

DESIGNED FOR YOUR WORLD

SDA Bocconi
SCHOOL OF MANAGEMENT

SDA Bocconi 4
SCHOOL OF MANAGEMENT



CAMERA DI COMMERCIO
COSENZA

Restituzione degli esiti dell'indagine sulla reputazione e del focus group

novembre 2022

Il documento si articola in 4 sezioni

1



**ANALISI DELLA REPUTAZIONE
DELLA CCIAA DI COSENZA**
Questionario a imprese e professionisti

2



**ANALISI DEI COMMENTI DEGLI
UTENTI**
Domande aperte a imprese e professionisti

3



ANALISI DEL FOCUS GROUP
*Focus group con associazioni di categoria
e ordini professionali*

4

SINTESI DELLE PRINCIPALI EVIDENZE EMERSE



ANALISI DELLA REPUTAZIONE DELLA CCIAA DI COSENZA

La sezione dedicata all'analisi degli esiti dell'indagine sulla reputazione della Camera di commercio di Cosenza include:

- *Missione e valori;*
- *Reputazione;*
- *Soddisfazione;*
- *Fiducia;*
- *Sovraccarico amministrativo;*
- *Condivisione;*
- *Sito internet.*



Missione e valori	Riconoscimento del valore prodotto dai servizi offerti dalla Camera, dell'impatto generato, nonché condivisione delle sue priorità strategiche.
Reputazione	Valutazione rispetto all'efficacia, all'eticità, alla trasparenza e alla professionalità della Camera.
Soddisfazione	Grado di soddisfazione rispetto ai servizi, alle attività e ai dipendenti della Camera.
Fiducia	Livello di fiducia rispetto all'operato della Camera e dei suoi dipendenti.
Sovraccarico amministrativo	Valutazione rispetto alla qualità delle procedure compilate dagli utenti della Camera.
Condivisione	Grado di coinvolgimento nei processi decisionali della Camera, con specifico riferimento a quelli volti al miglioramento della performance e dell'efficienza dell'Ente.
Sito internet	Grado di soddisfazione rispetto all'efficacia del sito internet della Camera in termini di semplicità e immediatezza delle comunicazioni con imprese e liberi professionisti.

**118 rispondenti
in totale**



**110 consensi a
partecipare
all'indagine**



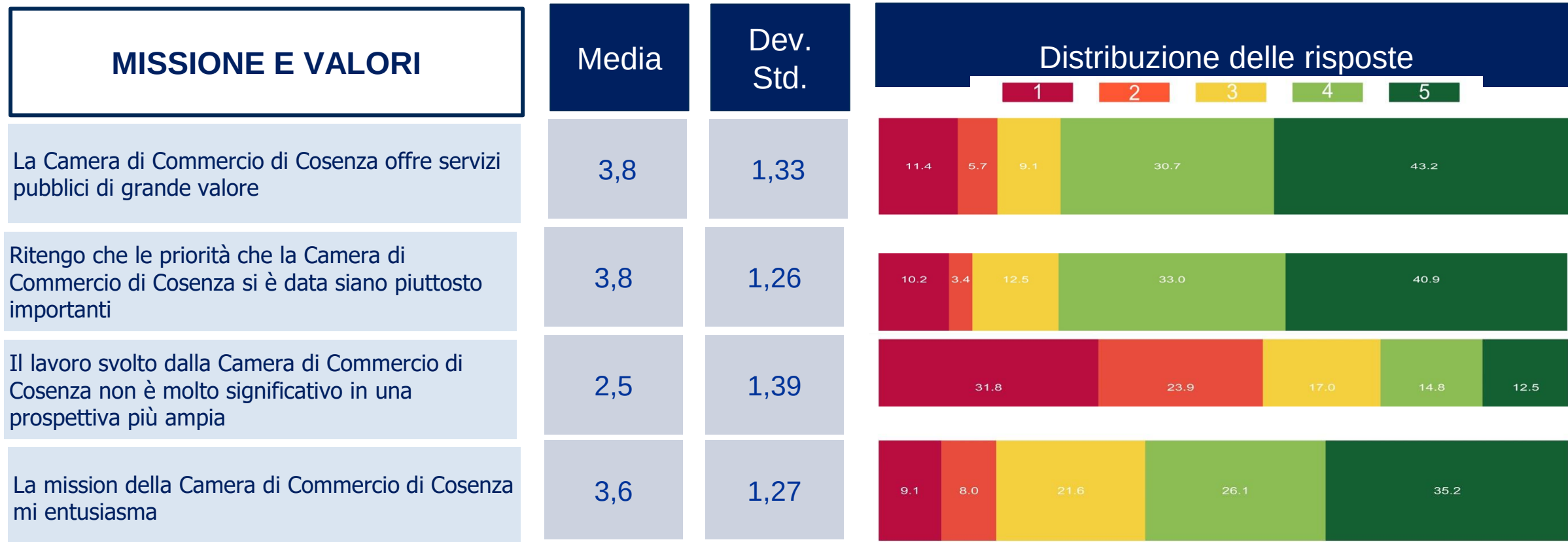
**88 rispondenti
effettivi**



**57 imprese
(64%) e 31
professionisti
(36%)**



Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



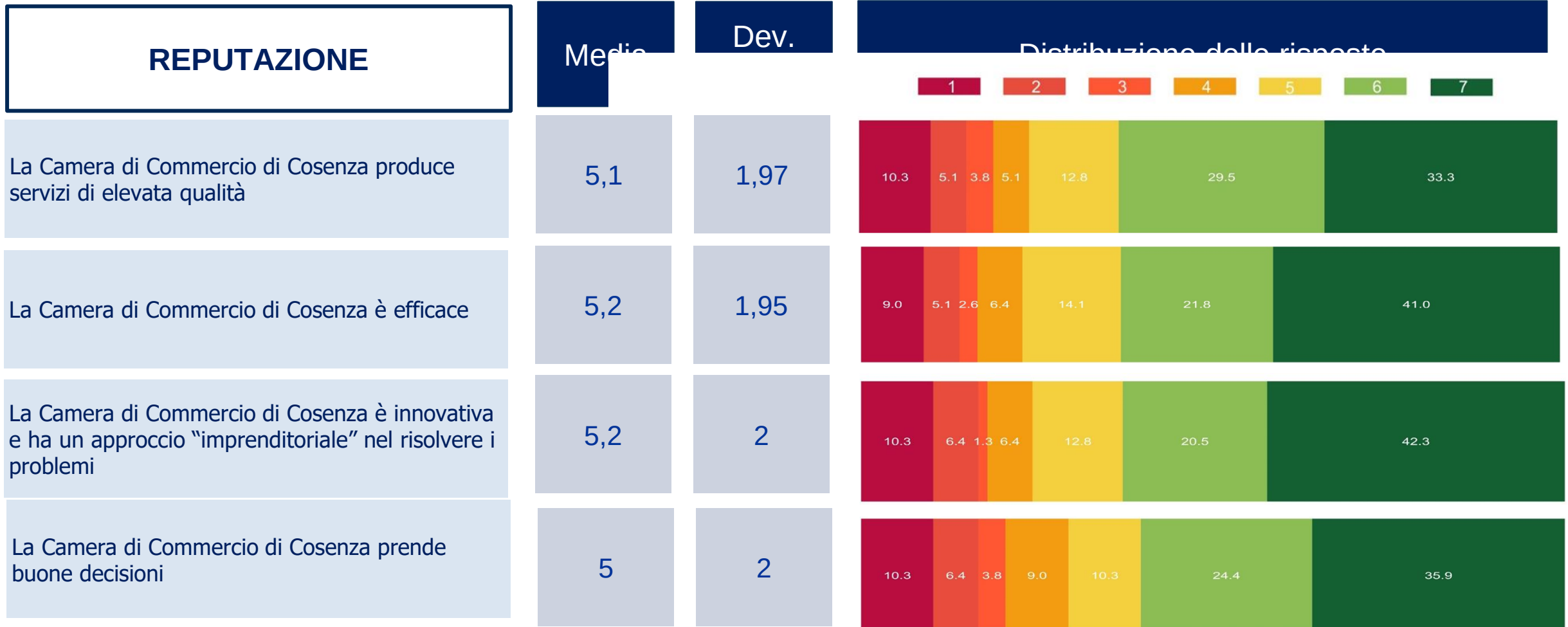
- Si rilevano giudizi tendenzialmente positivi per la quasi totalità degli item considerati, con punteggi compresi tra 3,5 e 4 su 5.
- Si evidenzia il punteggio registrato per la valenza che il lavoro della Camera ha in una prospettiva più ampia. A fronte di una media pari a 2,5, che esprime un tendenziale disaccordo con la relativa affermazione formulata negativamente, il 43% dei rispondenti attribuisce un punteggio superiore a 3. Di questi, il 27% attribuisce un punteggio superiore a 4.

Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

MISSIONE E VALORI	Media		Media		Media
La Camera di Commercio di Cosenza offre servizi pubblici di grande valore	3,8	TOTALE	4,1	IMPRESE	3,4
Ritengo che le priorità che la Camera di Commercio di Cosenza si è data siano piuttosto importanti	3,8		4,1		3,5
Il lavoro svolto dalla Camera di Commercio di Cosenza non è molto significativo in una prospettiva più ampia	2,5		2,5		2,6
La mission della Camera di Commercio di Cosenza mi entusiasma	3,6		3,9		3,2
					PROFESSIONISTI

- Rispetto al trend emerso dal campione generale, si evidenziano andamenti differenziati all'interno dei due sotto gruppi di imprese e professionisti;
- In particolare, si rilevano punteggi medi generalmente più alti all'interno del sotto campione di imprese, con valori che, nel caso dei servizi pubblici e delle priorità della CCIAA di Cosenza, superano il 4 (medie in entrambi i casi pari a 4,1). Anche per la mission della Camera, i punteggi attribuiti dalle imprese sfiorano l'area del pieno accordo (media di 3,9).

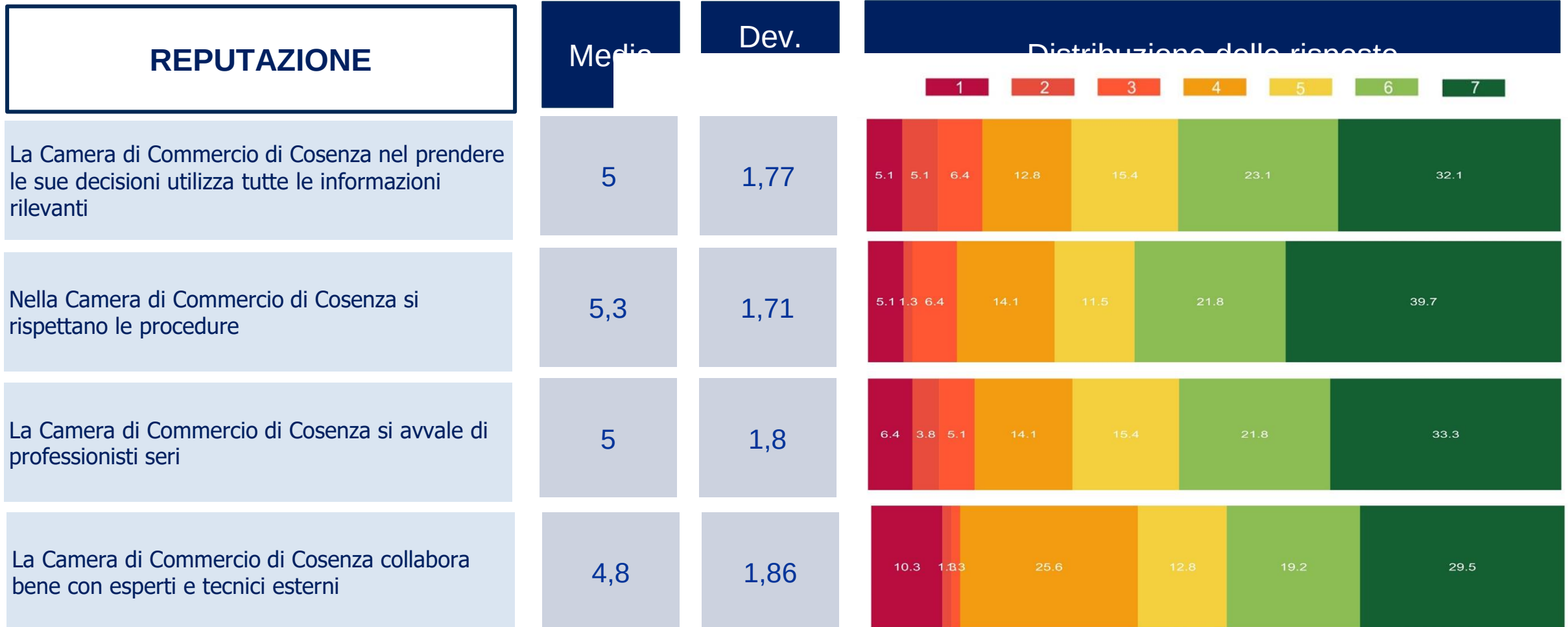
Scala Likert a 7 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



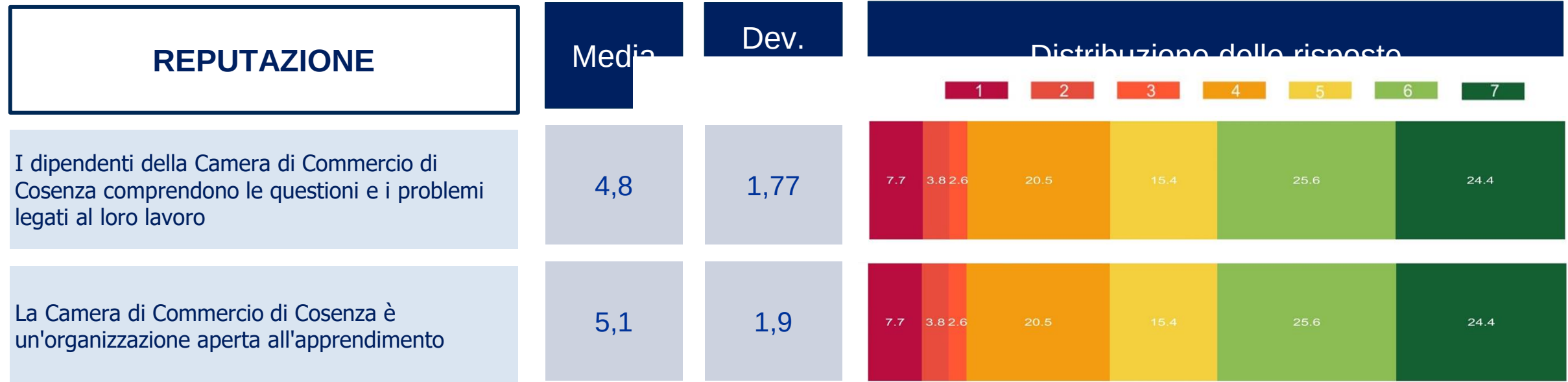
Scala Likert a 7 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

