal personale comunale addetto, durante la fase dell'iscrizione?

- Per niente Poco Mediamente Abbastanza Molto

4. Le chiediamo di indicare, con un punteggio compreso tra 1 (per niente soddisfatto) a 5 (molto soddisfatto), la Sua soddisfazione sul Servizio Scuola Materna, relativamente agli aspetti sotto elencati

Quanto è soddisfatto rispetto a:

4.a Informazioni sul servizio

a.1 Informazione ricevuta

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

a.2 Chiarezza di linguaggio

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

a.3 Modulistica chiara

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

a.4 Capacità di far conoscere il servizio

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

4.b Immagine del servizio

b.1 Riconoscibilità della scuola

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

b.2 Riconoscibilità del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

b.3 Affidabilità del personale scolastico

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

b.4 Coerenza tra informazioni date e servizio effettivamente offerto

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

4.c Rapporto con il personale

c.1 Accoglienza

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

c.2 Cortesia del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

c.3 Disponibilità all'ascolto

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

c.4 Capacità di farsi carico del problema

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

c.5 Competenza del Personale docente

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

c.6 Competenza del Personale Operatore Scolastico

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

4.d Attività educative

d.1 Quanto è soddisfatto dell'informazione ricevuta sull'attività didattica svolta durante l'anno scolastico?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

d.2 Quanto è soddisfatto della valenza educativa delle attività realizzate da Suo/a figlio/a?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

d.3 Quanto ritiene importanti per la formazione del suo bambino i progetti realizzati con il supporto di personale specializzato?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

d.4 Quanto si sente coinvolto nel suo ruolo di genitore nelle varie attività realizzate durante l'anno scolastico?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

4.e Organizzazione e struttura

e.1 Se usufruisce del servizio mensa, quanto si ritiene soddisfatto?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

e.2 Se non usufruisce di tale servizio, quanto sarebbe importante per Lei goderne, consapevole che l'orario d'uscita verrebbe prorogato alle ore 15,30?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

e.3 Quanto ritiene adeguata nel complesso, la struttura della scuola?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

e.4 Quanto valuta adeguato l'arredamento della classe?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

e.5 Come giudica la disponibilità del materiale didattico e audiovisivo?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

e.6 Come giudica attrezzati gli spazi ludici interni e/o esterni?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

e.7 Come giudica il livello di pulizia della scuola?

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Abbastanza 5 Molto

5. Oltre alle caratteristiche/servizi citati, desidera suggerire ulteriori aspetti che Lei considera importanti?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Dati anagrafici

Sesso

- Maschio Femmina

Età

- Fino a 25 anni
- Da 26 a 35 anni
- Da 36 a 46 anni
- Oltre 46 anni

Titolo di studio

- Licenza elementare
- Media inferiore
- Media superiore
- Università
- Altro (specificare)

Occupazione

- Lavoratore dipendente
- Lavoratore autonomo
- Imprenditore
- Disoccupato
- Pensionato
- Altro (specificare)

La ringraziamo per la cortese collaborazione.

Il questionario che Le proponiamo è anonimo.

I dati raccolti saranno utilizzati per migliorare i servizi offerti dal Comune.

Le chiediamo di indicare con un numero da 1 a 5 l'importanza che attribuisce ad ogni frase.

La ringraziamo per la collaborazione.

1. I servizi del Comune aperti al pubblico, devono disporre di mezzi informatici rapidi, efficaci e funzionanti

Poco importante

1 2 3 4 5

Molto importante

2. La segnaletica degli uffici deve essere chiara e completa per consentire una prima informazione su tutti i servizi offerti e loro ubicazione

Poco importante

1 2 3 4 5

Molto importante

3. Gli addetti ai servizi ai cittadini, devono comunicare i tempi necessari per il procedimento e rispettarli

Poco importante

1 2 3 4 5

Molto importante

4. Gli impiegati devono garantire la continuità dei servizi ai cittadini e la certezza delle risposte, anche quando manca la persona addetta

Poco importante

1 2 3 4 5

Molto importante

5. Gli impiegati devono fornire con rapidità il servizio ai cittadini

Poco importante

1 2 3 4 5

Molto importante

6. Gli impiegati devono avere le conoscenze e le competenze necessarie per rispondere a tutte le domande dei cittadini

Poco importante

1 2 3 4 5

Molto importante

7. Il servizio deve prevedere la possibilità per i cittadini di evidenziare criticità, lamentele e reclami

Poco importante 1 2 3 4 5 Molto importante

8. Il personale deve essere efficiente e trasparente nelle operazioni

Poco importante 1 2 3 4 5 Molto importante

9. Gli impiegati devono essere educati, cordiali, elastici e pazienti con i cittadini

Poco importante 1 2 3 4 5 Molto importante

10. Gli impiegati devono capire le esigenze specifiche dei cittadini

Poco importante 1 2 3 4 5 Molto importante

Le chiediamo di distribuire un totale di 100 punti tra le cinque voci riportate sotto in base alla loro importanza. La preghiamo di verificare che la somma dei punti assegnati dia un totale di 100.

1. L'aspetto delle strutture fisiche, delle attrezzature, del personale e delle forme di comunicazione utilizzate dall'ufficio.

Punti

2. La capacità degli impiegati di fornire il servizio promesso in modo affidabile, preciso e continuativo.

Punti

3. La disponibilità degli impiegati ad aiutare i clienti e a fornire loro con rapidità e tempestività il servizio.

Punti

4. Le conoscenze e le abilità degli impiegati nell'erogazione del servizio e la loro capacità di infondere fiducia e sicurezza.

Punti

5. La capacità degli addetti al servizio di immedesimarsi nel cliente al fine di fornirgli un'assistenza sollecita e individualizzata.

Punti

Totale 100

Quali sono gli aspetti delle attività di comunicazione e dei servizi ai cittadini ed alle imprese che ritiene prioritari?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Quali sono gli aspetti delle attività di comunicazione e dei servizi ai cittadini ed alle imprese che non La soddisfano e che, secondo Lei, andrebbero migliorati?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.3 La raccolta dei dati: alcuni accorgimenti

Per avere indicazioni rispetto alla raccolta dei dati realizzata da ogni amministrazione, e per riflettere insieme sui vantaggi e sulle criticità delle soluzioni operative scelte, è stato distribuito ad ogni partecipante questo schema di sintesi.

Scelta metodologica fatta	Vantaggi delle scelte metodologiche fatte	Criticità delle scelte metodologiche fatte	Possibili azioni correttive per le prossime esperienze
1. Destinatari dell'indagine			
2. Come è formato il campione			
3. Scelta del metodo			
4. Chi ha distribuito il questionario			
5. Numero questionari distribuiti*			
6. Numero di questionari con risposta*			
7. Come sono stati raccolti i questionari*			
8. Numero di interviste effettuate**			
9. Tempi di rilevazione			
10. Sede/i di rilevazioni			

* In caso di autocompilazione
** In caso di intervista

Dall'esame degli schemi compilati emergono considerazioni interessanti e piccoli accorgimenti che può essere utile tenere in considerazione fin dalla progettazione dell'indagine.

1. Rispetto ai destinatari dell'indagine in molti sottolineano, come aspetto critico, il fatto che sono state ascoltate, attraverso i questionari, solamente alcune tipologie di utenti. In pochi esprimono la necessità di sentire anche gli utenti potenziali; la maggioranza ritiene di dover allargare l'indagine ad altre fasce di utenza, per esempio coloro che utilizzano i servizi dell'ufficio indagato non attraverso lo sportello ma attraverso canali differenti (telefono, internet).
2. Rispetto alla composizione del campione coloro che hanno realizzato indagini sui front-office rilevano una criticità comune: la difficoltà di tipizzare gli utenti del servizio e di calcolarne la numerosità nel corso dell'anno, per definire chi intervistare e in quali tempi. I servizi di front-office, infatti, sono fra quelli che hanno popolazione mobile per cui è difficile estrarre casualmente da una lista predefinita un'unità da intervistare (campione casuale semplice). Ci sono criteri scientifici per decidere come, quante e quali

persone devono rispondere al questionario ma la selezione su base statistica è decisamente complicata⁴. Questa è una criticità che si risolve con un costante monitoraggio⁵ dell'utenza nel corso dell'anno, da parte degli uffici, e con la collaborazione di un esperto statistico. L'alternativa è quella di avere informazioni che non possono rappresentare l'intero universo. Sono informazioni comunque utili ma non si può dire di aver compreso che cosa ne pensano gli utenti, tutti gli utenti, della qualità del servizio. Questa riflessione vale anche quando il questionario viene veicolato on line attraverso la Rete perché anche in questo caso i rispondenti si autoselezionano e non si può comporre un campione rappresentativo⁶.

3. Come abbiamo già rilevato sopra, in seguito all'analisi dei disegni delle indagini, la maggioranza delle amministrazioni ha optato per l'autocompilazione del questionario. Questa scelta, dettata in genere dalla semplicità del metodo (dovuta spesso alla mancanza di competenze specifiche di analisi statistica oppure ai costi), ha però un limite importante da sottolineare: nel caso il campione si autoseleziona. Ciò significa che rispondono al questionario e lo riconsegnano, solamente alcuni, e non tutti, gli utenti del servizio e, con buona probabilità, le caratteristiche di coloro che si sono autoselezionati non corrisponderanno alle caratteristiche generali degli utenti di quel servizio. Questa mancanza di rigore nella fase della scelta e della selezione di coloro che dovranno essere intervistati crea problemi di rappresentatività delle informazioni raccolte. La risposta a un questionario somministrato in questo modo, infatti, è un atto di fiducia dell'utente nei confronti dell'amministrazione. La presenza degli intervistatori aiuta, invece, nella definizione di un campione casuale: in questo caso, infatti, i soggetti da intervistare si possono facilmente individuare sulla base di una griglia di unità temporali e aree spaziali predefinite, per esempio si può decidere di intervistare uno ogni 3, 5 o 10 utenti che si presentano allo sportello⁷. Inoltre, chi ha scelto di far rispondere a domande relative sia alla soddisfazione che all'importanza rileva l'effettiva difficoltà, per l'utente, di distinguere le une dalle altre. Sembra utile, anche sulla base delle esperienze fatte, anticipare la batteria di domande sull'importanza e far seguire quelle sulla soddisfazione.
4. Per favorire la compilazione e la consegna dei questionari (specie quelli autocompilati), in diversi casi è stata prevista la presenza di stagisti o di personale dedicato. Chi ha affidato all'esterno l'indagine ha utilizzato il personale dell'agenzia o società di ricerca per la compilazione dei questionari. In questo secondo caso le amministrazioni ritengono che ci sia un aspetto critico legato alla perdita di *know how* e indicano come correttivo a questa criticità una maggiore partecipazione alle diverse fasi dell'indagine da parte del personale interno. L'utilizzo di soggetti esterni, però, ha anche alcuni vantaggi: garantisce l'anonimato, non crea problemi di per-

4. Per questi aspetti metodologici si rimanda al Manuale *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche*, alle pagg. 61-70 e, con particolare riferimento ai front-office, alle pagg. 130-137, dove si trovano tre esempi, che prendono spunto da esperienze realizzate, di calcolo della dimensione del campione e della successiva proiezione dei risultati sull'universo.

5. Il monitoraggio dell'utenza comporta la registrazione di ogni contatto tra utente e front-office raccogliendo informazioni relative all'utente: genere, età, titolo di studio, ecc. e tipologia di richiesta fatta allo sportello.

6. Alcune riflessioni riguardo l'autocompilazione on line si trovano alle pagg. 127-129 del Manuale *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche*.

7. Si veda sopra, il paragrafo 2.2.2 dove vengono presentati esempi di istruzioni date agli intervistatori.

dita di tempo al personale dell'amministrazioni e consente di avere tutte le competenze che servono. C'è un aspetto negativo anche nel coinvolgimento dei colleghi (specialmente di quelli del servizio indagato) perché sentendosi sotto esame possono modificare, durante l'indagine, i loro comportamenti. Chi ha previsto che la consegna del questionario fosse fatta dall'operatore di sportello ha rilevato che alcuni operatori non erano solerti nella distribuzione. Questo comportamento dipende, secondo le amministrazioni, dal limitato coinvolgimento di queste persone nell'indagine. L'azione correttiva, per le esperienze successive dovrà essere allora quella di comunicare e sensibilizzare maggiormente tutti gli attori coinvolti.

5. Il problema principale legato al numero di questionari distribuiti e raccolti riprende la criticità indicata al punto 2. In particolare per i front-office, perché per questi servizi è difficile sapere quali sono i flussi di utenza e, quindi, decidere quanti questionari distribuire e quanti raccoglierne.
6. Anche per quanto riguarda il numero di questionari raccolti la criticità è la stessa indicata ai punti 2 e 5.
7. Chi ha utilizzato un questionario autocompilato ha, in genere, previsto che la restituzione avvenisse immediatamente, prima di lasciare l'ufficio. Per la restituzione sono state predisposte delle urne che, pare, sono particolarmente apprezzate se trasparenti. Laddove era presente personale dedicato, la consegna di questionari compilati è stata più alta. Anche nei casi di servizi alla persona, nei quali gli utenti indagati hanno rapporti quotidiani e di fiducia nei confronti del personale e, in generale, della struttura, la riconsegna dei questionari non è stata affatto un problema. Più complicata, invece, la situazione di chi ha previsto la consegna e il ritiro dei questionari a domicilio. Anche la restituzione dei questionari compilati via Internet mostra qualche problema, nonostante gli utenti, nei casi specifici, fossero stati precedentemente sensibilizzati. In generale, allora, si può dire che la richiesta di compilare immediatamente il questionario, all'uscita dall'ufficio, e la presenza attiva o vigilante di personale ad hoc o di osservatori facilitano la compilazione e la riconsegna dei questionari.
8. Nel caso delle interviste alcune amministrazioni rilevano che l'utilizzo di personale interno può condizionare chi risponde. Le soluzioni immaginate sono due: utilizzo di personale interno ma di altro ufficio oppure utilizzo di personale esterno. Comunque sia, si ritiene che una formazione più accurata possa aiutare soprattutto il personale interno ad uscire dal proprio ruolo di dipendente dell'ente e ad entrare di più in quello dell'intervistatore. In caso di collaborazione da parte di colleghi di altri uffici (qualcuno ha coinvolto per le interviste i colleghi dell'urp) emerge un problema legato al tempo che queste persone impegnano in attività che esulano dal loro lavoro. Anche dalle esperienze di chi ha utilizzato intervistatori emerge una costante: è necessario formare in modo adeguato

to gli intervistatori e aiutarli a svolgere al meglio il lavoro loro assegnato.

