



# RICERCA DI CUSTOMER SATISFACTION 2010

OTTOBRE 2010

# **ARPA EMILIA - ROMAGNA**

## **INDAGINE ANNUALE DI CUSTOMER SATISFACTION 2010**

### ***ELABORAZIONE REGIONALE***

# INDICE

<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>2</b>
Obiettivi della ricerca:.....	3
Periodo della ricerca: .....	4
Metodologia della ricerca: .....	5
Il campione.....	10
<b>RISULTATI DELLA RICERCA .....</b>	<b>13</b>
Giudizio sul trend della soddisfazione .....	13
Risultati generali .....	13
Esiti delle risposte alle domande “aperte” .....	19
<b>CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE .....</b>	<b>21</b>

## **INTRODUZIONE**

L'aggiornamento normativo e la crescente sensibilità ambientale diffusa nella popolazione, sollecitano il mantenimento del presidio della conoscenza della soddisfazione dei clienti/utenti dell'Agenzia quale elemento per la programmazione delle attività di Arpa Emilia-Romagna e stimolo per il miglioramento continuo dei servizi e/o prodotti offerti.

L'indagine condotta nel 2010 si configura come "rilevazione annuale" secondo la distinzione introdotta nel 2008 nella Procedura specifica per la Customer Satisfaction Survey del Sistema di Gestione della Qualità (SGQ) dell'Agenzia. Con tale Procedura si è infatti definito un sistema di rilevazione basato su due step temporali: una rilevazione principale a frequenza triennale integrata, negli anni di intervallo, da due rilevazioni annuali di misurazione dello scostamento percepito.

In particolare la rilevazione triennale è rivolta ad un campione rappresentativo dei clienti/utenti raggruppati in cluster omogenei per tipologia e bisogni. Lo scopo è quello di misurare il valore assoluto della soddisfazione dei servizi erogati giungendo al calcolo di un indice di soddisfazione confrontabile nel tempo. La frequenza triennale permette di discriminare l'evoluzione dei fenomeni misurati in funzione di specifiche risposte o eventi organizzativi.

Diversamente, la rilevazione annuale utilizza un questionario semplificato atto a misurare non il valore assoluto della soddisfazione, ma la variazione nel tempo. I rispondenti fanno riferimento ad un panel autoselezionato tra coloro identificati nel campione utilizzato per la rilevazione triennale.

Il presente report è relativo all'analisi della ricerca annuale, quindi di trend, condotta nel 2010.

## **Obiettivi della ricerca:**

Seppure Arpa conduce ricerche di CS sin dall'ormai lontano 1997, è opportuno, anche a nostra memoria, ricordare che una Customer Satisfaction Survey ha come presupposto la necessità di ascoltare la voce del cliente al fine di effettuare le azioni migliorative o correttive necessarie affinché l'operato sia maggiormente rispondente ai bisogni dei clienti stessi.

La guida di un ente e le scelte manageriali da compiersi, siano esse di tipo strategico piuttosto che operativo, sono conseguenza di una molteplicità di input: esogeni (normativa, evoluzione tecnologica, ....) ovvero endogeni (competenze, valutazioni tecnico/scientifiche, risorse disponibili....). Le ricerche di CS sono quindi uno degli input che determinano il cambiamento del set di offerta di prodotti e/o servizi, inteso non solo come tipologia, ma anche come standard qualitativi (tempi di erogazione, affidabilità, precisione, ecc....).

L'analisi di customer satisfaction nasce quindi dall'esigenza di conoscenza e valutazione rispetto a:

- definire gli attributi del servizio che maggiormente sono causa di soddisfazione o insoddisfazione;
- ottenere un quadro complessivo della soddisfazione dei clienti;
- misurare il trend della soddisfazione/insoddisfazione rispetto a precedenti rilevazioni;
- rafforzare la comunicazione verso i clienti;
- rilevare le criticità ed i punti di forza percepiti dell'Agenzia;
- rispondere a requisiti normativi.

L'applicazione della norma UNI11098:2003 permette di definire gli indicatori della qualità percepita per il quadro di governo aziendale e la gestione dei sistemi di qualità. Essi sono:

- Indicatori costruiti sintetici, complessivi o parziali:
  - sintetici complessivi quando riguardano tutti i fattori della soddisfazione considerati (le variabili osservate);
  - parziali quando riferiti solo a parti dei fattori (attività analitica, monitoraggio ambientale, espressione pareri, gestione degli esposti,.....)
  
- Indicatori analitici: riguardano un solo fattore della soddisfazione (una variabile osservata).

A questi la UNI11098:2003 aggiunge anche la “mappa delle priorità di intervento” che, però, non risulta applicabile nella rilevazione annuale basata sui trend di sviluppo.

