

Report
Rilevazione sulla soddisfazione
degli utenti riguardo ai prodotti
e ai servizi offerti sul web - 2016



Indice

1	Introduzione	3
2	Questionario	3
3	Promozione della rilevazione	4
4	Analisi dei risultati	5
4.1	Scopi, importanza delle statistiche, temi statistici e frequenza d'uso del sito web.....	5
4.2	Fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat	9
4.3	Soddisfazione per i prodotti e servizi offerti sul sito web	10
4.3.1	Data warehouse I.Stat	11
4.3.2	Comunicati stampa.....	13
4.3.3	Contenuti interattivi	14
4.3.4	Microdati	17
4.3.5	Contact centre	20
4.3.6	Biblioteca digitale	22
4.3.7	Quadri informativi tematici	24
4.3.8	Social network	25
4.4	Giudizio complessivo	28
4.5	Profilo dei rispondenti	29
4.6	Conclusioni	33
5	Trattamento dei dati	34

1 Introduzione

“Le **pubbliche amministrazioni** e i gestori di servizi pubblici progettano e realizzano i servizi in rete mirando alla migliore soddisfazione delle esigenze degli utenti, in particolare garantendo la completezza del procedimento, la certificazione dell'esito e l'accertamento del grado di soddisfazione dell'utente. A tal fine, **sono tenuti ad adottare strumenti idonei alla rilevazione immediata, continua e sicura del giudizio degli utenti**” art. 63 del nuovo CAD (Codice dell'Amministrazione Digitale) e successive modifiche e integrazioni.

L'Istat utilizza una serie di strumenti di monitoraggio della soddisfazione degli utenti. In particolare, dal 2013 ha scelto di utilizzare, tra gli altri, quale strumento per la rilevazione immediata e continua del giudizio degli utenti, un questionario di User Satisfaction (US), somministrato annualmente attraverso il sito web istituzionale www.istat.it. Esso è volto a conoscere quanto, per quali scopi, con quale frequenza e con che grado di soddisfazione i prodotti/servizi prodotti dall'Istat vengono utilizzati dagli utenti, in un'ottica di **miglioramento continuo della qualità dei servizi**¹.

Nel 2016 l'Istat per il quarto anno consecutivo ha condotto una rilevazione annuale con l'obiettivo di individuare e analizzare dal punto di vista quali-quantitativo il grado di soddisfazione dell'utenza relativamente ai prodotti e servizi diffusi tramite il sito web istituzionale (I.Stat, comunicati stampa, contenuti interattivi, contact centre, biblioteca digitale, microdati, quadri informativi tematici e social network).

Il questionario in parola è stato somministrato tramite web nel periodo **10 novembre - 31 dicembre 2016**, i dati raccolti sono stati elaborati e i risultati vengono riportati nel presente documento.

2 Questionario

Il questionario utilizzato è stato articolato in più sezioni relative:

- (domande 1-4) agli scopi, importanza e frequenza dell'uso dell'informazione statistica ufficiale, nonché ai temi statistici di interesse;
- (domanda 5) alla fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat;
- (domande 6-15) all'uso dei prodotti e servizi dell'Istat e alla relativa soddisfazione;
- (domande 16-19) al profilo dell'utente.

L'utente nel rispondere doveva far riferimento ai tre mesi precedenti al momento della compilazione del questionario, in modo da poter raccogliere anche le risposte di coloro che consultano il sito web dell'Istat in maniera più saltuaria.

Il questionario prevedeva domande a risposta chiusa con la possibilità di scegliere una sola opzione, tra cui “non so/non rispondo”, salvo alcune eccezioni, che saranno esplicitate nel corso del documento.

Inoltre per ogni prodotto/servizio diffuso dell'Istat (I.Stat, comunicati stampa, contenuti interattivi, contact centre, biblioteca digitale, microdati, quadri informativi tematici e social network) è stata lasciata al rispondente la possibilità di fornire suggerimenti per aiutarci a soddisfare meglio il suo fabbisogno informativo.

¹ http://qualitapa.gov.it/fileadmin/mirror/i-migliora/strumenti/LINEE_GUIDA_sintetiche_portale_con_revisioni.pdf

Nelle domande riguardanti la soddisfazione, l'utente oltre a "non so/non rispondo" poteva scegliere tra (su una scala di Likert² a 4 modalità) "per nulla", "poco", "abbastanza" e "pienamente" soddisfacente.

Nella realizzazione del questionario elettronico si è scelto di non inserire controlli che bloccassero la compilazione. Tale scelta per agevolare e non molestare eccessivamente i rispondenti.

Terminata la fase di progettazione, il questionario è stato testato per verificare la corretta sequenza logica delle domande, la loro coerenza, il corretto funzionamento delle domande filtro, la fluidità in generale del questionario.

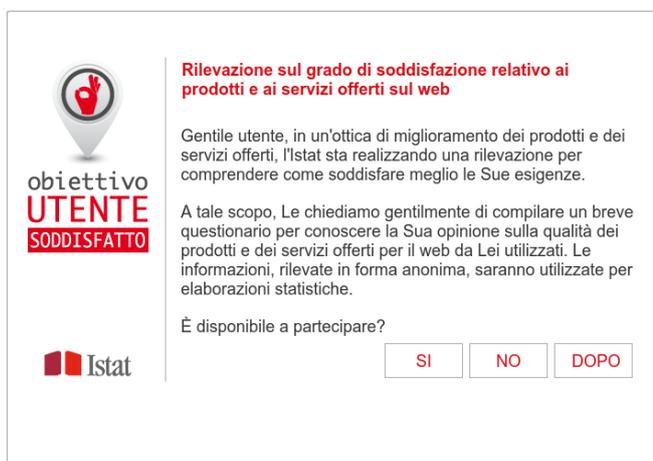
Per il contenuto del questionario si rimanda all'allegato 1.

3 Promozione della rilevazione

Nelle edizioni 2013 e 2014 il questionario di user satisfaction era raggiungibile solo attraverso un popup che appariva alla prima visita al sito www.istat.it, nel popup si chiedeva la disponibilità a partecipare alla rilevazione, in caso di risposta affermativa l'utente veniva indirizzato al questionario.

A partire dall'edizione del 2015, invece, l'invito a partecipare alla rilevazione appariva in tutte le pagine di www.istat.it solo al momento in cui l'utente muoveva il mouse nella zona destra in alto, ossia quando presumibilmente manifestava l'intenzione di chiudere il sito in quanto aveva terminato la visita (**exit intention**³). Tale scelta è stata fatta per cercare di ridurre al minimo il fastidio che può generare all'utente veder aprire un popup non richiesto.

Figura 1. Invito alla compilazione del questionario 2016



Rilevazione sul grado di soddisfazione relativo ai prodotti e ai servizi offerti sul web

Gentile utente, in un'ottica di miglioramento dei prodotti e dei servizi offerti, l'Istat sta realizzando una rilevazione per comprendere come soddisfare meglio le Sue esigenze.

A tale scopo, Le chiediamo gentilmente di compilare un breve questionario per conoscere la Sua opinione sulla qualità dei prodotti e dei servizi offerti per il web da Lei utilizzati. Le informazioni, rilevate in forma anonima, saranno utilizzate per elaborazioni statistiche.

È disponibile a partecipare?

È l'invito a partecipare prevedeva tre possibili risposte, a ciascuna delle quali corrispondeva una determinata azione:

Sì, e in tal caso l'utente veniva immediatamente indirizzato al sito di erogazione del questionario;

No, l'invito a partecipare non veniva più mostrato all'utente nelle visite successive;

² Si è scelto di adottare la scala Likert, in quanto:

- consente, al pari delle altre, la misurazione degli atteggiamenti e/o delle percezioni dei rispondenti rispetto agli ambiti di indagine;
- è facilmente applicabile e, quindi, utilizzabile per qualunque modalità di distribuzione del questionario si intenda utilizzare;
- presenta un'ampiezza di alternative che la rende più flessibile rispetto a quelle che prevedono soltanto una risposta dicotomica e, quindi, fornisce maggiori informazioni e dati da elaborare.

³ <http://exitintentpopup.com/the-past-present-and-future-of-exit-intent-popups/#sthash.xSnQX6B2.dpbs>

Dopo, l'invito a partecipare veniva di nuovo mostrato all'utente dopo 15 minuti oppure, in caso di una sessione di durata inferiore, nella visita successiva.

Inoltre dal 2015 all'invito a partecipare pubblicato sul sito web, è stata affiancata una campagna promozionale per cercare di convogliare sul questionario utenti attraverso altri canali.

Sostanzialmente le azioni intraprese sono state:

1. Collocazione nella home di www.istat.it:

- il giorno di uscita la rilevazione è stata presentata con una news;
- per tutto il tempo della rilevazione è stato inserito un link nella sezione "In evidenza" che rimandava al questionario.

2. Invio di e-mail a:

- componenti della Commissione degli utenti della statistica (CUIS);
- iscritti alla Rivista di Statistica ufficiale;
- iscritti al contact centre.

3. Pubblicazione di una news sul portale del Sistan

4. Inserimento dell'invito a compilare il questionario, nel periodo della rilevazione, in tutte le comunicazioni partite dallo sportello elettronico dedicato agli utenti comunica@istat.it:

"Aiuta l'Istat a migliorare i propri prodotti e servizi!

Accedi al [questionario on line](#): in 6 minuti circa, potrai esprimere la tua opinione.

Grazie della collaborazione!"

5. Azioni di push attraverso Twitter: tramite l'account [istat_it](https://twitter.com/istat_it) sono stati veicolati diversi tweet per invitare gli utenti a partecipare alla rilevazione: un tweet per il lancio e poi uno a settimana.

4 Analisi dei risultati

4.1 Scopi, importanza delle statistiche, temi statistici e frequenza d'uso del sito web

La prima sezione del questionario (domande 1-4), riguardava gli scopi, la frequenza, l'importanza dell'uso dell'informazione statistica ufficiale e i temi statistici di interesse.

La prima domanda "Per quali scopi utilizza l'informazione statistica ufficiale?" prevedeva già dall'edizione 2015, a differenza degli anni passati, la possibilità di scegliere una **solo risposta**, al fine di conoscere lo scopo prevalente.

Come si può vedere dalla figura 2, i motivi più frequenti per cui viene utilizzata l'informazione statistica sono "**Attività di studio e ricerca**" (37%), "**Curiosità, informazione personale**" (13,8%), "**Analisi e previsioni economiche**" (9,6%) e "**Aggiornamento di valori monetari**" (8,2%). 113 utenti (3,4%) hanno scelto l'opzione "Altro". Il 2,3% dei rispondenti ha scelto l'opzione "Non so/non rispondo".

Figura 2a. Scopi prevalenti dell'uso dell'informazione statistica ufficiale (composizione percentuale – Anno 2016)

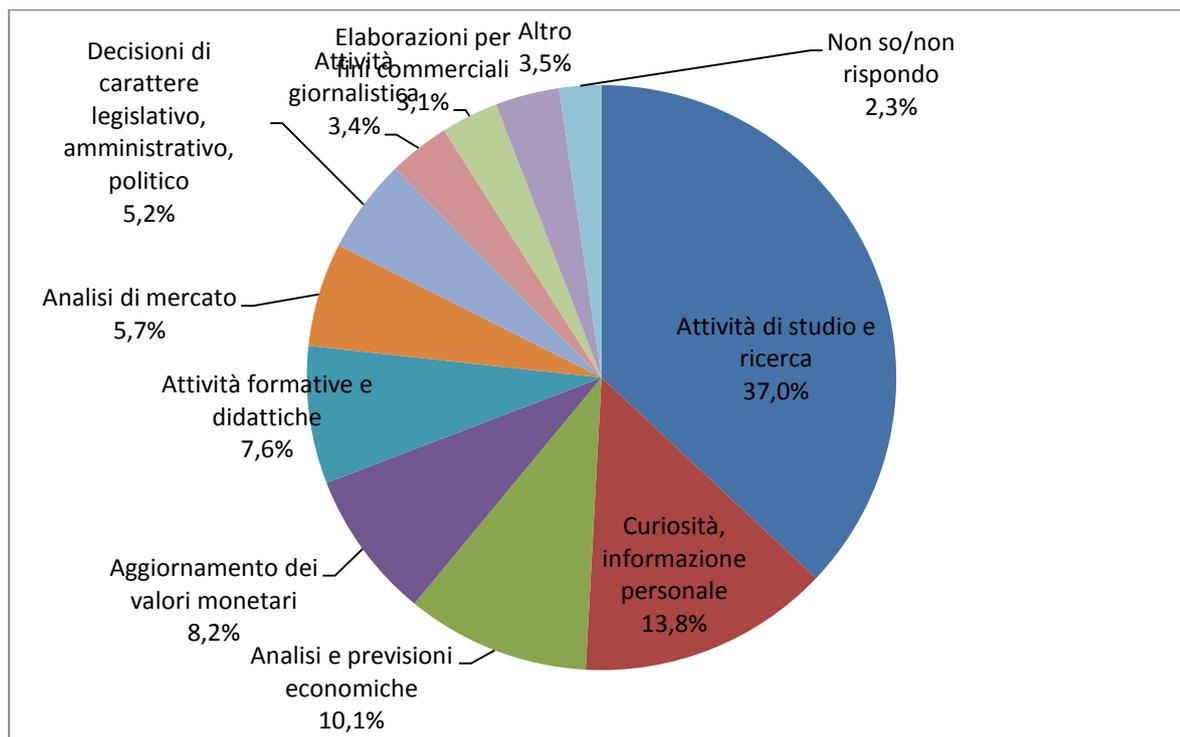
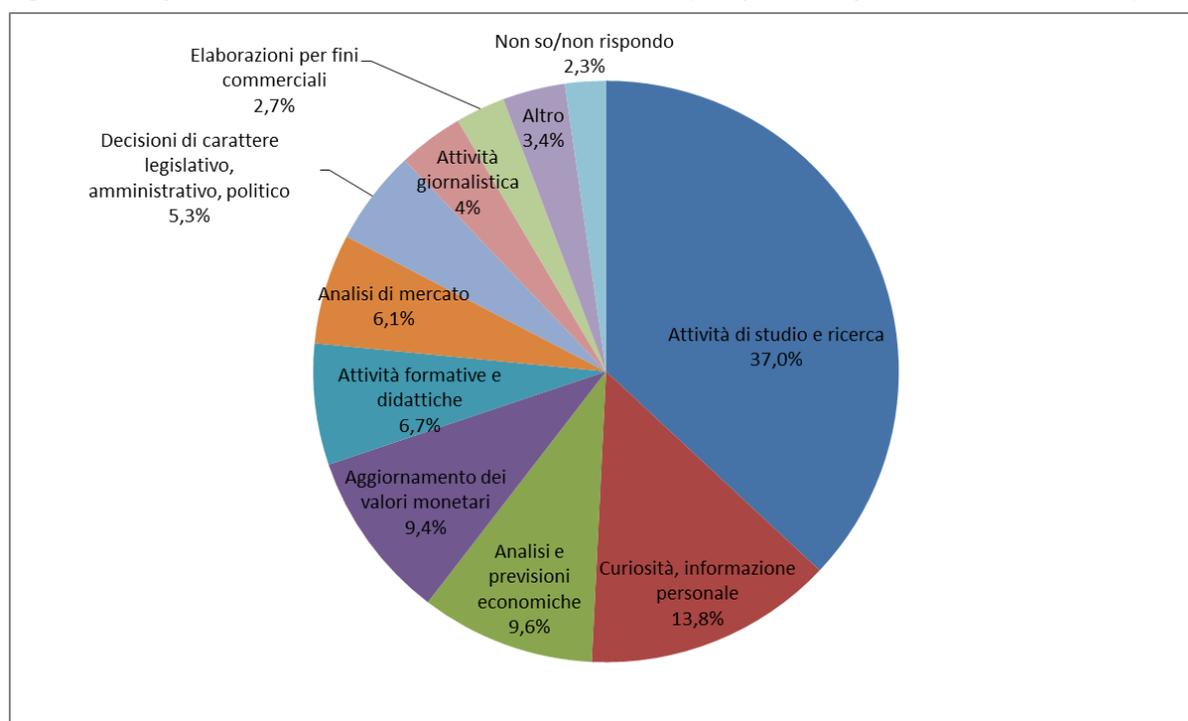


Figura 2b. Scopi dell'uso dell'informazione statistica ufficiale (composizione percentuale – Anno 2015)



Nella seconda domanda, è stato chiesto “Quanto sono importanti le statistiche per i suoi scopi?”. Dalle risposte raccolte emerge un dato interessante sui rispondenti ossia che la stragrande maggioranza (91,2%, erano il 90,9% nel 2015) di essi considera le statistiche **molto** o **abbastanza importanti** (rispettivamente il 64,2% e il 27,0%). Solo il 4,9% le ritiene poco importanti e l’1,4% per nulla importanti.

