

di statistica

Bollettino mensile



n.121
marzo
2021



Sistema Statistico Nazionale
Comune di Firenze
Ufficio Comunale di Statistica



Servizio Pianificazione, Controllo e Statistica
Dirigente
Chiara Marunti



Responsabile P.O. Statistica e Toponomastica
Gianni Dugheri

Hanno collaborato
Francesca Crescioli
Massimiliano Sifone
Luca Pini

Composizione grafica
Luca Pini

<i>Presentazione</i>	5
<i>Demografia</i>	7
<i>Economia</i>	11
<i>Ambiente e Territorio</i>	15
<i>Dati territoriali</i>	20
<i>La statistica per la città</i>	
<i>I cittadini e le informazioni sui servizi e sulle iniziative comunali - Anno 2020 -</i>	23
<i>Il Contact Center 055055</i>	67



Il Bollettino di Statistica viene pubblicato con una tiratura della versione cartacea ridotta a qualche decina di copie e una diffusione pressochè esclusiva via web.

Accanto ai consueti focus demografici che cambiano di mese in mese, per essere poi a volte riproposti a distanza di un anno, alle rassegne sull'andamento dei prezzi al consumo e su quello meteorologico, pubblichiamo ogni mese un report o una ricerca o una rassegna su indagini o banche dati di interesse.

Questo mese vengono pubblicati due report: il primo "I cittadini e le informazioni sui servizi e sulle iniziative comunali" e il secondo sul gradimento del Contact Center 055055.

Il focus demografico di questo mese si concentra su un aspetto fortemente legato all'invecchiamento della popolazione e all'aumento della speranza di vita: l'incremento dei residenti centenari.

Parte dei contenuti vengono diffusi dall'account Twitter @FiStatistica.

Il bollettino è disponibile in formato elettronico in rete civica 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 2021 sono 365.522, di cui 55.117 stranieri (il 15,1%). Dall'inizio dell'anno sono aumentati di 85 unità.

Il focus demografico di questo mese si concentra su un aspetto fortemente legato all'invecchiamento della popolazione e all'aumento della speranza di vita: l'incremento dei residenti centenari. I dati di Firenze riportati nella tabella 1 e nel grafico 1 mostrano come dal 2001 al 2020 il numero dei centenari sia fortemente cresciuto passando da 72 del 2001 a 205 alla fine del 2020, dopo avere toccato il massimo di 242 nel 2014. Dal 2001 al 2020 l'aumento percentuale della popolazione centenaria è stato di oltre il 180%.

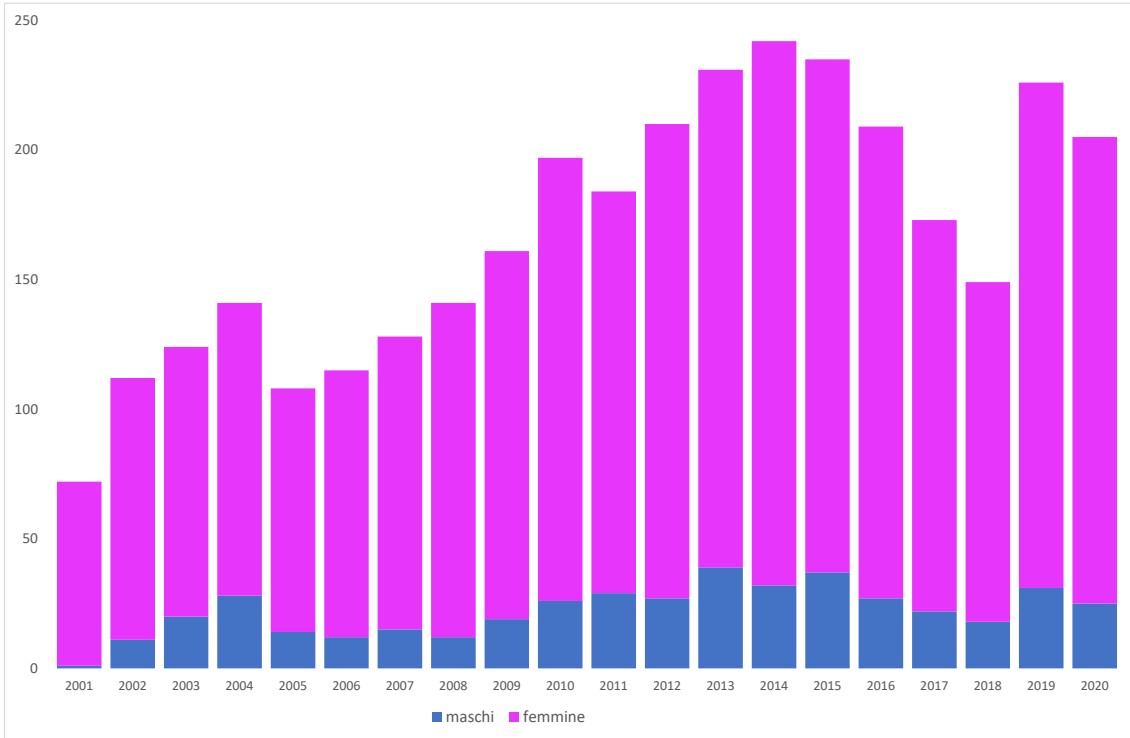
Non deve trarre in inganno il calo registrato tra il 2015 e il 2018. Il motivo del calo dei centenari è invece un altro: dal 2015, infatti, sono entrate a fare parte dei centenari le coorti di popolazione meno numerose delle precedenti perché costituite dai nati in corrispondenza del primo conflitto mondiale. Per dare un'idea, nel 1915 nacquero in tutta Italia quasi un milione e duecento mila bambini, nel 1918 questo numero si era dimezzato. È verosimile ipotizzare che il calo si protrarrà fino a quando subentreranno i nati negli anni del primo dopoguerra, come si vede già dai dati del 2019. Il calo registrato nel 2020 è invece con ogni probabilità effetto del covid-19 che, come è noto, è stato particolarmente letale nelle classi di età più anziane della popolazione

Tabella 1 - Comune di Firenze. Residenti con età uguale o superiore ai 100 anni per genere dal 2001 al 2020

anno	maschi	femmine	totale
2001	1	71	72
2002	11	101	112
2003	20	104	124
2004	28	113	141
2005	14	94	108
2006	12	103	115
2007	15	113	128
2008	12	129	141
2009	19	142	161
2010	26	171	197
2011	29	155	184
2012	27	183	210
2013	39	192	231
2014	32	210	242
2015	37	198	235
2016	27	182	210
2017	22	151	173
2018	18	131	149
2019	31	195	226
2020	25	180	205

Fonte: elaborazione Ufficio Comunale di Statistica su dati anagrafici al 31 dicembre di ciascuno degli anni indicati

Grafico 1 – Comune di Firenze. Residenti con età uguale o superiore ai 100 anni per genere dal 2001 al 2020



Fonte: elaborazione Ufficio Comunale di Statistica su dati anagrafici al 31 dicembre di ciascuno degli anni indicati

Come è noto, le donne sono la maggioranza dei centenari, ma è da segnalare il forte incremento del numero degli uomini; nel 2001 era solo 1, alla fine del 2020 erano 25 dopo aver raggiunto il massimo nel 2013 con 39. Crescono comunque moltissimo anche le donne centenarie che nel periodo considerato sono aumentate di +153,5%.

Firenze risulta essere una città caratterizzata da una presenza piuttosto forte di residenti con età maggiore o uguale a 100 anni. Riferendosi ai dati più recenti disponibili per tutti i comuni italiani (1° gennaio 2020) e limitando il confronto ai comuni capoluogo di regione (tabella 1), si può osservare come Firenze abbia il quarto più alto numero di centenari per 10.000 residenti con 4,3 preceduta da Trieste con 4,8, Bologna con 4,5 e Ancona con 4,4. Il dato di Firenze è molto più alto rispetto alla media italiana (2,5) e molto più elevato rispetto alla media toscana (2,8).

Tra le città considerate, risulta piuttosto evidente come quelle del nord e del centro siano caratterizzate da un numero di centenari più elevato rispetto a quelle del sud e delle isole, tra le quali solo Cagliari, sesta con 3,8 centenari ogni 10.000 residenti, presenta valori abbastanza alti. Tra le città del nord spicca il valore relativamente basso di Torino con 2,8 centenari per 10.000 residenti, comunque superiore alla media nazionale.

Va segnalato come Istat mostri particolare attenzione ai dati sui residenti con età maggiore o uguale a 100 anni e sottoponga a particolari controlli incrociati i dati demografici forniti dai comuni prima di validarli.

Tabella 2 – Numero di residenti con età maggiore o uguale a cento anni per Italia Toscana e comuni capoluogo di Regione e per genere al 1° gennaio 2020.

	Maschi centenari	Femmine Centenarie	Totale centenari	n° centenari per 10.000 residenti
Italia	2.332	12.472	14.804	2,5
Toscana	169	875	1.044	2,8
Trieste	10	87	97	4,8
Bologna	33	143	176	4,5
Ancona	8	36	44	4,4
Firenze	21	135	156	4,3
Genova	34	204	238	4,2
Cagliari	8	49	57	3,8
Aosta	4	8	12	3,5
Milano	62	426	488	3,5
Venezia	12	75	87	3,4
Bolzano	4	32	36	3,3
L'Aquila	4	19	23	3,3
Perugia	6	48	54	3,3
Trento	7	32	39	3,2
Roma	145	702	847	3,0
Campobasso	5	9	14	2,9
Torino	34	210	244	2,8
Napoli	64	175	239	2,5
Bari	15	47	62	2,0
Palermo	23	100	123	1,9
Potenza	3	9	12	1,8
Catanzaro	4	11	15	1,7

Fonte: elaborazione Ufficio Comunale di Statistica su dati Istat <http://demo.istat.it/>



Prezzi al consumo

L'Ufficio Comunale di Statistica ha presentato i risultati del calcolo dell'inflazione a Firenze per il mese di febbraio 2021 secondo gli indici per l'intera collettività nazionale.

La rilevazione locale si svolge normalmente dal 1 al 21 del mese di riferimento su oltre 900 punti vendita (anche fuori dal territorio comunale) appartenenti sia alla grande distribuzione sia alla distribuzione tradizionale, per complessivi 11.000 prezzi degli oltre 900 prodotti compresi nel paniere. Sono poi considerate anche quotazioni di prodotti rilevati nazionalmente e direttamente dall'Istituto Nazionale di Statistica. I pesi dei singoli prodotti sono stabiliti dall'Istat in base alla rilevazione mensile dei consumi delle famiglie e dai dati di contabilità nazionale.

Gli indici dei prezzi al consumo di febbraio 2021 sono stati elaborati tenendo conto delle limitazioni, differenziate a livello regionale, definite dalle normative nazionali e locali per contrastare la pandemia causata dal Covid-19.

L'impianto dell'indagine sui prezzi al consumo, basato sull'utilizzo di una pluralità di canali per l'acquisizione dei dati, ha continuato a consentire di ridurre gli effetti negativi del più elevato numero di mancate rilevazioni sulla qualità delle misurazioni della dinamica dei prezzi al consumo. Le modalità con le quali la situazione che si è venuta determinando è stata via via affrontata sono illustrate nella Nota metodologica del comunicato stampa diffuso oggi dall'Istat nella quale viene anche ricordato che gli indici ai diversi livelli di aggregazione, sia nazionali sia locali, che hanno avuto una quota di imputazioni superiore al 50% (in termini di prezzi mancanti e/o di peso), sono segnalati mediante l'utilizzo del flag "i" (dato imputato).

Il Comune di Firenze comunica che, in base alla rilevazione effettuata durante il mese di febbraio 2021, gli indici dei prezzi al consumo hanno avuto i seguenti andamenti:

PREZZI AL CONSUMO: VARIAZIONI PERCENTUALI DEGLI INDICI N.I.C. (Intera Collettività Nazionale)

DIVISIONI	Pesi in %	Variazione congiunturale mensile	Variazione tendenziale annuale
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	15,38	-0,7	1,0
Bevande alcoliche e tabacchi	2,93	-0,4	1,8
Abbigliamento e calzature	6,21	-0,4	-0,3
Abitazione, acqua, elettricità e combustibili	10,35	-0,1	-0,7
Mobili, articoli e servizi per la casa	6,67	0,1	0,5
Servizi sanitari e spese per la salute	8,28	0,1	0,6
Trasporti	15,89	0,8	-0,1
Comunicazioni	2,36	0,0	-2,9
Ricreazione, spettacoli e cultura	7,74	0,3	1,5
Istruzione	0,94	0,0	-2,4
Servizi ricettivi e di ristorazione	13,89	-1,7	1,7
Altri beni e servizi	9,35	0,0	1,1
INDICE GENERALE	100,00	-0,2	+0,6

La variazione mensile è -0,2%, mentre a gennaio era +0,9%. La variazione annuale è +0,6%, mentre a gennaio era +0,2%.

Il carrello della spesa:

I prezzi dei prodotti acquistati con maggiore frequenza dai consumatori a febbraio 2021 sono variati di +0,4% rispetto a un anno fa.

I prodotti a media frequenza di acquisto sono aumentati di +0,6% rispetto a febbraio 2020. I prezzi di quelli a bassa frequenza sono aumentati di +1,0% su base annuale.

INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO NIC, PER PRODOTTI A DIVERSA FREQUENZA DI ACQUISTO
gennaio 2021 e febbraio 2021, variazioni tendenziali percentuali (base 2010=100)

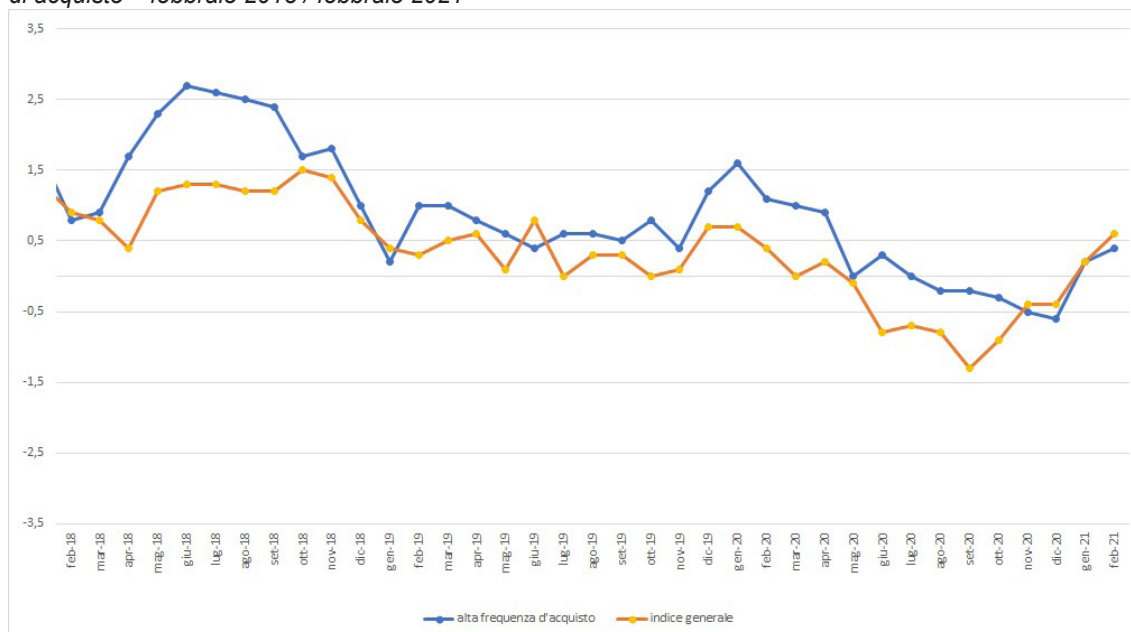
Tipologia di prodotto	Gennaio-21/Gennaio-20	Febbraio-21/Febbraio-20
Alta frequenza	+0,2	+0,4
Media frequenza	0,0	+0,6
Bassa frequenza	+0,9	+1,0
Indice generale	+0,2	+0,6

I beni, che pesano nel paniere per circa il 52%, hanno fatto registrare una variazione di +0,1% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. I servizi, che pesano per il restante 48%, hanno fatto registrare una variazione annuale pari a +1,0%.

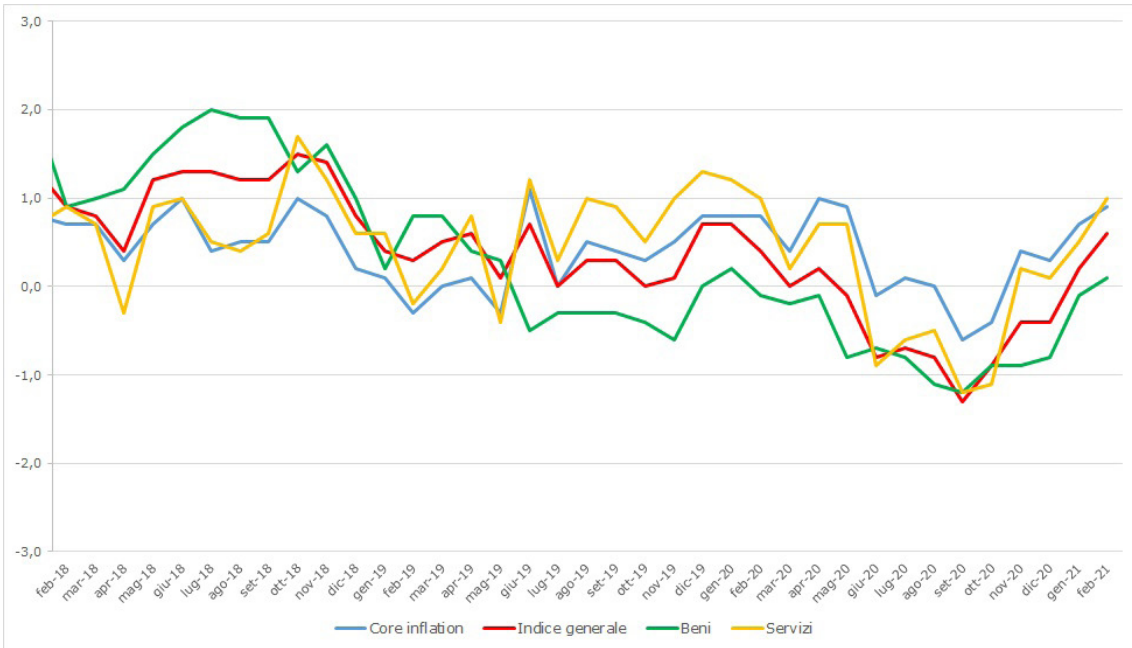
Scomponendo la macrocategoria dei beni, si trova che i beni alimentari registrano una variazione annuale pari a +0,9%. I beni energetici sono in diminuzione di -3,6% rispetto a febbraio 2020. I tabacchi fanno registrare una variazione +3,4% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

La componente di fondo (core inflation) che misura l'aumento medio senza tener conto di alimentari freschi e beni energetici fa registrare una variazione pari a +0,9% su base annuale.

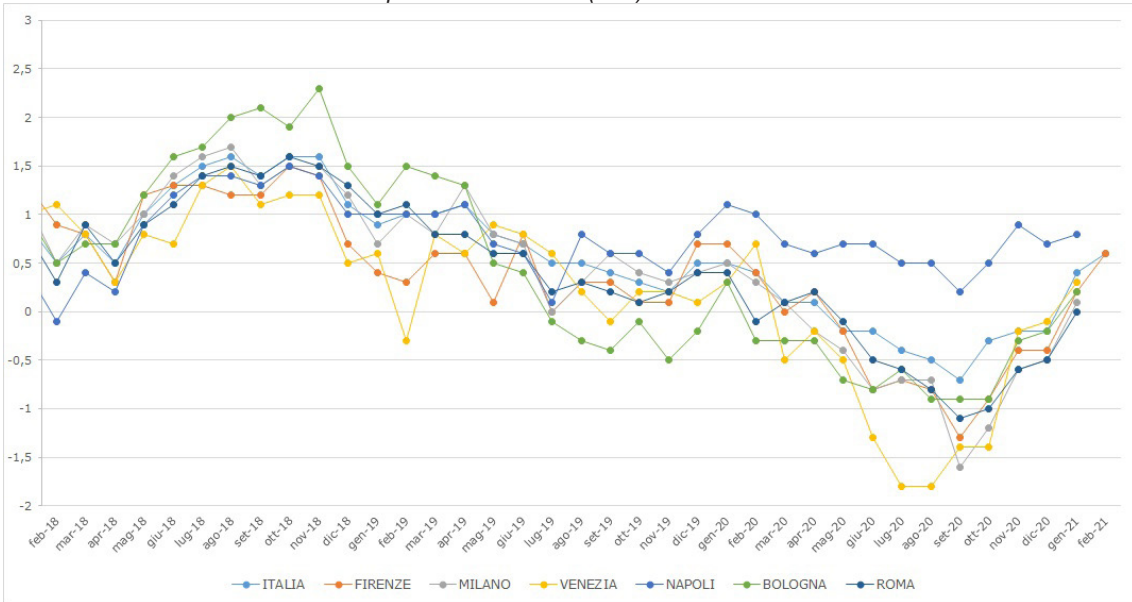
Variazioni tendenziali dell'indice dei prezzi al consumo (NIC) Complessivo e per prodotti ad alta frequenza di acquisto – febbraio 2018 / febbraio 2021



Variazioni tendenziali dell'indice dei prezzi al consumo (NIC) Complessivo e disaggregato per Beni, Servizi e Core Inflation – febbraio 2018 / febbraio 2021



Variazioni tendenziali dell'indice dei prezzi al consumo (NIC) – febbraio 2018 / febbraio 2021





Climatologia

Sono stati utilizzati i dati del Servizio Idrologico Regionale provenienti dalla stazione ubicata presso la Stazione Università (Codice TOS01001096), quota 84 m s.l.m. In tabella 1 sono indicati i valori minimi e massimi della temperatura per ciascun giorno del mese.

Si osserva che la temperatura massima mensile, pari a 22,2°C, si è registrata il giorno 24 e quella minima, pari a -4,6°C, il giorno 15.

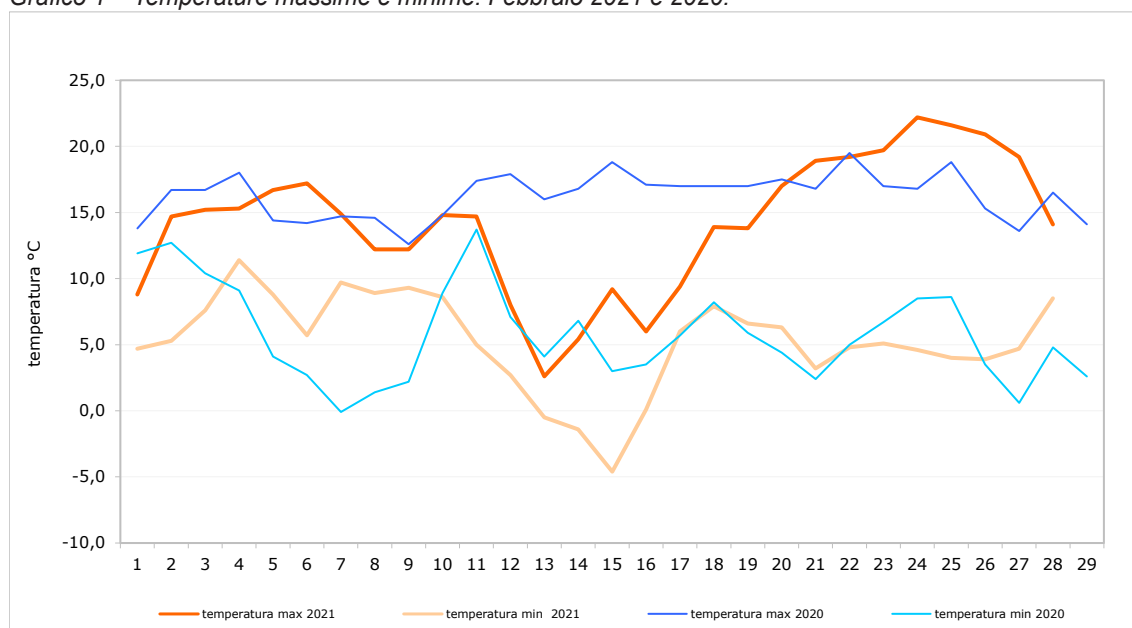
Tabella 1 – Escursione termica e temperature giornaliere minime e massime. Febbraio 2021 e 2020

Giorno	Febbraio 2021		Febbraio 2020	
	Temperatura max.	Temperatura min.	Temperatura max.	Temperatura min.
1	8,8	4,7	13,8	11,9
2	14,7	5,3	16,7	12,7
3	15,2	7,6	16,7	10,4
4	15,3	11,4	18,0	9,1
5	16,7	8,8	14,4	4,1
6	17,2	5,7	14,2	2,7
7	14,9	9,7	14,7	-0,1
8	12,2	8,9	14,6	1,4
9	12,2	9,3	12,6	2,2
10	14,8	8,6	14,8	8,9
11	14,7	5,0	17,4	13,7
12	8,0	2,7	17,9	7,1
13	2,6	-0,5	16,0	4,1
14	5,4	-1,4	16,8	6,8
15	9,2	-4,6	18,8	3,0
16	6,0	0,1	17,1	3,5
17	9,4	6,0	17,0	5,7
18	13,9	7,9	17,0	8,2
19	13,8	6,6	17,0	5,9
20	17,0	6,3	17,5	4,4
21	18,9	3,2	16,8	2,4
22	19,2	4,8	19,5	5,0
23	19,7	5,1	17,0	6,7
24	22,2	4,6	16,8	8,5
25	21,6	4,0	18,8	8,6
26	20,9	3,9	15,3	3,5
27	19,2	4,7	13,6	0,6
28	14,1	8,5	16,5	4,8
29			14,1	2,6

Fonte: Servizio Idrologico Regionale

Il grafico 1 riporta l'andamento delle temperature massime e minime per il mese di febbraio 2021 a confronto con febbraio 2020.

