



Regione Siciliana

PRESIDENZA
Segreteria Generale
Area 1^
“Segreteria CORECOM”

“CUSTOMER SATISFACTION”

**INDAGINE DELLA
SEGRETERIA CORECOM**

Presentazione

Anno 2012

A cura di Lina Pipate

PRESENTAZIONE

Innumerevoli sono le attività promosse al fine di innovare il volto alla Pubblica Amministrazione; tutte improntate verso una strategia finalizzata ad un incessante miglioramento della qualità offerta. E' un processo in continua espansione che, comunque, attraversa ancora una fase pionieristica, anche se, negli ultimi anni, è cresciuto considerevolmente l'interesse verso la "comunicazione" in genere. Conseguentemente è iniziata a diffondersi la cultura della qualità dei servizi resi e della soddisfazione del cittadino/utente; parimenti si sta affermando, sempre più, la cultura della "valutazione".

Ma se è vero che il processo di miglioramento della P.A. è in una fase primeva, è altrettanto vero che la Segreteria del Corecom, consapevole del ruolo sempre più pregnante assunto dalla Comunicazione, è sicuramente stata avanguardista, precedendo finanche la direttiva del Presidente della Regione; consapevole, soprattutto, che l'attività chiave per migliorare la propria performance è proprio l'ascolto dell'utente. La Segreteria Corecom, da tempo ormai, si è posta l'obiettivo di raccogliere informazioni sulla valutazione percepita dai propri utenti, cercando di conoscere il loro punto di vista, per meglio comprendere i loro "bisogni" e le loro "aspettative". Abbiamo, indiscutibilmente, intrapreso un valido percorso di miglioramento! Ma l'avvio di un qualsiasi percorso, ancor più se di miglioramento o di cambiamento, non può prescindere dalla scelta di strategie oculate e, pertanto, è necessario avere il coraggio di sottoporsi a "verifica".

"Qualità" e "Valutazione" sono diventati gli imperativi di quel processo di riforma e di cambiamento che coinvolge i sistemi organizzativi della P.A..

"Valutare" riveste un'importanza fondamentale e nasce, innanzitutto, dalla necessità di comprendere se i servizi erogati soddisfino. Ma "valutare" significa anche affidarsi alle proprie capacità di analisi e scandagliare le azioni intraprese per un determinato fine: verificare se hanno conseguito lo scopo prefissato e, quindi, eventualmente, sulla base dei dati generati, avviare le modifiche più appropriate per iniziare un

processo euristico teso a “correggere la rotta”.

Interpellare direttamente l'utente/cittadino è indispensabile per misurare il suo grado di soddisfazione o di insoddisfazione, perché c'è una notevole differenza tra ciò che la Pubblica Amministrazione “crede” che l'utente/cittadino desidera e ciò che quest'ultimo vuole veramente.

La legge 10 maggio 2000, n. 150, intitolata “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni” (che rende obbligatorie le attività di informazione e di comunicazione dei soggetti politici), ha sicuramente segnato un passo fondamentale in quel processo di modernizzazione che si è imposto alla Pubblica Amministrazione. Processo che implica, tra l'altro, un maggiore coinvolgimento del cittadino/utente. Processo che si identifica in quello che è l'obiettivo di una P.A.: uscire dalla propria autoreferenzialità e recuperare, almeno in parte, quella fiducia troppo spesso disattesa, attraverso un valido dialogo con i propri utenti, al fine di migliorare la qualità dei servizi erogati.