Figura 3a. Importanza delle statistiche (composizione percentuale – Anno 2016)

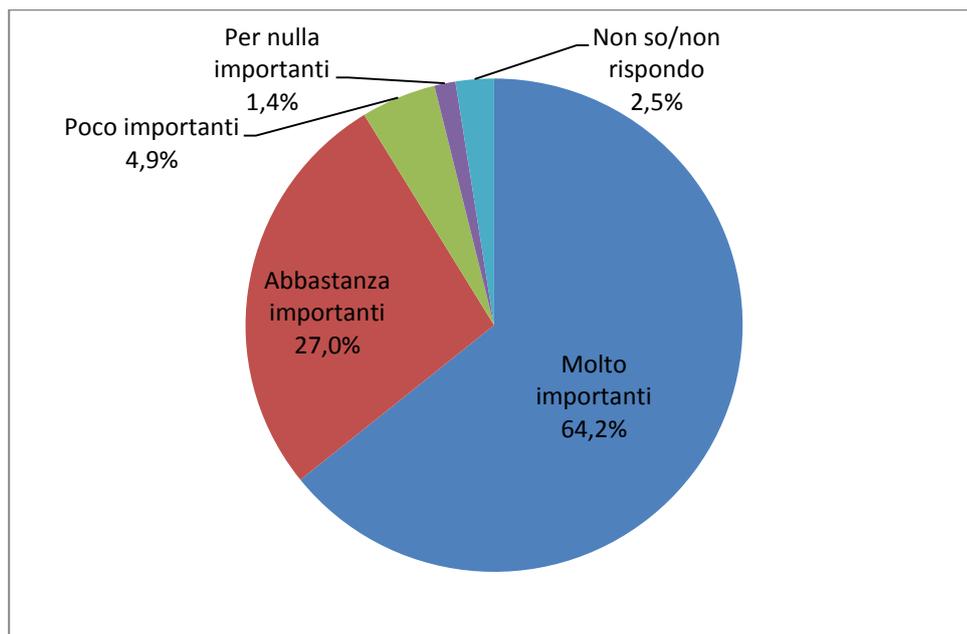
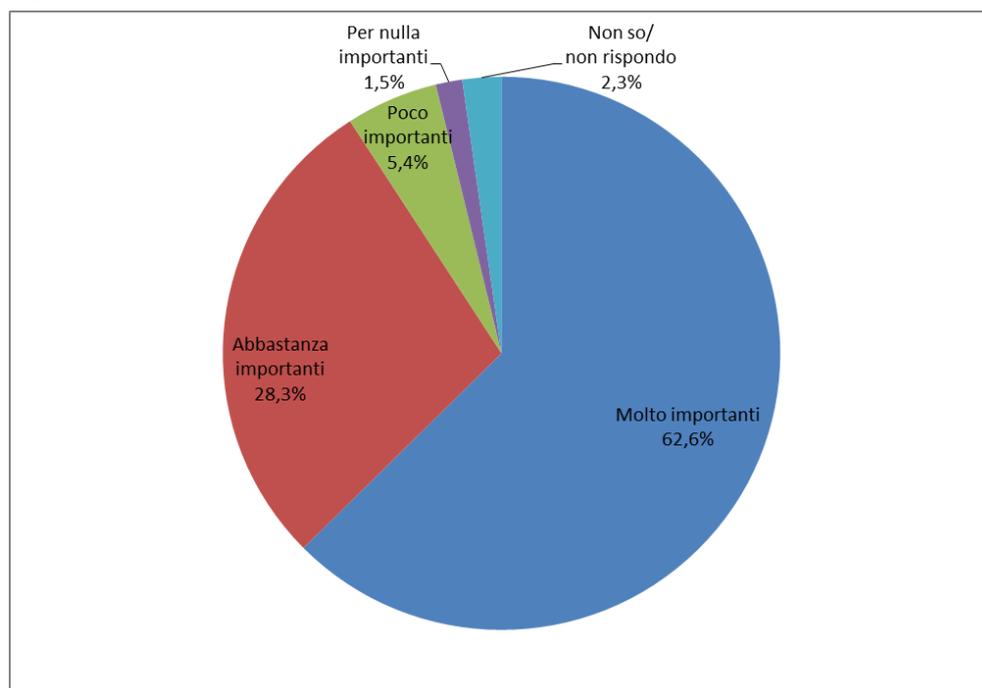
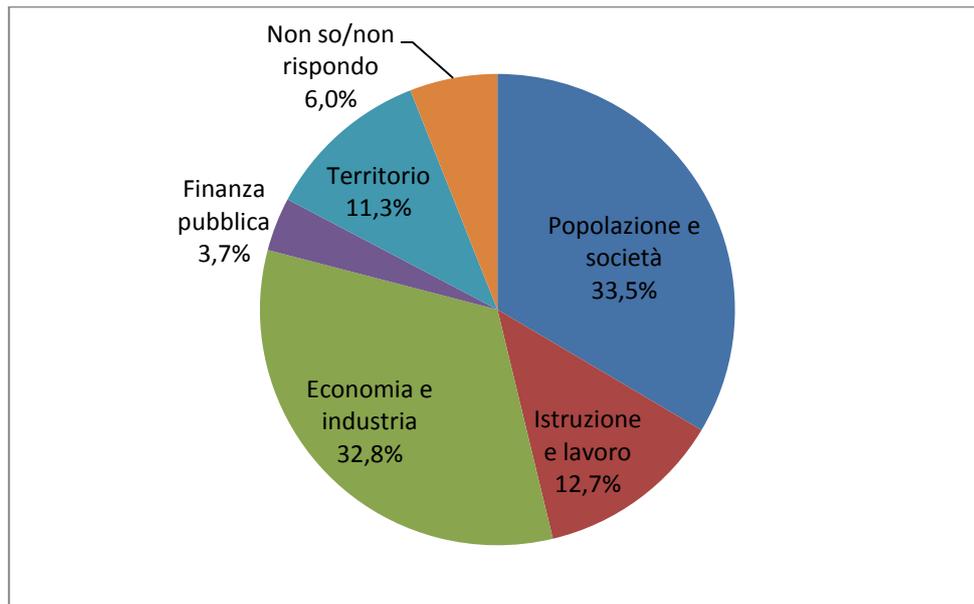


Figura 3b. Importanza delle statistiche (composizione percentuale – Anno 2015)



Dalle risposte degli utenti alla domanda sul tema statistico di maggior interesse (si poteva scegliere un solo tema), posta per la prima volta in questa edizione del questionario, emerge che circa un utente su tre è interessato principalmente ai dati relativi a “Popolazione e società”, un utente su tre a “Economia e industria”, il 12,7% a “Istruzione lavoro”, l’11,3% a “Territorio”, mentre solo il 3,7% ha come interesse prevalente i dati relativi a “Finanza pubblica”.

Figura 4. Tema statistico di maggior interesse (composizione percentuale) – Anno 2016



Con riferimento alla frequenza d'uso di www.istat.it (figura 5), più della metà dei rispondenti (57,4%, 55,7% nel 2015) ha dichiarato di utilizzarlo almeno una volta al mese, mentre l'11,7% (12,6%, nel 2015) lo consulta raramente e solo il 2,9% mai.

Figura 5a. Frequenza dell'uso di www.istat.it (composizione percentuale – Anno 2016)

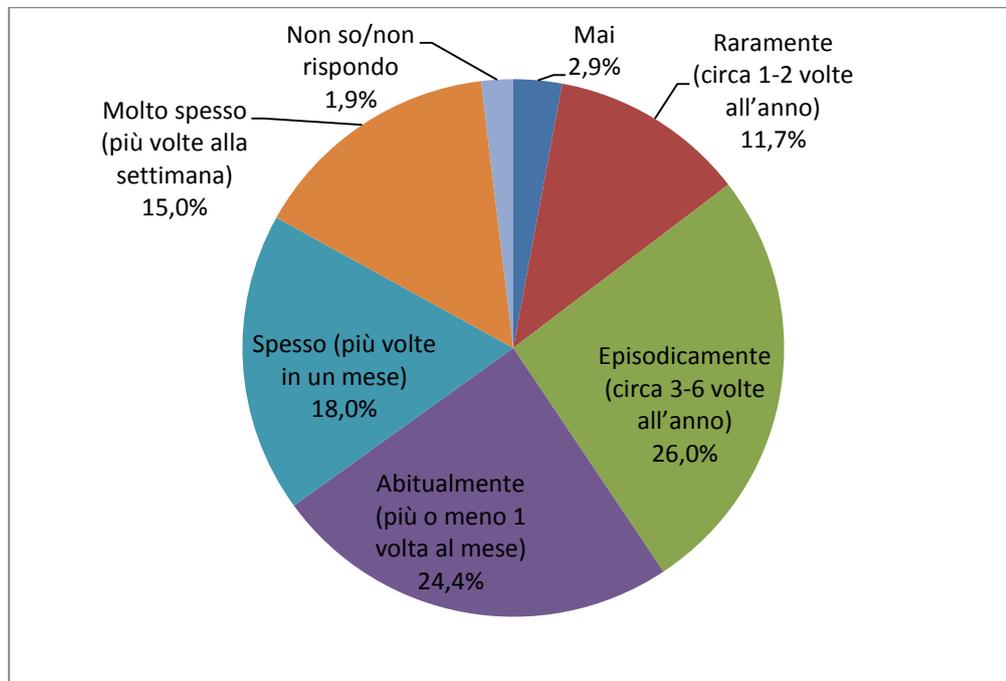
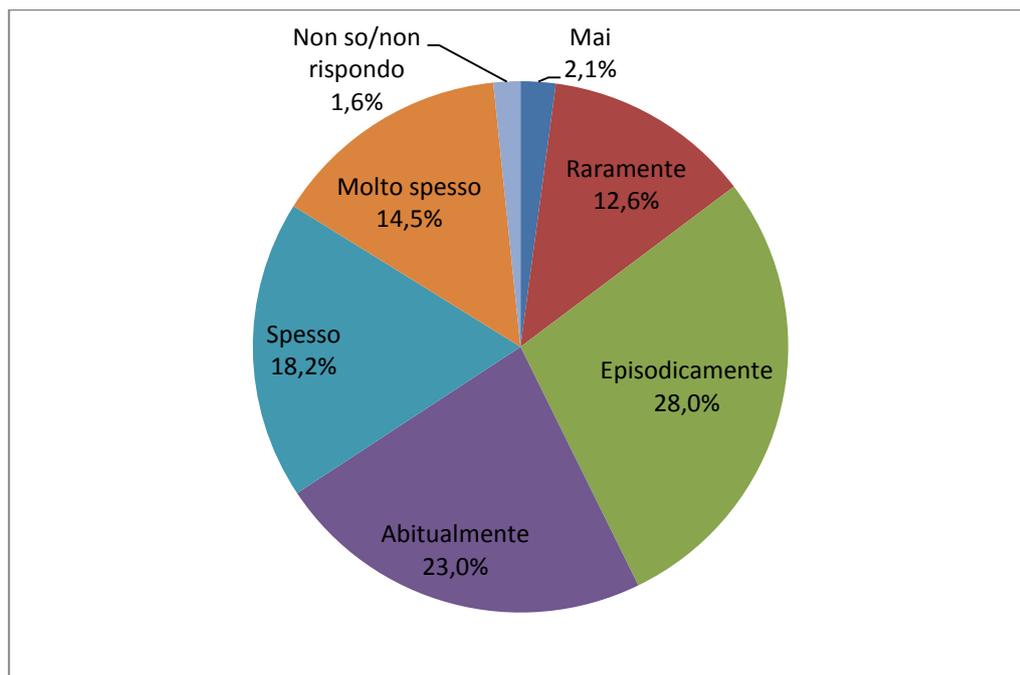


Figura 5b. Frequenza dell'uso di www.istat.it (composizione percentuale – Anno 2015)



4.2 Fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat

A partire dall'edizione del questionario 2015 è stata inserita una domanda relativa al grado di fiducia verso le statistiche prodotte dall'Istat. Più della metà di coloro che hanno risposto a questa domanda (3.004 utenti) hanno **"piena fiducia"** (50,6%) nelle statistiche dell'Istat, il 40,3% "abbastanza" e solo il 5,8% ha "poca" (4,5%) o "nessuna" (1,3%) fiducia.

Figura 6a. Fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat (composizione percentuale – Anno 2016)

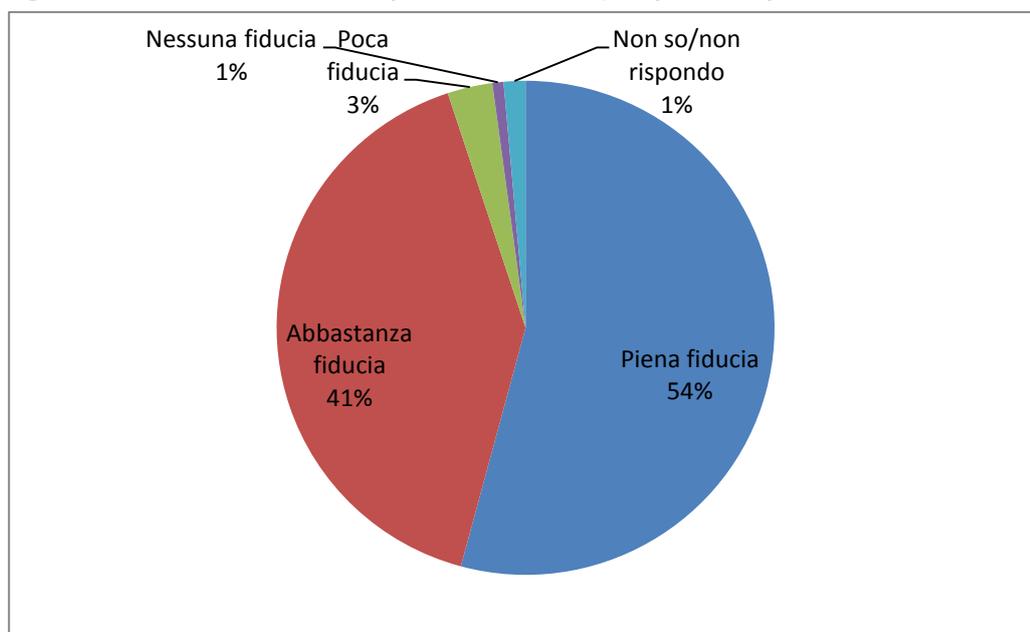
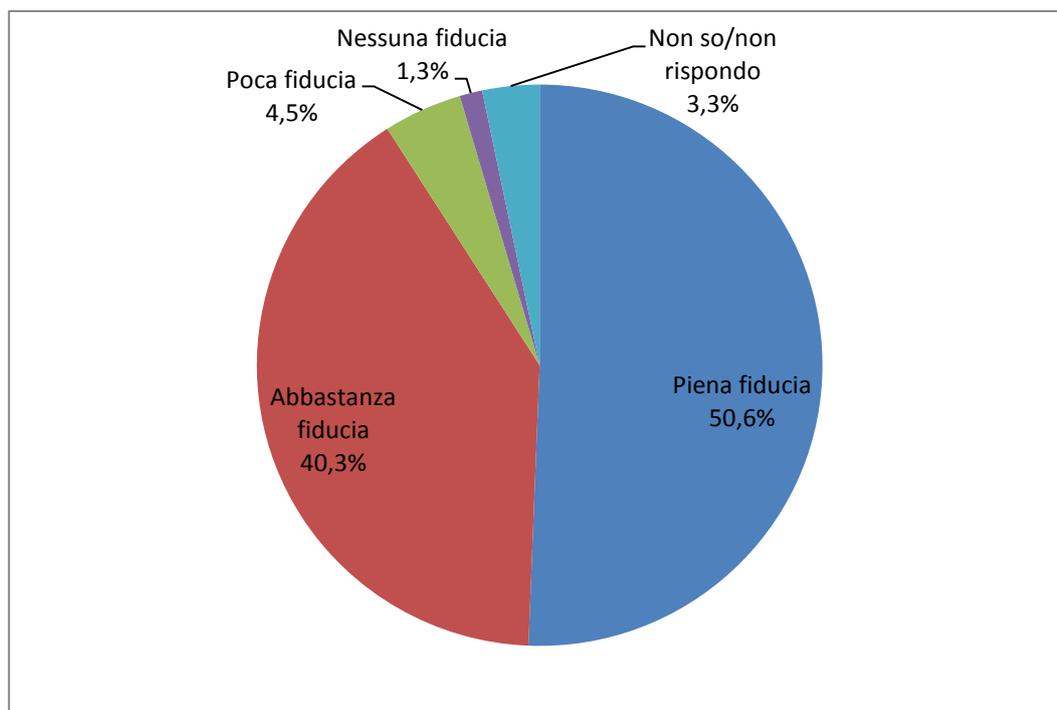