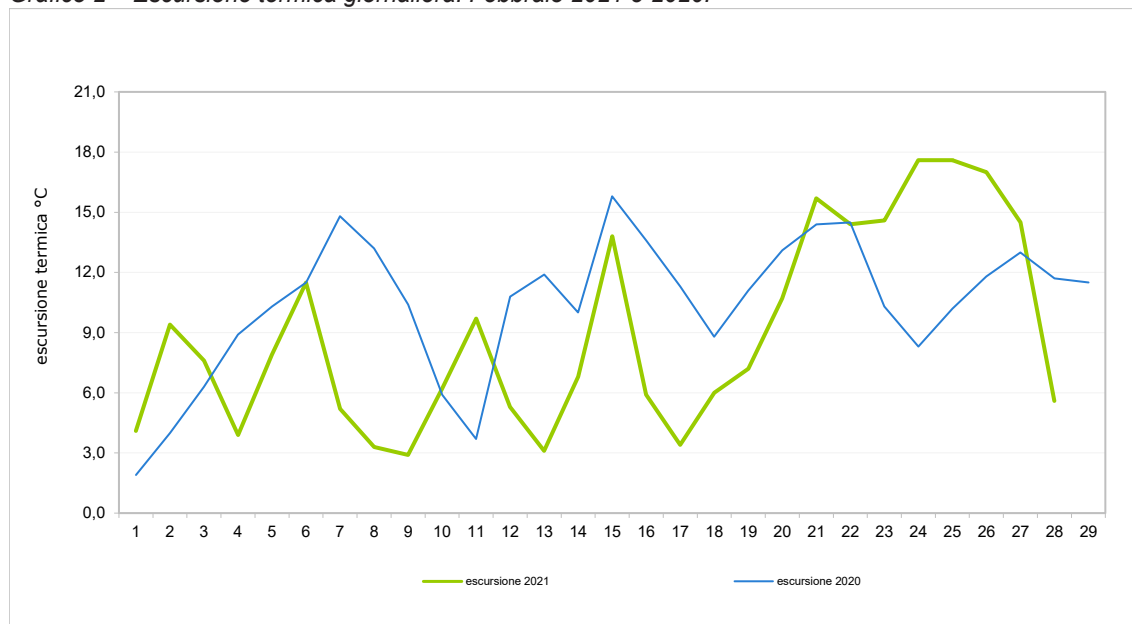
Grafico 1 – Temperature massime e minime. Febbraio 2021 e 2020.



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

La massima escursione termica si è registrata il 24 e 25 con 17,6°C; nel 2020 è stata di 15,8°C registrata il giorno 15.

Grafico 2 – Escursione termica giornaliera. Febbraio 2021 e 2020.

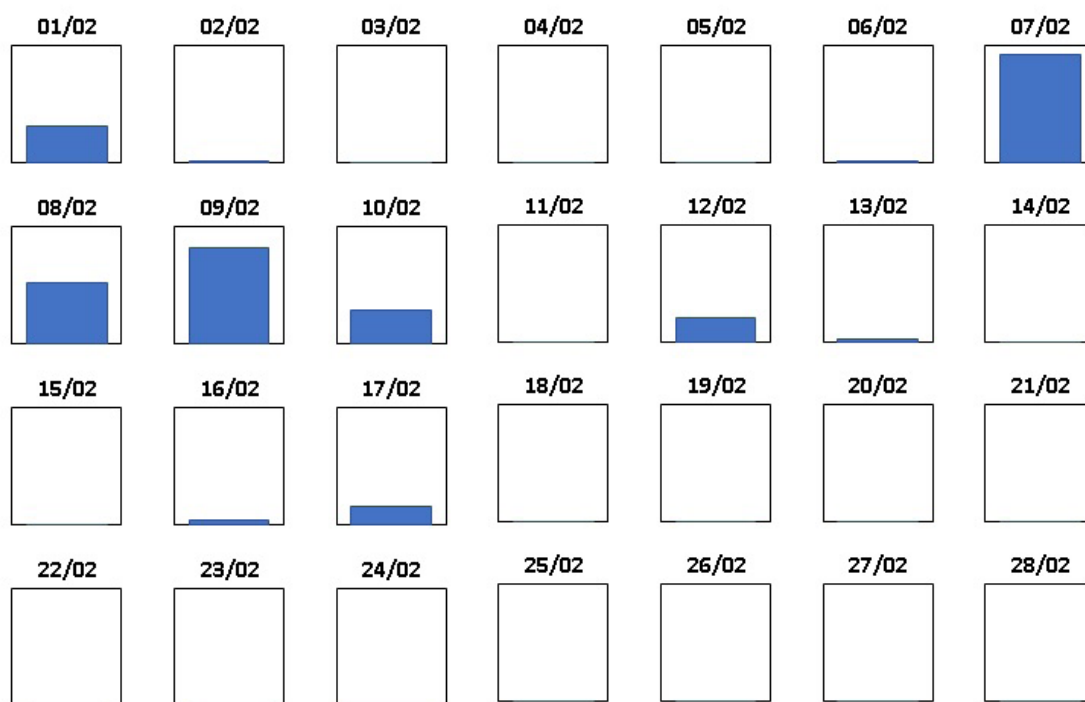


Fonte: elaborazione Ufficio comunale di statistica su dati Servizio Idrologico Regionale

Nel mese di febbraio sono caduti complessivamente 79,2 mm di pioggia in 8 giorni piovosi (giorni con precipitazione superiore o uguale a 1 mm). Nel 2020, nel mese di febbraio, erano caduti complessivamente 24,8 mm di pioggia in 4 giorni piovosi.

Nel grafico 3 viene riportata la distribuzione giornaliera delle precipitazioni.

Grafico 3 – Distribuzione giornaliera delle precipitazioni (in mm). Febbraio 2021.



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

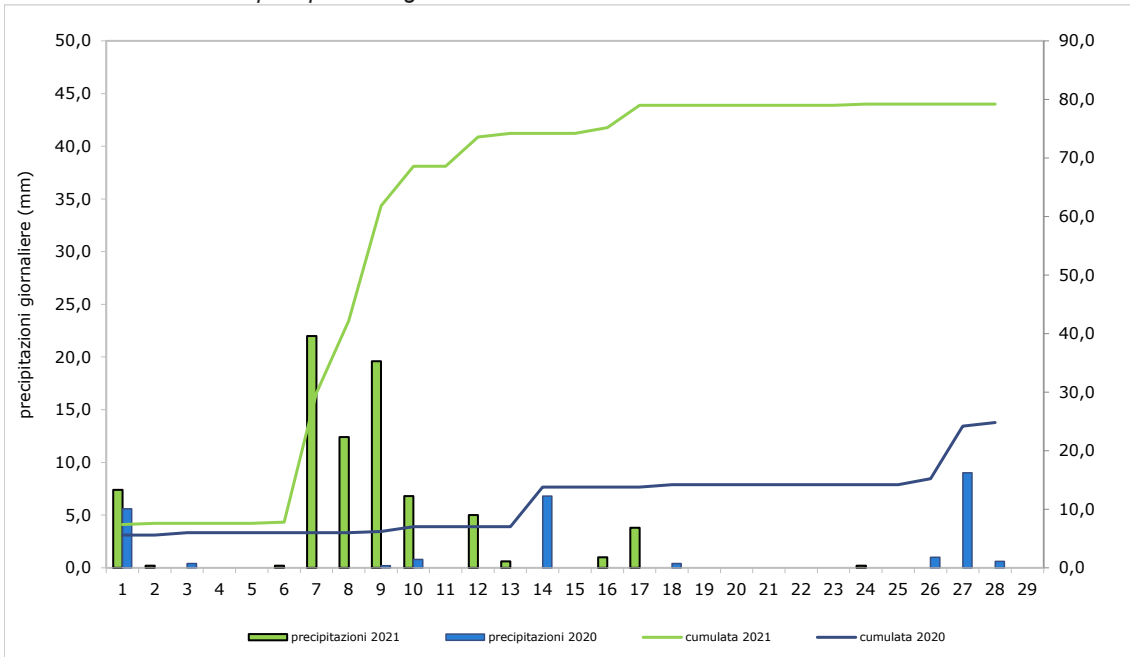
La tabella 2 riporta la distribuzione delle piogge per i mesi di febbraio 2021 e 2020 e i relativi giorni piovosi.

Tabella 2 – Precipitazioni e giorni piovosi. Febbraio 2021 e 2020.

Giorno	mm pioggia	
	2021	2020
1	7,4	5,6
2	0,2	0,0
3	0,0	0,4
4	0,0	0,0
5	0,0	0,0
6	0,2	0,0
7	22,0	0,0
8	12,4	0,0
9	19,6	0,2
10	6,8	0,8
11	0,0	0,0
12	5,0	0,0
13	0,6	0,0
14	0,0	6,8
15	0,0	0,0
16	1,0	0,0
17	3,8	0,0
18	0,0	0,4
19	0,0	0,0
20	0,0	0,0
21	0,0	0,0
22	0,0	0,0
23	0,0	0,0
24	0,2	0,0
25	0,0	0,0
26	0,0	1,0
27	0,0	9,0
28	0,0	0,6
29		0,0
totali	79,2	24,8
giorni piovosi	8	4

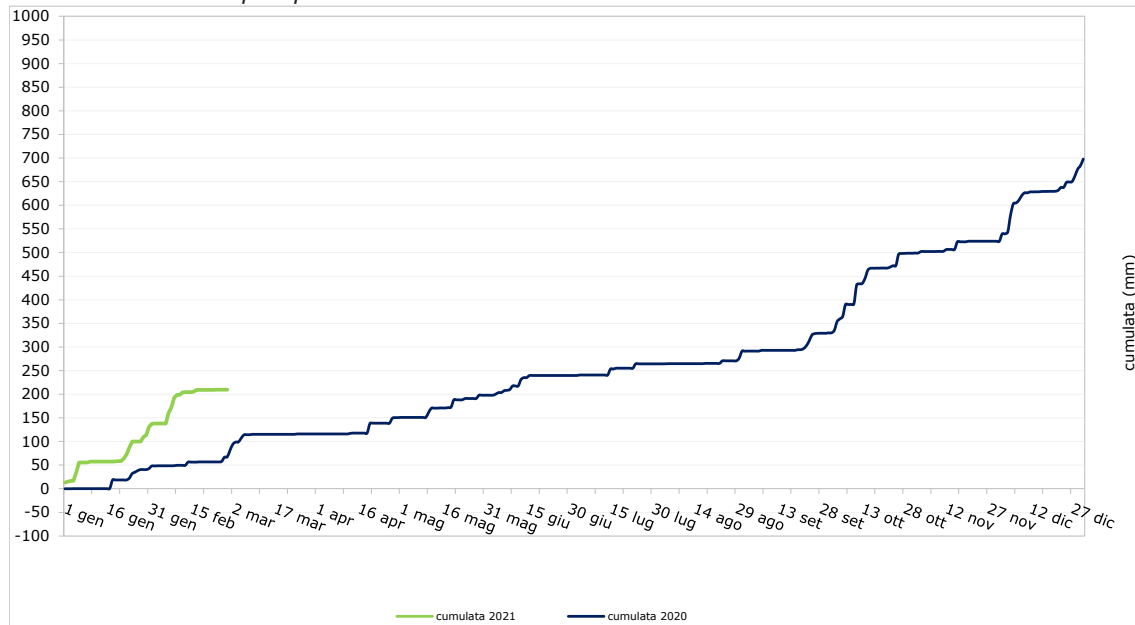
I grafici 4 e 5 rappresentano le cumulate e le precipitazioni giornaliere del mese di febbraio e la cumulata annuale delle precipitazioni (2021 e al 2020).

Grafico 4 – Cumulata e precipitazioni giornaliere. Febbraio 2021 e 2020.



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

Grafico 5 – Cumulata precipitazioni 2021 e 2020



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

Dati territoriali

Territorio		
Quota massima		341 metri
Quota minima		20 metri
Quota media		83 metri
Superficie		102 kmq
Lunghezza strade		979 Km
la più lunga	Via Bolognese	7.134 metri
la più corta	Volta dei Mazzucconi	13 metri
(Il calcolo della lunghezza delle aree strade è in rapporto al disegno delle stesse, pertanto il conteggio tiene conto di tutte le carreggiate e degli eventuali svincoli)		
Sezioni di censimento 2011		2.185
Aree di censimento 2011		21

Verde	ha	%
Q1 – Centro Storico	129,56	21,57
Q2 – Campo di Marte	72,88	12,13
Q3 – Gavinana Galluzzo	81,68	13,59
Q4 – Isolotto Legnaia	166,62	27,73
Q5 – Rifredi	150,06	24,98
Totali aree verdi	600,80	100,00
Giardino	191,96	
Parco	165,62	
Area giochi	7,71	
Area cani	12,27	
Aree sportive in aree pubbliche	157,24	

Strade e numeri civici		
Toponimi		2.388
di cui:		
Via		1.816
Piazza		202
Viale		95
Numeri civici		108.581
di cui:		
Neri		85.420
Rossi		23.161
(I numeri rossi sono stati istituiti a partire dal 1938 e fino gli anni '70 per tutti gli accessi diversi da quelli abitativi)		
La strada con più numeri:	Via Pisana	1.576
di cui:		1.244 neri
		322 rossi

Fiumi			
(da opendata Autorità di Bacino)			
Lunghezza principali corsi d'acqua nel tratto fiorentino			61,46 km
di cui:			
Fiume Arno	14,65 km	Torrente Terzolle	5,96 km
Torrente Mugnone	9,43 km	Fiume Greve	5,87 km
Canale Macinante	7,90 km	Torrente Ema	4,87 km

Edifici con superficie superiore a 20 metri quadrati	
(da Anagrafe Comunale Immobili)	
di cui:	
Residenziale	29.920
Commerciale	1230
Servizi	1092

(Tipologie di edifici utilizzate da Istat a fini censuari)



Direzione Servizi Territoriali Integrati
Servizio Statistica e Toponomastica

I cittadini e le informazioni sui servizi e sulle iniziative comunali

Anno 2020

A cura di

Paola Balzamo, Ufficio Statistica Comune di Firenze



<i>Premessa</i>	27
<i>Sintesi dei risultati</i>	28
<i>I risultati</i>	30
<i>I servizi</i>	30
<i>Iniziative organizzate e/o promosse dal Comune</i>	38
<i>Caratteristiche della popolazione</i>	47
<i>Metodologia di campionamento</i>	49
<i>Appendice</i>	50
<i>Questionario</i>	50
<i>Risultati - Frequenze delle risposte</i>	56



Premessa

L'indagine rivolta ai cittadini fiorentini ha come tema i servizi e le iniziative organizzate e/o promosse dal Comune di Firenze con lo scopo di rilevare come e quanto i cittadini risultino informati su diversi aspetti.

Il questionario è organizzato in due parti, oltre all'analisi anagrafica.

La prima si focalizza sui servizi del Comune con domande che rilevano l'utilizzo e la frequenza dei servizi da parte del cittadino, i canali consultati per reperire le informazioni e il grado di soddisfazione sulla chiarezza e la tempestività sulle informazioni ricevute.

La seconda parte è rivolta alle iniziative organizzate e/o promosse dal Comune misurando il livello di conoscenza da parte dei fiorentini, quali sono le iniziative di maggiore interesse e quali dovrebbero essere incrementate, la frequenza con la quale i cittadini partecipano alle iniziative e, un aspetto particolarmente importante della rilevazione è connesso alle informazioni sui canali di comunicazioni, in riferimento a quali sono i canali utilizzati, quanto vengono consultati e quali dovrebbero essere incrementati.

L'indagine ha coinvolto un campione rappresentativo di residenti del Comune di Firenze e le interviste sono state effettuate con metodo CATI. Sono stati intervistati 1.000 cittadini nel periodo dal 1 al 24 dicembre 2020. L'indagine è stata affidata alla società IZI S.p.a.

Sintesi dei risultati

- Il 61,8% dei rispondenti dichiara di utilizzare o aver utilizzato il servizio Anagrafe, Stato civile, Elettorale, quasi 1 cittadino su 5 si è rivolto alla Polizia Municipale (19,8%) o al servizio Istruzione (19,1%). La quota di cittadini che ha usufruito dei servizi Culturali è dell'11,1% mentre quella che ha utilizzato il servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi è dell'8,9%. Sotto la quota del 5% i cittadini che affermano di aver usufruito del servizio Tecnico (4,6%) e dei servizi Sociali (4,2%). Quasi 1 cittadino su 4 ha dichiarato di non aver utilizzato nessun servizio (23,5%).
- Ci sono dei servizi in cui la prestazione si esplica con un unico accesso da parte del cittadino, come per esempio il Servizio Anagrafe, Stato civile, Elettorale, pari al 91,3% chi dichiara di utilizzare poco frequentemente il servizio, e altri settori, invece, in cui l'utente si rivolge più frequentemente al servizio, come nel caso dei settori Istruzione e Cultura e Turismo. Dichiarano infatti di usufruire molto frequentemente del servizio rispettivamente il 37,0% e il 22,5% dei cittadini e di avvalersene abbastanza frequentemente il 31,2% e il 42,3%.
- I canali adottati per richiedere le informazioni o reperire il materiale necessario variano a seconda del settore. La consultazione via internet è selezionata dal 66,1% di coloro che hanno usufruito del servizio Istruzione e dal 55,9% di coloro che si sono rivolti al servizio Cultura e Turismo. Ci sono altre prestazioni, come quelle legate al servizio Anagrafe, Stato civile, Elettorale che invece necessitano di recarsi direttamente allo sportello o all'ufficio preposto, come dichiarato dal 57,0% degli utilizzatori. Altre prestazioni, oltre a recarsi sul posto (48,4%), presentano elevati accessi attraverso il servizio 055055 (51,6%), questo è quanto emerge dall'analisi dei canali selezionati da coloro che si sono avvalsi del servizio Finanziario, Ragioneria e Tributi.
- La valutazione sul grado di soddisfazione in riferimento alla chiarezza e alla tempestività delle informazioni ricevute mostra i giudizi positivi superiori a quelli negativi per tutti i servizi analizzati. In particolare, ci sono settori, come Istruzione e Cultura e Turismo, dove oltre 9 utenti su 10 hanno dichiarato di essere soddisfatti sia riguardo la chiarezza (rispettivamente il 91,7% e 94,6%) e sia riguardo la tempestività delle informazioni ricevute (91,1% e 92,7%). I settori, che pur presentando percentuali alte di utenti soddisfatti, presentano quote un po' meno elevate sono: il servizio Tecnico, i servizi Sociali e la Polizia Municipale.
- Coloro che hanno dichiarato di non aver utilizzato alcun servizio hanno affermato che, qualora riscontrassero la necessità di reperire informazioni consulterebbero il sito internet, selezionato dal 32,6%, il servizio 055055, selezionato dal 30,1%. Si rivolgerebbero agli uffici presenti nel quartiere il 15,2% dei rispondenti, sotto la quota del 10% coloro che contatterebbero direttamente il servizio interessato recandosi presso lo sportello/ufficio (8,9%) o tramite contatto telefonico o via mail (6,0%).

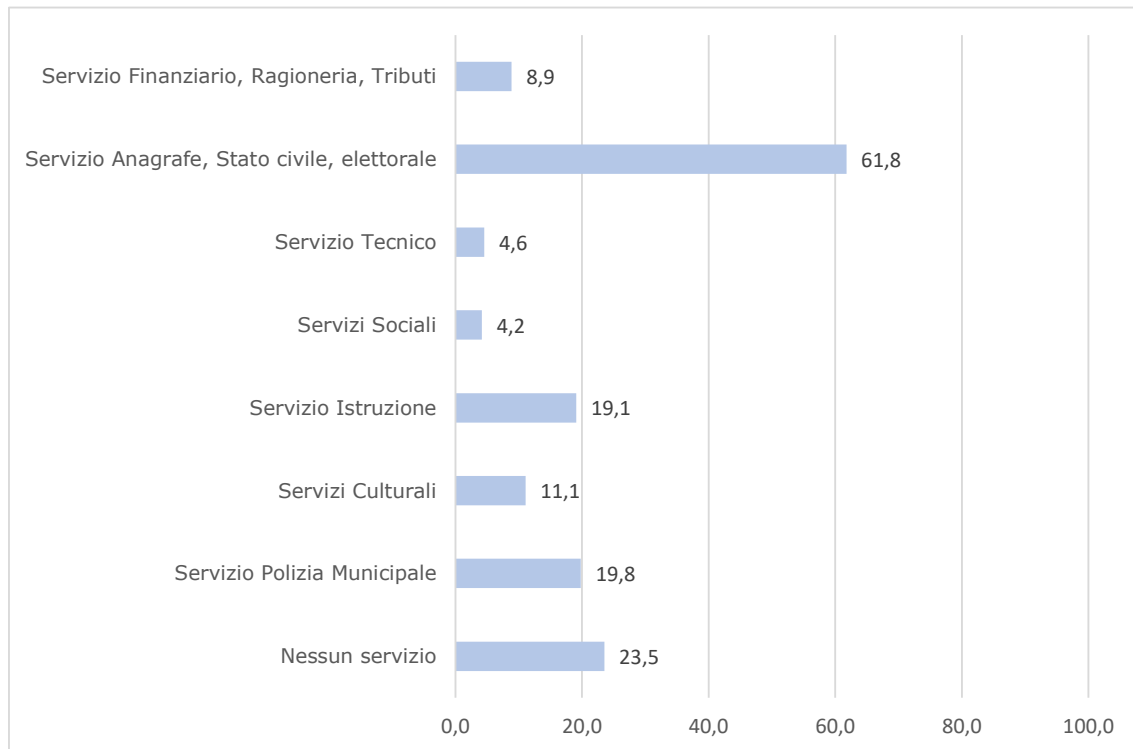
- Quasi 1 cittadino su 2 (49,4%) afferma di venire a conoscenza dei nuovi servizi del Comune consultando il sito internet. Il 30,4% dei cittadini dichiara di apprendere le informazioni attraverso il passaparola di amici e conoscenti. Più di 1 cittadino su 5 riceve notizie attraverso i mezzi di comunicazione locale quali i giornali, il 22,4%, e i telegiornali, il 22,3%, mentre la radio è selezionata solo dal 5,3% degli intervistati. Anche i social network ricoprono un ruolo importante soprattutto per i giovani, tra tutti è Facebook, con il 18,1% a essere quello maggiormente menzionato, seguito da Instagram con il 6,2%.
- Il 42,4% dichiara di conoscere abbastanza le iniziative organizzate e/o promosse dal Comune, il 7,5% molto, pari al 34,6% e al 14,7% chi invece afferma di conoscerle poco o per nulla.
- Alla domanda con quale frequenza partecipa alle iniziative, le risposte maggiormente menzionate sono state poco frequentemente, con il 47,5% dei rispondenti e mai con il 30,4%. Pari al 18,7% coloro che affermano di partecipare abbastanza frequentemente e al 3,3% coloro che dichiarano molto frequentemente.
- Le iniziative culturali, menzionate dal 62,2% dei cittadini, sono quelle che interessano maggiormente, seguite dalle iniziative di quartiere (25,9%) e da quelle sportive (20,3%). Intorno al 19% coloro che sono attratti da proposte per bambini (19,2%) e gli interessati agli eventi legati all'ambiente (19,0). Le iniziative sul territorio e le tradizioni e le iniziative sociali registrano rispettivamente il 17,2% e il 13,4% dei consensi, pari al 5,1% i fiorentini attirati da eventi sulle imprese e sul commercio.
- Le iniziative culturali sono state anche quelle maggiormente menzionate come iniziative da dover incrementare, voce selezionata dal 28,5% dei rispondenti, il 17,0% ha scelto le iniziative di quartiere, il 16,7% quelle riguardanti i bambini, il 15,1% quelle ambientali. Le iniziative sociali dovrebbero essere ampliate per l'11,7% dei rispondenti, quelle legata al territorio e alle tradizioni dal 10,2%, quelle sportive dall'8,2% mentre quelle riguardanti le imprese e il commercio dal 3,0%.
- Un cittadino su 2 dichiara che il canale utilizzato per informarsi sulle iniziative è tramite la consultazione del sito del Comune. Il passaparola di amici o conoscenti è selezionato dal 30,3%, il canale social network, nello specifico Facebook, dal 23,3%. I social network sono strumenti utilizzati soprattutto dai giovani, dichiarano infatti di reperire informazioni attraverso Facebook il 34,0% e attraverso Instagram il 32,0%. I mezzi di comunicazione locale, quali giornali e telegiornali, sono selezionati rispettivamente dal 22,7% e dal 18,2% dei fiorentini soprattutto appartenenti alla classe di età più matura.

I risultati

I servizi

La prima parte del questionario indaga sui servizi comunali che utilizza o ha utilizzato il cittadino. Il servizio Anagrafe, Stato civile, Elettorale è quello maggiormente menzionato, pari al 61,8% dei rispondenti, quasi 1 cittadino su 5 dichiara di utilizzare o aver utilizzato il servizio di Polizia Municipale (19,8%) o il servizio Istruzione (19,1%). La quota di cittadini che si è rivolta ai servizi Culturali è dell'11,1% mentre quella che ha utilizzato il servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi è dell'8,9%. Sotto la quota del 5% i cittadini che affermano di aver usufruito del servizio Tecnico (4,6%) e dei servizi Sociali (4,2%). Quasi 1 cittadino su 4 ha dichiarato di non aver utilizzato nessun servizio (23,5%) (cfr. Grafico 1).

Grafico 1 – Servizi comunali utilizzati. Risposta multipla



La tabella 1 distingue i risultati per genere e classe di età. Il servizio Anagrafe, Stato civile e Elettorale registra una quota più elevata di donne rispetto agli uomini che hanno utilizzato il servizio, rispettivamente pari al 65,3% rispetto al 57,6%. La quota femminile emerge anche nel servizio Istruzione, è pari al 22,9% rispetto al 14,6% registrato tra gli uomini, questo servizio mostra percentuali molto diverse anche per fasce di età. Si tratta di un servizio a cui si rivolgono maggiormente i giovani, con una quota pari al 33,4%, la percentuale decresce al crescere dell'età e risulta sotto la quota del 5% nella classe più matura (4,3%). Un altro servizio dove la classe giovane spicca rispetto alle altre classi è il servizio Cultura, dove circa un giovane su 4 dichiara di averlo utilizzato (24,8%, 7,6% tra gli adulti e 10,6% nella classe matura).

Il servizio Polizia Municipale è invece maggiormente menzionato dagli uomini, 20,9%, rispetto alle donne 18,9%, e nella classe adulta, 21,7% rispetto al 19,2% della classe matura e al 14,5% della classe più giovane.