9. Per quanto riguarda i tempi della rilevazione, la difficoltà principale emerge nei servizi di front-office perché, come detto al punto 2, non è semplice stabilire quale sia il periodo dell'anno migliore per realizzare l'indagine. Inoltre, chi ha utilizzato Internet ha dovuto allungare un po' i tempi previsti per la compilazione dei questionari, sollecitando le risposte.
10. Infine, fra coloro che hanno indagato i front-office, in molti ritengono vantaggiosa la scelta di realizzare interviste o di sottoporre il questionario immediatamente dopo la prestazione allo sportello anche se qualcuno evidenzia il rischio che ciò influenzi i comportamenti degli operatori di sportello. Per evitare questa possibile influenza, molti ritengono di dover procedere alla compilazione del questionario fuori dagli ambienti in cui si trovano gli operatori.

3.4 L'interpretazione dei risultati e le prime idee di cambiamento

La fase finale di elaborazione ed interpretazione dei dati non è stata banale per le amministrazioni. In molti hanno utilizzato programmi *excel* o *access* per l'inserimento e l'elaborazione dei dati, calcolando medie o percentuali senza particolari incroci tra variabili, spesso appoggiandosi ad altri uffici o utilizzando competenze interne: la statistica, équipe di sociologi, psicologi, ecc.

Ma che cosa è emerso di interessante da queste indagini? In realtà, non è stato possibile operare un confronto sistematico fra i dati raccolti per via della loro disomogeneità; tuttavia abbiamo tentato un'analisi complessiva a partire dai grafici, dalle tabelle e dalle considerazioni prodotte dalle amministrazioni stesse.

Serve, però, una premessa importante alle osservazioni che seguono, una considerazione preliminare da tenere presente in fase di analisi dei risultati: i servizi che le amministrazioni hanno messo sotto la lente sono probabilmente quelli che, bene o male, funzionano. Questa scelta, incoraggiata anche da noi, è motivata in parte dalla situazione particolare che si è venuta a creare all'interno del Cantiere di innovazione, per cui le amministrazioni hanno avuto la possibilità di misurarsi con un percorso complesso, per alcuni veramente nuovo, ma in un contesto *protetto*. Per questo spesso sono stati scelti i servizi meno problematici, anche per acquisire con più facilità un metodo da utilizzare, nel tempo, su altri servizi.

Analizzando i risultati ottenuti dalle amministrazioni che hanno portato a termine le indagini scopriamo che gli aspetti più critici dei servizi sembrano essere le strutture, la manutenzione e la pulizia, mentre pare sempre meno problematica la relazione tra gli operatori, di sportello o di servizio, e gli utenti. In generale, infatti, i cittadini si ritengono piuttosto soddisfatti della relazione con il personale e della

cortesie con cui vengono accolti e trattati. Sono mediamente soddisfatti della chiarezza e della completezza delle informazioni date e del materiale informativo, mentre i tempi di attesa rimangono, in diversi contesti, una criticità.

Dai front-office arriva, però, un diffuso scontento sulla capacità e sulla possibilità che gli operatori di sportello hanno di incidere e risolvere i problemi posti dagli utenti. Da alcuni *focus group* emergono metafore interessanti relative, in modo particolare, all'ufficio relazioni con il pubblico *specchietto per le allodole* e *addormentapopoli*, che mostrano le perplessità dei cittadini rispetto a questo ufficio. Si teme, insomma, che sportelli di questo tipo servano per tranquillizzare i cittadini mentre, invece, all'interno dell'ente continua a sopravvivere una certa resistenza al cambiamento.

Inoltre, i cittadini stanno sviluppando una maggiore sensibilità al tema della privacy e indicano alle amministrazioni la necessità di avere ambienti e spazi che consentano una maggiore tutela della riservatezza, specie in uffici dove si trattano temi particolari come la ricerca di un lavoro, una situazione di salute o il pagamento dei tributi.

Un altro elemento interessante è la diffusa difficoltà che alcune tipologie di utenti hanno nel trovare i servizi a cui rivolgersi i quali però, una volta sperimentati, offrono prestazioni ritenute soddisfacenti. Ci sono servizi che non sono facilmente reperibili da parte dei cittadini: per esempio, l'ufficio informazione turistica che i turisti non trovano, oppure l'ufficio che ha il compito di offrire informazioni per trovare lavoro che si trova in una parte della città distante dal centro e difficilmente raggiungibile, ecc.

A questo si aggiunge un altro aspetto: prendendo in considerazione le analisi realizzate dalle amministrazioni e ascoltando le testimonianze rese nel corso dei diversi incontri del Cantiere di innovazione, si scopre che spesso i servizi oggetto di indagine hanno potenziali non conosciuti dagli utenti. In molti casi, infatti, le amministrazioni hanno lavorato o investito in miglioramenti di vario tipo (orari degli sportelli più lunghi, nuove tecnologie utilizzate per offrire nuovi servizi, progetti di semplificazione, investimenti strutturali, ecc.) ma i cittadini non se ne rendono conto.

Perché non se ne rendono conto? Questo può dipendere dal fatto che le attese dei cittadini aumentano al progressivo migliorare dei servizi. In quei contesti dove la qualità media dei servizi, anche pubblici, è alta i cittadini sono meno sensibili a miglioramenti che reputano, in qualche modo, scontati. In alcuni casi, invece, questo può significare che le innovazioni di servizio vengono progettate senza partire dalle reali esigenze degli utenti bensì da idee di miglioramento che nascono per imitazione o per ragioni varie (per esempio, creare un ufficio tributi in un *open space* può essere un errore perché le persone non vogliono parlare di argomenti che reputano delicati, in presenza di estranei. Oppure, non è detto che la faticosa organizzazione di eventi culturali all'interno di una biblioteca interessi necessariamente i frequentatori abituali se, per esempio, questi sono lì per leggere il gior-

nale oppure per studiare). Altro fattore che può portare il cittadino a non rendersi conto dei cambiamenti in atto è una generale scarsa conoscenza, anche da parte degli utenti abituali, dei processi di erogazione dei servizi. A tutti questi problemi si possono trovare, di volta in volta, diverse soluzioni da supportare, con criterio e metodo, attraverso la comunicazione.

I tempi del Cantiere di innovazione hanno consentito alle amministrazioni di concludere l'indagine e di definire alcune primissime idee di miglioramento dei servizi. Si tratta, nella maggior parte dei casi, di idee ancora abbozzate che, però, offrono già utili indicazioni.

Anzitutto va detto che il problema principale, che accomuna praticamente tutti i partecipanti, è quello di realizzare miglioramenti poco costosi o, addirittura, *a costo zero*. Questo vale in modo particolare per i front-office, e con buona probabilità questa necessità è data dal fatto che i servizi non hanno grosse disponibilità economiche e talvolta anche una scarsa legittimazione da parte dell'intera organizzazione.

Ciò limita la possibilità di realizzare i cambiamenti strutturali che sono, in genere, quelli economicamente più onerosi. Sono invece più diffuse le idee di modifiche legate agli aspetti organizzativi direttamente gestiti dal servizio e che non prevedono esborsi economici: miglioramento della segnaletica, modifica degli orari di apertura, miglioramento della modulistica dal punto di vista del linguaggio e dell'organizzazione grafica dei contenuti, semplificazione delle procedure (per esempio di quelle del pagamento).

Alcuni pensano di fare più attenzione all'uso della tecnologia: il sito Internet, la posta elettronica, la firma digitale, ecc. Questo riguarda, in modo particolare, coloro che hanno destinato l'indagine a utenti specifici, come, per esempio, le altre amministrazioni oppure professionisti, ecc.

Anche sulla base delle indicazioni date da certe tipologie di utenza, le amministrazioni ipotizzano modalità con cui rendere costante ed aggiornata anche la semplice informazione (spesso normativa), che può facilitare lo svolgimento delle loro attività; inoltre prevedono di approntare servizi specifici anche on line.

Un'idea di miglioramento piuttosto diffusa è quella di rivedere i contenuti e le modalità di alcune collaborazioni funzionali al buon funzionamento del servizio: contenuti delle convenzioni, dei capitolati di appalto, nel caso di servizi mensa, servizi trasporto, ecc. In alcuni casi, invece, si prevede di rivedere o rinforzare i rapporti e le collaborazioni con altre amministrazioni (per esempio la collaborazione con urp comunali da parte delle province, definizione di contenuti diversi nel rapporto Asl-Comune per la gestione associata delle informazioni, ecc.).

Nei casi in cui i tempi di attesa sono stati indicati come una questione problematica, alcune amministrazioni pensano di acquistare strumenti o tecnologie per la gestione delle code non avendo la possibilità di avere altro personale e, quindi, di aprire altri sportelli. Altre, invece, pensano di poter gestire questo problema attraverso l'uso della Rete, aumentando i servizi on line, soprattutto per certe fasce di utenti.

4. Conclusioni

A questo punto non ci resta che esprimere, a valle di quanto già detto, alcune considerazioni conclusive circa l'esperienza maturata all'interno del Cantiere di innovazione dedicato alla *customer satisfaction*.

Prima di tutto è importante sottolineare una grossa criticità legata al **metodo**: quando si ricorre ad un'indagine di *customer satisfaction*, pare che il problema principale delle amministrazioni sia la definizione della dimensione del campione e i costi conseguenti. In realtà non è così, poiché il problema centrale è la qualità dell'informazione che si ottiene e non la quantità. In ogni caso, il dimensionamento ottimale del campione non è un problema semplice e va risolto secondo regole e dettami specifici.

Dobbiamo rilevare, quindi, una diffusa carenza di competenze nelle amministrazioni per quanto riguarda la conduzione di un'indagine secondo criteri scientifici. Questo riguarda tanto le competenze statistiche che quelle riferite alla metodologia della ricerca sociale.

Attraverso il Cantiere di innovazione si è cercato di mostrare concretamente alle amministrazioni che non ci si può improvvisare e che l'acquisizione di competenze passa anche dallo studio e dall'utilizzo di conoscenze diverse, interne o esterne che siano. Per questo abbiamo cercato di lavorare, insieme alle amministrazioni, non solamente sugli aspetti metodologici ma anche sul processo da governare per il buon svolgimento di un'indagine.

Siamo certi che, in seguito a questa esperienza, coloro che hanno partecipato al Cantiere di innovazione non avranno più, se mai l'hanno avuta, l'idea che realizzare un'indagine di *customer satisfaction* si limiti alla predisposizione di un questionario e alla creazione di qualche grafico.

Da questo punto di vista, ci pare rilevante che all'interno di molte amministrazioni abbiano lavorato équipe composte da personale di diversi uffici. In particolare, in quelle realtà più grandi dove sono intervenute le funzioni di staff (ufficio statistica, controllo di gestione, ufficio qualità, staff del direttore generale, ecc.) questa sperimentazione è servita anche per consolidare un metodo, oltre che un gruppo di lavoro, che verrà poi utilizzato anche per la realizzazione di indagini relative ad altri servizi dell'amministrazione.

La scelta di lavorare in équipe, oltre tutto, può facilitare l'attuazione del cambiamento e del **miglioramento dei servizi**, altro aspetto critico di molte indagini di *customer satisfaction* realizzate dalle amministrazioni pubbliche. Infatti, nelle amministrazioni in cui le funzioni di staff hanno affiancato i servizi di *line*, con buona probabilità si proseguirà il lavoro d'équipe funzionale all'attuazione delle idee di miglioramento. Molte amministrazioni hanno dichiarato in aula di voler realizzare le idee di miglioramento attraverso progetti, partecipati dai colleghi, per il cambiamento dei servizi, ma hanno anche espresso la loro difficoltà nel gestire questo tipo di dinamiche, per mancanza di competenze specifiche: come individuare delle priorità tra le tante indicazioni emerse dalle indagini? chi coinvolgere nella definizione dei progetti di miglioramento? ecc.

Il lavoro svolto all'interno del Cantiere di innovazione ha aperto, insomma, nuovi spazi di confronto e di approfondimento che le amministrazioni potranno gestire anche grazie alla socializzazione e agli scambi di esperienze avvenuti nel corso dei seminari e durante la convention finale¹.

Una leva organizzativa sicuramente importante ai fini dell'attuazione del miglioramento dei servizi è la comunicazione, nei due momenti dell'ascolto e dell'informazione.

In particolare, per quanto riguarda il tema dell'**ascolto** dell'utenza, dal nostro punto di osservazione privilegiato ci siamo resi conto che i cittadini hanno voglia di parlare con le amministrazioni e di essere coinvolti direttamente. Chi ha organizzato *focus group* sostiene che praticamente tutti gli invitati hanno accettato di buon grado e chi non ha potuto partecipare ha già confermato la sua adesione per prossimi gruppi. I cittadini non amano, invece, essere disturbati a casa attraverso il telefono (questo anche per via del gran numero di telefonate finalizzate alle vendite che, negli ultimi anni, è aumentato in modo esponenziale). Questa attitudine alla partecipazione deve far riflettere sulla fiducia che, specie in alcuni contesti territoriali, i cittadini hanno nei confronti delle istituzioni pubbliche. Ciò responsabilizza le amministrazioni che devono cercare di essere all'altezza delle aspettative dei cittadini rispondendo in modo puntuale e trasparente ai loro bisogni. Inoltre richiede alle amministrazioni che le attività di ascolto non siano fini a sé stesse ma abbiano una reale funzione nel miglioramento dei servizi e, perché no, nella definizione e nella valutazione delle politiche pubbliche.

D'altra parte l'ascolto è una fase importante del processo di comunicazione, che può essere particolarmente utile non solamente per acquisire informazioni, ma anche per erogarne aumentando, per esempio, la conoscenza che gli utenti hanno dei servizi pubblici (dove si trovano, cosa offrono, come sono organizzati, ecc.).

