

INDICE

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 1. | LA RILEVAZIONE: UNIVERSO, CAMPIONE E METODOLOGIA | 2 |
| 1.1. | LA STRUTTURA DEL CAMPIONE | 3 |
| 2. | ANALISI DEI RISULTATI | 7 |
| 2.1 | INFORMAZIONI GENERALI | 7 |
| 2.2 | L'ANALISI DELLA QUALITÀ | 10 |
| 2.3 | CONCLUSIONI | 17 |
| 3. | ALLEGATO RISULTATI DISTINTI PER ITALIANI E STRANIERI | 20 |



1. LA RILEVAZIONE: UNIVERSO, CAMPIONE E METODOLOGIA

La popolazione oggetto dell'indagine campionaria è costituita dagli utenti dello sportello informazioni turistiche (IAT), situato a Milano nell'ex-diurno di piazza Duomo.

Gli utenti intervistati ammontano a complessive 921 unità, di cui 600 italiani e 321 stranieri. Le interviste sono state realizzate successivamente al periodo estivo alla fine di settembre e nel mese di ottobre e si sono protratte per quattro settimane (compresi quattro week-end, giorni di massima affluenza agli sportelli), anche al fine di intercettare con più probabilità l'utente-tipo del territorio milanese (in pratica meno presente nel mese di agosto).

Gli intervistatori che si sono occupati dell'indagine sono stati selezionati in base alla capacità di conversare e poter effettuare l'intervista agli utenti stranieri in lingua inglese.

Le interviste sono state realizzate con modalità *face to face* mediante un questionario strutturato e appositamente concordato con i responsabili di servizio della Provincia di Milano, in parte da due rilevatori presenti durante l'orario di apertura dello sportello in parte anche attraverso autocompilazione direttamente sorvegliata dagli operatori stessi di sportello.

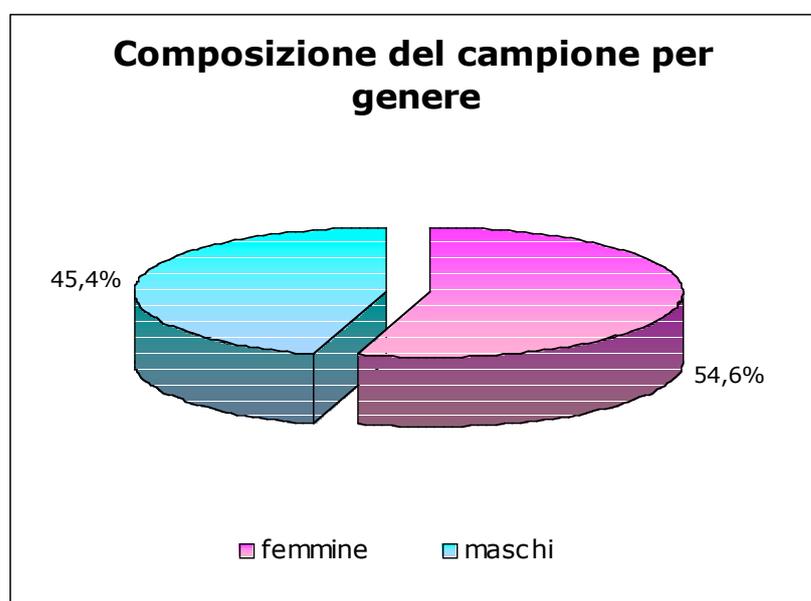
Laddove possibile i risultati dell'indagine sono stati confrontati con quelli dell'indagine 2005 svolta presso la vecchia sede APT e la stazione centrale.



1.1. La struttura del campione

- Sesso

La composizione per genere del campione presenta una leggera predominanza di utenti di sesso femminile (54,6%) contrariamente a quanto registrato nella precedente indagine.

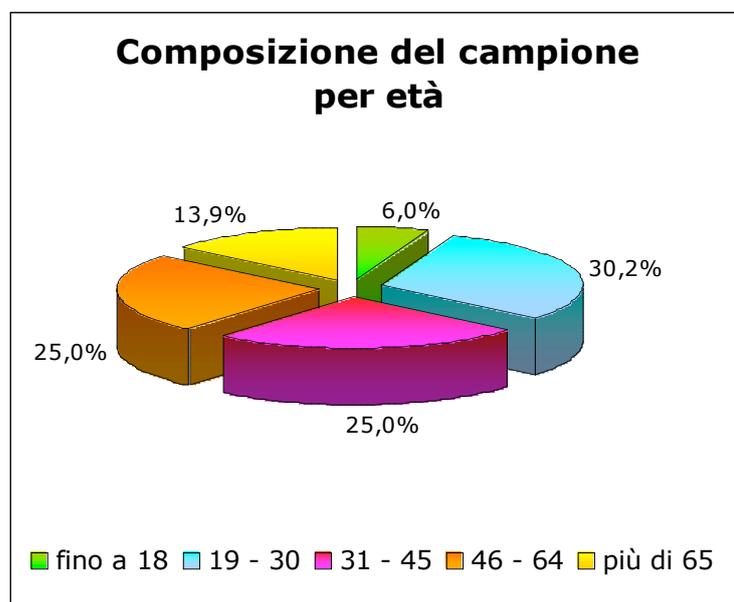


Rispondenti: 921



- Età

La fascia d'età più consistente (30,2%) è quella compresa tra i 19 ed i 30 anni; metà del campione ha un'età compresa tra i 31 ed i 64 anni, equamente distribuita nelle due fasce di età 31-45 e 46-64 anni (25% ciascuna). Le due classi d'età rimanenti fanno registrare dei valori leggermente più contenuti: i più giovani (fino a 18 anni) sono il 6%, i più anziani (più di 65 anni) il 13,9%.



