



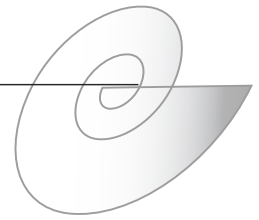
COMUNE
DI FIRENZE

Direzione Sistemi informativi
Servizio statistica e toponomastica



Bollettino mensile di Statistica

Marzo 2014



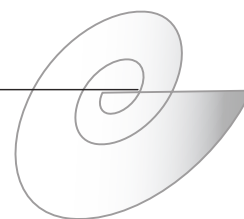
Sistema Statistico Nazionale
Comune di Firenze
Ufficio Comunale di Statistica

Direzione Sistemi informativi
Servizio Statistica e toponomastica
Direttore
Riccardo Innocenti
Responsabile Posizione Organizzativa Statistica
Gianni Dugheri

Progetto grafico
Maria Angela Sena

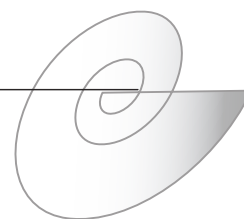
Composizione
Francesca Crescioli
Collaborazione
Stefano Magni

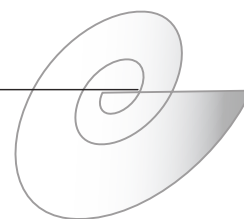
Pubblicazione realizzata ai sensi della Legge 16 novembre 1939, n. 1823



SOMMARIO

Presentazione	5
Popolazione	7
Economia.....	11
Ambiente e territorio	16
La statistica per la città. Studi e ricerche	
Il gradimento del servizio di Contact Center 055055. Anno 2013	23

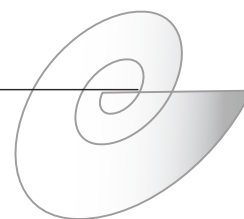


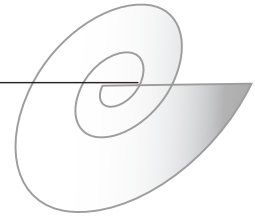


La necessità di produrre un focus sui principali dati statistici disponibili ogni mese ha indotto l'ufficio comunale di statistica di Firenze a impegnarsi nella pubblicazione di un bollettino mensile a partire da marzo 2011. A differenza di altre e più celebrate pubblicazioni con questo nome, sia nazionali, sia settoriali, sia di altre amministrazioni comunali, questo bollettino non ha una struttura fissa, con tabelle che si ripetono ogni volta con dati aggiornati. Pur mantenendo una struttura per capitoli, presenta di volta in volta brevi sintesi su aspetti di interesse desumibili dalle banche dati e dagli archivi statistici a disposizione. Questo mese il focus demografico è sulla distribuzione e sulla dinamica della presenza straniera a Firenze per le principali nazionalità.

Pubblichiamo anche i report completi di studi e ricerche che precedentemente erano editi nella collana "La statistica per la città". Questo mese vengono presentati i risultati della rilevazione sul gradimento del servizio di Contact Center 055055.

Il bollettino ha una limitata tiratura cartacea, ma è disponibile in formato elettronico in rete civica e nel portale dell'ufficio associato di statistica dell'area fiorentina, all'indirizzo <http://statistica.fi.it>. La pubblicazione viene effettuata in ottemperanza alle disposizioni della Legge 16 novembre 1939, n. 1823, art. 3.





Popolazione

- ***I residenti a Firenze al 28 febbraio 2014 sono 376.208 di cui 58.764 stranieri.***
- ***Dall'inizio dell'anno i residenti sono aumentati di 729 unità.***
- ***Il numero complessivo di residenti è passato da 383.594 nel 1995 a 375.479 nel 2013.***
- ***I residenti stranieri sono passati da 11.811 nel 1995 a 55.990 nel 2013.***
- ***Fino al 2005 sono stati i residenti cinesi i più numerosi stranieri a Firenze (4.006 unità).***
- ***Nel 2006 i residenti albanesi avevano superato i residenti cinesi (4.086 unità).***
- ***Dal 2007 e fino al 2013 i residenti rumeni sono diventati i residenti stranieri più numerosi a Firenze (da 4.453 a 8.179 unità)***
- ***Nel periodo 2007-2012 i residenti peruviani sono aumentati di oltre il 90%, come non ha fatto nessuna altra nazionalità***

I residenti a Firenze al 28 febbraio 2014 sono 376.208 di cui 56.764 stranieri. Dall'inizio dell'anno sono aumentati di 729 unità.

Come è noto, il numero degli stranieri residenti è in forte crescita da molti anni come mostra la tabella 1.

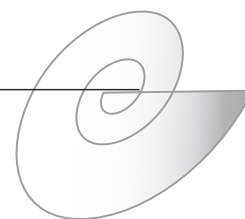


Tabella 1 - Comune di Firenze - residenti complessivi, residenti stranieri e prime cinque cittadinanze dal 1995 al 2013.

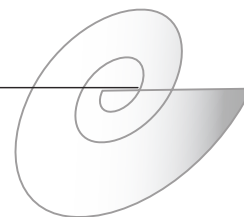
anno	residenti	residenti stranieri	% residenti stranieri sul totale	albanesi	cinesi	filippini	rumeni	peruviani
1995	383.594	11.811	3,1	265	1.245	1.018	185	135
1996	380.058	12.463	3,3	488	1.573	1.150	211	332
1997	379.687	15.248	4,0	897	1.902	1.486	323	466
1998	376.760	16.760	4,4	1.246	2.156	1.682	413	565
1999	376.682	19.325	5,1	1.610	2.605	1.937	591	719
2000	374.501	21.449	5,7	2.100	2.985	2.053	769	899
2001	373.486	23.621	6,3	2.443	3.556	2.213	914	995
2002	371.177	25.409	6,8	2.728	3.809	2.420	1.046	1.091
2003	370.271	28.332	7,7	3.078	3.921	2.710	1.609	1.546
2004	367.536	30.163	8,2	3.438	3.918	2.934	2.295	2.055
2005	366.901	32.528	8,9	3.716	4.006	3.110	2.603	2.367
2006	365.966	34.939	9,5	4.086	3.990	3.262	2.928	2.642
2007	364.710	37.634	10,3	4.230	3.811	3.358	4.453	2.828
2008	365.659	40.898	11,2	4.572	3.639	3.618	5.726	3.219
2009	368.901	46.268	12,5	5.085	3.740	4.084	6.810	4.223
2010	371.989	50.033	13,5	5.226	3.852	4.426	7.244	5.040
2011	373.446	53.338	14,3	5.455	4.188	4.563	7.797	5.564
2012	378.376	57.891	15,3	5.820	4.819	4.918	8.692	6.164
2013	375.479	55.990	14,9	5.566	5.045	4.879	8.179	6.217

Fonte: elaborazione ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 dicembre degli anni indicati

Il numero di residenti complessivo ha avuto poche variazioni negli ultimi anni mentre gli stranieri residenti sono passati da 11.811 nel 1995 a 55.990 alla fine del 2013, con una crescita pari a +374%. Il numero di stranieri residenti è leggermente calato nel corso del 2013 a causa delle verifiche anagrafiche che hanno portato alla cancellazione di 5.390 stranieri irreperibili al censimento e ai successivi controlli.

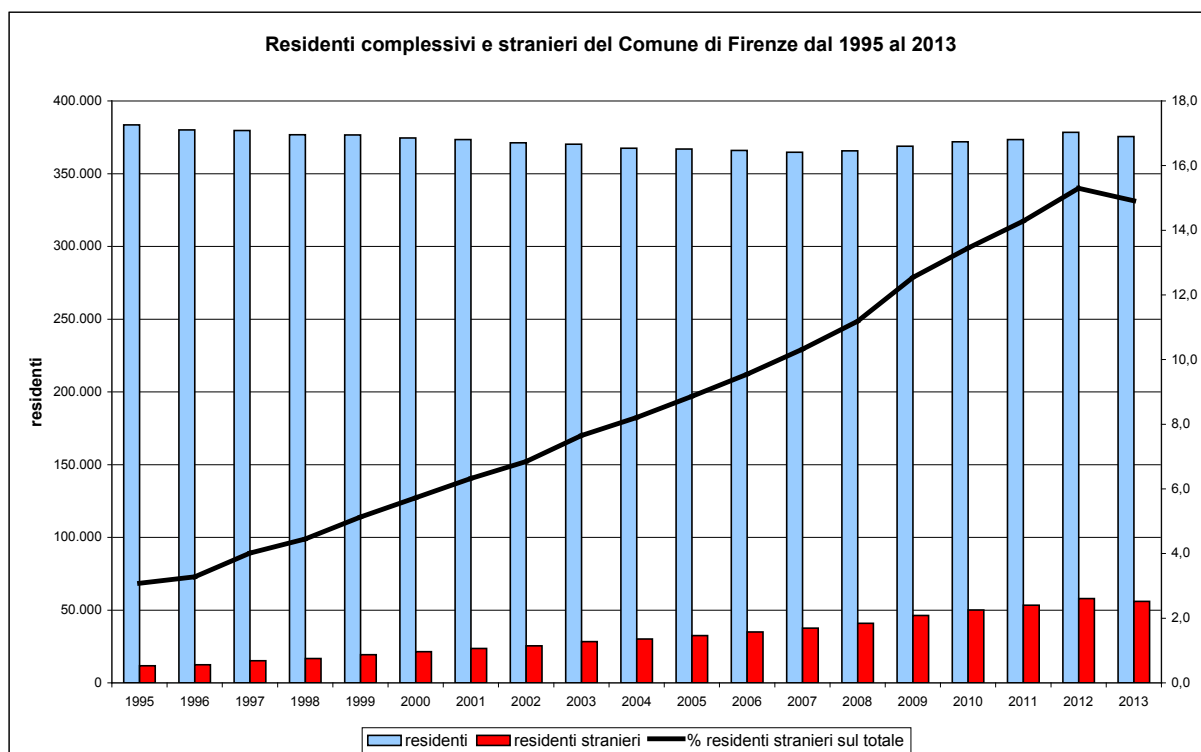
La percentuale di residenti stranieri sul totale dei residenti è passata da 3,1% nel 1995 a 14,9% nel 2013 con una crescita costante (cfr. grafico 1).

Le singole cittadinanze hanno visto tutte crescere in maniera rilevante il numero di residenti. Come si può osservare dal grafico 2, fino al 2005 sono stati i residenti cinesi i più numerosi stranieri a Firenze. Infatti gli immigrati cinesi e filippini avevano sin dalla metà degli anni novanta una presenza importante a Firenze: erano già più di mille nel 1995 e in cinque anni erano già raddoppiati. Sempre alla fine degli anni novanta, è fortemente cresciuto il numero di residenti albanesi che nel 1995 erano 265 ma nel 2000 erano già 2.100. Nel 2006 i residenti albanesi avevano superato i residenti cinesi. I primi anni duemila si sono caratterizzati anche per la forte crescita dei residenti di cittadinanza rumena, favoriti anche dall'entrata del loro paese di origine nell'Unione Europea, avvenuta il 1° gennaio 2007, e infatti già alla fine dello stesso anno i residenti rumeni erano diventati i residenti stranieri più numerosi a



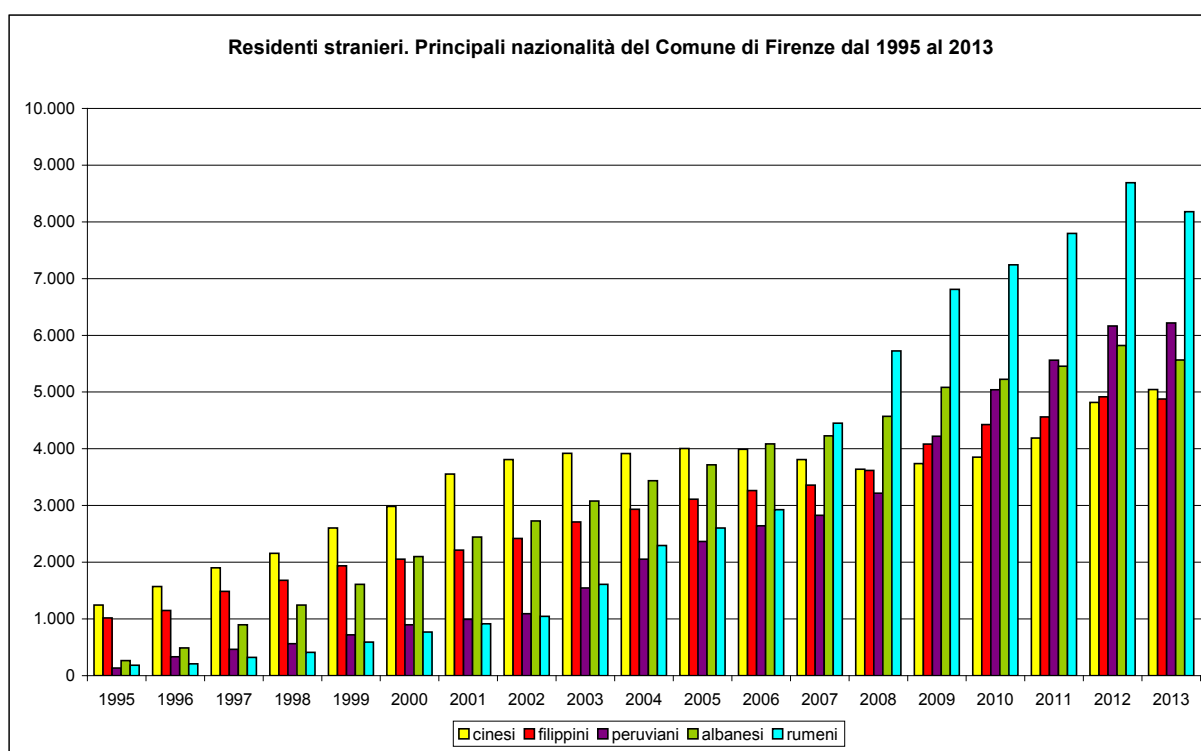
Firenze (e in tutta Italia), posizione che mantengono anche alla fine del 2013, con dei livelli di crescita ancora oggi importanti (cfr. anche tabella 1).