A questo proposito, possiamo dire che la **comunicazione** è una leva fondamentale per la diffusione di una diversa cultura del servizio. D'altra parte, in certe situazioni, come detto anche in precedenza, è evidente che uno dei limiti del servizio è la sua capacità di farsi

1. È utile segnalare che quei soggetti intermedi che hanno come *mission* istituzionale il sostegno all'innovazione amministrativa (per esempio le Regioni e le Province nei confronti delle amministrazioni dei loro territori) oppure, per esempio, le Scuole pubbliche, possono utilmente tenere conto di queste criticità emerse praticamente a tutti i livelli e in tutte le amministrazioni e possono farvi fronte adottando progetti ad hoc oppure percorsi formativi. Un esempio in questa direzione è la Regione Emilia Romagna che ha avviato un progetto di supporto alle amministrazioni emiliano-romagnole che si chiama *Team di innovazione* (<http://www.regione.emilia-romagna.it/urp/operatori/team/cosasono.htm>). Uno di questi è dedicato al tema della *customer satisfaction* e replica, a livello regionale, il Cantiere di innovazione nazionale avvalendosi dei materiali e delle esperienze già maturate ed offrendo un ruolo di guida alle amministrazioni esperte del territorio (fra queste, quelle che hanno preso parte al Cantiere di innovazione nazionale). In questo modo, quindi, la Regione può diventare un nodo territoriale che diffonde e supporta l'acquisizione e la diffusione di conoscenza.

conoscere e di farsi apprezzare. Le amministrazioni hanno una precisa responsabilità in questo senso. Certo, è impensabile (e forse neppure corretto) realizzare campagne di comunicazione per un semplice cambio di orario, ma è altresì impensabile non strutturare una comunicazione strategica per consentire ai cittadini di cogliere le tante opportunità che le amministrazioni pubbliche offrono. Si pensi, per esempio agli Informagiovani, ai Centri per l'impiego, ai servizi di prevenzione delle Asl, a tutto il sistema scolastico, ai servizi sociali, alle biblioteche, ma anche a tutte quelle amministrazioni, centrali e non, che hanno un ruolo rilevante di supporto e di indirizzo nei confronti delle altre amministrazioni. Ci sono asimmetrie informative che vanno ridotte per far crescere il senso di cittadinanza e per tutelare i diritti e le opportunità di tutti.

Si auspica, allora, che le amministrazioni diventino sempre più capaci di comunicare in modo strategico e finalizzato, sia nella fase dell'ascolto che in quella dell'informazione. Anche per questo i nuovi Cantieri di innovazione² sono dedicati, fra gli altri, al tema dei *piani di comunicazione* e a quello dei *processi decisionali inclusivi* – processi che prevedono cioè la partecipazione attiva di soggetti titolari e interessati alle specifiche decisioni pubbliche – con l'intento di supportare le amministrazioni sia nella progettazione di una comunicazione coerente con le strategie organizzative, che nel coinvolgimento, con tecniche particolari, dei vari *portatori di interesse*.

E per finire, vorremmo provare a riflettere sul valore che la *customer satisfaction* può avere per le amministrazioni pubbliche.

Il lavoro proposto alle amministrazioni si è concentrato esclusivamente sui servizi; l'indagine di *customer satisfaction* è stata proposta come uno degli strumenti finalizzati all'ascolto, utile a comprendere in che modo il cittadino percepisce ciò che gli viene offerto e quali sono, eventualmente, alcune delle esigenze che non trovano risposta attraverso quel servizio, in coerenza con i compiti istituzionali dell'ente.

E sono proprio i compiti istituzionali dell'ente che devono guidare l'amministrazione nell'operare le scelte strategiche di miglioramento o innovazione dei servizi, di fronte ai dati quantitativi che segnano la soddisfazione o l'insoddisfazione dei cittadini. Per tradurre questo concetto con un esempio concreto: anche se gli utenti di una biblioteca che sono stati intervistati dichiarano di non utilizzare in modo assiduo laboratori e prodotti multimediali disponibili nelle sale della biblioteca, la scelta di offrire questi servizi e questi prodotti a tutta la cittadinanza può rimanere, per la biblioteca, la risposta strategica ad un bisogno della popolazione, evidentemente non manifestato direttamente dagli utilizzatori principali del servizio, ma rilevato dal personale e dal responsabile della biblioteca. Se questi servizi sono stati predisposti per alcune fasce di utenza che hanno minori opportunità di reperire in altri ambiti quelle conoscenze, la decisione conseguente all'indagine può essere, per esempio, non già quella di disinvestire sui prodotti multimediali o sulle attività di laboratorio ma, piuttosto,

2. La seconda edizione dei Cantieri di innovazione ha preso il via nel novembre 2004 e si concluderà nel corso del 2005. I quattro temi della seconda edizione sono: I regolamenti di organizzazione, Il bilancio sociale, Il piano di comunicazione e I processi decisionali inclusivi.

quella di comunicare meglio agli utenti di riferimento le opportunità predisposte per loro.

Questa logica può essere applicata a tutti i servizi, se considerati come le risposte, organizzate dalle amministrazioni, per far fronte a determinati bisogni espressi (o non espressi) dai cittadini e dal territorio.

In questo senso, quindi, l'indagine di *customer satisfaction*, come tutti gli strumenti di management, può avere una sua utilità se chi la utilizza sa sfruttarne tutte le caratteristiche ai propri fini: l'enfasi posta sui *desiderata* espressi dai cittadini non sottrae l'amministrazione dalla responsabilità di trovare risposte adeguate ai loro bisogni (tanto più che, per errori metodologici, spesso i cittadini ascoltati, non sono neppure rappresentativi di tutti i cittadini). Per altro, va detto che tali bisogni rimangono molte volte inespressi quando le indagini realizzate intendono verificare la soddisfazione degli utenti rispetto a determinati aspetti dei servizi, limitandosi a fare domande relative ad essi, senza indagare su altri bisogni o necessità. Invece, la crescita di una comunità richiede una visione più alta di quello che i cittadini, spesso legati alla loro quotidianità, vedono, e non può limitarsi al miglioramento della qualità dei servizi.

La *customer satisfaction*, allora, può avere una funzione importante di orientamento delle politiche pubbliche e può svolgere appieno la sua finalità se utilizzata all'interno di organizzazioni che stanno lavorando per trovare assetti organizzativi e *pacchetti di servizi* adeguati ad un contesto interno ed esterno in cambiamento; amministrazioni che ascoltano, misurano, fissano standard e controllano economicamente la gestione dell'organizzazione con l'intento di realizzare la loro funzione istituzionale: tutelare il benessere della popolazione e garantire pari diritti per tutti i cittadini.

Allegati

Dal kit per i front-office

1. **Gli alberi della qualità dei front-office**

Per la definizione degli *alberi della qualità*, ovvero di quegli elementi del servizio che condizionano la percezione – e quindi il giudizio – degli utenti, si è partiti dalla distinzione delle diverse tipologie di servizio che i front-office offrono, infatti il front-office che fa accoglienza ha caratteristiche diverse da quello che, invece, offre informazione e comunicazione e, ancora differenti sono quei front-office che erogano servizi (pagamenti, certificati, ecc.).

Per definire le differenti tipologie di servizio è stata utilizzata una classificazione già proposta nel Manuale *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche*¹ nella quale si incrociano le attività dei front-office con i possibili canali di erogazione.

Attività \ Canali	Accoglienza	Comunicazione	Orientamento	Raccolta reclami	Informazione	Accesso	Servizi
Self service	No	No	No	No	Sì	Sì	Sì
Online	No	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì
Telefono	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì call center	Sì call center
Sportello fisico	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì

1. Il manuale si può scaricare all'indirizzo www.cantieripa.it/allegati/Customer.pdf (pag. 106).

Negli *alberi della qualità* definitivi, che si presentano di seguito, all'interno di ogni cella che incrocia l'attività con il canale di erogazione sono stati inseriti gli elementi della qualità del servizio riorganizzati secondo le **sei dimensioni della qualità** (tecnica, relazionale, immagine, organizzativa, ambientale ed economica).

Gli *alberi della qualità* sono diventati tre e fanno riferimento:

- all'accoglienza;
- alle attività di informazione, comunicazione e orientamento;
- ai servizi (pagamenti, rilascio certificati, ecc.).

Questi *alberi della qualità* sono diventati una sorta di menù dai quali ognuno dovrà operare delle scelte sulla base dei propri obiettivi e delle proprie necessità conoscitive.

Accoglienza	
Telefono/call center	
Tecnica	Chiarezza di linguaggio Certezza della risposta Informazione personalizzata Informazione aggiornata Uniformità nella risposta da parte di tutto il personale addetto
Relazionale	Cortesia Capacità di ascolto Capacità di farsi carico del problema Uniformità nella gestione della relazione da parte di tutto il personale addetto
Immagine	Riconoscibilità dell'operatore Riconoscibilità dell'ente Trasparenza dei costi della chiamata
Organizzativa	Orari/giorni di copertura del servizio Facilità d'uso in caso di risponditore automatico Facilità di rintracciare il numero telefonico Facilità di parlare con un operatore
Economica	Costo della telefonata Tempi di attesa per la prima risposta Tempi di attesa per la soluzione del problema

Sportello fisico	
Tecnica	<p>Informazione corretta</p> <p>Chiarezza di linguaggio</p> <p>Informazione personalizzata</p> <p>Informazione aggiornata</p> <p>Uniformità nella risposta da parte di tutto il personale addetto</p>
Relazionale	<p>Cortesia</p> <p>Capacità di ascolto</p> <p>Capacità di esprimersi</p> <p>Uniformità nella gestione della relazione da parte di tutto il personale addetto</p> <p>Capacità di farsi carico del problema</p>
Immagine	<p>Riconoscibilità del personale</p> <p>Riconoscibilità dell'ente</p> <p>Affidabilità del personale addetto</p>
Organizzativa	<p>Orari/giorni di apertura del servizio</p> <p>Tempi di attesa</p> <p>Tempi di risposta</p>
Ambientale	<p>Presenza di segnaletica interna ed esterna</p> <p>Adeguate collocazione della segnaletica interna ed esterna</p> <p>Chiarezza della segnaletica interna ed esterna</p> <p>Rispetto della privacy</p> <p>Disponibilità di materiale informativo</p> <p>Assenza di barriere architettoniche</p> <p>Confort dell'ambiente di attesa</p>

Comunicazione/Informazione/Orientamento

Self service

Tecnica	Completezza delle informazioni Certezza delle informazioni Informazioni aggiornate Facilità d'uso
Relazionale	Adeguatezza del linguaggio Chiarezza del linguaggio Pluralità di lingue
Ambientale	Posizione adeguata Gradevolezza della grafica Organizzazione delle informazioni Rispetto della privacy Comfort dell'ambiente di attesa
Organizzativa	Tempi di attesa Tempi di risposta Facilità di contattare gli addetti dell'assistenza tecnica Facilità di rintracciare altri canali di contatto (ad esempio, numero telefonico) Accessibilità per particolari utenti (ad esempio, ipovedenti, ecc.)
Immagine	Riconoscibilità dell'ente Sicurezza della riservatezza dei dati

Online

Tecnica	Completezza delle informazioni Certezza delle informazioni Informazioni aggiornate Facilità di navigazione Facilità nel rintracciare documentazione Conoscenza delle dimensioni dei files da scaricare
Relazionale	Certezza che la richiesta è stata visionata (messaggi di cortesia, ecc.) Adeguatezza del linguaggio Chiarezza del linguaggio Traduzione del sito in altre lingue Possibilità di interazione (Forum, Posta elettronica, ecc.)
Ambientale	Gradevolezza della grafica Organizzazione delle informazioni sulla pagina

Organizzativa	<p>Tempi di attesa per l'apertura delle pagine</p> <p>Tempi di attesa per l'apertura e/o il download dei documenti</p> <p>Tempi di risposta</p> <p>Facilità di contattare gli addetti dell'assistenza tecnica</p> <p>Facilità di rintracciare altri canali di contatto (ad esempio, numero telefonico)</p> <p>Accessibilità per particolari utenti (ad esempio, ipovedenti, ecc.)</p>
Immagine	<p>Riconoscibilità dell'ente</p> <p>Sicurezza della riservatezza dei dati</p>
Telefono/call center	
Tecnica	<p>Chiarezza di linguaggio</p> <p>Certezza della risposta</p> <p>Informazione personalizzata</p> <p>Informazione aggiornata</p> <p>Uniformità nella risposta da parte di tutto il personale addetto</p> <p>Capacità di risolvere il problema</p> <p>Rispetto degli impegni assunti (per esempio: "La richiamo")</p>
Relazionale	<p>Cortesia</p> <p>Capacità di ascolto</p> <p>Capacità di farsi carico del problema</p> <p>Uniformità nella gestione della relazione da parte di tutto il personale addetto</p>
Immagine	<p>Riconoscibilità dell'operatore</p> <p>Riconoscibilità dell'ente</p> <p>Trasparenza dei costi della chiamata</p> <p>Capacità di gestire i disservizi</p> <p>Capacità di far conoscere i servizi offerti</p>
Organizzativa	<p>Orari/giorni di copertura del servizio</p> <p>Facilità d'uso in caso di risponditore automatico</p> <p>Facilità di rintracciare il numero telefonico</p> <p>Facilità di parlare con un operatore</p> <p>Possibilità di contattare il responsabile del servizio</p>
Economica	<p>Costo della telefonata</p> <p>Tempi di attesa per la prima risposta</p> <p>Tempi di attesa per la soluzione del problema</p>

Sportello fisico

Tecnica

Informazione corretta
Informazione completa
Informazione personalizzata
Informazione aggiornata
Chiarezza di linguaggio
Uniformità nella risposta da parte di tutto il personale addetto
Modulistica aggiornata
Modulistica chiara
Capacità di far conoscere il servizio
Capacità di comprendere e risolvere il problema

Relazionale

Cortesia
Capacità di ascolto
Capacità di esprimersi
Uniformità nella gestione della relazione da parte di tutto il personale addetto
Capacità di farsi carico del problema
Capacità di far sentire a proprio agio le persone

Immagine

Riconoscibilità del personale
Riconoscibilità dell'ente
Affidabilità del personale addetto
Coerenza tra informazioni date e servizio effettivamente offerto

Organizzativa

Orari/giorni di apertura del servizio
Tempi di attesa
Tempi di risposta
Modulistica facilmente reperibile
Pluralità di canali utilizzati

Ambientale

Presenza di segnaletica interna ed esterna
Adeguate collocazione della segnaletica interna ed esterna
Chiarezza della segnaletica interna ed esterna
Rispetto della privacy
Disponibilità di materiale informativo
Assenza di barriere architettoniche
Comfort dell'ambiente di attesa
Comfort dell'ambiente di ricevimento
Adeguati supporti per la collocazione e l'organizzazione dei materiali in distribuzione

Servizi (ad esempio, pagamento, rilascio certificati, consulenza ecc.)