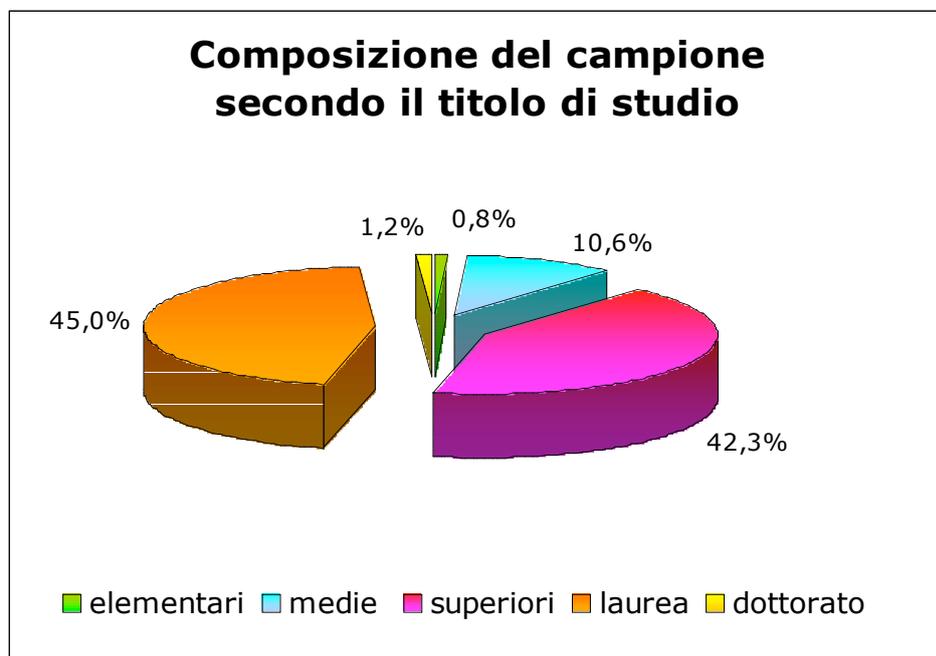
Rispondenti: 921



- **Titolo di studio**

Il campione presenta un elevato tasso di scolarizzazione: circa l'89% degli intervistati ha la laurea / dottorato (46,2%) oppure il diploma superiore (42,5%).

Rispetto alla precedente indagine si registra un incremento del 10% relativamente alla composizione degli intervistati con livello scolastico elevato.

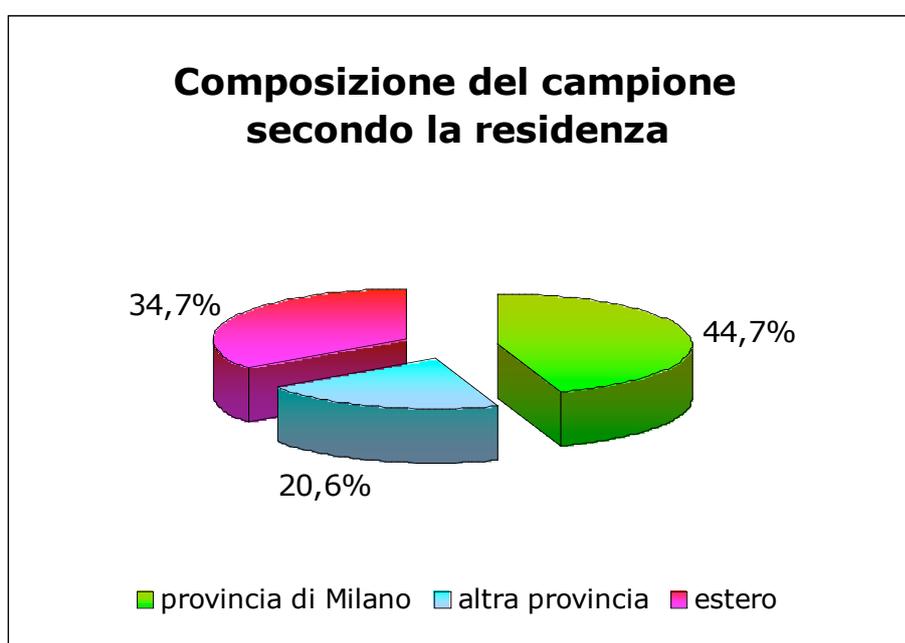


Rispondenti: 884



- Residenza

Circa un terzo degli intervistati risiede all'estero (34,7%), la restante parte del campione risiede invece a Milano o provincia (44,7%) oppure in un'altra provincia italiana (20,6%).