Grafico1

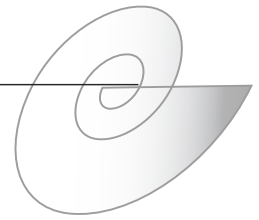


Fonte: elaborazione ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 dicembre degli anni indicati

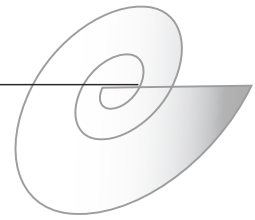
Grafico 2



Fonte: elaborazione ufficio comunale di statistica su dati anagrafici al 31 dicembre degli anni indicati



Negli ultimi anni si segnala la forte crescita dei residenti peruviani, arrivati a essere dalla fine del 2011 la seconda cittadinanza più numerosa con dei ritmi di crescita notevoli; infatti, se consideriamo il periodo 2007-2012, i residenti peruviani sono aumentati di oltre il 90%, come non ha fatto nessuna altra nazionalità. Nello stesso periodo la crescita dei peruviani in valore assoluto è stata la più elevata: +2.998 contro +2.453 dei rumeni e +1.406 dei cinesi. Da segnalare che il numero dei cinesi e dei peruviani è cresciuto anche nel corso del 2013 nonostante la revisione dell'anagrafe, a differenza delle altre cittadinanze maggiormente rappresentate.



Economia

- **A febbraio la variazione mensile dell'indice dei prezzi al consumo è stata -0,6% mentre a gennaio era +0,7%. La variazione annuale è +0,4% mentre a gennaio era +0,6%.**
- **Le principali variazioni mensili si sono registrate nelle divisioni Comunicazioni (-0,8%), Servizi ricettivi e di ristorazione (-3,8%) e Trasporti (-0,5%).**
- **Nella divisione Comunicazioni, la variazione su base mensile è causata principalmente dalle diminuzioni degli apparecchi telefonici e telefax (-1,3%) e dei servizi di telefonia e telefax (0,8%).**
- **Nella divisione Servizi ricettivi e di ristorazione sono in diminuzione i servizi di alloggio (-14,1% rispetto a gennaio 2014 e +0,1% rispetto a febbraio 2013).**
- **Nella divisione dei Trasporti sono in diminuzione i carburanti e lubrificanti per mezzi di trasporto privati (-1,4% rispetto a gennaio 2014 e -3,3% rispetto a febbraio 2013), il trasporto aereo passeggeri (-4,1%) e il trasporto marittimo e per vie d'acqua interne (-2,8%).**
- **Il carrello della spesa ha registrato un calo mensile pari a -0,1%.**

Prezzi al consumo

A Febbraio, la variazione mensile dell'indice dei prezzi al consumo è -0,6% mentre a gennaio era +0,7%. La variazione annuale è +0,4% mentre a gennaio era +0,6%. A contribuire a questo dato sono state, rispetto al mese precedente, soprattutto le variazioni nella divisione Comunicazioni (-0,8%), Servizi ricettivi e di ristorazione (-3,8%) e Trasporti (-0,5%).

Nella divisione Comunicazioni, la variazione di -0,8% su base mensile è causata principalmente dalle diminuzioni rispetto al mese precedente degli apparecchi telefonici e telefax (-1,3%) e dei servizi di telefonia e telefax (0,8%).

Nella divisione Servizi ricettivi e di ristorazione sono in diminuzione i servizi di alloggio (-14,1% rispetto a gennaio 2014 e +0,1% rispetto a febbraio 2013) e le mense (-0,6%).

Nella divisione dei Trasporti sono in diminuzione i carburanti e lubrificanti per mezzi di trasporto privati (-1,4% rispetto a gennaio 2014 e -3,3% rispetto a febbraio 2013), il trasporto aereo passeggeri (-4,1%) e il trasporto marittimo e per vie d'acque interne (-2,8%).

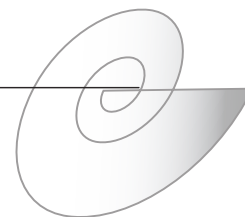
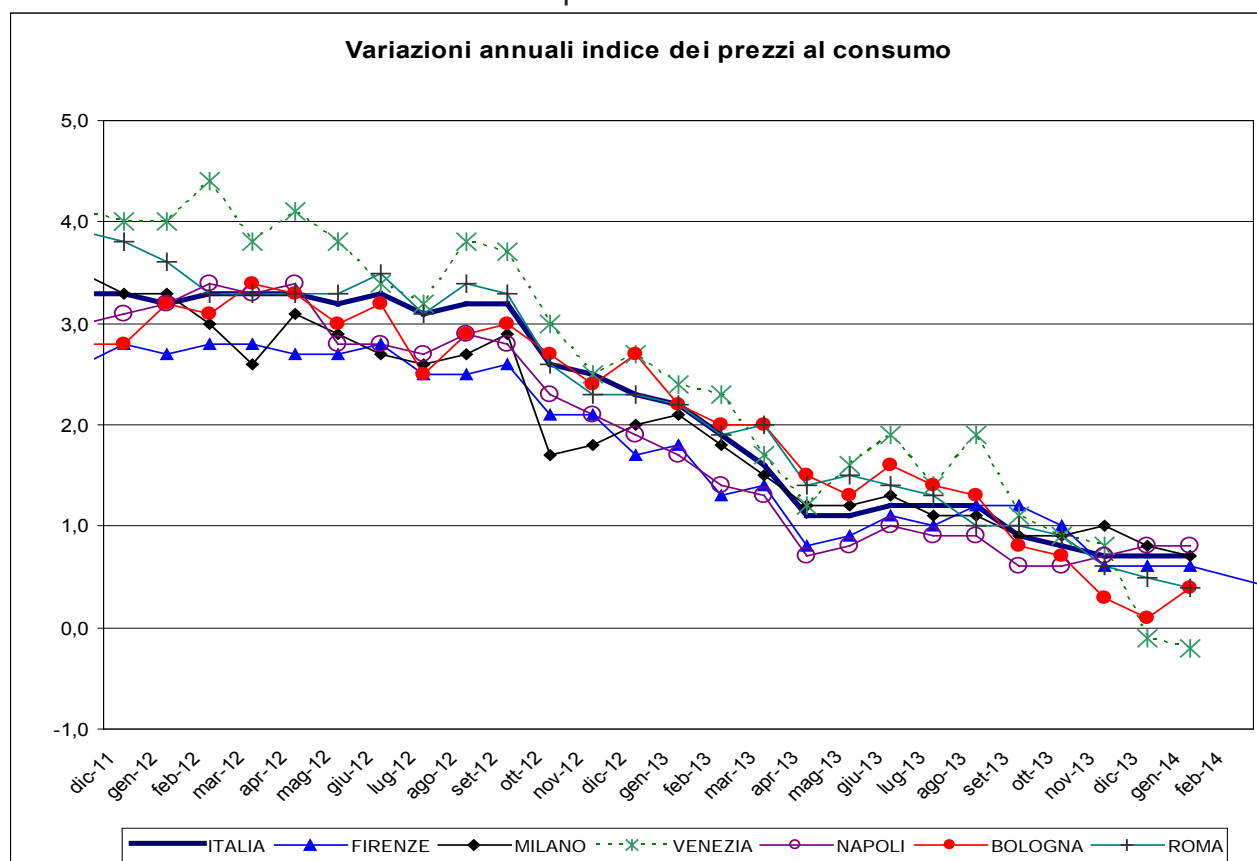


Grafico 3 - Variazioni annuali indice dei prezzi al consumo.



Fonte: elaborazione su dati Istat

I prodotti per frequenza di acquisto¹

Il carrello della spesa:

I prezzi dei prodotti acquistati con maggiore frequenza dai consumatori sono diminuiti di -0,1% rispetto al mese precedente e sono in aumento di +0,7% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

I prodotti a media frequenza di acquisto sono diminuiti di -1,3% rispetto a gennaio 2014; quelli a bassa frequenza sono invariati rispetto a gennaio e diminuiti di -0,7% rispetto a un anno fa.

¹ I prodotti facenti parte del paniere Istat per il calcolo dell'indice NIC possono essere suddivisi, rispetto alla loro frequenza d'acquisto, in tre macro categorie:

Prodotti ad alta frequenza di acquisto: includono, oltre ai generi alimentari, le bevande alcoliche e analcoliche, i tabacchi, le spese per l'affitto, i beni non durevoli per la casa, i servizi per la pulizia e manutenzione della casa, i carburanti, i trasporti urbani, i giornali e i periodici, i servizi di ristorazione, le spese di assistenza.

Prodotti a media frequenza di acquisto: comprendono, tra gli altri, le spese di abbigliamento, le tariffe elettriche e quelle relative all'acqua potabile e lo smaltimento dei rifiuti, i medicinali, i servizi medici e quelli dentistici, i trasporti stradali, ferroviari marittimi e aerei, i servizi postali e telefonici, i servizi ricreativi e culturali, i pacchetti vacanze, i libri, gli alberghi e gli altri servizi di alloggio.

Prodotti a bassa frequenza di acquisto: comprendono gli elettrodomestici, i servizi ospedalieri, l'acquisto dei mezzi di trasporto, i servizi di trasloco, gli apparecchi audiovisivi, fotografici e informatici, gli articoli sportivi.

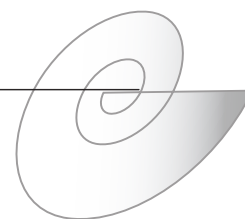
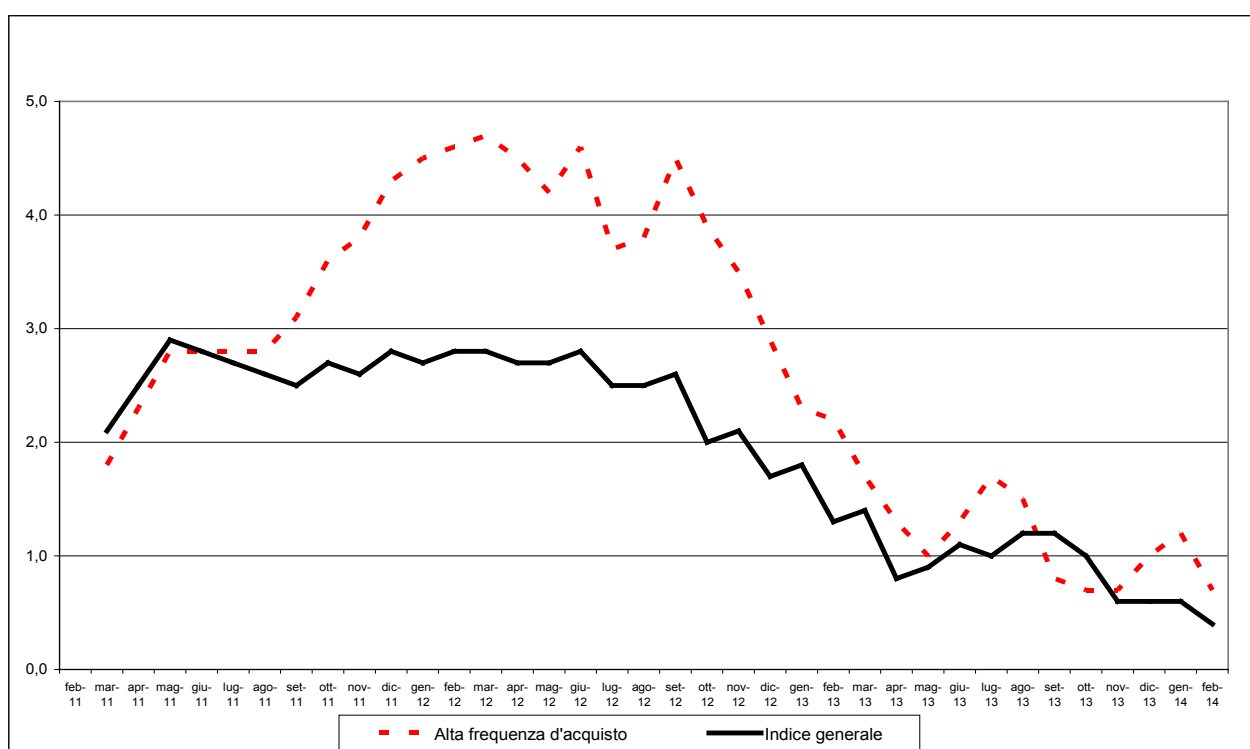


Tabella 2 - Indici dei prezzi al consumo, per prodotti a diversa frequenza di acquisto. Febbraio 2014, variazioni percentuali (base 2010=100)

Tipologia di prodotto	Feb-14/Gen-14	Feb-14/Feb-13
Alta frequenza	-0,1	+0,7
Media frequenza	-1,3	+0,5
Bassa frequenza	0,0	-0,7
Indice generale	-0,6	+0,4

Grafico 4 - Indici dei prezzi al consumo NIC, per prodotti ad alta frequenza di acquisto e complessivo. Variazioni percentuali rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

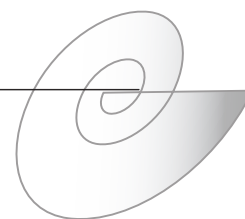


Fonte: elaborazione su dati Istat

I beni, che pesano nel paniere per circa il 56%, hanno fatto registrare a febbraio 2014 una variazione di -0,2% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. I servizi, che pesano per il restante 44%, hanno fatto registrare una variazione annuale pari a +0,9%.

Scomponendo la macrocategoria dei beni, si trova che i beni alimentari registrano una variazione annuale pari a +1,5%. I beni energetici sono in diminuzione di -2,9% rispetto a febbraio 2013. I tabacchi fanno registrare una variazione nulla rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

La componente di fondo (core inflation) che misura l'aumento medio senza tener conto di alimentari freschi e beni energetici è +0,7%. L'indice generale esclusi energetici è +0,7%.



Il confronto con i dati nazionali evidenzia come Firenze abbia a febbraio 2014 un'inflazione in linea con la media nazionale (+0,5%). Non esistono differenze significative con le altre maggiori città italiane.

Alcuni confronti sul livello dei prezzi al consumo

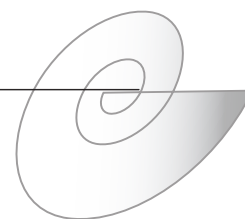
L'Istat fornisce all'Osservatorio Nazionale Prezzi presso il Ministero dello Sviluppo Economico la media delle quotazioni rilevate di alcuni prodotti di largo consumo per le città che effettuano l'elaborazione autonoma dell'indice.