Self service (totem, sportello self service, ecc.)

Tecnica	Completezza delle informazioni relative al servizio Facilità d'uso della macchina Rapidità nella conclusione dell'operazione Chiarezza della procedura per ottenere il servizio
Ambientale	Collocazione adeguata Gradevolezza della grafica Organizzazione delle informazioni Rispetto della privacy
Organizzativa	Tempi di attesa Tempi di risposta Facilità di contattare gli addetti dell'assistenza tecnica Facilità di rintracciare altri canali di contatto (ad esempio, numero telefonico) Accessibilità per particolari utenti (ad esempio, ipovedenti, ecc.) Modulistica aggiornata
Immagine	Riconoscibilità dell'ente Sicurezza della riservatezza dei dati Sicurezza nei pagamenti

Online

Tecnica	Completezza delle informazioni relative al servizio Aggiornamento delle informazioni Certezza buon esito operazioni Facilità nel rintracciare documentazione Conoscenza delle dimensioni dei files da scaricare Rapidità nella conclusione dell'operazione Chiarezza della procedura per ottenere il servizio
Relazionale	Certezza che la richiesta è stata visionata Adeguatezza del linguaggio Chiarezza del linguaggio Traduzione del sito in altre lingue Possibilità di interazione (Forum, Posta elettronica, ecc.) Chiarezza dei titoli delle sezioni
Ambientale	Gradevolezza della grafica Organizzazione delle informazioni sulla pagina Facilità di navigazione

Organizzativa	<p>Tempi di attesa per l'apertura delle pagine</p> <p>Disponibilità di modulistica da scaricare</p> <p>Tempi di attesa per l'apertura e/o il download dei documenti</p> <p>Tempi di risposta</p> <p>Facilità di contattare gli addetti dell'assistenza tecnica</p> <p>Facilità di rintracciare altri canali di contatto (ad esempio, numero telefonico)</p> <p>Accessibilità per particolari utenti (ad esempio, ipovedenti, ecc.)</p>
Immagine	<p>Riconoscibilità dell'ente</p> <p>Sicurezza della riservatezza dei dati</p> <p>Sicurezza dei pagamento</p>
Telefono/call center	
Tecnica	<p>Certezza della risposta</p> <p>Consulenza personalizzata</p> <p>Uniformità nella risposta da parte di tutto il personale addetto</p> <p>Capacità di risolvere il problema</p> <p>Operatori preparati e competenti</p> <p>Rispetto degli impegni assunti (per esempio: "La richiamo")</p>
Relazionale	<p>Cortesia</p> <p>Capacità di ascolto</p> <p>Capacità di farsi carico del problema</p> <p>Uniformità nella gestione della relazione da parte di tutto il personale addetto</p> <p>Chiarezza di linguaggio</p>
Immagine	<p>Riconoscibilità dell'operatore</p> <p>Riconoscibilità dell'ente</p> <p>Trasparenza dei costi della chiamata</p> <p>Capacità di gestire i disservizi</p> <p>Capacità di far conoscere i servizi offerti</p>
Organizzativa	<p>Orari/giorni di copertura del servizio</p> <p>Facilità d'uso in caso di risponditore automatico</p> <p>Facilità di rintracciare il numero telefonico</p> <p>Facilità di parlare con un operatore</p> <p>Possibilità di contattare il responsabile del servizio</p>
Economica	<p>Costo della telefonata</p> <p>Tempi di attesa per la prima risposta</p> <p>Tempi di attesa per la soluzione del problema</p>

Sportello fisico	
Tecnica	<p>Completezza delle informazioni relative al servizio</p> <p>Uniformità nella risposta da parte di tutto il personale addetto</p> <p>Modulistica aggiornata</p> <p>Modulistica chiara</p> <p>Capacità di far conoscere il servizio</p> <p>Capacità di comprendere e risolvere il problema</p> <p>Consulenza personalizzata</p> <p>Operatori preparati e competenti</p>
Relazionale	<p>Cortesìa</p> <p>Capacità di ascolto</p> <p>Capacità di esprimersi</p> <p>Chiarezza di linguaggio</p> <p>Uniformità nella gestione della relazione da parte di tutto il personale addetto</p> <p>Capacità di farsi carico del problema</p> <p>Capacità di far sentire a proprio agio le persone</p>
Immagine	<p>Riconoscibilità del personale</p> <p>Riconoscibilità dell'ente</p> <p>Affidabilità del personale addetto</p> <p>Coerenza tra informazioni date e servizio effettivamente offerto</p>
Organizzativa	<p>Orari/giorni di apertura del servizio</p> <p>Tempi di attesa</p> <p>Tempi di risposta</p> <p>Modulistica facilmente reperibile</p> <p>Pluralità di canali utilizzati</p>
Ambientale	<p>Presenza di segnaletica interna ed esterna</p> <p>Adeguatezza collocazione della segnaletica interna ed esterna</p> <p>Chiarezza della segnaletica interna ed esterna</p> <p>Rispetto della privacy</p> <p>Disponibilità di materiale informativo</p> <p>Assenza di barriere architettoniche</p> <p>Comfort dell'ambiente di attesa</p> <p>Adeguatezza dell'ambiente di ricevimento</p> <p>Comfort dell'ambiente di ricevimento</p> <p>Adeguati supporti per la collocazione e l'organizzazione dei materiali in distribuzione</p>

2. I sette passi per la creazione e l'uso di un questionario autocompilato

Primo passo. Il disegno dell'indagine

È necessario, anzitutto, disegnare l'indagine progettando bene quali sono gli obiettivi, gli attori coinvolti, le fasi e i tempi di realizzazione, gli strumenti di indagine, l'eventuale numerosità del campione, ecc. Nel caso si decida di coinvolgere consulenti o società esterne è utile definire in modo preciso i compiti di ognuno, le modalità di realizzazione dell'indagine, ecc. attraverso un documento scritto (*brief*) come guida per impostare un rapporto costruttivo e ottenere proposte adeguate. Questo documento sarà utile anche nel corso della ricerca e quando questa sarà terminata, come supporto per il controllo dell'operato e per la verifica del raggiungimento degli obiettivi.

Definite tutte le caratteristiche principali dell'indagine proseguire con il *Secondo passo*.

Utili consigli

1. È necessario comprendere bene le richieste della committenza (direttore generale, dirigente, ecc.) e, per questo, si consiglia di realizzare un incontro preliminare la progettazione e un incontro successivo oppure ottenere il *placet* sul disegno dell'indagine.
2. Cercare di definire nel modo più preciso l'obiettivo che si intende raggiungere attraverso l'indagine formalizzandolo per iscritto. La traduzione di un'idea in un concetto scritto aiuta, infatti, a focalizzare meglio l'idea e a darle una forma.
3. Gestire il rapporto con i consulenti esterni anche attraverso lo scambio di documenti che formalizzino *chi fa cosa*.
4. Far sì che chi svolge materialmente l'indagine sia legittimato all'interno dell'organizzazione per esempio attraverso richiesta o lettera formale del direttore generale. Altra forma di possibile legittimazione, funzionale alla collaborazione, è il coinvolgimento dei colleghi nel processo di indagine già nella fase di progettazione anche in modo *soft*, per esempio attraverso riunioni o comunicazioni (intranet, giornalini interni, ecc.).
5. Comprendere da subito quali sono le reali possibilità di miglioramento del servizio sia per creare uno strumento di indagine adeguato, sia anche per evitare inutili frustrazioni a valle della fatica dell'indagine.
6. Evitare di affidare all'indagine di *customer satisfaction* tutte le attese di conoscenza che potete avere rispetto a quel *mondo inesplorato* che sono gli utenti. Questo, infatti, può portare a organizzare indagini troppo complesse da gestire.

Strumenti	
Per il disegno di indagine	Schema di progetto
Per la definizione del campione	Esempi di calcolo della dimensione del campione
Per contrattare eventuali soggetti esterni	Indicazioni per contrattare gli esterni

Secondo passo. L'indagine preliminare

Per definire in modo più preciso quali siano le domande da inserire nel questionario è utile organizzare qualche colloquio preliminare (*focus group*, intervista individuale in profondità).

Se non è possibile realizzare colloqui preliminari, fare molta attenzione a chiarire quali sono gli obiettivi conoscitivi dell'indagine tenendo conto non tanto di quello che sarebbe bello, in generale, capire dalla voce degli utenti ma piuttosto di ciò che realmente è utile chiedere e sapere per procedere al miglioramento del servizio oggetto dell'indagine. In questa valutazione vanno sempre tenuti in considerazione i reali margini di miglioramento e cambiamento che possono essere realizzati anche in funzione delle risorse e delle leve organizzative realmente disponibili.

Ai colloqui preliminari può essere affiancata una fase di osservazione diretta di come viene erogato il servizio, del comportamento dell'utente, ecc.

In questa fase preliminare si consiglia, inoltre, di raccogliere documentazione esistente relativa al servizio, per esempio altre indagini già realizzate sul servizio, indagini di altre amministrazioni, realizzate sui singoli servizi, dati sull'afflusso di utenti allo sportello, ecc. Per organizzare la distribuzione e la raccolta dei dati può essere utile, in particolare, disporre di informazioni relative ai flussi di utenza agli sportelli in un'unità temporale (1 mese, 1 settimana, ecc.), oltre che di informazioni relative ai diversi target di utenti. Queste informazioni possono essere utilizzate per definire i tempi dell'indagine, il campione da coinvolgere e le modalità di distribuzione e raccolta dei questionari. Se non si dispone di queste informazioni è utile scegliere, per la raccolta dei dati, un periodo che sia significativo rispetto agli obiettivi dell'indagine evitando di realizzare l'indagine in periodo particolari² e lasciare che il campione si autoselezioni.

Tutte le attività preliminari sono particolarmente utili per la creazione di uno strumento di indagine più corretto sia nei contenuti che nel linguaggio e nella forma.

A valle delle attività preliminari, procedere alle eventuali modifiche del disegno dell'indagine e passare al *Terzo passo*.

2. Se, per esempio, si vuole raccogliere il giudizio degli utenti che, genericamente, si rivolgono ad uno sportello informativo, non è utile consegnare il questionario nel periodo in cui, per esempio, viene erogato un particolare contributo oppure è prevista la scadenza del pagamento dell'Ici, questo per evitare di avere le risposte di un segmento di utenza che non rappresenta gli utenti che, invece, generalmente si rivolgono a quello sportello.

Utili consigli

1. Per individuare i partecipanti al *focus group* si possono coinvolgere gli operatori dello sportello chiedendo loro di stilare una lista di utenti scegliendoli tra coloro che sono più conosciuti. Agli operatori si dovranno dare indicazioni sulla tipologia di utenti che devono essere contattati e selezionati: quanti uomini e quante donne, età, titolo di studio, ecc. per far sì che gli utenti coinvolti siano minimamente rappresentativi degli utenti del servizio oggetto di indagine. A coloro che accetteranno di partecipare al *focus group* dovrà essere formalizzato l'invito da parte del responsabile/dirigente/sindaco/assessore/...
2. Per reperire esperienze di altre amministrazioni si consigliano i siti www.buoniesempi.it, www.urp.it e www.cantieripa.it. Possibili fonti di dati sono poi www.istat.it, www.censis.it, le anagrafi dei Comuni, ecc.

Strumenti

Per realizzare un focus group

Il focus group

Per la raccolta di dati esistenti

Possibili fonti informative

Terzo passo. La creazione del questionario

Per scegliere gli elementi del servizio da indagare consultare gli *alberi della qualità*.

Per strutturare il questionario utilizzare lo **schema-standard** proposto facendo attenzione a tutti gli accorgimenti indicati. In modo particolare nella terza parte, dedicata alla rilevazione della soddisfazione, è necessario utilizzare la modalità indicata nello schema per formulare le domande e la scala di valori scelta inserendo sia la scala numerica (da 1 a 5) sia quella semantica (da *Per niente soddisfatto* a *Molto soddisfatto*).

In questa fase può essere utile prendere contatti con chi dovrà elaborare i dati raccolti per accordarsi sulle modalità ed evitare, a monte, molte criticità che possono nascere da un mancato confronto. Si può decidere, già in questa fase, il programma che verrà utilizzato per l'elaborazione dei dati evitando eventuali errori nella formulazione del questionario e facilitando la creazione delle maschere di inserimento dei dati in banca dati.

A questo punto si può passare al *Quarto passo*.

Per le indagini realizzate attraverso il sito internet

Se l'indagine viene realizzata via web, in questa fase occorre definire in che modo verrà distribuito il questionario e che formato avrà. La soluzione più semplice per chi deve compilarlo, tecnologicamente un po' più complessa per chi debba creare il sistema, è quella di creare

una *form* online che sia direttamente compilabile e che raccolga le informazioni inserite dai rispondenti direttamente all'interno di una banca dati. È necessario, prima di procedere al collaudo, che sia creata una banca dati ovvero un applicativo che consenta la gestione dei dati così che ogni questionario compilato venga, automaticamente inserito nella banca dati.

In alternativa il questionario può anche essere pubblicato sul sito in un formato di testo (.doc oppure .rtf, ecc.) prevedendo che dopo la compilazione venga inviato ad un indirizzo di posta elettronica oppure ad un numero di fax. Quando si prevede che la riconsegna del questionario avvenga attraverso il fax oppure come documento allegato ad un messaggio di posta elettronica, la banca dati può essere creata anche in un secondo momento.

Nel caso in cui si possa circoscrivere il gruppo di utenti a cui inviare il questionario (per esempio tutti coloro che sono iscritti ad una *newsletter* oppure un gruppo di cui si conosca l'indirizzo di posta elettronica) può essere utile inviare, attraverso la posta elettronica, l'indirizzo al quale si trova il questionario senza renderlo disponibile a tutti direttamente sul sito. Anche questa scelta va considerata in funzione del tipo di utenza che si intende indagare.