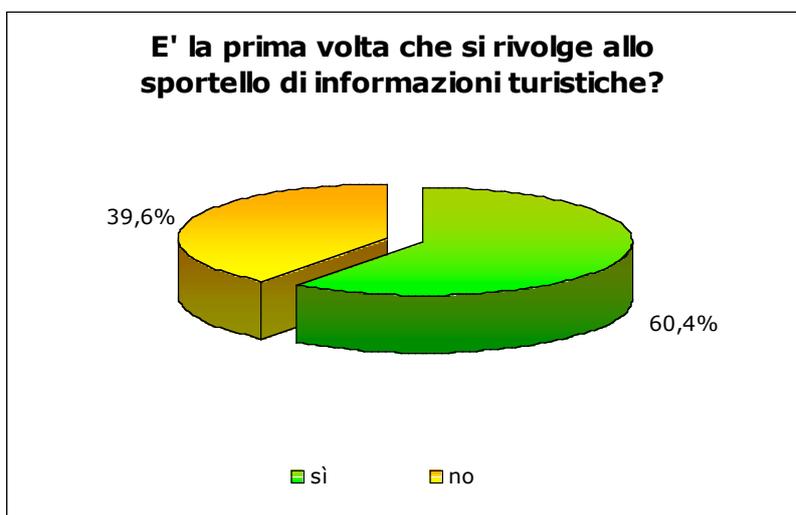
Rispondenti: 919



2. ANALISI DEI RISULTATI

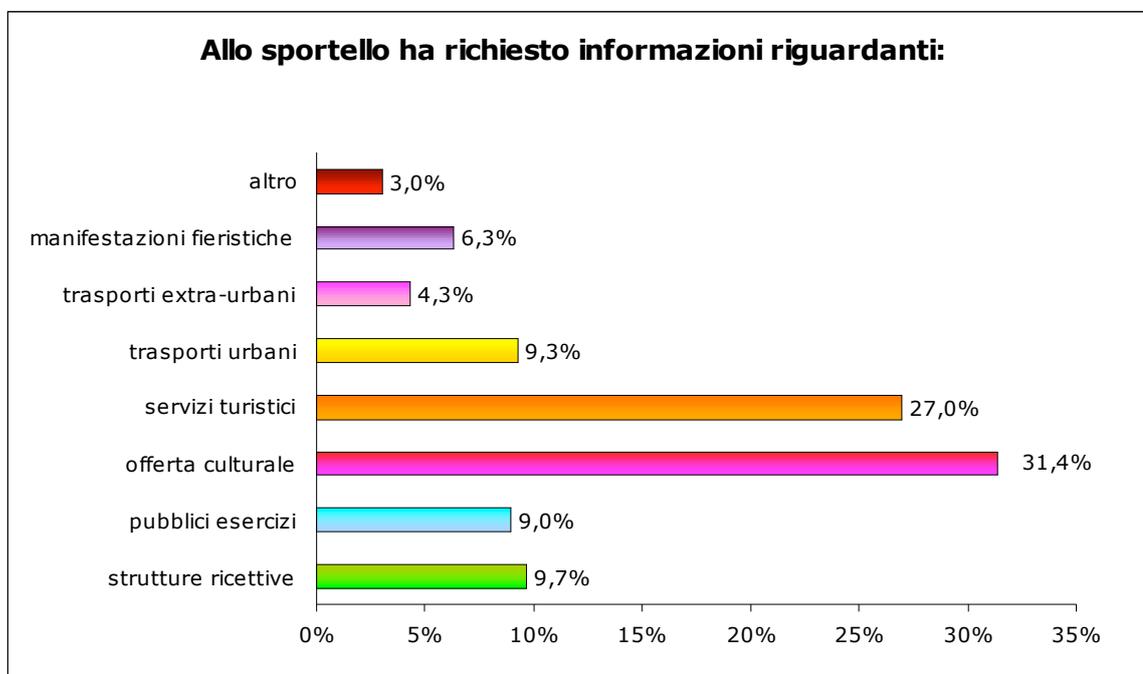
2.1 Informazioni generali

Alla domanda sulla verifica del primo accesso allo sportello IAT, la maggior parte degli utenti (60,4%) ha risposto in modo affermativo: di questi il 55,9% è italiano e il 44,1% è straniero. Complessivamente il 39,6% degli intervistati era già stato presso lo sportello precedentemente: tale quota riguarda per la maggior parte (80,1%) utenti italiani che risiedono a Milano e provincia.



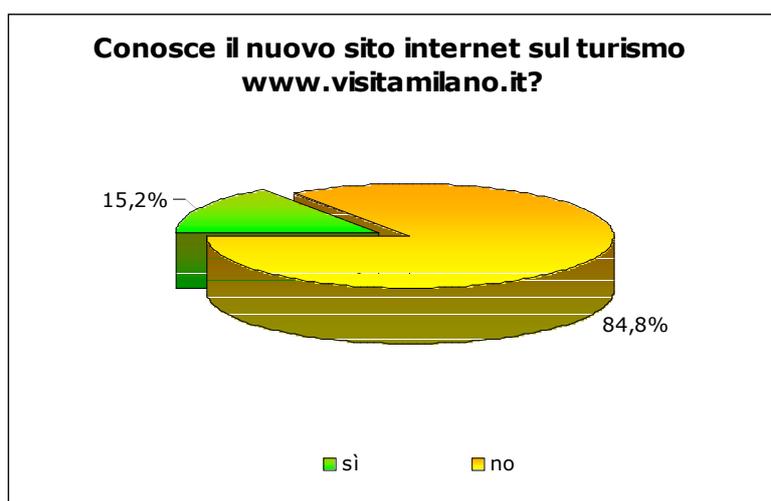
Rispondenti: 921

Principalmente la richiesta di informazioni presso lo sportello è relativa all'offerta culturale della città (31,4%), seguono informazioni sui servizi turistici (27%), quindi , su strutture ricettive (9,7%), trasporti urbani (9,3%) e pubblici esercizi (9%), infine nettamente distanziate informazioni relative a manifestazioni fieristiche, trasporti extraurbani ed altro inteso nella maggior parte dei casi come informazioni relative ad eventi sportivi in fieri nella città.