Conoscere la valutazione del cittadino/utente e il suo livello di gradimento rappresenta la premessa imprescindibile per, eventualmente, dar luogo ad una riconsiderazione qualitativa dei servizi offerti, finalizzata al miglioramento della propria performance. In tal senso è orientata la direttiva del Ministero della Funzione Pubblica; in tal senso è, parimenti, orientata la direttiva del Presidente della Regione. Ciò premesso, non è integrativo ricorrere ad un meccanismo di monitoraggio per verificare in che misura è percepito il livello qualitativo dei servizi prodotti, ma è assolutamente basilare per accertarne la rispondenza alle esigenze e alle aspettative dell'utente che, appunto, usufruisce dei servizi: solo chi percepisce direttamente il servizio può dare il giudizio che effettivamente “conta”! E ciò può verificarsi solo attraverso un confronto di opinioni diretto e costruttivo. Ecco perché il cittadino/utente è diventato il perno principale di tale obiettivo strategico. Ecco perché “ascoltare” è l'unico modo per la continua ottimizzazione della qualità dei servizi forniti.

La Customer Satisfaction non è un sondaggio d'opinione; non è una semplice somministrazione di un questionario; non è un dato statistico fine a se stesso... E' uno

strumento che consente di raccogliere l'opinione degli utenti, che abbiamo già individuato come parametro fondamentale per meglio incanalare le attività orientate verso un miglioramento continuo. Dice Johann Wolfgang Goethe: *“Comunicare l'un l'altro, scambiarsi informazioni è natura; tenere conto delle informazioni che ci vengono date è cultura”*.

Ebbene sì, il vero salto di qualità di una P. A. avviene proprio nel momento in cui si pone come obiettivo strategico: migliorarsi per soddisfare l'utente. L'importante è appurare effettivamente quel che emerge dall'indagine, senza eludere ciò che non aggrada; perché la customer satisfaction non è “un'azione di facciata”, ma “un reale strumento di progettazione e miglioramento dei servizi” (come sostiene Angelo Tanese nel suo libro “La Customer Satisfaction della P.A.”)... Bello sarebbe non vedere più quella metafora televisiva, sempre più spesso riproposta, mortificante per la Pubblica Amministrazione, in cui Totò esclama: “... E io pago!!”

PROGETTO DELL'INDAGINE

La precedente indagine ha, sicuramente, rappresentato uno strumento importante, in quanto ha fornito risultati significativi, evidenziando un livello di soddisfazione ottimale da parte degli utenti, per quanto concerne disponibilità, cortesia e competenza del personale della Segreteria del Corecom. E' stato interessante rilevare che, per molti, avere un dialogo continuo è un'esigenza importante e che, pertanto, i correttivi attuati per scalfire i punti di criticità emersi dalla prima indagine (foglio informativo, maggiori informazioni sul sito, ecc), sono stati apprezzati.

Ma poichè, in linea con lo spirito che ha esortato il Ministro della Funzione Pubblica a ideare un modello di P.A. volto alla modernizzazione, non è consentito “dormire sugli allori” o “darsi per scontati”, la Segreteria del Corecom prende nota di quanto emerso dall'ultima indagine e, consapevole della rilevanza che ha l'attività di “ascolto” nell'ambito del processo di rinnovamento del rapporto tra Pubblica Amministrazione e utenti/cittadini, si ripropone di svolgere una nuova indagine di

Customer Satisfaction.

L'idea di avviare una nuova indagine in questo particolare momento, nasce sia dal dover dar seguito, inderogabilmente, alle direttive, ma anche dalla necessità di avere un primo confronto con i nostri utenti (le emittenti radiotelevisive locali) su un tema di notevole importanza che coinvolgerà tutta la regione, quale è il passaggio al “digitale terrestre”.

Il progetto dell'indagine (quali sono gli obiettivi, quale è il contesto, chi sono gli attori coinvolti, quali sono i tempi di realizzazione, quali sono gli strumenti di indagine che si vorrebbero utilizzare, ecc), ricalca quello, ormai consolidato, degli anni precedenti.

L'indagine di Customer Satisfaction che si intende realizzare, e che Antonio La Spina (docente di “Scienze della Comunicazione” dell'Università di Palermo, nonché docente di vari corsi di formazione della Regione Siciliana sulla “Comunicazione”) definirebbe “consultazione”, ha l'obiettivo di fornire elementi utili per, eventualmente, riorientare le proprie politiche.