Tabella 3 - Prezzi medi di alcuni prodotti rilevati in alcune città italiane (5,9% del paniere di Firenze); Gennaio 2014

Città	Acqua minerale	Biscotti frollini	Caffè espresso al bar	Carta igienica	Dentifricio	Latte fresco	Olio extra vergine di oliva	Pane	Parmigiano Reggiano	Riso
Ancona	2,75	3,66	0,94	2,38	2,93	1,56	5,54	3,70	-	3,08
Aosta	2,84	3,56	1,02	1,87	2,51	1,48	5,64	3,02	17,53	2,79
Arezzo	1,72	3,41	0,95	1,76	2,72	1,50	5,86	2,18	18,27	2,29
Bari	1,89	3,80	0,71	1,61	1,59	1,45	4,33	2,67	17,67	2,66
Bologna	2,62	3,69	1,03	1,88	2,81	1,39	5,75	3,81	19,43	2,84
Cagliari	2,81	3,32	0,85	1,56	2,04	1,31	5,70	2,78	19,31	2,47
Firenze	2,15	3,84	1,00	2,05	3,11	1,60	5,61	1,99	18,58	2,18
Genova	2,56	4,56	0,97	1,89	2,76	1,66	5,59	3,27	19,86	2,48
Grosseto	2,34	3,46	0,91	1,80	2,92	1,60	5,49	2,28	18,14	2,31
Milano	2,32	4,41	0,98	2,28	2,36	1,37	6,08	3,45	19,87	2,75
Napoli	1,92	2,83	0,86	1,22	1,87	1,05	4,96	1,94	17,96	2,16
Palermo	2,45	3,44	0,89	1,50	2,30	1,48	5,43	2,73	20,13	2,37
Parma	2,88	3,44	0,99	1,62	4,32	1,29	4,78	3,00	18,60	2,53
Perugia	1,74	3,39	0,91	1,18	2,53	1,50	5,07	1,88	18,06	1,99
Pistoia	2,65	4,19	0,97	1,77	2,21	1,57	5,94	1,94	19,26	2,20
Roma	2,73	4,41	0,83	2,34	2,81	1,63	5,80	2,46	18,62	2,81
Torino	2,46	3,60	1,04	1,42	2,24	1,55	5,14	2,64	19,20	2,85
Udine	2,10	3,69	1,00	1,76	2,15	1,54	4,93	3,73	19,81	2,62
Venezia	2,11	3,32	0,99	2,06	2,45	-	5,09	4,68	20,42	2,76

Fonte: Dati forniti da Istat per l'Osservatorio prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico

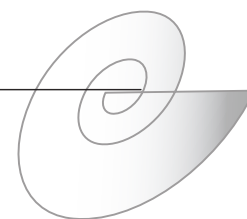
I prezzi rilevati dall'Istituto Nazionale di Statistica sono raccolti ai fini dell'indagine sui prezzi al consumo; tale indagine ha come obiettivo principale quello di fornire degli indicatori sulle variazioni dei prezzi intervenute nei prodotti appartenenti a un paniere scelto in maniera rappresentativa della spesa per consumi delle famiglie. In altre parole, la rilevazione dei prezzi viene effettuata con criteri metodologici tali da quantificare le variazioni, mentre i dati raccolti non consentono di effettuare confronti spaziali sui livelli dei prezzi. La tabella quindi non può consentire di stabilire quali città siano più care e quali meno.



Si riportano per alcuni prodotti le medie delle quotazioni rilevate e le variazioni dei relativi indici riferite a gennaio 2014:

Prodotto	Note	Prezzo Corrente	Var. % a.p.	Var. % m.p.
Pane	al kg	1,99	1,4	0,0
Carne fresca di vitello 1° taglio	al kg	19,38	1,5	0,0
Petto di pollo	al kg	10,09	3,0	0,0
Prosciutto crudo	al kg	27,70	1,1	0,2
Olio extravergine di oliva	al litro	5,61	2,9	0,0
Latte fresco	al litro	1,60	5,2	1,8
Patate	al kg	1,23	25,0	0,1
Pomodori da insalata	al kg	2,34	-3,0	9,8
Mele	al kg	1,88	2,4	1,3
Insalata	al kg	1,95	-8,4	13,9
Pasta di semola di grano duro	al kg	1,71	2,6	0,8
Parmigiano reggiano	al kg	18,58	-0,1	0,0
Detersivo per lavatrice	al litro	2,81	-1,1	-1,6
Riparazione auto – equilibratura gomme		41,62	0,1	0,0
Carrozziere – sostituzione e verniciatura portiera		1473,17	1,5	0,6
Rossetto per labbra		13,64	2,2	0,6
Dopobarba		7,80	-1,2	0,4
Rosa		4,70	-1,6	2,0
Benzina verde al fai da te	al litro	1,689	-0,6	-0,5
Gasolio per auto al fai da te	al litro	1,619	-1,9	-0,6
Camera d'albergo 4-5 stelle		179,50	11,9	7,5
Camera d'albergo 3 stelle		90,71	13,0	32,2
Camera d'albergo 1-2 stelle		78,76	19,4	14,3
Pasto al ristorante		29,22	0,9	0,0
Pasto al fast food		6,77	3,0	0,0
Pasto in pizzeria (margherita + coperto + bibita)		9,61	0,8	0,2
Caffetteria al bar (Caffè espresso)		1,00	1,0	0,0

Fonte: Dati della Rilevazione dei Prezzi al consumo



Ambiente e Territorio

Climatologia

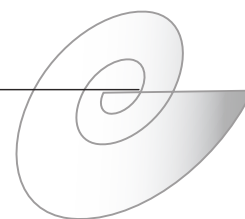
Per il mese di febbraio sono stati utilizzati i dati del Servizio Idrologico Regionale provenienti, dalla stazione ubicata presso la Facoltà di Ingegneria a Santa Marta, quota slm di m 84,24 (nel comune la quota minima slm è 28 m., la massima 334, nel centro storico 50).

In tabella 4 sono indicati i valori minimi e massimi della temperatura per ciascun giorno del mese. Si osserva che la temperatura massima mensile, pari a 19,5°C, si è registrata il giorno 18 e la temperatura minima, pari a 0,4°C, il giorno 25.

Tabella 4 – Temperature giornaliere minime e massime per il mese di febbraio 2014 e 2013.

giorno	febbraio 2014		febbraio 2013	
	temperatura max	temperatura min	temperatura max	temperatura min
1	16,0	8,1	16,7	6,0
2	11,2	7,0	13,0	3,9
3	15,8	7,8	10,5	-0,6
4	13,0	7,9	13,1	-2,2
5	12,5	7,1	9,9	1,4
6	14,0	5,3	12,9	4,1
7	14,8	3,0	7,6	3,0
8	13,4	6,9	9,7	1,2
9	14,4	7,8	8,1	-0,5
10	11,9	7,9	8,3	-5,1
11	13,0	6,5	7,0	-0,9
12	13,7	4,1	7,4	0,8
13	15,3	4,6	8,1	0,2
14	16,9	6,6	11,3	1,0
15	16,7	7,1	13,6	-1,5
16	18,7	10,7	12,5	0,8
17	15,4	9,2	11,7	1,5
18	19,5	6,5	9,1	1,2
19	18,3	10,2	12,1	-2,2
20	12,3	8,1	7,7	1,8
21	15,7	5,2	6,5	1,9
22	14,4	3,7	5,3	0,3
23	14,4	1,9	3,3	-1,3
24	15,6	1,4	7,6	1,0
25	15,9	0,4	8,5	0,2
26	10,9	4,6	12,3	-0,5
27	13,3	2,7	8,7	-2,3
28	11,0	5,7	13,7	-1,8

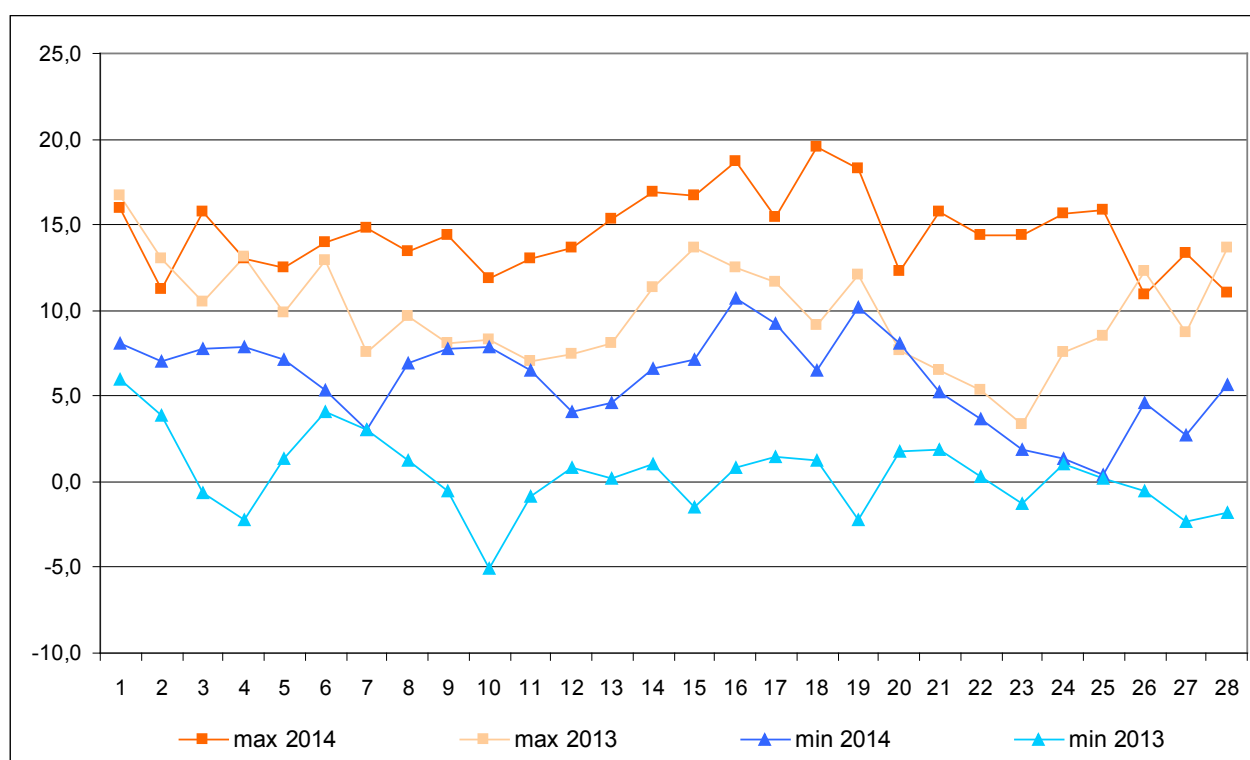
Fonte: Servizio Idrologico Regionale



Il grafico 5 riporta l'andamento delle temperature massime e minime per il mese di febbraio 2014 a confronto con febbraio 2013. Si osserva che le temperature del 2014 sono più elevate rispetto a quelle dell'anno precedente: talvolta le minime del 2014 si avvicinano molto alle massime del 2013.

La massima escursione termica (temperatura massima-temperatura minima) si è registrata il 25 febbraio con 15,5°C; nel 2013 è stata ugualmente di 15,5°C e si è registrata il 28 febbraio.

Grafico 5 – Temperatura registrata dal Servizio Idrologico Regionale per il mese di febbraio 2014 e 2013.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

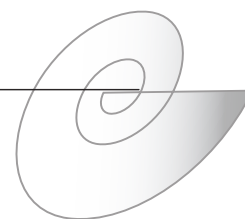
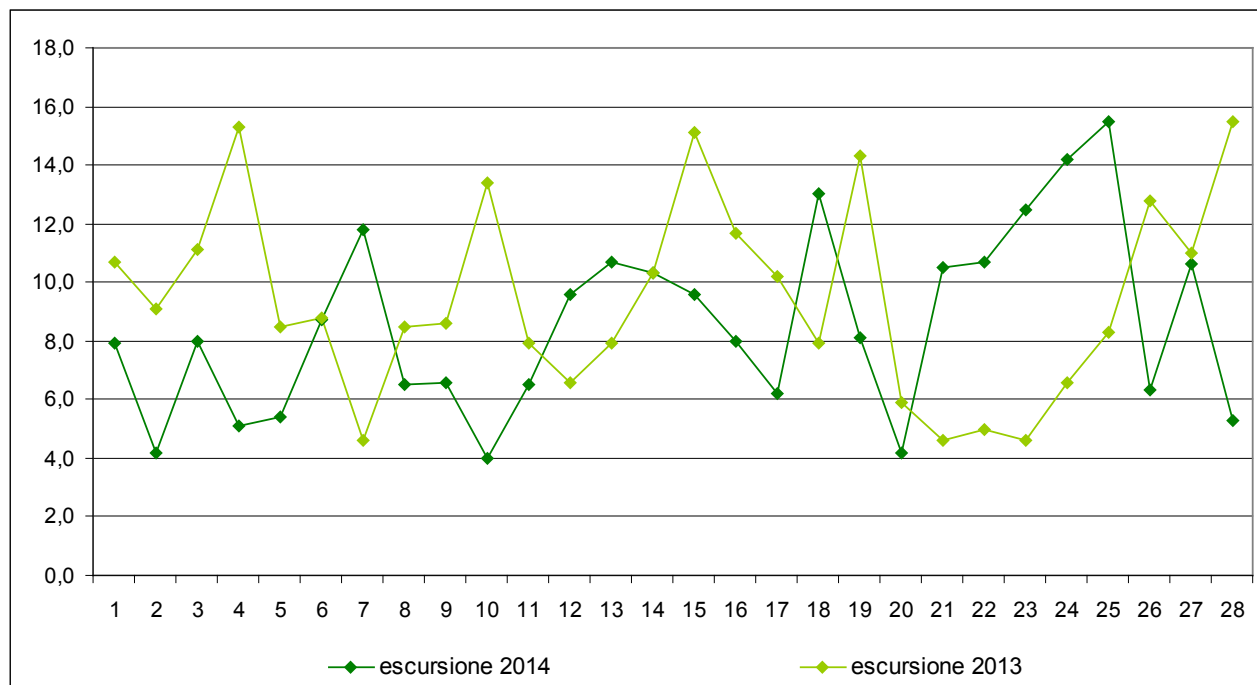


Grafico 6 – Escursione termica giornaliera (Tmax – Tmin). Mese di febbraio 2014 e 2013.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

La temperatura media mensile per il mese di febbraio 2014 è stata di 10,3°C. Nel 2013 è stata di 5,2°C.

Nel mese di febbraio sono caduti complessivamente 171,2 mm di pioggia, per un totale di 17 giorni piovosi (giorni con precipitazione maggiore o uguale a 1 mm). Il giorno più piovoso è stato l'11 febbraio con 44,6 mm.

Rispetto a febbraio 2013 le precipitazioni sono state molto più intense, l'anno scorso erano caduti infatti 85,4 mm in 8 giorni piovosi. La tabella 5 riporta la distribuzione delle piogge per i mesi di febbraio 2014 e 2013 e i relativi giorni piovosi.