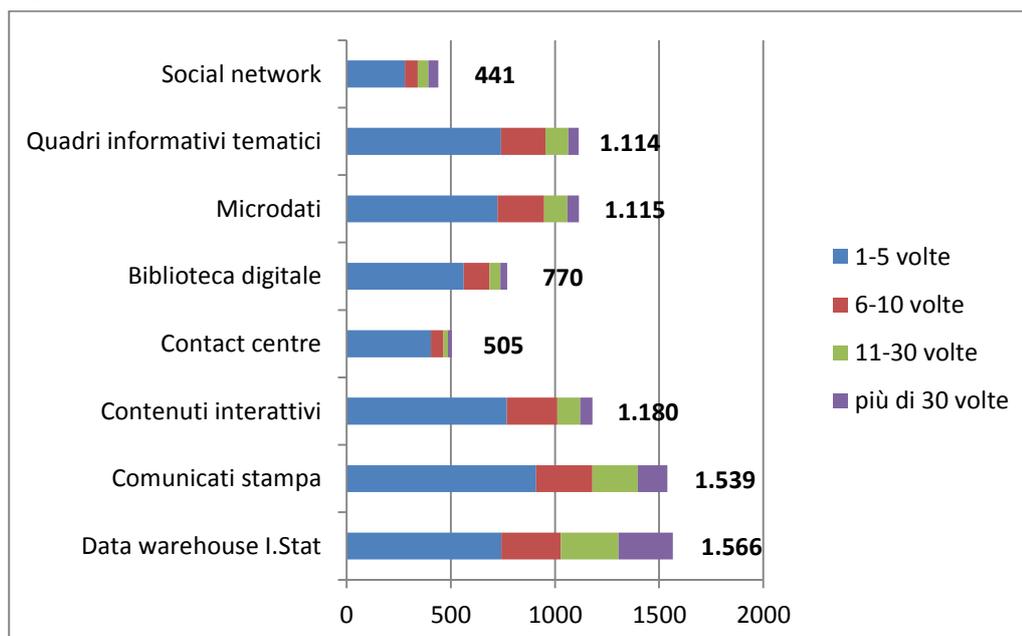
Figura 6b. Fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat (composizione percentuale – Anno 2015)



4.3 Soddisfazione per i prodotti e servizi offerti sul sito web

La sezione C del questionario aveva l'obiettivo di conoscere i contenuti consultati dagli utenti e quanto fossero soddisfacenti.

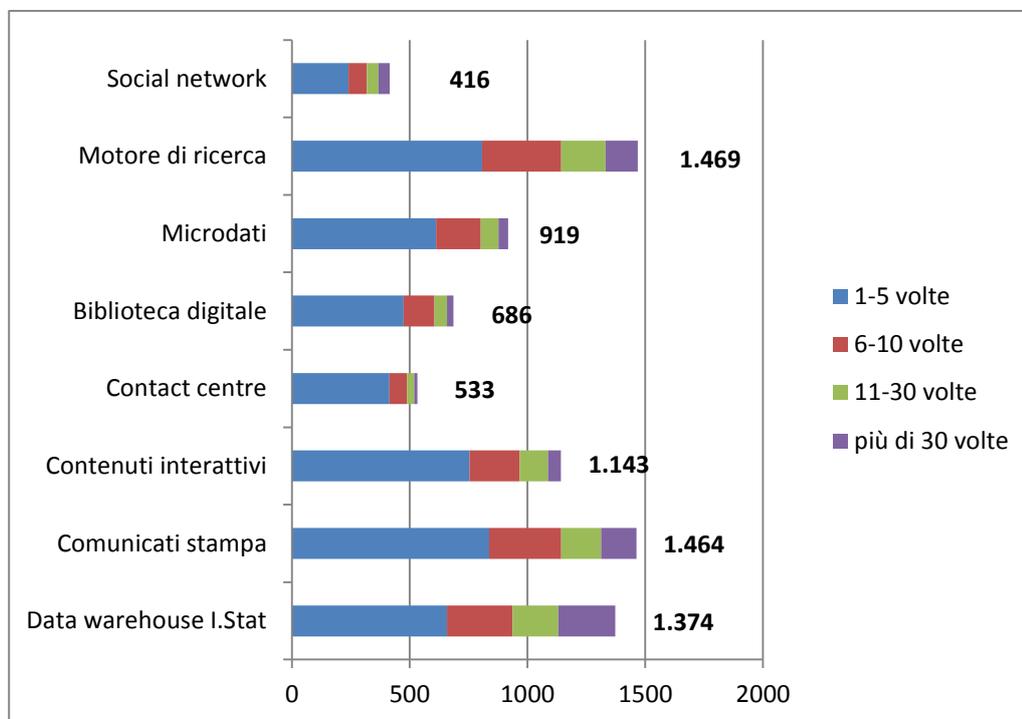
Figura 7a. Uso e frequenza d'uso dei prodotti e servizi su www.istat.it (Anno 2016)



La prima domanda di questa sezione ha riguardato l'uso e la frequenza d'uso dei prodotti e servizi forniti dall'Istat attraverso www.istat.it, nei tre mesi precedenti. I rispondenti che sono arrivati a compilare questa sezione sono 2.920, dalle loro risposte (figura 7) emerge che il prodotto/servizio **utilizzato** dal maggior numero di utenti è il data warehouse I.Stat (1.566 utenti hanno dichiarato di averlo utilizzato negli ultimi 3 mesi, il 53,6% di coloro che hanno compilato questa sezione), seguono i comunicati stampa (1.539, 52,7%), i contenuti interattivi (1.180, 40,4%), i microdati e i quadri informativi (rispettivamente 1.115 e 1.114, 38,2%), la biblioteca digitale (770, 24,6%), il contact centre (505, 17,3%) e i social network (441, 15,1%).

Se guardiamo al numero di *heavy user* (coloro che utilizzano un prodotto/servizio più di 11 volte in un trimestre) le cose non cambiano molto, infatti troviamo al primo posto I.Stat (il 8,9% di coloro che lo utilizzano lo fanno più di 30 volte e il 9,5% tra le 11 e le 30 volte) seguito dai comunicati stampa (4,8% e 7,5%). I dati relativi alla frequenza d'uso verranno analizzati in maggior dettaglio nei diversi paragrafi dedicati a ciascun prodotto/servizio.

Figura 7b. Uso e frequenza d'uso dei prodotti e servizi su www.istat.it (Anno 2015)



4.3.1 Data warehouse I.Stat

I.Stat è il prodotto che il **maggior numero di utenti ha dichiarato di aver utilizzato** (1.556, il 53,6% di coloro che sono arrivati a rispondere a questo quesito, erano il 47,7%). Di questi il 47,4% lo usa non più di cinque volte in un trimestre (erano il 48% nel 2015), il 18,2% tra le 6 e le 10 volte (20,2%). La percentuale restante utilizza I.Stat almeno 11 in un trimestre (17,7% tra le 11 e le 30, 16,7% più di 30 volte, nell'anno precedente erano rispettivamente il 14,2% e il 17,6%). Questo dato conferma quanto già emerso nei tre anni precedenti: I.Stat tra i diversi prodotti/servizi dell'Istat è quello con la quota più alta di utenti fidelizzati (*heavy user*).

Figura 8a. Frequenza d'uso di I.Stat in tre mesi (composizione percentuale - Anno 2016)

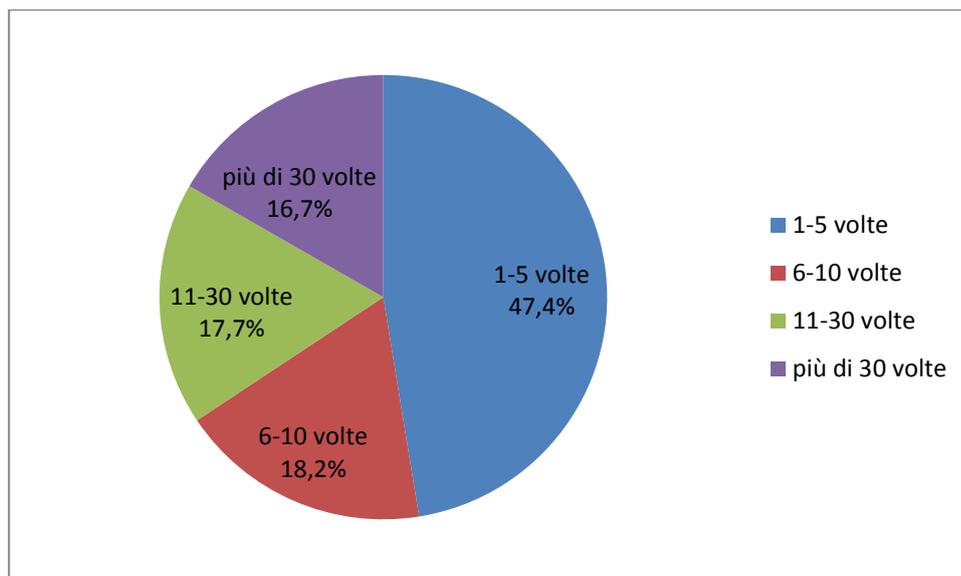
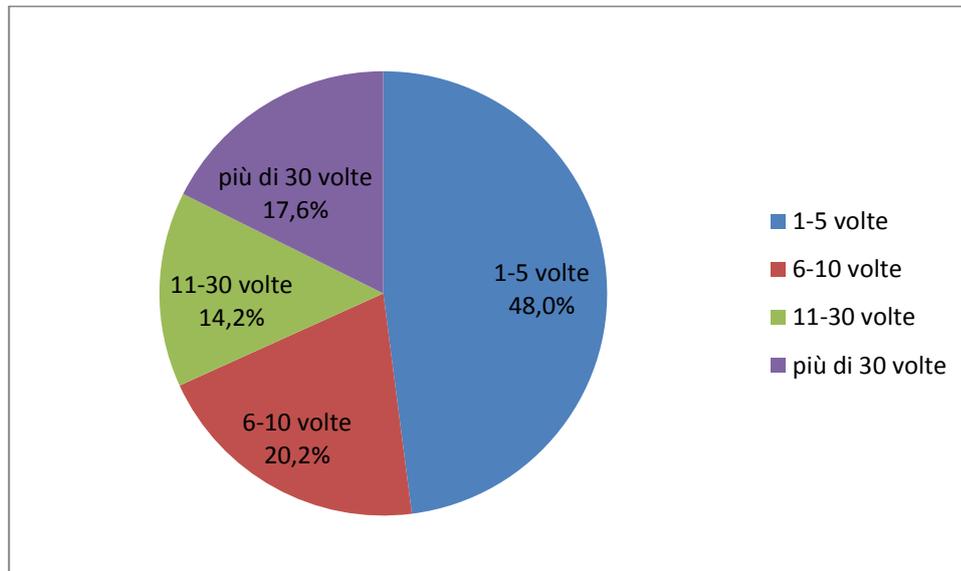


Figura 8b. Frequenza d'uso di I.Stat in tre mesi (composizione percentuale - Anno 2015)



A coloro che hanno dichiarato di usare I.Stat è stato chiesto di esprimere la loro soddisfazione (su una scala di Likert semantica con quattro risposte più “non so/non rispondo”: “per nulla”, “poco” “abbastanza” e “pienamente” soddisfacente) riguardo ad alcuni aspetti (tavola 1).

Gli aspetti di I.Stat per i quali si è stato chiesto un giudizio sono: “Facilità di reperimento dei dati”, “Adeguatezza degli strumenti di navigazione”, “Adeguatezza degli strumenti di estrazione dati/salvataggio query” e “Corrispondenza tra i dati disponibili e le esigenze informative”. Tutti gli aspetti indagati hanno giudizi medi⁴ pari o molto vicini ad “Abbastanza soddisfacente” (corrispondente a 3 nella scala numerica 1-4).

⁴ Se assegniamo a ciascuna risposta possibile un valore numerico (1 a “per nulla soddisfacente”, 2 a “poco soddisfacente” 3 ad “abbastanza soddisfacente” e 4 a “pienamente soddisfacente”) possiamo calcolare un *giudizio medio* dato dalla media dei giudizi trasposti in valori numerici, al fine di poter fare comparazioni più immediate.

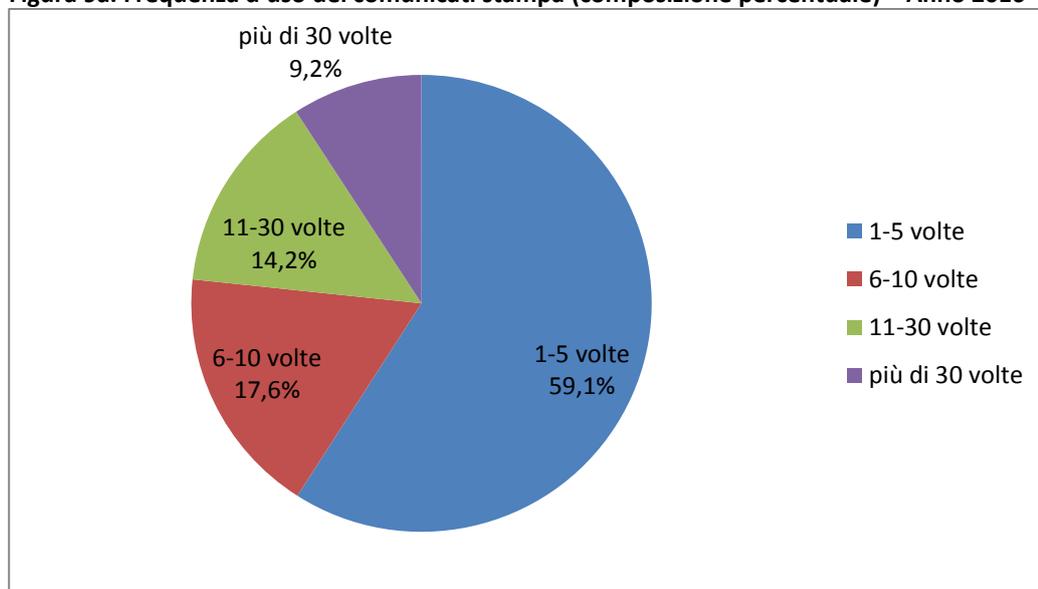
Tavola 1. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto ad alcuni aspetti di I.Stat – Anno 2016

	Facilità reperimento dati	Adeguatezza strumenti di navigazione	Adeguatezza strumenti estrazione dati e salvataggio query	Corrispondenza dati disponibili ed esigenze informative
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	2,88	2,88	2,96	2,98
Utenti che hanno espresso un giudizio	1.466	1.431	1.404	1.434
% di coloro che hanno espresso un giudizio	97,2	94,8	93	95
Utenti che hanno abbandonato il questionario su questa domanda	57	57	57	57
Utenti che hanno dichiarato di usare I.Stat	1.566	1.566	1.566	1.566

4.3.2 Comunicati stampa

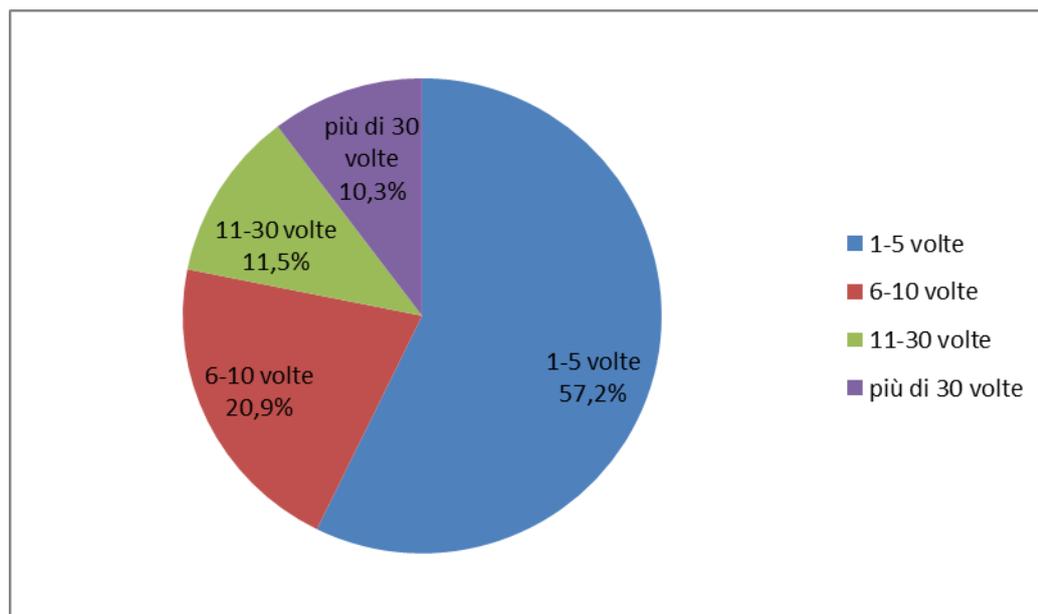
I comunicati stampa sono, dopo I.Stat, **i contenuti più consultati** dai rispondenti, infatti 1.539 utenti (il 52,7% di coloro che sono arrivati a rispondere a tale quesito) hanno dichiarato di averli utilizzati nel periodo di riferimento.