***Periodo della ricerca:***

La ricerca ha preso avvio nell’aprile 2010 con l’invio dei questionari al panel di clienti, a cui è seguito un recall nel mese di maggio. Invio e recall sono stati eseguiti mediante e-mail per coloro che avevano fornito tale indicazione, per posta ordinaria per coloro che invece non avevano indicato l’indirizzo di posta elettronica.

L’analisi dei risultati si è conclusa con la presentazione nel mese di giugno al Comitato di Direzione di Arpa di uno specifico report che ha posto in evidenza il trend 2008-2009-2010.

Nel mese di settembre i risultati sono stati presentati anche ai Referenti dei Nodi dell’Agenzia con l’intento, oltre che l’ovvia condivisione delle risultanze, di verificare possibili azioni di miglioramento della metodologia utilizzata, in particolare per incrementare la numerosità dei rispondenti.

### ***Metodologia della ricerca:***

La ricerca è stata preparata negli aspetti metodologici, ivi compresa la realizzazione del questionario, dall'U.O. Pianificazione strategica e Marketing - APSCD in stretta collaborazione con i referenti individuati nelle Sezioni Provinciali di Arpa. L'Unità Pianificazione ha condotto la fase field provvedendo alla gestione della somministrazione dei questionari ai clienti sulla base della disponibilità di partecipazione al panel espressa nell'occasione della rilevazione triennale (2008). L'analisi statistica dei dati su base regionale, nonché la stesura del report di ricerca è stata realizzata dalla medesima Unità con il supporto dei referenti individuati nelle singole Sezioni provinciali.

Il taglio regionale della rilevazione annuale, così come definito nella procedura del SGQ, è conseguente della numerosità e distribuzione dei partecipanti al panel di rilevazione non statisticamente sufficiente per scendere al dettaglio provinciale. Soffermandoci sulla distribuzione dei panelisti, si può infatti osservare che distribuzione dei rispondenti non risulta omogenea nelle singole province, mentre rimane sufficientemente omogenea negli anni, ciò non permette quindi confronti geografico-territoriali, ma rende possibili confronti temporali.

Tab. 1 numerosità dei questionari inviati e ricevuti, confronto 2009-2010

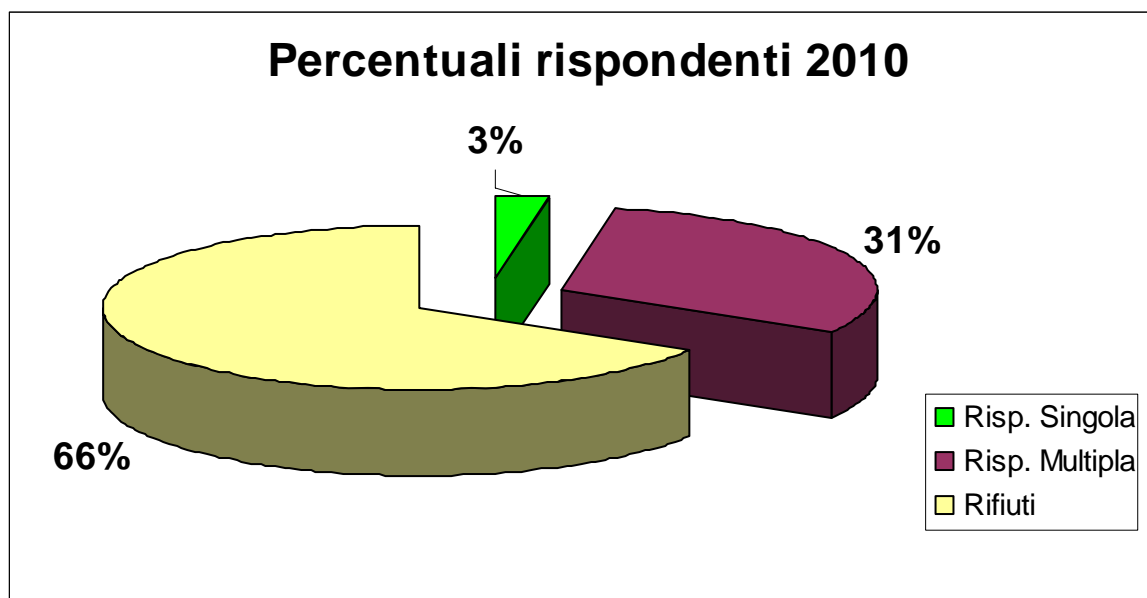
Nodo	2009		2010	
	Inviati	Ricevuti	Inviati	Ricevuti
DG	9	2	6*	3
PC	40	17	40	12
PR	7	2	7	3
RE	15	3	11*	3
MO	8	2	37**	9
BO	16	4	15*	6
FE	1	1	1	0
FC	8	4	7*	2
RA	12	6	11*	7
RN	19	6	11*	4
<b>TOT.</b>	<b>135</b>	<b>47</b>	<b>146</b>	<b>49</b>
<b>% di ritorno</b>		<b>35%</b>		<b>34%</b>

\*Non sono stati conteggiati come invii le e-mail ritornate per variazione dell'indirizzo del panelista, o per non avere fruito dei servizi Arpa nell'ultimo anno.