E la Segreteria del Corecom è proprio alla ricerca di “elementi utili”, in un momento in cui il settore televisivo sta vivendo una fase di notevole cambiamento: la Tv digitale terrestre prenderà, definitivamente, il posto dell'attuale Tv analogica. Tale processo produce, inevitabilmente, un forte impatto sugli utenti (i nostri utenti primari sono, appunto, le emittenti radiotelevisive locali della regione siciliana) e sui cittadini, in genere.

La Segreteria del Corecom, al fine di garantire l'informazione a tutti gli interessati, nel rispetto del piano per l'innovazione e l'e-governement, ha predisposto un documento informativo denominato “Digitale terrestre” (pubblicato nel sito del Corecom unitamente ad un “Glossario” sul digitale), considerando che in Sicilia la transizione dal sistema analogico al digitale avverrà nel mese di giugno 2012. Si è cercato, nella formulazione del citato testo, di rendere l'informazione chiara e sintetica, con un linguaggio facilmente accessibile. Vuole essere un ponte costruito verso il confine degli utenti, spesso lasciati soli a contrastare con problemi derivanti da “svolte epocali” che, sicuramente hanno enormi peculiarità innovative, ma che,

certamente, i più deboli (le piccole emittenti, i meno abbienti, gli anziani, ecc.) sentono di “non avere richiesto”.

Sicché, si ritiene importante svolgere, contestualmente all'indagine di Customer Satisfaction, un brevissimo monitoraggio per “sondare il terreno” nel campo dell'emittenza locale.

CONTESTO

L'attività dell'Unità Operativa “Segreteria Corecom” è legata alle funzioni del Corecom (Comitato Regionale per le Comunicazioni). Il Corecom, organo funzionale dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, svolge funzioni proprie e funzioni delegate. In particolare, tra le funzioni proprie, esercita le seguenti attività:

- In qualità di organo regionale, svolge funzioni di consulenza, di supporto e di garanzia dell'Assemblea Regionale Siciliana, della Giunta Regionale nel campo della comunicazione;
- esprime parere sul piano nazionale di ripartizione e di assegnazione delle frequenze ai sensi della l. 249/1997 e sui bacini di utenza e sulla localizzazione dei relativi impianti;
- esprime parere preventivo sui provvedimenti che la Regione intende adottare a favore di emittenti radiotelevisive, di imprese di editoria locale e di telecomunicazione operanti in ambito regionale e, se richiesto, provvede ad applicare le relative procedure;
- esprime ogni altro parere richiesto dagli organi regionali o previsto da leggi e regolamenti in materia di telecomunicazioni, di radiotelevisione e di editoria convenzionale o informatica;

- esprime parere sui piani dei programmi trimestralmente predisposti dalla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo per ciò che concerne quei programmi che, direttamente o indirettamente, riguardano la realtà regionale;
- attua forme di collaborazione e consultazione con la sede regionale della RAI, con le associazioni delle emittenti private, con l'Ordine dei giornalisti, con le associazioni degli utenti e dei consumatori, con gli organi dell'amministrazione scolastica e con ogni altro eventuale soggetto collettivo interessato alle comunicazioni;
- svolge l'attività finalizzata alla verifica del rispetto della legge sulla "par condicio" n. 28/2000, durante le campagne elettorali e referendarie. Ruolo del Corecom è quello di vigilare sulla corretta applicazione della normativa vigente; intervenire in caso di violazione, trasmettendo i relativi atti e la formulazione delle conseguenti proposte all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, per i provvedimenti di competenza. Svolge anche consulenza e informazione sia nei confronti delle emittenti locali che dei soggetti politici; effettua l'assegnazione e il rimborso dei messaggi autogestiti gratuiti a quelle emittenti radiotelevisive locali che hanno fatto richiesta di adesione;
- predispone la graduatoria per l'attribuzione dei contributi alle emittenti televisive locali, erogati annualmente dal Ministero dello Sviluppo Economico, ai sensi della legge 448/1998;
- promuove e organizza studi, ricerche, tavole rotonde, seminari e convegni, al fine di sviluppare la formazione e la conoscenza dei temi e dei problemi della comunicazione;