REPUTAZIONE	Media	Dev.	Distribuzione delle risposte
			1 2 3 4 5 6 7
La Camera di Commercio di Cosenza ha uno scopo che è eticamente condivisibile	5,4	1,9	7.7 5.1 1.3 10.3 9.0 24.4 42.3
La Camera di Commercio di Cosenza svolge il lavoro in modo etico	5,3	1,82	7.7 2.6 3.8 10.3 15.4 21.8 38.5
La Camera di Commercio di Cosenza produce risultati che sono eticamente condivisibili	5,1	1,88	7.7 6.4 3.8 9.0 11.5 32.1 29.5
Le decisioni all'interno della Camera di Commercio di Cosenza vengono prese in modo trasparente	5,1	1,94	9.0 3.8 5.1 10.3 15.4 17.9 38.5

Scala Likert a 7 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



Scala Likert a 7 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



- Si rilevano giudizi positivi per tutti gli item considerati, con punteggi pari o superiori a 4,8 su 7;
- Il valore medio più alto si registra per l'eticità dello scopo della Camera (media di 5,4). I punteggi più bassi, comunque positivi, si riferiscono a (i) la capacità della Camera di collaborare proficuamente con esperti e tecnici esterni e (ii) la propensione dei dipendenti della CCIAA di Cosenza a comprendere le questioni/ i problemi loro sottoposti, con medie in entrambi i casi pari a 4,8;
- Sui 14 fattori considerati, il 50% dei rispondenti attribuisce un punteggio superiore a 4;
- La reputazione dell'Ente è associata alle dimensioni relative alla performance (media degli item 1-4 di 5,1), all'etica (media degli item 5-7 di 5,2) e alla trasparenza (media degli item 8-10 di 5,1);
- Pur a fronte di punteggi medi elevati, la reputazione della Camera è connessa in misura minore alla dimensione tecnico-professionale, riferita all'expertise dei dipendenti e alla capacità di intessere relazioni collaborative con i professionisti del territorio (media degli item 11-14 di 4,9).

Scala Likert a 7 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

REPUTAZIONE	Media	TOTALE	Media	IMPRESE	Media	PROFESSIONISTI
La Camera di Commercio di Cosenza produce servizi di elevata qualità	5,1		5,6		4,6	
La Camera di Commercio di Cosenza è efficace	5,2		5,7		4,8	
La Camera di Commercio di Cosenza è innovativa e ha un approccio "imprenditoriale" nel risolvere i problemi	5,2		5,7		4,6	
La Camera di Commercio di Cosenza prende buone decisioni	5		5,6		4,4	

Scala Likert a 7 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

REPUTAZIONE	Media	TOTALE	Media	IMPRESE	Media	PROFESSIONISTI
La Camera di Commercio di Cosenza ha uno scopo che è eticamente condivisibile	5,4		5,8		5	
La Camera di Commercio di Cosenza svolge il lavoro in modo etico	5,3		5,7		4,9	
La Camera di Commercio di Cosenza produce risultati che sono eticamente condivisibili	5,1		5,6		4,6	
Le decisioni all'interno della Camera di Commercio di Cosenza vengono prese in modo trasparente	5,1		5,6		4,5	

Scala Likert a 7 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

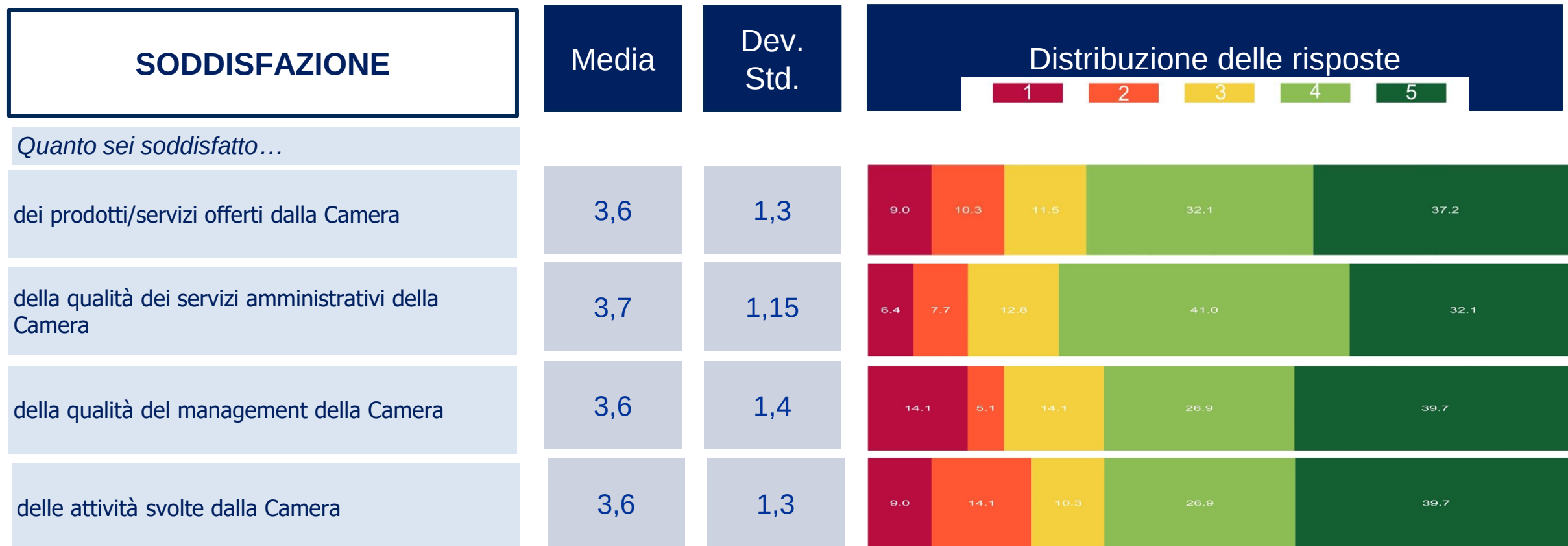
REPUTAZIONE	Media		Media		Media	
La Camera di Commercio di Cosenza nel prendere le sue decisioni utilizza tutte le informazioni rilevanti	5	TOTALE	5,6	IMPRESE	4,4	PROFESSIONISTI
Nella Camera di Commercio di Cosenza si rispettano le procedure	5,3		5,9		4,6	
La Camera di Commercio di Cosenza si avvale di professionisti seri	5		5,7		4,3	
La Camera di Commercio di Cosenza collabora bene con esperti e tecnici esterni	4,8		5,5		4,1	

Scala Likert a 7 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

REPUTAZIONE	Media	TOTALE	Media	IMPRESE	Media	PROFESSIONISTI
I dipendenti della Camera di Commercio di Cosenza comprendono le questioni e i problemi legati al loro lavoro	4,8		5,5		4,2	
La Camera di Commercio di Cosenza è un'organizzazione aperta all'apprendimento	5,1		5,8		4,4	

- Rispetto al trend generale, si evidenziano degli scostamenti in positivo nel sotto-campione di imprese, con punteggi sistematicamente superiori a 5,5 su 7;
- In particolare, nel caso del rispetto delle procedure da parte della Camera, il giudizio espresso dalle imprese sfiora l'area del pieno accordo (media di 5,9);
- All'interno dei tre gruppi considerati le caratteristiche che connotano prevalentemente la reputazione dell'Ente camerale risultano confermate. In dettaglio, le dimensioni legate alla performance, all'etica e alla trasparenza dell'operato della Camera registrano punteggi medi pari rispettivamente a 5,6, 5,7 e 5,7 nel caso delle imprese e 4,6, 4,8 e 4,5 per i professionisti;
- La dimensione tecnico-professionale si attesta su punteggi inferiori all'interno dei due gruppi, con medie di 5,6 per le imprese e 4,25 per i professionisti.

