

# Customer Satisfaction

Arpa Emilia-Romagna

Indagine a frequenza triennale

*Anno 2014*

Sintesi regionale dei risultati

*Istruttoria per il processo di pianificazione 2015*

Le indagini di Customer Satisfaction curate da Arpa-ER prevedono un'alternanza su base triennale di una rilevazione sul valore assoluto della qualità percepita dai clienti, seguita da due rilevazioni annuali sul trend di miglioramento o peggioramento.

Con l'indagine triennale si contattano tutti i clienti dell'Agenzia di cui si dispone un indirizzo e-mail, a cui si aggiunge un campione di opinion leader oggetto di specifica intervista in presenza. La possibilità di compilazione del questionario è allargata anche agli utenti internet attraverso una specifica sezione sul sito dell'Agenzia.

Nei due anni intermedi la rilevazione annuale è invece limitata ad un panel di clienti auto-selezionato.

**Invii basati su mailing-list clienti** (giugno 2014)

**6.648** questionari inviati tramite email  
(4.827 nell'indagine del 2011)



Attivazione su Arpaweb  
link per l'accesso al  
**questionario CS**

**Ritorni:**



**891** questionari validi per elaborazione, il 13,4% delle richieste inviate; erano  
**956** nell'indag. '11, il 19,8% degli invii

**1.121** sezioni di questionario compilate (2.312 nell'Indag. '11) riferite ai  
servizi erogati (Pareri/Monitoraggi/RMVQA/Att. Lab./SIA/Comunic.)

**275** dichiarazioni di disponibilità di partecipazione alla ricerca annuale  
(369 nell'indagine '11)

**Effettuate 40** interviste  
**semi-strutturate in presenza**  
(luglio-ottobre 2014)

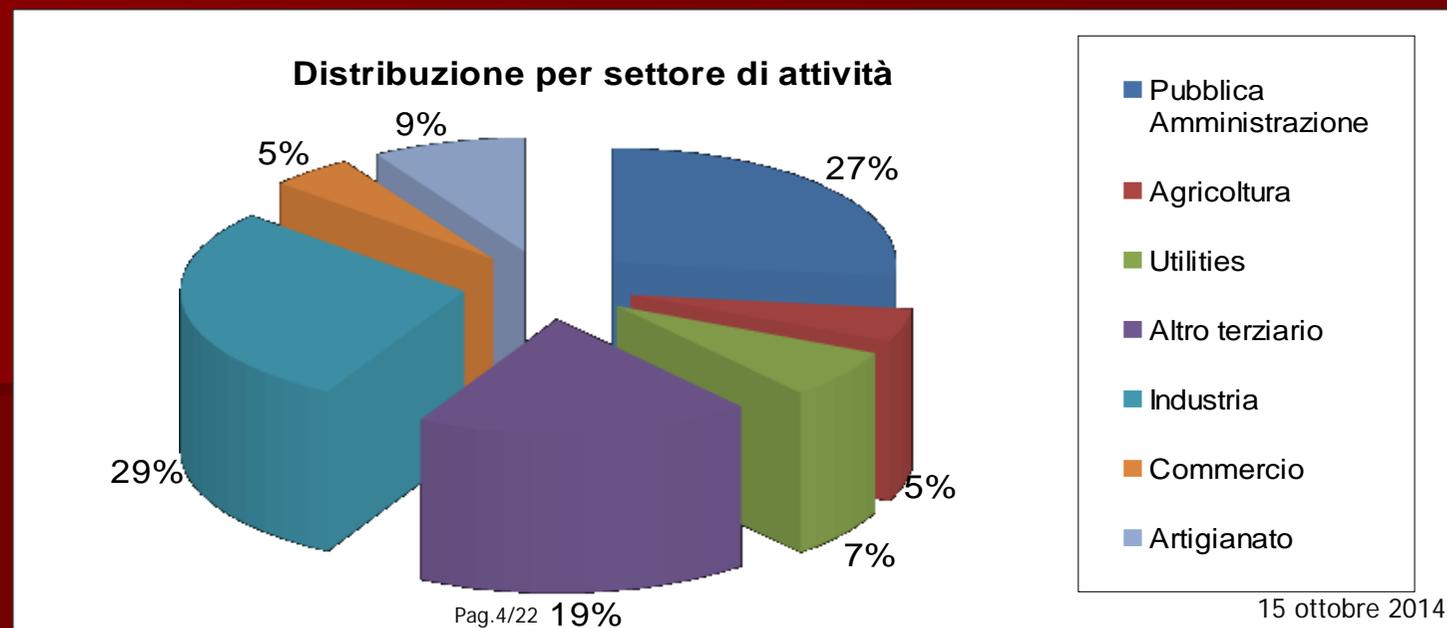
(furono 55 nell'indagine '11)