Tabella 1 – Servizi comunali utilizzati. Risultati distinti per genere e classi di età. Risposta multipla

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi	8,7	9,0	4,4	9,1	10,3	8,9
Servizio Anagrafe, Stato civile, elettorale	57,6	65,3	60,8	63,3	60,1	61,8
Servizio Tecnico	5,8	3,5	1,5	6,0	3,8	4,6
Servizi Sociali	3,7	4,6	2,8	3,6	5,4	4,2
Servizio Istruzione	14,6	22,9	33,4	26,1	4,3	19,1
Servizi Culturali	9,6	12,3	24,8	7,6	10,6	11,1
Servizio Polizia Municipale	20,9	18,9	14,5	21,7	19,2	19,8
Nessun servizio	24,8	22,4	22,5	19,1	29,9	23,5

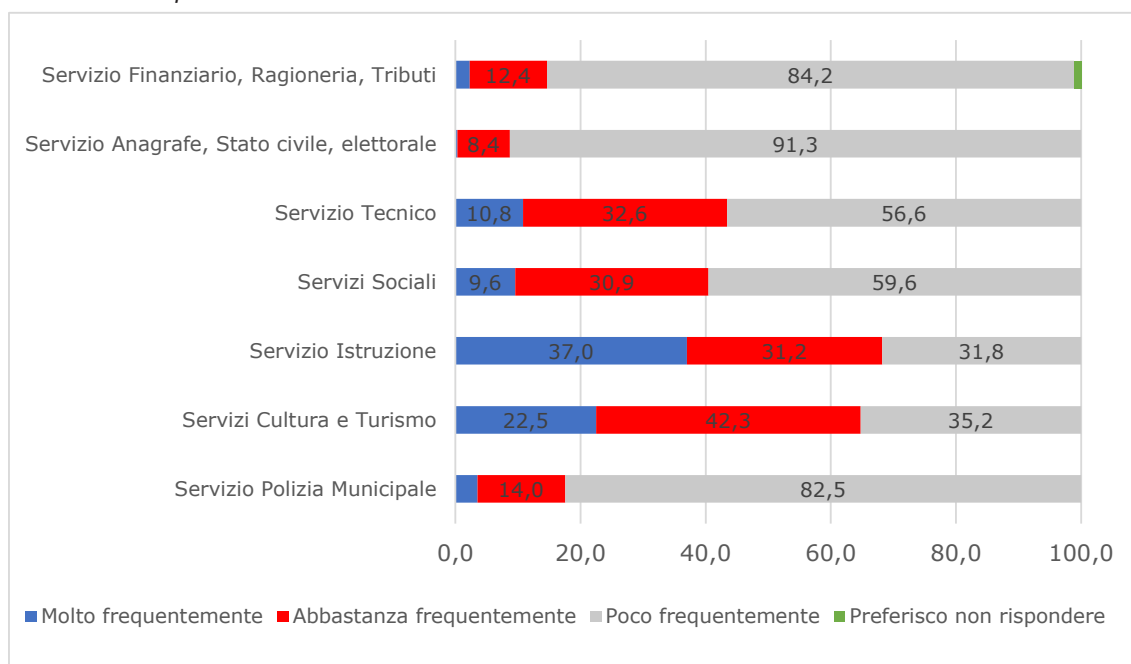
Le informazioni sui servizi comunali utilizzati dai cittadini sono state approfondite chiedendo la frequenza con la quale gli utenti si rivolgono al servizio menzionato.

Ci sono dei servizi in cui la prestazione si esplica con un unico accesso da parte del cittadino e altri invece in cui l'utente si rivolge più frequentemente al servizio. Dal grafico 2 si evince che i settori dell'Istruzione e della Cultura e Turismo sono quelli dove i frequentatori sono più numerosi. Dichiarano infatti di usufruire molto frequentemente del servizio rispettivamente il 37,0% e il 22,5% dei cittadini e di avvalersene abbastanza frequentemente il 31,2% e il 42,3%. Diminuisce la quota degli utilizzatori assidui, pur rimanendo superiore al 30% la percentuale di coloro che utilizzano il servizio abbastanza frequentemente, in riferimento al settore Tecnico (32,6%) e Sociale (30,9%). Ci sono poi altri servizi, come il servizio Anagrafe, Stato civile, Elettorale che, pur essendo numerosi i cittadini che sono ricorsi alle prestazioni, la necessità di usufruire del servizio si è concretizzata in pochi accessi dichiarando quindi di utilizzare poco frequentemente il servizio (91,3%), quota pari all'84,2% in riferimento al servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi e pari all'82,5% riguardo alla Polizia Municipale.

La domanda successiva ha riguardato i canali adottati dai cittadini per richiedere le informazioni o reperire il materiale necessario.

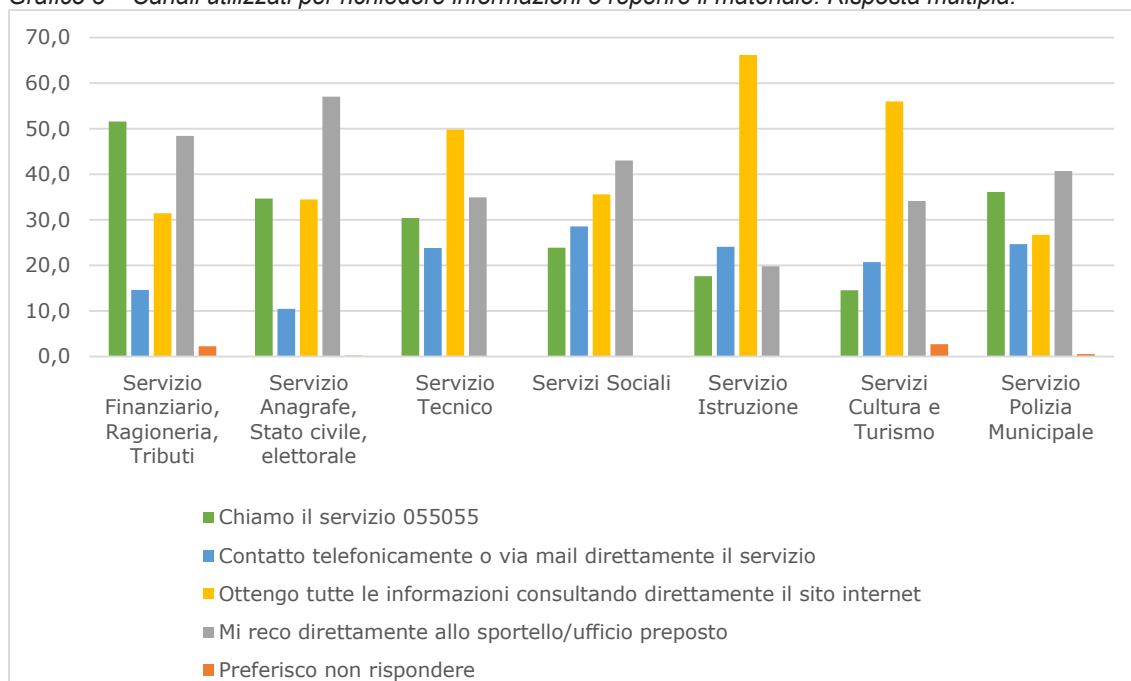
Osservando il grafico 3 si evince che per alcuni servizi, come il servizio Istruzione e il servizio Cultura e Turismo spicca la consultazione via internet. Oltre un cittadino su due, che ha dichiarato di aver utilizzato questi servizi, ha affermato di avere ottenuto le informazioni consultando direttamente il sito internet, le percentuali sono rispettivamente il 66,1% e il 55,9%. Vicino alla soglia del 50% (49,8%) gli utenti del servizio Tecnico che si sono avvalsi dello stesso strumento. Ci sono altre prestazioni, come quelle legate al servizio Anagrafe, Stato civile, Elettorale che invece necessitano di recarsi direttamente allo sportello o all'ufficio preposto, come dichiarato dal 57,0% degli utilizzatori. Altre prestazioni, oltre a recarsi sul posto (48,4%), presentano elevati accessi attraverso il servizio 055055 (51,6%) questo è quanto emerge dall'analisi dei canali selezionati da coloro che si sono avvalsi del servizio Finanziario, Ragioneria e Tributi.

Grafico 2 – Frequenza dei servizi comunali utilizzati.



Contattare telefonicamente o via mail direttamente il servizio non è un canale particolarmente privilegiato, le quote più elevate sono osservate in riferimento ai servizi Sociali (28,5%) e al servizio della Polizia Municipale (24,6%) che però hanno presentato come strumento maggiormente citato il recarsi direttamente sul posto (rispettivamente pari al 43,0% e al 40,7%).

Grafico 3 – Canali utilizzati per richiedere informazioni o reperire il materiale. Risposta multipla.



Ai cittadini è stata richiesta una valutazione sul grado di soddisfazione in riferimento alla chiarezza e alla tempestività delle informazioni ricevute.

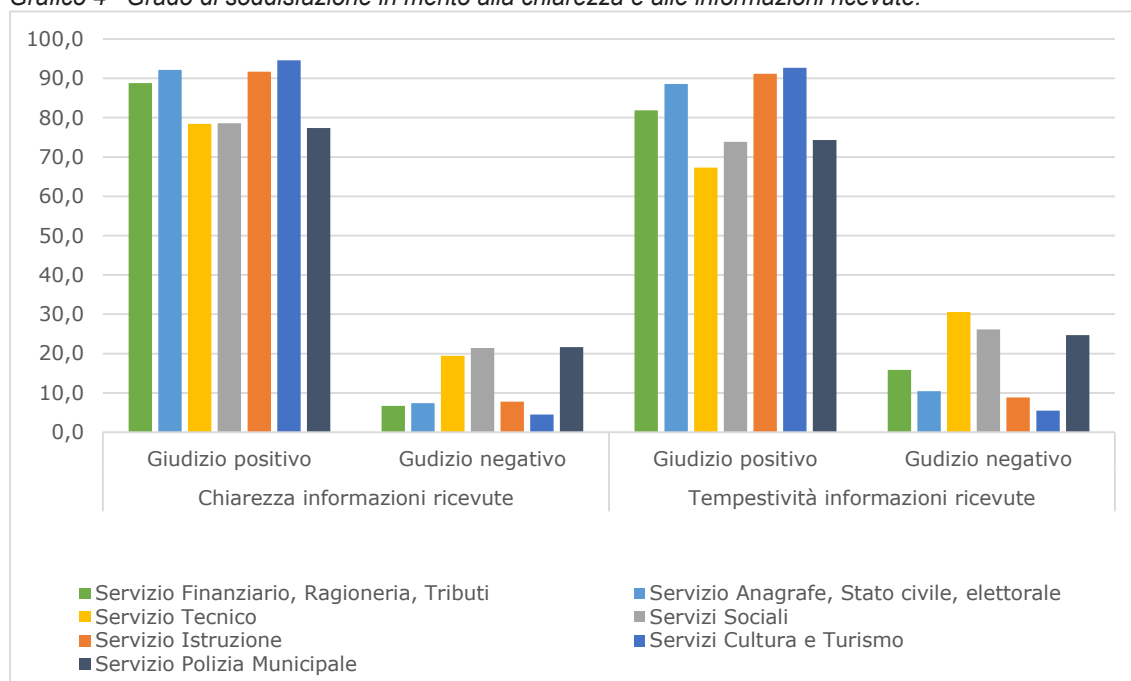
I risultati, raggruppati in giudizi positivi (molto o abbastanza soddisfatti) e giudizi negativi (poco o per nulla soddisfatti), sono riportati nel grafico 4.

I giudizi positivi sono superiori rispetto a quelli negativi per tutti i servizi e in riferimento a entrambi gli aspetti analizzati.

Ci sono settori come Istruzione e Cultura e Turismo dove oltre 9 utenti su 10 hanno dichiarato di essere soddisfatti sia riguardo la chiarezza (rispettivamente il 91,7% e 94,6%) e sia riguardo la tempestività delle informazioni ricevute (91,1% e 92,7%). Sopra il 90% anche la percentuale degli utenti soddisfatti della chiarezza delle informazioni ricevute dal servizio Anagrafe, Servizio civile ed Elettorale (92,1%), di poco inferiore la quota ottenuta riguardo la tempestività (88,6%). Giudizi positivi per entrambi gli aspetti anche quelli emersi dalla valutazione degli utenti del servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi con quote pari all'88,8% riguardo la chiarezza e all'81,9% riguardo la tempestività.

I restanti servizi presentano invece percentuali, seppur alte di utenti soddisfatti, ma con quote un po' meno elevate. Per il servizio Tecnico corrisponde al 78,5% la percentuale di chi ha utilizzato il servizio esprimendo un giudizio positivo sulla chiarezza delle informazioni ricevute e scende al 67,3% la percentuale di coloro che hanno valutato positivamente la tempestività. Nel settore del Sociale le valutazioni sono rispettivamente pari al 78,6% e 73,9%, nel caso della Polizia Municipale sono rispettivamente il 77,3% e il 74,3%.

Grafico 4– Grado di soddisfazione in merito alla chiarezza e alle informazioni ricevute.



Per approfondire quali sono gli utenti meno soddisfatti si possono utilizzare le successive tabelle che analizzano le informazioni distinguendo i risultati per sesso e fasce di età.

La tabella 2 riporta le percentuali di utenti soddisfatti in merito alla chiarezza delle informazioni ricevute. Analizzando il servizio Tecnico sono soprattutto i giovani a registrare le percentuali più basse di giudizi positivi, poco più di 1 utente su 2 si dichiara soddisfatto (50,6%). Nel caso dei servizi Sociali le quote più basse si osservano in corrispondenza delle donne (72,0%) e della classe matura (70,1%), queste due classi sono quelle che presentano le quote più basse di utenti soddisfatti anche in riferimento alla chiarezza delle informazioni ottenute dalla Polizia Municipale, rispettivamente il 76,7% le donne che esprimono un giudizio positivo e 71,8% gli utenti di oltre 61 anni.

Tabella 2 – Grado di soddisfazione in merito alla chiarezza delle informazioni ricevute. Analisi distinta per genere e classi di età. Giudizi positivi (molto o abbastanza soddisfatti)

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi	82,5	93,9	100,0	88,9	86,8	88,8
Servizio Anagrafe, Stato civile, elettorale	92,9	91,6	92,9	92,1	91,9	92,1
Servizio Tecnico	78,0	79,1	50,6	80,3	78,6	78,5
Servizi Sociali	88,2	72,0	100,0	83,3	70,1	78,6
Servizio Istruzione	91,1	92,0	91,4	90,8	100,0	91,7
Servizi Cultura e Turismo	93,1	95,5	94,1	97,4	92,2	94,6
Servizio Polizia Municipale	78,0	76,7	95,0	77,7	71,8	77,3

Le informazioni riportate nella tabella 3 riguardano le percentuali di cittadini soddisfatti in merito alla tempestività delle informazioni ricevute. Si evidenziano i risultati del servizio Tecnico, i più critici sono le donne e i giovani, pari rispettivamente al 57,9% e al 50,6% gli utenti che dichiarano di essere molto o abbastanza soddisfatti.

Anche nei servizi Sociali le quote più basse si osservano in corrispondenza delle donne (64,0%) e, l'analisi per classi di età, fa emergere gli anziani (65,1%), mentre analizzando coloro che si sono rivolti alla Polizia Municipale i meno soddisfatti sulla tempestività sono gli uomini (71,8% coloro che esprimono giudizi positivi) e la classe matura (67,6%).

Tabella 3 – Grado di soddisfazione in merito alla tempestività delle informazioni ricevute. Analisi distinta per genere e classi di età. Giudizi positivi (molto o abbastanza soddisfatti)

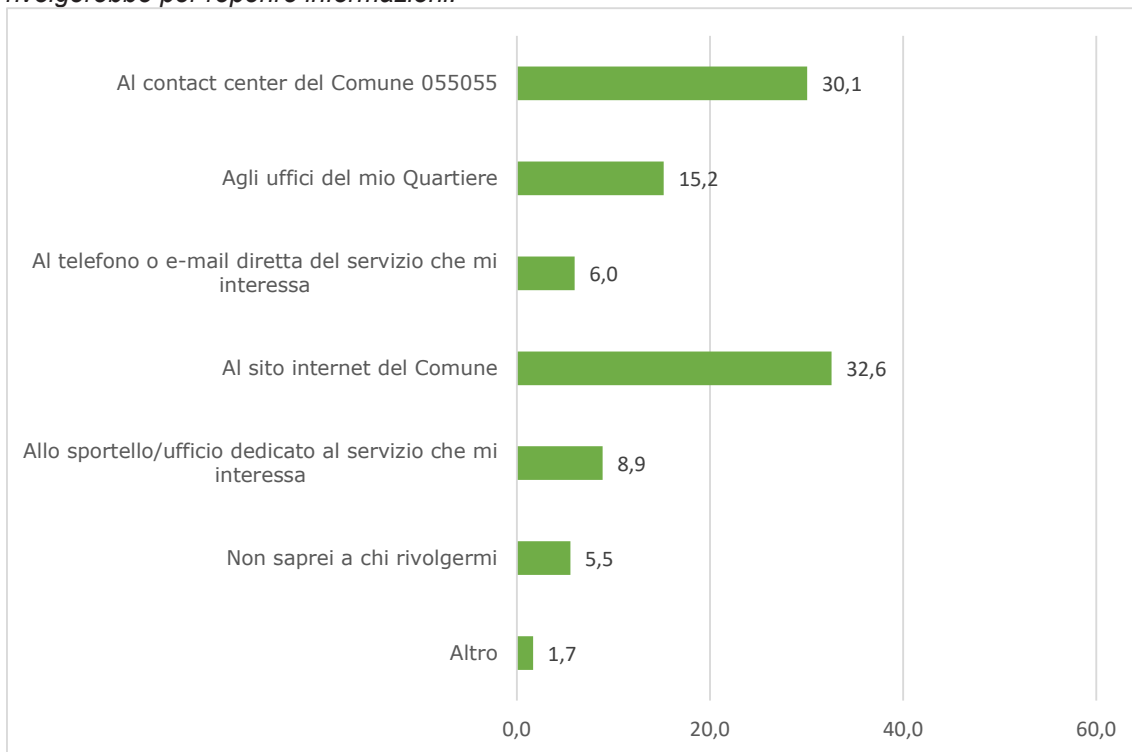
	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi	79,8	83,6	49,1	82,2	86,8	81,9
Servizio Anagrafe, Stato civile, elettorale	88,7	88,5	85,6	88,9	89,2	88,6
Servizio Tecnico	74,0	57,9	50,6	63,1	78,6	67,3
Servizi Sociali	88,2	64,0	75,0	83,3	65,1	73,9
Servizio Istruzione	91,0	91,2	89,1	90,8	100,0	91,1
Servizi Cultura e Turismo	88,5	95,5	88,1	97,3	92,2	92,7
Servizio Polizia Municipale	71,8	76,7	79,5	77,7	67,6	74,3

Ai soli cittadini che alla prima domanda del questionario avevano dichiarato di non utilizzare o di non aver utilizzato alcun servizio comunale è stato richiesto a quale canale si rivolgerebbero qualora riscontassero la necessità di reperire informazioni sui servizi erogati dal Comune.

Quasi 1 cittadino su 3 ha risposto che consulterebbe il sito internet (32,6%), il 30,1% contatterebbe il servizio 055055.

Si rivolgerebbero agli uffici presenti nel quartiere il 15,2% dei rispondenti, sotto la quota del 10% coloro che contatterebbero direttamente il servizio interessato recandosi presso lo sportello/ufficio (8,9%) o tramite contatto telefonico o via mail (6,0%). Una quota pari al 5,5% afferma di non sapere a chi potersi rivolgere (cfr. Grafico 5)

Grafico 5—Canale a cui il cittadino, che non ha utilizzato nessun servizio del Comune, si rivolgerebbe per reperire informazioni.



I risultati analizzati per genere e classi di età mostrano che il canale internet è prediletto dai giovani e dagli adulti, in entrambi i casi il 48,4% dei rispondenti dichiara di poterlo utilizzare per reperire informazioni, quota che, nel caso della classe matura, è pari al 14,6% che invece contatterebbe lo 055055 (34,6%).

Le risposte tra uomini e donne mostrano comportamenti differenti, seppur internet e il contact center del Comune registrano in entrambi i casi le quote più elevate, rispettivamente pari al 34,9% e al 26,3% negli uomini e al 30,4% e al 33,6% nelle donne, ci sono altri canali in cui si evincono delle diversità. Il 20,5% delle donne dichiara che si rivolgerebbe agli uffici del proprio quartiere, quota pari al 9,7% nel caso degli uomini i quali, nel 10,6% dei casi, contatterebbero direttamente il servizio via mail o via telefono, percentuale pari all'1,6% nel caso delle donne (cfr. Tabella 4).

Tabella 4 – Canale a cui il cittadino, che non ha utilizzato nessun servizio del comune, si rivolgerebbe per reperire informazioni. Analisi distinta per genere e classi di età

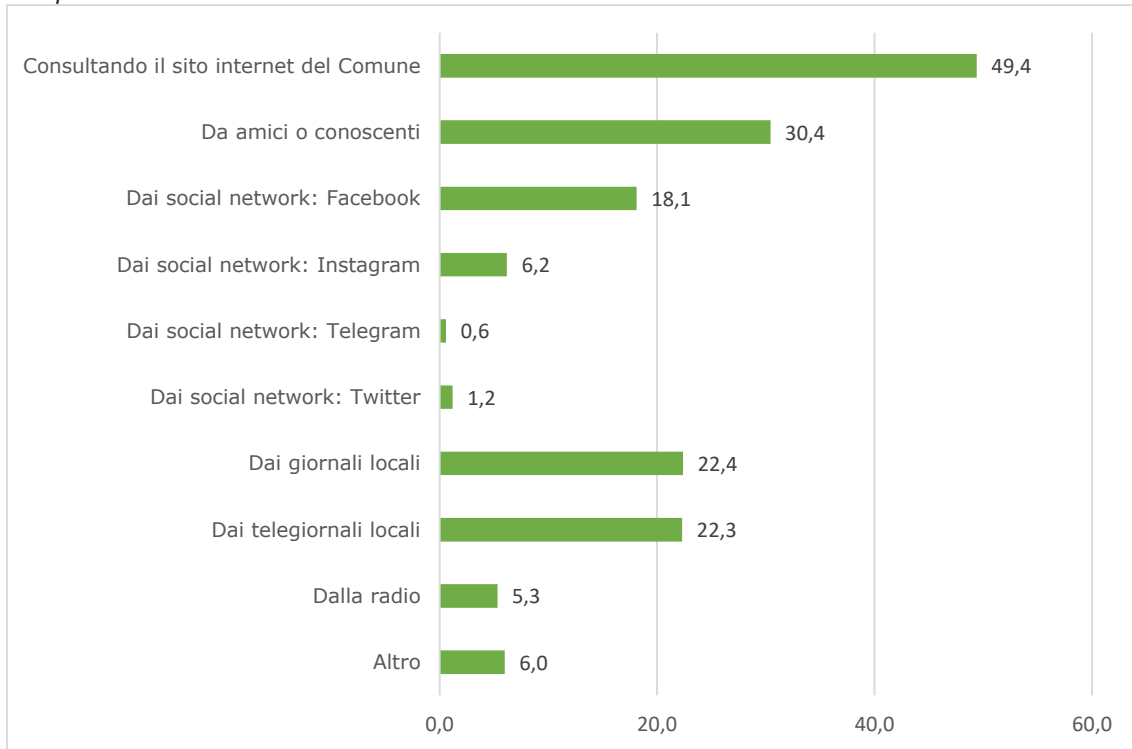
	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Al contact center del Comune 055055	26,3	33,6	6,4	32,6	34,6	30,1
Agli uffici del mio Quartiere	9,7	20,5	9,6	8,4	22,6	15,2
Al telefono o e-mail diretta del servizio che mi interessa	10,6	1,6	9,9	3,2	7,3	6,0
Al sito internet del Comune	34,9	30,4	48,4	48,4	14,6	32,6
Allo sportello/ufficio dedicato al servizio che mi interessa	10,5	7,3	12,8	4,2	11,8	8,9
Non saprei a chi rivolgermi	6,2	4,9	13,0	2,1	6,4	5,5
Altro	1,8	1,6	0,0	1,1	2,7	1,7
Totale	100	100	100	100	100	100

Quasi 1 cittadino su 2 (49,4%) afferma di venire a conoscenza dei nuovi servizi del Comune consultando il sito internet, quota che raggiunge il 58,4% nella classe adulta. Il 30,4% dei cittadini dichiara di apprendere le informazioni attraverso il passaparola di amici e conoscenti. Più di 1 cittadino su 5 riceve notizie attraverso i mezzi di comunicazione locale quali i giornali, il 22,4%, e i telegiornali, il 22,3%, mentre la radio è selezionata solo dal 5,3% degli intervistati. I giornali e i telegiornali sono strumenti di informazione soprattutto per le classi mature dove si osservano quote pari rispettivamente al 32,0% e 34,2%. Anche i social network ricoprono un ruolo importante soprattutto per i giovani, tra tutti è Facebook, con il 18,1% a essere quello maggiormente menzionato, seguito da Instagram con il 6,2% (i valori ottenuti nella classe 18-30 anni sono rispettivamente il 29,7% e il 29,1%) mentre Telegram e Twitter sono poco menzionati (rispettivamente dallo 0,6% e dall'1,2%). I risultati divisi tra uomini e donne non mostrano particolari diversità (cfr. Grafico 6, tabella 5).

Tabella 5 – Canali attraverso i quali i cittadini vengono a conoscenza dei nuovi servizi del Comune. Analisi distinta per genere e classi di età. Risposta multipla

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Consultando il sito internet del Comune	50,7	48,3	41,3	58,4	40,4	49,4
Da amici o conoscenti	29,8	31,0	32,5	30,3	29,8	30,4
Dai social network: Facebook	17,4	18,7	29,7	21,9	8,7	18,1
Dai social network: Instagram	5,2	7,0	29,1	3,0	1,9	6,2
Dai social network: Telegram	0,2	0,9	1,5	0,8	0,0	0,6
Dai social network: Twitter	1,7	0,7	1,4	1,6	0,5	1,2
Dai giornali locali	21,5	23,1	11,6	18,2	32,0	22,4
Dai telegiornali locali	21,2	23,3	17,3	14,9	34,2	22,3
Dalla radio	5,5	5,2	4,5	4,4	6,8	5,3
Altro	6,1	5,9	5,1	5,4	7,1	6,0

Grafico 6 – Canali attraverso i quali i cittadini vengono a conoscenza dei nuovi servizi del Comune. Risposta multipla.

