

NoProfit

COMPARATIVO risultati questionari
"In ascolto...delle associazioni"
del 1° e 2° semestre 2021



COMUNE di PADOVA

Codice Fiscale 00644060287
Settore Gabinetto del Sindaco

Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

INTRODUZIONE

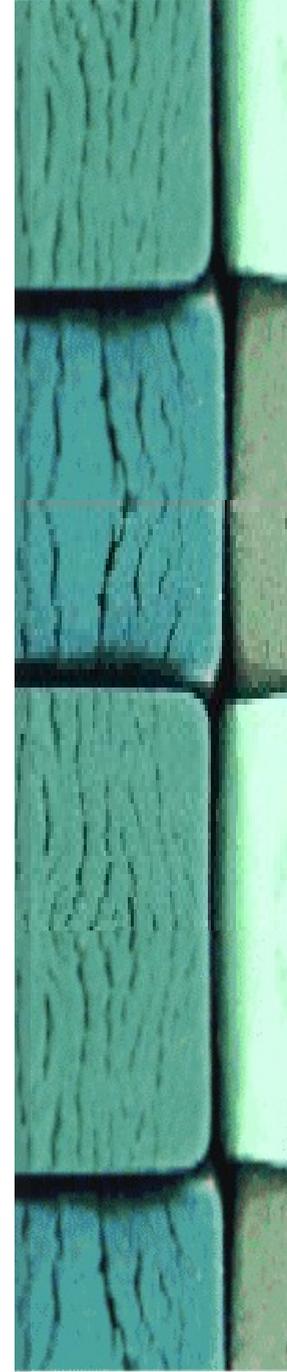
Questa relazione mette a confronto i risultati ottenuti nel 1° e nel 2° semestre 2021 per verificare eventuali cambiamenti di percezione nei servizi prestati dagli Uffici appartenenti al Settore del Gabinetto del Sindaco, anche in funzione di alcune azioni sviluppate a seguito del 1° risultato semestrale.

Nel 2° semestre si segnala l'iscrizione di nuove associazioni (31) che possono avere influito nell'esito di alcuni quesiti.

Per quanto riguarda il metodo, si è proceduto con la comparazione dei risultati in percentuale. Soltanto in alcuni casi, quando la domanda permetteva l'inserimento di più risposte, il calcolo percentuale è stato sostituito dal totale corrispondente ad ogni risposta.

Da osservare anche il numero di partecipanti al questionario semestrale, che si è ridotto di circa il 20% nel secondo semestre, passando da 92 a 72 compilazioni (ovvero il 7,23% delle 996 associazioni).

Per una corretta valutazione ed un proficuo lavoro di miglioramento del servizio sarebbe importante individuare strategie di coinvolgimento, ampliando eventualmente i canali di partecipazione (i.e. creazione di un questionario "A" per le nuove associazioni da compilare in occasione della prima iscrizione, questionario "B", attuale, da allegare in occasione dei rinnovi e sempre visibile mediante un banner in padovanet o noprofit).



CONFRONTO DOMANDE

giugno - dicembre 2021



Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

Domande: 1. E' LA PRIMA VOLTA CHE SI RIVOLGE AGLI UFFICI DEL GABINETTO DEL SINDACO?

1° sem. /21
(in %)

si	9
no	91

2° sem. /21
(in %)

si	22
no	77
non ha risposto	1

SI + 13%

Il risultato del 2° semestre può essere frutto di 3 situazioni: presenza di nuove associazioni rispetto al 1° semestre; offerta di nuovi servizi per i quali si è reso necessario un maggiore contatto con gli Uffici; puramente casuale, in base al campione che ha risposto.