# INDAGINE QUANTITATIVA

# ESITI DEI QUESTIONARI

# Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Distribuzione risposte per Settore d'attività	2014	2011
1. Agricoltura	5%	7%
2. Industria	29%	19%
3. Artigianato	9%	6%
4. Commercio, pubblici esercizi	5%	4%
5. Utilities/Servizi pubblici	7%	7%
6. Altre attività del terziario	19%	17%
7. Pubblica Amministrazione	27%	40%



## Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

Item di giudizio Arpa	Valore Medio (scala 1-7)	Ripartizione percentuale della soddisfazione		
		Insoddisfatti (val.1-2-3)	In linea con le aspettative (val.4)	Soddisfatti (val.5-6-7)
Accesso al servizio	5,6	10,3%	8,4%	81,3%
Caratteristiche del prodotto	5,5	12,6%	7,6%	79,8%
Ambito della relazione	6,0	7,3%	4,7%	88,0%
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>5,6</b>	<b>9,5%</b>	<b>6,7%</b>	<b>83,8%</b>

**CSI**

**2014**

**2011**

**2008**

**Arpa**

**77,4**

**79,6**

**80,0**

Il Customer Satisfaction Index (CSI) è calcolato secondo le indicazioni della **UNI 11098:2003**

## Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

<b>Giudizio complessivo</b>	<b>Valore Medio (scala 1-7)</b>	<b>Insoddisfatti (val.1-2-3)</b>	<b>In linea con le aspettative (val.4)</b>	<b>Soddisfatti (val.5-6-7)</b>
<b>Accesso al servizio</b>				
<i>Facilità accesso</i>	<b>5,3</b>	<b>13,1%</b>	<b>11,9%</b>	<b>75,0%</b>
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	<b>5,4</b>	<b>9,5%</b>	<b>10,2%</b>	<b>80,4%</b>
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	<b>5,7</b>	<b>8,3%</b>	<b>7,7%</b>	<b>84,0%</b>
<i>Orario al pubblico</i>	<b>5,7</b>	<b>10,4%</b>	<b>6,1%</b>	<b>83,5%</b>
<i>Professionalità front office</i>	<b>5,7</b>	<b>9,6%</b>	<b>6,0%</b>	<b>84,4%</b>
<b>Caratteristiche del prodotto</b>				
<i>Qualità tecnica</i>	<b>5,8</b>	<b>9,6%</b>	<b>4,4%</b>	<b>86,0%</b>
<i>Comprensibilità</i>	<b>5,7</b>	<b>10,2%</b>	<b>4,5%</b>	<b>85,3%</b>
<i>Completezza</i>	<b>5,7</b>	<b>10,4%</b>	<b>4,8%</b>	<b>84,8%</b>
<i>Tempestività di erogazione</i>	<b>5,2</b>	<b>16,1%</b>	<b>11,1%</b>	<b>72,8%</b>
<i>Costi</i>	<b>4,9</b>	<b>18,1%</b>	<b>15,1%</b>	<b>66,9%</b>
<b>Ambito della relazione</b>				
<i>Competenza</i>	<b>5,9</b>	<b>8,2%</b>	<b>4,1%</b>	<b>87,7%</b>
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	<b>6,1</b>	<b>6,5%</b>	<b>5,1%</b>	<b>88,4%</b>
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>5,6</b>	<b>9,5%</b>	<b>6,7%</b>	<b>83,8%</b>

## Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

<b>Pareri</b>	<b>Valore Medio (scala 1-7)</b>	<b>Insoddisfatti (val.1-2-3)</b>	<b>In linea con le aspettative (val.4)</b>	<b>Soddisfatti (val.5-6-7)</b>
<b>Accesso al servizio</b>				
<i>Facilità accesso</i>	<b>5,3</b>	<b>12,1%</b>	<b>14,3%</b>	<b>73,6%</b>
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	<b>5,3</b>	<b>9,9%</b>	<b>12,1%</b>	<b>78,0%</b>
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	<b>5,7</b>	<b>7,4%</b>	<b>9,1%</b>	<b>83,5%</b>
<i>Orario al pubblico</i>	<b>5,7</b>	<b>9,6%</b>	<b>4,9%</b>	<b>85,4%</b>
<i>Professionalità front office</i>	<b>5,8</b>	<b>8,0%</b>	<b>4,9%</b>	<b>87,1%</b>
<b>Caratteristiche del prodotto</b>				
<i>Qualità tecnica</i>	<b>5,8</b>	<b>8,2%</b>	<b>5,2%</b>	<b>86,6%</b>
<i>Comprensibilità</i>	<b>5,7</b>	<b>9,0%</b>	<b>4,9%</b>	<b>86,0%</b>
<i>Completezza</i>	<b>5,7</b>	<b>9,3%</b>	<b>4,4%</b>	<b>86,3%</b>
<i>Tempestività di erogazione</i>	<b>5,2</b>	<b>15,3%</b>	<b>12,1%</b>	<b>72,6%</b>
<i>Costi</i>	<b>4,9</b>	<b>18,5%</b>	<b>15,8%</b>	<b>65,7%</b>
<b>Ambito della relazione</b>				
<i>Competenza</i>	<b>5,9</b>	<b>6,8%</b>	<b>5,2%</b>	<b>87,9%</b>
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	<b>6,1</b>	<b>5,5%</b>	<b>5,8%</b>	<b>88,8%</b>
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>5,6</b>	<b>8,1%</b>	<b>7,5%</b>	<b>84,4%</b>

## Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

<b>Monit. Ambient.</b>	<b>Valore Medio (scala 1-7)</b>	<b>Insoddisfatti (val.1-2-3)</b>	<b>In linea con le aspettative (val.4)</b>	<b>Soddisfatti (val.5-6-7)</b>
<b>Accesso al servizio</b>				
<i>Facilità accesso</i>	<b>5,2</b>	<b>15,6%</b>	<b>11,8%</b>	<b>72,6%</b>
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	<b>5,4</b>	<b>11,5%</b>	<b>10,3%</b>	<b>78,2%</b>
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	<b>5,6</b>	<b>9,8%</b>	<b>9,2%</b>	<b>80,9%</b>
<i>Orario al pubblico</i>	<b>5,4</b>	<b>14,3%</b>	<b>7,9%</b>	<b>77,8%</b>
<i>Professionalità front office</i>	<b>5,5</b>	<b>12,2%</b>	<b>9,1%</b>	<b>78,7%</b>
<b>Caratteristiche del prodotto</b>				
<i>Qualità tecnica</i>	<b>5,7</b>	<b>9,1%</b>	<b>7,2%</b>	<b>83,7%</b>
<i>Comprensibilità</i>	<b>5,7</b>	<b>10,9%</b>	<b>6,2%</b>	<b>82,9%</b>
<i>Completezza</i>	<b>5,6</b>	<b>10,7%</b>	<b>5,9%</b>	<b>83,4%</b>
<i>Tempestività di erogazione</i>	<b>5,2</b>	<b>15,5%</b>	<b>10,2%</b>	<b>74,3%</b>
<i>Costi</i>	<b>4,8</b>	<b>20,5%</b>	<b>15,8%</b>	<b>63,7%</b>
<b>Ambito della relazione</b>				
<i>Competenza</i>	<b>5,8</b>	<b>11,4%</b>	<b>5,2%</b>	<b>83,4%</b>
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	<b>6,0</b>	<b>6,9%</b>	<b>8,0%</b>	<b>85,1%</b>
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>5,5</b>	<b>9,7%</b>	<b>8,3%</b>	<b>82,0%</b>

## Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

<b>Monit. Qualità Aria</b>	<b>Valore Medio (scala 1-7)</b>	<b>Insoddisfatti (val.1-2-3)</b>	<b>In linea con le aspettative (val.4)</b>	<b>Soddisfatti (val.5-6-7)</b>
<b>Accesso al servizio</b>				
<i>Facilità accesso</i>	<b>5,4</b>	<b>13,8%</b>	<b>10,0%</b>	<b>76,2%</b>
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	<b>5,5</b>	<b>8,8%</b>	<b>11,5%</b>	<b>79,6%</b>
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	<b>5,7</b>	<b>10,0%</b>	<b>9,1%</b>	<b>80,9%</b>
<i>Orario al pubblico</i>	<b>5,6</b>	<b>8,8%</b>	<b>12,3%</b>	<b>78,9%</b>
<i>Professionalità front office</i>	<b>5,6</b>	<b>10,8%</b>	<b>5,8%</b>	<b>83,3%</b>
<b>Caratteristiche del prodotto</b>				
<i>Qualità tecnica</i>	<b>5,7</b>	<b>11,1%</b>	<b>6,3%</b>	<b>82,5%</b>
<i>Comprensibilità</i>	<b>5,5</b>	<b>12,9%</b>	<b>8,1%</b>	<b>79,0%</b>
<i>Completezza</i>	<b>5,5</b>	<b>12,4%</b>	<b>9,1%</b>	<b>78,5%</b>
<i>Tempestività di erogazione</i>	<b>5,2</b>	<b>16,7%</b>	<b>11,1%</b>	<b>72,2%</b>
<i>Costi</i>	<b>4,9</b>	<b>21,1%</b>	<b>14,7%</b>	<b>64,2%</b>
<b>Ambito della relazione</b>				
<i>Competenza</i>	<b>5,7</b>	<b>10,7%</b>	<b>6,6%</b>	<b>82,6%</b>
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	<b>5,9</b>	<b>10,1%</b>	<b>5,0%</b>	<b>84,9%</b>
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>5,5</b>	<b>9,7%</b>	<b>8,3%</b>	<b>82,0%</b>

# Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

<b>Attività Analitica</b>	<b>Valore Medio (scala 1-7)</b>	<b>Insoddisfatti (val.1-2-3)</b>	<b>In linea con le aspettative (val.4)</b>	<b>Soddisfatti (val.5-6-7)</b>
<b>Accesso al servizio</b>				
<i>Facilità accesso</i>	<b>5,6</b>	<b>8,1%</b>	<b>10,0%</b>	<b>81,8%</b>
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	<b>5,8</b>	<b>4,3%</b>	<b>8,6%</b>	<b>87,1%</b>
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	<b>6,1</b>	<b>2,9%</b>	<b>5,3%</b>	<b>91,9%</b>
<i>Orario al pubblico</i>	<b>6,2</b>	<b>2,4%</b>	<b>4,3%</b>	<b>93,3%</b>
<i>Professionalità front office</i>	<b>6,2</b>	<b>1,9%</b>	<b>5,7%</b>	<b>92,4%</b>
<b>Caratteristiche del prodotto</b>				
<i>Qualità tecnica</i>	<b>6,3</b>	<b>3,3%</b>	<b>0,5%</b>	<b>96,2%</b>
<i>Comprensibilità</i>	<b>6,2</b>	<b>3,3%</b>	<b>0,9%</b>	<b>95,7%</b>
<i>Completezza</i>	<b>6,2</b>	<b>3,3%</b>	<b>2,4%</b>	<b>94,3%</b>
<i>Tempestività di erogazione</i>	<b>5,3</b>	<b>13,3%</b>	<b>11,8%</b>	<b>74,9%</b>
<i>Costi</i>	<b>5,2</b>	<b>13,7%</b>	<b>13,2%</b>	<b>73,1%</b>
<b>Ambito della relazione</b>				
<i>Competenza</i>	<b>6,4</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,0%</b>	<b>97,6%</b>
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	<b>6,5</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,4%</b>	<b>96,7%</b>
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>6,0</b>	<b>3,3%</b>	<b>2,9%</b>	<b>93,8%</b>

# Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

<b>Esposti/SIA</b>	<b>Valore Medio (scala 1-7)</b>	<b>Insoddisfatti (val.1-2-3)</b>	<b>In linea con le aspettative (val.4)</b>	<b>Soddisfatti (val.5-6-7)</b>
<b>Accesso al servizio</b>				
<i>Facilità accesso</i>	<b>5,0</b>	<b>25,8%</b>	<b>8,1%</b>	<b>66,1%</b>
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	<b>5,0</b>	<b>24,6%</b>	<b>6,6%</b>	<b>68,9%</b>
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	<b>5,0</b>	<b>23,9%</b>	<b>1,5%</b>	<b>74,6%</b>
<i>Orario al pubblico</i>	<b>4,8</b>	<b>26,4%</b>	<b>3,4%</b>	<b>70,1%</b>
<i>Professionalità front office</i>	<b>4,9</b>	<b>27,3%</b>	<b>4,5%</b>	<b>68,2%</b>
<b>Caratteristiche del prodotto</b>				
<i>Qualità tecnica</i>	<b>4,9</b>	<b>29,5%</b>	<b>1,1%</b>	<b>69,3%</b>
<i>Comprensibilità</i>	<b>5,0</b>	<b>26,1%</b>	<b>2,3%</b>	<b>71,6%</b>
<i>Completezza</i>	<b>6,2</b>	<b>29,1%</b>	<b>3,5%</b>	<b>67,4%</b>
<i>Tempestività di erogazione</i>	<b>5,3</b>	<b>27,0%</b>	<b>6,7%</b>	<b>66,3%</b>
<b>Ambito della relazione</b>				
<i>Competenza</i>	<b>5,3</b>	<b>20,0%</b>	<b>1,3%</b>	<b>78,8%</b>
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	<b>5,4</b>	<b>15,7%</b>	<b>5,6%</b>	<b>78,7%</b>
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>4,8</b>	<b>27,1%</b>	<b>6,3%</b>	<b>66,7%</b>

# Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

<b>Riepilogo</b>	<b>Valori medi (scala 1-7)</b>					
	Generale	Pareri	Mon. Amb.	Mon. Aria	Att. Analit.	Esp./SIA
<b>Accesso al servizio</b>						
<i>Facilità accesso</i>	5,3	5,3	5,2	5,4	5,6	5,0
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	5,4	5,3	5,4	5,5	5,8	5,0
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	5,7	5,7	5,6	5,7	6,1	5,0
<i>Orario al pubblico</i>	5,7	5,7	5,4	5,6	6,2	4,8
<i>Professionalità front office</i>	5,7	5,8	5,5	5,6	6,2	4,9
<b>Caratteristiche del prodotto</b>						
<i>Qualità tecnica</i>	5,8	5,8	5,7	5,7	6,3	4,9
<i>Comprensibilità</i>	5,7	5,7	5,7	5,5	6,2	5,0
<i>Completezza</i>	5,7	5,7	5,6	5,5	6,2	6,2
<i>Tempestività di erogazione</i>	5,2	5,2	5,2	5,2	5,3	5,3
<i>Costi</i>	5,0	4,9	4,8	4,9	5,2	///
<b>Ambito della relazione</b>						
<i>Competenza</i>	5,9	5,9	5,8	5,7	6,4	5,3
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	6,1	6,1	6,0	5,9	6,5	5,4
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,5</b>	<b>5,5</b>	<b>6,0</b>	<b>4,8</b>

# Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale

<b>Confronto 2014/2011</b>	<b>Insoddisfatti (1-2-3)</b>		<b>In linea con le aspettative (4)</b>		<b>Soddisfatti (5-6-7)</b>	
	<b>2014</b>	<b>2011</b>	<b>2014</b>	<b>2011</b>	<b>2014</b>	<b>2011</b>
<b>Accesso al servizio</b>						
<i>Facilità accesso</i>	<b>13,1%</b>	<b>11,1%</b>	<b>11,9%</b>	<b>14,1%</b>	<b>75,0%</b>	<b>74,8%</b>
<i>Assistenza definizione esigenze</i>	<b>9,5%</b>	<b>8,9%</b>	<b>10,2%</b>	<b>9,0%</b>	<b>80,4%</b>	<b>82,1%</b>
<i>Chiarezza informazioni fornite</i>	<b>8,3%</b>	<b>7,8%</b>	<b>7,7%</b>	<b>8,0%</b>	<b>84,0%</b>	<b>84,2%</b>
<b>Caratteristiche del prodotto</b>						
<i>Qualità tecnica</i>	<b>9,6%</b>	<b>7,6%</b>	<b>4,4%</b>	<b>7,8%</b>	<b>86,0%</b>	<b>84,6%</b>
<i>Comprensibilità</i>	<b>10,2%</b>	<b>7,4%</b>	<b>4,5%</b>	<b>9,7%</b>	<b>85,3%</b>	<b>82,9%</b>
<i>Completezza</i>	<b>10,4%</b>	<b>9,0%</b>	<b>4,8%</b>	<b>8,5%</b>	<b>84,8%</b>	<b>82,5%</b>
<i>Tempestività di erogazione</i>	<b>16,1%</b>	<b>17,1%</b>	<b>11,1%</b>	<b>12,8%</b>	<b>72,8%</b>	<b>70,1%</b>
<i>Costi</i>	<b>18,1%</b>	<b>15,6%</b>	<b>15,1%</b>	<b>19,7%</b>	<b>66,9%</b>	<b>64,7%</b>
<b>Ambito della relazione</b>						
<i>Competenza</i>	<b>8,2%</b>	<b>6,3%</b>	<b>4,1%</b>	<b>7,1%</b>	<b>87,7%</b>	<b>86,6%</b>
<i>Cortesìa e disponibilità</i>	<b>6,5%</b>	<b>5,6%</b>	<b>5,1%</b>	<b>7,5%</b>	<b>88,4%</b>	<b>86,9%</b>
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>9,5%</b>	<b>8,6%</b>	<b>6,7%</b>	<b>9,8%</b>	<b>83,8%</b>	<b>81,6%</b>

## ***Il concetto e la misura dell'importanza***

- **L'importanza può** essere rilevata in modo assoluto o relativo.

L'importanza **assoluta** è rilevata su tutti i fattori di soddisfazione analizzati ...