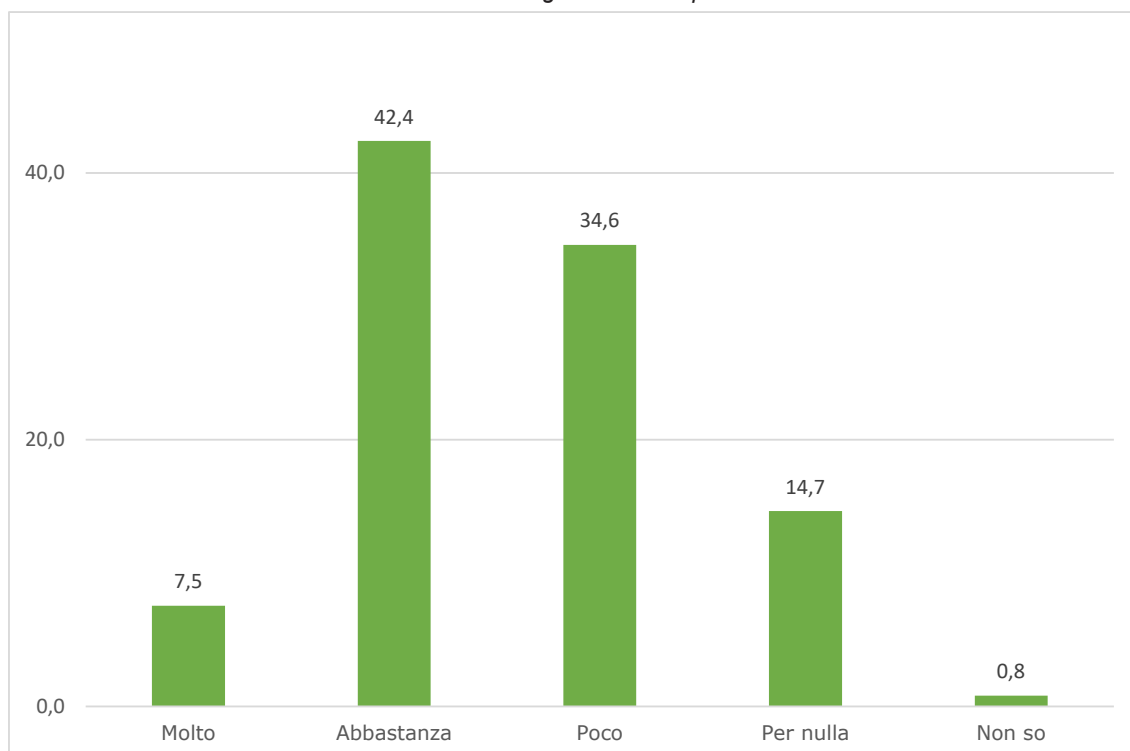


Iniziative organizzate e/o promosse dal Comune

La seconda parte del questionario ha rilevato le iniziative organizzate e/o promosse dal Comune riguardanti i musei, gli eventi culturali, gli eventi sportivi, di beneficenza... a partire dal grado di conoscenza da parte del cittadino.

Il 42,4% dichiara di conoscere abbastanza le iniziative, il 7,5% molto, pari al 34,6% e al 14,7% chi invece afferma di conoscerle poco o per nulla (cfr. Grafico 7).

Grafico 7 – Grado di conoscenza delle iniziative organizzate e/o promosse dal Comune.



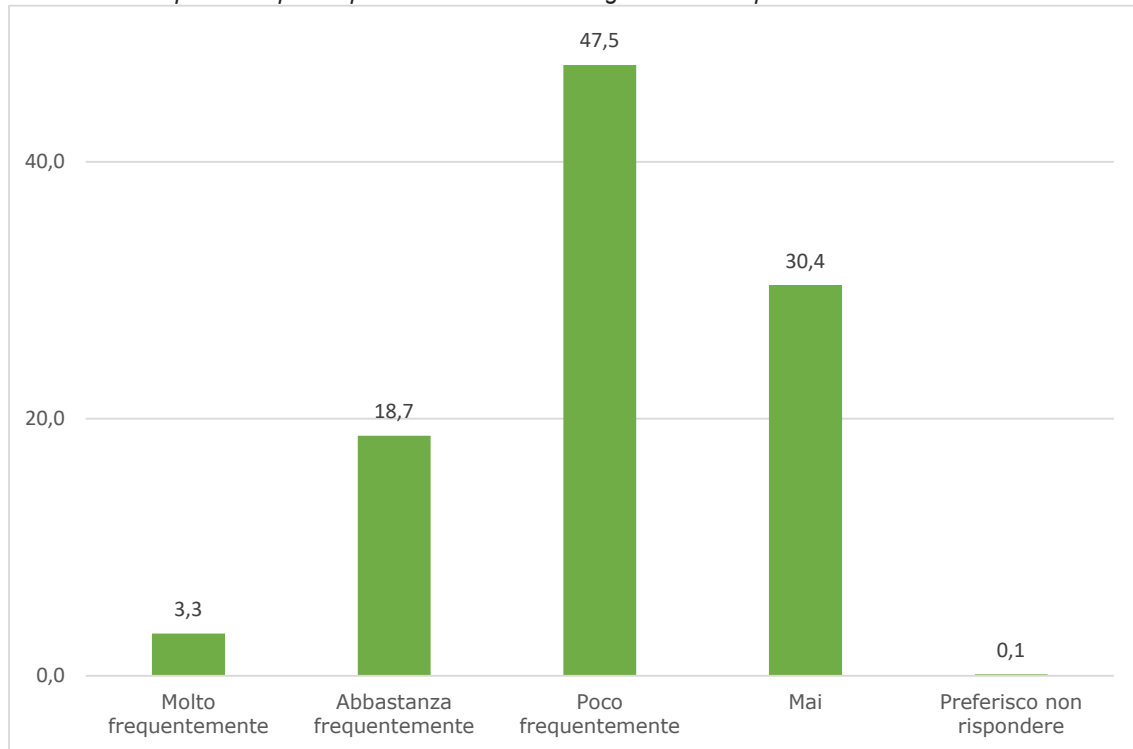
Raggruppando i risultati in essere o meno a conoscenza delle iniziative e distinguendo i dati per sesso e fasce di età si evince che i più informati risultano le donne (54,7% rispetto al 44,3% degli uomini) e la fascia adulta (52,2% rispetto a 50,8% dei giovani e al 46,6% della classe più matura) (cfr. Tabella 6).

Tabella 6 – Conoscenza delle iniziative organizzate e/o promosse dal Comune. Analisi per genere e classi di età

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Sì (molto o abbastanza)	44,3	54,7	50,8	52,2	46,6	49,9
No (poco o per niente)	55,0	44,4	48,5	47,6	51,8	49,3
Non so	0,6	0,9	0,7	0,2	1,6	0,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Alla domanda con quale frequenza partecipa alle iniziative, le risposte maggiormente menzionate sono state poco frequentemente, con il 47,5% dei rispondenti e mai con il 30,4%. Pari al 18,7% coloro che affermano di partecipare abbastanza frequentemente e al 3,3% coloro che dicono molto frequentemente (cfr. Grafico 8).

Grafico 8 – Frequenza di partecipazione alle iniziative organizzate e/o promosse dal Comune.



Distinguendo i rispondenti tra chi partecipa, molto o abbastanza frequentemente, e chi non partecipa, poco o mai, osservando la tabella 7 si evince che la partecipazione aumenta al crescere dell'età, tra i giovani la quota è pari al 19,5%, tra gli adulti al 22,0% e nella classe più matura al 22,8%. L'analisi distinta per genere mostra invece un range più evidente tra la partecipazione maschile e quella femminile, sono queste ultime a dichiarare di frequentare molto o abbastanza le iniziative proposte dal Comune, più di 1 donna su 4 (26,4%) rispetto al 16,7% dichiarato dagli uomini (cfr. Tabella 7).

Tabella 7 – Frequenza di partecipazione alle iniziative organizzate e/o promosse dal Comune. Analisi per genere e classi di età

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Molto o abbastanza frequentemente	16,7	26,4	19,5	22,0	22,8	22,0
Poco frequentemente o mai	83,3	73,4	80,5	77,8	77,2	77,9
Non so	0,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Per comprendere le tematiche che maggiormente coinvolgono i fiorentini è interessante analizzare la successiva domanda che evidenzia diverse esigenze e interessi a seconda soprattutto delle classi di età (cfr. Grafico 9, tabella 8).

Le iniziative culturali, menzionate dal 62,2% dei cittadini, sono quelle che accolgono un più elevato interesse, soprattutto tra le donne (68,1%) e tra i giovani (75,9%). Quasi 1 cittadino su 4 risulta interessato alle iniziative di quartiere (25,9%) e, in questo caso, sono soprattutto le persone più anziane (29,6%) a essere maggiormente coinvolte.

Un cittadino su 5 seleziona le iniziative sportive (20,3%), quota che raggiunge il 37,1% tra i giovani e il 28,7% tra gli uomini. Intorno al 19% coloro che sono attratti da proposte per bambini (19,2%), sfera che coinvolge soprattutto le famiglie, pari al 28,9% i rispondenti della fascia 31-60 anni, e gli interessati agli eventi legati all'ambiente (19,0%), più sensibili al tema, in questo caso, i giovani, 30,4%.

Le iniziative sul territorio e le tradizioni e le iniziative sociali registrano rispettivamente il 17,2% e il 13,4% dei consensi, pari al 5,1% i fiorentini attirati da eventi sulle imprese e sul commercio, tematiche che coinvolgono più i maschi (7,2%) rispetto alle femmine (3,3%).

Grafico 9 – Iniziative che interessano maggiormente i cittadini. Risposta multipla

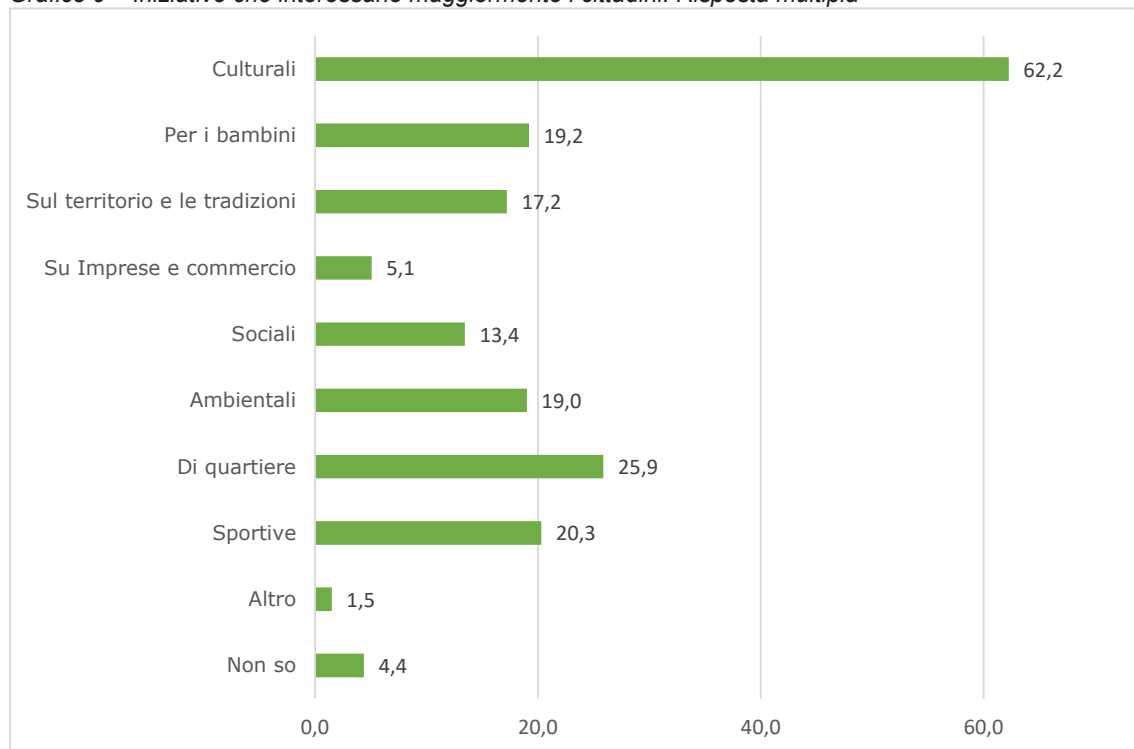


Tabella 8 – Iniziative che interessano maggiormente i cittadini. Analisi per genere e classi di età. Risposta multipla

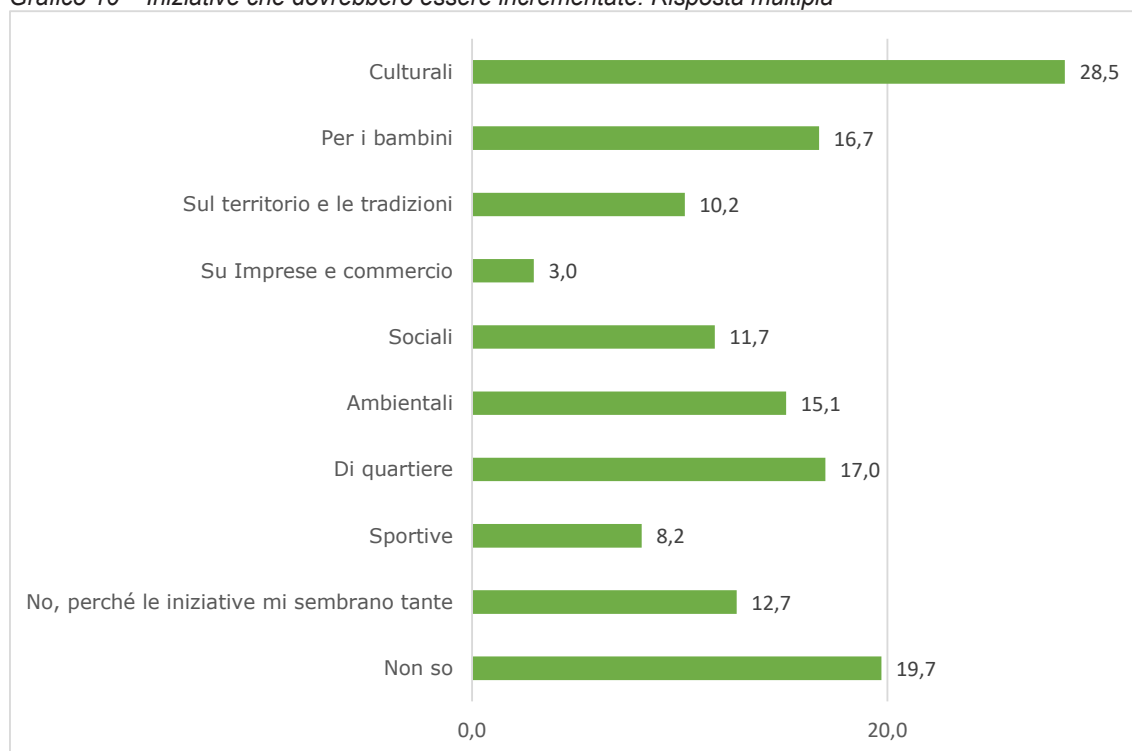
	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Culturali	55,4	68,1	75,9	61,0	58,8	62,2
Per i bambini	18,0	20,2	5,1	28,9	11,4	19,2
Sul territorio e le tradizioni	16,1	18,2	16,0	15,4	20,0	17,2
Su Imprese e commercio	7,2	3,3	5,1	5,8	4,0	5,1
Sociali	11,8	14,9	17,4	11,9	14,1	13,4
Ambientali	20,2	18,0	30,4	17,9	16,2	19,0
Di quartiere	24,0	27,5	15,2	26,1	29,6	25,9
Sportive	28,7	13,2	37,1	23,5	9,8	20,3
Altro	1,3	1,6	1,5	0,6	2,7	1,5
Non so	4,4	4,4	1,5	2,8	7,6	4,4

Le iniziative culturali, ritenute di maggior interesse da parte del cittadino sono state anche quelle maggiormente menzionate come iniziative da dover incrementare, voce selezionata dal 28,5% dei rispondenti, il 17,0% ha scelto le iniziative di quartiere, il 16,7% quelle riguardanti i bambini, il 15,1% quelle ambientali.

Le iniziative sociali dovrebbero essere ampliate per l'11,7% dei rispondenti, quelle legata al territorio e alle tradizioni dal 10,2%, quelle sportive dall'8,2% mentre quelle riguardanti le imprese e il commercio dal 3,0%.

Il 12,7% della popolazione dichiara che non sente la necessità di incrementare le iniziative poiché ritiene che quelle esistenti siano già tante, il 19,7% non saprebbe quali incentivare (cfr. Grafico 10)

Grafico 10 – Iniziative che dovrebbero essere incrementate. Risposta multipla



Un cittadino su 2 dichiara che il canale utilizzato per informarsi sulle iniziative è tramite la consultazione del sito del Comune, quota che raggiunge il 60,1% nella classe 31-60 anni. Il passa parola di amici o conoscenti è selezionato dal 30,3%, il canale social network, nello specifico Facebook, dal 23,3%. I social network sono strumenti utilizzati soprattutto dai giovani, dichiarano infatti di reperire informazioni attraverso Facebook il 34,0% e attraverso Instagram il 32,0%.

I mezzi di comunicazione locale, quali giornali e telegiornali, sono selezionati rispettivamente dal 22,7% e dal 18,2% dei fiorentini soprattutto appartenenti alla classe di età più matura, il 29,8% di coloro che hanno più di 61 anni dichiara di informarsi attraverso i giornali, il 28,7% attraverso i telegiornali. Tutte le altre voci presentano quote di rispondenti inferiori al 10%: affissioni il 7,1%, newsletter il 5,0%, dalla radio il 4,8%, pubblicità dinamica, esempio autobus, tramvia, treni il 4,1%, altro il 6,2% (cfr. Grafico 11, tabella 9).

Grafico 11 – Canali di comunicazione utilizzati dai cittadini per reperire informazioni sulle iniziative. Risposta multipla

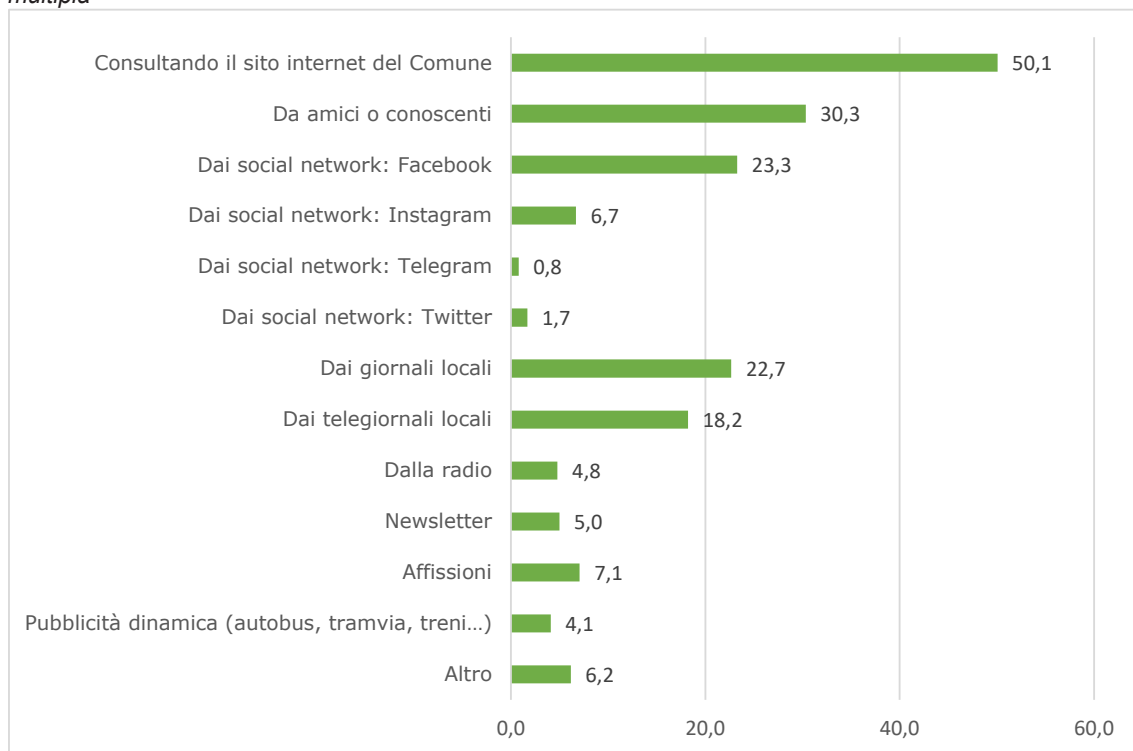


Tabella 9 – Canali di comunicazione utilizzati dai cittadini per reperire informazioni sulle iniziative. Analisi distinta per genere e classi di età. Risposta multipla

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Consultando il sito internet del Comune	52,3	48,1	41,4	60,1	39,9	50,1
Da amici o conoscenti	27,4	32,8	28,9	29,9	31,4	30,3
Dai social network: Facebook	21,3	25,0	34,0	29,3	11,1	23,3
Dai social network: Instagram	6,3	7,0	32,0	3,0	2,2	6,7
Dai social network: Telegram	0,9	0,7	1,4	1,0	0,3	0,8
Dai social network: Twitter	2,6	0,9	2,2	2,4	0,5	1,7
Dai giornali locali	23,9	21,6	11,5	20,4	29,8	22,7
Dai telegiornali locali	16,6	19,6	13,0	11,9	28,7	18,2
Dalla radio	4,8	4,8	3,0	4,6	5,7	4,8
Newsletter	4,8	5,1	1,4	6,0	4,9	5,0
Affissioni	6,3	7,7	7,2	7,8	6,0	7,1
Pubblicità dinamica (autobus, tramvia, treni...)	4,2	4,0	5,1	3,4	4,6	4,1
Altro	6,9	5,5	5,0	5,4	7,6	6,2

Focalizzandosi sui canali gestiti dal Comune di Firenze utilizzati dai fiorentini per avere informazioni sui servizi e sulle iniziative cittadine, quali la consultazione del sito internet del Comune e i social network, l'argomento è stato ulteriormente approfondito andando a indagare la frequenza di consultazione di questi strumenti.

Osservando la tabella 10 si notano subito le elevate percentuali di coloro che affermano di non utilizzare mai i social network come Telegram e Twitter con quote rispettivamente pari al 92,7% e 91,6%, in riferimento agli altri canali la quota di non utilizzatori è pari al 31,7%, nel caso del sito del Comune, al 62,2%, nel caso di Facebook e all'81,8%, nel caso di Instagram.

Tabella 10- Distribuzione della frequenza con la quale vengono consultati i canali gestiti dal Comune per avere informazioni su iniziative e servizi. Percentuale per riga

	1 o più volte al giorno	2/3 volte a settimana	1 volta a settimana	1/2 volte al mese	mai	Tot
Consultando il sito internet del Comune	3,0	5,4	10,1	49,8	31,7	100
Dai social network: Facebook	12,4	5,4	6,5	13,5	62,2	100
Dai social network: Instagram	4,1	2,6	5,0	6,6	81,8	100
Dai social network: Telegram	1,5	0,7	1,7	3,4	92,7	100
Dai social network: Twitter	1,9	0,7	2,4	3,4	91,6	100

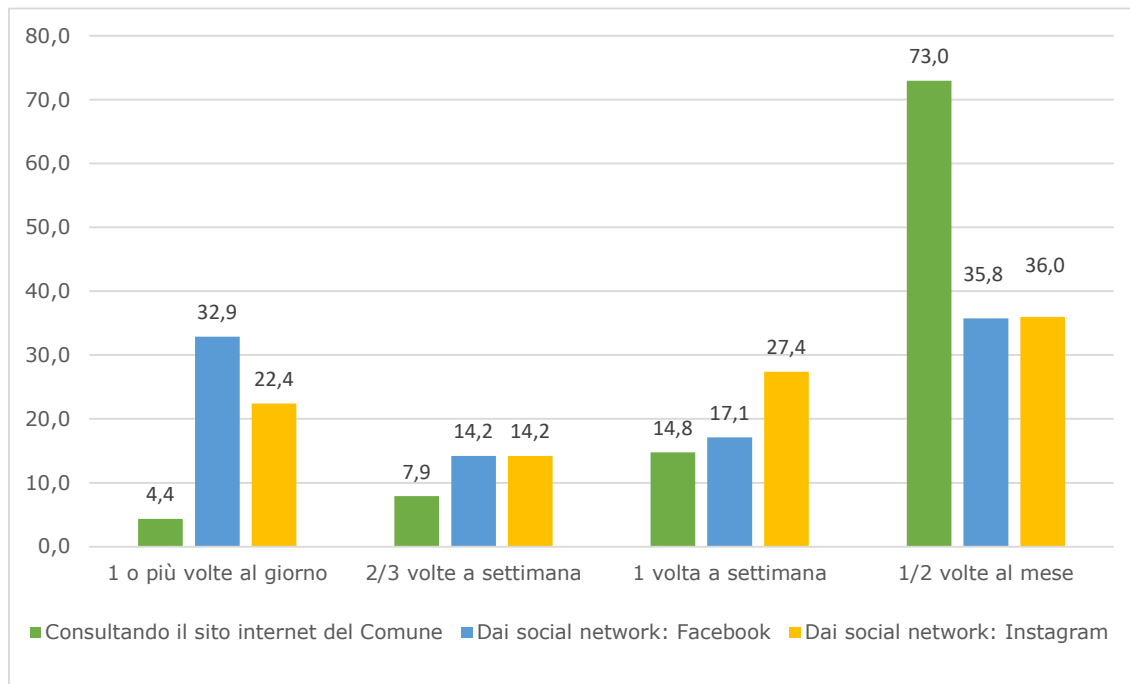
Tralasciando quindi i social network come Telegram e Twitter, data l'elevata quota dei non utilizzatori, per gli altri canali (sito del Comune, Facebook e Instagram) è stata approfondita l'analisi, rappresenta nel grafico 12, in riferimento solo a coloro che hanno dichiarato di consultare tali strumenti.