\*\*Aumento rispetto alla rilevazione precedente per recupero richieste di partecipazione alla rilevazione.

Sono stati quindi raccolti 49 questionari completamente compilati (pari al 34% dei questionari inviati) per un totale di 169 sezioni compilate – Graf. 1.

Graf. 1: Percentuali rispondenti rilevazione 2010



La numerosità dei questionari ritornati è in linea con l'omologa rilevazione del 2009, ciò ad indicare che per tale metodologia il livello atteso dei ritorni per tale tipologia di gruppo di clienti Arpa si aggira tra il 30 ed il 35%; valore



apparentemente elevato rispetto al 14% dei ritorni ottenuto con la ricerca triennale del 2008 ed il 15% relativo alla ricerca del 2002.

Si è definito apparentemente buono il risultato in quanto, a differenza della rilevazione triennale in cui la partecipazione all'indagine era subordinata al solo essere clienti/utenti di Arpa, nella rilevazione annuale il gruppo destinatario degli invii del questionario è autoselezionato, cioè costituito da soggetti che volontariamente avevano dato la propria disponibilità ad essere nuovamente intervistati, pertanto era da ritenere plausibile un elevato grado di interesse e motivazione nei confronti della ricerca e conseguentemente un valore di soglia dei ritorni superiore al 50%<sup>1</sup> degli invii.

La metodologia, per confrontabilità con la precedente rilevazione annuale e triennale, prevedeva l'utilizzo di un questionario strutturato in 4 sezioni afferenti all'attività laboratoristica (sezione A), all'attività di monitoraggio ambientale (sezione B), all'attività di espressione dei pareri tecnici (sezione C) e l'ultima relativa alla gestione degli esposti (sezione D). In appendice venivano poste domande relative alle principali variabili socio-anagrafiche di classificazione, alla valutazione complessiva di Arpa (sezione E). Le sezioni tecniche ricalcavano quindi il core business dei tre servizi delle Sezioni provinciali. Si ricorda che anche per le attività analitiche, il riferimento per il cliente è sempre la Sezione provinciale presso la quale viene richiesta la prestazione indipendentemente da dove l'attività analitica viene eseguita.

Le sezioni A, B, C, D erano composte da un set 3 domande a risposta chiusa. La sezione E oltre all'acquisizione dei dati anagrafici e del giudizio complessivo sull'operato dell'Agenzia e due domande a risposta aperta per esprimere liberamente ulteriori valutazioni positive o negative.

---

<sup>1</sup> La percentuale del 50% è ricavata dall'analisi della letteratura relativa ai panel diffusi a livello nazionale ed internazionale gestite da società quali IPSOS, AG Nielsen, Auditel, GFK-Eurisko,....., corretta con un fattore amplificatore dei mancati ritorni in quanto i suddetti panel per le ricerche di mercato prevedono un rafforzamento della motivazione alla partecipazione attraverso il riconoscimento di un incentivo economico (punti premio, buoni sconto, ...) non previsto per la ricerca di Arpa.

I rispondenti potevano rispondere ad una o più delle prime quattro sezioni in funzione delle esperienze di contatto con Arpa, questa possibilità ha portato alla compilazione di 169 sezioni segno che una percentuale rilevante dei clienti che hanno compilato il questionario (maggiore del 91%) interagisce con più Strutture dell'Agenzia, o almeno è in grado di valutare la qualità di molteplici servizi erogati dall'Agenzia.

La scelta di un questionario altamente strutturato, con solo due domande aperte poste in conclusione e particolarmente generiche sulla segnalazione di positività e negatività, è conseguente alla necessità di semplicità compilativa conseguente all'aver optato per la distribuzione del questionario mediante invio postale (e-mail, posta ordinaria o fax).

Relativamente alla percezione della qualità, i giudizi sui driver sono stati espressi basandosi su una scala tipo Likert che ha mantenuto i 7 step, sia della proposta originale dell'autore sia della rilevazione triennale, di valore compreso tra -3 a +3, dove -3 rappresenta il valore del massimo peggioramento, 0 evidenzia uno stato di invarianza, +3 indica invece il massimo miglioramento. La scelta di tale scala è basata sulla buona semplicità di utilizzo unitamente ad una discreta precisione<sup>2</sup>.