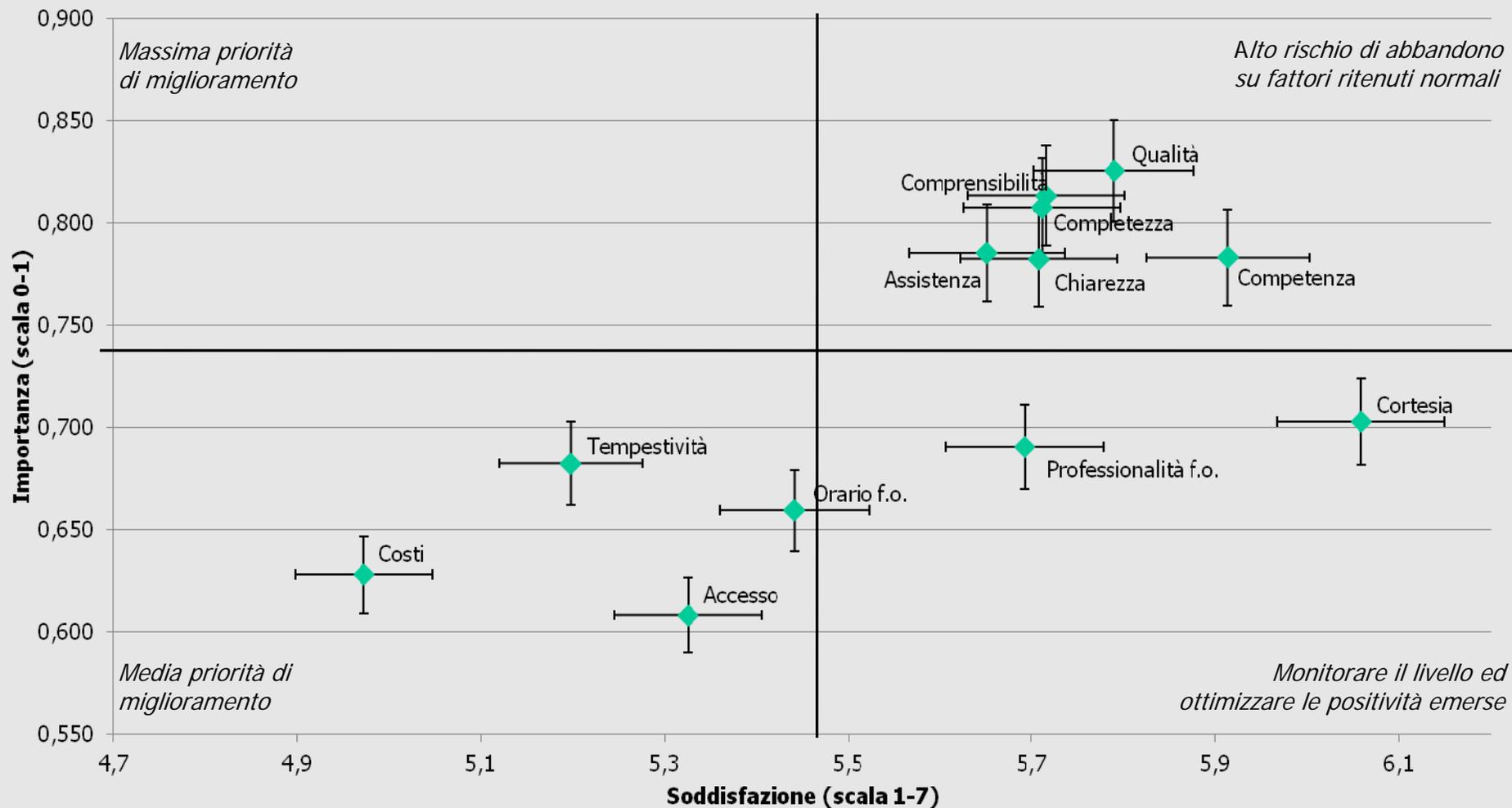
L'importanza **relativa** è rilevata per i soli casi in cui viene rilevato uno scarto ... fra percezione e aspettative .... (UNI 11098:2003)

- È possibile si crei confusione tra il concetto di **importanza (desiderato/atteso)** e quello di **soddisfazione (presenza)**.

Una alternativa alla richiesta del giudizio sull'importanza è costituita dall'inserimento nel questionario di una domanda finale sulla **soddisfazione** globale.