Utili consigli

1. Evitare assolutamente questionari lunghi sia in formato cartaceo, sia quando si utilizza il web.
2. Nelle indagini via web evitare, se possibile, di utilizzare file di testo.

Strumenti

Per scegliere gli elementi del servizio da indagare

Alberi della qualità

Per creare il questionario

Schema di questionario autocompilato

Quarto passo. Il collaudo del questionario

Prima di procedere alla raccolta dei dati è fondamentale collaudare il questionario.

Come? Anzitutto scegliere almeno un rappresentante per ogni diversa categoria di utenti che si intende intervistare (gli utenti possono essere distinti per età, per modalità di fruizione dei servizi, per professione, ecc.).

A questo punto si possono adottare diverse modalità che si consiglia di affiancare l'una all'altra:

1. riprodurre esattamente la situazione nella quale verrà distribuito e compilato il questionario per capire se eventuali condizioni, per esempio ambientali, possono incidere sulla tranquillità di chi risponde. Nel caso in cui il questionario venga pubblicato online questo collaudo serve anche per verificare il funzionamento dell'applicativo che gestisce la banca dati;
2. chiedere alle *cavie* di autocompilare il questionario segnalando, poi, eventuali incomprensioni, incoerenze, ecc. che richiedono modifiche allo strumento;
3. effettuare qualche intervista di persona, che può fornire ulteriori spunti rispetto alle tecniche precedenti, pur nella consapevolezza che l'indagine vera e propria verrà svolta in autocompilazione. Solo dopo aver collaudato il questionario ed aver apportato le necessarie revisioni si può procedere al *Quinto passo*.

Utili consigli

1. Il collaudo va fatto sempre e comunque.
2. Un buon collaudo porta alla definizione di uno strumento più adeguato al suo scopo e consente di evitare errori che, se commessi nella fase della raccolta dei dati, possono inficiare la validità della ricerca e rendere vano l'impiego di energie e risorse spese.

Quinto passo. La distribuzione e la raccolta del questionario

Dopo aver collaudato il questionario e dopo aver fatto le relative modifiche, si deve procedere alla distribuzione e alla raccolta.

Si può decidere di lasciare il questionario in vista così che gli utenti del servizio possano prenderne una copia, compilarla e restituirla. In questo caso, però, il rischio è che il ritorno sia molto basso (cioè che siano in pochi a restituirlo), inoltre non si controlla chi lo ritira e chi lo restituisce. Questo crea problemi rispetto alla rappresentatività delle informazioni ottenute in quanto non si può sapere che caratteristiche hanno coloro che rispondono (sono, per esempio, quelli che tendono ad essere soddisfatti del servizio e, quasi fosse un ringraziamento, compilano il questionario, oppure sono prevalentemente quelli che non sono soddisfatti e cercano un canale per comunicarlo...).

Per evitare che il campione si autoselezioni in misura eccessiva e per incentivare la restituzione del questionario compilato, consigliamo di consegnarlo direttamente agli utenti chiedendo di compilarlo e restituirlo prima di lasciare l'ufficio. La consegna e il ritiro possono essere fatti da un collega, da uno stagista, da un obiettore, ecc. prevedendo, eventualmente, un contenitore nel quale depositare i questionari compilati.

Tutte le volte che il campione si autoseleziona occorre tenere in considerazione che le informazioni raccolte, per quanto importanti e utili, **non** rappresentano l'intero universo di riferimento cioè non si può dire con certezza che quella sia esattamente l'opinione dell'universo degli utenti utilizzatori del servizio.

Raccolti i questionari si può passare al *Sesto passo*.

Utili consigli

1. Per evitare la scarsa collaborazione da parte degli utenti si consiglia di prevedere la presenza di una o più persone che consegnino e ritirino i questionari (stagista, obiettore, operatore, altro collega, ecc.).
2. Sulla base delle esperienze fatte, pare sia particolarmente apprezzata la possibilità di inserire il questionario compilato all'interno di un'urna trasparente.

Strumenti

Per sistematizzare l'esperienza della raccolta dati

Schema di sintesi per la raccolta

Sesto passo. L'elaborazione e l'interpretazione dei dati

3. Questa analisi è finalizzata allo studio dell'intensità delle relazioni esistenti tra due fenomeni quantitativi come, per esempio, i valori della soddisfazione attribuiti dai singoli intervistati alla competenza del personale, e i valori di soddisfazione attribuiti invece al servizio in generale.

Il coefficiente di correlazione lineare assume valori che sono sempre compresi nell'intervallo da -1 a +1. Attenzione: un coefficiente di correlazione elevato dimostra l'esistenza di una marcata relazione, ma non necessariamente di un forte legame di causa-effetto: il numero di scarpe e la capacità di lettura dei bambini sono strettamente correlati, ma sicuramente un fenomeno non è effetto dell'altro.

È necessario, anzitutto, procedere all'inserimento dei dati all'interno di una banca dati adeguatamente predisposta. Dopo di che si procederà al calcolo di medie o percentuali e all'eventuale rappresentazione dei risultati ottenuti in grafici che, sicuramente, facilitano la visualizzazione e l'interpretazione.

Per meglio interpretare i dati relativi alla soddisfazione (non avendo chiesto quanto, ogni elemento del servizio, viene giudicato importante all'interno di un servizio come quello indagato) può essere utile procedere alla correlazione³ tra i risultati ottenuti nell'ultima domanda: "Quanto è soddisfatto del servizio in generale" con i singoli risultati delle altre domande sulla soddisfazione.

Dopo aver elaborato i dati e averne dato un'interpretazione si proceda con il *Settimo passo*.

Utili consigli

1. Prima di inserire i dati raccolti all'interno di ogni questionario può essere utile apporre un identificativo in ogni questionario; può essere semplicemente un numero progressivo oppure un codice. Se, per esempio, i questionari sono stati raccolti presso sportelli differenti potete distinguerli indicando una lettera che identifica i diversi sportelli e un numero progressivo (Urp di Piazza Mazzini primo questionario inserito: Pm1; Urp di Via Amendola quinto questionario inserito: Va5). In questo modo si riesce a tenere traccia delle informazioni che sono già state inserite e di quelle che, invece, devono ancora essere memorizzate in banca dati e si possono distinguere i luoghi nei quali sono state raccolte le informazioni.
2. Ricordarsi che tutti gli errori commessi nei passi precedenti si scontano in questa fase dove il rischio grosso è interpretare in modo errato i dati raccolti.
3. Si consiglia, specie nelle prime esperienze di indagine, di realizzare elaborazioni semplici: la percentuale dei soddisfatti/insoddisfatti rispetto ad ogni parametro; il confronto fra i diversi parametri; ecc.
4. Per verificare se esiste correlazione tra i dati raccolti si può utilizzare *excel* selezionando dal menù in alto Inserisci_Funzione. Dalla maschera che si apre selezionare tra le categorie: *Tutte* e scegliere *Correlazione*. A questo punto si apre un'altra finestra che chiede di inserire due intervalli: Matrice1 e Matrice2. Nella Matrice1 inserire l'intervallo corrispondente a tutti i giudizi raccolti su un item specifico (per esempio, la competenza, oppure i tempi di attesa o altro) e nella Matrice2 inserire tutti i giudizi raccolti sul servizio in generale. Dopo aver inserito questi due intervalli cliccare *Ok*. Si ricava un numero che può andare da -1 a +1; questo valore tende ad avvicinarsi a 0 quando la relazione tra i due fenomeni è piuttosto debole e se è uguale a 0 i due parametri non sono proprio in relazione tra loro. Se il valore si avvicina a +1 o è uguale a +1 esiste una correlazione positiva ovvero al crescere del giudizio espresso sul singolo item cresce anche il giudizio sul servizio in generale. Ciò significa che questo item è non solamente giudicato in maniera positiva ma è anche importante ai fini del giudizio generale. Se, invece il valore si avvicina a -1 o è uguale a -1 esiste una correlazione negativa per cui al crescere del giudizio sul singolo item decresce quello sul servizio in generale. Un coefficiente di correlazione elevato dimostra quindi l'esistenza di una marcata relazione.

Strumenti

Per sistematizzare
l'esperienza
della elaborazione dati

Schema di sintesi dell'elaborazione

Settimo passo. Comunicare e utilizzare i risultati

Una volta che i dati sono stati elaborati ci si deve preoccupare di comunicare i risultati e, naturalmente, di utilizzarli in funzione del miglioramento del servizio.

In particolare, è utile restituire i risultati dell'indagine al *committente interno* (responsabile e/o dirigente del servizio, direttore generale, ecc.) e ai colleghi. Per loro può essere preparato un *report* oppure uno strumento di sintesi come, per esempio, una presentazione in *power point*.

Ogni amministrazione, poi, dovrà valutare se e come restituire i risultati ai cittadini. Come in ogni iniziativa di comunicazione che si rispetti, infatti, occorre fare attenzione alla coerenza tra destinatario,

messaggio e canali per evitare, soprattutto, di creare false attese nei cittadini. Può essere utile, in alcuni casi, comunicare non tanto i risultati dell'indagine quanto, piuttosto, i progetti di miglioramento spiegando che nascono anche da indicazioni raccolte attraverso le indagini. Ciò significa, però, aver lavorato con la struttura interna non solo sulla definizione dei problemi ma anche sulle possibili soluzioni da realizzare.

Dati alla mano è possibile, a questo punto, cominciare il percorso di miglioramento del servizio nel rispetto degli obiettivi che ognuno si è dato tenendo conto che la rilevazione della soddisfazione dell'utente può avere diverse finalità:

- ridefinire le politiche di *comunicazione e informazione* dell'ente focalizzando la comunicazione su determinate priorità, migliorando l'informazione o privilegiando determinati canali per tipologia di utenza (per esempio, più servizi via internet per le famiglie giovani e per i professionisti; più informazione agli imprenditori sulle opportunità del territorio, ecc.);
- prevedere snellimenti e/o ridisegnare i *processi* di erogazione dei servizi incidendo, in questo modo, sui tempi e sulla semplicità (per esempio, riorganizzare i sistemi di gestione delle liste di attesa, integrare o eliminare fasi del processo che si mostrano inutili e ridondanti, ecc.);
- prevedere *percorsi formativi* ad hoc per il personale di front-office qualora emergano elementi di insoddisfazione degli utenti nei confronti degli operatori o quando si ritenga di dover sviluppare il servizio verso una maggiore specializzazione dell'informazione (per esempio, l'operatore di call center che deve dare risposte articolate e complete);
- incidere sugli *ambienti* (aumentare la segnaletica, rendere più accoglienti e confortevoli gli uffici, prevedere sistemi di gestione delle code, ecc.);
- decidere di creare nuovi elementi accessori ai vari pacchetti di servizi (per esempio, investire in tecnologia per certe tipologie di servizi e puntare, invece, sull'interazione con il personale per altri per mantenere quel contatto che consente l'ascolto da parte dell'amministrazione e una maggiore personalizzazione del servizio);
- ecc.

Utili consigli

1. Pianificare una comunicazione adeguata con gli obiettivi e le strategie del servizio e dell'amministrazione (definire target, obiettivi e messaggi, canali, risorse, ecc.).

Strumenti

Per l'organizzazione della comunicazione

Manuale *Il piano di comunicazione nelle amministrazioni pubbliche*
www.cantieripa.it/allegati/Piano_comunicazione.pdf

3. **Gli otto passi per la creazione e l'uso di un questionario con intervista**

Primo passo. Il disegno dell'indagine

È necessario, anzitutto, disegnare l'indagine progettando bene quali sono gli obiettivi, gli attori coinvolti, le fasi e tempi di realizzazione, gli strumenti di indagine, l'eventuale numerosità del campione, ecc. Nel caso si decida di coinvolgere consulenti o società esterne è utile definire in modo preciso i compiti di ognuno, le modalità di realizzazione dell'indagine, ecc. attraverso un documento scritto (*brief*) come guida per impostare un rapporto costruttivo e ottenere proposte adeguate. Questo documento sarà utile anche nel corso della ricerca e quando questa sarà terminata, come supporto per il controllo dell'operato e per la verifica del raggiungimento degli obiettivi.

Definite tutte le caratteristiche principali dell'indagine proseguire con il *Secondo passo*.

Utili consigli

1. È necessario comprendere bene le richieste della committenza (direttore generale, dirigente, ecc.) e, per questo, si consiglia di realizzare un incontro preliminare la progettazione e un incontro successivo oppure ottenere il *placet* sul disegno dell'indagine.
2. Cercare di definire nel modo più preciso l'obiettivo che si intende raggiungere attraverso l'indagine formalizzandolo per iscritto. La traduzione di un'idea in un concetto scritto aiuta, infatti, a focalizzare meglio l'idea e a darle una forma.
3. Gestire il rapporto con i consulenti esterni anche attraverso lo scambio di documenti che formalizzino *chi fa cosa*.
4. Far sì che chi svolge materialmente l'indagine sia legittimato all'interno dell'organizzazione per esempio attraverso richiesta o lettera formale del direttore generale. Altra forma di possibile legittimazione, funzionale alla collaborazione, è il coinvolgimento dei colleghi nel processo di indagine già nella fase di progettazione anche in modo soft, per esempio attraverso riunioni o comunicazioni (intranet, giornalini interni, ecc.).
5. Comprendere da subito quali sono le reali possibilità di miglioramento del servizio sia per creare uno strumento di indagine adeguato, sia anche per evitare inutili frustrazioni a valle della fatica dell'indagine.
6. Evitare di affidare all'indagine di *customer satisfaction* tutte le attese di conoscenza che potete avere rispetto a quel *mondo inesplorato* che sono gli utenti. Questo, infatti, può portare a organizzare indagini troppo complesse da gestire.

Strumenti	
Per il disegno di indagine	Schema di progetto
Per la definizione del campione	Esempi di calcolo della dimensione del campione
Per contrattare eventuali soggetti esterni	Indicazioni per contrattare gli esterni

Secondo passo. L'indagine preliminare

Per definire in modo più preciso quali siano le domande da inserire nel questionario è utile organizzare qualche colloquio preliminare (*focus group*, intervista individuale in profondità).