Il 73,0% di chi utilizza il sito del Comune lo fa 1/2 volte al mese, il 14,8% 1 volta a settimana, il 7,9% 2/3 volte a settimana e il 4,4% 1 o più volte al giorno.

Per gli utilizzatori dei social network la consultazione risulta invece più frequente, pur restando 1/2 volte al mese la voce maggiormente menzionata, 35,8% tramite Facebook e 36,0% tramite Instagram, aumentano le quote di coloro che dichiarano di informarsi sui servizi e le iniziative

cittadine giornalmente, o più volte al giorno, tramite Facebook il 32,9% e tramite Instagram il 22,4%. 2/3 volte a settimana è dichiarato, per entrambi i social, dal 14,2% degli utilizzatori mentre 1 volta a settimana è dichiarato dal 17,1% di chi consulta Facebook e dal 27,4% di chi consulta Instagram.

Grafico 12 – Frequenza con la quale vengono consultati i canali di comunicazione del Comune per informarsi sui servizi e iniziative cittadine



L'analisi successiva elabora i risultati distinguendo i valori per genere e classe di età.

Anche questa analisi, su quanto il cittadino utilizza i canali gestiti dal Comune per reperire informazioni, conferma che gli strumenti informatici, quali la semplice ricerca sul sito internet o sui social network, presenta le percentuali più elevate di non utilizzatori nella fascia alta di età, mentre gli adulti sono i maggiori utilizzatori del sito internet e i giovani dei social network. L'analisi distinta per genere non evidenzia particolari diversità.

Nella tabella 11 sono riportati i risultati solo in riferimento a coloro che hanno dichiarato di utilizzare il sito del Comune e Facebook per informarsi, poiché negli alti casi, era troppo elevata la quota di non utilizzatori.

La consultazione del sito del Comune presenta maggiori percentuali in riferimento alla voce 1/2 volte al mese, che mostra le quote più elevate tra gli adulti (75,9%) e le quote più basse tra gli anziani (67,8%). Tutte le altre voci sulla consultazione mostrano percentuali decrescenti al crescere della frequenza di utilizzo.

L'uso del social network Facebook presenta invece una consultazione più varia. La quota più elevata tra le donne e tra gli anziani si registra in corrispondenza della voce 1 o più volte al giorno, pari rispettivamente al 37,1% e al 37,4%. Anche per le altre classi si registrano percentuali elevate, la più bassa, pari al 20,7% si osserva in corrispondenza dei giovani. Superiori al 33%, in

riferimento a tutte le classi, coloro che dichiarano di reperire le informazioni consultando il social 1/2 volte al mese. 1 volta alla settimana è dichiarato da più di 1 giovane su 4 (26,6%), mentre 2/3 volte a settimana mostra percentuali che variano dal 10,9%, registrato nella classe più matura, al 15,9% registrato tra gli uomini.

Tabella 11 – Frequenza con la quale vengono consultati i canali di comunicazione del Comune per informarsi sui servizi e iniziative cittadine. Analisi distinta per genere e classe di età

Consultando il sito internet del Comune

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
1 o più volte al giorno	3,7	4,9	0,0	4,1	6,5	4,4
2/3 volte a settimana	7,8	8,0	9,4	6,8	9,3	7,9
1 volta a settimana	16,2	13,5	17,8	13,2	16,4	14,8
1/2 volte al mese	72,3	73,6	72,8	75,9	67,8	73,0
Totale	100	100	100	100	100	100

Dai social network: Facebook

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
1 o più volte al giorno	28,4	37,1	20,7	34,9	37,4	32,9
2/3 volte a settimana	15,9	12,6	14,7	15,3	10,9	14,2
1 volta a settimana	19,1	15,3	26,6	13,9	18,1	17,1
1/2 volte al mese	36,6	35,0	38,0	35,9	33,6	35,8
Totale	100	100	100	100	100	100

Quasi un fiorentino su 5 (19,1%) dichiara di consultare la newsletter gestita dal Comune per reperire informazioni sui servizi e le iniziative cittadine, sono più le donne rispetto agli uomini (22,0% verso il 15,6%) e la classe degli adulti (22,3% rispetto al 19,2% degli oltre 61 anni e al 7,1% della classe 18-30 anni) (cfr. Tabella 12).

La consultazione di altri canali gestiti dal Comune per reperire informazioni coinvolge solo il 6,9% dei fiorentini (cfr. Tabella 13).

Tabella 12 – Consultazione della newsletter gestita dal Comune per informarsi sui servizi e iniziative cittadine. Analisi distinta per genere e classe di età

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Sì	15,6	22,0	7,1	22,3	19,2	19,1
No	84,4	78,0	92,9	77,7	80,8	80,9
Totale	100	100	100	100	100	100

Tabella 13 – Consultazione di altri canali gestiti dal Comune per informarsi sui servizi e iniziative cittadine. Analisi distinta per genere e classe di età

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Sì	6,5	7,2	4,3	7,9	6,5	6,9
No	93,5	92,8	95,7	92,1	93,5	93,1
Totale	100	100	100	100	100	100

L'ultima domanda del questionario chiede quali canali, secondo il cittadino, dovrebbero essere utilizzati maggiormente per diffondere le informazioni su servizi e sulle iniziative. La Tv è lo strumento maggiormente citato dal 42,2% dei rispondenti, avallato soprattutto dalla classe più matura (55,3%) e dalle donne (44,9%). Quasi 1 cittadino su 3 (32,8%) segnala i social network, in

questo caso sono soprattutto i giovani a farlo (68,9%), seguiti dai siti internet (31,0%), quota che raggiunge il 35,7% tra gli adulti e il 32,3% tra gli uomini.

I giornali, che si attestano al 28,5%, mostrano grande variabilità tra le classi di età, se nella classe matura questo canale è segnalato dal 42,0% dei rispondenti, nella classe adulta risulta il 23,7%, nella classe giovane solo il 9,4%.

14,5% sono coloro che citano la radio, anche per questo canale le quote aumentano crescere dell'età. Le voci specifiche app e newsletter registrano, in entrambi i casi, la quota del 10,8%. Pari al 6,2% chi dichiara altri canali e al 5% chi dichiara di non sapere (cfr. Grafico 13, Tabella 14)

Grafico 13– Canali che dovrebbero essere maggiormente utilizzati per diffondere le informazioni su servizi e iniziative. Risposta multipla

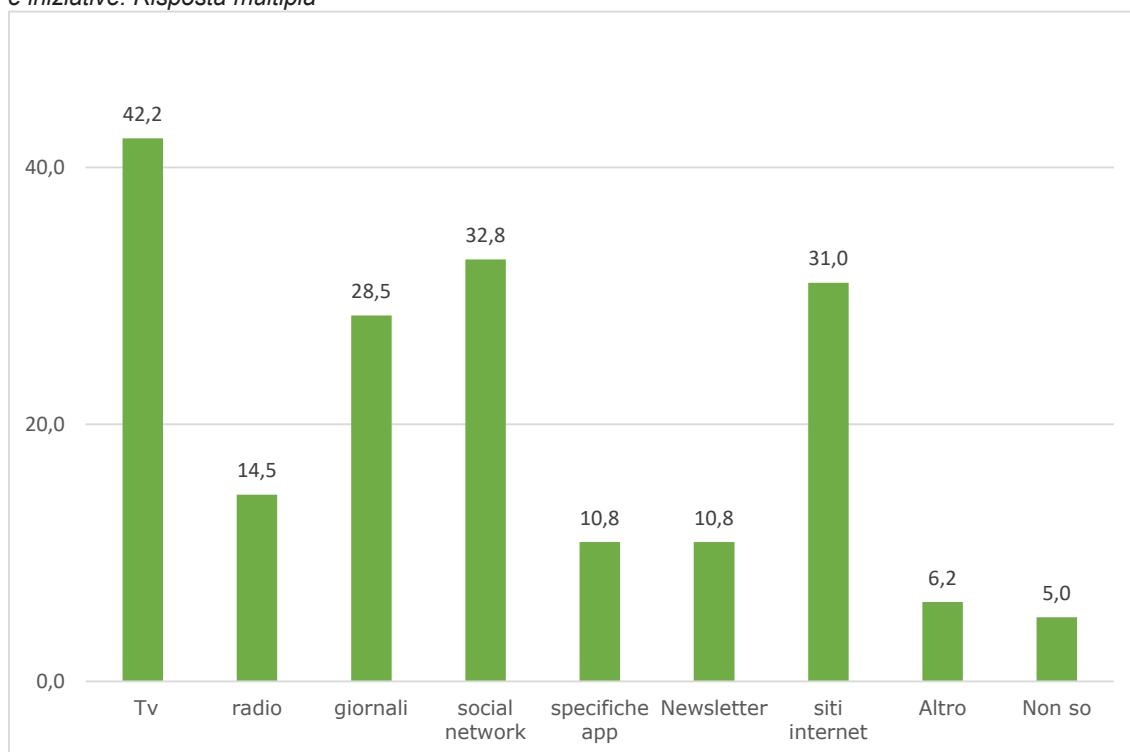


Tabella 14 – Canali che dovrebbero essere maggiormente utilizzati per diffondere le informazioni su servizi e iniziative. Analisi distinta per genere e classi di età. Risposta multipla

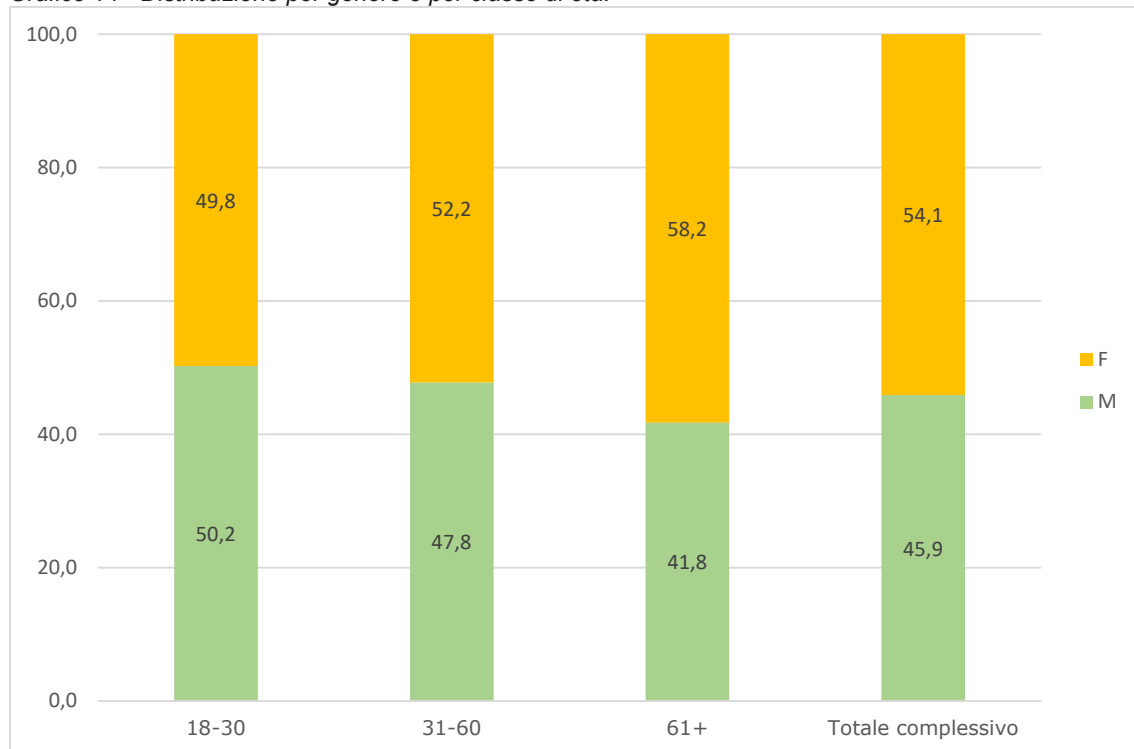
	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Tv	39,1	44,9	45,0	31,8	55,3	42,2
radio	15,0	14,1	8,7	14,1	17,3	14,5
giornali	27,2	29,5	9,4	23,7	42,0	28,5
social network	33,4	32,3	68,9	34,9	16,5	32,8
specifiche app	12,4	9,5	14,5	13,4	6,0	10,8
Newsletter	11,1	10,6	5,1	13,6	9,3	10,8
siti internet	32,3	29,9	28,4	35,7	25,7	31,0
Altro	5,5	6,8	3,6	6,6	6,5	6,2
Non so	4,4	5,5	3,6	4,6	6,0	5,0

Caratteristiche della popolazione

In questo paragrafo vengono presentate le principali caratteristiche della popolazione oggetto dell'indagine a partire dalle variabili di strato utilizzate per la selezione del campione e altre variabili strutturali rilevate dall'indagine quali il titolo di studio e la condizione occupazionale e professionale.

La popolazione intervistata è composta per il 54,1% da femmine e per il 45,9% da maschi. La distribuzione per età evidenzia come la maggior parte della popolazione osservata appartenga alla classe 31-60 anni (49,4%), il 13,8% alla classe giovanile (18-30 anni) e il 36,8% alla classe 61anni e oltre. Analizzando congiuntamente le variabili genere e classe di età si osserva che la proporzione di femmine tende a essere maggiore rispetto a quella dei maschi in maniera più evidente con l'aumentare dell'età (cfr. Grafico 14).

Grafico 14 - Distribuzione per genere e per classe di età.



Il 36,1% degli intervistati è laureato o ha ottenuto un titolo superiore, il 43,5% è diplomato, il 15,4% ha la licenza media inferiore e il 4,7% il titolo elementare. Per genere si osserva una maggiore percentuale di femmine laureate o diplomate (rispettivamente il 36,4% e il 44,4% contro il 35,7% e il 42,5% dei maschi) questi ultimi presentano una quota maggiore di chi ha un'istruzione media inferiore, il 18,1% rispetto al 13,2% delle donne.

Si rileva un'associazione fra le variabili "titolo di studio" e "classe di età": con l'aumentare dell'età il titolo di studio tende ad essere più basso. In particolare i laureati e i diplomati appartengono alle classi di età più giovani (diploma: 64,6% per i giovani e 39,2% per la classe oltre 61 anni), coloro che hanno la licenza elementare sono in prevalenza ultrasessantenni (11,6%, cfr. Tabella 15).

Tabella 15 – Titolo di studio. Analisi per genere e classe di età.

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Laurea o superiore	35,7	36,4	26,0	46,3	26,0	36,1
Diploma di maturità	42,5	44,4	64,6	40,8	39,2	43,5
Scuola media inferiore	18,1	13,2	9,4	11,9	22,5	15,4
Licenza elementare	3,5	5,7	0,0	0,8	11,6	4,7
Nessun titolo	0,2	0,4	0,0	0,2	0,5	0,3
Totale	100	100	100	100	100	100

In merito alla condizione occupazionale il 51,1% della popolazione risulta occupato (58,2% uomini e 45,2% donne), il 31,4% è pensionato, l'8,5% studente, il 5,1% è in cerca di occupazione, il 3,9% casalinga/o.

La condizione occupazionale è legata alla classe di età: gli studenti sono quasi prevalentemente giovani (60,9%), i pensionati registrano percentuali più elevate fra gli ultrasessantenni (79,1%). L'analisi di coloro che si dichiarano in condizione di disoccupazione (5,1%) mostra che, l'11,6% dei cittadini in età compresa fra i 18 e i 30 anni è in cerca di un'attività lavorativa, mentre la percentuale scende al 6,4% per quelli in età compresa fra i 31 e 60 anni (cfr. Tabella 16).

Tabella 16 – Condizione occupazionale. Analisi per genere e classe di età.

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Occupato	58,2	45,2	26,0	85,5	14,4	51,1
Disoccupato in cerca di occupazione	5,0	5,1	11,6	6,4	0,8	5,1
Casalinga	0,4	6,8	0,0	3,8	5,4	3,9
Studente	8,3	8,6	60,9	0,0	0,3	8,5
Ritirato dal lavoro	28,0	34,3	1,5	4,2	79,1	31,4
Totale	100	100	100	100	100	100

Il 59,0% di coloro che hanno un'occupazione lavora alle dipendenze come quadro, impiegato, ed è prevalentemente di genere femminile (68,7% verso il 50,2% dei maschi), il 3,7% ricopre il ruolo di dirigente, tra gli uomini la percentuale è pari al 4,1%, tra le donne al 3,3%, l'8,6% lavora come operaio mentre il 27,8% lavora come autonomo, prevalentemente uomini (34,9%, mentre le donne sono il 20,0% - tabella 17).

Tabella 17 – Posizione professionale. Analisi per genere e classe di età.

	M	F	18-30	31-60	61+	TOT
Dirigente	4,1	3,3	0,0	3,7	5,7	3,7
Quadro, impiegato	50,2	68,7	69,5	59,4	49,0	59,0
Operaio	10,1	6,9	16,7	8,0	7,6	8,6
Autonomo	34,9	20,0	13,8	27,7	37,7	27,8
Atipico	0,8	1,2	0,0	1,2	0,0	1,0
Totale	100	100	100	100	100	100

Metodologia di campionamento

L'indagine è stata effettuata utilizzando un campionamento probabilistico¹ stratificato². Il campionamento iniziale della popolazione è avvenuto partendo dall'identificazione della popolazione di riferimento, vale a dire i residenti nel comune di Firenze alla data del 31 dicembre 2019, e successivamente dell'universo di selezione, composto da tutti coloro che hanno un'età superiore ai 18 anni. Dall'anagrafe della popolazione residente, è stato estratto un campione stratificato di 1.000 individui con relative sostituzioni. La stratificazione è una metodologia che consente di utilizzare le informazioni supplementari o ausiliarie per migliorare il disegno di campionamento. Essa consiste nella classificazione della popolazione in sub popolazioni, dette strati, sulla base delle informazioni ausiliarie (fattori noti che possono influire sul rapporto tra gli intervistati e l'oggetto dell'indagine) e nella selezione di campioni indipendenti da ciascuno strato. I maggiori vantaggi della stratificazione discendono dal fatto che la dimensione dei campioni negli strati anziché essere determinata dalla casualità dell'estrazione (come avverrebbe nel campionamento casuale semplice) è sotto controllo di chi la effettua. In particolare da ciascuno strato viene estratto un numero di unità proporzionale a quello presente nella popolazione. In questa indagine la stratificazione è stata fatta in base al genere, alla classe di età (18-30, 31-60 e 61 e oltre) e al quartiere di residenza dell'individuo, per un totale di trenta strati. L'obiettivo principale del piano di campionamento adottato è quello di ottenere un campione avente una struttura distribuita per genere ed età il più simile possibile a quella della popolazione di provenienza.

Affinché le unità appartenenti al campione rappresentino anche le unità della popolazione che non vi sono incluse, a ogni unità rispondente è stato attribuito un peso campionario (detto anche coefficiente di riporto all'universo), che indica il numero di unità della popolazione che l'unità stessa rappresenta. Tale peso è pari all'inverso della frazione di campionamento ovvero al rapporto fra il totale delle unità della popolazione e il numero di unità estratte in ciascuno strato.

1 Si parla di *campione probabilistico* quando ricorrono le seguenti condizioni:

- È possibile definire l'insieme di tutti i campioni distinti estraibili dalla popolazione;
- A ciascun membro di tale insieme è assegnabile a priori una probabilità di selezione;
- Stabilito il procedimento di stima vi è una corrispondenza univoca tra campione estratto e valore della stima che da esso si ricava.

2 L'adozione di un campione stratificato è soggetta a due condizioni:

- Deve essere nota la proporzione di popolazione negli strati che si vogliono formare;
- Ogni unità della popolazione deve essere attribuibile senza equivoci a uno e uno soltanto dei possibili strati.

Appendice

Questionario

DOMANDE SUI SERVIZI

1. Quali servizi comunali utilizza/ha utilizzato?

- Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi
- Servizio Anagrafe, Stato civile, elettorale
- Servizio Tecnico
- Servizi Sociali
- Servizio Istruzione
- Servizi Culturali
- Servizio Polizia Municipale
- Altro servizio
- Nessun servizio

2. Con quale frequenza utilizza/ha utilizzato i servizi selezionati? (compariranno solo i servizi selezionati precedentemente)

	Molto frequentemente	Abbastanza frequentemente	Poco frequentemente	Preferisco non rispondere
Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi				
Servizio Anagrafe, Stato civile				
Servizio Tecnico				
Servizi Sociali				
Servizio Istruzione				
Servizio Cultura e Turismo				
Servizio Polizia Municipale				

3. Quali canali utilizza/ha utilizzato per richiedere informazioni o reperire il materiale necessario?
(compariranno solo i servizi selezionati alla domanda 1)

	Chiamo il servizio 055055	Contatto telefonicamente o via mail direttamente il servizio	Otengo tutte le informazioni consultando direttamente il sito internet	Mi reco direttamente allo sportello/ ufficio preposto	Preferisco non rispondere
Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi						
Servizio Anagrafe, Stato civile						
Servizio Tecnico						
Servizi Sociali						
Servizio Istruzione						
Servizio Cultura e Turismo						
Servizio Polizia Municipale						

Per chi ha risposto alla domanda 1 “nessun servizio” la domanda 3 diventa:

3A Qualora avesse necessità di informazioni sui servizi offerti dal Comune a quale canale si rivolgerebbe?

- Al contact center del Comune 055055
- Agli uffici del mio Quartiere
- Al telefono o e-mail diretta del servizio che mi interessa
- Al sito internet del Comune
- Allo sportello/ufficio dedicato al servizio che mi interessa
- Non saprei a chi rivolgermi
- Altro _____

4. Qual è il suo grado di soddisfazione in merito alla chiarezza delle informazioni ricevute?
(compariranno solo i servizi selezionati alla domanda 1)

	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per nulla soddisfatto	Preferisco non rispondere
Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi					
Servizio Anagrafe, Stato civile					
Servizio Tecnico					
Servizi Sociali					
Servizio Istruzione					
Servizio Cultura e Turismo					
Servizio Polizia Municipale					

5. Qual è il suo grado di soddisfazione in merito alla tempestività delle informazioni ricevute?
(compariranno solo i servizi selezionati alla domanda 1)

	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per nulla soddisfatto	Preferisco non rispondere
Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi					
Servizio Anagrafe, Stato civile					
Servizio Tecnico					
Servizi Sociali					
Servizio Istruzione					
Servizio Cultura e Turismo					
Servizio Polizia Municipale					

6. Di solito come viene a conoscenza dei nuovi servizi del Comune?

- Consultando il sito internet del Comune
- Da amici o conoscenti
- Dai social network
In caso Quali?
 - Facebook
 - Instagram
 - Telegram
 - Twitter
- Dai giornali locali
- Dai telegiornali locali
- Dalla radio
- Altro _____

DOMANDE SULLE INIZIATIVE ORGANIZZATE E/O PROMOSSE DAL COMUNE

Conosce le iniziative organizzate e/o promosse dal Comune? (musei, eventi culturali, sportivi, di beneficenza ecc.)

- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla
- Non so

6. Con quale frequenza partecipa a queste iniziative?

- Molto frequentemente
- Abbastanza frequentemente
- Poco frequentemente
- Mai
- Preferisco non rispondere

7. Quali sono le iniziative che le interessano maggiormente?

- Culturali
- Per i bambini
- Sul territorio e le tradizioni
- Su Imprese e commercio
- Sociali
- Ambientali
- Di quartiere
- Sportive
- Non so
- Altro _____

8. Quali sono i canali di comunicazione che utilizza per informarsi sulle iniziative organizzate e/o promosse dal Comune di suo interesse?

- Consultando il sito internet del Comune
- Da amici o conoscenti
- Dai social network
In caso Quali?
 - Facebook
 - Instagram
 - Telegram
 - Twitter
- Dai giornali locali
- Dai telegiornali locali

- Dalla radio
- Newsletter
- Affissioni
- Pubblicità dinamica (autobus, tramvia, treni...)
- Altro _____

9. Ci sono secondo lei delle iniziative che dovrebbero essere incrementate?

- Culturali
- Per i bambini
- Sul territorio e le tradizioni
- Su imprese e al commercio
- Sociali
- Ambientali
- Di quartiere
- Sportive
- No, perché le iniziative mi sembrano tante
- Non so

10. Quanto utilizza i canali gestiti dal comune di Firenze per informarsi su servizi e iniziative cittadine?

- Consultando il sito internet del Comune

- 1 o più volte al giorno
- 2/3 volte a settimana
- 1 volta a settimana
- 1/2 volte al mese

- Dai social network

In caso Quali?

- Facebook

- 1 o più volte al giorno
- 2/3 volte a settimana
- 1 volta a settimana
- 1/2 volte al mese

- Instagram

- 1 o più volte al giorno
- 2/3 volte a settimana
- 1 volta a settimana
- 1/2 volte al mese

- Telegram

- 1 o più volte al giorno
- 2/3 volte a settimana
- 1 volta a settimana
- 1/2 volte al mese

- Twitter

- 1 o più volte al giorno
- 2/3 volte a settimana
- 1 volta a settimana
- 1/2 volte al mese

- Newsletter
- SI
- NO
- Altro _____

11. Quali canali secondo lei dovrebbero essere utilizzati maggiormente per diffondere le informazioni su servizi e iniziative?