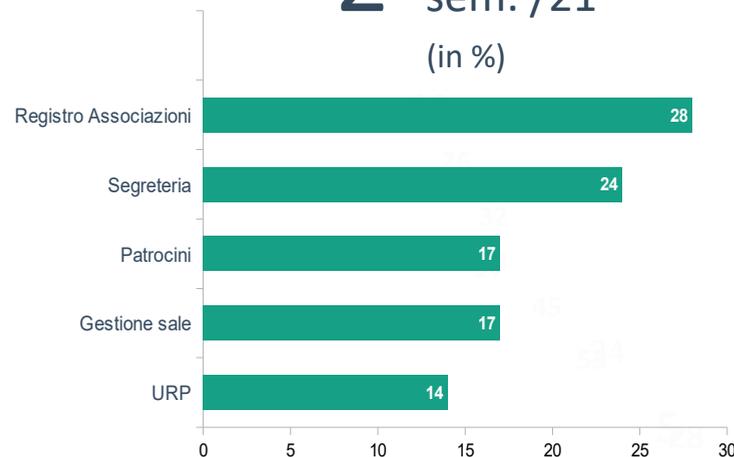
Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

Domande: 2. QUALI SONO GLI UFFICI CHE CONTATTA PIÙ FREQUENTEMENTE?

1° sem. /21
(in %)

Registro Associazioni	26
Segreteria	22
Patrocini	21
Gestione sale	18
URP	13

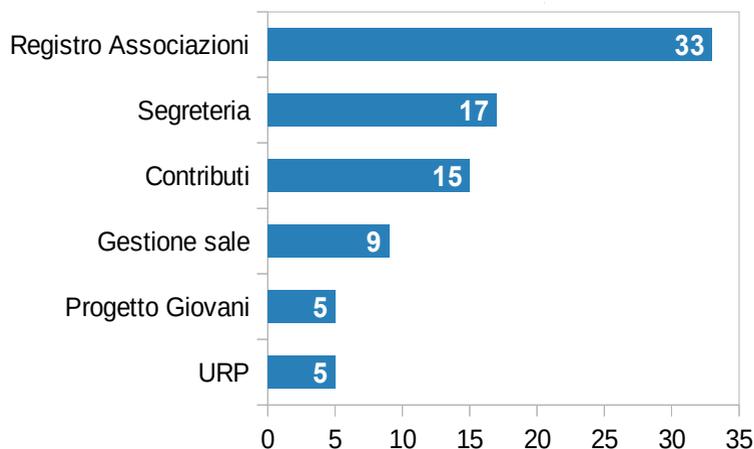
2° sem. /21
(in %)



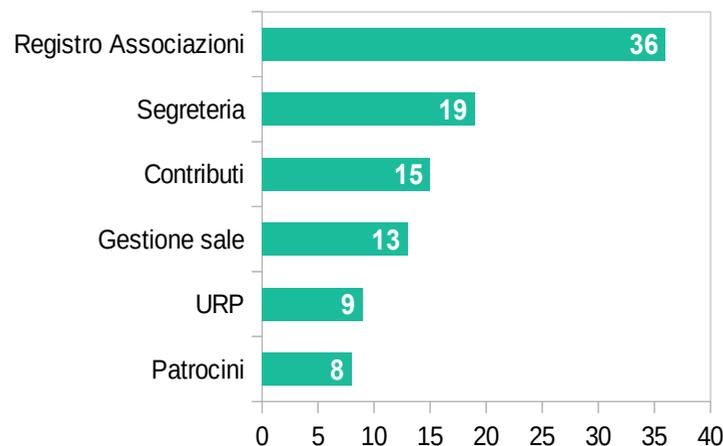
Sono lievemente aumentati i contatti al registro Associazioni e alla Segreteria, che rimangono gli uffici con maggiori rapporti col pubblico (forse anche per la scadenza del rinnovo iscrizioni). La Gestione Sale mantiene la stessa percentuale rispetto al 1° semestre, così come l'URP, mentre scende un po' l'ufficio Patrocini (-4%) .

Domande: 3. QUAL E' L'UFFICIO CHE HA MAGGIORMENTE FREQUENTATO DA GENNAIO 2021?

1° sem. /21
(in %)



2° sem. /21
(in %)



Le risposte del 2° semestre evidenziano un aumento generale dei contatti agli uffici del Settore in analisi: +3% Reg. Associazioni; +2% Segreteria; +4% Gestione Sale; +4% URP. Da segnalare tuttavia che *Progetto Giovani* non compare tra i primi 6 risultati del 2° semestre, mentre spunta nel 2° semestre l'Uff. *Patrocini*, forse anche in funzione della ripresa delle attività, dopo l'emergenza sanitaria.

Nota: le domande 2 e 3, per la loro somiglianza, potevano creare dei dubbi. Forse per questo il risultato di "Patrocini" è diverso nelle due due risposte.