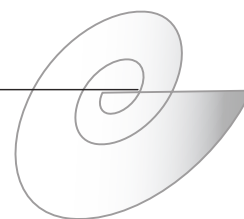


Tabella 5 – Precipitazioni e giorni piovosi. Febbraio 2014 e 2013.

giorno	mm pioggia	
	2014	2013
1	6,8	0,0
2	0,8	0,2
3	3,8	16,0
4	2,4	0,0
5	6,6	0,0
6	10,0	4,4
7	0,0	0,4
8	15,0	0,0
9	2,4	0,0
10	4,2	0,0
11	44,6	0,2
12	1,2	5,8
13	0,0	2,8
14	3,0	0,0
15	0,0	0,0
16	0,0	0,0
17	0,0	0,0
18	0,0	0,0
19	0,0	0,0
20	28,4	0,0
21	3,2	0,0
22	7,4	5,8
23	4,8	10,2
24	0,0	33,0
25	0,0	6,2
26	0,0	0,4
27	19,4	0,0
28	7,2	0,0
Totale	171,2	85,2
gg piovosi	17	8

Fonte: Servizio Idrologico Regionale

Nel grafico 7 viene riportata la distribuzione giornaliera delle precipitazioni.

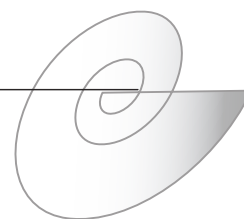
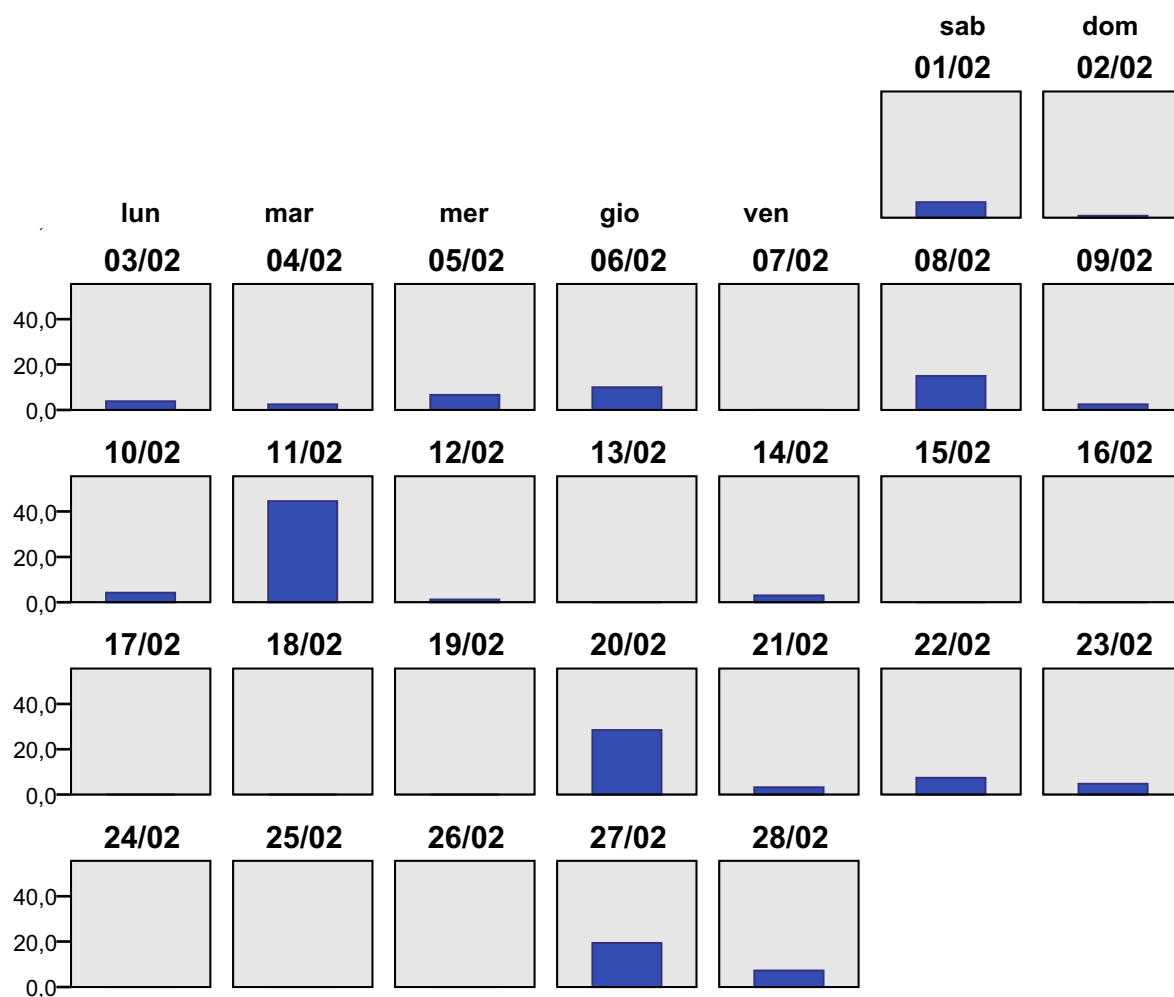


Grafico 7 – Distribuzione giornaliera delle precipitazioni (in mm) per il mese di febbraio 2014.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Il grafico 8 rappresenta la cumulata delle precipitazioni per i mesi di febbraio 2014 e 2013.

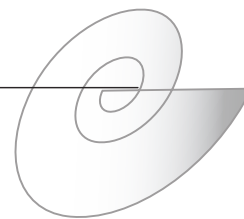
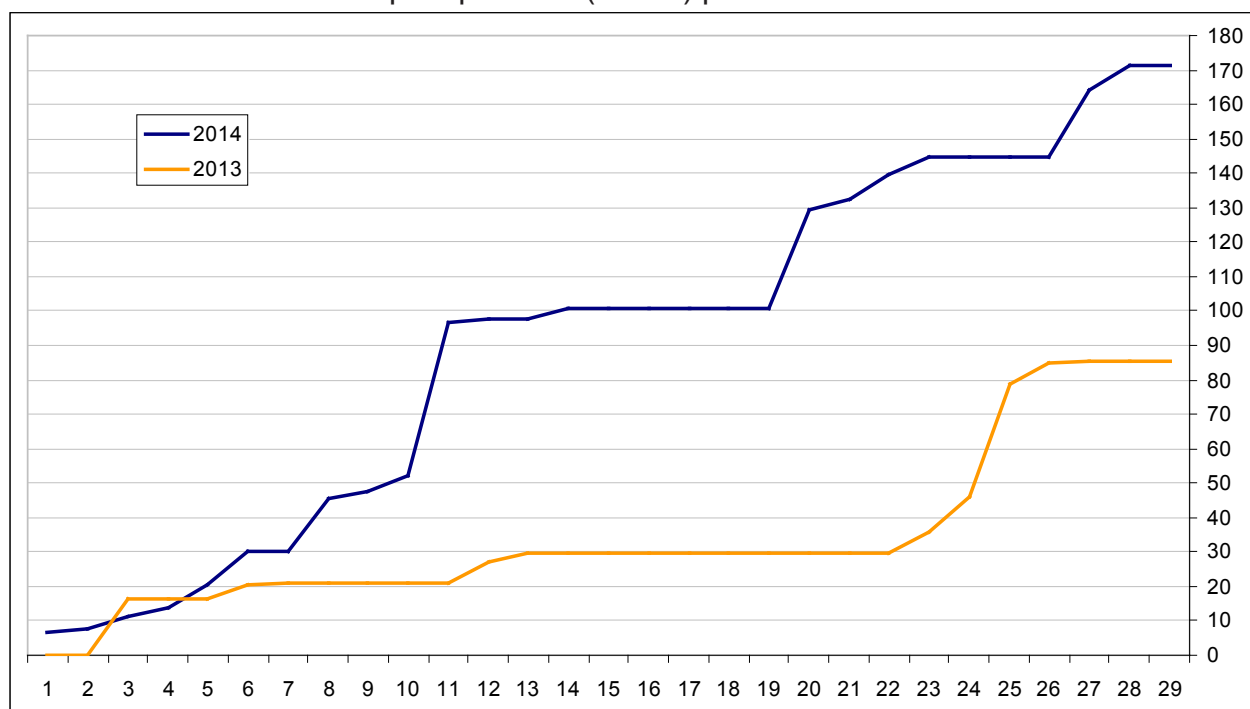


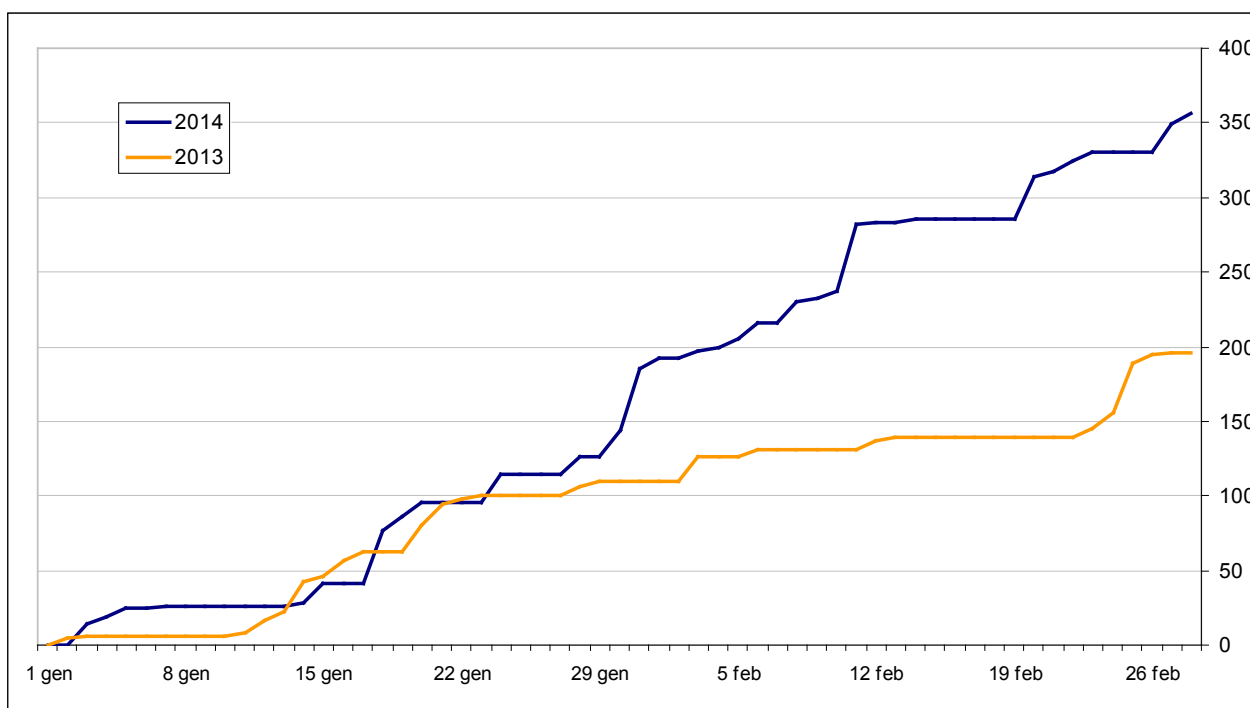
Grafico 8 – Cumulata delle precipitazioni (in mm) per febbraio 2014 e 2013.



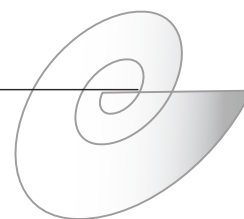
Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

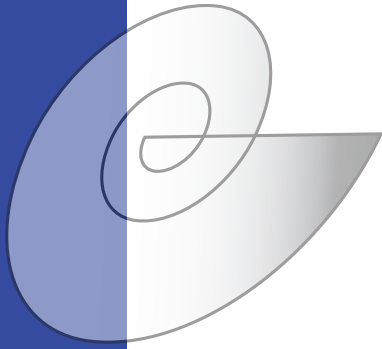
Si riporta anche la cumulata delle precipitazioni per i primi due mesi del 2014 e del 2013 (cfr. grafico 9): la differenza, già presente a gennaio, si accentua con il mese successivo.

Grafico 9 – Cumulata delle precipitazioni (in mm) da inizio anno 2014 e 2013.



Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale





La statistica per la città

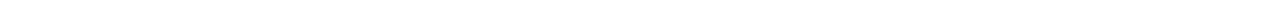
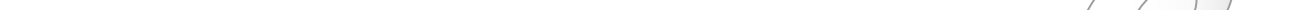
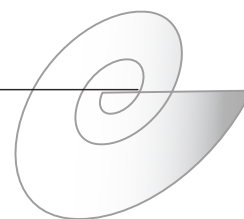
Studi e ricerche

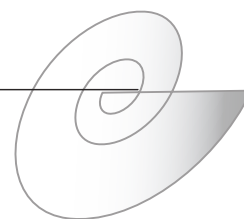
**Il gradimento del servizio
di Contact Center 055055.**

Anno 2013

a cura di

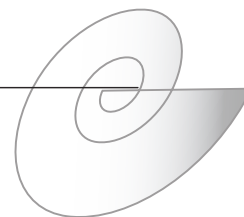
Marco Colpo e Francesca Crescioli





Indice

Premessa.....	26
Sintesi dei risultati.....	28
I risultati.....	29
Valutazione complessiva.....	35
Caratteristiche della popolazione osservata	37
L'indagine.....	40
Appendice	41
Questionario.....	41
Risultati – Frequenze delle risposte.....	44



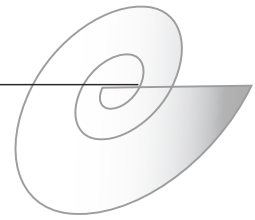
Premessa

Linea Comune S.p.a. è una società, a partecipazione interamente pubblica, che fornisce servizi via Web e via Internet a cittadini, professionisti e imprese per conto di Enti pubblici dell'area fiorentina. Gli utenti possono accedere, direttamente da casa o dall'ufficio, ai servizi della Pubblica Amministrazione Locale, in modo facile, semplice e sicuro.