Sulla base di tale scala la ripartizione per gruppi omogenei si ottengono i seguenti raggruppamenti:

---

<sup>2</sup> Le scale numeriche utilizzate, non si considerano in questa sede quelle basate su differenziale semantico, sono di norma quelle basate sulla sequenza 1-3 (semplice, ma molto imprecisa), 1-5 (buona semplicità, ma precisione limitata), 1-7 (precisa, relativamente semplice), 1-10 (molto precisa, facilmente comprensibile, ma che risente del vissuto scolastico dei rispondenti). Le scale suddette prevedono, ad esclusione dell'ultima, un punto neutro centrale da molti autori criticato in quanto può essere considerato una "via di fuga" alla stregua del "non so" o "altro"; altri autori invece ritengono utile il punto centrale per non forzare il rispondente verso "pseudo-giudizi". Per ulteriori informazioni sulle scale si consiglia: "Soggettività", Enzo Spaltro, ed. Patron, 2000; "La ricerca sociale: metodologia e tecniche"; Piergiorgio Corbetta, ed. Il Mulino, 2003

- -3 peggioramento grave (*è un sottoinsieme del gruppo “peggioramento”*)
- da -3 a -1 peggioramento
- 0 stabilità
- da +1 a +3 miglioramento
- +3 miglioramento elevato (*è un sottoinsieme del gruppo “miglioramento”*)

In sede di definizione metodologica della ricerca, si è quindi confermata la scelta effettuata per la rilevazione annuale del 2009 di utilizzare una scala centrata sul punto mediano “0” per meglio comunicare la richiesta di attribuzione di una variazione e non di un valore assoluto di qualità.

Relativamente al giudizio complessivo sull’Agenzia, in questo caso è stato misurato il valore assoluto della soddisfazione e non la variazione rispetto alla rilevazione precedente, si è utilizzata una scala sempre a 7 step con intervalli compresi tra 1 e 7 ove 4 è il valore medio, che rappresenta cioè un grado di soddisfazione in linea con le attese dell’intervistato.

Per la valutazione globale i giudizi si ripartiscono nei seguenti gruppi:

- gravemente insoddisfatti (valore 1: servizio percepito fortemente inferiore alle attese)
- insoddisfatti (valori 2, 3: servizio percepito inferiore alle attese)
- in linea con le attese (valore 4)
- soddisfatti (valori 5, 6: servizio percepito superiore alle attese)
- fortemente soddisfatti – deliziati (valore 7: servizio percepito fortemente superiore alle attese)

I risultati vengono presentati nella relazione attraverso una serie di tabelle e grafici che, quantitativamente, consentono di valutare il miglioramento o il

peggiore dei driver proposti confrontando anche gli esiti della ricerca del 2009.

Tab. 2: I driver selezionati per le sezioni A, B, C, D sono:

<i>A.1/B.1/C.1/D.1 Servizio: accesso, attenzione alle esigenze, qualità delle informazioni, tempestività della risposta</i>
<i>A.2/B.2/C.2/D.2 Tecnica: qualità, comprensibilità e completezza dei certificati, costi</i>
<i>A.3/B.3/C.3/D.3 Relazione: competenza, cortesia e disponibilità del personale</i>

### ***Il campione***

Il riferimento per la base su cui effettuare il campionamento è l'universo costituito dai clienti dell'Agenzia pari a circa 10.000 soggetti tra cui persone fisiche e giuridiche ivi comprese altre Pubbliche Amministrazioni. Nel selezionare il campione non viene tenuto conto del servizio o prodotto effettivamente ricevuto in quanto ad ogni cliente viene inviato il questionario integrale, cioè con la presenza di tutte le quattro sezioni esplicative di altrettanti ambiti di attività (attività laboratoristica, monitoraggio ambientale, espressione di pareri tecnici e gestione degli esposti).