Risposte: 1797

Solo il 15,2% del campione conosce il nuovo sito internet della provincia di Milano.

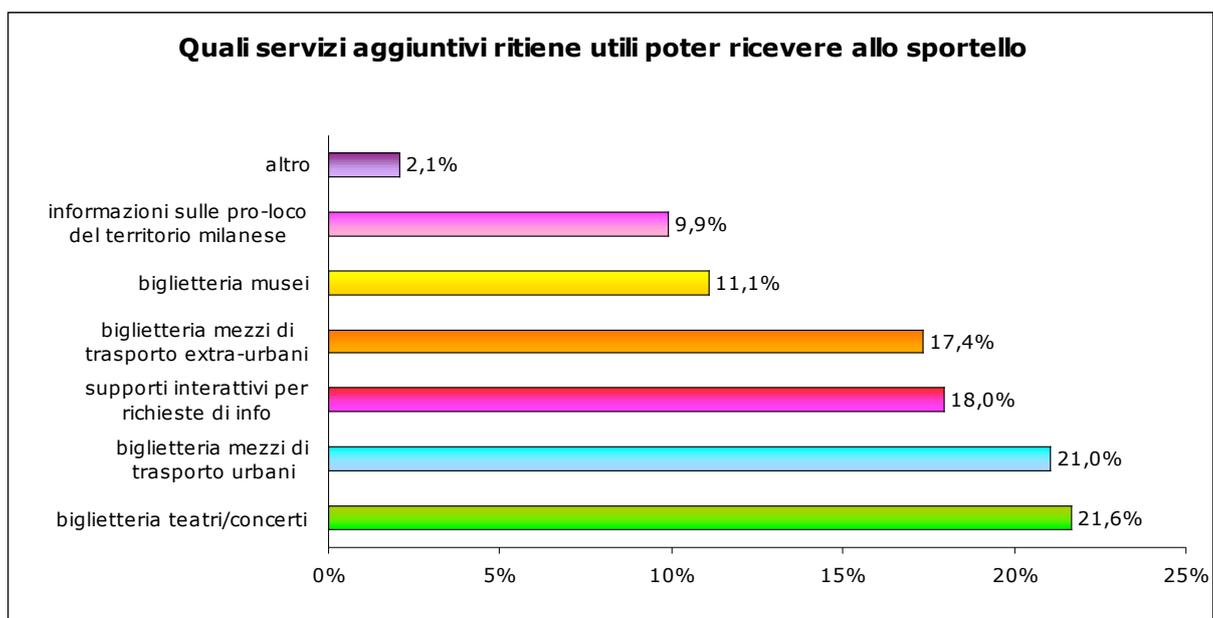


Risposte: 921



I servizi aggiuntivi che gli utenti riterrrebbero utile ricevere sono, principalmente, biglietteria teatri o concerti (21,6%), biglietteria mezzi di trasporto urbani (21%), supporti interattivi per richieste info (18%), biglietteria mezzi di trasporto extraurbani (17,4%), biglietteria musei (11,1%), informazioni sulle pro-loco del territorio milanese (9,9%).

E' infine molto contenuta la quota di turisti che vorrebbe ricevere altri servizi (2,1%), del tipo negozi, partite di calcio, internet o mappa rete di trasporti pubblici locali (tpl).



Risposte: 1816



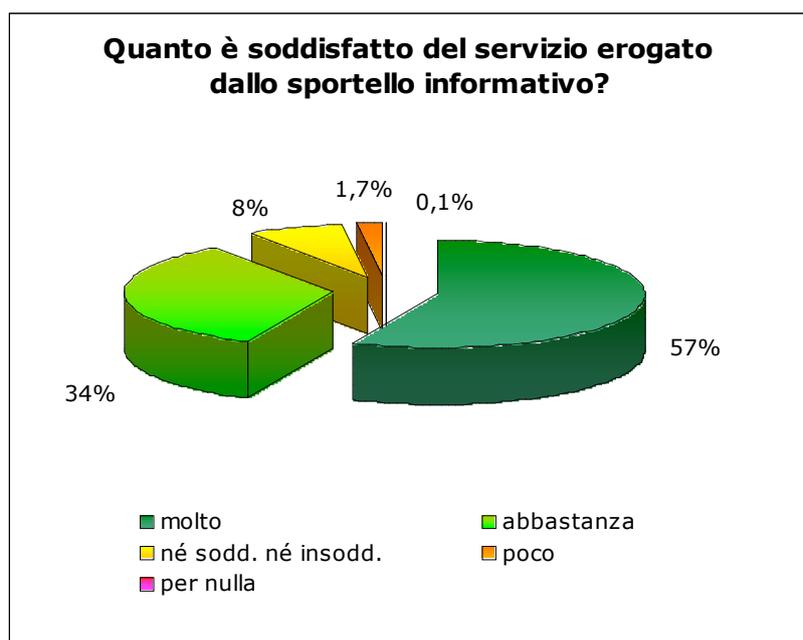
2.2 L'analisi della qualità

- Grado di soddisfazione complessivo

Il gradimento degli utenti in merito al servizio erogato dagli sportelli informazioni turistiche è elevato: il **90,6% degli intervistati si dichiara molto o abbastanza soddisfatto**. Rispetto alla precedente indagine si registra un notevole aumento degli utenti soddisfatti del servizio: questi passano dal 79% al 90,6%.

Nello specifico, il 57% si dichiara molto soddisfatto, mentre il restante 34% afferma di essere abbastanza soddisfatto.