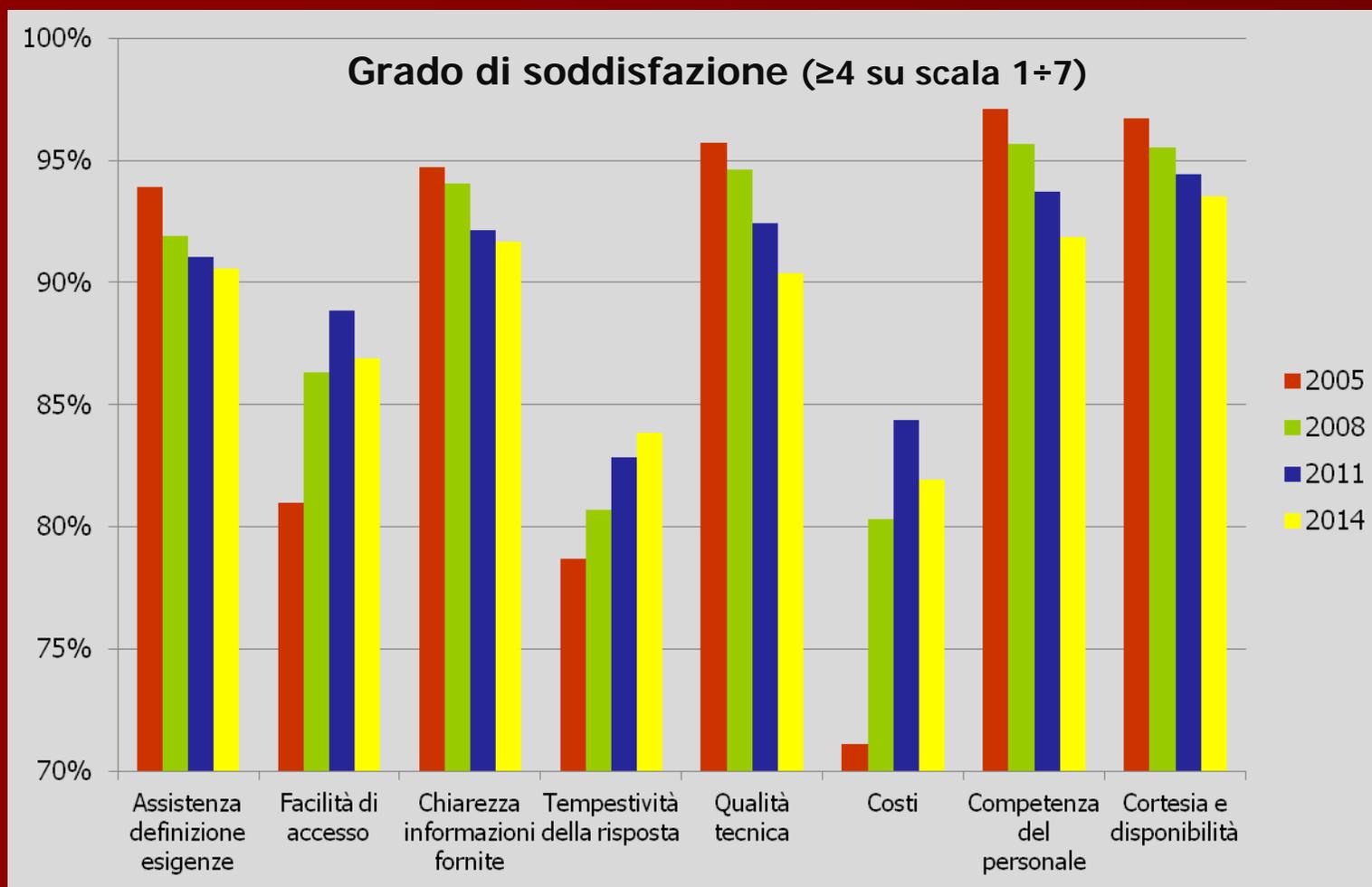
L'entità della **correlazione** fra ciascun parametro e la soddisfazione globale, riflette il contributo, quindi l'importanza, di ogni dimensione nel raggiungere un buon livello di soddisfazione globale. (Team di Innovazione Regionale – RER)

## Mappa delle priorità di intervento - CS 2014



Le barre di errore per soddisfazione ed importanza disegnano un  $\pm 3\%$  del valore rilevato

## Indagine di Customer Satisfaction 2014 – elaborazione regionale



**L'accesso:** è stato inteso (*rif. risposte aperte*) anche come "accesso ai dati presenti nel sito" (incluso concetto di opendata)

- **Miglioramenti soddisfazione:** Accesso, Tempestività, Costi
- **In flessione:** i driver Tecnici e Relazionali
- **La flessione può essere sintomo di una maggiore "richiesta e/o attesa", che cresce con la dimensione della conoscenza dei servizi erogati, in rapporto alla maggior fruizione degli stessi**

<b>CS 2014 - Esiti risposte aperte raggruppati per categorie</b>			
<b>Criticità segnalate</b>	<b>N°</b>	<b>Positività segnalate</b>	<b>N°</b>
Controllo del territorio	31	Competenza del personale	33
Chiarezza delle informazioni fornite (qualità/tempestività/accesso/...)	18	Cortesìa e disponibilità del personale	28
Tempestività della risposta	12	Assistenza nella definizione delle esigenze	11
<b>Totale segnalazioni di criticità</b>	<b>94</b>	<b>Totale segnalazioni di positività</b>	<b>105</b>