Domande: 4. CON QUALE FREQUENZA SI RIVOLGE A QUEST'UFFICIO?

1° sem. /21

(in n° di risposte)

Una o due volte l'anno	30
Meno di una volta al mese	15
Raramente	30
Una o due volte al mese	16
Una o due volte la settimana	1
TOT. associazioni	92

poca

molta

2° sem. /21

(in n° di risposte)

Una o due volte l'anno	28
Meno di una volta al mese	20
Raramente	16
Una o due volte al mese	7
Una o due volte la settimana	1
TOT. associazioni	72

Domande: 4. CON QUALE FREQUENZA SI RIVOLGE A QUEST'UFFICIO?

1° sem. /21
(in %)

Una o due volte l'anno	33
Meno di una volta al mese	16
Raramente	33
Una o due volte al mese	17
Una o due volte la settimana	1

poca

molta

2° sem. /21
(in %)

Una o due volte l'anno	39
Meno di una volta al mese	28
Raramente	22
Una o due volte al mese	10
Una o due volte la settimana	1

La somma dei tre parametri di contatti meno frequenti dimostra che il totale equivale all'83% nel 1° semestre e all' 89% nel secondo semestre, quindi una crescita del 6% pur con minor numero di risposte.

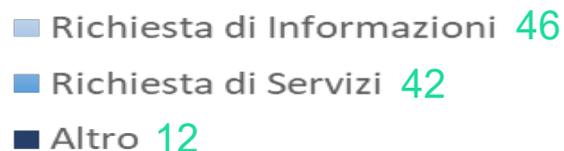
I contatti frequenti ("1-2 volte/mese" e "1-2 volte/settimana") sono in entrambi i casi ridotti (la somma dei due è pari al 18% nel 1° sem. e 11% nel 2° sem.). Questo calo è proporzionale all'aumento dei contatti meno frequenti nel 2° semestre

Domande: 5. PER QUALE MOTIVO SI RIVOLGE A QUEST'UFFICIO?

1° sem. /21
(in %)

Richiesta di informazioni	42
Richiesta di servizi	41
Altro	17

2° sem. /21
(in %)



Si registra un lieve aumento da un semestre all'altro nelle Richieste ("di Informazioni": + 4% e "di Servizi": +1%). Si riducono i motivi che compongono la risposta "Altro" (12% del totale nel 2° sem.) tra cui anche il "Rinnovo / iscrizione Registro associazioni" che però presenta un buon 30% all'interno di questo gruppo che comprende anche: Cerimonie, Progetti, Lettere al Sindaco.

Domande: 6. QUANTE VOLTE, DA GENNAIO, HA UTILIZZATO UNO DEI SEGUENTI CANALI PER FRUIRE DEL SERVIZIO?

1° sem. /21
(in %)

e-mail	31
telefono	27
internet	17
sportello	12
pec	9
Portale istanze online	4

2° sem. /21
(in %)

e-mail	29
telefono	24
internet	13
pec	12
sportello	11
portale "istanze online"	11

Nei due semestri, la forma di accesso più frequente è quella tramite e-mail, seguita dal contatto telefonico e dalle ricerche in internet. Nel secondo semestre, tuttavia, sono **umentati** il contatto via **PEC (+3%)** e Portale "**Istanze online**" **(+7%)**.

Nota: la somma di tutti i parametri digitali (email, internet, pec, istanze online) dimostra una crescita nell'utilizzo di questi canali (61% nel 1° sem. e 65% nel 2° sem.), con un aumento in percentuale nel 2° semestre (+4%).

Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

Domande: 7. QUANTO SI RITIENE SODDISFATTO DEL SERVIZIO OFFERTO DALL'UFFICIO RISPETTO A:

1° sem. /21
(in %)

2° sem. /21
(in %)