La quota di utenti né soddisfatti né insoddisfatti si attesta all'8%. I poco soddisfatti si fermano all'1,7% e gli insoddisfatti "cronici" allo 0,1%.



Rispondenti: 917

Di conseguenza l'indice sintetico di gradimento medio complessivo – ottenuto ponderando i giudizi di soddisfazione sulla base di una scala da 1 (minima soddisfazione) a 5 (max soddisfazione) aumenta da 4,01 del 2005 a 4,45 del 2007.



I fattori della soddisfazione

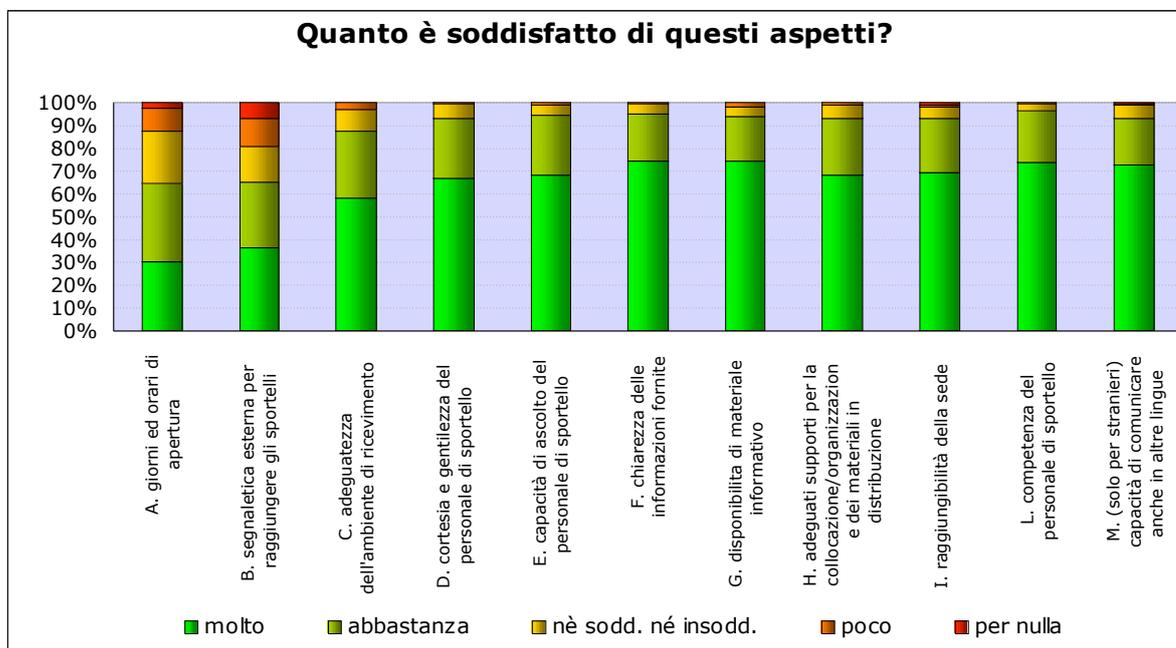
Il livello di soddisfazione è piuttosto diversificato in base ai vari fattori della qualità considerati nell'indagine. Gli aspetti che registrano il gradimento maggiore, ossia che presentano una percentuale di intervistati molto o abbastanza soddisfatti superiore al 90% sono numerosi. In particolare, la competenza del personale (96%), la chiarezza delle informazioni fornite (95%), la capacità di ascolto e la disponibilità del personale (entrambi pari al 94% di soddisfatti), la raggiungibilità della sede ed adeguati supporti per la collocazione/organizzazione dei materiali in distribuzione (93%), e, solo per gli stranieri, la capacità di comunicare anche in altre lingue (93%).

E' buono il gradimento ottenuto relativamente all'adeguatezza dell'ambiente di ricevimento (86%). Ottiene un livello di gradimento più basso, comunque discreto, la segnaletica esterna per raggiungere gli sportelli (65%) ed i giorni e gli orari di apertura dello sportello (65%).

Si evidenzia che tutti i fattori fanno registrare una quota comunque contenuta di insoddisfatti.



| FATTORI DELLA QUALITA' | Grado di soddisfazione | | | | | Totale risposte |
|---|------------------------|--------------------------|------|-----------|----|-----------------|
| | molto | abbastanzané sudd. né ir | poco | per nulla | | |
| A. giorni ed orari di apertura | 30% | 35% | 23% | 10% | 3% | 864 |
| B. segnaletica esterna per raggiungere gli sportelli | 37% | 29% | 16% | 13% | 7% | 870 |
| C. adeguatezza dell'ambiente di ricevimento | 58% | 30% | 10% | 3% | 0% | 871 |
| D. cortesia e gentilezza del personale di sportello | 67% | 26% | 6% | 1% | 0% | 876 |
| E. capacità di ascolto del personale di sportello | 68% | 26% | 5% | 1% | 0% | 865 |
| F. chiarezza delle informazioni fornite | 74% | 21% | 4% | 1% | 0% | 879 |
| G. disponibilita di materiale informativo | 74% | 20% | 5% | 2% | 0% | 880 |
| H. adeguati supporti per la collocazione/organizzazione dei material in distribuzione | 68% | 25% | 5% | 1% | 0% | 859 |
| I. raggiungibilità della sede | 70% | 24% | 5% | 1% | 1% | 879 |
| L. competenza del personale di sportello | 74% | 22% | 3% | 1% | 0% | 860 |
| M. (solo per stranieri) capacità di comunicare anche in altre lingue | 73% | 21% | 5% | 1% | 1% | 296 |