- Tv
- radio
- giornali
- social network
- specifiche app
- Newsletter
- siti internet
- Non so
- Altro _____

ANAGRAFICA

Genere M F

Data nascita gg/mm/aaaa

Titolo di studio

- Dottorato di ricerca o specializzazione post-laurea
- Laurea (4-6 anni) vecchio ordinamento, laurea specialistica o magistrale a ciclo unico nuovo ordinamento, laurea biennale specialistica (II livello) nuovo ordinamento
- Laurea triennale (I livello) del nuovo ordinamento/Diploma universitario (2-3 anni) vecchio ordinamento
- Diploma di maturità 4-5 anni (che permette l'accesso all'università)
- Diploma di qualifica professionale 2-3 anni (che non permette l'accesso all'università)
- Licenza media inferiore o di avviamento professionale
- Licenza elementare
- Nessun titolo

Condizione lavorativa

- Dirigente
- Quadro, impiegato
- Capo operaio, operaio subalterno e assimilati, apprendista, lavorante a domicilio per conto d'impresa
- Imprenditore
- Libero professionista
- Lavoratore in proprio (coadiuvante familiare)
- Socio cooperativa
- Collaborazione coordinata e continuativa (con o senza progetto), prestazione d'opera occasionale
- Casalinga
- Studente
- Pensionato
- Disoccupato

Risultati – Frequenze delle risposte

I CITTADINI E LE INFORMAZIONI SUI SERVIZI E SULLE INIZIATIVE COMUNALI

DOMANDE SUI SERVIZI

1. Quali servizi comunali utilizza/ha utilizzato? (risposta multipla)

	VA	%
Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi	28.122	8,9
Servizio Anagrafe, Stato civile, elettorale	195.763	61,8
Servizio Tecnico	14.455	4,6
Servizi Sociali	13.245	4,2
Servizio Istruzione	60.475	19,1
Servizi Culturali	35.072	11,1
Servizio Polizia Municipale	62.778	19,8
Nessun servizio	74.567	23,5
Totale	316.939	

2. Con quale frequenza utilizza / ha utilizzato: *Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi*

	VA	%
Molto frequentemente	637	2,3
Abbastanza frequentemente	3.479	12,4
Poco frequentemente	23.690	84,2
Preferisco non rispondere	316	1,1
Totale	28.122	100

Servizio Anagrafe, Stato civile

	VA	%
Molto frequentemente	632	0,3
Abbastanza frequentemente	16.396	8,4
Poco frequentemente	178.735	91,3
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	195.763	100

Servizio Tecnico

	VA	%
Molto frequentemente	1.560	10,8
Abbastanza frequentemente	4.716	32,6
Poco frequentemente	8.179	56,6
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	14.455	100

Servizi Sociali

	VA	%
Molto frequentemente	1.268	9,6
Abbastanza frequentemente	4.086	30,9
Poco frequentemente	7.891	59,6
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	13.245	100

Servizio Istruzione

	VA	%
Molto frequentemente	22.375	37,0
Abbastanza frequentemente	18.881	31,2
Poco frequentemente	19.219	31,8
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	60.475	100

Servizi Cultura e Turismo

	VA	%
Molto frequentemente	7.894	22,5
Abbastanza frequentemente	14.821	42,3
Poco frequentemente	12.356	35,2
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	35.072	100

Servizio Polizia Municipale

	VA	%
Molto frequentemente	2.205	3,5
Abbastanza frequentemente	8.810	14,0
Poco frequentemente	51.763	82,5
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	62.778	100

3. Quali canali utilizza / ha utilizzato per richiedere informazioni o reperire il materiale necessario:**Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi**

	VA	%
Chiamo il servizio 055055	14.500	51,6
Contatto telefonicamente o via mail direttamente il servizio	4.098	14,6
Ottingo tutte le informazioni consultando direttamente il sito internet	8.847	31,5
Mi reco direttamente allo sportello/ufficio preposto	13.609	48,4
Preferisco non rispondere	630	2,2
Totale	28.122	

Servizio Anagrafe, Stato civile

	VA	%
Chiamo il servizio 055055	67.780	34,6
Contatto telefonicamente o via mail direttamente il servizio	20.497	10,5
Ottengo tutte le informazioni consultando direttamente il sito internet	67.429	34,4
Mi reco direttamente allo sportello/ufficio preposto	111.651	57,0
Preferisco non rispondere	311	0,2
Totale	195.763	

Servizio Tecnico

	VA	%
Chiamo il servizio 055055	4.395	30,4
Contatto telefonicamente o via mail direttamente il servizio	3.444	23,8
Ottengo tutte le informazioni consultando direttamente il sito internet	7.192	49,8
Mi reco direttamente allo sportello/ufficio preposto	5.048	34,9
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	14.455	

Servizi Sociali

	VA	%
Chiamo il servizio 055055	3.165	23,9
Contatto telefonicamente o via mail direttamente il servizio	3.781	28,5
Ottengo tutte le informazioni consultando direttamente il sito internet	4.712	35,6
Mi reco direttamente allo sportello/ufficio preposto	5.695	43,0
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	13.245	

Servizio Istruzione

	VA	%
Chiamo il servizio 055055	10.660	17,6
Contatto telefonicamente o via mail direttamente il servizio	14.564	24,1
Ottengo tutte le informazioni consultando direttamente il sito internet	39.999	66,1
Mi reco direttamente allo sportello/ufficio preposto	11.953	19,8
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	60.475	

Servizi Cultura e Turismo

	VA	%
Chiamo il servizio 055055	5.088	14,5
Contatto telefonicamente o via mail direttamente il servizio	7.268	20,7
Ottengo tutte le informazioni consultando direttamente il sito internet	19.619	55,9
Mi reco direttamente allo sportello/ufficio preposto	11.964	34,1
Preferisco non rispondere	953	2,7
Totale	35.072	

Servizio Polizia Municipale

	VA	%
Chiamo il servizio 055055	22.679	36,1
Contatto telefonicamente o via mail direttamente il servizio	15.460	24,6
Ottingo tutte le informazioni consultando direttamente il sito internet	16.752	26,7
Mi reco direttamente allo sportello/ufficio preposto	25.557	40,7
Preferisco non rispondere	315	0,5
Totale	62.778	

4.Qual è il suo grado di soddisfazione in merito alla chiarezza delle informazioni ricevute:**Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi**

	VA	%
Molto soddisfatto	4.732	16,8
Abbastanza soddisfatto	20.229	71,9
Poco soddisfatto	1.263	4,5
Per nulla soddisfatto	634	2,3
Preferisco non rispondere	1.263	4,5
Totale	28.122	100

Servizio Anagrafe, Stato civile

	VA	%
Molto soddisfatto	57.064	29,1
Abbastanza soddisfatto	123.289	63,0
Poco soddisfatto	11.318	5,8
Per nulla soddisfatto	3.152	1,6
Preferisco non rispondere	940	0,5
Totale	195.763	100

Servizio Tecnico

	VA	%
Molto soddisfatto	2.511	17,4
Abbastanza soddisfatto	8.829	61,1
Poco soddisfatto	1.864	12,9
Per nulla soddisfatto	948	6,6
Preferisco non rispondere	302	2,1
Totale	14.455	100

Servizi Sociali

	VA	%
Molto soddisfatto	3.168	23,9
Abbastanza soddisfatto	7.241	54,7
Poco soddisfatto	1.884	14,2
Per nulla soddisfatto	953	7,2
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	13.245	100

Servizio Istruzione

	VA	%
Molto soddisfatto	20.178	33,4
Abbastanza soddisfatto	35.271	58,3
Poco soddisfatto	3.462	5,7
Per nulla soddisfatto	1.250	2,1
Preferisco non rispondere	314	0,5
Totale	60.475	100

Servizi Cultura e Turismo

	VA	%
Molto soddisfatto	14.817	42,2
Abbastanza soddisfatto	18.351	52,3
Poco soddisfatto	1.584	4,5
Per nulla soddisfatto		0,0
Preferisco non rispondere	319	0,9
Totale	35.072	100

Servizio Polizia Municipale

	VA	%
Molto soddisfatto	14.177	22,6
Abbastanza soddisfatto	34.375	54,8
Poco soddisfatto	10.112	16,1
Per nulla soddisfatto	3.480	5,5
Preferisco non rispondere	634	1,0
Totale	62.778	100

5. Qual è il suo grado di soddisfazione in merito alla tempestività delle informazioni ricevute:***Servizio Finanziario, Ragioneria, Tributi***

	VA	%
Molto soddisfatto	5.048	17,9
Abbastanza soddisfatto	17.984	63,9
Poco soddisfatto	3.827	13,6
Per nulla soddisfatto	634	2,3
Preferisco non rispondere	630	2,2
Totale	28.122	100

Servizio Anagrafe, Stato civile

	VA	%
Molto soddisfatto	63.047	32,2
Abbastanza soddisfatto	110.357	56,4
Poco soddisfatto	17.004	8,7
Per nulla soddisfatto	3.471	1,8
Preferisco non rispondere	1.884	1,0
Totale	195.763	100

Servizio Tecnico

	VA	%
Molto soddisfatto	3.462	23,9
Abbastanza soddisfatto	6.273	43,4
Poco soddisfatto	3.786	26,2
Per nulla soddisfatto	632	4,4
Preferisco non rispondere	302	2,1
Totale	14.455	100

Servizi Sociali

	VA	%
Molto soddisfatto	3.478	26,3
Abbastanza soddisfatto	6.306	47,6
Poco soddisfatto	2.508	18,9
Per nulla soddisfatto	953	7,2
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	13.245	100

Servizio Istruzione

	VA	%
Molto soddisfatto	20.471	33,8
Abbastanza soddisfatto	34.638	57,3
Poco soddisfatto	4.117	6,8
Per nulla soddisfatto	1.249	2,1
Preferisco non rispondere		0,0
Totale	60.475	100

Servizi Cultura e Turismo

	VA	%
Molto soddisfatto	14.485	41,3
Abbastanza soddisfatto	18.026	51,4
Poco soddisfatto	1.928	5,5
Per nulla soddisfatto		0,0
Preferisco non rispondere	634	1,8
Totale	35.072	100

Servizio Polizia Municipale

	VA	%
Molto soddisfatto	15.432	24,6
Abbastanza soddisfatto	31.207	49,7
Poco soddisfatto	11.712	18,7
Per nulla soddisfatto	3.792	6,0
Preferisco non rispondere	634	1,0
Totale	62.778	100

3.A Qualora avesse necessità di informazioni sui servizi offerti dal Comune a quale canale si rivolgerebbe? (per coloro che hanno risposto nessun servizio)

	VA	%
Al contact center del Comune 055055	22.425	30,1
Agli uffici del mio Quartiere	11.354	15,2
Al telefono o e-mail diretta del servizio che mi interessa	4.465	6,0
Al sito internet del Comune	24.306	32,6
Allo sportello/ufficio dedicato al servizio che mi interessa	6.620	8,9
Non saprei a chi rivolgermi	4.134	5,5
Altro	1.263	1,7
Totale	74.567	100

6. Di solito come viene a conoscenza dei nuovi servizi del Comune? (possibili più risposte, massimo 3) :

	VA	%
Consultando il sito internet del Comune	156.559	49,4
Da amici o conoscenti	96.443	30,4
Dai social network: Facebook	57.402	18,1
Dai social network: Instagram	19.632	6,2
Dai social network: Telegram	1.896	0,6
Dai social network: Twitter	3.785	1,2
Dai giornali locali	70.935	22,4
Dai telegiornali locali	70.690	22,3
Dalla radio	16.842	5,3
Altro	18.985	6,0
Totale	316.939	

DOMANDE SULLE INIZIATIVE ORGANIZZATE E/O PROMOSSE DAL COMUNE**7 .Conosce le iniziative organizzate e/o promosse dal Comune? (musei, eventi culturali, sportivi, di beneficenza ecc.)**

	VA	%
Molto	23.926	7,5
Abbastanza	134.363	42,4
Poco	109.699	34,6
Per nulla	46.435	14,7
Non so	2.515	0,8
Totale	316.939	100

8. Con quale frequenza partecipa a queste iniziative?

	VA	%
Molto frequentemente	10.417	3,3
Abbastanza frequentemente	59.188	18,7
Poco frequentemente	150.664	47,5
Mai	96.360	30,4
Preferisco non rispondere	311	0,1
Totale	316.939	100

9. Quali sono le iniziative che le interessano maggiormente?(possibili più risposte, massimo 3) :

	VA	%
Culturali	197.294	62,2
Per i bambini	60.834	19,2
Sul territorio e le tradizioni	54.564	17,2
Su Imprese e commercio	16.058	5,1
Sociali	42.621	13,4
Ambientali	60.217	19,0
Di quartiere	82.006	25,9
Sportive	64.347	20,3
Altro	4.763	1,5
Non so	13.903	4,4
Totale	316.939	

10. Quali sono i canali di comunicazione che utilizza per informarsi sulle iniziative organizzate e/o promosse dal Comune di suo interesse?(possibili più risposte, massimo 3)

	VA	%
Consultando il sito internet del Comune	158.659	50,1
Da amici o conoscenti	96.133	30,3
Dai social network: Facebook	73.773	23,3
Dai social network: Instagram	21.214	6,7
Dai social network: Telegram	2.523	0,8
Dai social network: Twitter	5.364	1,7
Dai giornali locali	71.842	22,7
Dai telegiornali locali	57.750	18,2
Dalla radio	15.163	4,8
Newsletter	15.773	5,0
Affissioni	22.400	7,1
Pubblicità dinamica (autobus, tramvia, treni...)	12.975	4,1
Altro	19.511	6,2
Totale	316.939	

11. Ci sono secondo lei delle iniziative che dovrebbero essere incrementate?(possibili più risposte, massimo 3) :

	VA	%
Culturali	90.480	28,5
Per i bambini	52.958	16,7
Sul territorio e le tradizioni	32.463	10,2
Su Imprese e commercio	9.445	3,0
Sociali	37.035	11,7
Ambientali	47.931	15,1
Di quartiere	53.930	17,0
Sportive	25.875	8,2
No, perché le iniziative mi sembrano tante	40.388	12,7
Non so	62.478	19,7
Totale	316.939	

12A. Quanto utilizza i canali gestiti dal comune di Firenze per informarsi sui servizi e iniziative cittadine:***Consultando il sito internet del Comune***

	VA	%
1 o più volte al giorno	9.426	3,0
2/3 volte a settimana	17.082	5,4
1 volta a settimana	31.939	10,1
1/2 volte al mese	157.929	49,8
mai	100.563	31,7
Totale	316.939	100

Dai social network: Facebook

	VA	%
1 o più volte al giorno	39.419	12,4
2/3 volte a settimana	17.043	5,4
1 volta a settimana	20.520	6,5
1/2 volte al mese	42.848	13,5
mai	197.107	62,2
Totale	316.939	100

Dai social network: Instagram

	VA	%
1 o più volte al giorno	12.950	4,1
2/3 volte a settimana	8.223	2,6
1 volta a settimana	15.834	5,0
1/2 volte al mese	20.812	6,6
mai	259.120	81,8
Totale	316.939	100

Dai social network: Telegram

	VA	%
1 o più volte al giorno	4.747	1,5
2/3 volte a settimana	2.197	0,7
1 volta a settimana	5.365	1,7
1/2 volte al mese	10.726	3,4
mai	293.904	92,7
Totale	316.939	100

Dai social network: Twitter

	VA	%
1 o più volte al giorno	6.020	1,9
2/3 volte a settimana	2.214	0,7
1 volta a settimana	7.556	2,4
1/2 volte al mese	10.731	3,4
mai	290.419	91,6
Totale	316.939	100

12B. Utilizza la newsletter gestita dal comune di Firenze per informarsi su servizi e iniziative cittadine?

	VA	%
Sì	60.468	19,1
No	256.471	80,9
Totale	316.939	100

12C. Utilizza altri canali gestiti dal comune di Firenze per informarsi su servizi e iniziative cittadine?

	VA	%
Sì	21.770	6,9
No	295.169	93,1
Totale	316.939	100

13. Quali canali secondo lei dovrebbero essere utilizzati maggiormente per diffondere le informazioni su servizi e iniziative?

	VA	%
Tv	133.904	42,2
radio	46.026	14,5
giornali	90.225	28,5
social network	104.087	32,8
specifiche app	34.338	10,8
Newsletter	34.364	10,8
siti internet	98.298	31,0
Altro	19.558	6,2
Non so	15.802	5,0
Totale	316.939	

Direzione Servizi Territoriali Integrati
Servizio Statistica e Toponomastica

Il Contact Center 055055

A cura di

*Francesca Crescioli, Ufficio Statistica Comune di Firenze
Arch. Lucia di Iasio, SILFI s.p.a.*



<i>Premessa</i>	71
<i>Sintesi dei risultati</i>	72
<i>Descrizione dell'indagine</i>	73
<i>Gli obiettivi</i>	73
<i>Metodologia adottata</i>	73
<i>I risultati</i>	74
<i>Valutazione complessiva</i>	82
<i>Caratteristiche della popolazione osservata</i>	84
<i>Appendice</i>	87
<i>Questionario</i>	87
<i>Risultati - Frequenze delle risposte</i>	89



Premessa

Il Contact Center 055055 è un servizio multicanale e multiente unificato per il territorio fiorentino, gestito da Silfi spa, in parte con personale proprio e in parte in outsourcing con assegnazione tramite procedure di gara ad evidenza pubblica. Il servizio ad oggi è attivo nei Comuni di Bagno a Ripoli, Barberino Tavarnelle, Fiesole, Firenze, San Casciano Val di Pesa, Scandicci e Sesto Fiorentino. Il contact center 055055 accoglie, ascolta, informa, indirizza e orienta il cittadino su uffici e servizi degli Enti aderenti, effettua prenotazioni per servizi specifici, raccoglie segnalazioni e suggerimenti, svolge la funzione di centralino e gestisce le richieste dell'utente al 1° livello, inoltrando quelle più specialistiche e personali agli uffici preposti (2° livello). Costituisce da 16 anni un punto di riferimento qualificato e aggiornato per il cittadino per supportarlo e orientarlo nel disbrigo delle proprie pratiche amministrative. Il fattore di successo dello 055055 è rappresentato dalla collaborazione stretta e quotidiana tra il 1° e 2° livello e dai continui refresh formativi tenuti direttamente dai responsabili dei vari servizi dei Comuni agli operatori dello 055055; tutto ciò garantisce informazioni certificate e sempre aggiornate. Tutti i contatti con i cittadini vengono tracciati su un sistema di CRM (Citizen Relationship Management), gestito e mantenuto da Silfi, che consente di monitorare le richieste relative ai servizi di ciascun Ente ed individuare eventuali input di miglioramento degli stessi. Il servizio è attivo dalle 8.00 alle 20.00, dal lunedì al sabato, e gestisce in media oltre 350.000 contatti l'anno. Nel 90% dei casi la richiesta è risolta al 1° livello, riducendo non poco le chiamate verso gli uffici comunali competenti.

Il 2020 è stato un anno anomalo a causa dell'emergenza COVID-19 e delle misure restrittive messe in atto per contenerla; ciò ha avuto un forte impatto sul servizio 055055 in ambito organizzativo, procedurale e di gestione dei contatti (oltre 455.000 contatti gestiti, tipologia di informazioni richieste e fonti informative per reperirle diversificate ed in continuo aggiornamento, uffici dei Comuni aperti al pubblico solo su prenotazione con incremento delle prenotazioni di + 166% rispetto al 2019, ecc).

Il Centro Servizi Multicanale di Silfi in collaborazione con i Comuni aderenti allo 055055 ha messo in campo una serie di azioni per continuare a garantire un servizio di qualità ai cittadini.

Gli sforzi sostenuti e la collaborazione da parte di tutti sono stati apprezzati da chi utilizza lo 055055 che ha dato una valutazione molto positiva del servizio che va dall'83% all'89%.

Il contact center 055055 rappresenta un'eccellenza ed un'esperienza consolidata e molto apprezzata nel territorio fiorentino, grazie al lavoro quotidiano e sinergico di una nutrita squadra di persone che ogni giorno, con passione, impegno e dedizione, si prende in carico le richieste dei cittadini; in particolare, gli operatori di I livello del servizio 055055, i referenti dei Comuni aderenti che fanno da raccordo tra contact center e uffici e lo staff del Centro Servizi Multicanale di Silfi.

L'indagine di citizen satisfaction, commissionata annualmente da Silfi, ha l'obiettivo di verificare e monitorare la percezione della qualità del servizio 055055 e la soddisfazione dei cittadini che lo hanno utilizzato, per coglierne i punti di forza e gli elementi di attenzione, i margini di miglioramento e possibili sviluppi ulteriori.

Essa fa parte di un piano di qualità più ampio e articolato che Silfi adotta per monitorare le performance degli operatori di I livello e garantire elevati standard di efficienza e qualità del servizio.

Sintesi dei risultati

Di seguito i principali risultati:

- Il canale principale tramite cui gli intervistati sono venuti a conoscenza del Contact Center è internet (56,8%).
- Il 68,2% degli utenti ha usufruito del servizio meno di una volta al mese nei tre mesi precedenti l'intervista, il 25,7% almeno una volta al mese e il restante 6,1% almeno una volta a settimana.
- Il 67,8% degli utenti ha valutato accettabile l'attesa prima di essere messo in contatto con l'operatore, il 17,2% minima, l'11,9% un po' troppo lunga e il 3,1% eccessiva.
- I giudizi in merito alla cortesia, disponibilità e professionalità sono molto positivi, con percentuali di soddisfazione dall'86,0% al 90,5%.
- Nel 64,9% dei casi gli operatori hanno subito individuato il problema, nel 23,1% hanno quasi sempre posto domande di chiarimento, nel 7,2% a volte e solamente nel 4,8% non sono riusciti a capire la richiesta dell'utente.
- L'89,8% degli utenti ha sempre ritenuto comprensibile il linguaggio utilizzato dagli operatori, il 6,7% quasi sempre, il 2,0% a volte e l'1,5% non lo ha valutato positivamente.
- Il 64,1% degli intervistati ha subito ottenuto le informazioni che cercava mentre il 15,1% ha dovuto telefonare più volte, il 14,4% ha trovato una soluzione dopo essere stato contattato dall'ufficio competente e nel 6,5% dei casi le richieste dell'utente non sono state soddisfatte.
- Il 47,1% degli utenti ritiene che le informazioni ricevute siano affidabili, il 41,8% complete e consistenti mentre l'11,2% le ha giudicate talvolta contraddittorie.
- Oltre il 90,0% degli intervistati (90,4%) ha avuto fiducia negli operatori e non ha 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 (94,2%), per segnalazioni (83,9%), per informazioni personalizzate (76,5%), per reclami e lamentele (74,6%) e per le prenotazioni (74,0%).
- La live chat è stata utilizzata dall'8,9% degli intervistati, di questi il 76,4% ne ha dato un giudizio positivo.
- L'84,3% degli utenti ha espresso una valutazione molto positiva (buona o ottima) del servizio ricevuto.

Descrizione dell'indagine

Gli obiettivi

Il Contact Center 055055 rappresenta ormai da anni per le Amministrazioni aderenti un punto di riferimento qualificato e aggiornato di contatto con i cittadini.

La misurazione della qualità del servizio è fondamentale e strategica, poiché consente di verificare e monitorare negli anni il livello di efficienza ed efficacia del servizio percepito dai cittadini, in un'ottica di riprogettazione e di miglioramento delle performance.

Con questa rilevazione, si è voluto valutare l'attuale grado di soddisfazione dei cittadini nei confronti del Contact Center 055055 per coglierne i punti di forza e le criticità, i margini di miglioramento e le opportunità di ulteriore sviluppo.

Gli aspetti sul servizio principalmente analizzati sono tre:

Relazionale: rapporto tra utenti e operatori (cortesia, competenza, disponibilità degli operatori);

Funzionale: tempo di attesa per parlare con l'operatore, capacità di risolvere il problema al primo contatto, chiarezza delle risposte fornite; Operativo: facilità di accesso al servizio, adeguatezza orari del servizio, facilità di trovare il numero di telefono del Contact Center o di avere informazioni.

Di grande utilità risulta essere anche il confronto con l'indagine del 2018 e 2019, in quanto consente di misurare eventuali scostamenti rispetto al valore medio della qualità del servizio ed in relazione ai tre aspetti analizzati. Dal confronto delle tre indagini emerge un dato molto interessante, ovvero che la percezione della qualità del servizio da parte degli utilizzatori, con il passare degli anni, è rimasta sempre molto alta, anzi nell'ultima indagine è addirittura cresciuta di circa 5 punti percentuali rispetto al 2018 e di oltre 3 punti percentuale rispetto al 2019.

Ciò vuol dire che nonostante l'anno 2020 sia stato un anno molto difficile per lo 055055 a causa del COVID-19 gli utenti lo hanno molto apprezzato per essere stato un canale di informazione e comunicazione con gli uffici della PA sempre attivo, disponibile, aggiornato e affidabile.

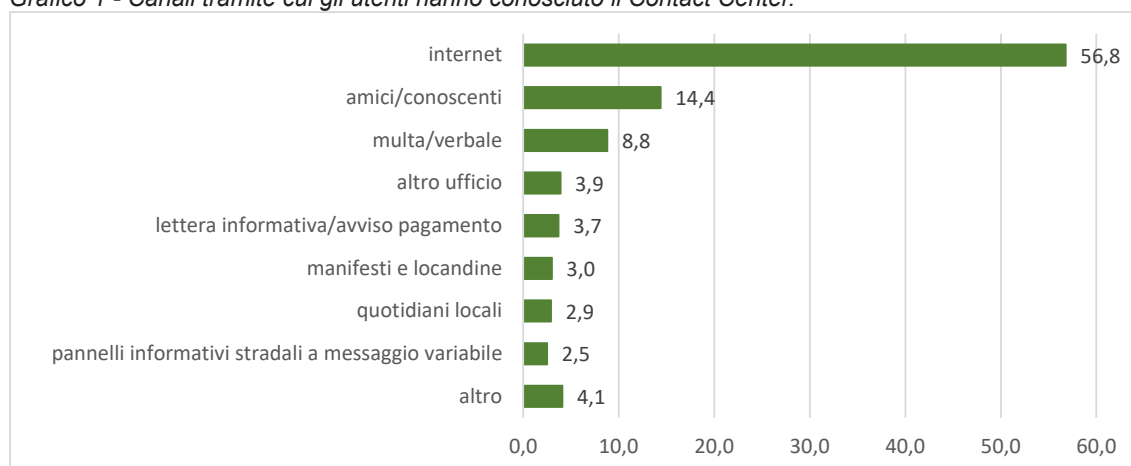
Metodologia adottata

L'indagine è stata svolta da IZI S.p.A. dal 9 al 19 dicembre 2020, utilizzando la metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing): l'intervista, strutturata attraverso un questionario, è stata condotta telefonicamente da un intervistatore che ha gestito 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 geografiche. L'impostazione, la definizione degli obiettivi di rilevazione ed il coordinamento dell'indagine sono stati curati dal Centro Servizi Multicanali di Silfi spa, mentre l'elaborazione dei dati e la redazione del rapporto finale sono stati prodotti grazie al contributo dell'Ufficio Statistica del Comune di Firenze. La lista degli utenti da intervistare è stata fornita dal Centro Servizi Multicanali di Silfi spa ed era composta da utenti che avevano contattato lo 055055 nei tre mesi precedenti l'indagine e che avevano dato il consenso a essere ricontattati per esprimere un giudizio sul gradimento del servizio ricevuto. Sono state effettuate 1.003 interviste telefoniche, ciascuna durata in media fra i 5 e i 6 minuti.