Scala Likert a 5 modalità: da «per nulla soddisfatto» a «molto soddisfatto»



- Emergono valutazioni tendenzialmente positive per tutti gli item considerati, con punteggi superiori a 3,5 su 5;
- I valori più bassi si registrano per i prodotti/servizi, le attività e il management della CCIAA, con medie in tutti i tre casi pari a 3,6. Il punteggio medio più alto, invece, si riferisce alla qualità dei servizi amministrativi offerti dall'Ente camerale, con media di 3,7;
- In media, per tutti gli item considerati, circa il 70% dei rispondenti attribuisce un punteggio superiore a 4.

Scala Likert a 5 modalità: da «per nulla soddisfatto» a «molto soddisfatto»

SODDISFAZIONE	Media		Media		Media
<i>Quanto sei soddisfatto...</i>					
dei prodotti/servizi offerti dalla Camera	3,6	TOTALE	4,1	IMPRESE	3,2
della qualità dei servizi amministrativi della Camera	3,7		4,2		3,2
della qualità del management della Camera	3,6		4		3,1
delle attività svolte dalla Camera	3,6		4,1		3,1
					PROFESSIONISTI

- Rispetto al trend evidenziato a livello generale, le imprese si attestano su valori medi tendenzialmente più elevati, con punteggi in tutti i casi pari o superiori a 4;
- Analogamente a quanto emerso nel campione complessivo, il punteggio più alto si riferisce alla qualità dei servizi amministrativi della Camera (media di 4,2);
- Tuttavia, diversamente dall'andamento complessivo, il valore più basso, seppur molto positivo, è quello relativo alla qualità del management della Camera (media di 4).

Scala Likert a 5 modalità: da «per nulla» a «moltissimo»

FIDUCIA	Media	Dev. Std.	Distribuzione delle risposte
<i>Mi fido...</i>			1 2 3 4 5
dell'operato della Camera di Commercio di Cosenza	3,8	1,34	12.2 5.4 10.8 32.4 39.2
dell'operato della sede della Camera di Commercio di Cosenza più vicina a me	3,5	1,34	12.2 9.5 14.9 32.4 31.1
dell'operato dei dipendenti della Camera di Commercio di Cosenza	3,6	1,26	8.1 9.5 18.9 28.4 35.1

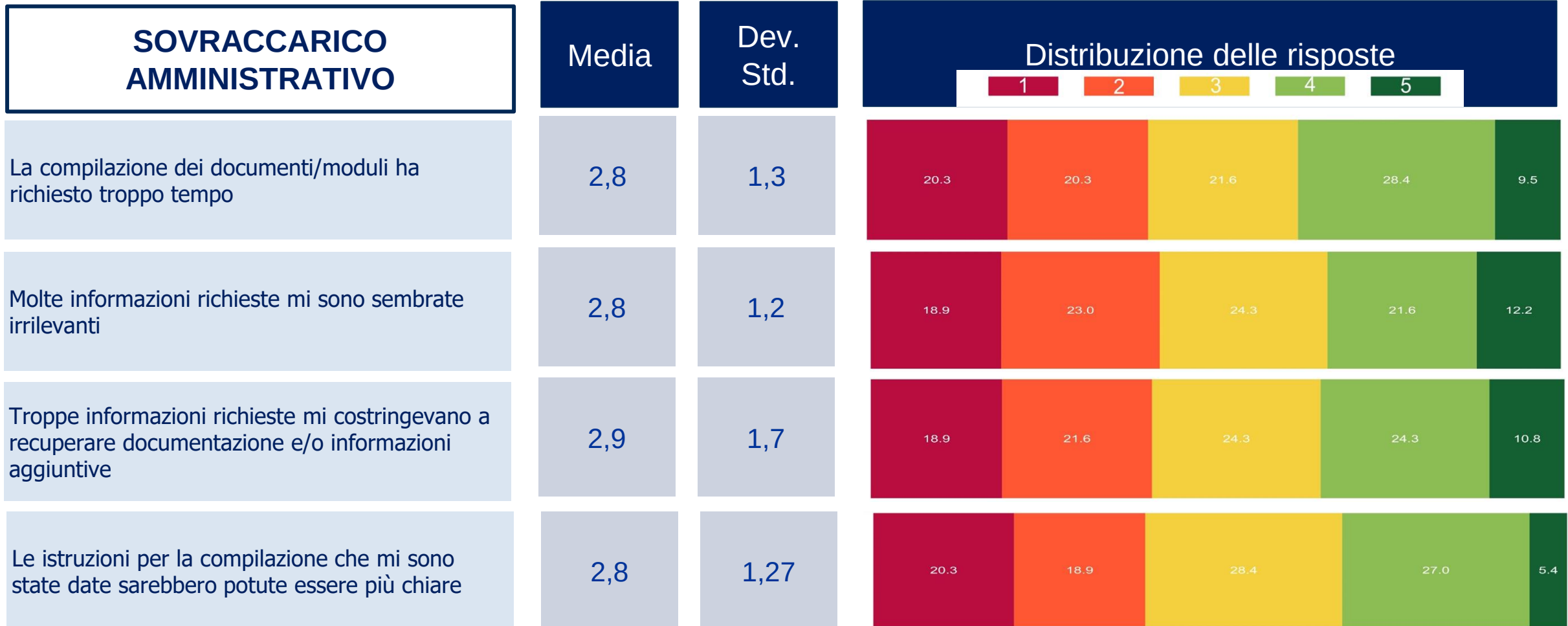
- Emergono valutazioni positive per tutti i tre item considerati, con medie pari o superiori a 3,5 su 5;
- Il valore più basso si registra per i giudizi relativi alla sede della Camera più prossima a imprese e professionisti (media di 3,5). Il punteggio medio più alto, invece, si riferisce al livello di fiducia espresso nei confronti dell'operato della CCIAA di Cosenza nel suo complesso, con media pari a 3,8;
- Complessivamente, su tutti i fattori considerati, il 65% dei rispondenti attribuisce un punteggio superiore a 4.