Figura 9a. Frequenza d'uso dei comunicati stampa (composizione percentuale) – Anno 2016



Guardando alla frequenza d'uso dei comunicati stampa (figura 9), emerge che il 59,1% di coloro che li utilizzano lo fa non più di cinque volte (57,2% nel 2015) in un trimestre, il 17,6% tra le 6 e le 10 volte (20,9% l'anno precedente). Gli heavy user sono piuttosto numerosi: 14,2% quelli che li consultato tra le 11 e le 30 volte e il 9,2% coloro che addirittura li utilizzano più di 30 volte nel periodo di riferimento (rispettivamente 11,5% e 10,3% nell'anno precedente).

Figura 9b. Frequenza d'uso dei comunicati stampa (composizione percentuale) –Anno 2015



Passando all'analisi della soddisfazione, rispetto ad alcuni aspetti (tavola 2), di coloro che usano i comunicati stampa vediamo che i giudizi medi espressi sono tutti superiori ad "abbastanza soddisfacente" (pari a 3,0). Con un picco di 3,23 per la "Tempestività delle informazioni diffuse".

Tavola 2. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto ai comunicati stampa – Anno 2016

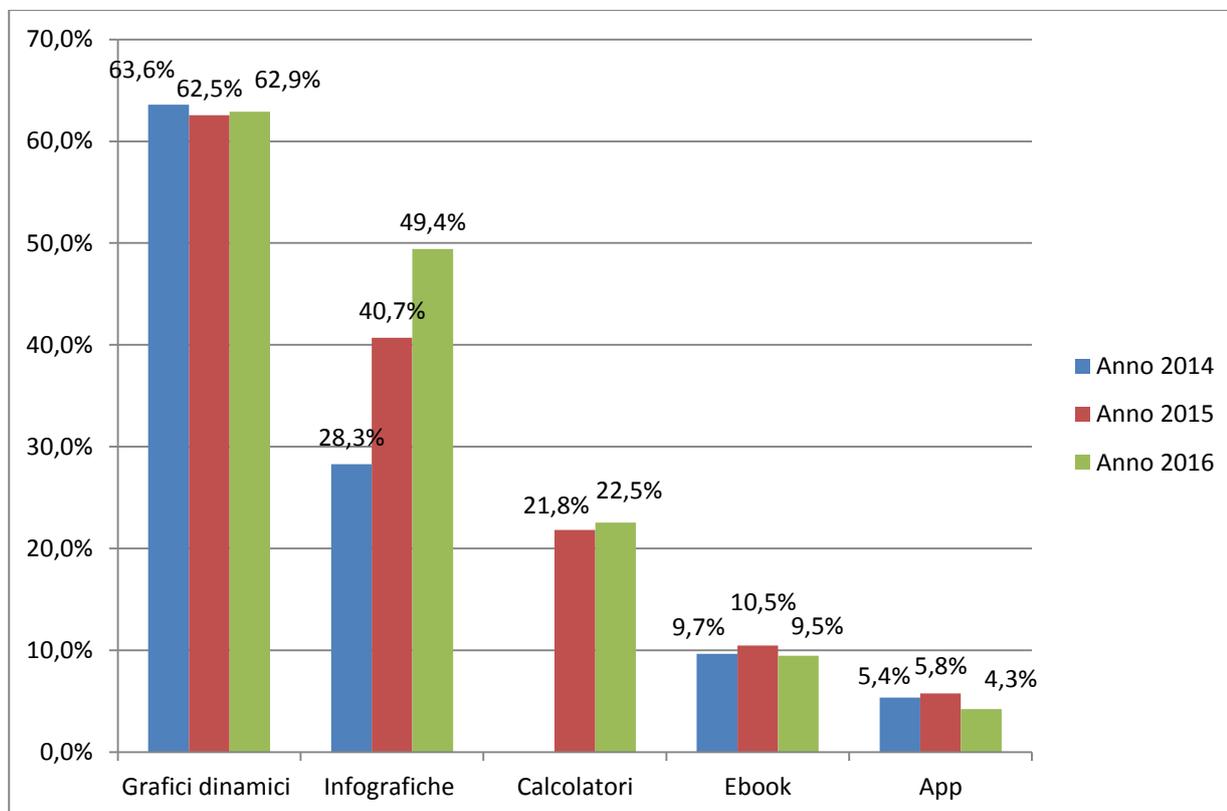
	Facilità di reperimento dei comunicati	Tempestività informazioni	Corrispondenza tra informazioni diffuse e esigenze informative
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,18	3,23	3,17
Hanno espresso un giudizio	1.412	1.387	1.386
Non hanno espresso giudizio	65	90	91
% di coloro che hanno espresso un giudizio	95,6%	93,9%	93,8%
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	62	62	62
Numero di utenti che ha dichiarato di usare i comunicati	1.477	1.477	1.477

4.3.3 Contenuti interattivi

1.180 utenti hanno dichiarato di aver utilizzato almeno uno di questi contenuti nel periodo di riferimento. Il prodotto/strumento più consultato tra i diversi disponibili (figura 10) sono i grafici dinamici, seguiti dalle infografiche. I calcolatori (inseriti nel questionario a partire dall'edizione del 2015) sono usati dal 22,5% di coloro che usano i contenuti in questione.

Rispetto ai due anni precedenti, l'unico prodotto la cui quota di utilizzatori cresce notevolmente sono le infografiche, i grafici dinamici e i calcolatori registrano un lieve aumento, mentre gli e-book e le App una flessione (rispettivamente 1 e 1,4 punti percentuali).

Figura 10. Tipo di contenuti interattivi consultati (frequenze percentuali) – Anni 2014 - 2016



Per quel che riguarda la frequenza d'uso (figura 11) dei contenuti in questione emerge che il 65,2% degli utenti li utilizza meno di 5 volte in tre mesi (66% nel 2015) e il 20,5% tra le 6 e le 10 volte (18,7% l'anno prima), gli utenti più fidelizzati sono il 14,3% (9,3% consultano i contenuti interattivi tra le 11 e le 30 volte e il 5,0% più di 30 volte).

Figura 11a. Frequenza d'uso dei contenuti interattivi (composizione percentuale) – Anno 2016

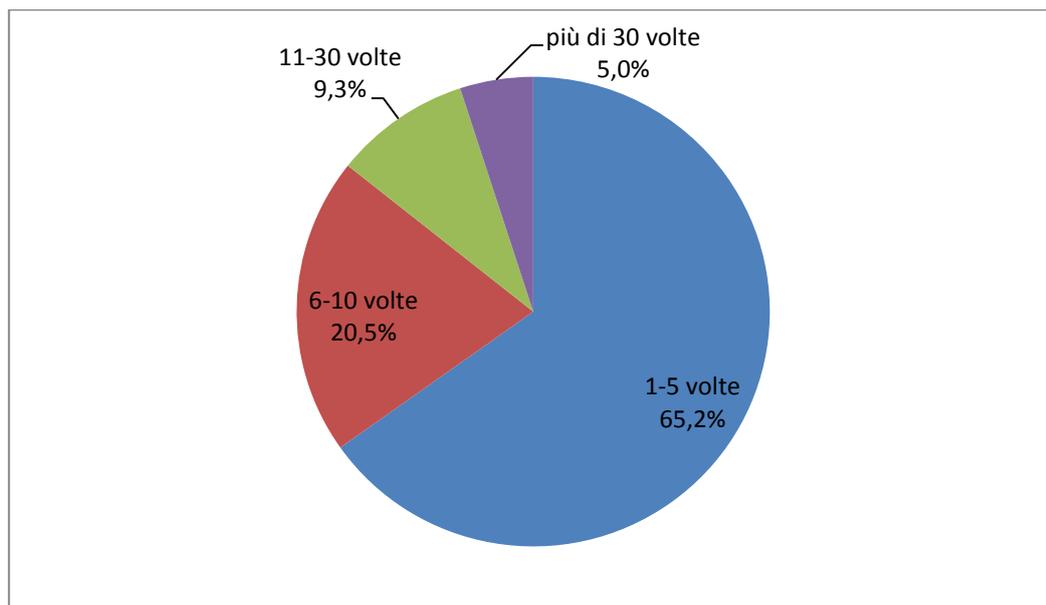
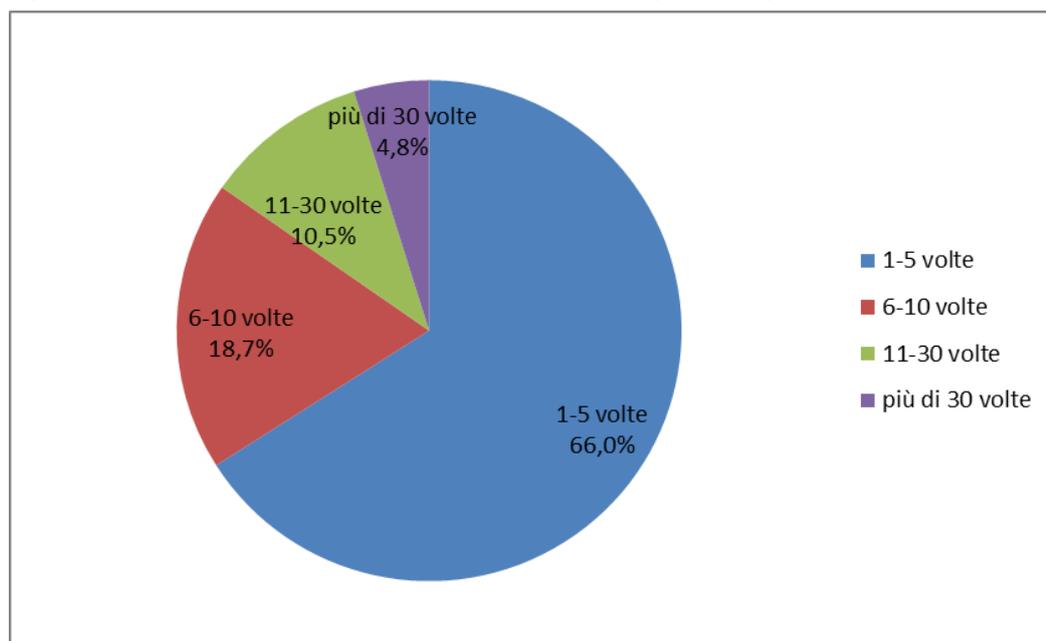


Figura 11b. Frequenza d'uso dei contenuti interattivi (composizione percentuale) – Anno 2015



Restando in tema di contenuti interattivi, è stato chiesto ai rispondenti un giudizio, riguardo ad alcuni aspetti, sugli strumenti di visualizzazioni (grafici dinamici, infografiche e calcolatori), sugli ebook e sulle app.

Gli strumenti di visualizzazione (tavola 3), sono stati valutati da almeno 893 utenti e hanno ottenuto un giudizio medio pari a 3,27 per la "Adeguatezza delle visualizzazioni per la comprensione dei fenomeni" e di 3,15 per la "Corrispondenza tra l'offerta e le sue esigenze informative", quindi entrambi gli aspetti in media hanno ottenuto un giudizio che si colloca oltre "abbastanza soddisfacente".

Tavola 3. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto ai grafici dinamici e alle infografiche e calcolatori

	Adeguatezza visualizzazioni per la comprensione dei fenomeni rappresentati	Corrispondenza tra l'offerta e le sue esigenze informative
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,24	3,15
Hanno espresso un giudizio	907	893
Non hanno espresso giudizio	33	47
% di coloro che hanno espresso un giudizio	95,6	95,0
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	25	25
Numero di utenti	965	965

Gli ebook e le App (tavola 4) hanno ottenuto un giudizio medio pari a 3,21 per la “Adeguatezza delle funzionalità offerte per la fruizione di ebook e/o App” e pari a 3,19 per la “Corrispondenza tra l’offerta di prodotti dell’editoria digitale e/o App e le sue esigenze informative”, anche in questo caso entrambi gli aspetti hanno avuto un giudizio superiore ad “abbastanza soddisfacenti”.

Tavola 4. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto agli ebook e alle App

	Adeguatezza funzionalità	Corrispondenza tra offerta ed esigenze informative
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,21	3,19
Hanno espresso un giudizio	130	123
Non hanno espresso giudizio	5	12
% di coloro che hanno espresso un giudizio	96,3	91,1
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	5	5
Numero di utenti	140	140

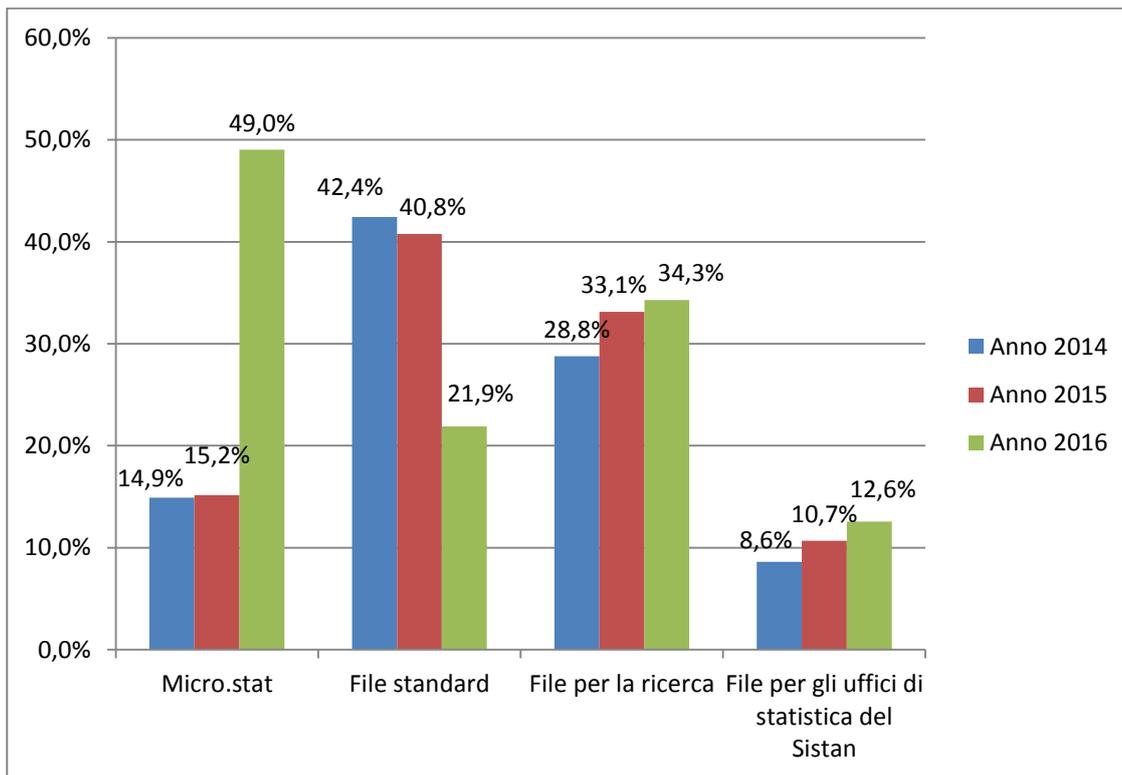
4.3.4 Microdati

Tra i rispondenti al questionario, 1.115 utilizzano microdati.