Analogamente a quanto già fatto in precedenza per il gradimento complessivo, è possibile determinare degli indicatori del gradimento medio riferiti a ciascun fattore della qualità considerato. La tabella con gli indici medi è riportata di seguito.

| FATTORI DELLA QUALITA' | Gradimento medio |
|--|------------------|
| A. giorni ed orari di apertura | 3,8 |
| B. segnaletica esterna per raggiungere gli sportelli | 3,8 |
| C. adeguatezza dell'ambiente di ricevimento | 4,4 |
| D. cortesia e gentilezza del personale di sportello | 4,6 |
| E. capacità di ascolto del personale di sportello | 4,6 |
| F. chiarezza delle informazioni fornite | 4,7 |
| G. disponibilità di materiale informativo | 4,7 |
| H. adeguati supporti per la collocazione/organizzazione dei materiali in distribuzione | 4,6 |
| I. raggiungibilità della sede | 4,6 |
| L. competenza del personale di sportello | 4,7 |
| M. (solo per stranieri) capacità di comunicare anche in altre lingue | 4,6 |

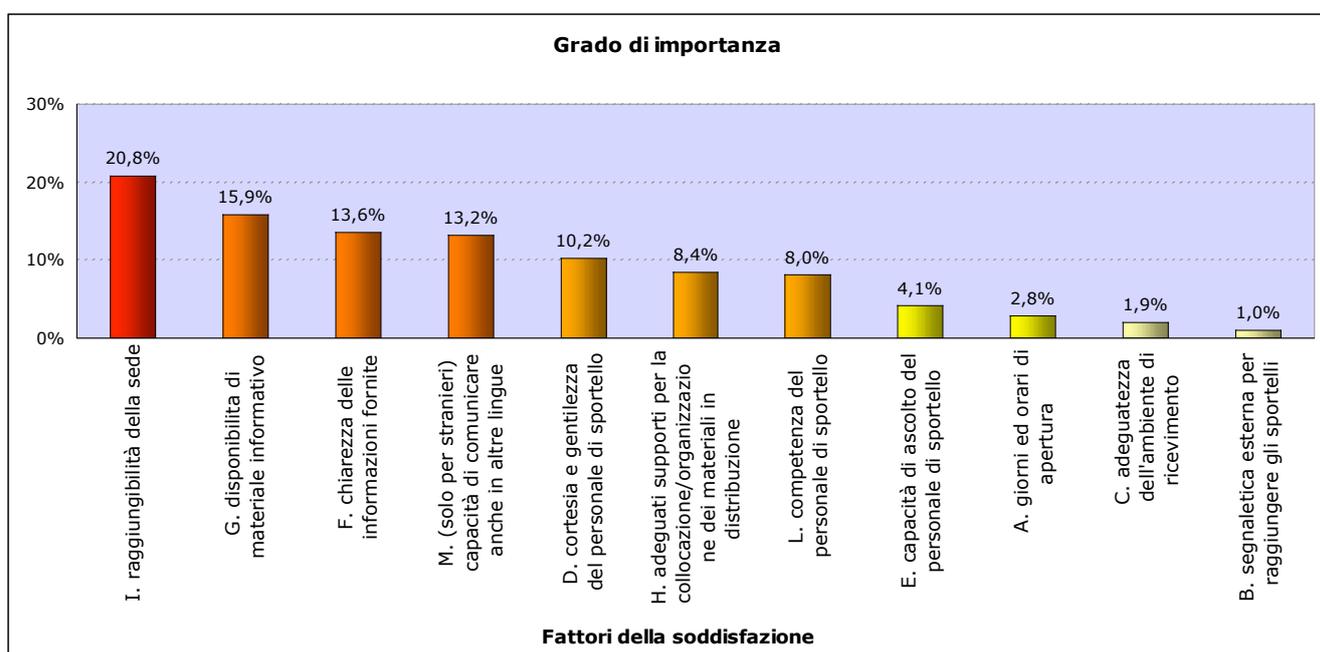
1 = minima soddisfazione; ...; 5 = max soddisfazione

Per tutti i fattori della qualità presi in esame si registra un livello medio-alto di soddisfazione, eccezion fatta per la segnaletica esterna per raggiungere lo sportello ed i giorni ed orari di apertura che ottengono un indice più basso (3,8).

L'importanza dei singoli fattori indagati



Al fine di poter opportunamente ponderare i giudizi sulla soddisfazione riguardante i singoli aspetti esaminati (cfr. punto precedente), si è chiesto agli intervistati di indicare gli elementi che influenzano maggiormente il giudizio sulla soddisfazione. I risultati sono sintetizzati nel grafico seguente.



In assoluto, il fattore della soddisfazione che riveste la massima importanza è la raggiungibilità della sede (20,8%), seguono poi la disponibilità di materiale informativo (15,9%), la chiarezza delle informazioni fornite (13,6%) e la capacità di comunicare anche in inglese (13,2%), la cortesia e gentilezza del personale di sportello (10,2%), l'adeguatezza dei supporti per la collocazione/organizzazione dei materiali in distribuzione (8,4%) e la competenza del personale di sportello (8%).

I fattori che rivestono un basso grado di importanza sono la capacità di ascolto del personale di sportello (4,1%), i giorni e gli orari di apertura dello sportello (2,8%), l'adeguatezza dell'ambiente di ricevimento (1,9%) ed infine la segnaletica esterna per raggiungere gli sportelli (1%).