Scala Likert a 5 modalità: da «per nulla» a «moltissimo»

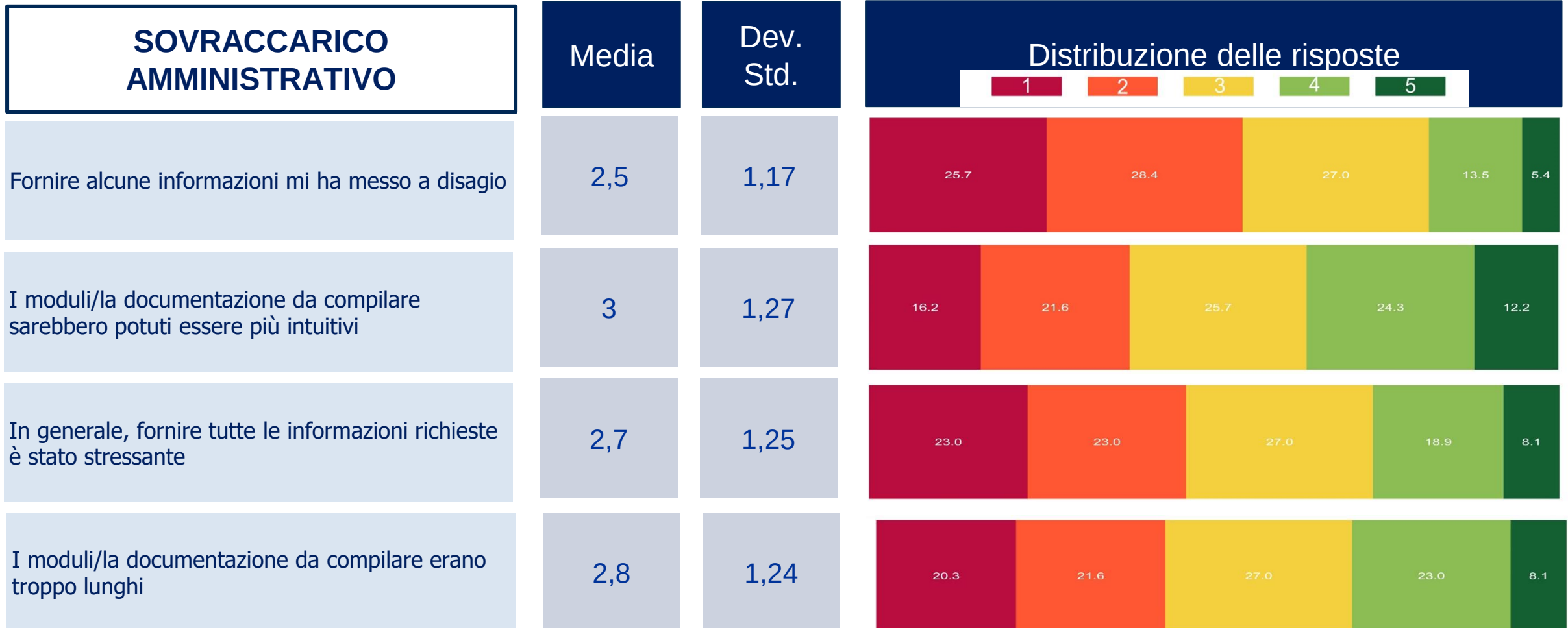
FIDUCIA	Media		Media		Media
<i>Mi fido...</i>					
dell'operato della Camera di Commercio di Cosenza	3,8	TOTALE	4,3	IMPRESE	3,3
dell'operato della sede della Camera di Commercio di Cosenza più vicina a me	3,5		3,8		3,2
dell'operato dei dipendenti della Camera di Commercio di Cosenza	3,6		3,9		3,3
					PROFESSIONISTI

- Rispetto al trend generale, emergono andamenti differenziati tra i due gruppi posti a confronto, laddove le imprese attribuiscono punteggi medi tendenzialmente più alti che, nel caso della fiducia nei confronti dell'operato della Camera, superano il 4 (media di 4,3);
- I valori medi del sotto campione di imprese si pongono in linea di continuità con quanto espresso dal campione generale, in quanto i punteggi più bassi si riferiscono all'operato della sede della Camera più vicina ai rispondenti.

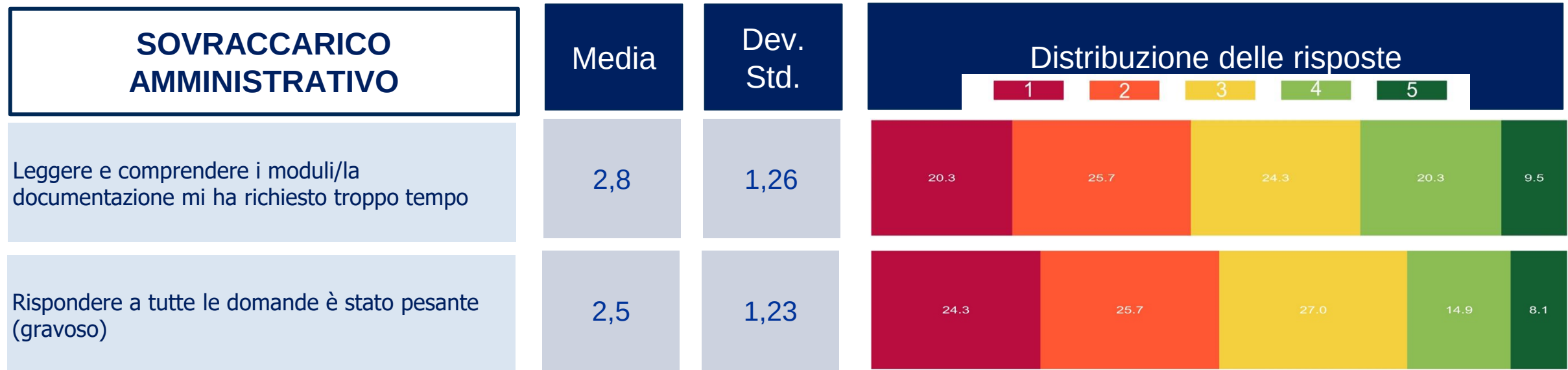
Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



- A fronte di item formulati negativamente, si registrano punteggi medi in tutti i casi pari o inferiori a 3 su 5.
- Imprese/liberi professionisti esprimono giudizi particolarmente positivi per la mancata richiesta di informazioni sensibili e il ridotto impegno richiesto dalla risposta alle domande contenuti nei moduli/documentazione, con punteggi medi in entrambi i casi pari a 2,5. L'immediata comprensione e facilità di compilazione dei moduli, registrano punteggi medi inferiori (medie pari a 3).
- In media, su tutti i fattori considerati, solo il 30% dei rispondenti attribuisce un punteggio superiore a 4. Del restante 70%, il 50% dei rispondenti attribuisce un punteggio inferiore a 3.

Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

SOVRACCARICO AMMINISTRATIVO	Media	TOTALE	Media	IMPRESE	Media	PROFESSIONISTI
La compilazione dei documenti/moduli ha richiesto troppo tempo	2,8		2,8		2,9	
Molte informazioni richieste mi sono sembrate irrilevanti	2,8		2,7		3	
Troppe informazioni richieste mi costringevano a recuperare documentazione e/o informazioni aggiuntive	2,9		3		2,9	
Le istruzioni per la compilazione che mi sono state date sarebbero potute essere più chiare	2,8		2,8		2,8	

Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

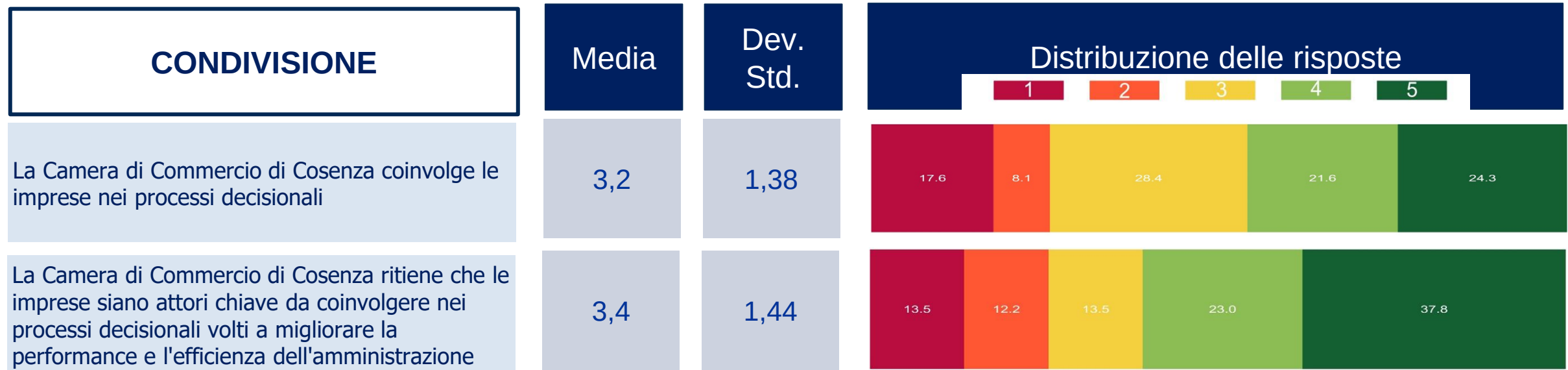
SOVRACCARICO AMMINISTRATIVO	Media	TOTALE	Media	IMPRESE	Media	PROFESSIONISTI
Fornire alcune informazioni mi ha messo a disagio	2,5		2,4		2,5	
I moduli/la documentazione da compilare sarebbero potuti essere più intuitivi	3		2,9		3,1	
In generale, fornire tutte le informazioni richieste è stato stressante	2,7		2,6		2,8	
I moduli/la documentazione da compilare erano troppo lunghi	2,8		2,7		2,9	

Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

SOVRACCARICO AMMINISTRATIVO	Media	TOTALE	Media	IMPRESE	Media	PROFESSIONISTI
Leggere e comprendere i moduli/la documentazione mi ha richiesto troppo tempo	2,8		2,7		2,8	
Rispondere a tutte le domande è stato pesante (gravoso)	2,5		2,5		2,6	

- Rispetto all'andamento generale, il sotto campione di imprese attribuisce valutazioni tendenzialmente più positive sulla qualità delle procedure compilate per la Camera;
- Tuttavia, si evidenzia il dato relativo alla necessità di recuperare informazioni/documentazione aggiuntiva, che nel caso delle imprese registra un valore medio di 3. Tale elemento si discosta da quanto evidenziato dal campione complessivo, ove il punteggio più basso si riferiva alla facilità di comprensione e compilazione dei moduli/documentazione.

Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



- Si rilevano valutazioni tendenzialmente positive, in entrambi i casi superiori a 3 su 5.
- I rispondenti percepiscono un maggiore coinvolgimento nel miglioramento della performance e dell'efficienza della CCIAA piuttosto che nei processi decisionali dell'Ente *latu sensu*, come evidenziato dai relativi punteggi medi rispettivamente pari a 3,2 e 3,4.
- In media, in entrambi i casi, più del 50% dei rispondenti attribuisce un punteggio superiore a 4.

Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

CONDIVISIONE	Media	TOTALE	Media	IMPRESE	Media	PROFESSIONISTI
La Camera di Commercio di Cosenza coinvolge le imprese nei processi decisionali	3,2		3,8		3,8	
La Camera di Commercio di Cosenza ritiene che le imprese siano attori chiave da coinvolgere nei processi decisionali volti a migliorare la performance e l'efficienza dell'amministrazione	3,4		2,6		3	

- Rispetto al trend generale, emerge un tendenziale allineamento sia rispetto al campione complessivo che tra i due gruppi posti a confronto;
- Tuttavia, si evidenzia il dato relativo al coinvolgimento delle imprese nei processi decisionali volti a migliorare la performance e l'efficienza della Camera, con un punteggio medio pari a 2,6.



