

Camera di Commercio
Pistoia-Prato



Indagine di Soddisfazione degli Utenti

Risultati - anno 2025

a cura dell'Ufficio Relazioni Esterne e Comunicazione



Introduzione



La Camera di commercio di Pistoia-Prato, come ogni anno, conduce un'indagine di customer satisfaction per rilevare il livello di soddisfazione degli utenti rispetto ai servizi offerti. Questo processo mira non solo a raccogliere feedback utili, ma anche a identificare nuovi bisogni, così da monitorare l'efficacia delle politiche adottate.

Il nostro obiettivo è migliorare costantemente il supporto che offriamo quotidianamente alle imprese del territorio.

Per questo motivo l'opinione dei nostri utenti è fondamentale: ci aiuta a valutare la qualità dei servizi forniti e a pianificare al meglio le attività future.

Messaggio



Dalila Mazzi, Presidente

"Accolgo con grande soddisfazione i risultati di quest'anno. Non solo il giudizio complessivo supera il voto di 8/10, ma registriamo un segnale ancora più importante: quasi un utente su due percepisce un netto miglioramento nella qualità dei nostri servizi rispetto al passato. La crescita della fiducia e del passaparola positivo ci dice che stiamo andando nella direzione giusta. Continueremo a lavorare per meritare questa fiducia, innovando i nostri servizi e restando in ascolto delle priorità degli utenti."

Gli obiettivi



L'obiettivo generale dell'indagine è quello di conoscere le valutazioni degli utenti che nel corso dell'anno hanno usufruito dei servizi camerali al fine di verificare e migliorarne la qualità.

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

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

Nota metodologica



Questionari

Il questionario è stato realizzato internamente ed è stato somministrato grazie agli strumenti dell'Ente. Le risposte sono state raccolte in un database interno, gestito dai Servizi Informatici ed elaborate dalle Relazioni Esterne.

Metodi di rilevazione

CAWI: autocompilazione tramite web browser

PAPI: autocompilazione cartacea allo sportello

Preparazione rilevazione

Privilegiate le scale numeriche a valori pari (da 1 a 10) per evitare condizioni di neutralità (valore mediano nelle scale dispari)

Periodo rilevazione

Durata di 21 gg

Dal 25 settembre 2025
al 16 ottobre 2025

Numero di risposte

In totale raccolti 907
questionari

La partecipazione

In totale sono stati raccolti

907 questionari



841 online



66 cartacei

CRM



L'invito a partecipare all'indagine è stato spedito a tutti gli utenti categorizzati sul CRM dell'ente.

In totale sono stati contattati **18.856** utenti.

Mailing



E' stato inviato, tramite gli Ordini competenti, un invito alla partecipazione a **tutti i professionisti** dell'area, che generalmente operano con la Camera di commercio di Pistoia-Prato.

Sportello



Gli utenti sono stati invitati a compilare il questionario **dopo la fruizione dei servizi**. Per evitare condizionamenti i colleghi non hanno interferito nella fase di compilazione e hanno svolto una funzione di supporto a distanza in caso di richieste da parte dei compilatori.

Online



L'indagine di CustomerSatisfaction è stata poi pubblicizzata tramite tutti gli strumenti di comunicazione dell'ente, **dai social al sito web**, per poter stimolare anche la partecipazione spontanea.

Il campione online



UNIVERSO UTENTI
CRM

18.856



RISPOSTE AL
QUESTIONARIO ONLINE

841

Mailing n. 1



Invio n. 1 del 25/09/2025

- E-mail inviate: 18.856

E-mail univoche aperte: 5.481

Click univoci su link: 193

Mailing n. 2



Invio n. 2 del 09/10/2025

- E-mail inviate: 18.773

E-mail univoche aperte: 8.300

Click univoci su link: 1.082

Il campione allo sportello

Un numero esiguo dovuto alla minore presenza di utenza che ormai predilige i servizi online

RISPOSTE AL
QUESTIONARIO

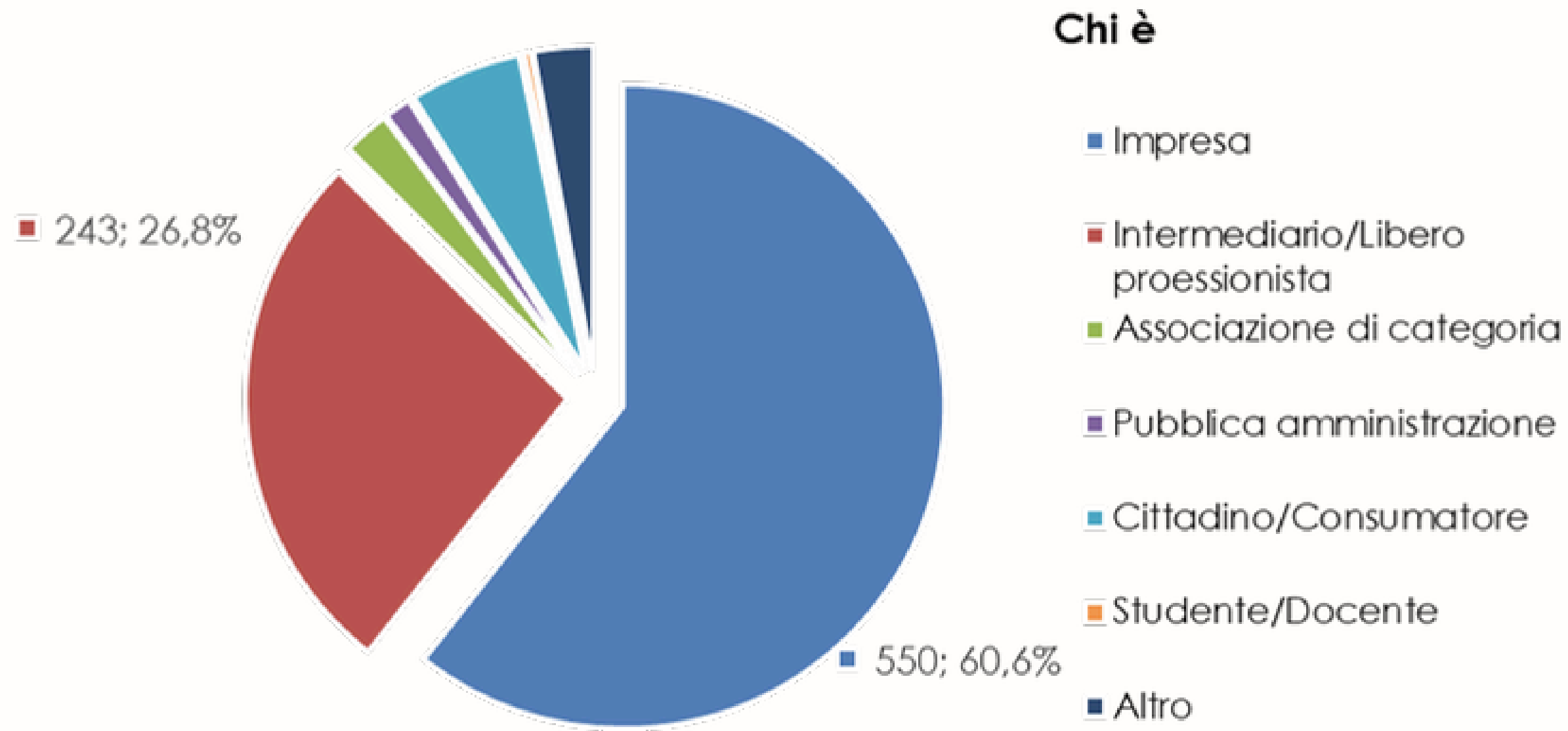
66



I KPI (Key Performance Indicator)