	Molto o abbastanza	Poco o nulla
Facilità nell'individuazione dell'ufficio	92	8
Orari di apertura per l'accesso al servizio	89	11
Tempi di attesa per accedere al servizio	95	5
Comfort degli uffici	94	6
Chiarezza delle informazioni ricevute	97	3
Cortesìa del personale	98	2
Professionalità del personale	97	3
Tempi di risposta	89	11
Facilità individuazione modulistica online	77	23
Chiarezza modulistica in Internet	76	24

	molto / abbastanza	poco / nulla
Facilità nell'individuazione dell'ufficio	93	7
Orari di apertura per l'accesso al servizio	90	10
Tempi di attesa per accedere al servizio	86	14
Comfort degli uffici	92	8
Chiarezza delle informazioni ricevute	94	6
Cortesìa del personale	96	4
Professionalità del personale	97	3
Tempi di risposta	89	11
Facilità individuazione modulistica online	71	29
Chiarezza modulistica in Internet	78	22

Domande: 7. QUANTO SI RITIENE SODDISFATTO DEL SERVIZIO OFFERTO DALL'UFFICIO RISPETTO A:

Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

Domande: 7. QUANTO SI RITIENE SODDISFATTO DEL SERVIZIO OFFERTO DALL'UFFICIO RISPETTO A:

1° sem. /21 (in %)			2° sem. /21 (in %)		
	Molto o abbastanza	Poco o nulla		molto / abbastanza	poco / nulla
Facilità nell'individuazione dell'ufficio	92	8	Facilità nell'individuazione dell'ufficio	93	7
Orari di apertura per l'accesso al servizio	89	11	Orari di apertura per l'accesso al servizio	90	10
Tempi di attesa per accedere al servizio	95	5	Tempi di attesa per accedere al servizio	86	14
Comfort degli uffici	94	6	Comfort degli uffici	92	8
Chiarezza delle informazioni ricevute	97	3	Chiarezza delle informazioni ricevute	94	6
Cortesia del personale	98	2	Cortesia del personale	96	4
Professionalità del personale	97	3	Professionalità del personale	97	3
Tempi di risposta	89	11	Tempi di risposta	89	11
Facilità individuazione modulistica online	77	23	Facilità individuazione modulistica online	71	29
Chiarezza modulistica in Internet	76	24	Chiarezza modulistica in Internet	78	22

giugno - dicembre 2021 (continua)

La situazione del 2° semestre vede praticamente invariato il livello di soddisfazione per tutti i servizi prestati che riscontrano in generale un giudizio molto positivo.

Da osservare però l'indicatore **facilità di individuazione della modulistica online** che ha dato risultati più negativi nella seconda metà dell'anno: (-6%) forse a dimostrare che nella misura in cui sono aumentati i contatti via portale (risultato domanda 6) è aumentato, in proporzione, il grado di insoddisfazione, il che è spesso fisiologico per un nuovo servizio proposto.

Per i **tempi di attesa per accedere al servizio** è aumentato il grado di insoddisfazione nel 2° semestre (+7%). Sarebbe da capire meglio a quale ufficio sono riferiti.

Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"-

Domande: 8. QUANTO E' SODDISFATTO DEL SERVIZIO OFFERTO TENENDO CONTO DEGLI ASPETTI SOTTO INDICATI?

1° sem. /21
(in %)

molto	abbastanza	poco	per nulla
37	57	5	1

Tot. Gen. Soddisfazione: 94%

2° sem. /21
(in %)

molto	abbastanza	poco	per nulla
35	60	5	

Tot. Gen. Soddisfazione: 95%

Nella considerazione del servizio **complessivo**, il secondo quadrimestre rispecchia quasi esattamente la situazione del 1° Semestre con un lieve aumento nel grado di soddisfazione.

Domande: 9. QUANTO CONSIDERA IMPORTANTI I SEGUENTI ASPETTI? INDICHI I 3 PIU' IMPORTANTI:

1° sem. /21
(in %)

2° sem. /21
(in %)

Chiarezza e completezza delle informazioni	34	Chiarezza e completezza delle informazioni	39
Competenza e cortesia dei dipendenti	31	Competenza e cortesia dei dipendenti	29
Idoneità del servizio a soddisfare le esigenze degli utenti	18	Idoneità del servizio a soddisfare le esigenze degli utenti	16
Facilità nel raggiungere gli uffici e accedere ai servizi	16	Facilità nel raggiungere gli uffici e accedere ai servizi	14
Aspetto e accoglienza degli ambienti	1	Aspetto e accoglienza degli ambienti	3

L'aspetto più importante rimane la **chiarezza e completezza delle informazioni**, il cui grado di soddisfazione (domanda 7, slide 11, punto 5 del 2° risultato del 2° quadrimestre) trovava il 94% dei partecipanti "soddisfatto, il 6% "poco o per nulla soddisfatto".