Se non è possibile realizzare colloqui preliminari, fare molta attenzione a chiarire quali sono gli obiettivi conoscitivi dell'indagine tenendo conto non tanto di quello che sarebbe bello, in generale, capire dalla voce degli utenti ma piuttosto di ciò che realmente è utile chiedere e sapere per procedere al miglioramento del servizio oggetto dell'indagine. In questa valutazione vanno sempre tenuti in considerazione i reali margini di miglioramento e cambiamento che possono essere realizzati anche in funzione delle risorse e delle leve organizzative realmente disponibili.

Ai colloqui preliminari può essere affiancata una fase di osservazione diretta di come viene erogato il servizio, del comportamento dell'utente, ecc.

In questa fase preliminare si consiglia, inoltre, di raccogliere documentazione esistente relativa al servizio, per esempio altre indagini già realizzate sul servizio, indagini di altre amministrazioni, realizzate sui singoli servizi dati sull'afflusso di utenti allo sportello, ecc. Per organizzare la distribuzione e la raccolta dei dati può essere utile, in particolare, disporre di informazioni relative ai flussi di utenza agli sportelli in un'unità temporale (1 mese, 1 settimana, ecc.), oltre che di informazioni relative ai diversi target di utenti. Queste informazioni possono essere utilizzate per definire i tempi dell'indagine, il campione da coinvolgere e le modalità di distribuzione e raccolta dei questionari. Se non si dispone di queste informazioni è utile scegliere, per la raccolta dei dati, un periodo che sia significativo rispetto agli obiettivi dell'indagine evitando di realizzare l'indagine in periodo particolari⁴ e lasciare che il campione si autoselezioni.

Tutte le attività preliminari sono particolarmente utili per la creazione di uno strumento di indagine più corretto sia nei contenuti che nel linguaggio e nella forma.

A valle delle attività preliminari, procedere alle eventuali modifiche del disegno dell'indagine e passare al *Terzo passo*.

4. Se, per esempio, si vuole raccogliere il giudizio degli utenti che, genericamente, si rivolgono ad uno sportello informativo, non è utile consegnare il questionario nel periodo in cui, per esempio, viene erogato un particolare contributo oppure è prevista la scadenza del pagamento dell'Ici, questo per evitare di avere le risposte di un segmento di utenza che non rappresenta gli utenti che, invece, generalmente si rivolgono a quello sportello.

Utili consigli

1. Per individuare i partecipanti al focus group si possono coinvolgere gli operatori dello sportello chiedendo loro di stilare una lista di utenti scegliendoli tra coloro che sono più conosciuti. Agli operatori si dovranno dare indicazioni sulla tipologia di utenti che devono essere contattati e selezionati: quanti uomini e quante donne, età, titolo di studio, ecc. per far sì che gli utenti coinvolti siano minimamente rappresentativi degli utenti del servizio oggetto di indagine. A coloro che accetteranno di partecipare al focus group dovrà essere formalizzato l'invito da parte del responsabile/dirigente/sindaco/assessore/....
2. Per reperire esperienze di altre amministrazioni si consigliano i siti www.buoniesempi.it, www.urp.it e www.cantieripa.it. Possibili fonti di dati sono poi www.istat.it, www.censis.it, le anagrafi dei Comuni, ecc.

Strumenti

Per realizzare un focus group

Il *focus group*

Per la raccolta di dati esistenti

Possibili fonti informative

Terzo passo. La creazione del questionario

Per scegliere gli elementi del servizio da indagare consultare gli *alberi della qualità*.

Per strutturare il questionario utilizzare lo *schema-standard* proposto facendo attenzione a tutti gli accorgimenti indicati. In particolare, nella terza parte relativa alla rilevazione dell'importanza e nella quarta relative alla rilevazione della soddisfazione, è necessario utilizzare la modalità indicata per formulare le domande. Inoltre va utilizzata la scala di valori indicata cioè quella da 1 a 5.

In questa fase può essere utile prendere contatti con chi dovrà elaborare i dati raccolti per accordarsi sulle modalità ed evitare, a monte, molte criticità che possono nascere da un mancato confronto. Si può decidere, già in questa fase, il programma che verrà utilizzato per l'elaborazione dei dati evitando eventuali errori nella formulazione del questionario e facilitando la creazione delle maschere di inserimento dei dati in banca dati.

A questo punto si può passare al *Quarto passo*.

Utili consigli

1. Evitare assolutamente questionari lunghi sia in formato cartaceo, sia quando si utilizza il web.
2. Nelle indagini via web evitare, se possibile, di utilizzare file di testo.

Strumenti	
Per scegliere gli elementi del servizio da indagare	<i>Alberi della qualità</i>
Per creare il questionario	Schema di questionario con intervista

Quarto passo. Il collaudo del questionario

Prima di procedere alla raccolta dei dati è fondamentale collaudare il questionario.

Come? Anzitutto scegliere almeno un rappresentante per ogni diversa categoria di utenti che si intende intervistare (gli utenti possono essere distinti per età, per modalità di fruizione dei servizi, per professione, ecc.). A questo punto:

1. considerato che, per la raccolta dei dati vengono impiegati intervistatori, il collaudo dovrà avvenire nelle stesse condizioni dell'intervista. In particolare, se si intende fare le interviste in strada è sconsigliato fare il collaudo in un ambiente chiuso, ad esempio a casa dell'intervistato, perché in questo modo non si verificheranno i possibili imprevisti della strada (rumore, pioggia, fretta, ecc.) e non emergeranno le eventuali imperfezioni del questionario;
2. è sufficiente realizzare il collaudo con una decina di persone che non potranno però essere intervistate nuovamente una volta avviata l'indagine;
3. raccogliere tutte le segnalazioni provenienti dagli intervistati che mettono in risalto eventuali incomprensioni, incoerenze, ecc. che richiedono modifiche allo strumento.

Solo dopo aver collaudato il questionario ed aver apportato le necessarie revisioni si può procedere al *Quinto passo*.

Utili consigli

1. Il collaudo va fatto sempre e comunque.
2. Un buon collaudo porta alla definizione di uno strumento più adeguato al suo scopo e consente di evitare errori che, se commessi nella fase della raccolta dei dati, possono inficiare la validità della ricerca e rendere vano l'impiego di energie e risorse spese.

Quinto passo. La preparazione delle interviste

Prima di procedere alla raccolta dei dati è necessario scegliere e formare le persone che dovranno condurre le interviste. Ci sono diversi aspetti da tenere sotto controllo per garantire il corretto lavoro degli intervistatori e di conseguenza il buon esito di un'intervista e questi aspetti devono essere definiti e comunicati a tutti gli intervistatori:

- innanzitutto, l'intervistatore deve attenersi al testo del questionario ed evitare improvvisazioni (ad esempio nella formulazione delle domande);
- si deve prevedere una lettura univoca delle possibili risposte da parte dell'intervistato, ad esempio se la domanda prevede una risposta in una scala da 1 a 5 e l'intervistato risponde 2,5 tutti gli intervistatori devono assegnare lo stesso punteggio (2 o 3);
- l'intervistatore non deve esprimere alcun giudizio o commento che possa condizionare la risposta dell'intervistato;
- l'intervistatore, al momento della compilazione del questionario, deve utilizzare solamente gli spazi previsti per le risposte; la precisione nella compilazione è importante per non complicare il lavoro successivo di elaborazione dei dati;
- l'intervistatore deve evitare atteggiamenti e comportamenti sgradevoli che possono infastidire l'intervistato;
- è utile che l'intervistato presti particolare attenzione all'abbigliamento che non deve essere però né troppo formale né troppo trasandato.

Dopo aver organizzato le modalità di realizzazione delle interviste e dopo aver formato gli intervistatori si può procedere con il *Sesto passo*.

Utili consigli

1. Nel corso della formazione degli intervistatore fare delle prove e delle simulazioni di intervista facendo giocare, agli intervistatori, sia la parte dell'intervistato che quella che sarà la loro parte.
2. Consigliamo di consegnare agli intervistatori un elenco di regole da tenere in considerazione per realizzare le interviste, soprattutto se si tratta di intervistatori non professionali. Il percorso formativo si completerà, poi, con prove di intervista sia in aula che, successivamente, nella stessa condizione in cui si realizzeranno le interviste. Può essere utile che siano gli stessi intervistatori a collaudare il questionario.
3. Individuare ambienti confortevoli e poco rumorosi per realizzare le interviste.

Strumenti

Per la formazione
degli intervistatori

Istruzioni per gli intervistatori

Sesto passo. La distribuzione e la raccolta del questionario

Dopo aver collaudato il questionario si deve procedere alla raccolta dei dati attraverso l'intervista.

Si consiglia di realizzare l'intervista nei pressi dello sportello o dell'ufficio presso il quale viene erogato il servizio oggetto di indagine.

È necessario prestare molta attenzione alla durata dell'intervista. Un'intervista troppo lunga, infatti, determina *impazienza* sia nell'intervistato che nell'intervistatore; l'intervistato non è disposto a perdere troppo tempo soprattutto se le condizioni ambientali dell'intervista non sono abbastanza confortevoli (ad esempio l'intervistato viene fermato per strada in una giornata di pioggia). Anche l'intervistatore però può *annoiarsi* a condurre l'intervista (e soprattutto può avvertire la sensazione di impazienza dell'intervistato), e questo può indurlo a tralasciare le regole acquisite in fase di formazione.

Ovviamente, il problema della durata dell'intervista deve essere affrontato nella fase di stesura del questionario e in fase di collaudo.

Completate le interviste si può passare al *Settimo passo*.

Utili consigli

1. Fornire all'intervistatore tutte le istruzioni per ovviare ad ogni tipo di difficoltà che possa emergere nel momento della realizzazione delle interviste.
2. Evitare, quando è possibile, forme di intervista che possono infastidire gli intervistati come, per esempio, l'intervista telefonica.

Strumenti

Per sistematizzare
l'esperienza
della raccolta dati

Schema di sintesi per la raccolta

Settimo passo. L'elaborazione e l'interpretazione dei dati

È necessario, anzitutto, procedere all'inserimento dei dati all'interno di una banca dati adeguatamente predisposta. Dopo di che si procederà al calcolo di medie o percentuali e all'eventuale rappresentazione dei risultati ottenuti in grafici che, sicuramente, facilitano la visualizzazione e l'interpretazione.

Per interpretare i dati si consiglia di utilizzare il metodo della soddisfazione ponderata collocando ogni valore relativo all'importanza e alla soddisfazione su una mappa di posizionamento che consentirà di definire possibili priorità e strategie di intervento.

Dopo aver elaborato i dati, aver realizzato la mappa di posizionamento e aver definito le priorità di intervento si può procedere con l'*Ottavo passo*.

Utili consigli

1. Prima di inserire i dati raccolti all'interno di ogni questionario può essere utile apporre un identificativo in ogni questionario; può essere semplicemente un numero progressivo oppure un codice. Se, per esempio, i questionari sono stati raccolti presso sportelli differenti potete distinguerli indicando una lettera che identifica i diversi sportelli e un numero progressivo (Urp di Piazza Mazzini primo questionario inserito: Pm1; Urp di Via Amendola quinto questionario inserito: Va5). In questo modo si riesce a tenere traccia delle informazioni che sono già state inserite e di quelle che, invece, devono ancora essere memorizzate in banca dati e si possono distinguere i luoghi nei quali sono state raccolte le informazioni.
2. Ricordarsi che tutti gli errori commessi nei passi precedenti si scontano in questa fase dove il rischio grosso è interpretare in modo errato i dati raccolti.
3. Si consiglia, specie nelle prime esperienze di indagine, di realizzare elaborazioni semplici: la percentuale dei soddisfatti/insoddisfatti rispetto ad ogni parametro; il confronto fra i diversi parametri; ecc.
4. Per realizzare con *excel* la mappa di posizionamento occorre selezionare il grafico a dispersione. A questo punto aggiungere tante serie di dati quanti sono gli elementi del servizio che si intendono posizionare indicando, per ogni serie, il valore che deve essere collocato rispetto all'asse X (*importanza*) e a quello Y (*soddisfazione*). Nel quarto passaggio togliere il flag che si colloca di default su una delle modalità di visualizzazione della griglia e solamente quando i punti sono collocati rispetto ai due assi X ed Y (che consigliamo di nominare *importanza* e *soddisfazione* sempre nel quarto passaggio) disegnare le due assi centrali da collocare in questo modo: l'asse verticale sulla base del calcolo della media dei valori dell'importanza e l'asse orizzontale sulla base del calcolo della media dei valori della soddisfazione.

Strumenti

Per sistematizzare l'esperienza della elaborazione dei dati

Schema di sintesi dell'elaborazione

Ottavo passo. Comunicare e utilizzare i risultati

Una volta che i dati sono stati elaborati ci si deve preoccupare di comunicare i risultati e, naturalmente, di utilizzarli in funzione del miglioramento del servizio.

In particolare, è utile restituire i risultati dell'indagine al *committente interno* (responsabile e/o dirigente del servizio, direttore generale, ecc.) e ai colleghi. Per loro può essere preparato un *report* oppure uno strumento di sintesi come, per esempio, una presentazione in *power point*.

Ogni amministrazione, poi, dovrà valutare se e come restituire i risultati ai cittadini. Come in ogni iniziativa di comunicazione che si rispetti, infatti, occorre fare attenzione alla coerenza tra destinatario, messaggio e canali per evitare, soprattutto, di creare false attese nei cittadini. Può essere utile, in alcuni casi, comunicare non tanto i risultati dell'indagine quanto, piuttosto, i progetti di miglioramento spiegando che nascono anche da indicazioni raccolte attraverso le indagini. Ciò significa, però, aver lavorato con la struttura interna non solo sulla definizione dei problemi ma anche sulle possibili soluzioni da realizzare.