Indicatore	Attività / progetto	Dati / risultati
Indice di soddisfazione	Si indaga sull'area di soddisfazione. Si aggregano le opzioni di risposta caratterizzate da una maggiore positività rispetto al giudizio complessivo.	<ul style="list-style-type: none"> Per calcolare l'area di soddisfazione occorre considerare la somma dei giudizi maggiormente positivi.
Indice di riutilizzo (IDR)	Capacità di riutilizzo del servizio	<ul style="list-style-type: none"> Il valore di massima negatività dovrebbe essere compreso tra 0% e 3%. Valori più alti rappresentano un chiaro segnale di sofferenza.
Indice di periodo (IDP)	Si indaga e quantifica la qualità dei servizi in merito a un loro miglioramento o peggioramento rispetto al passato	<ul style="list-style-type: none"> La differenza tra chi ha espresso "migliorata" e "peggiorata".
Camera promoter score (CPS)	Si indaga e quantifica il "passaparola". Suddividendo le valutazioni in 3 categorie: promotori, neutrali e detrattori.	<ul style="list-style-type: none"> La differenza tra promotori e detrattori, se positiva, indica una buona performance dell'Ente

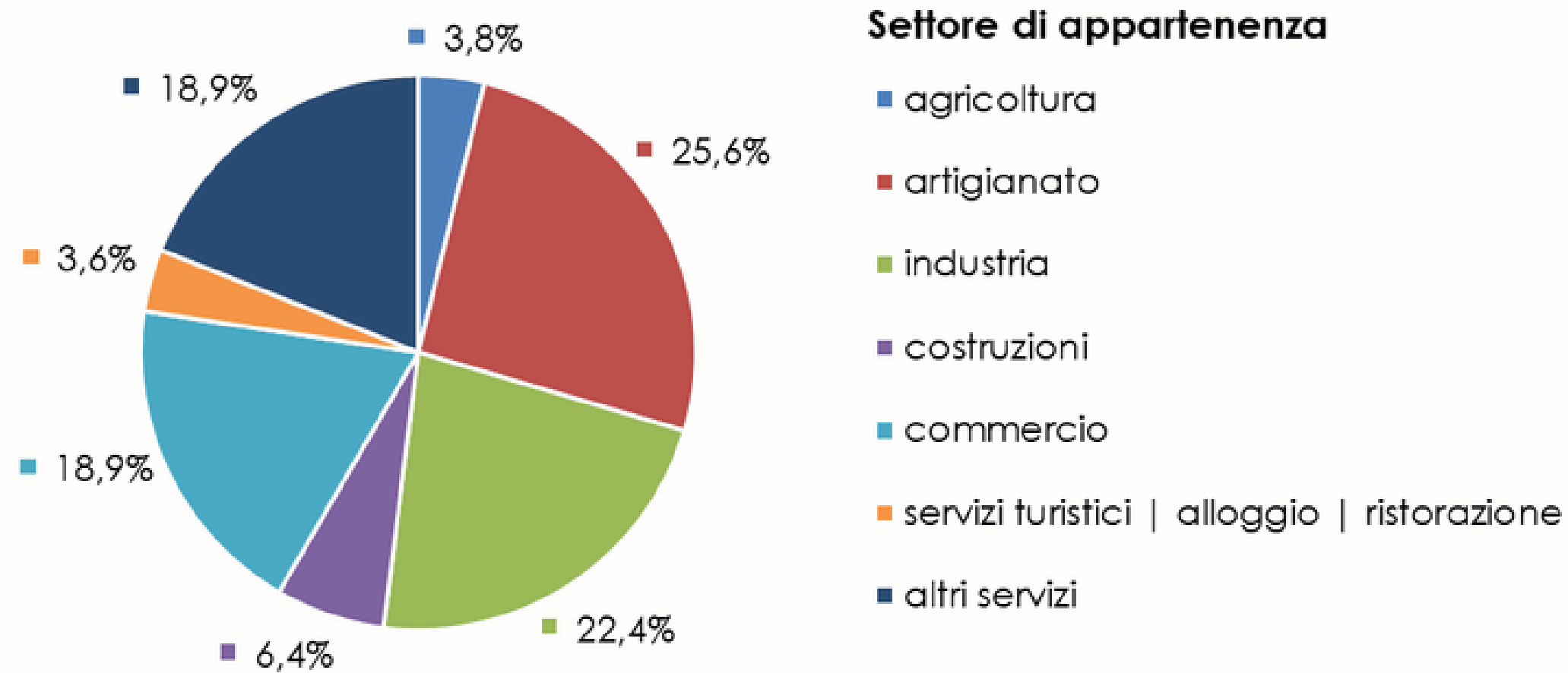
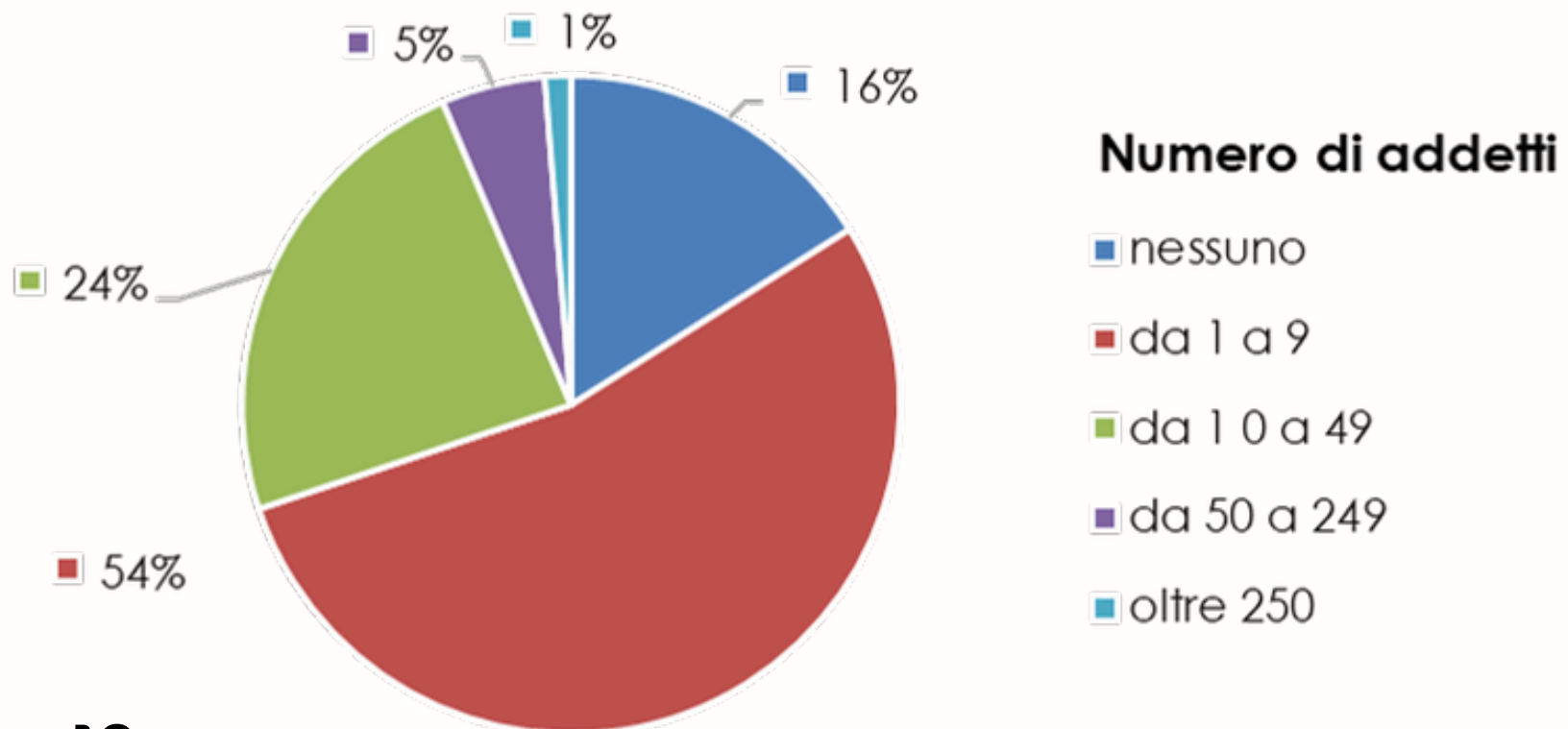
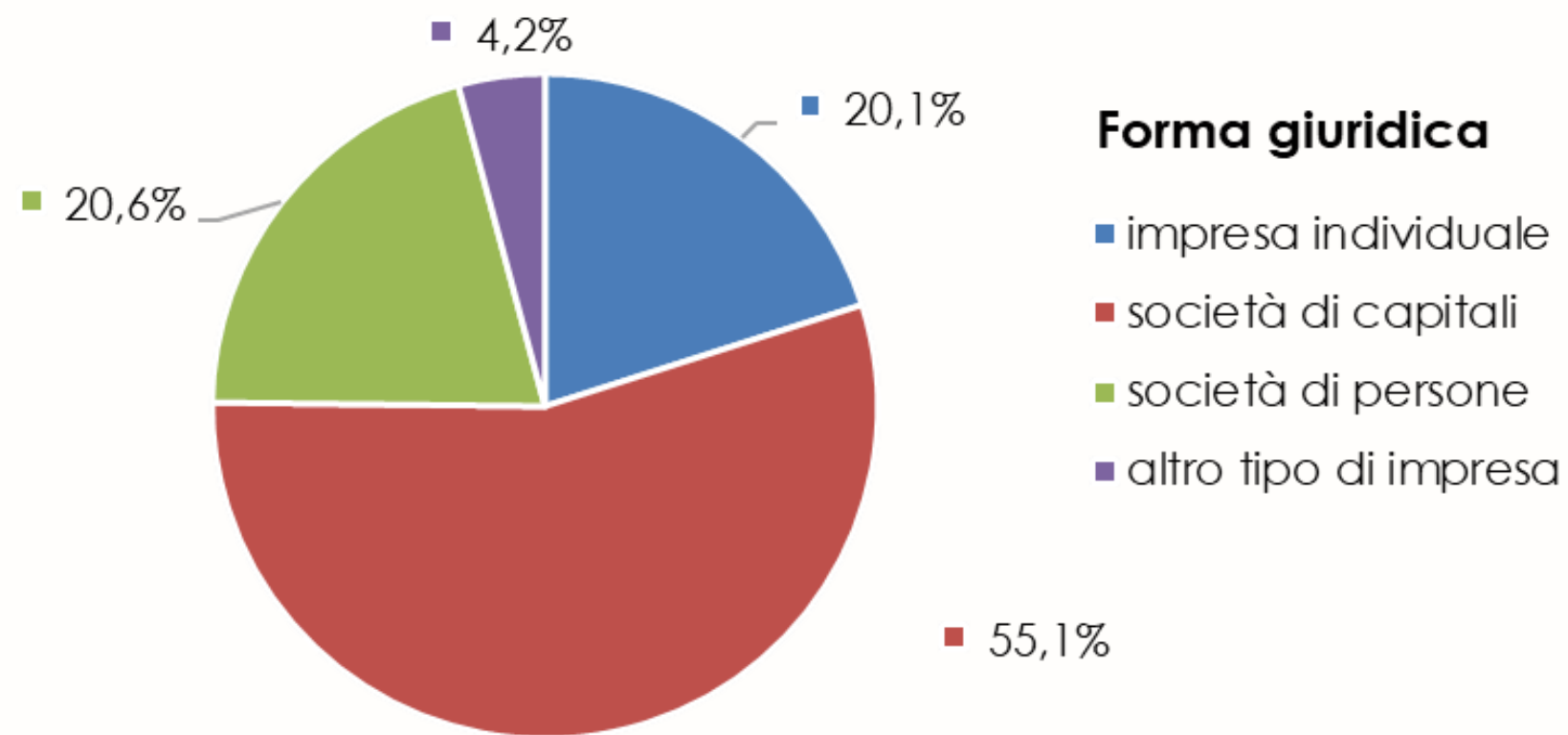
Chi ha risposto al questionario