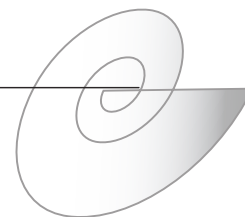
La decisione di quali servizi erogare e secondo quali modalità è sempre dei singoli Enti, che sono anche responsabili dei servizi stessi, mentre Linea Comune fornisce la piattaforma tecnologica e si attiva per soddisfare le diverse esigenze della Pubblica Amministrazione. Il Centro Servizi, attraverso un insieme di infrastrutture tecnologiche, gestisce per conto degli enti l'interazione con l'utente che può così accedere alle informazioni e ottenere i servizi richiesti, garantendo il diritto di accesso solo a chi ne è abilitato. Il Contact Center 055055 è uno dei servizi che Linea Comune S.p.a. gestisce per il Comune di Firenze e altri enti del territorio fiorentino. Si tratta di un centro unico d'ascolto, informazione e orientamento per la gestione diretta ed efficace delle interazioni con cittadini, professionisti e imprese. Il servizio è attivo dalle 8.00 alle 20.00, dal lunedì al sabato, e gestisce in media oltre 300.000 contatti l'anno. Operatori telefonici opportunamente formati ascoltano, informano e orientano l'utente su uffici e servizi degli Enti aderenti; effettuano prenotazioni per servizi specifici, raccolgono segnalazioni e suggerimenti; fanno da centralino e gestiscono le richieste dell'utente, inoltrando le richieste specialistiche agli uffici preposti.

L'indagine di Customer Satisfaction sul servizio di Contact Center del Comune di Firenze gestito da Linea Comune S.p.a. si inquadra in un contesto sempre più ricco di opportunità per le istituzioni di essere sempre più accessibili ai cittadini, di fornire servizi e informazioni in modo sempre più conveniente e veloce, e di instaurare canali bidirezionali di comunicazione con il pubblico.

Il Contact Center è emerso, negli ultimi anni, come centro di comunicazione di primaria importanza con i cittadini, e spesso viene attivato, come nel caso di Linea Comune, da qualche ramo della pubblica amministrazione per rispondere ad hoc ai bisogni informativi dei cittadini. Con questa indagine si è voluto rilevare il legame individuato tra lo svolgimento di attività d'interesse generale – come la promozione di condizioni di maggior accesso ai servizi e di migliori standard di qualità - e il ruolo attivo che l'amministrazione comunale è chiamata a svolgere per favorire la partecipazione dei cittadini.



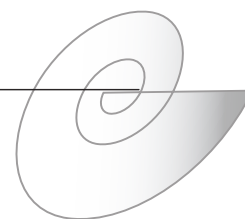
Sono tre gli aspetti generali del servizio di Contact Center che, sulla base delle esperienze condotte più di recente nel campo della pubblica amministrazione, sono state prese principalmente in considerazione, l'accessibilità, il livello del servizio, gli aspetti relazionali. Il Contact Center "Linea comune 055055" rappresenta per l'Amministrazione una punta di diamante delle politiche di trasparenza amministrativa e costituisce una parte di un ampio progetto, finalizzato a semplificare e facilitare i contatti del cittadino con il Comune.



Sintesi dei risultati

Sono stati intervistati 1.000 soggetti scelti casualmente da una lista di oltre 2.000 utenti che avevano telefonato allo 055055 e che avevano dato il consenso a essere ricontattati per esprimere un giudizio sul gradimento del servizio ricevuto. Di seguito i principali risultati:

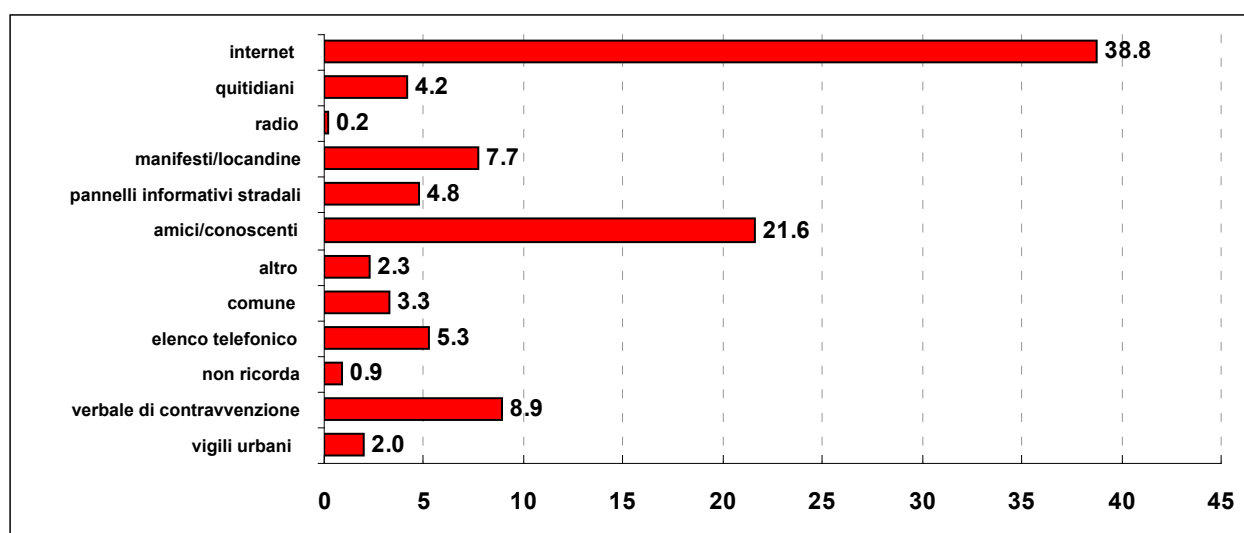
- I canali principali tramite cui gli intervistati sono venuti a conoscenza del Contact Center sono internet (38,8%), il passaparola tra amici e conoscenti (21,6%), i verbali di contravvenzione (8,9%) e i manifesti/locandine affissi (7,7%).
- L'80,8% ha usufruito del servizio meno di una volta al mese, il 14,9% almeno una volta al mese e il restante 4,3% almeno una volta alla settimana.
- Il 48,6% ha valutato minima l'attesa prima di essere messo in contatto con l'operatore, il 46,6% accettabile, il 3,4% un po' troppo lunga e solamente l'1,4% eccessiva.
- I giudizi in merito alla cortesia, la disponibilità e la professionalità degli operatori sono quasi totalmente positivi, registrando percentuali vicine al 95,0% di giudizi ottimi/buoni.
- Nell'81,9% dei casi gli operatori hanno subito individuato il problema, nel 15,2% quasi sempre, nell'1,8% a volte e solamente per il restante 1,1% non sono stati in grado di capire la richiesta posta dall'utente.
- Il 95,7% ha sempre ritenuto comprensibile il linguaggio utilizzato dagli operatori, il 3,6% quasi sempre, lo 0,3% a volte e solamente lo 0,4% non lo ha valutato positivamente.
- L'82,3% degli intervistati ha subito ottenuto le informazioni che cercava mentre l'11,5% ha dovuto telefonare più volte, il 3,5% ha trovato una soluzione solamente dopo essere stato ricontattato dall'ufficio competente e nel 2,7% dei casi le richieste dell'utente non sono state soddisfatte.
- Il 69,0% ritiene che le informazioni ricevute siano complete e consistenti, il 25,9% affidabili e solo il 2,8% le ha giudicate talvolta contraddittorie.
- La quasi totalità del campione (97,4%) ha avuto fiducia negli operatori e non ha mai avvertito la necessità di verificare attraverso altri canali la correttezza di quanto gli era stato indicato.
- Gli utenti ritengono utile il Contact Center per chiedere informazioni (95,8%), segnalazioni (93,0%), reclami e lamentele (89,9%), informazioni personalizzate (93,2%) e per le prenotazioni (92,4%).
- Il 93,8% ha espresso una valutazione positiva (da 6 a 10).



I risultati

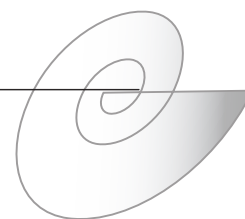
La prima domanda posta agli utenti intervistati per l'indagine¹ è finalizzata a conoscere quali sono i canali tramite cui sono venuti a conoscenza del servizio. La domanda prevede la scelta di una risposta tra un elenco e anche la possibilità di fornire una risposta aperta. I risultati alla risposta aperta sono stati analizzati e aggregati: i canali principali tramite cui gli intervistati sono venuti a conoscenza del Contact Center sono internet (38,8%), il passaparola tra amici e conoscenti (21,6%), i verbali di contravvenzione (8,9%) e i manifesti/locandine affissi (7,7%). Il Grafico 1 illustra le percentuali di risposta fornite a questa domanda per tutte le opzioni possibili e per quelle risultanti dall'aggregazione.

Grafico 1 - Canali tramite cui gli utenti hanno conosciuto il Contact Center.



Indipendentemente dal genere, internet è il canale principale attraverso cui gli utenti sono venuti a conoscenza del servizio (maschi 42,1%, femmine 35,8%); al secondo posto si colloca il passaparola fra amici e conoscenti (maschi 18,3%, femmine 24,6%). Per classe di età internet è il canale di conoscenza del servizio più diffuso fra i giovani con età inferiore a 30 anni (61,5%) ma anche fra gli adulti di età compresa fra 31 e 60 anni (46,8%) mentre gli anziani con età superiore ai 60 anni registrano una percentuale più elevata nel passaparola fra amici e conoscenti (28,3%). Da notare una consistente percentuale di giovani (17,9%) che hanno conosciuto il servizio di Contact Center tramite l'avviso riportato sui verbali di contravvenzione (cfr. Tabella 1).

¹ Per la metodologia di indagine si rimanda al paragrafo 'L'indagine' a pag.15



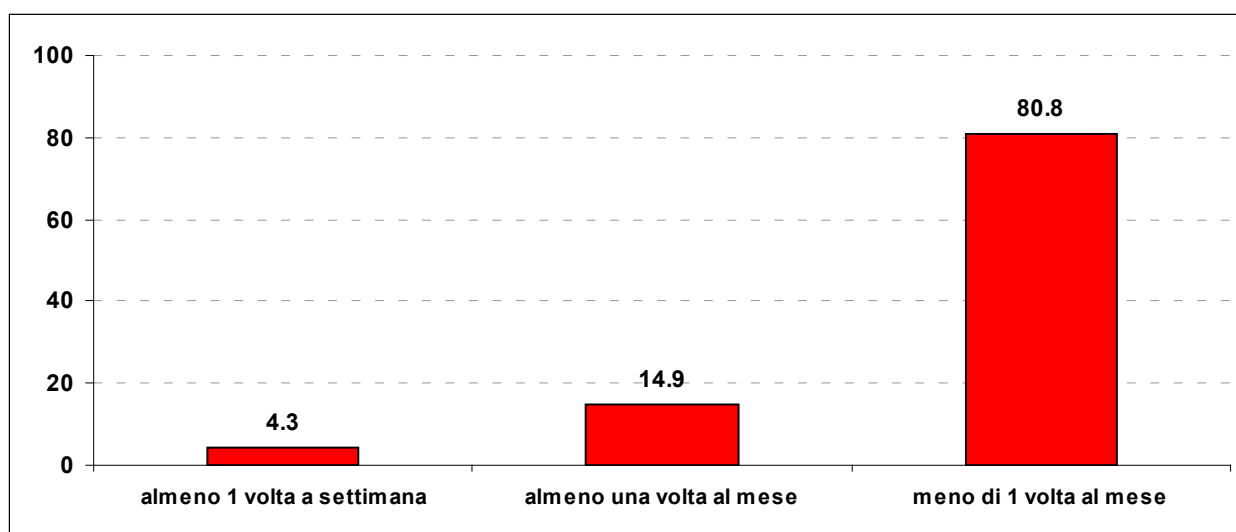
Agli utenti è stato chiesto quanto hanno usufruito del servizio nei tre mesi precedenti la rilevazione: l'80,8% ha contattato il call-center meno di una volta al mese, il 14,9% almeno una volta al mese e il restante 4,3% almeno una volta alla settimana (cfr. Grafico 2).

Il primo aspetto valutato del servizio riguarda la durata dell'attesa che precede il contatto diretto con l'operatore. Complessivamente gli utenti sono soddisfatti e nel dettaglio il 48,6% ha valutato minima l'attesa, il 46,6% accettabile, il 3,4% un po' troppo lunga e solamente l'1,4% eccessiva (cfr. Grafico 3).

Tabella 1 - Canali tramite cui gli utenti hanno conosciuto il Contact Center, per genere e fascia di età (percentuali di colonna).

	M	F	18-30	31-60	61+
internet	42,1	35,8	61,5	46,8	21,9
quotidiani	3,8	4,6	-	2,8	7,8
radio	0,2	0,2	-	0,2	0,4
manifesti/locandine	5,6	9,6	2,6	8,1	9,2
pannelli informativi stradali	3,8	5,8	2,6	4,8	6,0
amici/conoscenti	18,3	24,6	12,8	15,8	28,3
altro	2,7	1,9	-	2,1	3,5
comune	3,3	3,3	-	2,5	5,7
elenco telefonico	4,4	6,2	-	3,7	8,8
non ricorda	1,0	0,8	-	1,1	1,1
verbale multa	11,7	6,3	17,9	10,2	5,3
vigili urbani	3,1	1,0	2,6	1,9	2,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Grafico 2 - Frequenza di utilizzo del servizio negli ultimi 3 mesi.