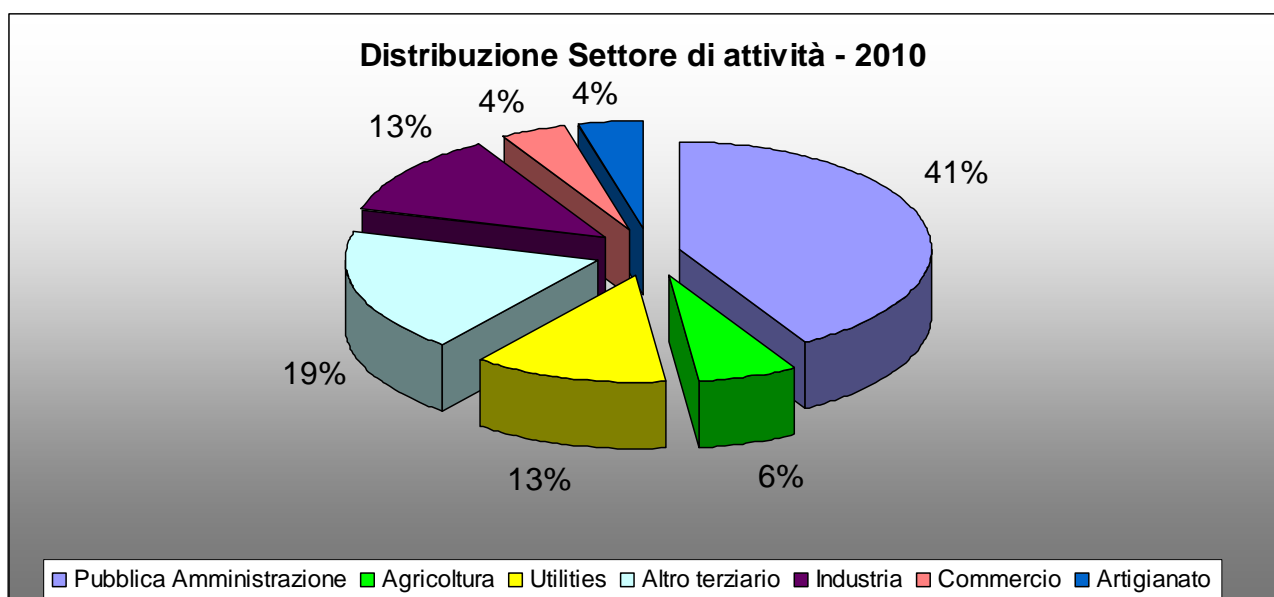
Tra gli oltre 2.000 clienti estratti come campione nel 2008, circa 150 hanno dato la disponibilità a partecipare ad un panel di rilevazione che provvedesse alla compilazione di un questionario all'anno. Il panel, pur essendo autoselezionato, evidenzia che la distribuzione dei rispondenti tra settori di attività risulta abbastanza coerente con l'impegno e la strategia di Arpa che ha nella Pubblica Amministrazione, enti territoriali in particolare, il principale

referimento. La distribuzione del panel porta, conseguentemente, ad una buona distribuzione dei rispondenti sia sul criterio di numerosità, sia di strategicità. (tab. 3 e graf. 2).

Tab.3 Distribuzione per Settore di attività – confronto rilevazione 2008 – 2009 - 2010

<b>Confronto Campione 2008/2009/2010</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
1. Agricoltura	<b>6%</b>	<b>2%</b>	<b>6%</b>
2. Industria	<b>14%</b>	<b>15%</b>	<b>12%</b>
3. Artigianato	<b>9%</b>	<b>9%</b>	<b>4%</b>
4. Commercio, pubblici esercizi	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>
5. Utilities/Servizi pubblici	<b>10%</b>	<b>15%</b>	<b>12%</b>
6. Altre attività del terziario	<b>9%</b>	<b>13%</b>	<b>18%</b>
7. Pubblica Amministrazione	<b>47%</b>	<b>32%</b>	<b>41%</b>

Graf. 2 Distribuzione rispondenti 2010 per Settore di attività



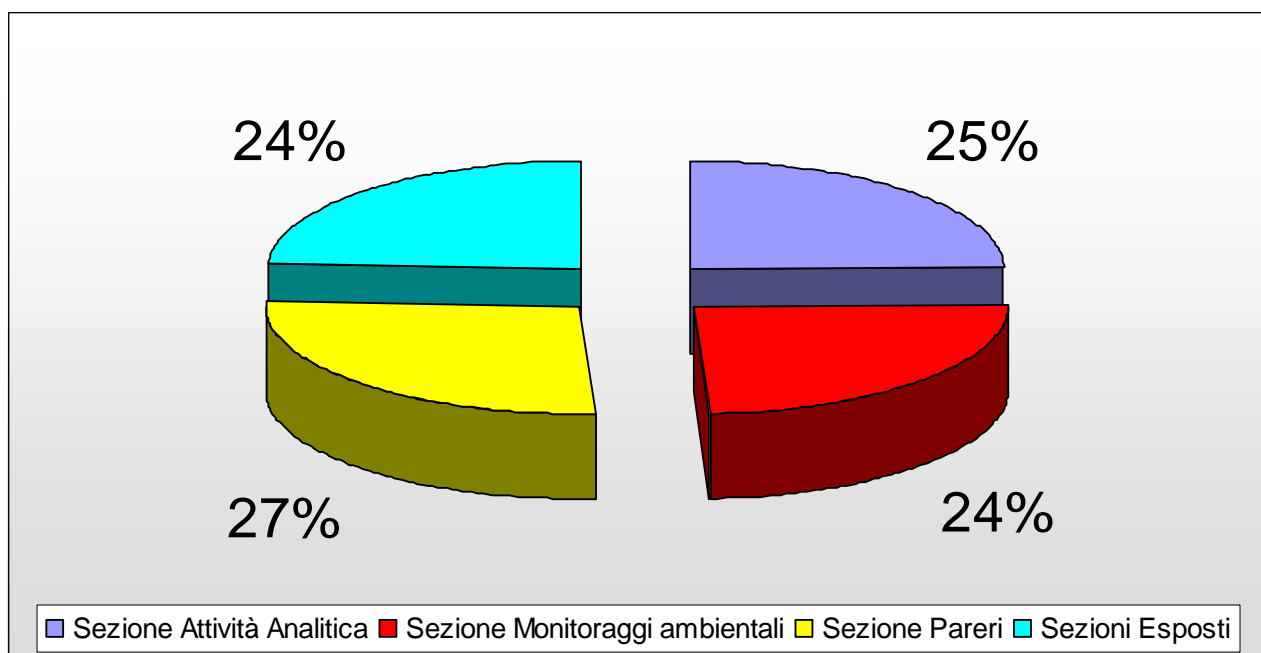
Come evidenziato dalla tabella di seguito riportata (tab. 4), si è ottenuto un numero di ritorni sufficientemente ben distribuito sul territorio regionale con una forte localizzazione nel bolognese spiegabile con la presenza di strutture regionali; l'elevata numerosità relativa a Piacenza è in parte spiegabile con l'attività svolta da tale Sezione nel campo delle radiazioni non ionizzati dove vi sono, quali interlocutori, società di grandi dimensioni abituate a tali tipologie di rilevazione e che hanno risposto in modo massivo, per Modena si evidenzia l'approfondimento sulla rete regionale di qualità dell'aria. Rispetto alla precedente indagine si è annullata la quota dei rispondenti che non hanno indicato la sede, analogamente, assenti le risposte da parte di clienti privati.