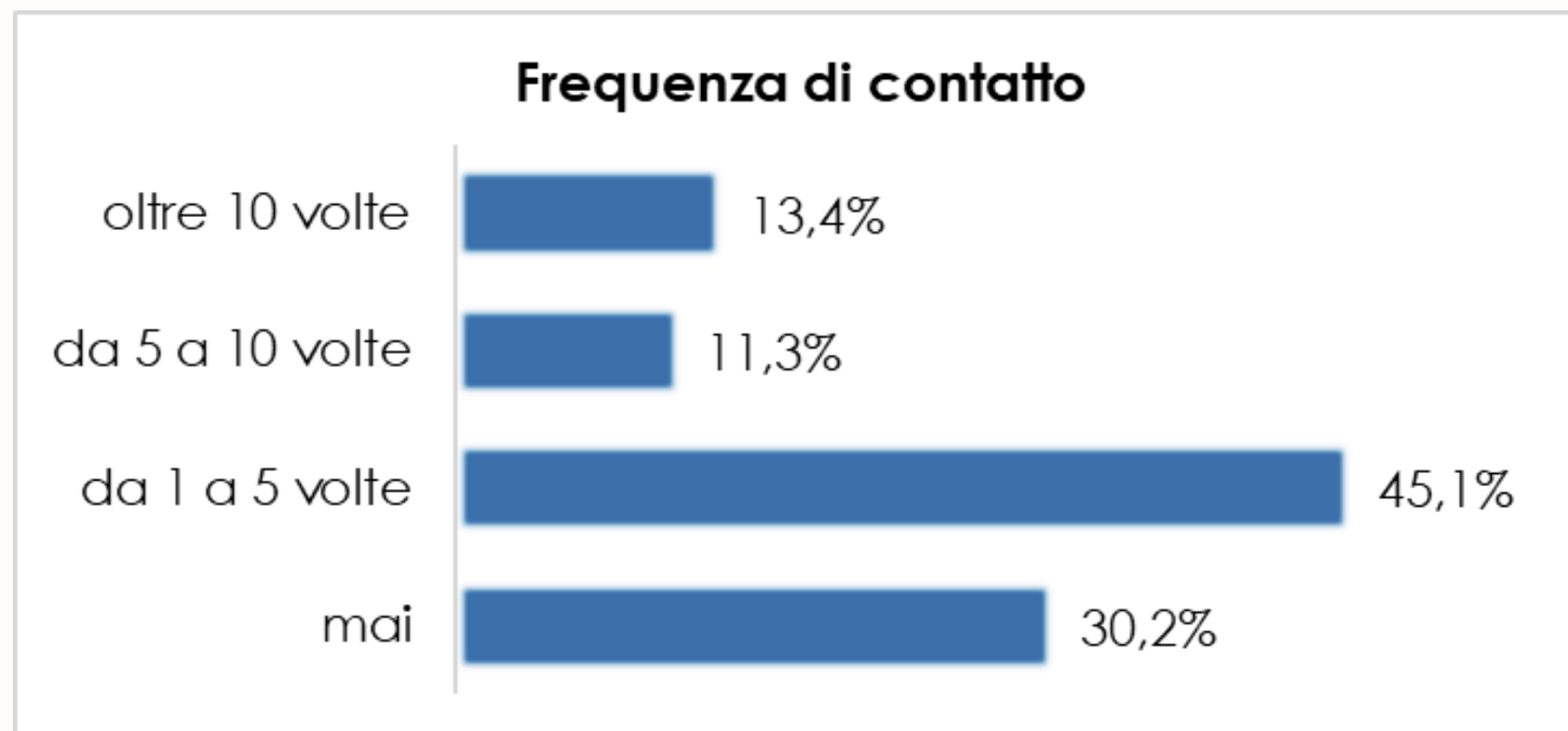
60,6%
Il 60,6% del campione sono imprese