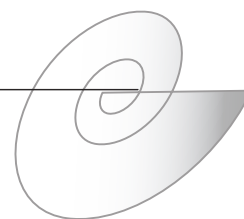
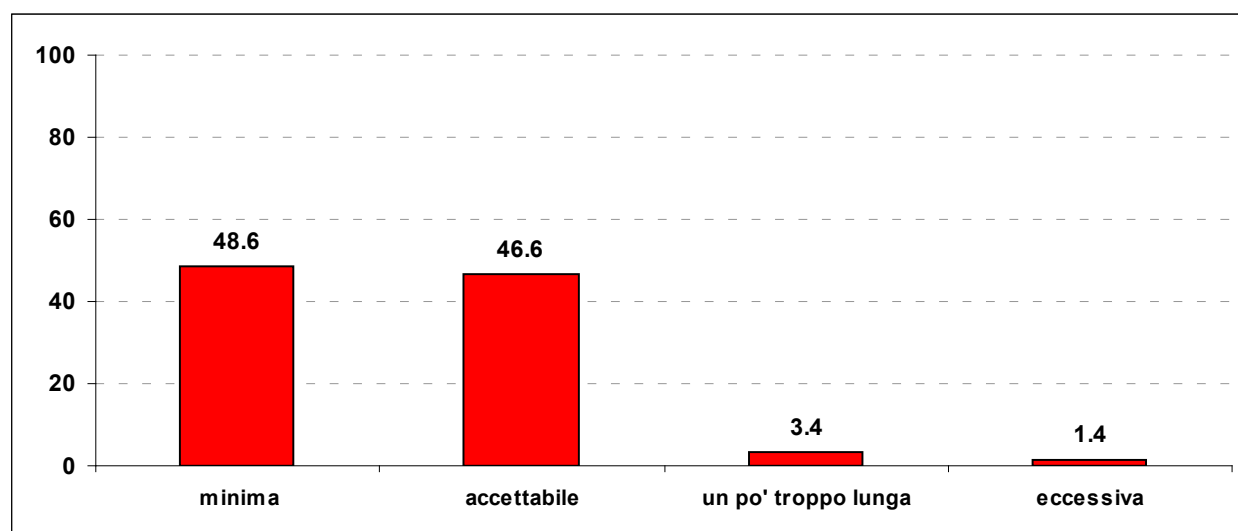
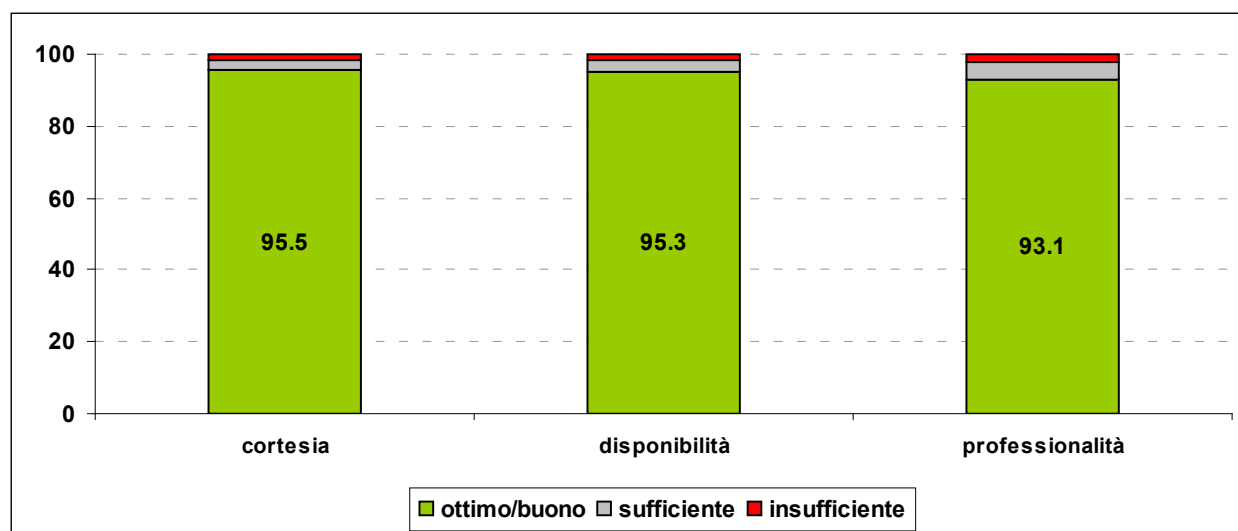


Grafico 3 - Valutazione della durata dell'attesa prima di parlare con un operatore.

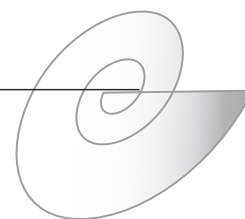


Agli utenti è stato chiesto di valutare la cortesia, la disponibilità e la professionalità degli operatori esprimendo un giudizio su una scala a 4 livelli (ottimo, buono, sufficiente e insufficiente). I livelli ottimo e buono sono stati aggregati nel commento. I giudizi sono quasi totalmente positivi registrando percentuali vicine al 95,0% di giudizi ottimi/buoni (cfr. Grafico 4).

Grafico 4 - Valutazione della cortesia, disponibilità e professionalità degli operatori.

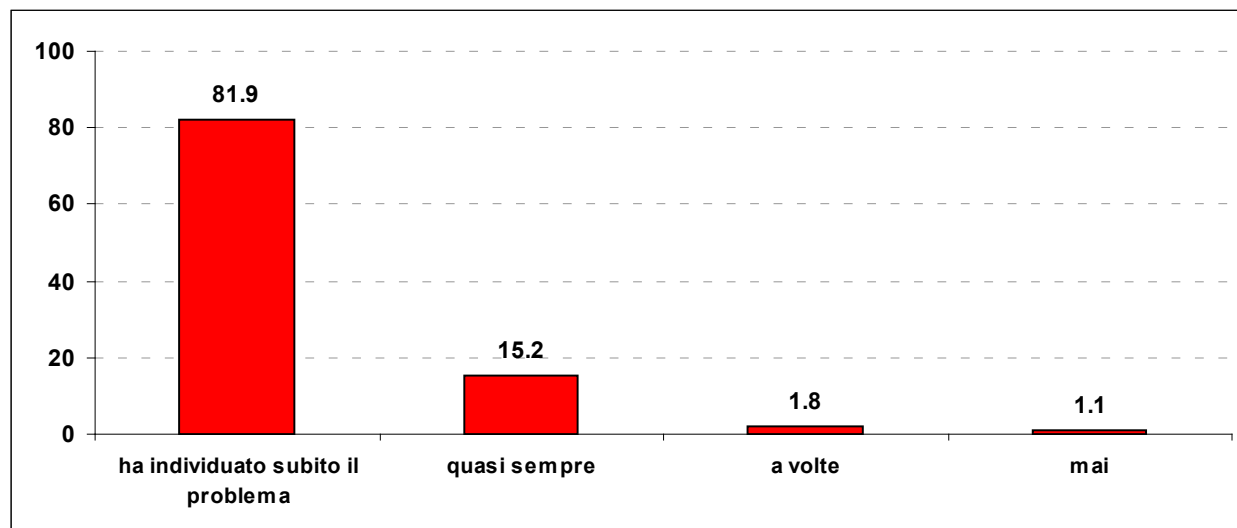


Sempre in merito agli operatori, è stato chiesto di valutare l'atteggiamento con cui essi si confrontano con l'utente, in particolare se vengono poste domande per comprendere meglio le richieste. Nell'81,9% dei casi gli operatori hanno subito individuato il problema, nel 15,2% quasi sempre, nell'1,8% a volte, e solamente per



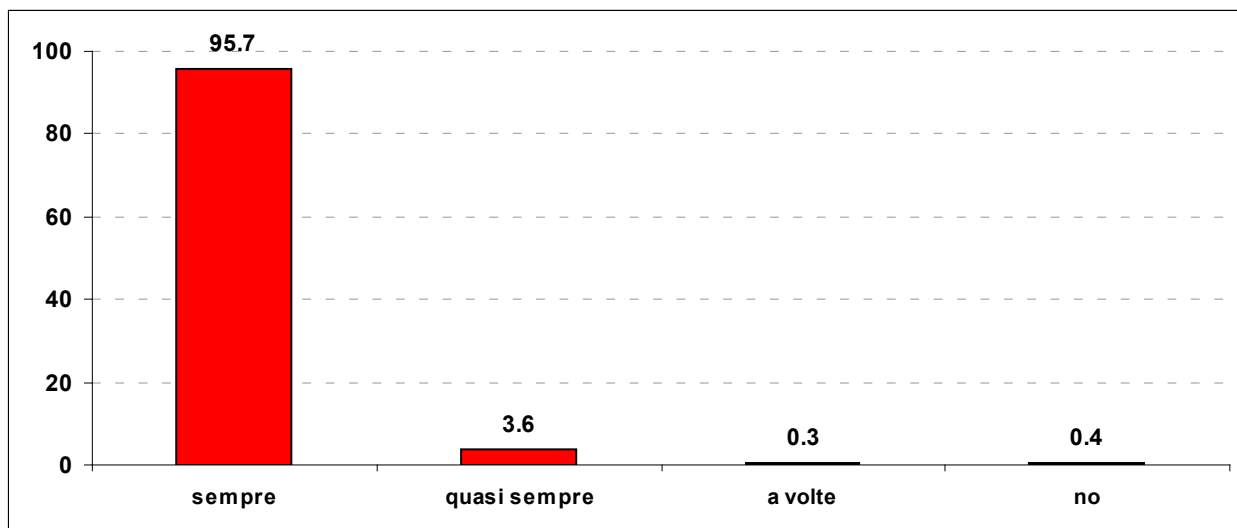
il restante 1,1% non sono stati in grado di capire il problema posto dall'utente (cfr. Grafico 5).

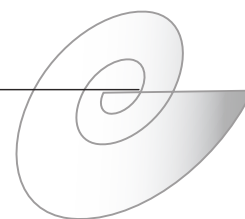
Grafico 5 - L'operatore ha cercato di comprendere il problema.



Uno degli aspetti fondamentali per chi si interfaccia col pubblico è la comprensibilità e la chiarezza del linguaggio. Agli intervistati è stato chiesto di valutare se il linguaggio utilizzato dagli operatori fosse comprensibile e chiaro. Il 95,7% lo ha ritenuto sempre comprensibile, il 3,6% quasi sempre, lo 0,3 % a volte, e solamente lo 0,4% non ha valutato positivamente questo aspetto (cfr. Grafico 6). A coloro che hanno risposto "a volte" oppure "no" è stato chiesto di motivare il loro giudizio negativo e fra questi il 28,6% ritiene non chiare le risposte fornite perché troppo generiche mentre il restante 71,4% non ha fornito una risposta precisa fra le opzioni proposte indicando altre motivazioni.

Grafico 6 - Valutazione comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato dagli operatori.

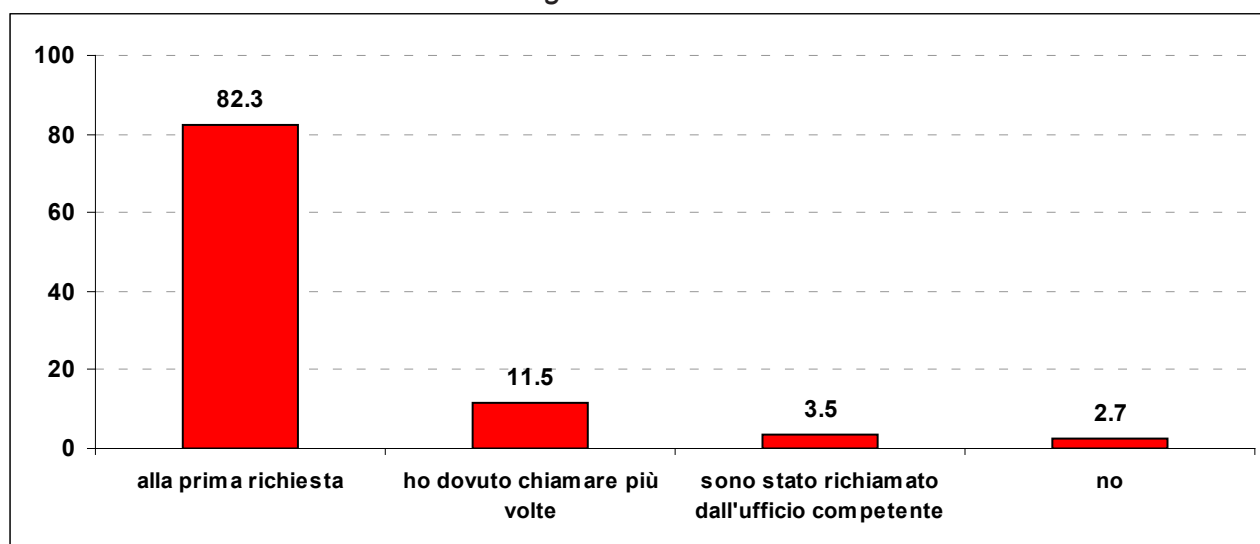




Si osserva che l'82,3% degli intervistati, dopo aver esposto il proprio problema agli operatori del Contact Center, ha subito ottenuto le informazioni che cercava mentre l'11,5% ha dovuto richiamare più volte, il 3,5% ha trovato una soluzione solamente dopo essere stato ricontattato dall'ufficio competente e nel 2,7% dei casi gli utenti non hanno ottenuto le informazioni che cercavano (cfr. Grafico 7).

Fra coloro che sono stati ricontattati dall'ufficio competente, il 65,7% è riuscito a ottenere le informazioni richieste, l'8,6% solo parzialmente e il restante 25,7% non ha ottenuto risposta alle proprie richieste. Fra coloro invece che hanno dovuto contattare più volte il Contact Center, il 24,3% è riuscito ad avere le informazioni cercate.

Grafico 7 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente.



Un altro aspetto sondato fra gli utenti del Contact Center riguarda la qualità delle informazioni ricevute. Si è osservato che il 69,0% ritiene che le informazioni siano complete e consistenti, il 25,9% affidabili e solo il 2,8% le ha giudicate talvolta contraddittorie (cfr. Grafico 8).