Tab. 4 Distribuzione per area geografica della sede di lavoro 2009-2010:

	2009	2010
PC	17%	12%
PR	4%	6%
RE	2%	2%
MO	4%	20%
BO	11%	20%
FE	2%	0%
FC	9%	6%
RA	9%	12%
RN	9%	10%
Fuori RER	15%	10%
Non rispondenti/ Privati	19%	0%

Perfettamente omogenea risulta la distribuzione delle risposte per servizio/prodotto indagato (Graf. 3) anche grazie alla elevata percentuale di rispondenti a più sezioni, infatti il 25% di risposte è stato relativo all'attività analitica, il 24% al monitoraggio ambientale, il 27% all'espressione di pareri tecnici ed il 24% alla gestione degli esposti.

Graf. 3 Distribuzione per tipologia di sezioni del questionario compilate 2010:



## RISULTATI DELLA RICERCA

L'analisi delle risposte sulla variazione della qualità del servizio rispetto all'anno precedente, mostra un segno positivo che però, anticipiamo le conclusioni, risulta di valore più contenuto rispetto a quanto registrato nel 2009.

Altro dato su cui si rifletterà è la positività del giudizio globale dove i clienti soddisfatti sono ben l'83,3%, in calo però del 7,6% rispetto alla rilevazione dell'anno precedente.

### ***Giudizio sul trend della soddisfazione***

#### **Risultati generali**

I dati rilevati e presentati nelle tabelle 5, 6, 7, 8, 9 sia come aggregato complessivo di tutte le risposte (tab. 5: "generale"), sia per singolo item, presentano valori superiori allo 0 quindi di miglioramento rispetto all'anno

precedente, ma con andamenti più contenuti rispetto a quanto rilevato nel 2009.

In particolare:

- ✎ la deviazione standard si riduce ovunque, quindi aumenta l'omogeneità dei giudizi espressi;
- ✎ il trend di miglioramento si riduce anche significativamente per le sezioni "attività analitica" e "pareri", trascinando verso il livellamento anche il dato "generale";
- ✎ le sezioni "monitoraggi" ed "esposti" mantengono lo stesso trend rilevato nel 2009;
- ✎ il contenimento del miglioramento interessa tutti gli ambiti descrittivi della sezione (*servizio, tecnica, relazione*);
- ✎ il giudizio complessivo rimane ottimo, ma in calo del 7,6% rispetto a quanto registrato nel 2009 tornando linea con la rilevazione del 2008;
- ✎ migliora l'item storicamente critico dei "tempi di risposta".

Le rilevazioni annuali furono progettate per rilevare attraverso l'impiego di uno strumento sufficientemente snello, l'emergere di fenomeni critici nonché per monitorare gli effetti delle azioni di miglioramento introdotte. Lo strumento adottato ha perfettamente risposto allo scopo evidenziando in particolare le criticità emerse a seguito dell'avvio della fase di riorganizzazione della rete laboratoristica, e gli effetti delle azioni di miglioramento della tempestività di esecuzione dei servizi erogati dall'Agenzia.

Relativamente alla rete laboratoristica, si ritiene normale che una fase di profonda rivisitazione organizzativa comporti riduzioni dell'efficienza almeno fino al consolidamento dell'organizzazione stessa. Si propone, per quanto attiene alle indagini di CS, di incrementare l'azione di monitoraggio in occasione della rilevazione triennale in avvio nella prossima primavera.