- vigilia, in collaborazione con l’Agenzia Regionale per la Protezione dell’Ambiente (ARPA) ed altre strutture eventualmente idonee, sul rispetto della normativa nazionale e regionale relativa ai tetti di radiofrequenze fissati dalla normativa vigente come compatibili con la salute umana e collabora alla verifica che tali tetti, anche per effetto congiunto di più emissioni elettromagnetiche, non vengano superati; propone, altresì, alla Giunta regionale l’adozione dei provvedimenti previsti dalla relativa normativa.

Di notevole importanza sono le deleghe conferite dall’Autorità per le garanzie nelle Comunicazione l’1 dicembre 2011:

- vigilanza in materia di tutela dei minori nel settore radiotelevisivo locale;
- tentativo obbligatorio di conciliazione nelle controversie tra gestori del servizio telecomunicazioni e utenti in ambito locale;
- esercizio del diritto di rettifica;
- vigilanza in materia di pubblicazione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa in ambito locale.

La Segreteria Corecom svolge le relative funzioni istruttorie e di supporto; effettua il calcolo dei messaggi autogestiti gratuiti effettivamente trasmessi, per il conseguente rimborso alle emittenti, da parte del Ministero; attribuisce i punteggi per redigere la graduatoria dei contributi alle emittenti televisive locali da trasmettere al Ministero; predispone la modulistica necessaria; informa gli utenti delle disposizioni adottate dal Ministero e dall’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni; espleta tutti gli adempimenti relativi alla realizzazione di tavole rotonde, seminari e convegni organizzati dal Corecom.

OBIETTIVI E DESTINATARI

E' importante avere le idee chiare sugli obiettivi della ricerca e sui traguardi che si vogliono raggiungere, altrimenti si rischia di ottenere risultati non programmati e, magari, non utili al miglioramento della propria performance.

Spesso, il successo di una Pubblica Amministrazione si nasconde dietro ad una soluzione semplice, che potrebbe essere un “intervento mirato” o una “strategia oculata”. La Segreteria Corecom, riconosce la rilevanza di svolgere un'attenta e continua attività di “ascolto”, per perseguire quel processo di rinnovamento del rapporto tra Pubblica Amministrazione e utenti, tanto auspicato dal Ministero della Funzione Pubblica; ma, soprattutto, è cosciente che ciò è di estrema importanza se si intende attuare in maniera più efficace la propria funzione.

“Comunicare” con gli utenti è, ormai, da considerare parte integrante dei servizi erogati, perché consente un migliore accesso alle informazioni e alle attività della Pubblica Amministrazione e permette, altresì, attraverso anche una maggiore trasparenza, un'attiva partecipazione dei cittadini.

La Segreteria Corecom è ben consapevole che fare percepire, in maniera corretta, la qualità dei servizi devoluti è essenziale per attuare una strategia mirata a rendere più efficace ed efficiente l'attività svolta e, quindi, a rafforzare l'affidabilità e la credibilità dell'ufficio che eroga i servizi stessi; ciò può agevolare la rimozione, dalla mente degli utenti, di quell'autoreferenzialità che caratterizzava la Pubblica Amministrazione in tempi non troppo lontani; tale logistica rende anche più attuabile quella tanto aspirata relazione con l'utente basata soprattutto sulla fiducia. Inoltre, ciò permette ai dipendenti pubblici coinvolti di comprendere, in maniera più considerevole, l'importanza del loro ruolo e dei loro obiettivi finali, consentendo una loro maggiore motivazione e, di conseguenza, sviluppando una loro maggiore

crescita.