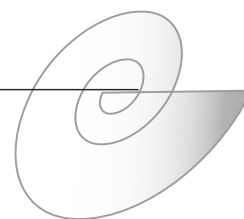
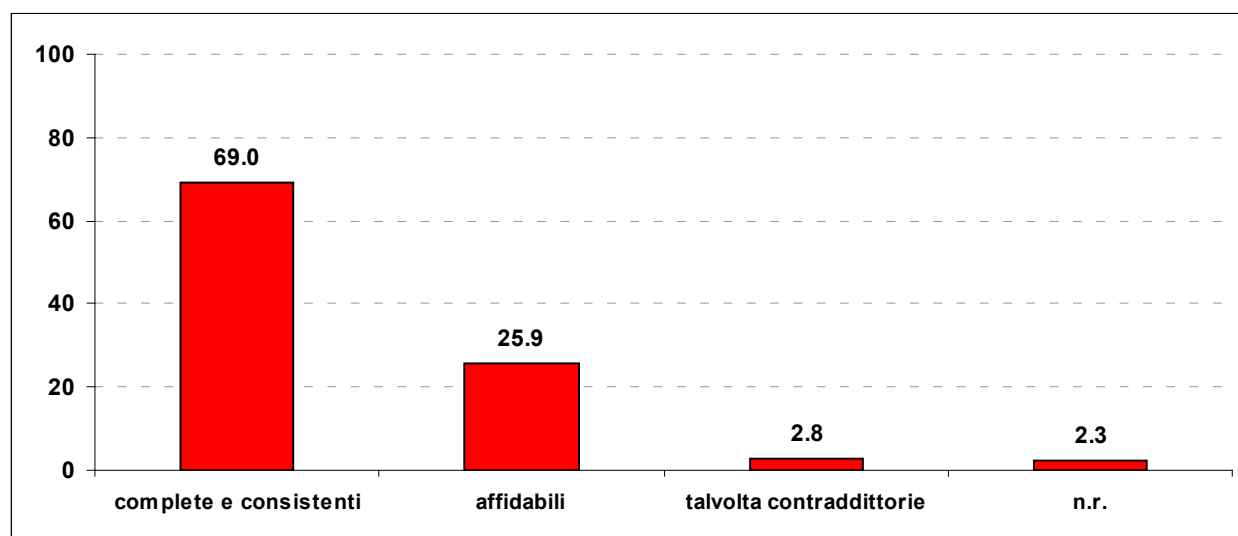
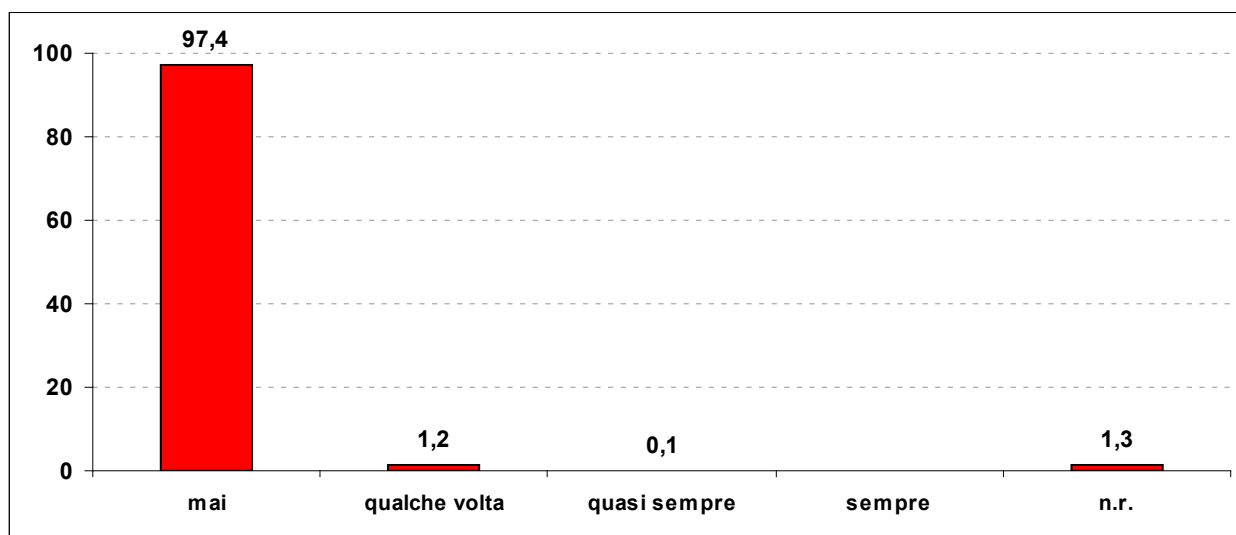


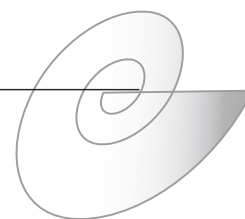
Grafico 8 - Qualità delle informazioni ricevute.



Sempre in merito alla qualità delle informazioni ricevute, alla quasi totalità degli intervistati (97,4%) non è mai capitato di verificare, attraverso altri canali, la correttezza delle indicazioni degli operatori del Contact Center (cfr. Grafico 9).

Grafico 9 - Verifica delle informazioni ricevute tramite altri canali.

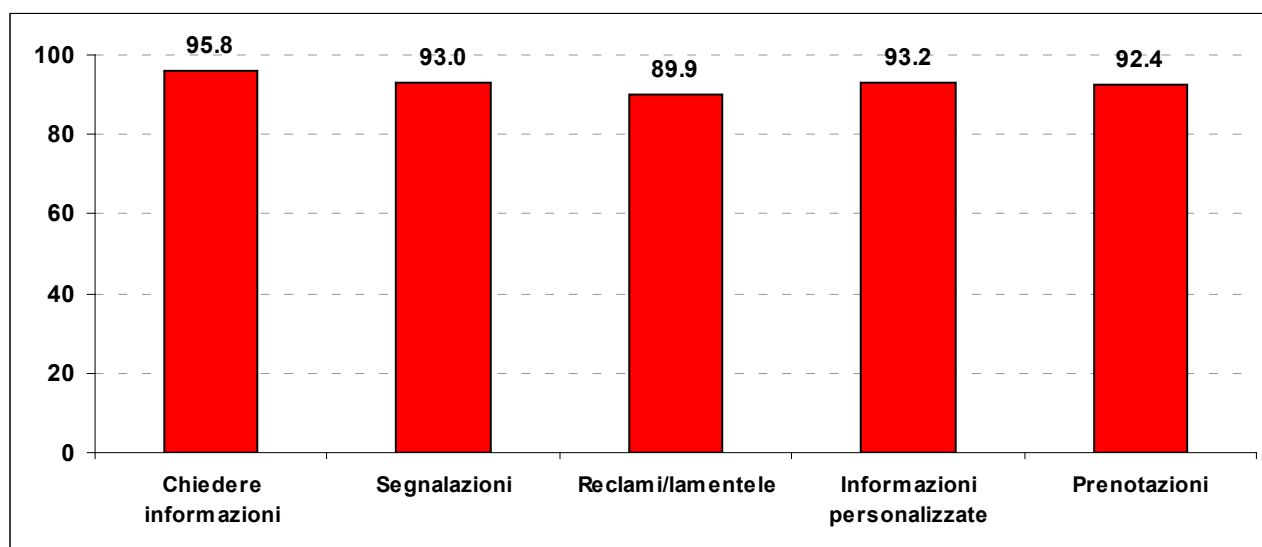




Valutazione complessiva

Complessivamente gli utenti intervistati in questa indagine risultano soddisfatti del servizio ricevuto e in particolare lo ritengono utile per chiedere informazioni (95,8%), segnalazioni (93,0%), reclami e lamentele (89,9%), informazioni personalizzate (93,2%) e per le prenotazioni (92,4%, cfr. Grafico 10).

Grafico 10 - Giudizio sull'utilità del Contact Center.



Agli intervistati è stato chiesto di giudicare complessivamente il Contact Center esprimendo un voto su una scala da 1 a 10. La Tabella 2 riporta le percentuali assolute e cumulate della distribuzione dei voti assegnati e si può osservare che il 93,8% ha espresso una valutazione positiva (da 6 a 10). Moda, media e mediana² coincidono e risultano pari a 8. Ciò significa che la valutazione che ha ottenuto il numero maggiore di osservazioni è 8; se tutti gli intervistati avessero dato lo stesso giudizio avrebbero dato 8; 8 è il valore al di sotto del quale cade la metà delle osservazioni, ovvero l'altra metà ha dato valutazioni superiori.

² **Moda:** la moda è la modalità caratterizzata dalla massima frequenza, ovvero è il valore che compare più frequentemente.

Media: la media è un singolo valore numerico che descrive sinteticamente un insieme di dati. La media aritmetica è calcolata come somma dei valori diviso il numero di osservazioni.

Mediana: la mediana è la modalità che, nella successione ordinata dei valori, occupa la posizione centrale, ovvero che è preceduta e seguita dal 50% dei valori osservati.

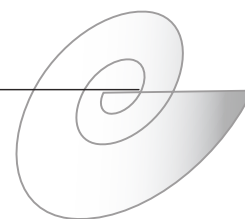


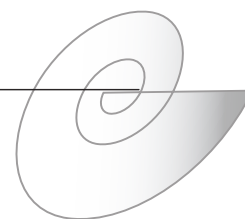
Tabella 2 - Valutazione complessiva del contact center (percentuali e percentuali cumulate).

	%	% cumulata
1	1,3	1,3
2	0,2	1,5
3	0,4	1,9
4	0,6	2,5
5	3,7	6,2
6	5,5	11,7
7	16,6	28,3
8	32,7	61,0
9	18,1	79,1
10	20,9	100,0
Totale	100,0	-

In ultimo, è stato scelto di porre un quesito aperto riguardante eventuali suggerimenti per il miglioramento del servizio. Le risposte sono state analizzate e categorizzate al meglio. Il 17,6% ha ritenuto opportuno rispondere a questa domanda e la Tabella 3 mostra la distribuzione percentuale delle tipologie di suggerimenti ricevute. Il 37,1% ritiene utile incrementare l'efficacia degli interventi, il 22,8% un'eventuale estensione del servizio, il 15,6% potenziare la competenza degli operatori.

Tabella 3 - Suggerimenti degli utenti per il miglioramento del servizio.

	%
incrementare l'efficacia	37,1
migliorare la tempistica delle pratiche	10,2
feedback per i reclami o l'esecuzione della pratica	11,4
potenziare la competenza degli operatori	15,6
estensione del servizio	22,8
ritiene il servizio superfluo	0,6
altro	2,4
Totale complessivo	100,0

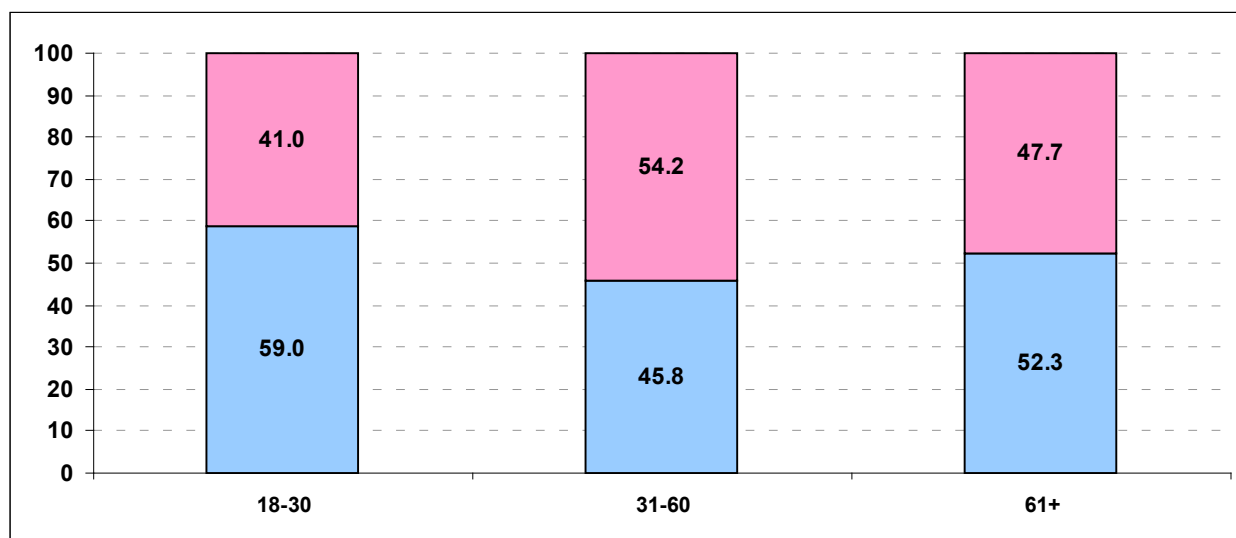


Caratteristiche della popolazione osservata

In questo paragrafo vengono presentate le principali caratteristiche del campione selezionato per l'indagine fra gli utenti reali.

Il campione è composto per il 52,0% da femmine e per il 48,0% da maschi. La distribuzione per età evidenzia come la maggior parte della popolazione osservata appartenga alla classe "31-60 anni" (63,8%), il 4,4% alla classe giovanile (18-30 anni) e il 31,8% alla classe "61anni e oltre". Analizzando congiuntamente le variabili genere e classe di età si osserva che fra giovani e anziani è maggiore la percentuale di maschi (rispettivamente 59,0% e 52,3%) mentre fra gli adulti le femmine sono il 54,2% (cfr. Grafico 11).

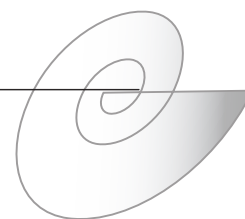
Grafico 11 - Distribuzione per genere e per classe di età.



Il 24,1% degli utenti è laureato o ha ottenuto un titolo superiore, il 44,7% è diplomato, il 17,0% ha la licenza media inferiore e il 6,5% il titolo elementare. Per genere non si riscontrano differenze significative mentre per fascia di età si osserva una maggiore percentuale di giovani laureati (41,0%) e diplomati (51,3%). Fra gli adulti prevalgono i diplomati con una percentuale pari al 50,4% (cfr. Tabella 4).

Tabella 4 - Distribuzione per genere e fascia di età del titolo di studio (percentuali di colonna).

	M	F	18-30	31-60	61+	Totale
laurea o superiore	25,0	23,3	41,0	29,6	17,0	24,1
diploma di maturità	39,8	49,2	51,3	50,4	41,0	44,7
licenza media inferiore	19,2	15,0	7,7	16,7	21,6	17,0
licenza elementare	6,9	6,2	-	1,1	18,4	6,5
nessun titolo	-	0,2	-	-	-	0,1
n.r.	9,2	6,2	-	2,3	2,1	7,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



In merito alla condizione occupazionale il 53,4% del campione risulta occupato, il 29,2% è pensionato, lo 0,6% studente, il 5,4% casalinga e il 5,2% in cerca di occupazione, (cfr. Grafico 12).

La condizione occupazionale è legata alla classe di età: se è normale rilevare studenti fra i giovani, e pensionati e casalinghe fra gli ultrasessantenni, l'analisi di coloro che si dichiarano in condizione di disoccupazione mostra che il 12,8% dei cittadini in età compresa fra i 18 e i 30 anni è in cerca di un'attività lavorativa, mentre la percentuale scende al 7,6% per quelli in età compresa fra i 31 e 60 anni (cfr. Tabella 5).

Grafico 12 - Condizione occupazionale e professionale.

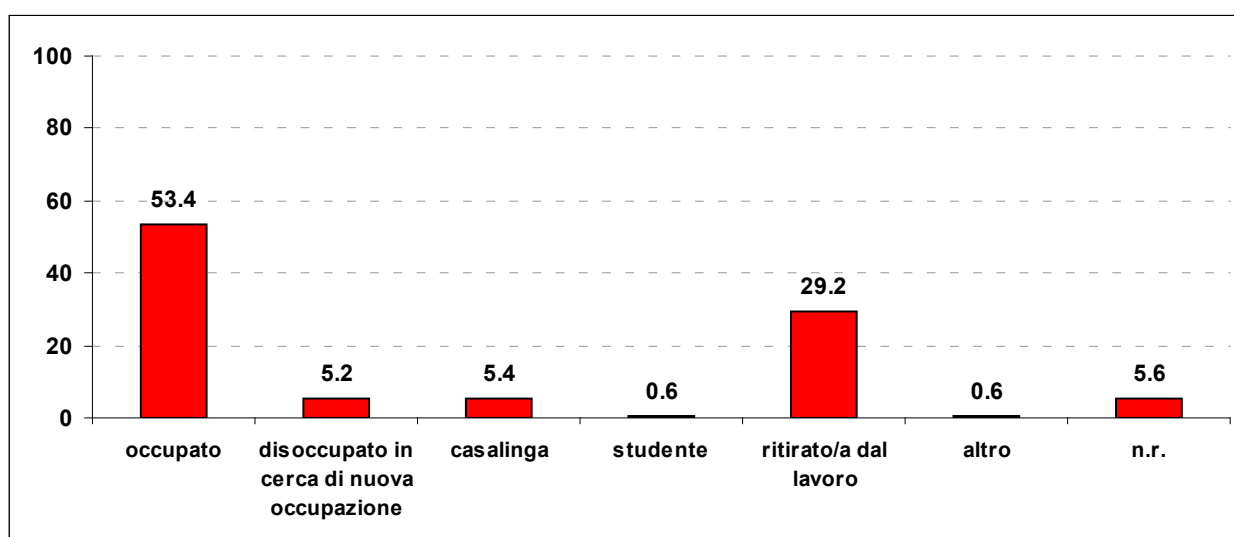


Tabella 5 - Distribuzione per fascia di età della condizione occupazionale (percentuali di colonna).