	n. imprese	n. altri stakeholders
Sportello	26	40
Online	524	317

Dati sulle imprese che hanno risposto



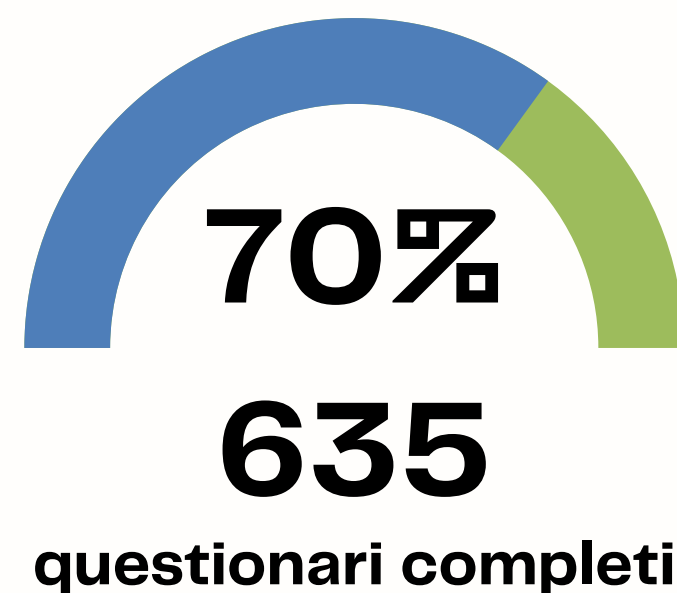
Contatto con il nostro Ente



il 65,1% delle imprese dichiara di essersi relazionata con la Camera di commercio nel corso dell'ultimo anno.

La risposta "mai"

Nel caso in cui l'utente non abbia avuto rapporti con l'Ente nell'ultimo anno, il questionario online si chiude automaticamente con la risposta "mai".

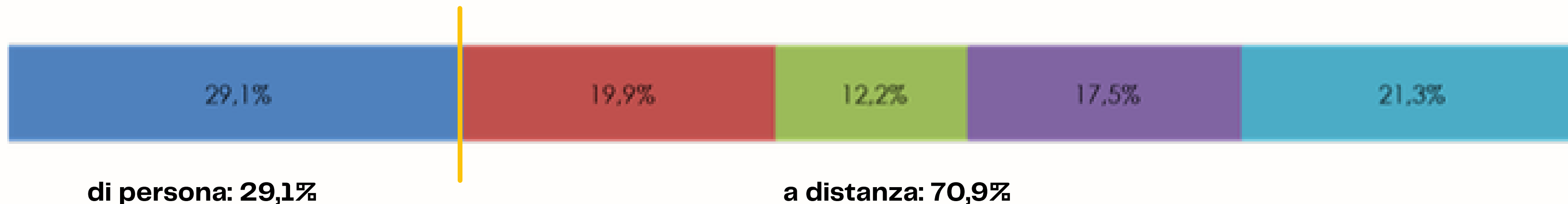


Chi ha compilato tutto il questionario?

56,3% imprese

31,2% libero professionista / intermediario

Modalità di contatto



- di persona, direttamente presso gli uffici della Camera di Commercio
- a distanza, attraverso il telefono
- a distanza, attraverso e-mail
- a distanza, attraverso il sito della Camera di commercio
- a distanza, tramite piattaforme online (es. DIRE, CRM)

Modalità di contatto

Nei rapporti con l'Ente gli utenti prediligono i canali a distanza (70,9%) per lo più attraverso piattaforme online specializzate (es. CRM, Portale registro imprese, DIRE) o via telefono o utilizzando il sito camerale. Più raramente utilizzano il contatto via email.

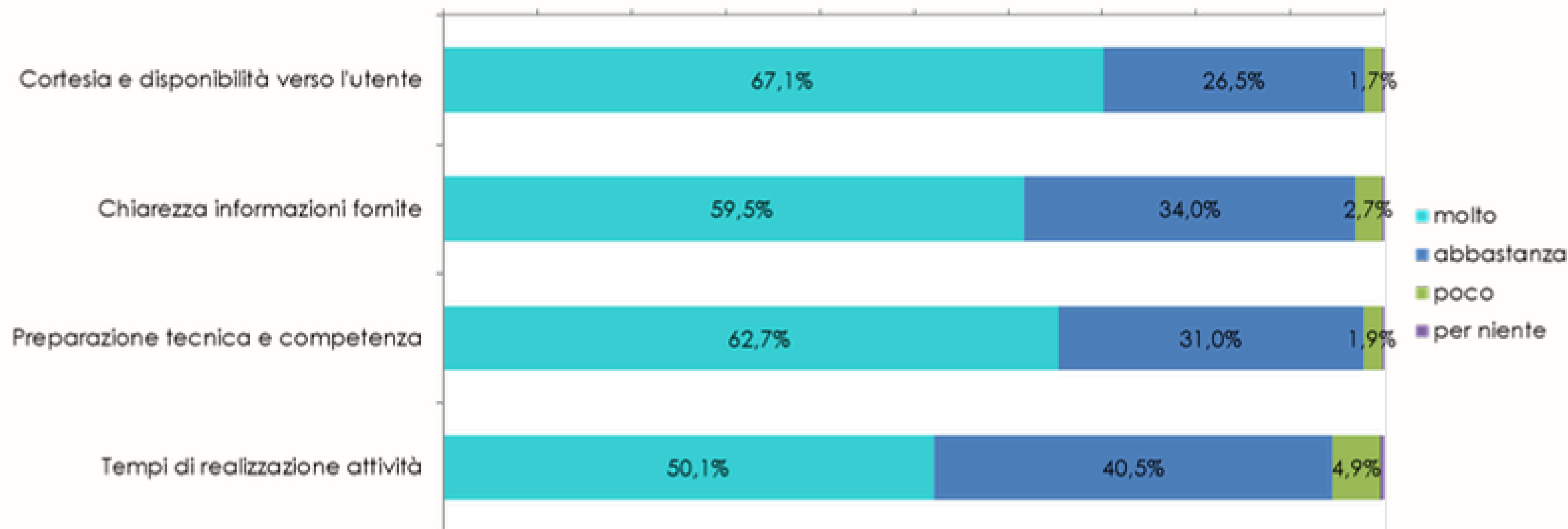
Diminuisce rispetto allo scorso anno la percentuale degli utenti che preferiscono il contatto di persona (2024: 34%).