Dati alla mano è possibile, a questo punto, cominciare il percorso di miglioramento del servizio nel rispetto degli obiettivi che ognuno si è dato tenendo conto che la rilevazione della soddisfazione dell'utente può avere diverse finalità:

- ridefinire le politiche di *comunicazione e informazione* dell'ente focalizzando la comunicazione su determinate priorità, migliorando l'informazione o privilegiando determinati canali per tipologia di utenza (per esempio, più servizi via internet per le famiglie giovani e per i professionisti; più informazione agli imprenditori sulle opportunità del territorio, ecc.);
- prevedere snellimenti e/o ridisegnare i *processi* di erogazione dei servizi incidendo, in questo modo, sui tempi e sulla semplicità (per esempio, riorganizzare i sistemi di gestione delle liste di attesa, integrare o eliminare fasi del processo che si mostrano inutili e ridondanti, ecc.);
- prevedere *percorsi formativi* ad hoc per il personale di front-office qualora emergano elementi di insoddisfazione degli utenti nei confronti degli operatori o quando si ritenga di dover sviluppare il servizio verso una maggiore specializzazione dell'informazione (per esempio, l'operatore di call center che deve dare risposte articolate e complete);
- incidere sugli *ambienti* (aumentare la segnaletica, rendere più accoglienti e confortevoli gli uffici, prevedere sistemi di gestione delle code, ecc.);
- decidere di creare *nuovi elementi accessori* ai vari pacchetti di servizi (per esempio, investire in tecnologia per certe tipologie di servizi e puntare, invece, sull'interazione con il personale per altri per mantenere quel contatto che consente l'ascolto da parte dell'amministrazione e una maggiore personalizzazione del servizio);
- ecc.

Utali consigli

1. Pianificare una comunicazione adeguata con gli obiettivi e le strategie del servizio e dell'amministrazione (definire target, obiettivi e messaggi, canali, risorse, ecc.).

Strumenti

Per l'organizzazione della comunicazione

Manuale *Il piano di comunicazione nelle amministrazioni pubbliche*
www.cantieripa.it/allegati/Piano_comunicazione.pdf

4. Schema per la composizione di un questionario autocompilato

Lo schema standard di questionario è composto da quattro parti.

Schema di questionario autocompilato

Prima parte. Introduzione

Qui deve essere inserita una breve e cortese introduzione che dica a che cosa serve il questionario ma che non dica troppo! Infatti: non è utile dare troppe indicazioni perché altrimenti la presentazione non verrà letta e, secondo poi, occorre evitare di influenzare coloro che dovranno rispondere.

Seconda parte (eventuale). Conoscenza del servizio; Frequenza; Tipologia di richieste; ecc.

*Questa seconda parte è eventuale e deve essere inserita solamente se è necessario ottenere informazioni relative alle tipologie di servizi richiesti, alla frequenza presso gli uffici, ecc.
Le indicazioni date di seguito rispetto alle domande inserite sono solamente esemplificative.*

Terza parte. Soddisfazione

In questa sezione vanno inserite le domande attraverso le quali si intende comprendere la soddisfazione relativa al servizio. Per rendere più semplice all'utente l'espressione di un giudizio rispetto al servizio, si è scelto di utilizzare una doppia scala: numerica (da 1 a 5) accompagnata da una scala semantica (da Per niente soddisfatto a Molto soddisfatto). La scala dispari è più corretta dal punto di vista statistico¹. Gli elementi del servizio che possono essere oggetto di indagine sono tutti quelli indicati negli alberi della qualità. Gli alberi della qualità possono essere utilizzati come menù dai quali scegliere sulla base degli obiettivi conoscitivi di ogni singola indagine.

La formulazione della domanda indicata sotto non è solo esemplificativa ma fa parte dello standard definito.

Quarta parte. Anagrafica

L'ultima è la parte anagrafica ovvero la parte in cui si chiedono dati relativi al rispondente. Si è deciso di inserirla in coda al questionario (anche se non è un errore clamoroso inserirla in testa) in quanto queste domande richiedono uno sforzo di attenzione praticamente nullo, inoltre alcune domande personali poste all'inizio possono infastidire l'intervistato.

Attenzione: i dati anagrafici non servono per monitorare l'utenza del servizio oggetto di indagine; sono, invece, possibili chiavi di lettura delle informazioni raccolte nelle altre parti del questionario. Per questa ragione quando non si è programmato di leggere le informazioni secondo particolari criteri di segmentazione non è necessario richiedere informazioni di tipo anagrafico. Se non mi serve riorganizzare le risposte in funzione delle classi di età dei rispondenti è inutile chiedere l'età; se non intendo dare una lettura di genere ai miei dati non ha senso chiedere se chi risponde è un uomo oppure una donna, ecc.

¹ La scelta della scala pari (per esempio da 1 a 4 oppure da 1 a 10) non è una scelta sbagliata.

In genere viene utilizzata per obbligare chi rispondere a prendere una posizione che non sia intermedia ma che chiaramente sia tra i giudizi positivi oppure tra quelli negativi.

Prima parte. Introduzione

Esempi

Sportello

- Gentile signore/a, stiamo facendo un'indagine su incarico della Provincia di XXX.
Le chiediamo un minuto di tempo per compilare questa scheda.
È importante per noi conoscere il Suo parere, per migliorare i nostri servizi.
- Gentile Signora/e,
il Comune di XXX sta conducendo un'indagine per valutare la soddisfazione dei servizi offerti alla cittadinanza relativamente ai Servizi Demografici e Urp (Ufficio Relazioni con il Pubblico).
La Sua opinione è per noi preziosa. Vorremmo pertanto chiederLe di rispondere alle domande contenute in questo questionario.
La preghiamo di restituire il questionario entro il/...../..... nelle apposite cassette predisposte presso gli uffici comunali.
La informiamo che il seguente questionario non deve essere firmato e che le risposte ottenute saranno ritenute strettamente confidenziali.

Sito Internet

Gentile visitatore stiamo conducendo un'indagine per migliorare i servizi offerti.
Le chiediamo cortesemente la Sua collaborazione nella compilazione del seguente questionario².

Telefono³

L'Asl di XXX sta valutando il servizio di informazione telefonica offerto.
La ringraziamo della collaborazione che vorrà fornire rispondendo alle seguenti domande.

² La parola navigatore è sconsigliata perché, specie per i siti istituzionali, non è detto che chi utilizza il sito come canale informativo sia realmente un navigatore della Rete e conosca la terminologia che normalmente si utilizza (navigare e navigatore; download; usabilità e accessibilità; weblog, forum e chat, ecc.).

³ Il gruppo di lavoro che si è occupato del telefono ha scelto di creare un questionario da distribuire allo sportello facendo riferimento ai servizi erogati attraverso il telefono.

Seconda parte (eventuale).

Conoscenza del servizio; Frequenza; Tipologia di richieste; ecc.

Esempi⁴

Sportello e Sito Internet

1. È la prima volta che utilizza questo servizio (oppure che si collega a questo sito)?

- 1 Sì 2 No
vai alla n. 2 vai alla n. 4

2. Come è venuto a conoscenza di questo servizio/sito?

Barrare al massimo 2 risposte

- 1 Internet
 2 Volantini/manifesti
 3 Quotidiani/riviste
 4 Altri uffici
 5 Passaparola
 6 Non so
 7 Altro (specificare)

3. Per quali di questi motivi è venuto in questo ufficio?

Barrare al massimo 2 risposte

- 1 Ottenere informazioni relative a
- 2 Ottenere un certificato
- 3 Rilascio carta di identità
- 4 Altro (specificare)

Passare alla sezione successiva (XXX)

4. Con quale frequenza si rivolge a questo ufficio?

Barrare una sola casella

- 1 Uno o più volte alla settimana
 2 2-3 volte al mese
 3 1 volta al mese
 4 1 volta ogni 2-3 mesi
 5 Più raramente
 6 Non so, non quantificabile

5. Quando viene in questo ufficio, per quali di questi motivi viene, principalmente?

Barrare al massimo 2 risposte

- 1 Ottenere informazioni relative a ...
- 1 Ottenere un certificato
- 1 Rilascio carta di identità
- 4 Altro (specificare)

⁴ Tutte queste domande vanno personalizzate. Occorre personalizzare anche le risposte: per quanto riguarda le domande riferite alle frequenze d'uso dei servizi occorre considerare i flussi medi e decidere qual è il tempo medio di riferimento (la settimana, il mese, l'anno, ecc.). Attenzione a non inserire intervalli temporali nei quali una risposta comprende l'altra: almeno una volta all'anno; almeno una volta ogni sei mesi; almeno una volta al mese. Per quanto riguarda, invece, la tipologia di servizio occorre individuare quali servizi eroga lo sportello e il livello di dettaglio che ognuno ha la necessità di approfondire.

Terza parte.
Soddisfazione

Per ogni aspetto elencato dovrebbe indicare un punteggio compreso tra 1 (se è poco soddisfatto) a 5 (molto soddisfatto)
Se non è in grado di indicare la sua soddisfazione su alcuni aspetti la preghiamo di non indicare nessun numero.

Quanto è soddisfatto:

- 1 Della cortesia del personale
 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto
- 2 Chiarezza delle informazioni ricevute
 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto
- 3 Dell'accoglienza dei locali
 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto
- 4 Della tempestività della risposta
 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto
- 5 Degli orari di apertura dell'ufficio
 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto
- 6 Altro (specificare)
 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto
- 7 Del servizio XXX in generale⁵
 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Eventuale domanda aperta

Oltre alle indicazioni che ci ha già dato, ha qualche altro consiglio per migliorare il servizio⁶?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

⁵ La domanda relativa alla soddisfazione generale serve per correlare il punteggio dato a ognuno dei punteggi dati alle altre domande. Il voto generale di soddisfazione espresso alla fine non è rappresentativo dell'universo degli utilizzatori, in quanto viene raccolto dopo una riflessione stimolata dettagliatamente sui singoli parametri della qualità. Risulta però utile per correlare il punteggio di ogni dimensione della qualità con quello della soddisfazione complessiva. L'entità della correlazione fra ciascun parametro e la soddisfazione generale degli utenti, riflette l'importanza e il contributo di ciascuna dimensione della qualità nel raggiungere un buon livello di soddisfazione complessiva. Tanto più elevato è l'indice di correlazione, tanto più quel determinato parametro è importante per soddisfare i clienti. Si veda a cura di G. Negro, A. Gramigna, A. Tanese, La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche, pag. 81.

⁶ Se viene inserita questa domanda aperta occorre far sì che lo spazio sia sufficiente per poter scrivere eventuali suggerimenti e consigli. Inoltre occorre classificare, a posteriori, le risposte date per ottenere informazioni di tipo quantitativo.

Quarta parte.
Anagrafica

Sesso

- 1 Maschio 2 Femmina

Età

- 1 Fino a 25 anni
 2 Da 26 a 35 anni
 3 Da 36 a 45 anni
 4 Da 46 a 55 anni
 5 Oltre 55 anni

Titolo di studio

- 1 Licenza elementare
 2 Media inferiore
 3 Media superiore
 4 Laurea
 5 Altro (specificare)

Occupazione⁷

- 1 Lavoratore dipendente
 2 Lavoratore autonomo
 3 Imprenditore
 4 Disoccupato
 5 Pensionato
 6 Altro (specificare)

oppure

- 1 Agricoltore
 2 Artigiano
 3 Casalinga
 4 Commerciante
 5

⁷ La classificazione varia a seconda delle esigenze. Se, per esempio, la classificazione serve ad un Centro per l'impiego per incrociare le risposte date da coloro che non hanno un'occupazione con coloro che, invece, sono occupati e sono in cerca di un'alternativa la classificazione sarà differente da quella utilizzata da uno Sportello unico che potrebbe avere la necessità di incrociare le risposte date da imprenditori oppure da professionisti con altre informazioni relative alla soddisfazione dei servizi.

5. Schema per la composizione di un questionario con intervista

Lo schema standard di questionario è composto da cinque parti.

Schema di questionario con intervista

Prima parte. Introduzione

Qui deve essere inserita una breve e cortese introduzione che dica a che cosa serve il questionario ma che non dica troppo! Infatti: non è utile dare troppe indicazioni perché altrimenti la presentazione non verrà letta e, secondo poi, occorre evitare di influenzare coloro che dovranno rispondere.

Seconda parte (eventuale). Conoscenza del servizio; Frequenza; Tipologia di richieste; ecc.

Questa seconda parte è eventuale e deve essere inserita solamente se è necessario ottenere informazioni relative alle tipologie di servizi richiesti, alla frequenza presso gli uffici, ecc. Le indicazioni date di seguito sono solamente esemplificative.

Terza parte. Importanza

In questa parte devono essere inserite tutte le domande sull'importanza cioè quelle domande che hanno lo scopo di conoscere le attese nei confronti di un servizio. Gli elementi del servizio che possono essere oggetto di indagine sono tutti quelli indicati negli alberi della qualità che possono essere utilizzati come menù dai quali scegliere, sulla base degli obiettivi conoscitivi di ogni singola indagine.

Le domande che mirano ad ottenere informazioni riguardo a quanto gli utenti ritengano importanti alcuni elementi del servizio devono essere formulate in questo modo: "Quanto è importante, per lei...".

La formulazione della domanda indicata sotto non è solo esemplificativa ma fa parte dello standard definito.

Quarta parte. Soddisfazione

In questa sezione vanno inserite le domande attraverso le quali si intende comprendere la soddisfazione relativa al servizio.

Tutte le domande relative all'importanza devono essere trasformate in domande riferite alla soddisfazione.

La formulazione di queste domande è: "Quanto è soddisfatto di...?"

Si è scelto di utilizzare la scala numerica (da 1 a 5). La scala dispari è più corretta dal punto di vista statistico¹.

Anche in questo caso la formulazione della domanda indicata sotto non è solo esemplificativa ma fa parte dello standard definito.

Quinta parte. Anagrafica

L'ultima è la parte anagrafica ovvero la parte in cui si chiedono dati relativi al rispondente. Si è deciso di inserirla in coda al questionario (anche se non è un errore clamoroso inserirla in testa) in quanto queste domande richiedono uno sforzo di attenzione praticamente nullo, inoltre alcune domande personali poste all'inizio possono infastidire l'intervistato.

Attenzione: i dati anagrafici non servono per monitorare l'utenza del servizio oggetto di indagine; sono, invece, possibili chiavi di lettura delle informazioni raccolte nelle altre parti del questionario.

Per questa ragione quando non si è programmato di leggere le informazioni secondo particolari criteri di segmentazione non è necessario richiedere informazioni di tipo anagrafico. Se non mi serve riorganizzare le risposte in funzione delle classi di età dei rispondenti è inutile chiedere l'età; se non intendo dare una lettura di genere ai miei dati non ha senso chiedere se chi risponde è un uomo oppure una donna, ecc.

¹ La scelta della scala pari (per esempio da 1 a 4 oppure da 1 a 10) non è una scelta sbagliata.