I risultati

La prima domanda posta agli utenti intervistati è finalizzata a conoscere quali sono i canali tramite cui sono venuti a conoscenza del servizio. La domanda prevede la possibilità di scegliere tra una serie di risposte o la possibilità di fornire una risposta aperta. I canali principali attraverso il quale gli intervistati sono venuti a conoscenza del Contact Center sono internet (56,8%) e amici e conoscenti (14,4%), seguiti da multa/verbale (8,8%). Percentuali inferiori si registrano per altri uffici comunali (3,9%), lettere informative/avvisi pagamento imposte comunali (3,7%), manifesti e locandine (3,0%), quotidiani locali (2,9%) e pannelli informativi stradali a messaggio variabile (2,5%). Il grafico 1 mostra le percentuali di risposta fornite a questa domanda per tutte le possibili opzioni. Confrontando i risultati con l'indagine del 2019 si conferma che il principale canale di conoscenza del Contact Center è internet, in crescita di ben 15,8 punti percentuali.

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



Indipendentemente dal genere del rispondente si nota che i canali principali attraverso cui gli intervistati sono venuti a conoscenza del servizio sono internet (maschi 55,8%, femmine 57,9%), e amici e conoscenti (maschi 13,5%, femmine 15,3%), seguiti da multe/verbali (maschi 10,6%, femmine 6,8%).

Dalla tabella 1 emerge che per le classi dei giovani (18-30 anni) e degli adulti (31-60 anni) il canale internet raggiunge quote superiori alla media (71,4% e 62,7% rispettivamente contro la media del 56,8%) mentre per gli over 60 si registra una quota superiore alla media per amici/ conoscenti (21,3% contro 14,4% di media).

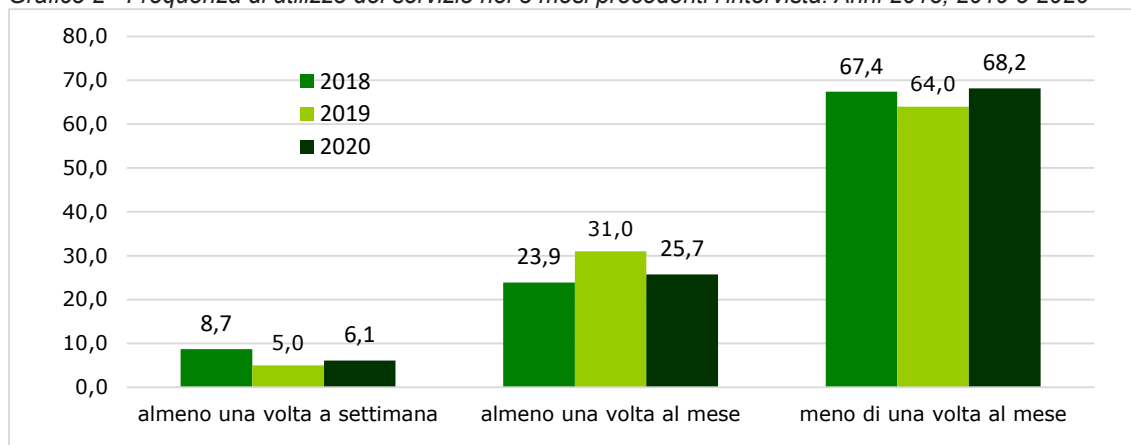
Tabella 1 - Canali tramite cui gli utenti hanno conosciuto il Contact Center, per genere e fascia di età (percentuali di colonna).

	M	F	18-30	31-60	61+	Totale
internet	55,8	57,9	71,4	62,7	41,4	56,8
multa/verbale	10,6	6,8	5,4	9,9	7,0	8,8
amici conoscenti	13,5	15,3	14,3	11,5	21,3	14,4
manifesti e locandine	2,5	3,5	5,4	2,6	3,7	3,0
quotidiani locali	3,9	1,9	1,8	2,5	4,5	2,9
pannelli informativi stradali a messaggio variabile	1,7	3,3	0,0	1,8	5,3	2,5
lettera informativa/avviso pagamento	3,9	3,5	1,8	3,3	3,3	3,7
altro ufficio	3,5	4,3	0,0	3,3	7,0	3,9
altro	4,6	3,5	0,0	2,4	6,5	4,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Le domande successive proposte agli intervistati riguardano la frequenza dell'utilizzo del servizio nei tre mesi precedenti l'intervista e la loro valutazione su alcuni aspetti del servizio stesso. Il 68,2%, ha affermato di aver utilizzato il servizio meno di una volta al mese, il 25,7% almeno una volta al mese, mentre il restante 6,1% almeno una volta a settimana.

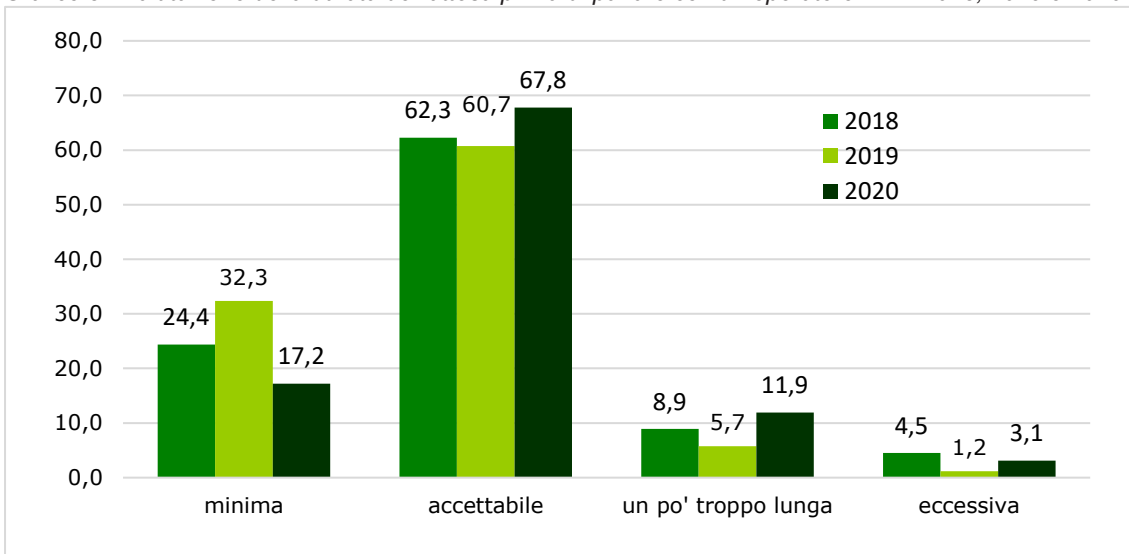
Confrontando i risultati ottenuti con le indagini precedenti si osserva un aumento della quota di coloro che utilizzano meno frequentemente il Contact Center (cfr. Grafico 2).

Grafico 2 - Frequenza di utilizzo del servizio nei 3 mesi precedenti l'intervista. Anni 2018, 2019 e 2020



Il questionario richiede successivamente la valutazione di alcuni aspetti relativi al servizio, a partire dall'attesa prima di avere una risposta da parte dell'operatore. Complessivamente gli utenti sono soddisfatti e, osservando nel dettaglio, il 17,2% ha risposto di aver avuto un tempo di attesa minimo, il 67,8% accettabile, l'11,9% un po' troppo lungo e il 3,1% eccessivo (cfr Grafico 3). Rispetto all'anno precedente i tempi di attesa si sono dilatati tornando quasi sui livelli del 2018.

Grafico 3 - Valutazione della durata dell'attesa prima di parlare con un operatore. Anni 2018, 2019 e 2020.



L'indagine si propone inoltre di ottenere una valutazione dell'operatore: agli utenti è stato richiesto di esprimere un giudizio tramite una scala di quattro livelli (Ottimo, Buono, Sufficiente, Insufficiente), relativamente a cortesia, disponibilità e professionalità dell'operatore incaricato della telefonata. Nel complesso le risposte sono molto positive: i giudizi buono e ottimo raccolgono oltre l'85,0% delle preferenze per tutte le caratteristiche di cui è stata richiesta una valutazione (cfr. Grafico 4). Le valutazioni ottime rilevano percentuali più elevate a scapito del 'buono' rispetto al 2019 e nel complesso la somma delle valutazioni positive è in leggera crescita (cfr. Grafico 4a).

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

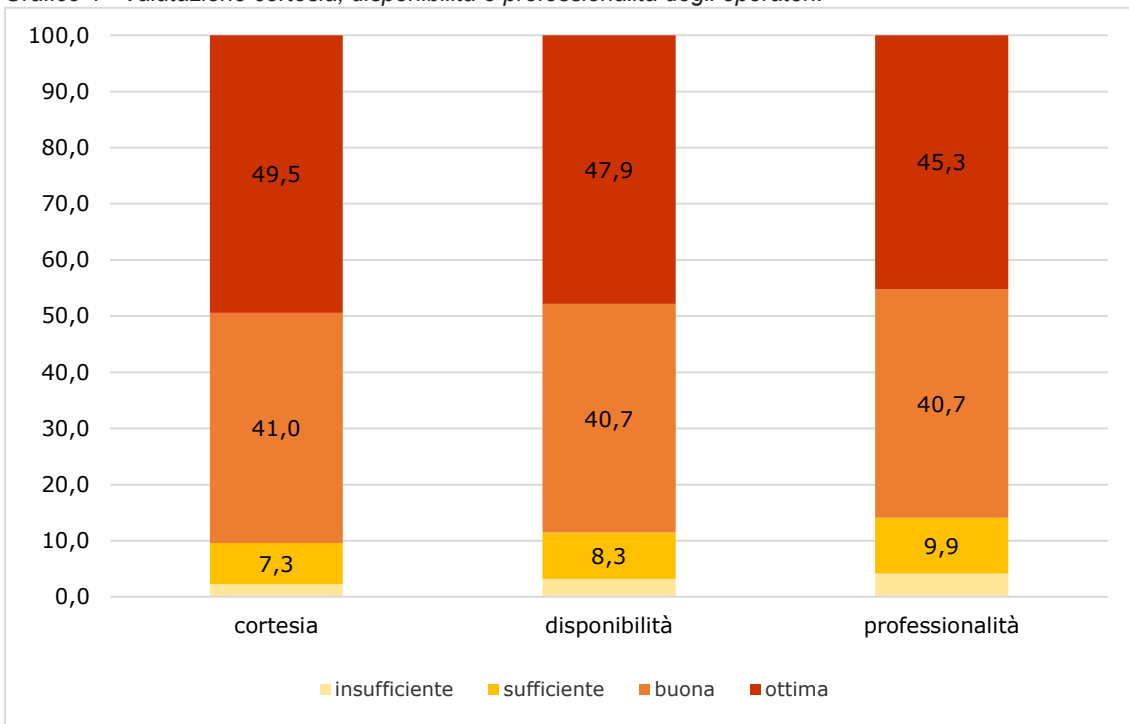
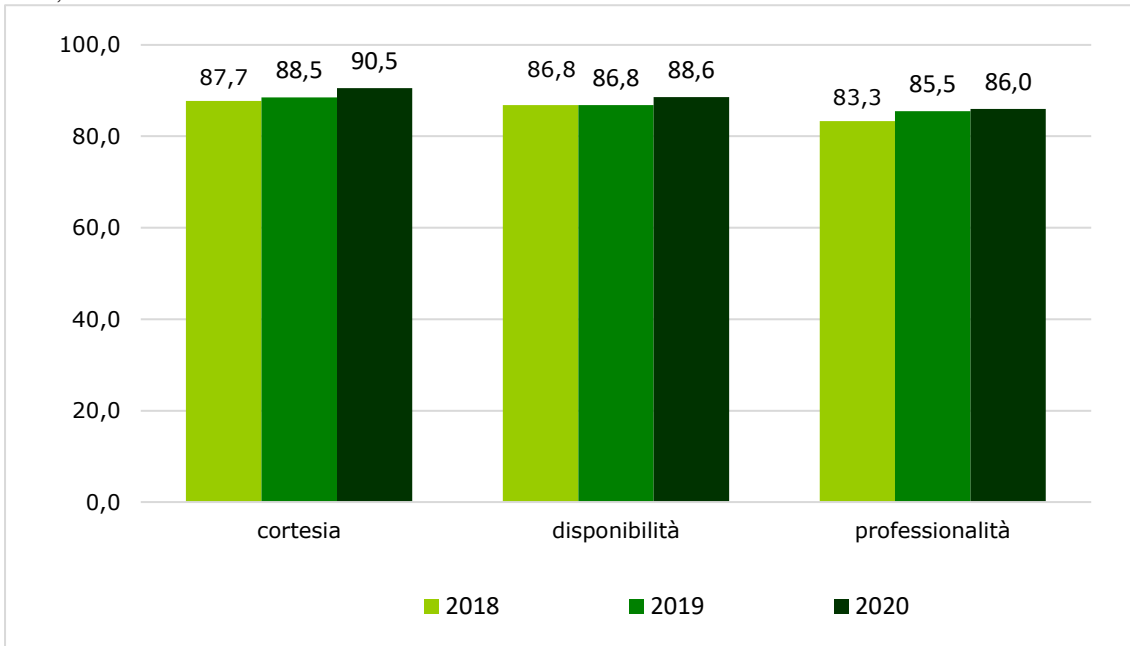


Grafico 4a - Valutazione ottima e buona della cortesia, disponibilità e professionalità degli operatori. Anni 2018, 2019 e 2020.



Relativamente all’atteggiamento tenuto dagli operatori durante la telefonata, viene chiesto di valutare in che modo si sono confrontati con l’utente e, in modo particolare, se hanno posto delle domande per comprendere meglio le richieste.

Le risposte ottenute hanno portato ai seguenti risultati: nel 64,9% dei casi gli operatori hanno subito individuato il problema, nel 23,1% hanno quasi sempre posto domande di chiarimento, nel 7,2% a volte, e per il restante 4,8% non hanno fatto domande per cercare di capire il problema posto dall’utente (cfr. Grafico 5). La situazione si conferma sostanzialmente stabile rispetto al 2019 con un aumento delle percentuali dei casi in cui è stato necessario porre domande per comprendere meglio il problema (23,1% quasi sempre e 7,2% a volte) e una lieve diminuzione dei casi in cui l’operatore ha individuato subito il problema.

Un altro aspetto che è stato richiesto di valutare è quello dell’utilizzo di un linguaggio efficace e comprensibile da parte dell’operatore. Agli intervistati è stato chiesto di valutare se il linguaggio utilizzato dagli operatori rispettassee queste caratteristiche. L’89,8% dei rispondenti ha ritenuto il linguaggio sempre comprensibile, il 6,7% quasi sempre, il 2,0% a volte e l’1,5% mai (cfr. Grafico 6). Coloro che hanno risposto “a volte” oppure “mai” hanno motivato il loro giudizio negativo principalmente attribuendo eccessiva genericità alle risposte ricevute.

Si osserva uno scostamento minimo rispetto alle valutazioni del 2019 (cfr. grafico 6).

Grafico 5 - L'operatore ha cercato di comprendere il problema. Anni 2018, 2019 e 2020.

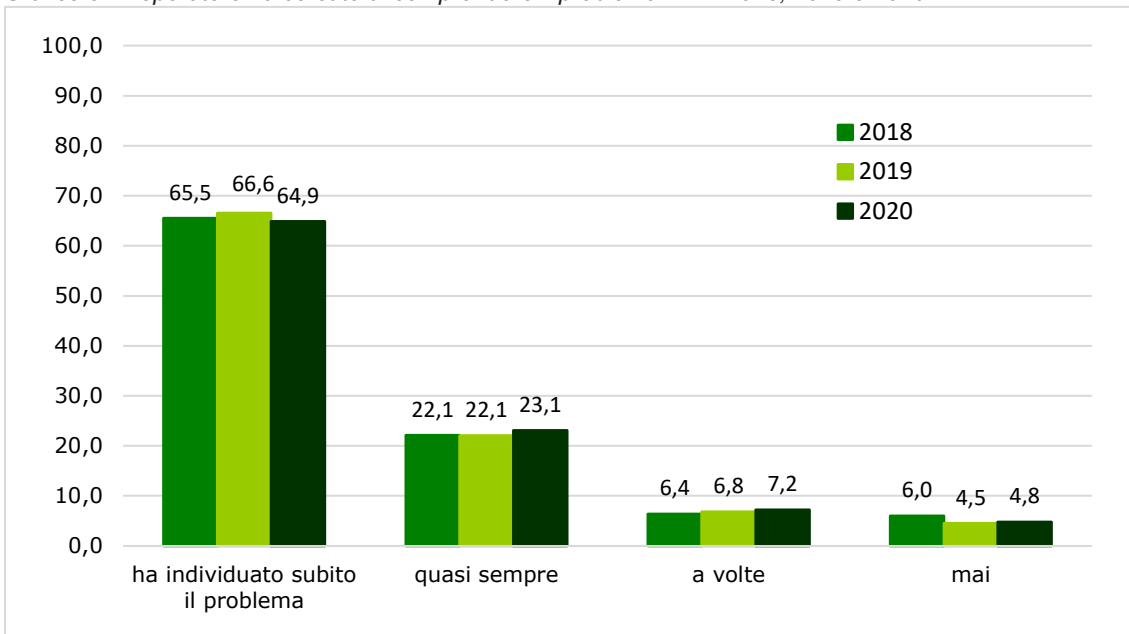
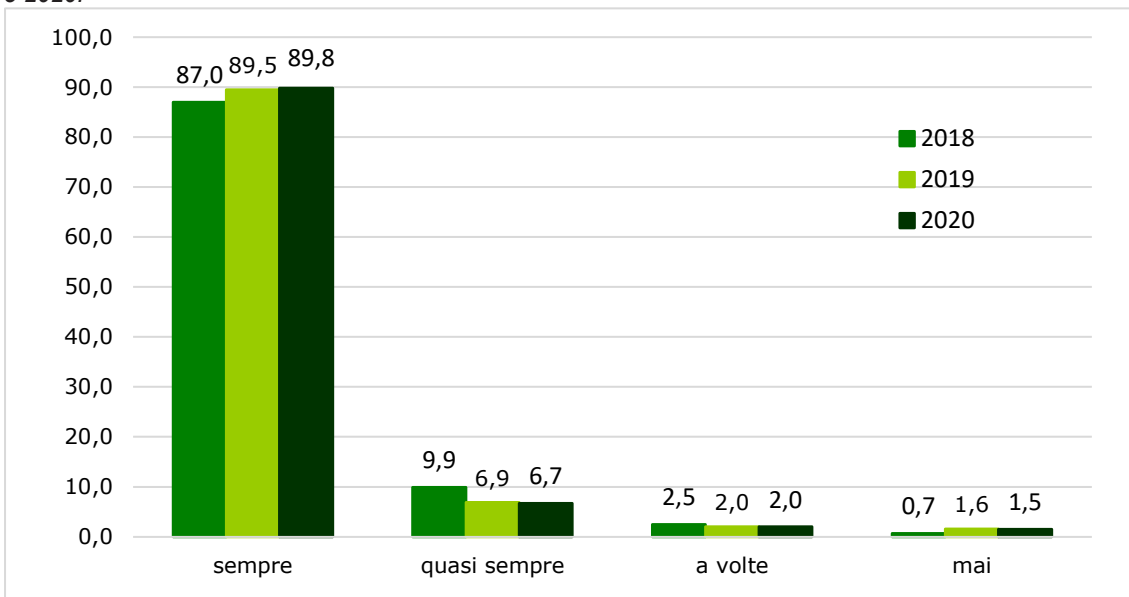


Grafico 6 - Valutazione comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato dagli operatori. Anni 2018, 2019 e 2020.

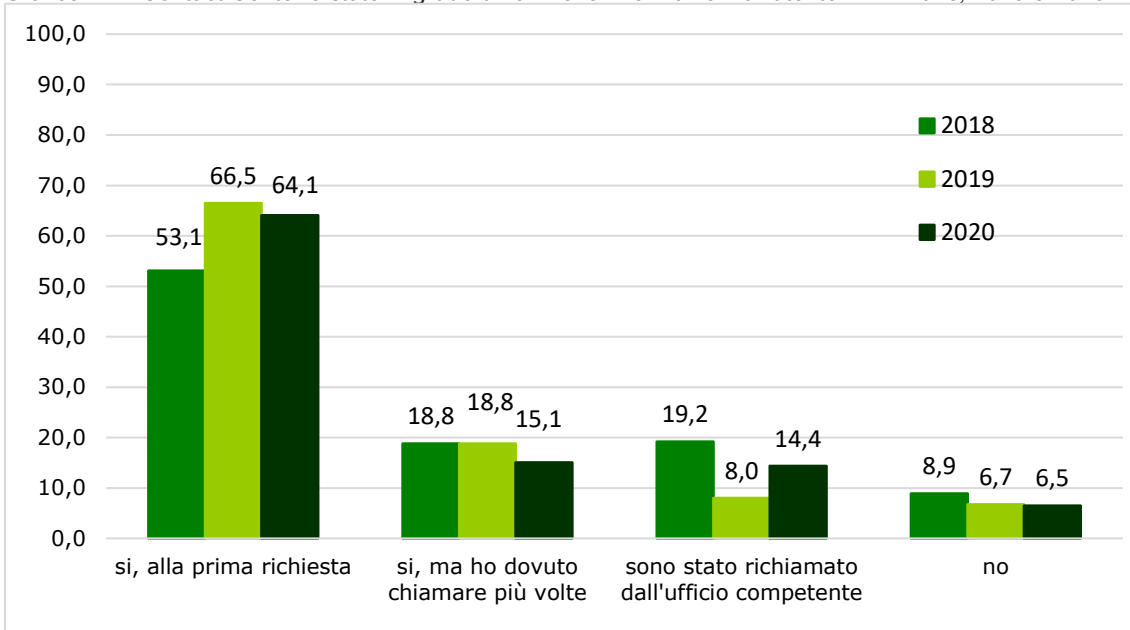


Il questionario si è posto l'obiettivo di valutare se attraverso la chiamata al Contact Center l'utente abbia ottenuto le informazioni ricercate e, in tal caso, se immediatamente o in più momenti. Il 64,1% degli intervistati ha risposto di aver ricevuto le informazioni richieste alla prima telefonata, il 15,1% di aver dovuto chiamare più volte, il 14,4% è stato ricontattato dall'ufficio competente e il 6,5% ha affermato di non aver avuto le informazioni di cui necessitava. I risultati emersi mostrano un quadro simile a quello dello scorso anno: si evidenzia un lieve calo per gli utenti che hanno

ottenuto le informazioni necessarie alla prima richiesta (-2,4 punti percentuali) e dei casi in cui gli utenti hanno dovuto chiamare più volte il Contact Center (-3,7 punti percentuali) mentre cresce la quota di coloro che sono stati richiamati dall'ufficio competente (+6,4%). Invariata la percentuale dei casi in cui l'operatore non è stato in grado di fornire una risposta (-0,2 punti percentuali - cfr. Grafico 7).

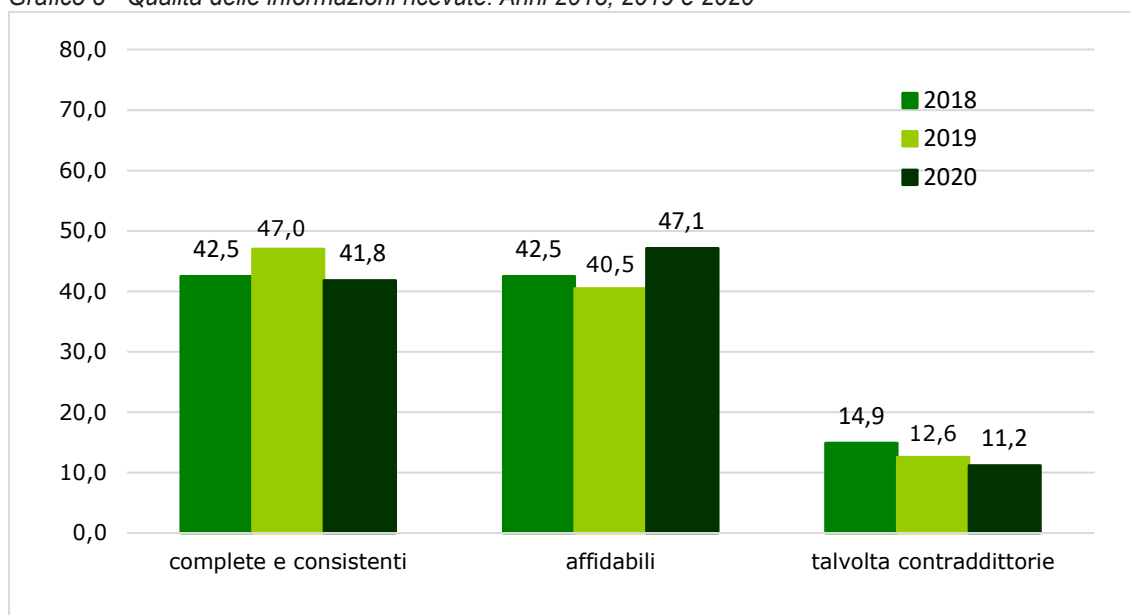
Fra coloro che sono stati ricontattati dall'ufficio competente, il 68,8% è riuscito a ottenere le informazioni ricercate, il 18,8% solo parzialmente e il restante 12,5% non ha ottenuto risposta alle proprie richieste, registrando un complessivo miglioramento rispetto al 2019. Fra coloro invece che hanno dovuto fare più di una telefonata al Contact Center, il 51,0% ha avuto la medesima risposta anche da operatori differenti, il 41,1% ha riscontrato qualche volta risposte differenti e il 7,9% dichiara di aver avuto sempre informazioni diverse. Anche in questo caso si riscontra un miglioramento rispetto all'anno precedente con un dimezzamento della percentuale di coloro che rilevano incoerenza nelle risposte di operatori diversi.