L'universo dell'indagine è costituito, come già precedentemente specificato, dalle emittenti radiotelevisive locali presenti sul territorio siciliano. L'utenza di riferimento destinataria della nuova indagine di customer satisfaction, facendo una scelta ragionata, sarà composta dalle emittenti televisive, le quali saranno coinvolte nella transizione al digitale terrestre.

L'intento è quello di appurare, oltre il loro grado di soddisfazione dei servizi offerti (informazioni rese, sito internet, dialogo, ecc.), anche la loro attuale posizione assunta nei confronti della ormai prossima transizione al digitale terrestre.

Si potrà, così, verificare se le strategie di miglioramento adottate sono state efficaci; si potranno acquisire elementi utili per potenziali e possibili miglioramenti futuri; si potranno attuare, eventualmente, più appropriati strumenti di lavoro e metodologie. Inoltre, potranno essere desunti dati significativi circa l'atteggiamento delle emittenti televisive siciliane nei confronti del prossimo swich-off.

PERCORSO OPERATIVO, ATTORI E SCELTA DELLO STRUMENTO DI RILEVAZIONE

Anche quest'anno, lo svolgimento dell'indagine di customer satisfaction sarà progettato, realizzato e condotto da personale interno all'Unità Operativa “Segreteria Corecom”, con la possibilità di eventuali, ulteriori collaborazioni. Il fine è quello di ottenere il miglior risultato possibile, compatibilmente con quelle che sono le risorse di cui disponiamo.

Ecco perché lo strumento di rilevazione che si intende adottare è, ancora una volta, il “questionario di gradimento”: sicuramente il più economico per l'Amministrazione, in quanto ha un'incidenza minima dei costi. Inoltre, i tempi sono piuttosto brevi, poichè è lo strumento più veloce per raggiungere gli utenti che si trovano dislocati su tutto il territorio della Sicilia; permette anche una più sincera risposta, senza il condizionamento di un intervistatore. Infine, ma non ultimo motivo per importanza,

è in linea con il processo di semplificazione del linguaggio della Pubblica Amministrazione, in quanto è il più indicato per semplicità ed immediatezza. Di contro, come già evidenziato nelle precedenti indagini, ha la peculiare caratteristica di un “ritorno” generalmente basso (nell'ambito dell'ultima indagine ha risposto il 77% delle radio contattate e il 55% delle tv contattate, ma qualche questionario è pervenuto successivamente alla presentazione dei risultati).

Il questionario sarà strutturato in due sezioni: la prima è quella effettivamente finalizzata alla rilevazione della percezione del grado di soddisfazione dei servizi resi, costituita da **n° 10** domande chiuse e **n° 1** proposta di suggerimenti; la seconda è mirata ad appurare in che misura i nostri utenti sono pronti ad affrontare il passaggio al digitale terrestre ed è costituita da **n. 3** domande chiuse e da **n. 1** invito a dichiarare le loro eventuali perplessità.

L'erogazione dei questionari avverrà entro il 20 marzo 2012, attraverso due canali: preferibilmente via e-mail ed eventualmente via fax/posta ordinaria (per quelle pochissime emittenti non fornite di posta elettronica).

La tipologia delle domande da inserire nel questionario è scaturita, soprattutto, dall'esito della precedente indagine e dalla necessità di “avere conferme”; pertanto, avranno come oggetto: le informazioni rese, il sito internet, il dialogo, la cortesia del personale. Quest'ultima ha già avuta un riscontro più che positivo nel 2009, ma un'indagine di Customer Satisfaction non può esimersi dal riproporla tra le domande da effettuare! Di pari importanza la tipologia delle ultime tre domande, dettate dal grande rilievo che ha oggi la transizione al digitale terrestre.

I risultati ottenuti saranno presentati e resi sia all'interno dell'Amministrazione che all'esterno, mediante la pubblicazione nel sito della “Segreteria Corecom”, entro il 30 novembre 2012.