I file di microdati sono collezioni di dati elementari. L'Istat rilascia a titolo gratuito i file di microdati relativi alle proprie indagini, fatta eccezione per i file Sistan del commercio con l'estero. Le tipologie di file messe a disposizione sono le seguenti:

- File mlcro.STAT, ad uso pubblico scaricabili direttamente dal sito Istat (da aprile 2013);
- File standard, rilasciabili a seguito di richiesta motivata, con finalità di studio;
- File per la ricerca, rilasciabili a studiosi di università o enti di ricerca a seguito della presentazione di un progetto di ricerca;
- File per il Sistan, rilasciabili esclusivamente agli uffici di statistica del Sistema Statistico Nazionale.

Figura 12. Tipo di microdati richiesti (valori percentuali)



Mentre nelle due rilevazioni precedenti il tipo di microdati più richiesto erano i file standard, nel 2016 al primo posto troviamo i micro.stat (che l'Istat ha cominciato a diffondere sul www.istat.it dall'aprile 2013) la cui percentuale di utilizzatori è più che triplicata rispetto a quella dell'anno precedente, passando da 15,2% a 49,0%. Andamento contrario registrano i file standard la cui percentuale di utilizzatori si dimezza in un anno. I file rilasciabili solo agli uffici di statistica del Sistan, essendo riservati ad un'utenza più limitata, sono risultati come era prevedibile, i meno richiesti ma con un utilizzo crescente.

Per quel che riguarda la frequenza d'uso (figura 13) emerge che il 65,0% di chi richiede microdati li ha utilizzati non più di cinque volte (66,6% nel 2015), il 20,0% tra le 6 e le 10 volte (20,7% l'anno precedente). Gli utilizzatori abituali, che li hanno richiesti tra le 11 e 30 volte e più di 30 volte sono rispettivamente l'10,0% e il 4,9% (8,2% e 4,6% nel 2015).

Figura 13a. Frequenza d'uso dei microdati (composizione percentuale – Anno 2016)

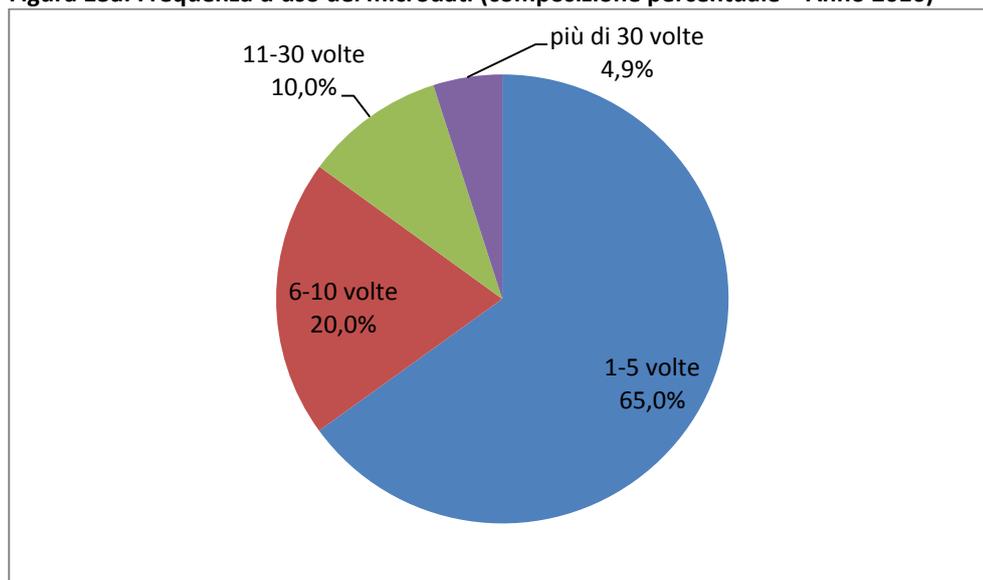
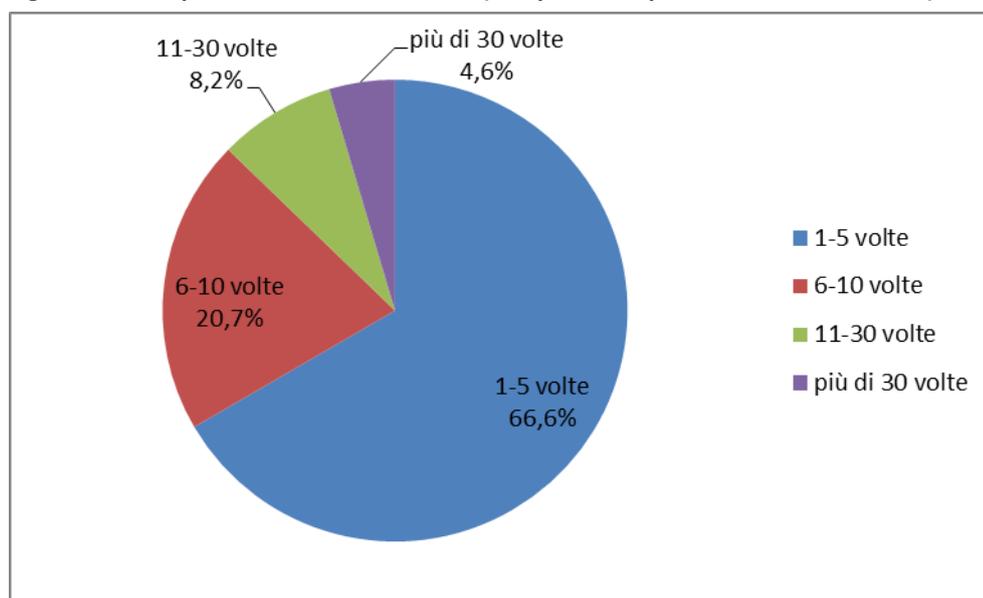


Figura 13b. Frequenza d'uso dei microdati (composizione percentuale – Anno 2014)



Passando ad analizzare la soddisfazione degli utenti per il prodotto in questione (tavola 5), è evidente che l'aspetto dei microdati che risulta essere più critico è "la Procedura per la richiesta", con voto medio sotto ad "abbastanza soddisfacente" (2,81 stabile dal 2015).

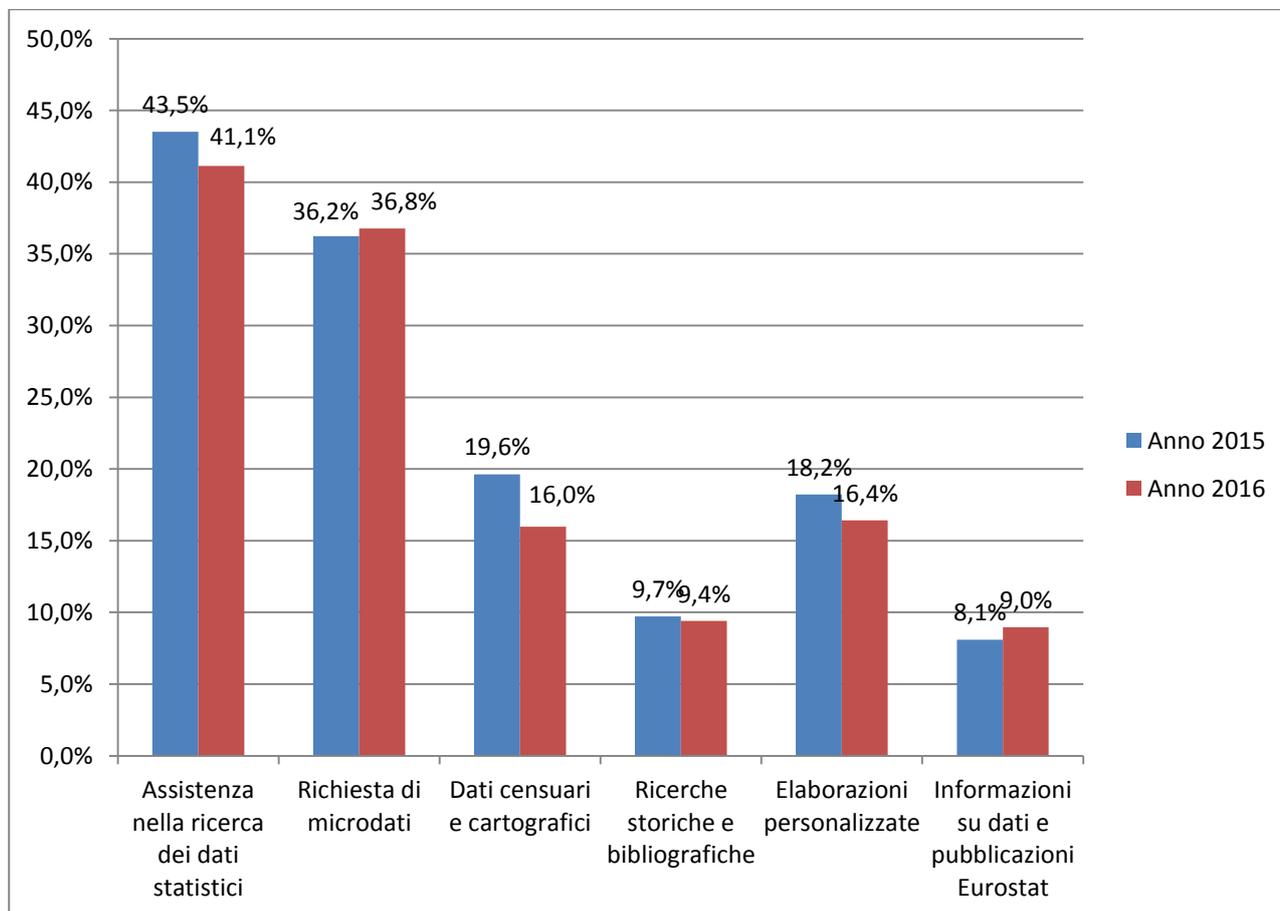
Tavola 5. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto ai microdati

	Facilità di accesso alle informazioni	Procedure per la richiesta	Tempi di rilascio	Corrispondenza microdati ed esigenze informative
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	2,91	2,81	3,01	2,94
Hanno espresso un giudizio	908	844	876	834
Non hanno espresso giudizio	104	168	136	178
% di coloro che hanno espresso un giudizio	89,7	83,4	86,6	82,4
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	6	6	6	6
Numero di utenti	1.018	1.018	1.018	1.018

4.3.5 Contact centre

I rispondenti che hanno dichiarato di aver utilizzato i servizi offerti dal contact centre sono 505 (il 17,3% di coloro che sono arrivati a rispondere a questa domanda).

Figura 14. Tipo di servizio richiesto al contact centre (valori percentuali)



Il contact centre fornisce una molteplicità di servizi: “assistenza nella ricerca di dati statistici” richiesta da quasi la metà degli utilizzatori (41,1%), “microdati” chiesti dal 36,8% degli utenti, “dati censuari e cartografici” richiesti dal 16,0%, “ricerche storiche”, “elaborazioni personalizzate” e “informazioni su dati e pubblicazioni Eurostat” chiesti rispettivamente dal 9,4%, 16,4% e 9,0% degli utenti del contact.

Per quel che riguarda la frequenza d’uso, più di tre quarti degli utenti del contact centre (80,2%), non lo ha utilizzato più di 5 volte nel periodo di riferimento (77,7% nella precedente rilevazione). Una percentuale non trascurabile di utenti (11,9%) ha utilizzato il servizio tra le 6 e le 10 volte. Forti utilizzatori si sono dichiarati invece il 4,4%, tra le 11 e le 30 volte in un trimestre, e il restante 3,6% più di 30 volte.

Figura 15a. Frequenza d’uso del contact centre – Anno 2016 (composizione percentuale)

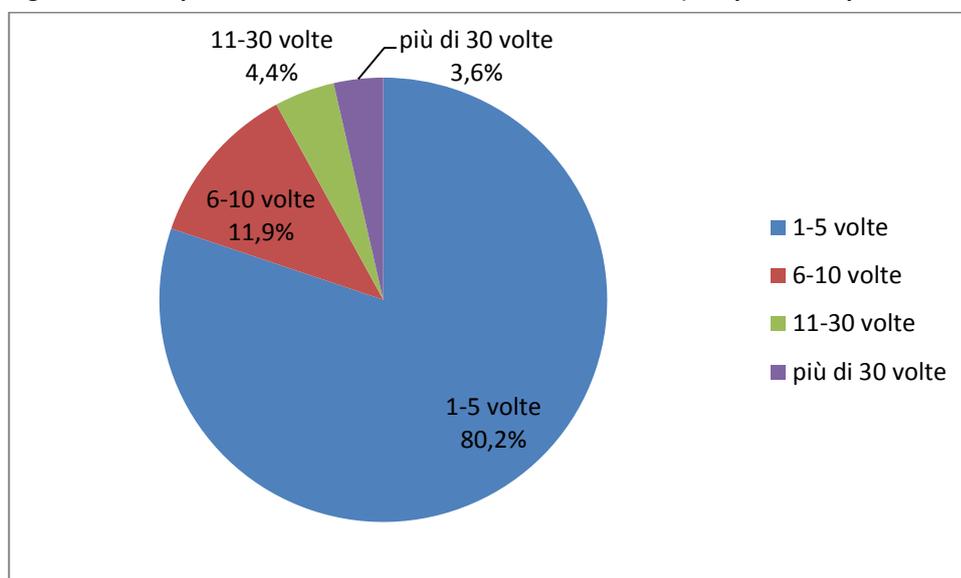
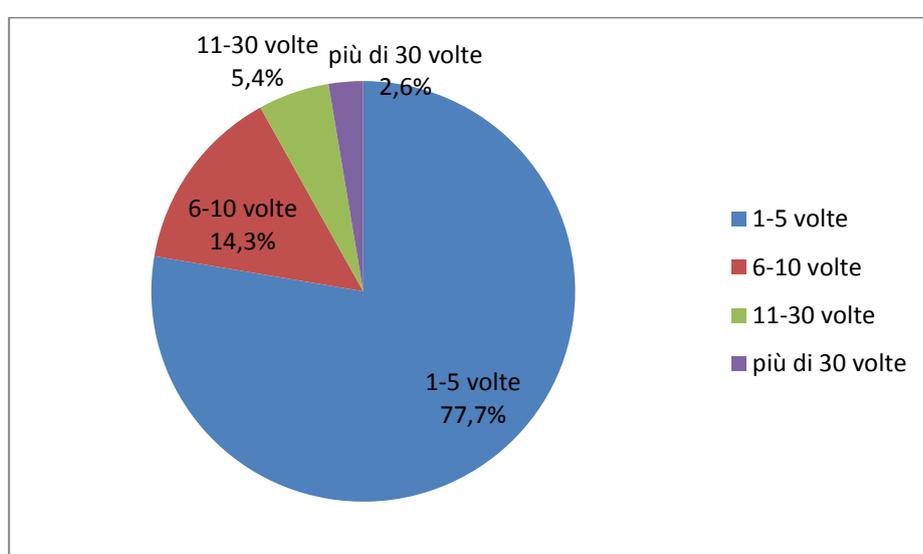


Figura 15b. Frequenza d’uso del contact centre – Anno 2015 (composizione percentuale)



Se guardiamo ai giudizi espressi dagli utenti, emerge che la “Chiarezza delle informazioni ottenute” è l’aspetto che più soddisfa gli utenti, infatti ha un voto medio pari a 3,22 (più di “abbastanza” soddisfacente), seguita dai “Tempi di risposta” (voto medio di 3,17).