Punti di forza e di debolezza

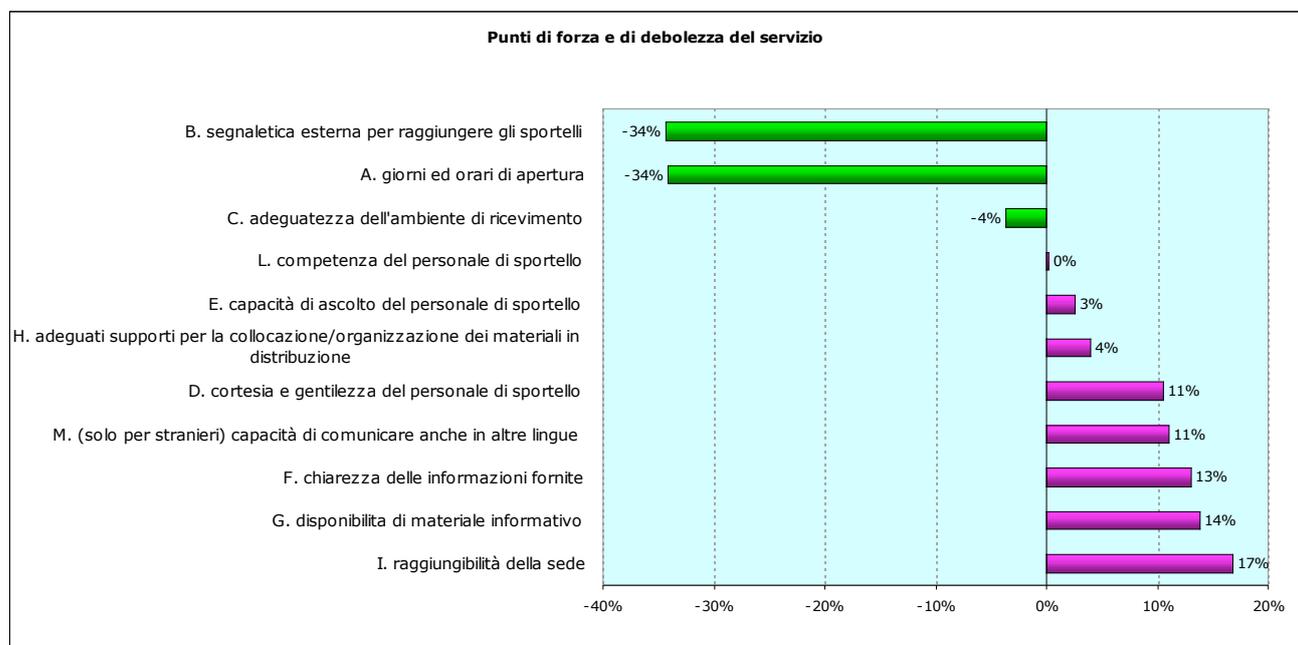
L'analisi dei punti di forza e di debolezza del servizio si basa sulla comparazione delle risposte fornite dagli intervistati: per ogni aspetto individuato, si calcola la differenza tra la percentuale di intervistati che lo ritiene un punto di forza e la percentuale di quelli che lo ritiene, al contrario, un punto debole. In assoluto, la raggiungibilità della sede (+17%) la disponibilità di materiale informativo (+14%) e la cortesia e gentilezza del personale di sportello (+13%) e la chiarezza delle informazioni fornite (+13%) sono i punti di forza. Per gli stranieri, anche la capacità di comunicare in altre lingue (11%).

La capacità di ascolto del personale di sportello e adeguati supporti per la collocazione/organizzazione dei materiali in distribuzione ottengono un differenziale positivo inferiore pari rispettivamente al +3% e +4%.

I giorni di apertura e gli orari dello sportello (-34%) e la segnaletica esterna per raggiungere gli sportelli (-34%) risultano invece il vero punto debole del servizio; segue distanziata l'adeguatezza dell'ambiente di ricevimento (-4%).