Rilevante anche la **competenza e cortesia dei dipendenti** con soddisfazione pari a una media del 96%, come si registra nel risultato del 2° quadrimestre di questa presentazione (slide 11, punti 6 e 7).

PROFILO DEI PARTECIPANTI

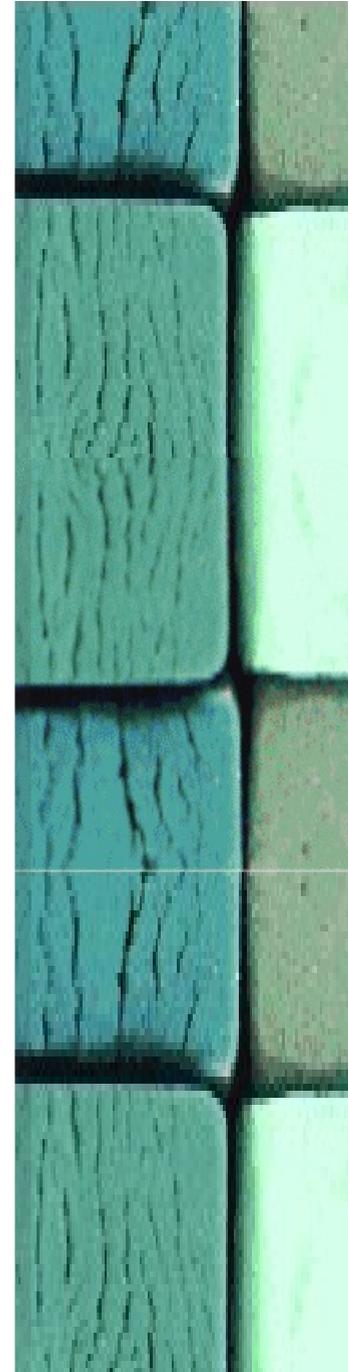


Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

PROFILO PARTECIPANTI - SINTESI

	1° sem.	2° sem.
genere	M	M (quasi pari con Donne)
età	a parità, fasce: 46-65 e oltre 65	46-65
titoli di studio	laurea	diploma secondaria
professione	pensionato	a parità, fasce: pensionato/impiegato
residenza	padova	padova
quartiere/consulta	Q.1 – C. 1	a parità Q.1 – C. 1 e Q. 2 e C. 2

ANALISI FINALE



Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

ANALISI FINALE

PREMESSE:

rispetto al 1° semestre la partecipazione si è ridotta del 20% circa; per contro, è cresciuto il totale di associazioni che si sono rivolte a questi Uffici per la prima volta (+31). Nel campione analizzato l'età media dei partecipanti si è abbassata.

Questi 3 risultati ci offrono i seguenti spunti:

- il coinvolgimento delle vecchie associazioni è debole. Possibili cause: 2° questionario troppo vicino al 1° (valutare di ridurre la periodicità), poca fiducia nell'incidenza che avranno le risposte date;
- valutazioni "pure" dalle nuove associazioni; è importante coltivarle tanto nell'ascolto delle istanze quanto nei feedback.
- l'età più bassa facilita i rapporti online; allo stesso tempo il giudizio sulle performance è più consapevole e critico. Da vedere come **punto di forza** per uno sviluppo costruttivo e partecipato.

(continua)

Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

ANALISI FINALE

In generale, la percezione del servizio è positiva per gran parte degli aspetti: tuttavia, quelli legati alla modulistica raccolgono alcune percentuali di scarsa soddisfazione. Tra le istanze, quella di creare un portale totalmente online per la presentazione delle richieste di contributo e successiva rendicontazione.

Altre risposte negative (anche se in misura minore) sono quelle su: orari di apertura, facilità di accesso e tempi di risposta.