La valutazione di miglioramento della tempestività di esecuzione dovrà anch'essa essere approfondita per valutare, con maggiore dettaglio e unitamente ai dati oggettivi dei tempi di risposta calcolati con l'ausilio dei sistemi informativi aziendali, dove vi sia stato l'effettivo miglioramento delle performance anche al fine di dare seguito ad azioni di benchmarking interno. Altro stimolo che viene dalla rilevazione annuale è l'approfondimento delle motivazioni per cui il giudizio complessivo espresso da una quota significativa di rispondenti si sia spostato verso valori più bassi (tab. 10). Con le informazioni in possesso ottenute dall'elaborazione dei dati (correlazione di Pearson), la variazione della soddisfazione non appare chiaramente condizionata da un servizio specifico, ma più trasversalmente dai fattori "servizio" e "relazione".

Tab. 5

<b>Generale</b>	<b>Servizio</b> (accesso, attenzione alle esigenze, qualità delle informazioni, tempestività della risposta)	<b>Tecnica</b> (qualità, comprensibilità e completezza dei certificati, costi)	<b>Relazione</b> (competenza, cortesia e disponibilità del personale)	<b>Deviazione standard</b>
<b>Media 2009</b>	<b>1,04</b>	<b>0,96</b>	<b>1,22</b>	<b>1,25</b>
<b>Media 2010</b>	<b>0,86</b>	<b>0,86</b>	<b>1,06</b>	<b>1,08</b>

Tab. 6

<b>Attività analitica</b>	<b>Servizio</b> (accesso, attenzione alle esigenze, qualità delle informazioni, tempestività della risposta)	<b>Tecnica</b> (qualità, comprensibilità e completezza dei certificati, costi)	<b>Relazione</b> (competenza, cortesia e disponibilità del personale)	<b>Deviazione standard</b>
<b>Media 2009</b>	<b>1,18</b>	<b>1,10</b>	<b>1,49</b>	<b>1,11</b>
<b>Media 2010</b>	<b>0,81</b>	<b>0,83</b>	<b>0,95</b>	<b>1,06</b>

Tab. 7

<b>Monitoraggi</b>	<b>Servizio</b> <i>(accesso, attenzione alle esigenze, qualità delle informazioni, tempestività della risposta)</i>	<b>Tecnica</b> <i>(qualità, comprensibilità e completezza dei certificati, costi)</i>	<b>Relazione</b> <i>(competenza, cortesia e disponibilità del personale)</i>	<b>Deviazione standard</b>
<b>Media 2009</b>	<b>1,02</b>	<b>0,80</b>	<b>1,10</b>	<b>1,26</b>
<b>Media 2010</b>	<b>0,95</b>	<b>0,90</b>	<b>1,15</b>	<b>1,02</b>

Tab. 8

<b>Pareri</b>	<b>Servizio</b> <i>(accesso, attenzione alle esigenze, qualità delle informazioni, tempestività della risposta)</i>	<b>Tecnica</b> <i>(qualità, comprensibilità e completezza dei certificati, costi)</i>	<b>Relazione</b> <i>(competenza, cortesia e disponibilità del personale)</i>	<b>Deviazione standard</b>
<b>Media 2009</b>	<b>1,26</b>	<b>1,21</b>	<b>1,40</b>	<b>1,33</b>
<b>Media 2010</b>	<b>1,00</b>	<b>0,98</b>	<b>1,22</b>	<b>1,11</b>

Tab. 9

<b>Esposti</b>	<b>Servizio</b> <i>(accesso, attenzione alle esigenze, qualità delle informazioni, tempestività della risposta)</i>	<b>Tecnica</b> <i>(qualità, comprensibilità e completezza dei certificati, costi)</i>	<b>Relazione</b> <i>(competenza, cortesia e disponibilità del personale)</i>	<b>Deviazione standard</b>
<b>Media 2009</b>	<b>0,67</b>	<b>0,67</b>	<b>0,86</b>	<b>1,24</b>
<b>Media 2010</b>	<b>0,66</b>	<b>0,73</b>	<b>0,90</b>	<b>1,09</b>

Tab 10. Giudizio complessivo, confronto 2009-2010:

	MEDIA	MEDIANA	80° Perc.	Dev. Std.	Distribuzione percentuale delle risposte				
					% di cui Gravemente insoddis. (1)	% Insoddis. (1-2-3)	% Neutro (4)	% Soddisf. (5-6-7)	% di cui Altamente Soddisf. (7)
<b>2009</b>	<b>5,7</b>	<b>6,0</b>	<b>7,0</b>	<b>0,9</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>9,1</b>	<b>90,9</b>	<b>22,7</b>
<b>2010</b>	<b>5,4</b>	<b>6,0</b>	<b>6,0</b>	<b>1,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4,2</b>	<b>12,5</b>	<b>83,3</b>	<b>10,4</b>

## Esiti delle risposte alle domande “aperte”

Le risposte qualitative basate su domande aperte, permettono di cogliere sfumature che i clienti vogliono indicare e non diversamente rilevabili senza l'impiego di questionari dalla lunghezza e complessità improponibile.