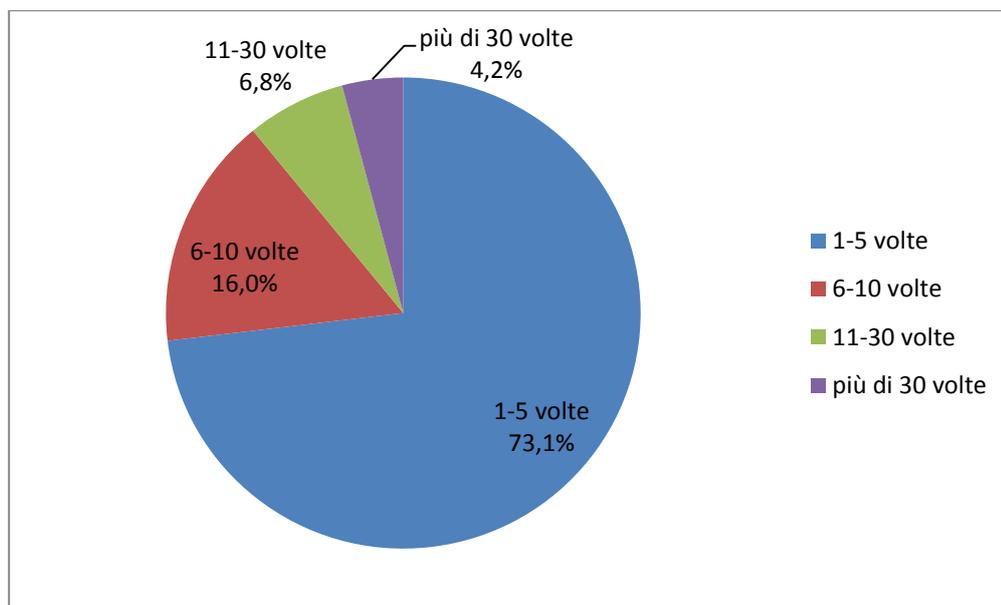
Tavola 6. Grado di soddisfazione degli utenti del contact centre rispetto ad alcuni aspetti

	Tempi di risposta	Chiarezza delle informazioni ottenute	Corrispondenza tra informazioni ottenute ed
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,17	3,22	3,07
Hanno espresso un giudizio	400	396	394
Non hanno espresso giudizio	56	60	62
% di coloro che hanno espresso un giudizio	87,7	86,8	86,4
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	1	1	1
Numero di utenti che ha dichiarato di usare il contact	457	457	457

4.3.6 Biblioteca digitale

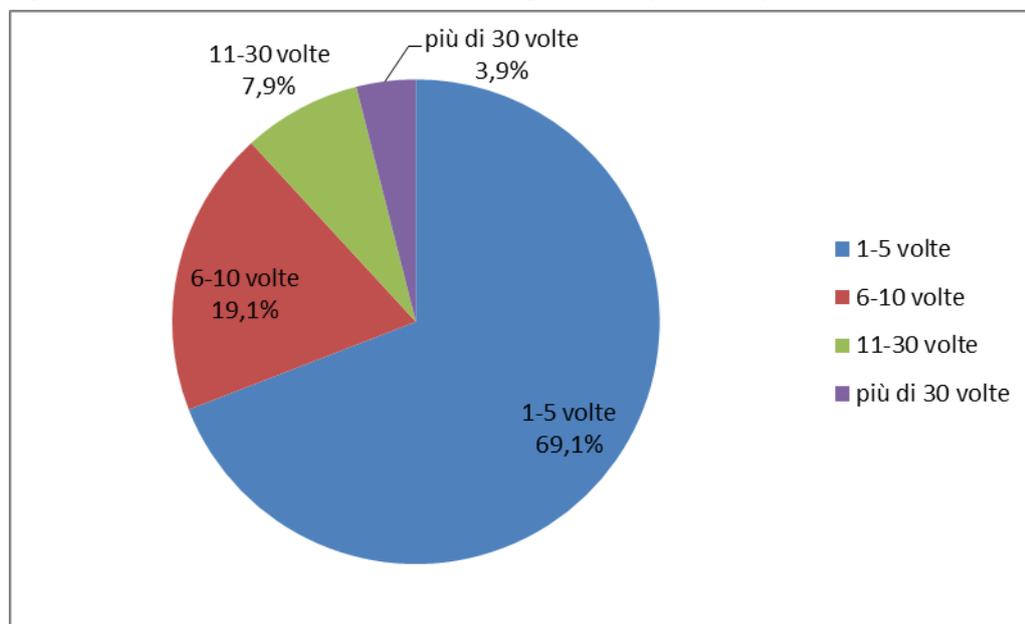
I rispondenti che si sono dichiarati utenti della biblioteca digitale sono 770 (il 24,68% di coloro che sono arrivati a rispondere a questa domanda).

Figura 16a. Frequenza d’uso della biblioteca digitale (composizione percentuale) – Anno 2016



La frequenza d'uso di tale servizio non è molto elevata, infatti 73,1% dei suoi utenti l'ha utilizzato meno di 5 volte (69,1% nel 2015) nel periodo considerato e il 16,0% (19,1%) lo ha fatto tra le 6 e le 10 volte. Utenti assidui sono invece: il 6,8% (7,9%), che utilizza la biblioteca digitale tra le 11 e le 30 volte e il 4,2% (3,9%) che lo fa più di 30 volte.

Figura 16b. Frequenza d'uso della biblioteca digitale (composizione percentuale) – Anno 2015



I giudizi medi espressi dagli utilizzatori della biblioteca digitale sono tutti leggermente superiori a 3 che corrisponde ad abbastanza soddisfatto. In particolare la maggiore soddisfazione è stata espressa per la “Adeguatezza tra le informazioni e le esigenze informative” con un giudizio medio pari a 3,10.

Tavola 7. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto alla biblioteca digitale

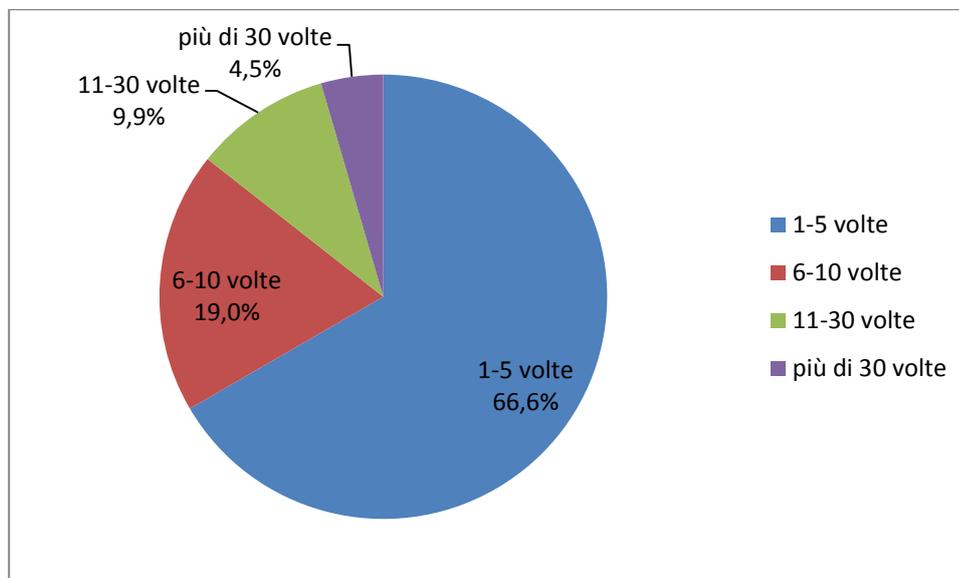
	Facilità di accesso	Efficacia della ricerca tramite catalogo on line	Adeguatezza tra le informazioni e le esigenze informative
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,06	3,01	3,10
Hanno espresso un giudizio	605	584	589
Non hanno espresso giudizio	89	110	105
% di coloro che hanno espresso un giudizio	87,2	84,1	84,9
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	76	76	76
Numero di utenti	770	770	770

4.3.7 Quadri informativi tematici

I quadri informativi tematici, sono delle sezioni web dedicate a particolari tematiche: Sistema informativo giovani, Sistema informativo anziani, Immigrati e nuovi cittadini, Sistema sulle professioni e Congiuntura economica. 1.114 utenti (38,2% dei rispondenti) ha dichiarato di averli utilizzati.

La domanda relativa alla frequenza d'uso del motore di ricerca è stata inserita per la prima volta nel questionario 2015. È emerso che più della metà degli utenti (55%) ricorre al motore di ricerca non più di 5 volte in un trimestre, quasi il 30% lo usa tra le 6 e le 10 volte, mentre gli heavy user sono il 22,2% (rispettivamente il 12,9% usa il motore di ricerca tra 11-30 volte e il 9,3% lo usa più di 30 volte nel periodo considerato).

Figura 17. Frequenza d'uso dei quadri informativi tematici (composizione percentuale) – Anno 2016



In riferimento ai quadri informativi tematici, agli utenti è stato chiesto un giudizio rispetto alla "Chiarezza dell'organizzazione dei contenuti" (voto 3,09) e alla "Corrispondenza tra i temi trattati e le esigenze informative" (voto 3,11), entrambi gli aspetti hanno ottenuto una valutazione superiore a 3 (corrispondente ad "abbastanza soddisfacente").

Tavola 8. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto ai quadri informativi

	Chiarezza dell'organizzazione dei contenuti	Corrispondenza tra i temi trattati e le esigenze informative
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,09	3,11
Hanno espresso un giudizio	940	942
Non hanno espresso giudizio	64	62
% di coloro che hanno espresso un giudizio	93,6	93,8
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	110	110
Numero di utenti	1114	1114

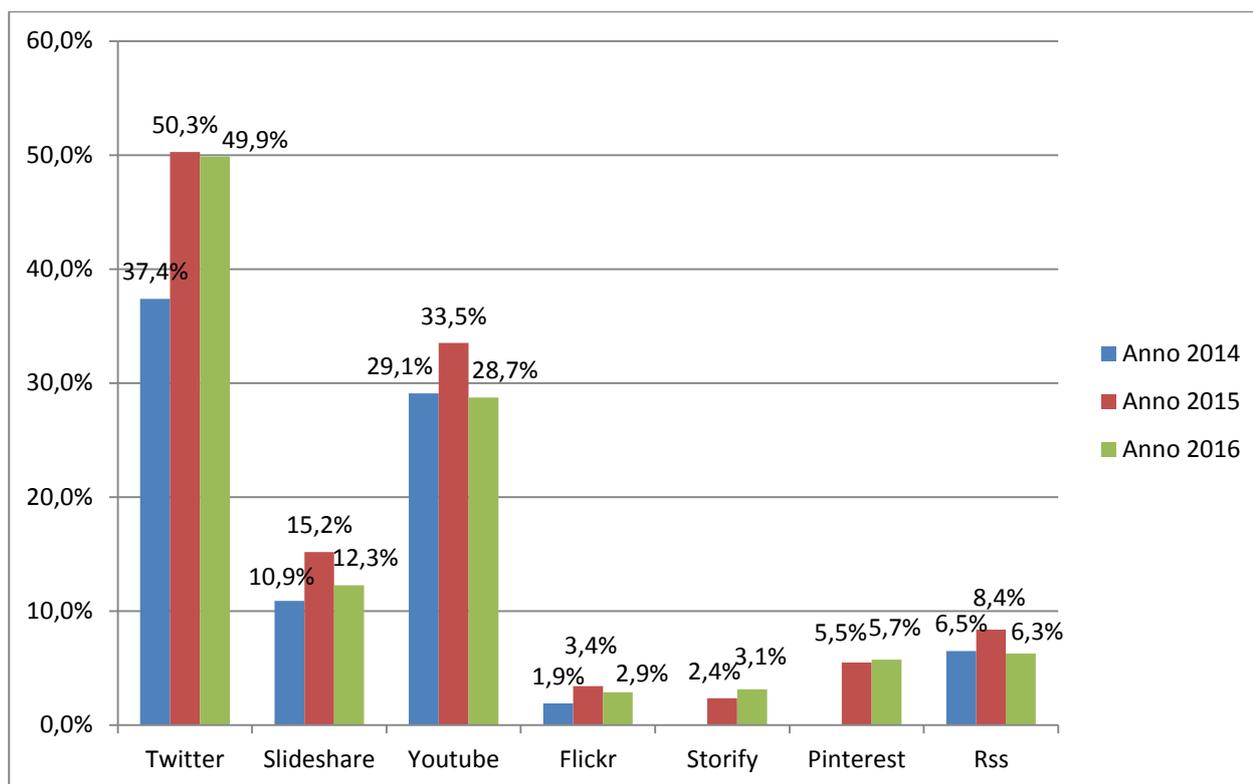
4.3.8 Social network

Il 15,1% di coloro che sono arrivati a rispondere alla domanda sull'uso dei prodotti e servizi dell'Istat, utilizzano i canali social dell'Istat.

Twitter, il social network di punta dell'Istat, è quello più utilizzato (49,9% di coloro che usano questi canali, erano il 50,3% nel 2015). Al secondo posto troviamo il canale Youtube dell'Istat, usato dal 28,7% degli utenti social (33,5% l'anno precedente).

I canali social meno utilizzati sono Storify e Flickr.

Figura 18. Tipo di social network utilizzato (frequenze percentuali) – Anni 2014, 2015 e 2016



Gli utenti dei canali social su cui l'Istat è presente li usano per il 63,3% (era il 57,9% nel 2015) non più di 5 volte in un trimestre, il 14,3% (18,5%) tra le 6-10 volte. Inoltre percentuali non trascurabili sono invece utilizzatori abituali, ossia coloro che li usano tra le 11 e le 30 volte o addirittura più di 30 volte, rispettivamente l'11,3% e l'11,1%.

Figura 19a. Frequenza d'uso dei social network – Anno 2016 (composizione percentuale)

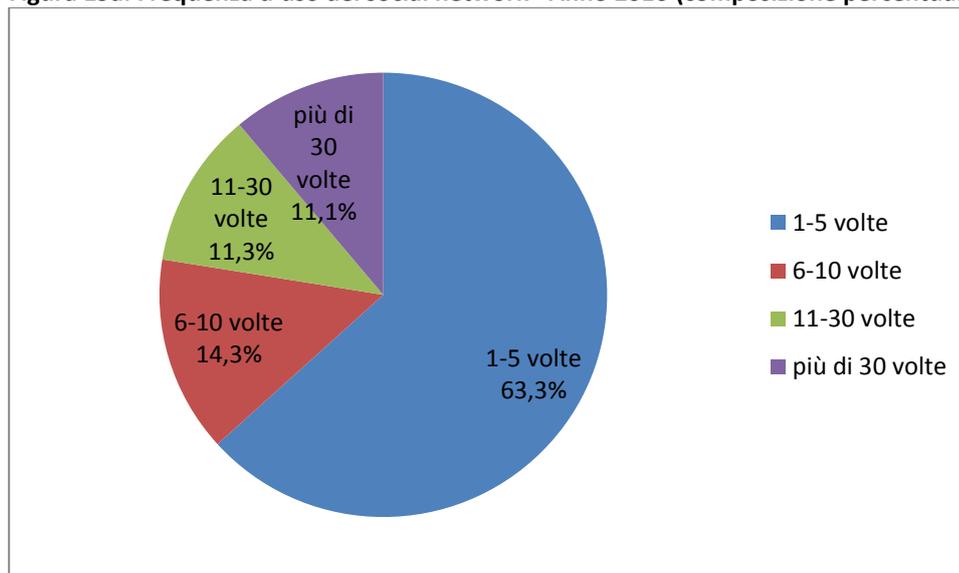


Figura 19b. Frequenza d'uso dei social network –Anno 2015 (composizione percentuale)

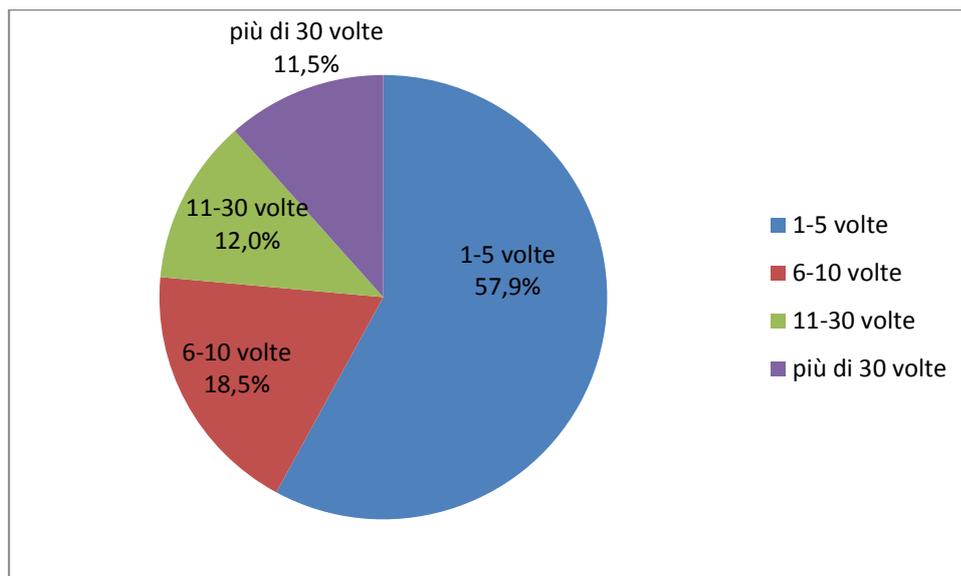


Tavola 9. Grado di soddisfazione degli utenti del canale Twitter dell'Istat

	Tempestività dei tweet	Chiarezza dei tweet	Interazione con gli utenti
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,24	3,25	2,94
Hanno espresso un giudizio	173	179	155
Non hanno espresso giudizio	17	11	35
% di coloro che hanno espresso un giudizio	91,1	94,2	81,6
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	1	1	1
Numero di utenti	191	191	191

Il grado di soddisfazione degli utenti di Twitter è stato oggetto di una domanda ad hoc, in quanto social di punta dell'Istituto.