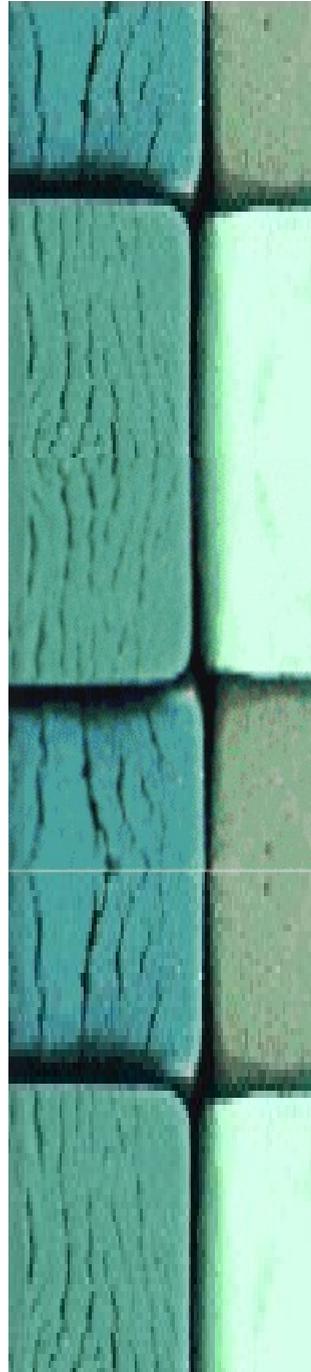
Alcuni partecipanti chiedono di ampliare gli orari di contatto telefonico col pubblico, che ancora rappresenta un canale importante di rapporto con l'utenza locale.

Per mirare meglio le azioni future sarebbe interessante chiedere nel prossimo questionario di specificare l'ufficio al quale si è dato un giudizio negativo.

Da verificare anche la chiarezza di alcune domande (es. domanda 2 e 3), per non creare fraintendimenti ed avere risposte di valore.

Molto presente nei suggerimenti **l'importanza di una cultura della Costumare Care** nei confronti dei cittadini.

AZIONI PER MIGLIORARE IL SERVIZIO



Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

AZIONI PER MIGLIORARE IL SERVIZIO

Da suddividere in azioni a breve o medio/lungo termine volte al miglioramento del servizio e della percezione.

Molti partecipanti chiedono miglioramenti nella presentazione digitale delle informazioni, miglioramenti, questi, che però dipendono da investimenti importanti nelle attività on-line. Tuttavia è possibile procedere gradualmente con investimenti contenuti:

AZIONI A BREVE TERMINE:

- un primo step, meno impegnativo, potrebbe essere aumentare la quantità e di servizi e prodotti (moduli) nel portale delle istanze online;
 - creare una campagna di sensibilizzazione e informazione sull'importanza dell'utilizzo del portale Istanze online per raggiungere un risultato in termini di investimento e risorse umane (Settore Gabinetto del Sindaco) e in termini di soddisfazione (utenti) poiché esplicitamente richiesto;
 - inserire nel processo di iscrizione di nuove associazioni la compilazione di un piccolo modulo con domande relative ad esigenze ed aspettative piuttosto che, evidentemente, al servizio prestato.
- Vantaggi:** far sentire le associazioni parte di un'organizzazione che vuole crescere insieme, creare un maggiore coinvolgimento per le azioni future, dare importanza e ascolto a chi ha un approccio vergine con il Comune di Padova;
- far diventare il portale no profit un motivo di consultazione, anche di notizie, e una vetrina per le associazioni e per gli organismi di partecipazione;
 - mettere in luce notizie ed azioni realizzate e da realizzare anche attraverso la creazione di un profilo social dedicato. Il più indicato per il tipo di pubblico: la fanpage Facebook.

Risultati del questionario: "In ascolto...delle associazioni"

AZIONI PER MIGLIORARE IL SERVIZIO

AZIONI A MEDIO/LUNGO TERMINE:

- migliorare l'interfaccia di NoProfit rendendola più friendly e fluida nella navigazione prevedendo una Home Page attraverso cui comunicare le notizie più importanti (i.e. info newsletter) ed inserire all'occasione banners o pop-up per l'interazione con gli utenti (i.e. BREVI e mirati questionari e questionario annuale di soddisfazione) anche in un'ottica di passaggio a una sezione di padovanet;
- creare processi che semplifichino iscrizioni, rinnovi, e modifiche societarie direttamente da parte delle associazioni attraverso un'area dedicata interattiva da cui possano svolgere determinate attività.