In questa ricerca sono stati raccolti 33 pareri – di cui 22 positivi e 11 negativi – distribuiti secondo lo schema riportato nella seguente tabella (tab. 11) ove si riporta per confronto anche la distribuzione delle risposte aperte rilevata nel 2009.

Tab. 11 Confronto 2009-2010 distribuzione delle risposte “aperte”

Criticità			Positività		
Temi	2009	2010	Temi	2009	2010
Tempi di risposta	30%	10%	Competenza/ qualità	39%	28%
Attenzione alle esigenze	30%	45%	Cortesia e disponibilità	36%	27%
Carenza di personale	10%	9%	Tempestività	14%	18%
Competenza/ qualità	10%	9%	Attenzione alle esigenze	11%	27%
Altre (organizzazione processi)	20%	27%			

L'analisi delle risposte richiede un atteggiamento prudentiale in quanto la bassa numerosità dei casi condiziona la rappresentatività dei risultati. Premesso quanto sopra, appare evidente la riduzione della criticità relativa ai tempi di risposta a fronte di una perdita di apprezzamenti relativamente agli aspetti relazionali. È quindi una fotografia con luci ed ombre, un miglioramento di un item da sempre critico per Arpa, è controbilanciato dall'emersione di possibili criticità nei settori storicamente ad elevata positività come la competenza e la disponibilità.

Per meglio comprendere i dati potranno essere di aiuto al management l'incrocio con gli esiti dell'indagine sul benessere organizzativo che stanno per essere pubblicati al momento in cui si scrive questo report. La minore cortesia e disponibilità percepita potrebbe infatti essere frutto di situazioni di difficoltà a livello locale o diffuso.

Tab. 12 Variazione "positività" (22 risposte nel 2010)

<b>Positività</b>	
<b>Tem</b>	<b>Variazione 2010-2009</b>
<b>Competenza/ qualità</b>	<b>-11%</b>
<b>Cortesia e disponibilità</b>	<b>-9%</b>
<b>Tempestività</b>	<b>4%</b>
<b>Attenzione alle esigenze</b>	<b>16%</b>

## CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Con la seconda ricerca annuale si conclude un ciclo di rilevazione della qualità percepita dai clienti/utenti di Arpa; per cui all'indagine di CS integrale (rilevazione "triennale") condotta nel 2008 atta a misurare il valore assoluto di percezione di qualità, sono seguite due rilevazioni "annuali" nel 2009 e nel 2010 per valutare l'andamento della soddisfazione del cliente esterno nel tempo.

I numeri che possono sinteticamente e sommariamente descrivere l'impegno nel triennio possono essere così presentati:

- ✎ 19 operatori coinvolti tra Direzione generale e Sezioni provinciali;
- ✎ 8 riunioni tra i referenti operativi per la definizione della metodologia e l'analisi dei risultati;
- ✎ 4 presentazioni al Comitato di Direzione di Arpa;
- ✎ 2 presentazioni al Comitato di Indirizzo di Arpa;
- ✎ 1 presentazione ad Arpa Campania (in occasione di un percorso formativo sui LETA);
- ✎ 1 Procedura, 1 Istruzione Operativa e 2 Moduli certificati nel Sistema Gestione Qualità di Arpa;
- ✎ 3 sperimentazioni su metodologie e canali alternativi di rilevazione condotte a Reggio-Emilia, Rimini e Bologna (quest'ultima è tutt'ora in corso);
- ✎ 3 report regionali, 12 report provinciali;
- ✎ 2 corsi specialistici per i referenti di Arpa (teoria e prassi della ricerca sociale ed impiego di software dedicato per la ricerca);
- ✎ 2.500 questionari inviati;
- ✎ 409 questionari elaborati;
- ✎ 28 interviste semi-strutturate condotte ed elaborate;
- ✎ oltre ad un numero imprecisato di e-mail, telefonate, confronti, partecipazione a gruppi di lavoro interagenziali, ecc .....

Ritornando alla ricerca, il 2010 conferma la percezione di miglioramento, l'elevato valore di soddisfazione complessivo e la soluzione di problemi di lunga durata, a fronte di segnali di criticità, seppur relativa ed in nuce, di riduzione del livello generale di miglioramento della soddisfazione.

Per concludere, si ricorda che la bassa numerosità dei rispondenti non ha reso possibile effettuare specifici approfondimenti tematici sulle singole realtà provinciali.