	18-30	31-60	61+	Totale
occupato	76,9	81,0	7,4	57,4
disoccupato in cerca di nuova occupazione	12,8	7,6	-	5,4
casalinga	-	6,0	4,9	5,4
studente	10,3	0,4	-	0,7
ritirato/a dal lavoro	-	3,9	86,9	30,1
altro	-	0,5	0,7	0,6
n.r.	-	0,7	-	0,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Infine, il 64,8% degli intervistati è residente a Firenze, il 6,3% a Bagno a Ripoli, il 3,8% a Sesto Fiorentino, l'1,4% a Fiesole, lo 0,9% a Vaglia e il 22,1% in altri comuni (cfr. Grafico 13).

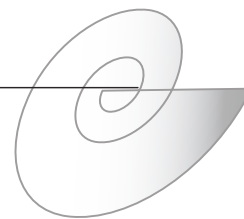
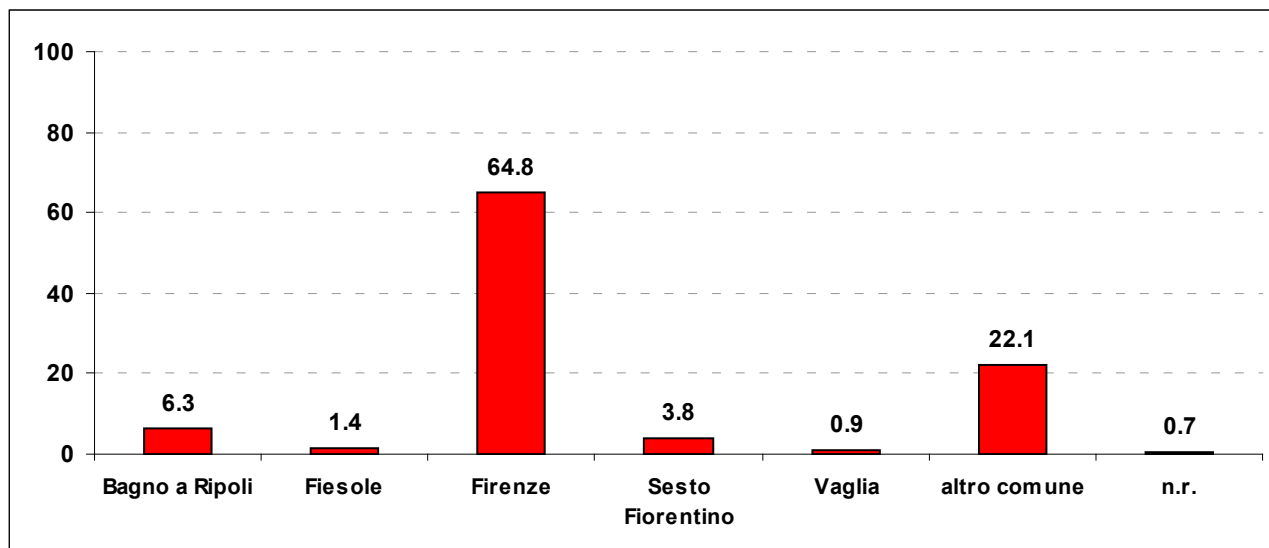
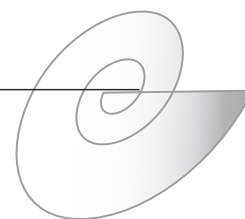


Grafico 13 - Comune di residenza degli utenti intervistati.





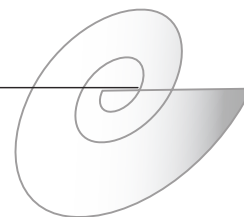
L'indagine

L'indagine si è svolta dal 25 al 29 novembre 2013. E' stata utilizzata la metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing): l'intervista viene condotta telefonicamente da un intervistatore che gestisce il colloquio ponendo le domande e registrando le risposte sul computer. Tale metodo oltre a garantire maggior riservatezza all'intervistato, consente il controllo dell'andamento dell'intervista riducendo il margine di errore, rende più veloci le successive operazioni di elaborazione dei dati e permette di contenere i costi raggiungendo rapidamente le persone in vaste aree. In questo caso, la scelta è stata particolarmente favorevole, poiché eravamo in possesso di tutti i recapiti telefonici dei soggetti da contattare.

La lista degli individui da intervistare è stata fornita da LineaComune; era composta da circa 2.000 utenti che avevano contattato lo 055055 non oltre 7 mesi precedenti l'indagine e che avevano dato il consenso a essere ricontattati per esprimere un giudizio sul gradimento del servizio ricevuto.

La lista di utenti è stata caricata nel software CATI che, in prima istanza, fornisce casualmente i nominativi da contattare ai rilevatori. Gli esiti dei primi contatti danno origine a delle sottoliste che non sono più regolate solamente dal principio della casualità, ma da parametri impostati nel sistema che permettono, ad esempio, di ricontattare un numero trovato occupato dopo 15 minuti, un numero a cui non ha risposto nessuno in una fascia oraria diversa da quella del precedente contatto, oppure di impostare un appuntamento secondo il giorno e l'intervallo orario desiderato dal rispondente.

Sono state effettuate 1.000 interviste. In totale i contatti sono stati 2.023 e si sono registrati 174 rifiuti a collaborare (8,6%) e 65 casi di numeri errati o inesistenti (3,2%). Ciascuna intervista è durata in media fra 3 e 4 minuti.



Appendice

Questionario

1. Come è venuto a conoscenza del servizio di Contact Center del Comune?

- internet
- quotidiani locali
- radio
- manifesti e locandine
- pannelli informativi stradali a messaggio variabile
- amici/conoscenti
- altro (specificare) _____

2. Negli ultimi tre mesi, con quale frequenza ha contattato il Contact Center?

- almeno 1 volta a settimana
- almeno 1 volta al mese
- meno di 1 volta al mese

3. Come valuta la durata dell'attesa prima di parlare con un operatore?

- minima
- accettabile
- un po' troppo lunga
- eccessiva

4. Come valuta gli operatori telefonici in termini di:

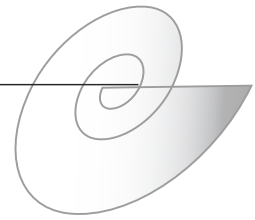
- cortesia ottima buona sufficiente insufficiente
- disponibilità ottima buona sufficiente insufficiente
- professionalità ottima buona sufficiente insufficiente

5. Quando ha presentato un quesito, l'operatore ha cercato di comprendere meglio il problema ponendole delle domande?

- ha individuato subito il problema
- quasi sempre
- a volte
- mai

6. Il linguaggio usato dagli operatori è stato comprensibile e chiaro?

- sempre
- quasi sempre
- a volte
- no



6.a Se ha risposto “no” o “a volte”, indichi il motivo:

- rispondono in modo generico
- usano un linguaggio eccessivamente tecnico
- usano un linguaggio troppo confidenziale e non pertinente
- altro: _____

7. Quando ha utilizzato il servizio di Contact Center ha avuto le informazioni di cui aveva bisogno?

- si, alla prima richiesta
- si, ma ho dovuto richiamare più volte
- non subito, ma sono stato richiamato dall'ufficio competente
- no

7.a (se è stato richiamato dall'ufficio competente) L'ufficio competente ha risolto il suo problema?

- si
- no
- parzialmente

7.b (se ha dovuto richiamare più volte) Ha riscontrato risposte diverse tra le risposte degli operatori sul medesimo quesito?

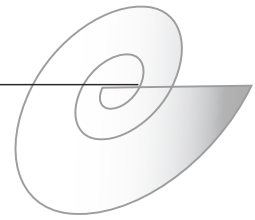
- mai
- qualche volta
- sempre

8. Ritiene che le informazioni ricevute dal Contact Center siano:

- complete e consistenti
- affidabili
- talvolta contraddittorie

9. Le è mai capitato di verificare, attraverso altri canali (ad es. il sito web, la stampa, le radio, la tv, gli sportelli, ecc.), che le informazioni ricevute dal Contact Center fossero errate?

- no, mai
- qualche volta
- quasi sempre
- sempre



10. Ritiene che il servizio di Contact Center sia uno strumento utile per:

informazioni: Si No

segnalazioni Si No

reclami/lamentele Si No

informazioni personalizzate Si No

prenotazioni Si No

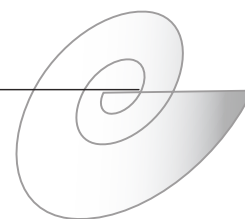
altro: _____

11. Complessivamente come valuta il servizio di Contact Center

Voto 1-10

12. Suggerimenti per migliorare il servizio:

.....
.....
.....



Risultati – Frequenze delle risposte

Tabella 6 - Canali tramite cui gli utenti hanno conosciuto il Contact Center.

	N	%
Internet	388	38,8
quotidiani	42	4,2
radio	2	0,2
manifesti/locandine	77	7,7
pannelli informativi stradali	48	4,8
amici/conoscenti	216	21,6
altro	23	2,3
comune	33	3,3
elenco telefonico	53	5,3
non ricorda	9	0,9
verbale multa	89	8,9
vigili urbani	20	2,0
Totale	1.000	100,0

Tabella 7 - Frequenza di utilizzo del servizio negli ultimi 3 mesi.

	N	%
almeno 1 volta a settimana	38	4,3
almeno una volta al mese	133	14,9
meno di 1 volta al mese	719	80,8
Totale	890	100,0

Tabella 8 - Valutazione della durata dell'attesa prima di parlare con un operatore.

	N	%
minima	486	48,6
accettabile	466	46,6
un po' troppo lunga	34	3,4
eccessiva	14	1,4
Totale	1.000	100,0

Tabella 9 - Valutazione operatori telefonici: cortesia.

	N	%
ottimo	535	53,5
buono	420	42,0
sufficiente	30	3,0
insufficiente	15	1,5
Totale	1.000	100,0

Tabella 10- Valutazione operatori telefonici: disponibilità.

	N	%
ottimo	527	52,7
buono	426	42,6
sufficiente	31	3,1
insufficiente	16	1,6
Totale	1.000	100,0

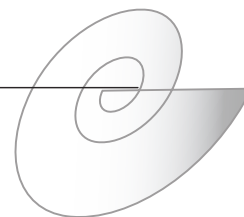


Tabella 11- Valutazione operatori telefonici: professionalità.

	N	%
ottimo	518	51,8
buono	413	41,3
sufficiente	48	4,8
insufficiente	21	2,1
Totale	1.000	100,0

Tabella 12- L'operatore ha cercato di comprendere il problema.

	N	%
ha individuato subito il problema	819	81,9
quasi sempre	152	15,2
a volte	18	1,8
mai	11	1,1
Totale	1.000	100,0

Tabella 13 - Valutazione linguaggio utilizzato dagli operatori.

	N	%
sempre	957	95,7
quasi sempre	36	3,6
a volte	3	0,3
mai	4	0,4
Totale	1.000	100,0

Tabella 14 - Valutazione linguaggio utilizzato dagli operatori: se NO o A VOLTE, perché?

	N	%
risposte generiche	2	28,6
linguaggio troppo tecnico	-	-
linguaggio confidenziale e non pertinente	-	-
altro	5	71,4

Tabella 15 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente.

	N	%
alla prima richiesta	823	82,3
ho dovuto chiamare più volte	115	11,5
sono stato richiamato dall'ufficio competente	35	3,5
no	27	2,7
Totale	1.000	100,0

Tabella 16 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente: è stato ricontattato dall'ufficio competente.

	N	%
sì	23	65,7
no	9	25,7
parzialmente	3	8,6
Totale	35	100,0

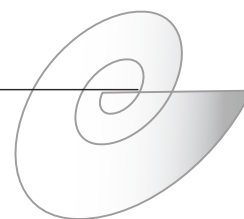


Tabella 17 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente: ha dovuto richiamare più volte.

	N	%
mai	87	75,7
qualche volta	25	21,7
sempre	3	2,6
Totale	115	100,0

Tabella 18 - Qualità delle informazioni ricevute.

	N	%
complete e consistenti	690	69,0
affidabili	259	25,9
talvolta contraddittorie	28	2,8
n.r.	23	2,3
Totale	1.000	100,0

Tabella 19 - Verifica delle informazioni ricevute tramite altri canali.

	N	%
mai	974	97,4
qualche volta	12	1,2
quasi sempre	1	0,1
sempre	-	-
n.r.	13	1,3
Totale	1.000	100,0

Tabella 20 - Utilità del Contact Center.

		N	%
Chiedere informazioni	sì	958	95,8
	no	42	4,2
	Totale	1.000	100,0
Segnalazioni	sì	930	93,0
	no	70	7,0
	Totale	1.000	100,0
Reclami/lamentele	sì	899	89,9
	no	101	10,1
	Totale	1.000	100,0
Informazioni personalizzate	sì	932	93,2
	no	68	6,8
	Totale	1.000	100,0
Prenotazioni	sì	924	92,4
	no	76	7,6
	Totale	1.000	100,0

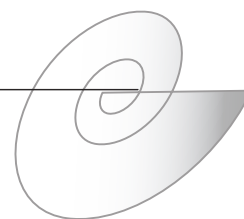


Tabella 21 - Valutazione complessiva del Contact Center.

	N	%	% cum.
1	13	1.3	1.3
2	2	0.2	1.5
3	4	0.4	1.9
4	6	0.6	2.5
5	37	3.7	6.2
6	55	5.5	11.7
7	166	16.6	28.3
8	327	32.7	61.0
9	181	18.1	79.1
10	209	20.9	100.0
Totale	1,000	100.0	-