=> **L'utente ricerca le modalità che gli consentono di avere risposte rapide e dirette.**

E' COSI' PER TUTTI?

Modalità di contatto	Impresa	Intermediario / Libero professionista
persona	30,40%	26,40%
telefono	14,90%	28,90%
email	11,00%	10,20%
sito	20,00%	14,70%
piattaforme	23,70%	19,80%

L'interazione con il personale camerale

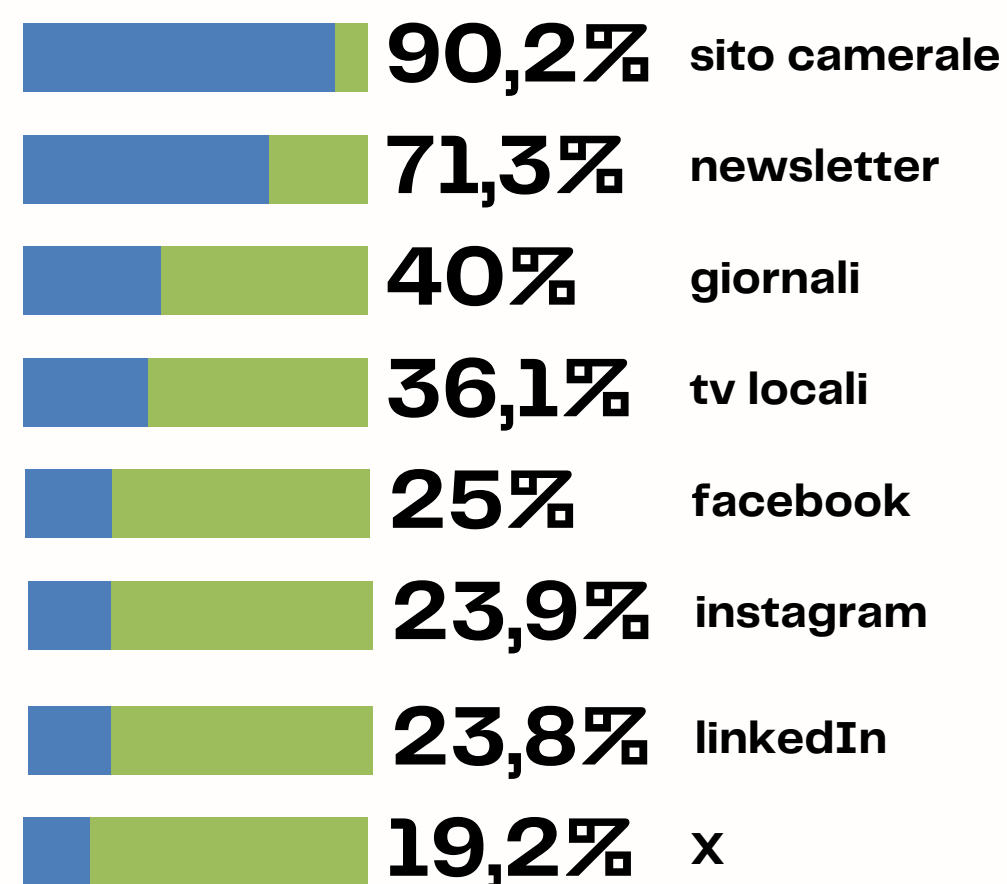


13

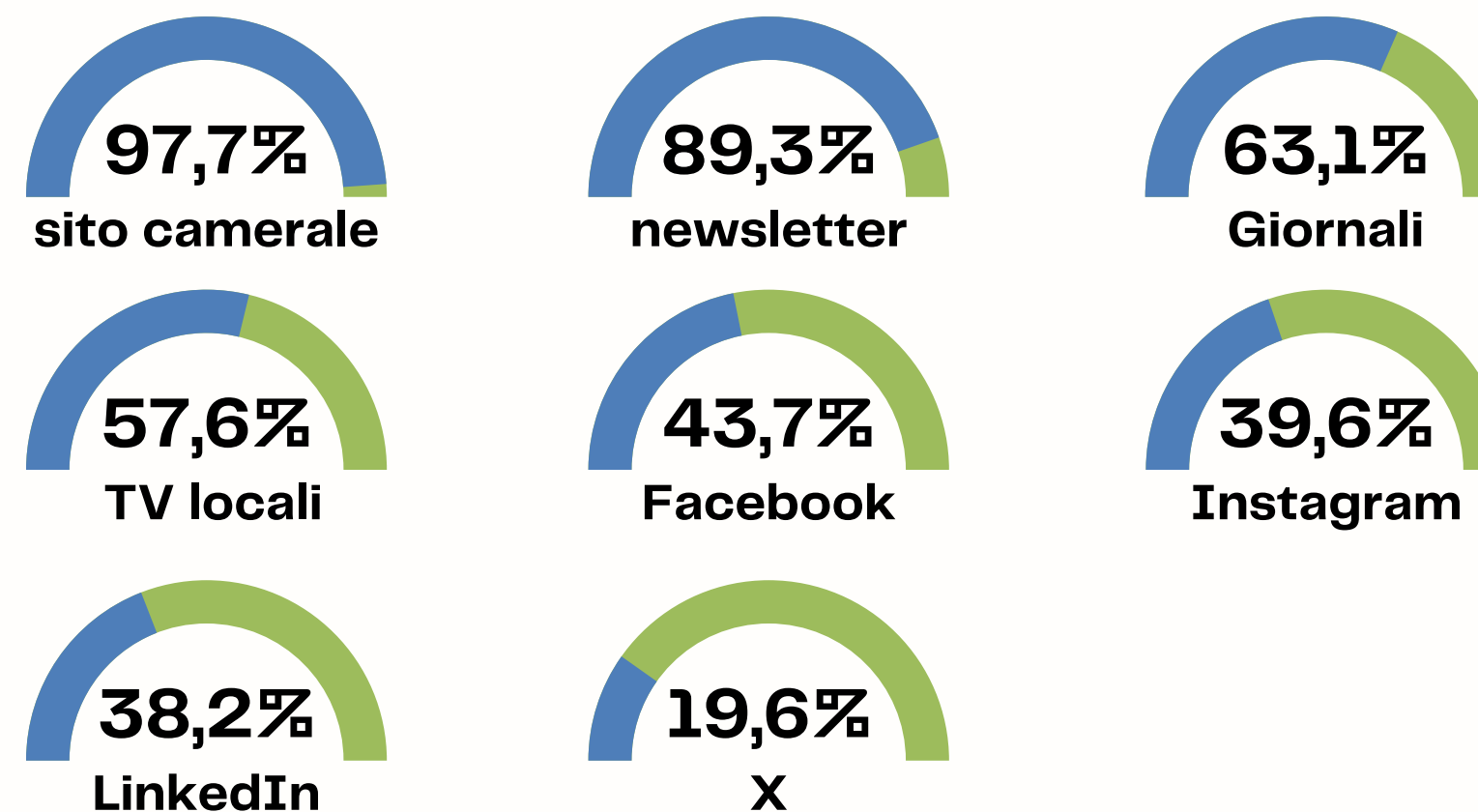
In linea con i risultati dello scorso anno il **giudizio è decisamente positivo** (intorno al 90%). Ad essere particolarmente apprezzate sono la **cortesia e la disponibilità dei dipendenti verso l'utente**, a seguire la **preparazione tecnica e competenza** e la **chiarezza delle informazioni fornite**. **In calo** rispetto allo scorso anno i **tempi di realizzazione delle attività**.