Le medie dei giudizi dati alla "tempestività" e alla "chiarezza" sono superiori ad "abbastanza soddisfacente", mentre quella della "interazione con gli utenti" leggermente al di sotto.

Anche i voti medi dati agli altri strumenti social su cui l'Istat ha un profilo sono superiori a "mediamente soddisfatto". Infatti sia la "ricchezza dei contenuti informativi" sia la "qualità dei materiali multimediali" hanno avuto giudizi medi rispettivamente pari a 3,04 e 3,18.

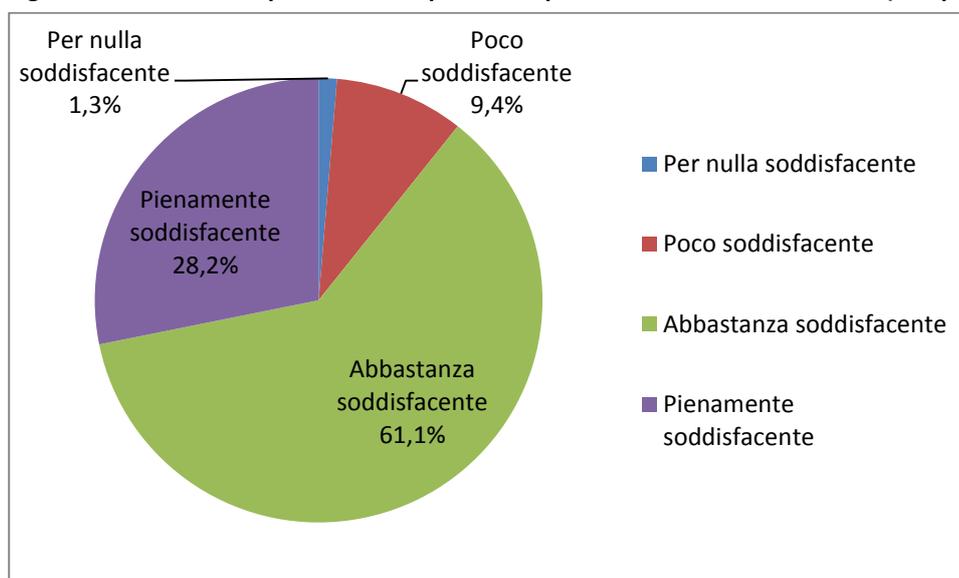
Tavola 10. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto ai Feed e agli altri social su cui l'ista ha un account

	Ricchezza dei contenuti informativi	Qualità dei materiali multimediali
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,04	3,18
Hanno espresso un giudizio	150	151
Non hanno espresso giudizio	13	12
% che ha espresso un giudizio	92,0	92,6
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	0	0
Utenti che usano i feed e i social	163	163

4.4 Giudizio complessivo

Prima di passare alle domande sul profilo dell'utente, è stato chiesto ai rispondenti un giudizio complessivo sulla qualità dei prodotti e dei servizi offerti dall'Istat sul web.

Figura 20. Giudizio complessivo sulla qualità dei prodotti e servizi – Anno 2016 (composizione percentuale)



Tra coloro che hanno espresso un giudizio la stragrande maggioranza si è dichiarata soddisfatta, infatti il 60,7% (era il 63,7% nel 2015) si è dichiarato **abbastanza soddisfatto** e il 28,0% (25,6%) **pienamente soddisfatto**. Per contro il 9,3% è **poco soddisfatto** e solo l'1,3% **per nulla** (invariati rispetto all'anno precedente).

Se facciamo la media dei giudizi complessivi espressi dagli utenti, in una scala da 1 a 4 (per nulla soddisfacente, poco soddisfacente, abbastanza soddisfacente, pienamente soddisfacente) vediamo che il voto medio dato dagli utenti alla **qualità dei prodotti e dei servizi offerti dall'Istat sul web** è **pari a 3,16** (era 3,14 nel 2015), ossia un voto che si colloca tra "abbastanza" e "pienamente" soddisfacente.

4.5 Profilo dei rispondenti

Alla fine del questionario è stato chiesto agli utenti di fornire alcune indicazioni relative al loro profilo: organizzazione/ente di appartenenza, titolo di studio, età e sesso.

Degli 2.668 utenti che hanno compilato i dati relativi al loro profilo, la categoria più rappresentate sono: “Università, uffici studi e società scientifiche” (545 rispondenti, 20,4%), “Nessuna organizzazione - privati cittadini” (con 366 rispondenti, 13,7%), “Imprese” (328, 12,2%) e “Liberi professionisti, ordini e associazioni professionali” (303,11,3%). Fanno parte della **pubblica amministrazione** 393 rispondenti, divisi tra amministrazioni locali (9,7%) e amministrazioni centrali, organi costituzionali e autorità di garanzia e vigilanza (5,0%). I rappresentanti dei media sono 62 e rappresentano il 2,3% dei rispondenti.

Tavola 11. Tipo di organizzazione o ente di appartenenza dei rispondenti

Tipologia di organizzazione	valori assoluti	composizione percentuale
Università, uffici studi e società scientifiche	545	20,4%
Nessuna organizzazione (Cittadini)	366	13,7%
Imprese	328	12,2%
Liberi professionisti, ordini e associazioni professionali	303	11,3%
Amministrazioni pubbliche locali	260	9,7%
Centri e Istituti di ricerca (pubblici e privati)	218	8,1%
Amministrazioni pubbliche centrali, Organi costituzionali e a rilevanza costituzionale, Autorità di garanzia e vigilanza	133	5,0%
Scuole/centri per l'orientamento	120	4,5%
Terzo settore/organizzazioni civiche	105	3,9%
Rappresentanza degli interessi/associazioni di categoria	82	3,1%
Mass media	62	2,3%
Istituti bancari	46	1,7%
Enti nazionali di previdenza e assistenza sociale	10	0,4%
Altro	39	1,5%
Non so/non rispondo	61	2,3%
Totale	2.668	100,0%

Figura 21a – Rispondenti per titolo di studio – Anno 2016 (composizione percentuale)

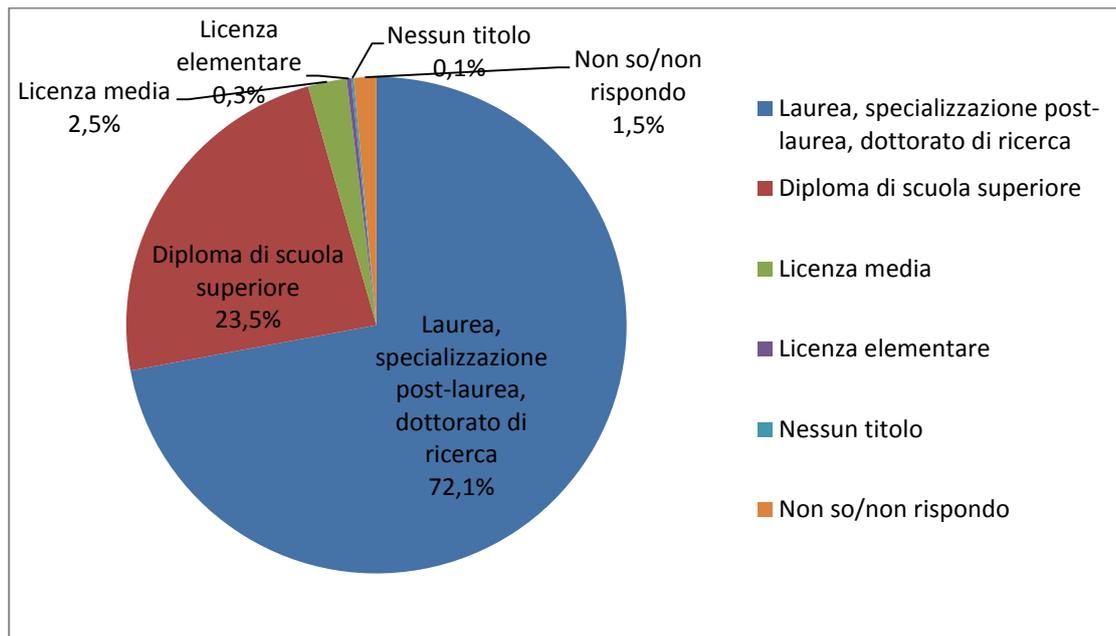
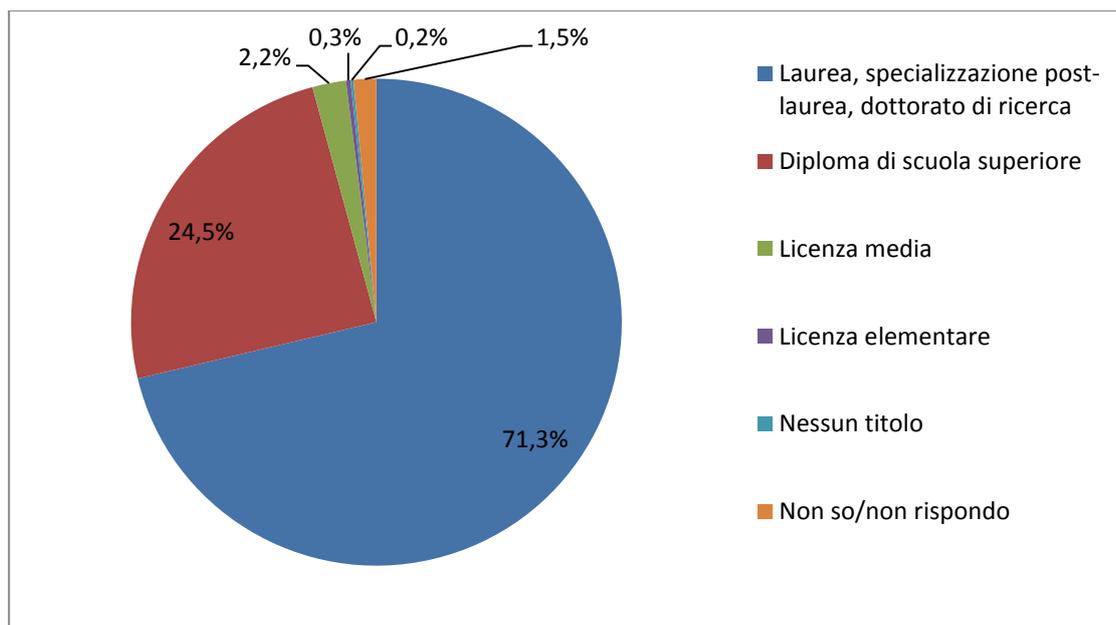


Figura 21b – Rispondenti per titolo di studio – Anno 2015 (composizione percentuale)



Alla domanda relativa al **titolo di studio** (figura 21) il ben 72,1% (era il 71,3% nel 2015) dei rispondenti ha un titolo di studio pari o superiore alla laurea, il 23,5% (24,5%) il diploma, il 2,5% la licenza media e solo lo 0,3% la licenza elementare. Mentre lo 0,1% ha dichiarato di non aver alcun titolo di studio.

Passando ad analizzare l'età dei rispondenti, emerge che utenti appartenenti a tutte le classi di età hanno risposto al questionario (figura 22). In particolare la percentuale di rispondenti appartenenti alle classi comprese tra quella dei 20-29enni e quella dei 50-59enni oscilla intorno al 20%, con un picco del 22,6% per i 40-49enni (era 23,9% nel 2015). Anche gli appartenenti alle classi di età 60-69anni e 70-79 sono presenti tra i rispondenti rispettivamente con quote del 11,5% e del 4,1%. Come era facile ipotizzare le uniche due classi con rappresentanza residuale sono quelle dei 10-19enni (2,0%) e degli over 80 (0,4%).

Figura 22a – Classi di età dei rispondenti (composizione percentuale) – Anno 2016

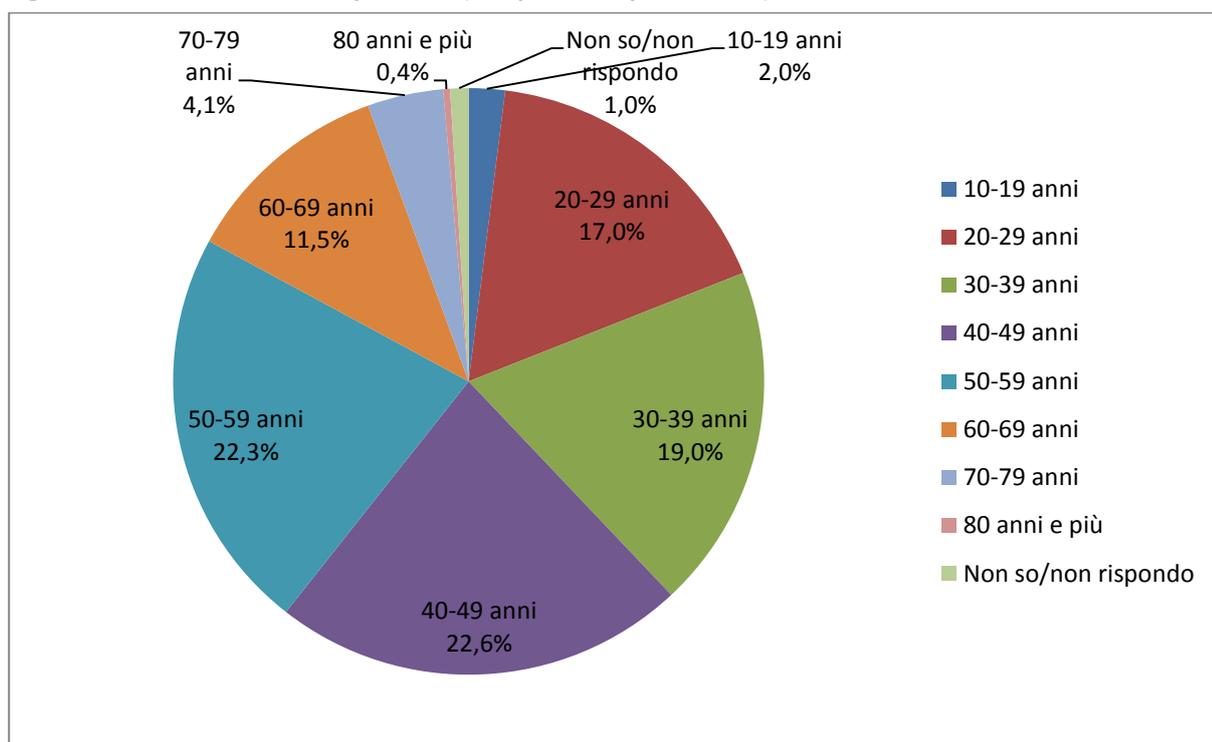
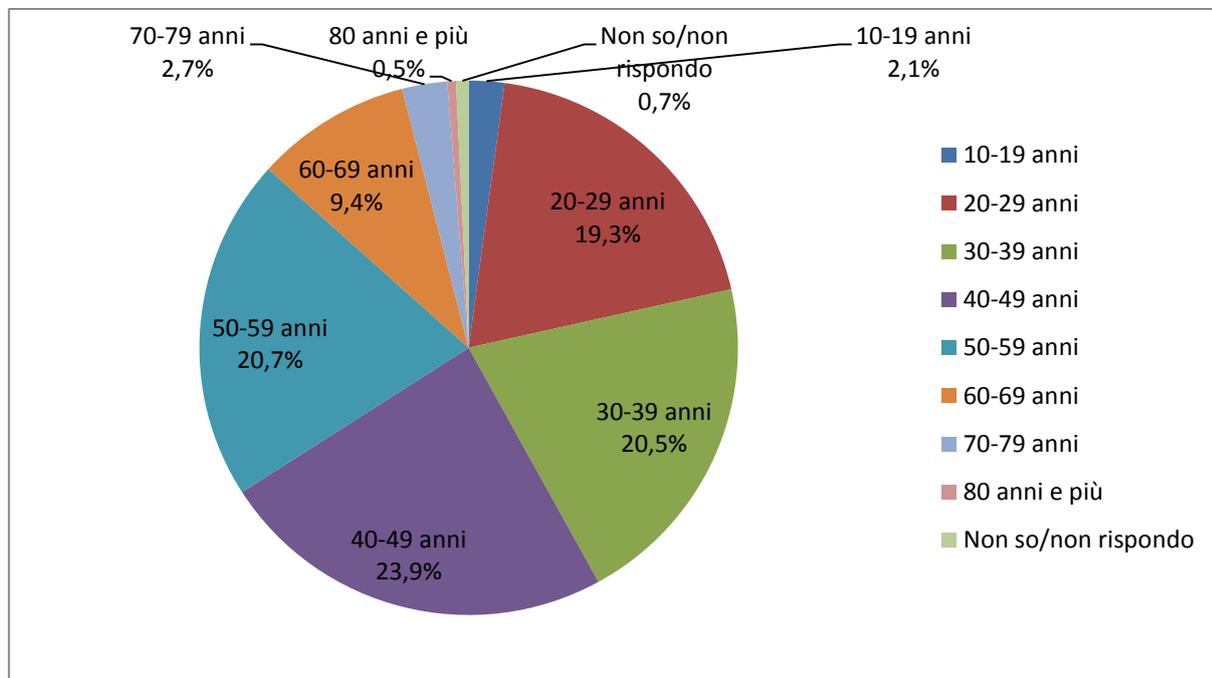


Figura 22b – Classi di età dei rispondenti (composizione percentuale)) – Anno 2015



Per quel che riguarda il genere di appartenenza, i rispondenti (figura23) sono per quasi 2/3 uomini 60,4% (58,3% nel 2015) e per il 39,6% donne (41,7% l'anno precedente).