In genere viene utilizzata per obbligare chi rispondere a prendere una posizione che non sia intermedia ma che chiaramente sia tra i giudizi positivi oppure tra quelli negativi.

Prima parte.
Introduzione

Esempi

- Gentile signore/a, stiamo facendo un'indagine su incarico della Provincia di XXX.
Le chiediamo qualche minuto di tempo per un'intervista. È importante per noi conoscere il Suo parere, per migliorare i nostri servizi.
- Gentile Signora/e,
sto facendo un'indagine per conto del Comune di XXX per valutare la soddisfazione dei servizi offerti alla cittadinanza relativamente al servizio XXX.
Le posso fare qualche domanda?

Seconda parte (eventuale).
Conoscenza del servizio; Frequenza; Tipologia di richieste; ecc.

Le risposte non sono da leggere, sono riportate solo per comodità dell'intervistatore

Esempi²

Sportello e Sito Internet

1. È la prima volta che utilizza questo servizio (oppure che si collega a questo sito)?

- 1 Sì 2 No
vai alla n. 2 vai alla n. 4

2. Come è venuto a conoscenza di questo servizio/sito?

Barrare al massimo 2 risposte

- 1 Internet
 2 Volantini/manifesti
 3 Quotidiani/riviste
 4 Altri uffici
 5 Passaparola
 6 Non so
 7 Altro (specificare)

3. Per quali di questi motivi è venuto in questo ufficio?

Barrare al massimo 2 risposte

- 1 Ottenere informazioni relative a.....
 2 Ottenere un certificato
 3 Rilascio carta di identità
 4 Altro (specificare)

² Tutte queste domande vanno personalizzate. Occorre personalizzare anche le risposte: per quanto riguarda le domande riferite alle frequenze d'uso dei servizi occorre considerare i flussi medi e decidere qual è il tempo medio di riferimento (la settimana, il mese, l'anno, ecc.). Attenzione a non inserire intervalli temporali nei quali una risposta comprende l'altra: almeno una volta all'anno; almeno una volta ogni sei mesi; almeno una volta al mese. Per quanto riguarda, invece, la tipologia di servizio occorre individuare quali servizi eroga lo sportello e il livello di dettaglio che ognuno ha la necessità di approfondire.

Passare alla sezione successiva (XXX)

4. Con quale frequenza si rivolge a questo ufficio?

Barrare una sola casella

- 1 Uno o più volte alla settimana
- 2 2-3 volte al mese
- 3 1 volta al mese
- 4 1 volta ogni 2- 3 mesi
- 5 Più raramente
- 6 Non so, non quantificabile

5. Quando viene in questo ufficio, per quali di questi motivi viene, principalmente?

Barrare al massimo 2 risposte

- 1 Ottenere informazioni relative a ...
- 1 Ottenere un certificato
- 1 Rilascio carta di identità
- 4 Altro (specificare)

**Terza parte.
Importanza**

Ora le rivolgerò alcune domande per conoscere quale importanza lei dà a diversi aspetti di un servizio tipo xxx. Dovrebbe rispondermi con un giudizio che può andare da 1 a 5, dove 1 vuol dire “per niente importante” e 5 vuol dire “molto importante”.

Quanto è importante per lei...?

Se relativamente a un certo aspetto non risponde, o non è in grado di rispondere, non barrare nessuna casella

La facilità di accesso all'ufficio

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

La cortesia del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

L'accoglienza degli ambienti

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

La chiarezza delle informazioni ricevute

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

La chiarezza dei moduli

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

La competenza del personale

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

La tempestività della risposta

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

Gli orari di apertura

- 1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

La facilità di individuare il personale di servizio

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

Il rispetto della riservatezza

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

Altro (specificare).....

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto importante 5 Molto

**Quarta parte.
Soddisfazione**

Ora le rivolgerò un altro gruppo di domande che servono per capire che cosa ne pensa del servizio xxx sulla base dell'esperienza fatta. Anche in questo caso dovrà rispondermi con un giudizio che può andare da 1 a 5 e, come prima, 1 vuol dire "per niente soddisfatto" e 5 vuol dire "molto soddisfatto".

Quanto è soddisfatto:

Se relativamente a un certo aspetto non risponde, o non è in grado di rispondere, non barrare nessuna casella

Della facilità di accesso all'ufficio

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Della cortesia del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Dell'accoglienza degli ambienti

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Della chiarezza delle informazioni ricevute

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Della chiarezza dei moduli

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Della competenza del personale

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Della tempestività della risposta

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Degli orari di apertura

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Della facilità di individuare il personale di servizio

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Del rispetto della riservatezza

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Altro (specificare).....

1 Per niente 2 Poco 3 Mediamente 4 Piuttosto soddisfatto 5 Molto

Quarta parte.
Anagrafica

Sesso

- 1 Maschio 2 Femmina

Età

- 1 Fino a 25 anni
 2 Da 26 a 35 anni
 3 Da 36 a 45 anni
 4 Da 46 a 55 anni
 5 Oltre 55 anni

Titolo di studio

- 1 Licenza elementare
 2 Media inferiore
 3 Media superiore
 4 Laurea
 5 Altro (specificare)

Occupazione⁷

- 1 Lavoratore dipendente
 2 Lavoratore autonomo
 3 Imprenditore
 4 Disoccupato
 5 Pensionato
 6 Altro (specificare)

oppure

- 1 Agricoltore
 2 Artigiano
 3 Casalinga
 4 Commerciante
 5

³ La classificazione varia a seconda delle esigenze. Se, per esempio, la classificazione serve ad un Centro per l'impiego per incrociare le risposte date da coloro che non hanno un'occupazione con coloro che, invece, sono occupati e sono in cerca di un'alternativa la classificazione sarà differente da quella utilizzata da uno Sportello unico che potrebbe avere la necessità di incrociare le risposte date da imprenditori oppure da professionisti con altre informazioni relative alla soddisfazione dei servizi.

Le amministrazioni partecipanti al Cantiere di innovazione *customer satisfaction*

- Agenzia Lazio Lavoro
- Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato
- Asl di Pordenone
- Asl Genova 3
- Azienda Usl Bologna Nord
- Asl Torino 4
- Assessorato alle Politiche Culturali del Comune di Roma
- Ausl Brindisi 1
- Ausl Roma D
- Ausl Valle d'Aosta
- Azienda Ospedali Riuniti di Trieste
- Azienda Ospedaliera di Padova
- Azienda Ospedaliera San Sebastiano di Caserta
- Azienda Usl 1 di Massa e Carrara
- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Bari
- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Brescia
- Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Latina
- Comune della Spezia
- Comune di Alessandria
- Comune di Arquata Scrivia (Alessandria)
- Comune di Bagno a Ripoli (Firenze)
- Comune di Borgo San Lorenzo (Firenze)
- Comune di Barletta (Bari)
- Comune di Bollate (Milano)
- Comune di Brandizzo (Torino)
- Comune di Cardano al Campo (Varese)
- Comune di Carpi (Modena)
- Comune di Cassina de' Pecchi (Milano)
- Comune di Copparo (Ferrara)
- Comune di Castelgomberto (Vicenza)
- Comune di Catania
- Comune di Ciampino (Roma)
- Comune di Corbetta (Milano)
- Comune di Crema (Cremona)
- Comune di Cremona

- Comune di Fabriano (Ancona)
- Comune di Ferrara
- Comune di Fusignano (Ravenna)
- Comune di Galliate (Novara)
- Comune di Genzano di Roma
- Comune di Grosseto
- Comune di Lucca
- Comune di Mantova
- Comune di Marcon (Venezia)
- Comune di Massa
- Comune di Mogliano Veneto (Treviso)
- Comune di Mondragone (Caserta)
- Comune di Monsummano Terme (Pistoia)
- Comune di Ozzano dell'Emilia (Bologna)
- Comune di Padova
- Comune di Pegognaga (Mantova)
- Comune di Pesaro
- Comune di Pisa
- Comune di Pistoia
- Comune di Prato
- Comune di Ravenna
- Comune di Reggio Emilia
- Comune di Rimini
- Comune di Rionero in Vulture (Potenza)
- Comune di Salsomaggiore Terme (Parma)
- Comune di San Colombano al Lambro (Milano)
- Comune di Sassari
- Comune di Segrate (Milano)
- Comune di Serradifalco (Caltanissetta)
- Comune di Sovizzo (Vicenza)
- Comune di Spoleto (Perugia)
- Comune di Suzzara (Mantova)
- Comune di Torino
- Comune di Trento
- Comune di Treviso
- Comune di Venaria Reale (Torino)
- Consiglio Nazionale delle Ricerche
- Corte dei Conti
- Inps
- Istituto Zooprofilattico Sperimentale dell'Abruzzo e del Molise
- Ministero dell'Economia e delle Finanze – Dipartimento per le Politiche Fiscali
- Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
- Ministero dell'Interno
- Municipio XII Comune di Roma
- Prefettura di Forlì Cesena
- Prefettura di Pavia
- Prefettura di Prato
- Prefettura di Taranto

- Procura della Repubblica di Ivrea
- Provincia di Crotone
- Provincia di Genova
- Provincia di Siena
- Provincia di Trento
- Regione Sardegna
- Sta SpA
- Urp degli Uffici Giudiziari di Genova
- Università di Cagliari
- Università di Catania

I MANUALI

Ripensare il lavoro pubblico

Come gestire le risorse umane e la contrattazione nelle amministrazioni pubbliche

Rubbettino, aprile 2001

Semplifichiamo

Guida alle novità del testo unico sulla documentazione amministrativa

Rubbettino, aprile 2001

Manuale operativo per il controllo di gestione

Rubbettino, novembre 2001

Lavoro pubblico e flessibilità

Rubbettino, aprile 2002

Benessere Organizzativo

Per migliorare la qualità del lavoro nelle amministrazioni pubbliche

Rubbettino, aprile 2003

Il call center nelle amministrazioni pubbliche

Migliorare la gestione dei contatti con i cittadini

Rubbettino, aprile 2003

La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche

Valutare la qualità percepita dai cittadini

Rubbettino, aprile 2003

Manuale di finanza innovativa per le amministrazioni pubbliche

Rubbettino, aprile 2003

Strumenti per la pianificazione integrata del cambiamento nelle amministrazioni pubbliche

Rubbettino, aprile 2003;
Nuova edizione giugno 2004

Guida operativa alle sponsorizzazioni nelle amministrazioni pubbliche

Rubbettino, aprile 2003

Regole e regolamenti di organizzazione nelle amministrazioni pubbliche

Rubbettino, dicembre 2003

Rendere conto ai cittadini

Il bilancio sociale nelle amministrazioni pubbliche

Edizioni Scientifiche Italiane, aprile 2004

Il piano di comunicazione nelle amministrazioni pubbliche

Edizioni Scientifiche Italiane, aprile 2004

A più voci

Amministrazioni pubbliche, imprese, associazioni e cittadini nei processi decisionali inclusivi

Edizioni Scientifiche Italiane, giugno 2004

GLI APPROFONDIMENTI

La valutazione dei costi e benefici nell'analisi dell'impatto della regolazione

Rubbettino, ottobre 2001

La consultazione nell'analisi dell'impatto della regolazione

Rubbettino, novembre 2001

Il controllo di gestione nelle amministrazioni centrali

Esperienze italiane e internazionali a confronto

Rubbettino, aprile 2002

I RAPPORTI

URP on line

Indagine sullo stato di attuazione degli Uffici per le relazioni con il pubblico

Rubbettino, settembre 2001

Donne e leadership

Per lo sviluppo di una cultura organizzativa delle amministrazioni pubbliche in ottica di genere

Rubbettino, giugno 2003

La dirigenza pubblica: il mercato e le competenze dei ruoli manageriali

Rubbettino, dicembre 2003

Persone al lavoro

Politiche e pratiche per il benessere organizzativo nelle amministrazioni pubbliche

Rubbettino, dicembre 2003

I rapporti di lavoro flessibile nelle amministrazioni pubbliche

Rubbettino, maggio 2004

Formazione e sviluppo del personale

Indagine sulla formazione del personale nelle amministrazioni pubbliche

Edizioni Scientifiche Italiane, marzo 2005

LE ESPERIENZE

La valutazione e la retribuzione delle prestazioni

Esperienze e materiali

Rubbettino, aprile 2001

L'analisi di impatto della regolazione in prospettiva comparata

Rubbettino, ottobre 2001

Il controllo di gestione nell'amministrazione finanziaria dello Stato: l'esperienza dell'Agenzia delle entrate

Rubbettino, settembre 2002

La valutazione del lavoro nelle amministrazioni pubbliche

Casi di studio sulla valutazione delle posizioni, delle prestazioni e del potenziale

Edizioni Scientifiche Italiane, novembre 2004

Amministrazioni in ascolto

Esperienze di *customer satisfaction* nelle amministrazioni pubbliche

Edizioni Scientifiche Italiane, marzo 2005

LE PROPOSTE

Proposte per il cambiamento nelle amministrazioni pubbliche

Rubbettino, aprile 2002

Finito di stampare nel mese di marzo 2005
presso La Buona Stampa Spa, Ercolano
per le Edizioni Scientifiche Italiane Spa, Napoli

La collana *Analisi e strumenti per l'innovazione* nasce per rendere disponibili a tutti coloro che sono interessati al cambiamento nelle amministrazioni pubbliche gli strumenti di azione e di conoscenza realizzati dal Dipartimento della Funzione Pubblica, anche attraverso il Programma Cantieri.

La collana comprende:

I MANUALI, che contengono *linee guida e metodi di intervento* accompagnati da *esempi di realizzazioni*;

GLI APPROFONDIMENTI, che propongono *studi di caso e riflessioni su argomenti* di interesse particolare;

I RAPPORTI, che presentano analisi basate sulla raccolta di dati, sia qualitativi, sia quantitativi, per far conoscere e comprendere le trasformazioni che riguardano le pubbliche amministrazioni;

LE ESPERIENZE, che raccolgono *casi nazionali ed internazionali* con cui confrontarsi;

LE PROPOSTE, che contengono strategie e politiche per il cambiamento nelle amministrazioni pubbliche.



**DIPARTIMENTO
DELLA FUNZIONE
PUBBLICA**

Corso Vittorio Emanuele, 116
00186 ROMA

www.funzionepubblica.it

www.cantieripa.it