I canali di comunicazione

Cosa seguono?

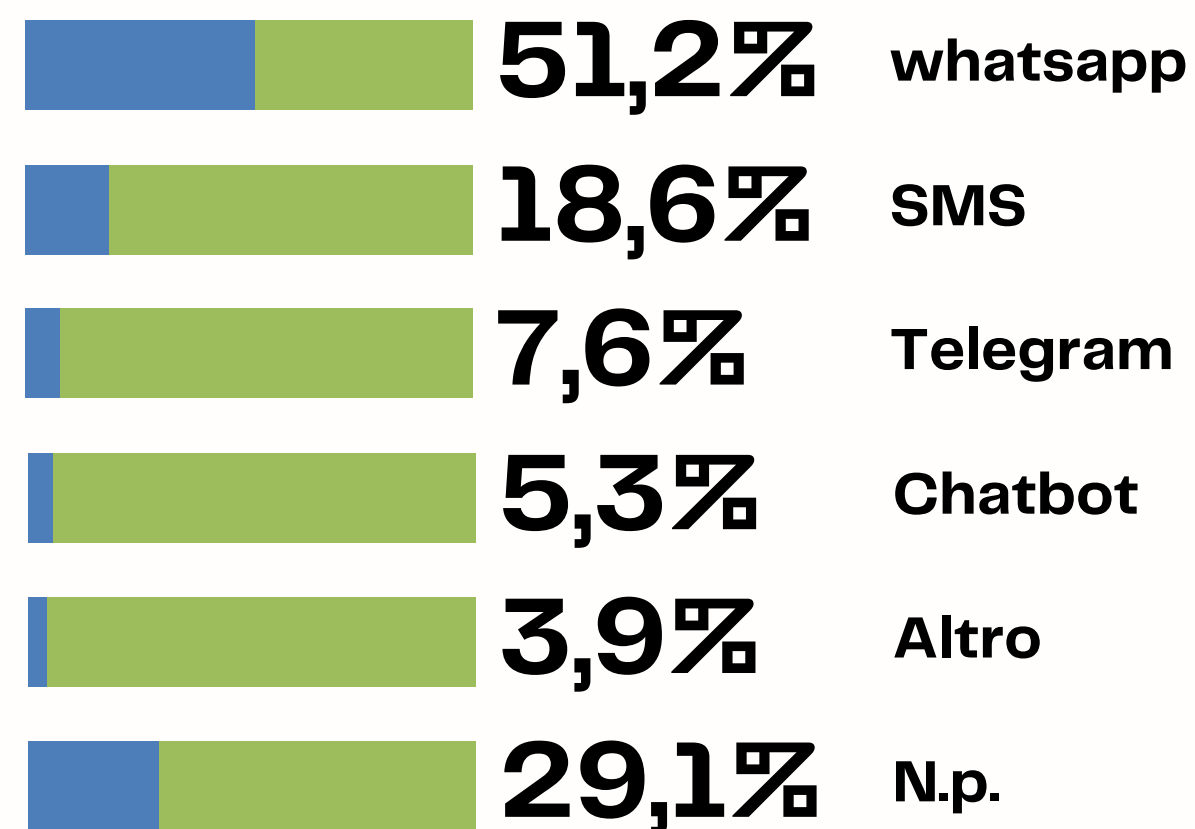


Chi segue, lo ritiene utile?



Dovremmo utilizzare altri canali?

Per il **70,9% del campione** la Camera dovrebbe utilizzare almeno un altro canale di comunicazione. Il 29,1% non ha ulteriori esigenze.



Per il **60,9%** del campione dovremmo utilizzare un canale di **messaggistica istantanea**

	Indice soddisfazione	Voto medio	Base*	% Risposta
ADR	69,7%	7,5	195	31%
Albi e Ruoli	80,7%	8,0	269	42%
Ambiente	71,2%	7,4	191	30%
Certificazioni	87,6%	8,5	419	66%
Commercio estero	77,3%	7,9	220	35%
Diritto Annuale	81,1%	8,2	375	59%
Internazionalizzazione	72,9%	7,7	207	33%
Metrico	63,7%	7,1	135	21%
OCC	60,6%	7,0	137	22%
Orientamento al lavoro e alle professioni	68,2%	7,4	179	28%
Protesti	61,2%	7,2	139	22%
Punto Impresa Digitale	75,5%	7,7	208	33%
RAO	82,2%	8,3	303	48%
Registro Imprese e REA	84,7%	8,4	353	56%
Relazioni Esterne e Comunicazione	76,6%	7,9	231	36%
Sanzioni Registro Imprese e REA	73,3%	7,6	191	30%
Studi e informazione economica	67,8%	7,4	171	27%
Turismo e cultura	66,7%	7,3	147	23%
Tutela del Mercato e dei Consumatori	65,7%	7,2	140	22%
Tutela proprietà Industriale	69,4%	7,6	157	25%
Vigilanza e Sanzioni	61,9%	7,2	139	22%

*La domanda non è obbligatoria, pertanto la base campionaria varia secondo il numero delle risposte ricevute

Tutti gli uffici hanno ricevuto un giudizio più che positivo.

La percentuale dei "non so" varia molto rispetto all'ufficio valutato.