**UTILIZZO DEL SITO DELLA
CAMERA**

75%

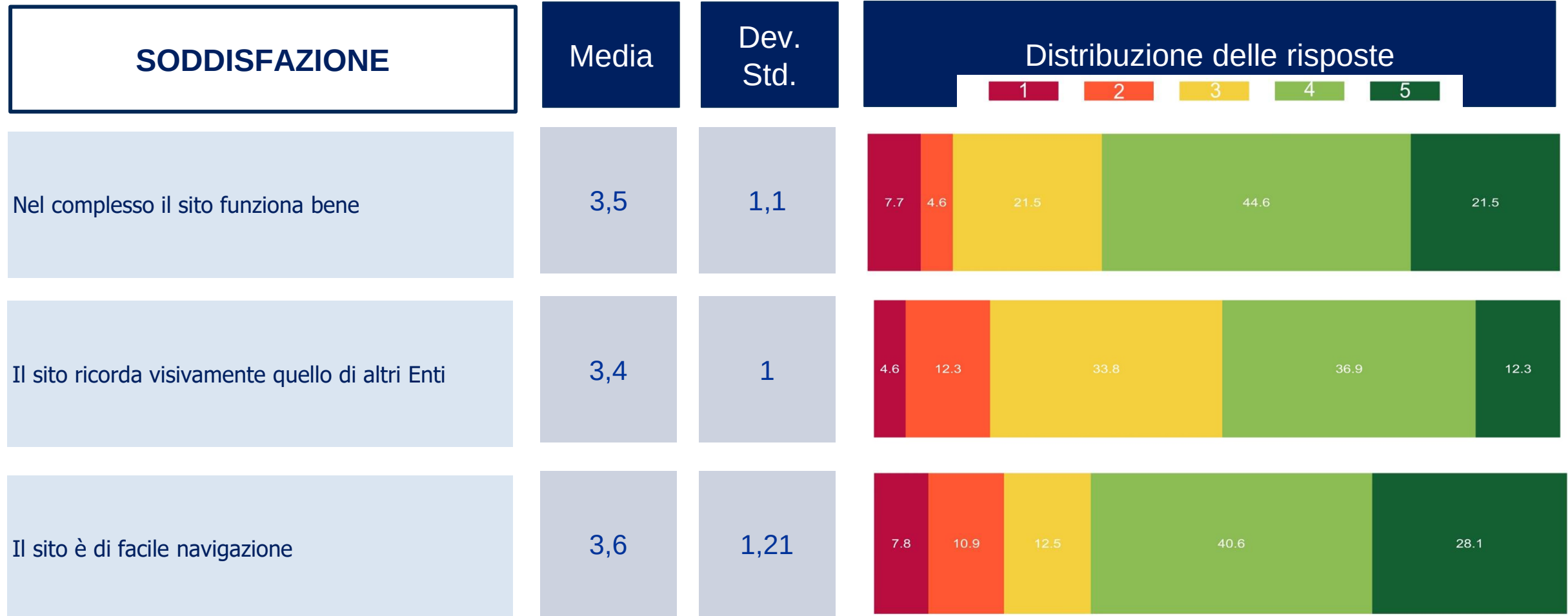


**MANCATO UTILIZZO DEL SITO
DELLA CAMERA**

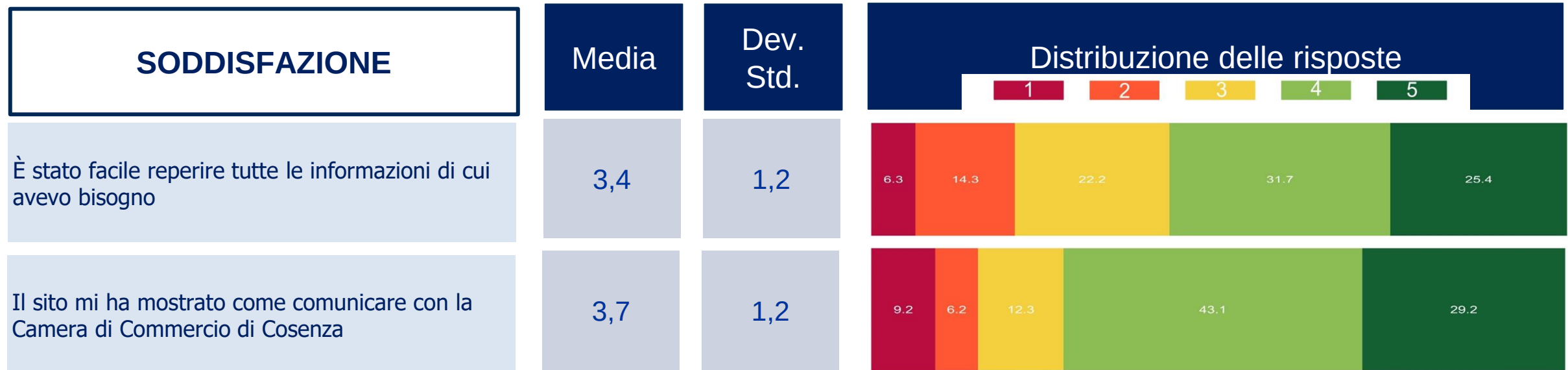
25%

*Le risposte riportate di seguito si riferiscono al sotto-campione di coloro che utilizzano il sito della Camera, pari a 66 rispondenti, di cui 46 imprese (70% del totale) e 20 professionisti (30% del totale)

Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»



- Emerge un quadro complessivamente positivo, con giudizi superiori a 3 su 5;
- I punteggi medi più bassi si registrano per la somiglianza del sito della CCIAA a quello di altri Enti e la facilità nel reperire le informazioni necessarie (medie in entrambi i casi di 3,4). Con riferimento al design del sito, tale dato potrebbe essere letto come un valore aggiunto, in termini di capacità del sito di distinguersi da quelli di altri Enti. Il valore medio più alto si rileva per l'efficacia del sito nel reindirizzare imprese/liberi professionisti verso le modalità/gli strumenti attraverso cui comunicare con la Camera, con media pari a 3,7;
- In media, su tutti i fattori considerati, più del 62% dei rispondenti attribuisce un punteggio superiore a 4.

*Le risposte riportate di seguito si riferiscono al sotto-campione di coloro che utilizzano il sito della Camera, pari a 77 rispondenti.

Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

SODDISFAZIONE	Media	TOTALE	Media	IMPRESE	Media	PROFESSIONISTI
Nel complesso il sito funziona bene	3,5		3,7		3,3	
Il sito ricorda visivamente quello di altri Enti	3,4		3,5		3,2	
Il sito è di facile navigazione	3,6		3,9		3,3	

Scala Likert a 5 modalità: da «completamente in disaccordo» a «completamente in accordo»

SODDISFAZIONE	Media	TOTALE	Media	IMPRESE	Media	PROFESSIONISTI
È stato facile reperire tutte le informazioni di cui avevo bisogno	3,4		3,7		3,1	
Il sito mi ha mostrato come comunicare con la Camera di Commercio di Cosenza	3,7		3,9		3,5	

- Rispetto all'andamento generale, emerge un sostanziale allineamento nei punteggi medi attribuiti dai due gruppi posti a confronto;
- I valori medi si attestano su un minimo di 3,1 per i professionisti, come evidenziato dalla facilità nel reperire le informazioni necessarie, e raggiungono un massimo di 3,9 per le imprese, al pari di quanto avviene per la facilità di navigazione del sito, nonché per la sua capacità di mostrare come comunicare con la Camera. Anche nei due sotto-campioni in esame, quindi, i punteggi sono ricompresi tra 3 e 4 su 5.

SINTESI DELLE EVIDENZE EMERSE- CONFRONTO TRA VALORI MEDI AGGREGATI

DIMENSIONI DI INDAGINE	CAMPIONI DI RISPONDENTI		
	TOTALE	IMPRESE	PROFESSIONISTI
 Missione e valori	3,4 su 5	3,6 su 5	3,2 su 5
 Reputazione	5 su 7	5,6 su 7	4,5 su 7
 Soddisfazione	3,6 su 5	4,1 su 5	3,2 su 5
 Fiducia	3,6 su 5	3,9 su 5	3,2 su 5
 Sovraccarico Amm.	2,7 su 5	2,7 su 5	2,8 su 5
 Condivisione	3,3 su 5	3,2 su 5	3,4 su 5
 Soddisfazione sito	3,5 su 5	3,7 su 5	3,3 su 5

ANALISI DEI COMMENTI DEGLI UTENTI

La sezione dedicata alle riflessioni e alle proposte di imprese e liberi professionisti si focalizza sull'analisi delle risposte alle due domande aperte poste nella parte conclusiva dell'indagine. In dettaglio, le domande intendevano:

- ***mappare le caratteristiche della CCIAA di Cosenza di domani;***
- ***proporre azioni e iniziative volte a migliorare il rapporto con le imprese.***

Rispetto alle caratteristiche della Camera, l'analisi si è focalizzata su 41 risposte, pari al 46,5% del campione. Con riferimento agli ambiti di intervento, l'analisi ha preso in considerazione 40 risposte, pari al 45,4 % del campione totale.





LA CCIAA DI COSENZA TO BE – QUALI CARATTERISTICHE?

L'analisi e la sistematizzazione delle principali caratteristiche che dovrebbero connotare l'immagine della CCIAA di Cosenza di domani ha evidenziato tre principali dimensioni su cui intervenire per rafforzare la strategia impresa-centrica della Camera. In dettaglio, l'Ente camerale dovrebbe essere:

- maggiormente riconosciuta a livello istituzionale, a fronte del valore generato per il territorio;
- più capillare e ramificata sul territorio;
- più vicina agli utenti, aprendosi ulteriormente (i) alle imprese, soprattutto di piccole dimensioni; (ii) ai professionisti del territorio, in qualità di intermediari qualificati della realtà imprenditoriale cosentina, capaci di raccogliere e filtrare bisogni/esigenze e di veicolare possibili soluzioni alle problematiche; (iii) ai giovani imprenditori, un segmento di utenza particolarmente bisognoso del supporto dell'Ente.

LA CCIAA DI COSENZA TO BE – QUALI AZIONI DA METTERE IN CAMPO?

2)

Con riferimento alle principali linee di intervento che la CCIAA di Cosenza dovrebbe mettere in campo per dare ulteriormente corpo alla sua strategia centrata sulle imprese, si evidenzia l'opportunità di:

- promuovere lo sviluppo di sinergie tra gli Enti del territorio volte alla tutela degli interessi delle imprese;
- coinvolgere maggiormente i professionisti del territorio nella stesura dei bandi, facendo leva sulla condivisione di informazioni e su una comunicazione chiara e immediata;
- investire maggiormente in attività di advocacy istituzionale, contribuendo a orientare il decision-making e le strategie a livello regionale in un'ottica impresa-centrica;
- attivare una sezione FAQ o un servizio dedicato per rispondere tempestivamente alle richieste degli utenti;
- ramificarsi maggiormente sul territorio, aprendo degli uffici/sedi di zona;
- investire ulteriormente nell'internazionalizzazione del tessuto imprenditoriale cosentino, arricchendo l'offerta di forme di incentivazione;
- ideare e offrire percorsi di formazione customizzati rispetto agli specifici fabbisogni formativi delle imprese;
- attivare dei laboratori che fungano da incubatori delle idee e delle proposte delle imprese;
- promuovere il cambiamento attraverso la realizzazione di bandi, focalizzati su digitalizzazione e innovazione;

LA CCIAA DI COSENZA TO BE – QUALI AZIONI DA METTERE IN CAMPO?