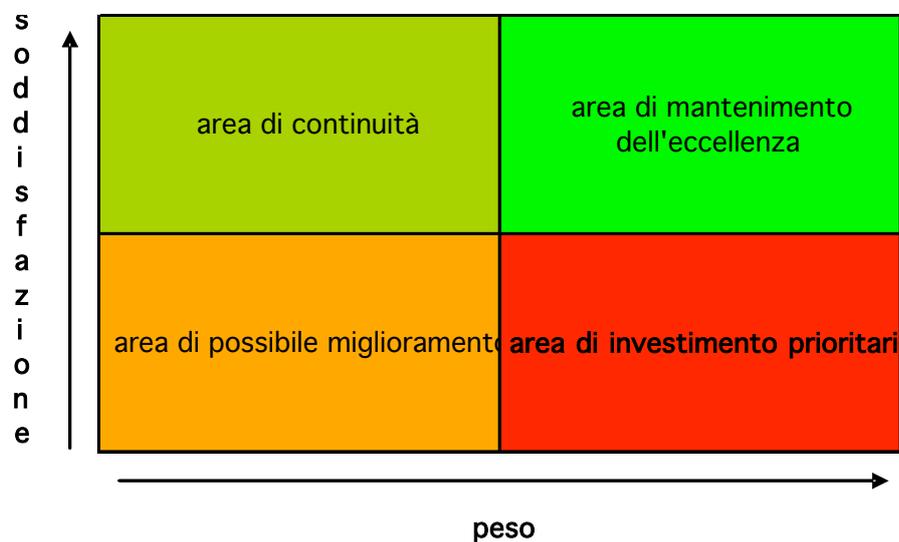


| FATTORI DELLA QUALITA' | PUNTO DI FORZA | | PUNTO DEBOLE | | DIFFERENZIALE |
|--|----------------|--------|--------------|--------|---------------|
| | val. ass. | val. % | val. ass. | val. % | |
| A. giorni ed orari di apertura | 16 | 1% | 271 | 36% | -34% |
| B. segnaletica esterna per raggiungere gli sportelli | 15 | 1% | 272 | 36% | -34% |
| C. adeguatezza dell'ambiente di ricevimento | 42 | 4% | 57 | 7% | -4% |
| D. cortesia e gentilezza del personale di sportello | 140 | 13% | 16 | 2% | 11% |
| E. capacità di ascolto del personale di sportello | 51 | 5% | 15 | 2% | 3% |
| F. chiarezza delle informazioni fornite | 168 | 15% | 16 | 2% | 13% |
| G. disponibilita di materiale informativo | 197 | 18% | 30 | 4% | 14% |
| H. adeguati supporti per la collocazione/organizzazione dei materiali in distribuzione | 80 | 7% | 25 | 3% | 4% |
| I. raggiungibilità della sede | 239 | 22% | 36 | 5% | 17% |
| L. competenza del personale di sportello | 30 | 3% | 19 | 2% | 0% |
| M. (solo per stranieri) capacità di comunicare anc in altre lingue | 130 | 12% | 5 | 1% | 11% |

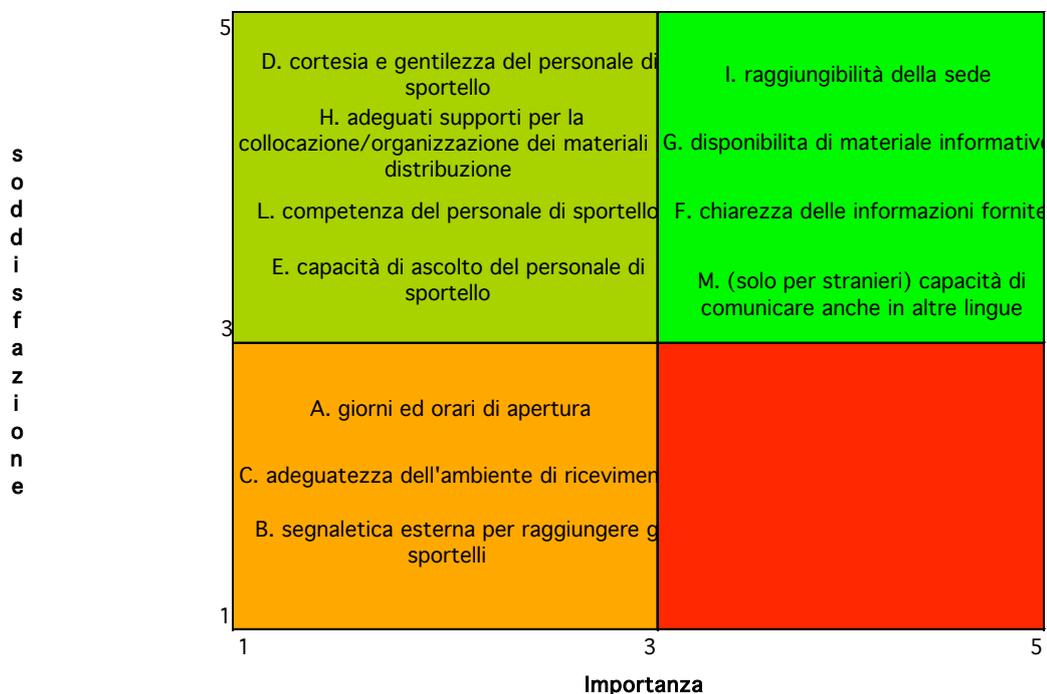


2.3 Conclusioni

Sulla base dell'analisi della qualità condotta nel paragrafo precedente è possibile classificare i fattori del servizio in base alla combinazione tra il livello di gradimento registrato ed il peso che gli stessi fattori hanno sulla soddisfazione globale del servizio. L'analisi suddetta permette di individuare una mappa delle priorità articolata nelle seguenti aree:



La mappa delle priorità del servizio in oggetto è riportata di seguito.



- **Area di investimento prioritario:** nell'ambito di intervento ritenuto prioritario non si riscontra alcun fattore da potenziare o migliorare, in quanto nessun fattore dei fattori che hanno registrato valori negativi nel livello di soddisfazione sono ritenuti importanti.
- **Area di possibile miglioramento:** in tal ambito sono richiesti interventi di miglioramento su aspetti che non rivestono massima importanza ai fini della soddisfazione degli utenti. In particolare, occorrerebbe intervenire sull'adeguatezza dell'ambiente di ricevimento, i giorni e gli orari di apertura e la segnaletica per raggiungere gli sportelli.
- **Area di continuità:** la cortesia e gentilezza del personale, l'adeguatezza dei supporti per la collocazione dei materiali in distribuzione, la competenza del personale di sportello e la capacità di ascolto del personale ottengono il gradimento dell'utenza anche se non sono ritenuti aspetti di primaria importanza.



- **Area di mantenimento dell'eccellenza:** la raggiungibilità della sede, la disponibilità di materiale informativo e la chiarezza delle informazioni fornite, costituiscono gli elementi di successo del servizio insieme alla capacità di comunicare in altre lingue per gli intervistati stranieri.



3. ALLEGATO RISULTATI DISTINTI PER ITALIANI E STRANIERI