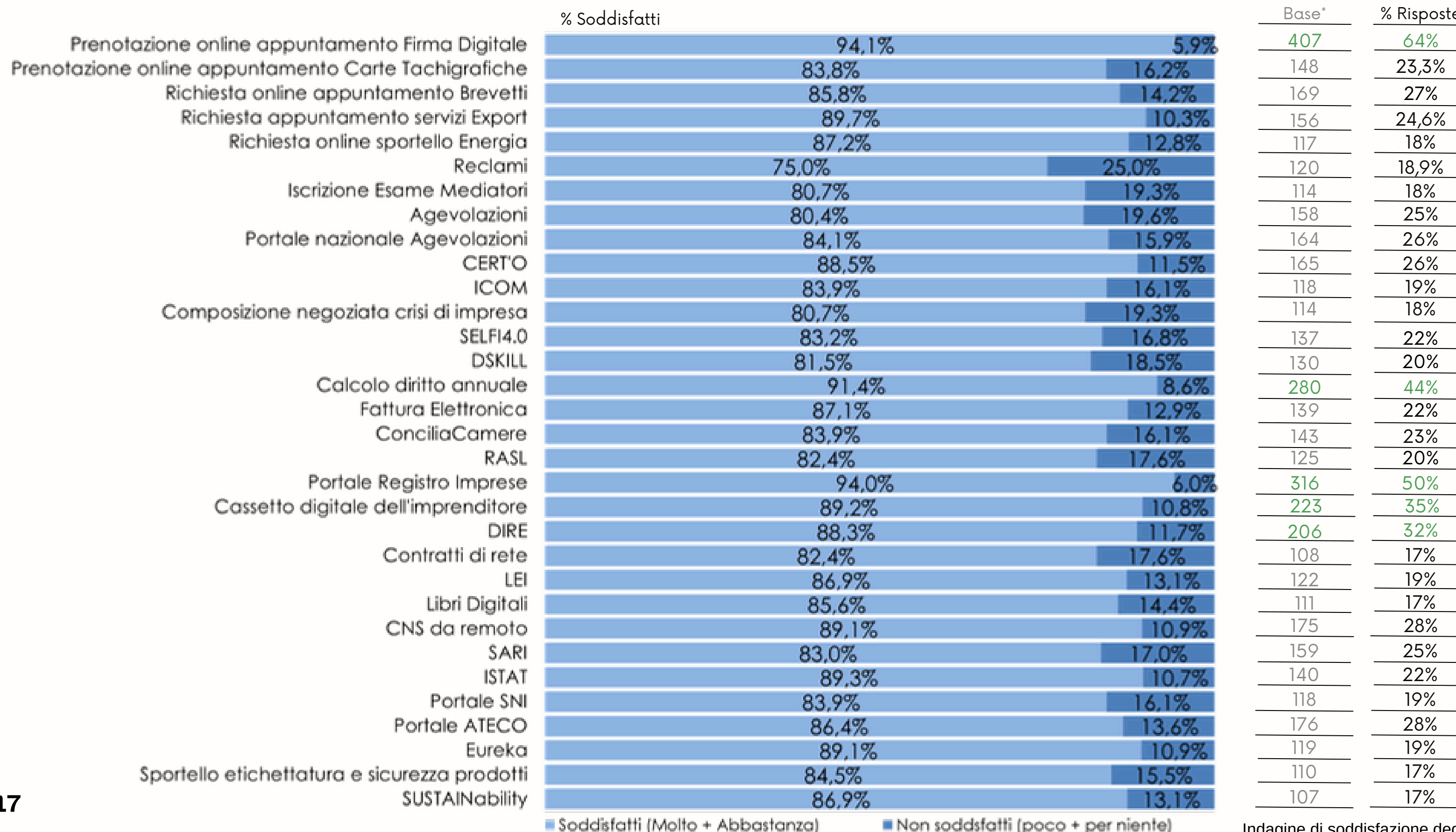
Gli intervistati preferiscono non esprimere giudizi su uffici che non frequentano.



8,9 su 10

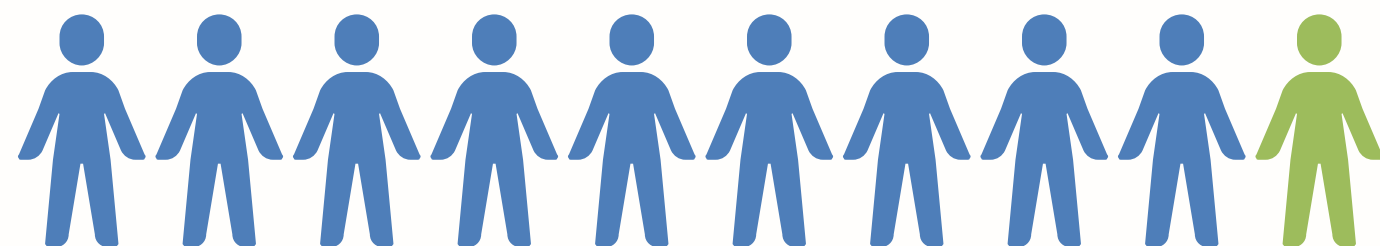
Quasi 9 utenti su 10 hanno espresso un giudizio positivo

Giudizio sui servizi online



*La domanda non è obbligatoria, pertanto la base campionaria varia secondo il numero delle risposte ricevute. Appreziate le applicazioni presenti sul sito camerale realizzate dall'Ente.

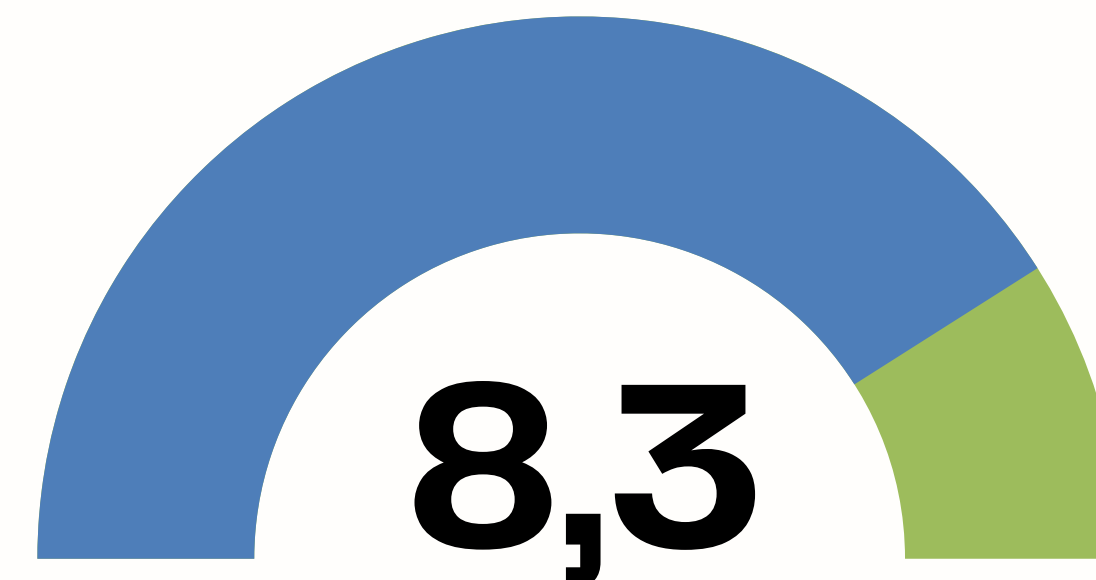
Giudizio complessivo



9,7 su 10

**rilasciato un giudizio positivo.
Gli insoddisfatti sono il 3,2%.**

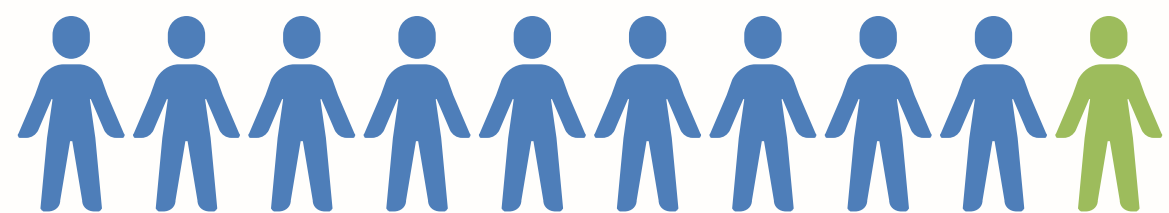
L'indice di soddisfazione
complessivo è di **89%**.



Il giudizio complessivo riscontrato
conferma il giudizio degli anni precedenti
(2024: 8,2 – 2023: 8,1 – 2022: 8,0 e 2021:
7,9).

Il voto è trasversale: quale che sia un'impresa
o un libero professionista.

Trend temporale: in futuro



9,4 su 10

si rivolgeranno ancora alla
Camera di commercio di
Pistoia-Prato.

Il **94,3%** del campione pensa di utilizzare in futuro i servizi offerti dalla Camera (il 58,3% ne è fermamente convinto) contro il 4,4% che non prevede di farlo.