# LA COMUNICAZIONE

## ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE ED INFORMAZIONE AMBIENTALE

	<b>Numerosità risposte (su 891 questionari)</b>	<b>MEDIA (scala 1-7)</b>	<b>Dev. Std.</b>	<b>% Insodd. (1-2-3)</b>	<b>% Neutro (4)</b>	<b>% Soddisf. (5-6-7)</b>
Facilità di lettura, comprensione, completezza	<b>817</b>	<b>5,4</b>	<b>1,4</b>	<b>8,7</b>	<b>11,5</b>	<b>79,8</b>
Frequenza e tempestività dell'informazione	<b>810</b>	<b>5,2</b>	<b>1,5</b>	<b>12,1</b>	<b>14,8</b>	<b>73,1</b>
Contributo alla diffusione di una cultura ambientale	<b>793</b>	<b>5,3</b>	<b>1,5</b>	<b>11,1</b>	<b>15,9</b>	<b>73,0</b>
Corrispondenza alle aspettative di conoscenza e informazione ambientale	<b>798</b>	<b>5,3</b>	<b>1,4</b>	<b>10,2</b>	<b>15,2</b>	<b>74,7</b>
Portale Internet di Arpa	<b>565</b>	<b>5,5</b>	<b>1,3</b>	<b>8,3</b>	<b>7,6</b>	<b>84,1</b>
'EcoScienza' e altre pubblicazioni dell'Agenzia	<b>299*</b>	<b>5,4</b>	<b>1,6</b>	<b>13,4</b>	<b>10,0</b>	<b>76,6</b>
<b>Valutazione complessiva</b>	<b>820</b>	<b>5,2</b>	<b>1,4</b>	<b>10,6</b>	<b>14,0</b>	<b>75,4</b>

\* La numerosità delle risposte su "EcoScienza" ne segnala una conoscenza limitata pressoché alla mailing list distributiva

## Partecipazione:

- Significativo calo dei rispondenti: **- 7% sul 2011, con +38% di invii**
- **Riduzione del 40%** dei questionari compilati via web
- Accentuata riduzione della compilazione delle sezioni del questionario: **solo 48% rispetto al 2011**
- Contrazione della disponibilità di partecipazione al panel di monitoraggio annuale di CS: **-20%** tra i rispondenti rispetto al 2011
- Aumento dell'**incidenza di industria e artigianato (+13%)** nei rispondenti e corrispondente riduzione del settore delle PP.AA.
- **Minore disponibilità** alle interviste in presenza
- Mantenimento di una **elevata qualità assegnabile ai risultati** dell'Indagine (errore  $\pm 3\%$ )

### Riscontri:

- Calo del **CSI: -2,2 punti** rispetto al 2011 e -2,6 sul 2008
- Giudizio più critico (**4,8**) registrato per **esposti e SIA**
- Raddoppia al **10%** il giudizio generale di **Insoddisfazione (<4)**, era il 5% nel '11
- Molti driver (*assistenza, chiarezza, qualità tecnica, competenza, cortesia e disponibilità*) presentano un **calo costante del valore di soddisfazione** dal 2005 ad oggi, pur **mantenendo livelli di elevata positività**
- **Criticità** maggiormente segnalata: il **controllo del territorio** (31 segnalazioni su 94), a fronte di una **competenza del personale** riconosciuta come principale **positività** (33 segnalazioni su 105)
- **Ottima** la valutazione del **web**
- **Limitato livello di notorietà** registrato per “EcoScienza”, fattore verosimilmente collegato al campione dei lettori della rivista partecipanti all’indagine
- **Flessione** dei **giudizi sui driver tecnici** per un possibile **maggior “valore atteso”** con l’aumento di conoscenza dei servizi erogati dall’Agenzia, in rapporto alla maggior fruizione degli stessi

## Possibili Aree di intervento:

- Riprogettazione/integrazione delle **modalità di ascolto dell'utenza**, valutando anche possibili confronti/interazioni con le altre Agenzie del Sistema nazionale per la protezione dell'ambiente (SNPA) → **tema della partecipazione**
- Miglioramento **delle modalità (e dei contenuti) di informazione** su servizi/prestazioni erogati dall'Agenzia, in rapporto alla tipologia ed all'evoluzione della "domanda" → **tema della assistenza, chiarezza**
- Migliore **contestualizzazione tecnica di prodotti/prestazioni** assicurate dall'Agenzia in relazione alla "attesa" dei diversi utenti (protocolli operativi chiari e declinati sulle istanze) → **tema della qualità tecnica, competenza**
- Favorire iniziative di **formazione, adeguamento tecnologico, innovazione** di processi, **omogeneizzazione** su std di best practice (in sintonia con Linee Guida definite dal SNPA), dando maggior rilievo al contenuto tecnico (complessità e integrazione) della prestazione → **tema della qualità tecnica, competenza**
- Azioni di monitoraggio e miglioramento del **contesto organizzativo**, favorendo condizioni lavorative di "disponibilità" del personale alla "relazione" sia interna che esterna → **tema della cortesia e disponibilità**