Grafico 7 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente. Anni 2018, 2019 e 2020.



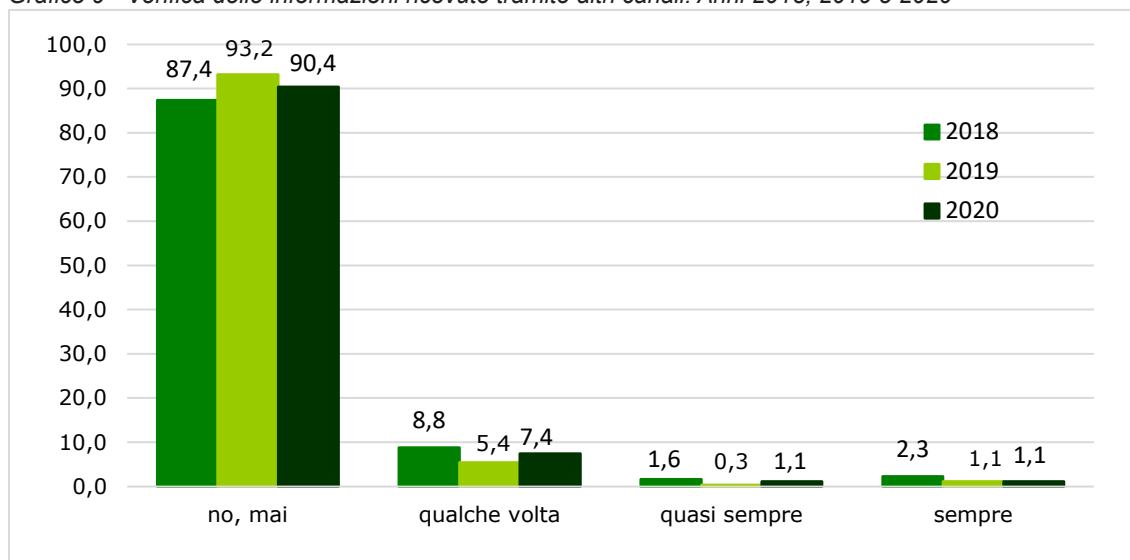
Successivamente è stata richiesta agli intervistati una valutazione in merito alla qualità delle informazioni ricevute. Si osserva che il 41,8% degli intervistati le ritiene complete e consistenti, il 47,1% le ritiene affidabili, mentre l'11,2% le ritiene talvolta contraddittorie. Rispetto agli anni scorsi cresce l'affidabilità a scapito della completezza e consistenza e continua a diminuire la contraddittorietà (cfr. Grafico 8).

Grafico 8 - Qualità delle informazioni ricevute. Anni 2018, 2019 e 2020



Un ulteriore elemento utilizzato per valutare la validità delle informazioni è la verifica della veridicità o meno delle indicazioni fornite dagli operatori. La grande maggioranza degli intervistati (90,4%), ha risposto di non aver mai verificato la veridicità delle informazioni ricevute dal Contact Center. Questo aspetto rimane in linea con quanto espresso nelle precedenti occasioni d'indagine (cfr. Grafico 9).

Grafico 9 - Verifica delle informazioni ricevute tramite altri canali. Anni 2018, 2019 e 2020



A circa tre anni dall'attivazione della live chat, accessibile dall'Area Servizi della rete civica del Comune di Firenze anche da smartphone, è stato chiesto il livello di utilizzo e una eventuale valutazione del servizio. La live chat permette di entrare in contatto con le operatrici e gli operatori dello 055055 e di ricevere informazioni e assistenza di primo livello non solo sui servizi del Comune ma anche delle aziende cittadine di servizi pubblici. Nelle ore di copertura del servizio (8-20 lunedì-sabato) la chat è attiva con operatori "reali" dall'altra parte, nei restanti orari sarà possibile comunque inviare un messaggio cui seguirà risposta via e-mail.

Risulta che l'8,9% degli intervistati abbia utilizzato la chat, in crescita di 3,5 punti percentuali rispetto allo scorso anno. Di questi, il 76,4% ne dà una valutazione positiva (buona o ottima). Coloro che ne danno un giudizio insufficiente motivano prevalentemente con il fatto di non aver risolto il loro problema.

Tabella 2 – Utilizzo live chat.

	N	%
Sì	89	8,9
No	914	91,1
Totale	1.003	100,0

Tabella 3 - Valutazione live chat.

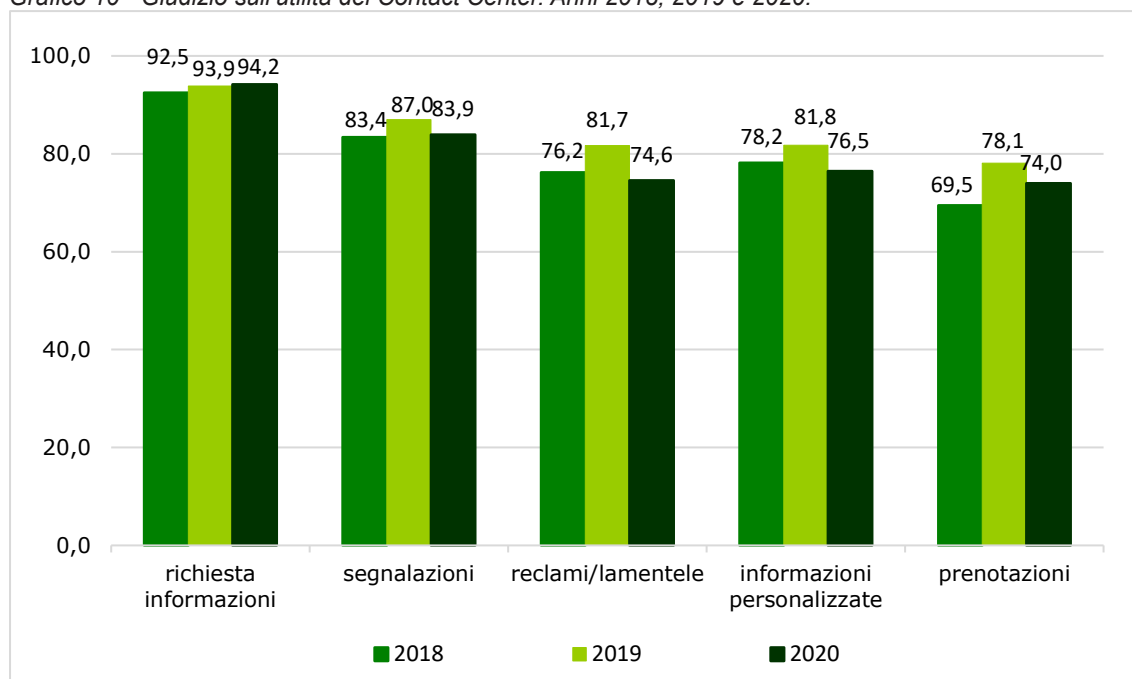
	N	%
Ottimo	18	20,2
Buono	50	56,2
Sufficiente	15	16,9
Insufficiente	6	6,7
Totale	89	100,0

Valutazione complessiva

Complessivamente gli utenti intervistati in questa indagine risultano soddisfatti del servizio ricevuto e in particolare lo ritengono utile per chiedere informazioni (94,2%), per effettuare segnalazioni (83,9%), per inoltrare reclami e lamentele (74,6%), per richiedere informazioni personalizzate (76,5%) e per prendere prenotazioni (74,0%).

Osservando il grafico 10, che mette a confronto i risultati ottenuti nei differenti anni, si nota un leggero aumento della percezione di utilità per 'richiesta informazioni' mentre tutti gli altri aspetti (segnalazioni, reclami/lamentele, informazioni personalizzate e prenotazioni) registrano un calo tonando sui livelli del 2018.

Grafico 10 - Giudizio sull'utilità del Contact Center. Anni 2018, 2019 e 2020.



Agli intervistati è stato chiesto di giudicare complessivamente il Contact Center esprimendo una valutazione tramite una scala che va da ottimo a insufficiente. La Tabella 4 riporta le percentuali assolute e cumulate della distribuzione delle valutazioni assegnate e si può osservare che l'84,3% ha espresso una valutazione molto positiva (buono o ottimo).

Tabella 4 - Valutazione complessiva del Contact center (% e % cumulate).

	%	% cumulata
Ottimo	34,9	34,9
Buono	49,5	84,3
Sufficiente	10,7	95,0
Insufficiente	5,0	100,0
Totale	100,0	-

Al termine del questionario viene presentato agli intervistati un quesito aperto volto ad ottenere eventuali suggerimenti per migliorare il servizio. Il 76,9% degli intervistati non ha ritenuto necessario aggiungere considerazioni, gli altri hanno espresso le loro osservazioni che sono state ricodificate nella tabella 5.

Il 7,7% degli utenti ritiene che il personale debba essere più preparato e professionale, il 4,5% solleva il problema legato alle tempistiche ritenute troppo lunghe, il 3,6% vorrebbe un miglioramento in generale del servizio, e il 2,6% propone di creare o migliorare il collegamento con gli uffici competenti.

Tabella 5 - Suggerimenti degli utenti per il miglioramento del servizio.

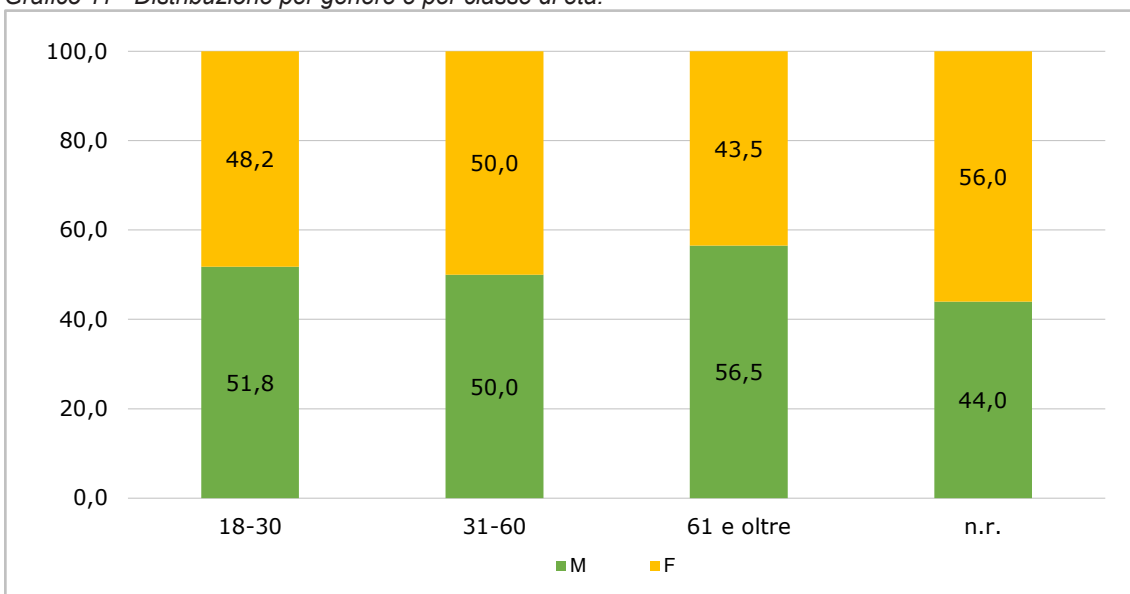
	%
Nessun suggerimento	76,9
Migliorare le tempistiche	4,5
Migliorare aspetto professionale/competenze operatore	7,7
Cittadino è ancora in attesa di risposte/problemi non risolti	2,5
Creare/migliorare collegamento diretto con gli uffici competenti	2,6
Migliorare/ampliare il servizio in generale	3,6
altro	2,2
Totale complessivo	100,0

Caratteristiche della popolazione osservata

In questo paragrafo vengono presentate le principali caratteristiche degli utenti che hanno partecipato all'indagine.

La popolazione intervistata è composta per il 48,4% da femmine e per il 51,6% da maschi. La distribuzione per età evidenzia come la maggior parte della popolazione osservata appartenga alla classe "31-60 anni" (65,8%), il 26,1% alla classe "61anni e oltre" e il 5,6% alla classe giovanile (18-30 anni); si osserva anche una percentuale di non risposta pari al 2,5%. Analizzando congiuntamente le variabili genere e classe di età si osserva che nella classe intermedia (31-60 anni) si ha la perfetta parità dei generi, mentre la classe degli ultrasessantenni è quella in cui la quota dei maschi è superiore alla media (56,5% vs 51,6% - cfr. Grafico 11).

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



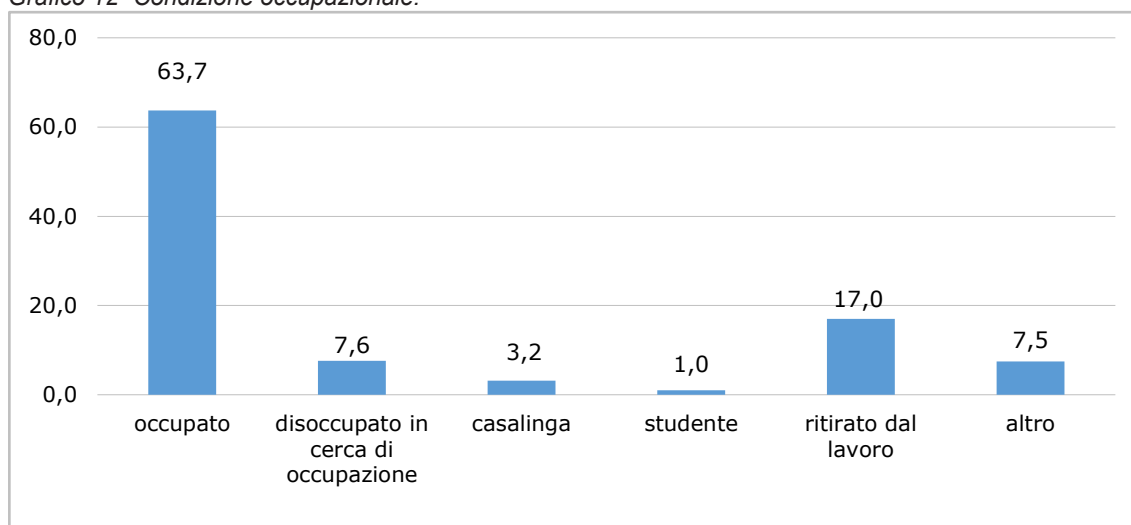
Il 30,8% degli utenti è laureato o ha ottenuto un titolo superiore, il 42,9% è diplomato, il 17,9% ha la licenza media inferiore e il 2,1% il titolo elementare. La tabella 6 riporta la distribuzione del titolo di studio per genere e classe di età.

Tabella 6 - Distribuzione per genere e fascia di età del titolo di studio (percentuali di colonna).

	M	F	18-30	31-60	61+	n.r.	Totale
Diploma di Laurea	27,2	34,6	37,5	34,2	22,5	12,0	30,8
Diploma di scuola superiore	43,8	41,9	44,6	43,5	40,5	48,0	42,9
Licenza Media Inferiore	21,4	14,2	14,3	16,2	24,4	4,0	17,9
Licenza Elementare	1,7	2,5	0,0	0,3	7,3	0,0	2,1
Nessun titolo	0,0	0,2	0,0	0,0	0,4	0,0	0,1
n.r.	5,8	6,6	3,6	5,8	5,0	36,0	6,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

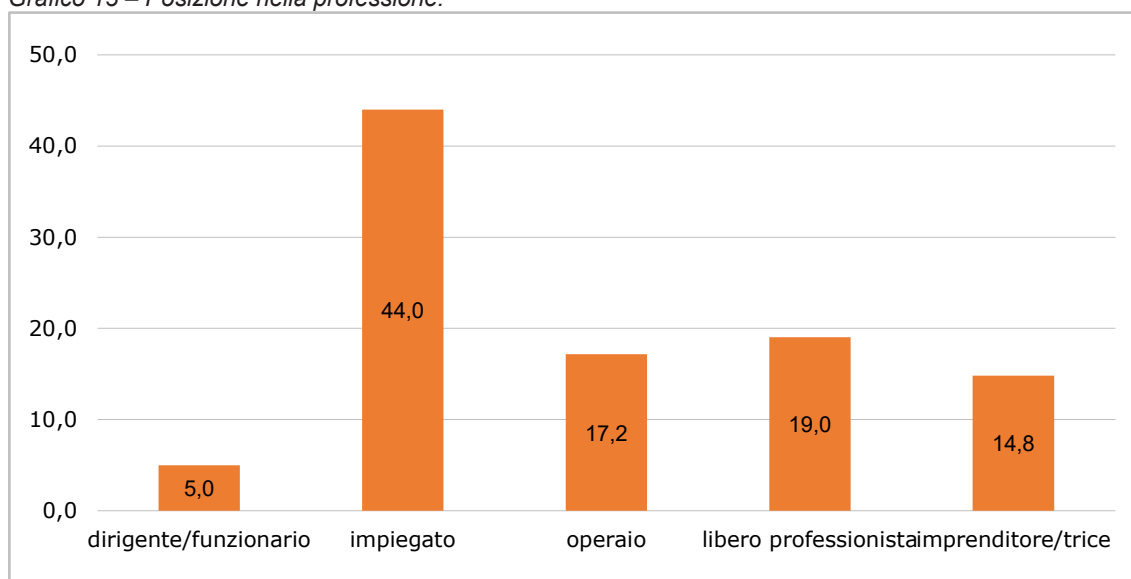
In merito alla condizione occupazionale il 63,7% degli intervistati si dichiara occupato, il 3,2% casalinga, il 7,6% in cerca di occupazione, l'1,0% studente e il 17,0% pensionato (cfr. Grafico 12).

Grafico 12- Condizione occupazionale.



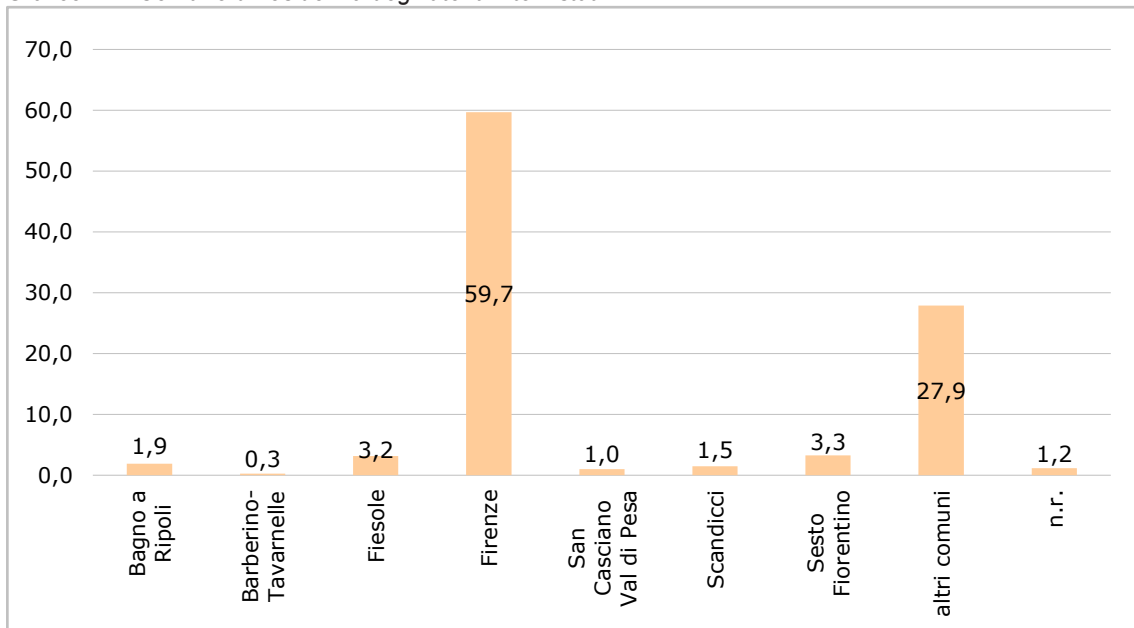
Poco meno della metà degli utenti intervistati occupati lavora come impiegato/a (44,0%); il 17,2% lavora come operaio, mentre il 19,0% lavora come libero professionista cui si aggiunge il 14,8% di imprenditori/trici (cfr. grafico 13).

Grafico 13 – Posizione nella professione.



Nell'ambito delle caratteristiche personali è stato richiesto all'intervistato di indicare il comune di residenza: sono stati esplicitati i comuni in cui il servizio di Contact Center è attivo, mentre coloro che hanno chiamato da un altro comune sono raggruppati nella modalità 'altri comuni'. Risulta che il 59,7% degli intervistati risiede a Firenze, il 3,3% a Sesto Fiorentino, il 3,2% a Fiesole, l'1,9% a Bagno a Ripoli, l'1,5% a Scandicci, l'1,0% a San Casciano Val di Pesa, e lo 0,3% a Barberino Tavarnelle; il 27,9% risiede in un altro comune non servito dallo 055055 (cfr. Grafico 14).

Grafico 14 - Comune di residenza degli utenti intervistati.



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
- mai

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

- rispondono in modo generico
- usano un linguaggio eccessivamente tecnico
- 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. Ritieni 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. Ritieni 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. Ha mai utilizzato la chat del Comune? (la live chat è accessibile nell'area Servizi del sito del Comune di Firenze www.comune.fi.it)

si

no

12. (se ha utilizzato la chat) Come valuta il servizio di chat?

Ottimo

Buono

Sufficiente

Insufficiente

13. (se giudica insufficiente la chat) Indichi il motivo?

non ho ricevuto una risposta esaustiva alla mia richiesta

ho avuto difficoltà a utilizzare la chat

14. Complessivamente come valuta il servizio di Contact Center

Ottimo

Buono

Sufficiente

Insufficiente

15. Suggestioni per migliorare il servizio:

Risultati – Frequenze delle risposte

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

	N	%
internet	570	56,8
amici/conoscenti	144	14,4
multa/verbale	88	8,8
altro ufficio	39	3,9
Lettera informativa/avviso pagamento	37	3,7
manifesti e locandine	30	3,0
pannelli informativi stradali a messaggio variabile	25	2,5
quotidiani locali	29	2,9
altro	41	4,1

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

	N	%
Meno di una volta al mese	684	68,2
Almeno una volta al mese	258	25,7
Almeno una volta a settimana	61	6,1
Totale	1.003	100,0

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

	N	%
Minima	173	17,2
Accettabile	680	67,8
Un po' troppo lunga	119	11,9
Eccessiva	31	3,1
Totale	1.003	100,0

Tabella 4 - Valutazione operatori telefonici: cortesia.

	N	%
Ottima	496	49,5
Buona	411	41,0
Sufficiente	73	7,3
Insufficiente	23	2,3
Totale	1.003	100,0

Tabella 5 - Valutazione operatori telefonici: disponibilità.

	N	%
Ottima	480	47,9
Buona	408	40,7
Sufficiente	83	8,3
Insufficiente	32	3,2
Totale	1.003	100,0

Tabella 6 - Valutazione operatori telefonici: professionalità

	N	%
Ottima	454	45,3
Buona	408	40,7
Sufficiente	99	9,9
Insufficiente	42	4,2
Totale	1.003	100,0

Tabella 7 - L'operatore ha posto domande per comprendere il problema.

	N	%
Ha individuato subito il problema	651	64,9
Quasi Sempre	232	23,1
A volte	72	7,2
Mai	48	4,8
Totale	1.003	100,0

Tabella 8 - Chiarezza e comprensibilità del linguaggio utilizzato dagli operatori.

	N	%
Sempre	901	89,8
Quasi sempre	67	6,7
A volte	20	2,0
Mai	15	1,5
Totale	1.003	100,0

Tabella 9 - Valutazione linguaggio utilizzato dagli operatori: se MAI o A VOLTE, perché?

	N	%
Rispondono in modo generico	14	40,0
usano un linguaggio eccessivamente tecnico	3	8,6
usano un linguaggio troppo confidenziale e non pertinente	5	14,3
altro	13	37,1
Totale	35	100,0

Tabella 10 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente.

	N	%
Si, alla prima richiesta	643	64,1
Si, ma ho dovuto chiamare più volte	151	15,1
Non subito, ma sono stato richiamato dall'ufficio competente	144	14,4
No	65	6,5
Totale	1.003	100,0

Tabella 11 - Il Contact Center è stato in grado di fornire le informazioni all'utente: è stato ricontattato dall'ufficio competente.

	N	%
Si	99	68,8
No	18	12,5
Parzialmente	27	18,8
Totale	144	100,0

Tabella 12 – Ha riscontrato risposte diverse fra gli operatori del Contact Center: ha dovuto richiamare più volte.

	N	%
Mai	77	51,0
Qualche volta	62	41,1
Sempre	12	7,9
Totale	151	100,0

Tabella 13 - Qualità delle informazioni ricevute.

	N	%
Complete e consistenti	419	41,8
Affidabili	472	47,1
Talvolta Contraddittorie	112	11,2
Totale	1.003	100,0

Tabella 14 - Verifica delle informazioni ricevute tramite altri canali.

	N	%
No, mai	907	90,4
Qualche volta	74	7,4
Quasi Sempre	11	1,1
Sempre	11	1,1
Totale	1.003	100,0

Tabella 15 - Utilità del Contact Center.

	SI	NO	Totale
Chiedere informazioni	94,2	5,8	100,0
Segnalazione	83,9	16,1	100,0
Reclami/ Lamentele	74,6	25,4	100,0
Informazioni Personalizzate	76,5	23,5	100,0
Prenotazioni	74,0	26,0	100,0

Tabella 16 – Utilizzo della live chat

	N	%
Si	89	8,9
No	914	91,1
Totale	1.003	100,0

Tabella 17 - Valutazione servizio di chat

	N	%
Ottimo	18	20,2
Buono	50	56,2
Sufficiente	15	16,9
Insufficiente	6	6,7
Totale	89	100,0

Tabella 18 - Valutazione complessiva del Contact Center.

	N	%	% cum.
Ottimo	350	34,9	34,9
Buono	496	49,5	84,3
Sufficiente	107	10,7	95,0
Insufficiente	50	5,0	100,0
Totale	1.003	100,0	







1. *Introduction*

2. *Methodology*

3. *Results*

4. *Discussion*

5. *Conclusion*

6. *References*

7. *Appendix*

8. *Notes*

9. *Tables*

10. *Figures*