2)

(segue)

- attivare un indirizzo di posta elettronica per la risoluzione di problematiche relative alla compilazione delle pratiche (es. pratiche telemaco e registro imprese)
- estendere gli orari del call center dedicato al Registro imprese;
- investire maggiormente sulle politiche attive del lavoro attraverso la creazione di uno sportello di ascolto dedicato;
- realizzare workshop e momenti di confronto con i rappresentanti aziendali che possano rappresentare delle opportunità di formazione, aprendoli anche alle realtà imprenditoriali al di fuori del contesto regionale;
- riorientare l'attività di convegnistica/organizzazione di eventi verso le specifiche esigenze delle imprese, affinché possano rappresentare degli spazi di condivisione e risoluzione di problematiche comuni;
- rimuovere il vincolo dei due anni per il riaccesso a bandi finalizzati all'acquisto di specifiche attrezzature;
- attivare un canale di comunicazione e ascolto dedicato alle piccole imprese;
- avviare iniziative di knowledge transfert e percorsi di formazione customizzati rispetto alle esigenze dei giovani imprenditori.

ANALISI DEL FOCUS GROUP

La sezione dedicata all'analisi degli esiti del focus group, condotto con i rappresentanti di Coldiretti, Confindustria, Ordine Avvocati Cosenza, Confcommercio e Confederazione Nazionale Artigianato, è volta a evidenziare le azioni attivate e da attivare per avvicinare sempre più la CCIAA di Cosenza alle imprese del territorio. In dettaglio, il focus group ha messo in luce:

- ***l'impatto della nuova strategia della presidenza Algieri sulle imprese cosentine;***
- ***la qualità dei servizi offerti dalla Camera;***
- ***le possibili evoluzioni nel mix di attività e servizi volte a rispondere ai fabbisogni delle imprese del territorio.***



Per quanto riguarda le novità introdotte dalla presidenza Algieri, i partecipanti al focus group hanno evidenziato tre elementi principali:

- la semplificazione delle modalità di accesso alla Camera, attraverso l'introduzione di uno sportello dedicato in grado di reindirizzare gli utenti verso l'ufficio competente;
- la digitalizzazione dei servizi della Camera, promossa, soprattutto, a seguito dell'emergenza pandemica. In particolare, il sito rappresenta un efficace strumento per la compilazione delle pratiche, supportando gli utenti per prevenire eventuali errori ed efficientare il processo;
- l'introduzione di nuove figure professionali con competenze specifiche, che ha consentito a un miglioramento qualitativo dell'offerta di servizi, pur a fronte della drastica riduzione delle risorse disponibili.

Con riferimento alle attività/servizi offerti dalla Camera e al valore generato, emergono:

- la definizione di bandi tagliati su misura rispetto alle caratteristiche del tessuto imprenditoriale cosentino (es. bonus per l'edilizia), direttamente coinvolte in fase consultiva attraverso il Parlamento delle Imprese. L'adozione di una logica partecipativa nella progettazione dei bandi si accompagna alla collaborazione tra Camera e imprese in sede di stesura degli stessi, attraverso un'attività consulenziale mirata. L'efficacia dei bandi è valutata annualmente dalla Camera, che, in base all'impatto generato, ne riconferma la validità per l'annualità successiva;



(segue)

- la sottoscrizione di accordi con altri enti pubblici consente una visione più completa e globale delle singole pratiche, trattate a 360°. L'attivazione di forme di collaborazione strutturata con altre amministrazioni pubbliche consente l'estensione della rete di sportelli verso cui rivolgersi;
- l'espansione dell'offerta di servizi rivolti a imprese/utenti consente di integrare a linee di servizio più tradizionali e consolidate (es. registro imprese) importanti novità, che spaziano dal digitale (es. spid e firma digitale), al supporto specialistico in fase di avvio delle imprese, nonché all'introduzione di nuove modalità di interlocuzione con l'ufficio prestiti per i marchi e i brevetti, che prevedono la semplice compilazione di moduli.

Da ultimo, rispetto alle possibili linee di evoluzione delle attività/servizi della Camera, si evidenzia l'opportunità di:

- investire nell'attivazione di bandi specifici, volti a intervenire su problematiche specifiche della realtà imprenditoriale cosentina, quali la sicurezza sul lavoro (es. l'introduzione di un certificato unico per i lavoratori stagionali). Ciò consentirebbe di occupare gli spazi vuoti lasciati da altri stakeholder istituzionali di rilievo internazionale (es. bandi comunitari);
- potenziare la comunicazione esterna, promuovendo ulteriormente la propria offerta di servizi;
- investire ulteriormente sul marketing territoriale, acquisendo, in aggiunta a quello consulenziale, un ruolo formativo;
- potenziare la formazione rivolta alle imprese, anche attraverso l'attivazione di partnership con enti di formazione.



SINTESI DELLE PRINCIPALI EVIDENZE EMERSE

La sezione dedicata alla sintesi dei principali risultati emersi rappresenta una sistematizzazione di tutte le informazioni raccolte, sia attraverso il questionario sulla reputazione della Camera che mediante il focus group condotto con i rappresentanti delle associazioni di categoria e degli ordini professionali. La sistematizzazione dei risultati raccolti attraverso **metodi e strumenti d'indagine differenti** consente di individuare elementi di convergenza e differenziazione, **punti di forza** e possibili **ambiti di miglioramento**.





PUNTI DI FORZA

- Si evidenziano valutazioni positive per tutte le dimensioni d'indagine;
- In particolare, la CCIAA di Cosenza gode di un'ottima reputazione (media dell'indice sintetico pari a 5,3), che risulta connotata perlopiù dai suoi elevati livelli di performance, nonché dall'eticità e dalla trasparenza del suo operato;
- L'efficacia del proprio ruolo di consulente al servizio delle imprese, in linea con le traiettorie di sviluppo tracciate dalla strategia impresa-centrica.
- Tendenzialmente i punteggi medi riscontrati per le imprese sono più positivi rispetto a quelli dei professionisti



AMBITI DI INTERVENTO

- Si evidenzia l'opportunità di acquisire un maggiore radicamento sul territorio, aprendosi ulteriormente a imprese e utenti attraverso la realizzazione di nuovi uffici/sedi;
- Emerge la possibilità di customizzare ulteriormente la propria offerta di servizi in funzione delle particolari caratteristiche della realtà imprenditoriale cosentina, al fine di acquisire un vantaggio competitivo e un posizionamento chiaro rispetto ad altri stakeholder istituzionali;
- Si evidenzia la possibilità di investire maggiormente nella comunicazione esterna, promuovendo ancor più la propria offerta di servizi;
- Da ultimo, si delinea l'opportunità di qualificare ulteriormente il proprio ruolo di consulente, integrando maggiormente nel proprio portafoglio di servizi attività di formazione mirata alle imprese, anche nell'ottica di valorizzare l'elevata professionalità e competenze dei dipendenti.