L'indice di Riutilizzo* è pari all'**0,63%**.

Camera Promoter Score

Consiglierebbe i servizi della Camera di commercio?

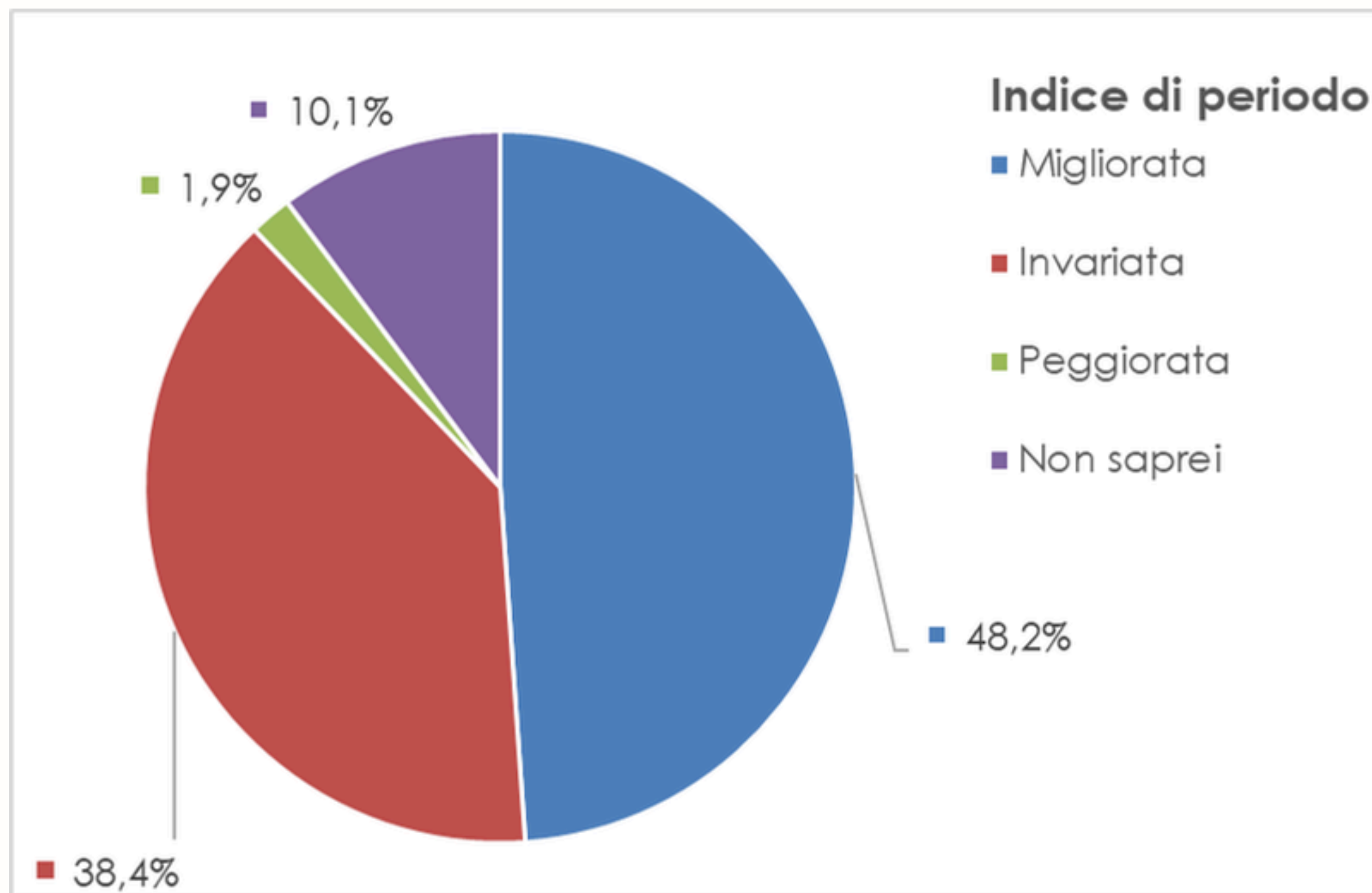
■ Promotore (Voto 8-10) ■ Neutrale (Voto 6-7) ■ Detrattore (Voto 1-5) ■ n.p.



Cresce il numero dei promotori, diminuiscono i neutrali e i detrattori.

La probabilità che gli intervistati consiglino ad amici e colleghi di rivolgersi alla Camera di commercio di Pistoia-Prato in caso di necessità è decisamente alta, con il Camera Promoter Score (CPS)* di 68,3% (il CPS era 63,4% nel 2024).

Indice di periodo



Rispetto all'ultimo anno il **48,2%** ritiene che la **qualità dei servizi** sia **migliorata** contro l' **1,9%** per cui è peggiorata.

L'indice di Periodo è pari al **46,3%** (2024: 41,7%).
Superiore rispetto allo scorso anno.

Le 5 priorità richieste dagli utenti

Sintesi delle principali aree di miglioramento emerse dalle **risposte qualitative** per l'anno 2025



Conclusioni 1/3

La Camera di commercio di Pistoia-Prato conferma il suo ruolo di punto di riferimento affidabile per le imprese del territorio.

Per il quarto anno consecutivo, il giudizio complessivo supera il voto di 8/10, con un indice di soddisfazione globale dell'89%.

Un dato particolarmente significativo è il Camera Promoter Score (CPS) al 68,3%, in crescita rispetto all'anno precedente, che indica un'altissima propensione degli utenti a consigliare i servizi camerali a colleghi e amici. Inoltre, il 94,3% degli intervistati prevede di riutilizzare i servizi in futuro, testimoniando una fidelizzazione molto forte.

Emerge una chiara preferenza per l'efficienza digitale, ma con un forte apprezzamento per il supporto umano.

Conclusioni 2/3

Canali a distanza

Il 70,9% degli utenti preferisce interagire a distanza (online o telefono), ricercando rapidità e soluzioni dirette. Strumenti come il "Portale Registro Imprese" (94% di soddisfazione) e il "Cassetto digitale" (89,2%) sono tra i servizi più apprezzati.

Fattore Umano

Nonostante la digitalizzazione, la componente umana rimane un pilastro. La cortesia e la disponibilità del personale ottengono un gradimento molto alto (67,1% molto soddisfatti), così come la competenza tecnica (62,7%). Questo suggerisce che l'utente vuole l'autonomia digitale per l'ordinario, ma esige competenza e cortesia per le questioni complesse.

Conclusioni 3/3

Esigenza di una comunicazione “Smart”

Questa è l'area di intervento più urgente. Sebbene il sito web sia il canale principe (seguito dal 90,2% degli utenti), c'è una forte domanda di istantaneità, sia tramite canali di messaggistica istantanea che tramite telefono.

Nello specifico, il 60,9% richiede un canale di messaggistica istantanea (WhatsApp, SMS).

L'utente richiede di poter interloquire al telefono con il personale per avere risposte rapide e dirette.

L'utente odierno si aspetta dalla PA la stessa reattività che trova nel settore privato.

Ringraziamenti



Grazie a:
Ufficio Servizi Informatici per la predisposizione
del questionario online.

Tutti gli uffici che hanno raccolto i questionari
cartacei.

E soprattutto a tutti gli utenti, per aver messo a
disposizione il proprio tempo per rispondere al
nostro questionario.