Figura 23a –Rispondenti per genere di appartenenza – Anno 2016 (composizione percentuale)

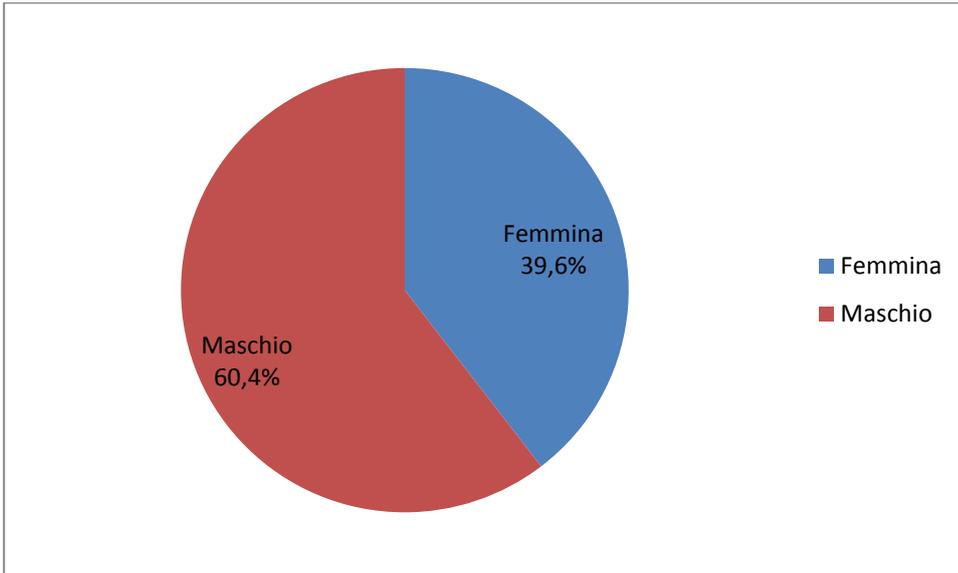
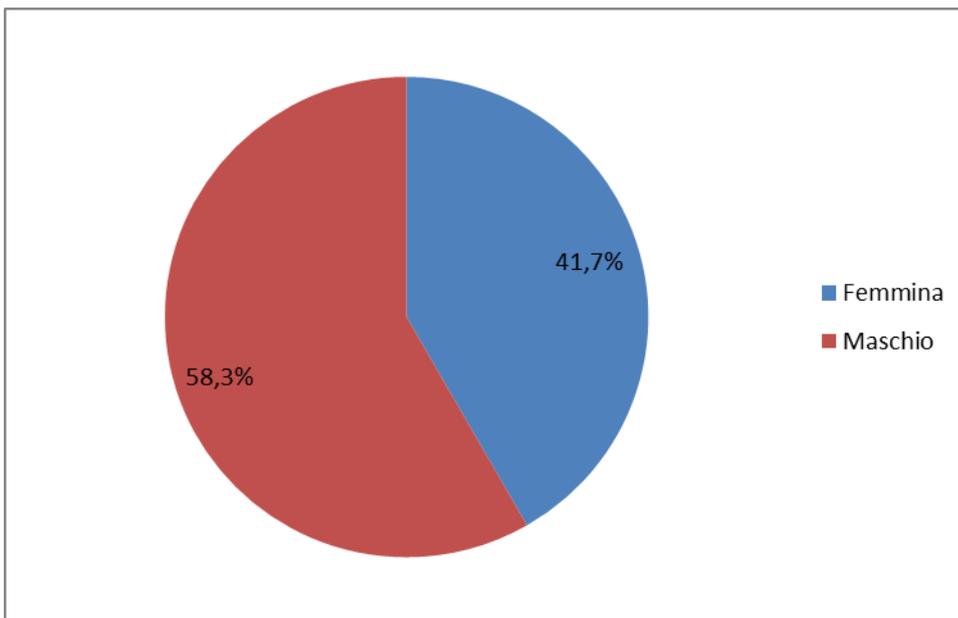


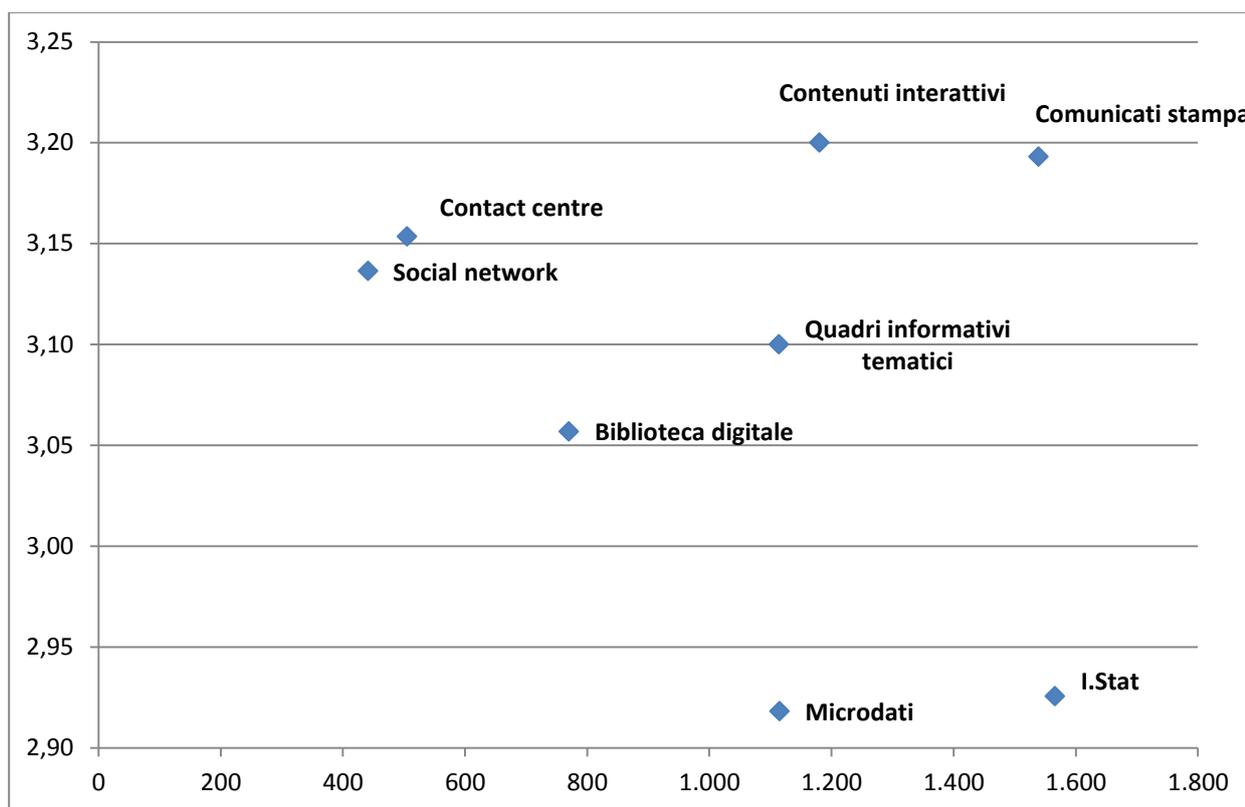
Figura 23b –Rispondenti per genere di appartenenza – Anno 2015 (composizione percentuale)



4.6 Conclusioni

In conclusione abbiamo costruito una mappa di posizionamento dei prodotti e servizi offerti dall'Istat sul web utilizzando come parametri la numerosità degli utilizzatori (asse delle ascisse) e il giudizio medio (asse delle ordinate), al fine di comprendere quali siano gli item a più elevata priorità di intervento⁵. I Prodotti e/o servizi con giudizio medio meno alto e con più elevata numerosità di utenti sono da considerarsi prioritari nella pianificazione di interventi migliorativi.

Figura 15. Mappa di posizionamento dei prodotti e servizi dell'Istat rispetto ai giudizi medi complessivi e al numero di utilizzatori



Dalla mappa di posizionamento emerge che il prodotto il cui miglioramento apporterebbe maggiore utilità è I.Stat, il data warehouse istituzionale, in quanto non solo è il prodotto/servizio utilizzato dal maggior numero di utenti (1.566) ma è anche quello che per giudizio medio complessivo (2,93) si colloca al penultimo posto. Dopo I.Stat, il prodotto a più elevata priorità di intervento sono i microdati, con un voto medio complessivo pari a 2,92 (quindi leggermente sotto ad abbastanza soddisfacente pari a 3) e un numero di utilizzatori non solo elevato (1.115, ossia il

⁵ La mappa rappresenta uno strumento di analisi che fornisce un'immediata e chiara rappresentazione del posizionamento degli item e consente di orientare il processo di decisione con maggiore riferimento agli item "a maggiore fabbisogno di attenzione".

Customer satisfaction management. Guida operativa ai percorsi di customer satisfaction. Realizzata all'interno di MiglioraPA, un progetto del Dipartimento per la Funzione Pubblica in collaborazione con Forum PA e Lattanzio e associati, http://qualitapa.gov.it/fileadmin/mirror/pubblicazioni/GuidaOperativa_finale1213_.pdf.

38,2% dei rispondenti) ma anche in crescita rispetto all'anno precedente (919, il 31,9% dei rispondenti nel 2015). Se guardiamo nel dettaglio i voti medi raccolti dai microdati (tavola 5) emerge che l'aspetto che presenta le criticità maggiori è "la procedura di richiesta", quindi l'intervento più urgente dovrebbe riguardare questo aspetto.

5 Trattamento dei dati⁶

La tecnica di indagine prescelta ha previsto la somministrazione via web del questionario, mediante l'attivazione di un pop-up di invito a partecipare alla rilevazione al momento dell'accesso al sito istituzionale www.istat.it. La partecipazione si è svolta su base del tutto volontaria, scontando con ciò le ben note problematiche di autoselezione dei rispondenti: la popolazione indagata non rappresenta cioè un campione probabilistico degli utenti del sito web e dei suoi servizi. Ne deriva che le conclusioni tratte dai risultati di questa indagine sono valide solo sull'insieme dei rispondenti e non possono essere estese all'intera popolazione degli utenti con l'applicazione di tecniche inferenziali, non essendo note le caratteristiche dei non rispondenti.

Conclusa la fase di raccolta, il set di microdati è stato esaminato per valutare la coerenza e la completezza. La matrice è risultata coerente, come atteso, in quanto frutto di una rilevazione svolta tramite questionario elettronico, con percorsi di compilazione obbligati dalle domande "filtro". Circa la completezza, come precedentemente accennato la compilazione del questionario si caratterizza per l'assenza di qualsivoglia warning o altro controllo bloccante.

Ai fini della identificazione del dataset da elaborare, si è quindi resa necessaria un'analisi di validità dei questionari trasmessi, a livello del singolo record presente sul file dei microdati. Sono stati considerati validi, e quindi utilizzabili per la successiva fase di elaborazione, tutti i questionari inviati fatta eccezione per quelli completamente vuoti.

La numerosità dell'insieme di rispondenti all'indagine risulta quindi pari a 3.211.

⁶ Autore: Andrea Bruni, Istat-DCME/MEA.



Questionario sulla soddisfazione degli utenti riguardo ai prodotti e ai servizi offerti sul web (2016)

SEZIONE A: CONSULTAZIONE DEI DATI

1. Per quale scopo prevalente utilizza l'informazione statistica ufficiale?

(può indicare solo una risposta)

- Decisioni di carattere legislativo, amministrativo, politico
- Analisi e previsioni economiche
- Attività giornalistica
- Aggiornamento dei valori monetari (affitti, assegni familiari) o altri adeguamenti con valenza giuridica (Nic, Foi, prezzi alla produzione, costo di costruzione di un fabbricato residenziale, retribuzioni contrattuali)
- Elaborazioni per fini commerciali
- Analisi di mercato
- Attività formative e didattiche
- Attività di studio e ricerca
- Curiosità, informazione personale
- Altro (specificare)
- Non so/non rispondo

2. Quanto sono importanti le statistiche per i suoi scopi?

(può indicare solo una risposta)

- Per nulla importanti (1)
- Poco importanti (2)
- Abbastanza importanti (3)
- Molto importanti (4)
- Non so/non rispondo (5)

3. Quali sono i temi statistici di suo maggiore interesse?

(può indicare solo una risposta)

- Popolazione e società
- Istruzione e lavoro
- Economia e industria
- Finanza pubblica
- Territorio
- Non so/non rispondo

4. Con quale frequenza consulta il sito www.istat.it?

(può indicare solo una risposta)

- Mai (va alla dom. 5 poi alla 16)
- Raramente (circa 1-2 volte all'anno)
- Episodicamente (circa 3-6 volte all'anno)
- Abitualmente (più o meno 1 volta al mese)
- Spesso (più volte in un mese)
- Molto spesso (più volte alla settimana)
- Non so/non rispondo

4.a Ha qualche suggerimento per aiutarci a migliorare l'usabilità della home page di www.istat.it?

(campo di testo)

.....

SEZIONE B: FIDUCIA NELLE STATISTICHE PRODOTTE DALL'ISTAT

5. Qual è il suo grado di fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat?

- Nessuna fiducia (1)
- Poca fiducia (2)
- Abbastanza fiducia (3)
- Piena fiducia (4)
- Non so/non rispondo (5)

SEZIONE C SODDISFAZIONE PER I PRODOTTI E SERVIZI OFFERTI SUL SITO WEB

6. L'Istat offre prodotti e servizi accessibili dal sito www.istat.it. Quale dei seguenti ha utilizzato e con quale frequenza negli ultimi tre mesi?

	1-5 volte	6-10 volte	11-30 volte	Più di 30 volte	Mai
Data warehouse I.Stat	<input type="radio"/>				
Comunicati stampa	<input type="radio"/>				
Contenuti interattivi ⁷	<input type="radio"/>				
Contact centre	<input type="radio"/>				
Biblioteca digitale	<input type="radio"/>				
Microdati	<input type="radio"/>				

⁷ Grafici dinamici, infografiche, calcolatori, ebook, app

	1-5 volte	6-10 volte	11-30 volte	Più di 30 volte	Mai
Quadri informativi tematici ⁸	<input type="radio"/>				
Social network ⁹	<input type="radio"/>				

(domanda filtro su quello che ha dichiarato di utilizzare - se risponde "mai" salta tutta la sezione relativa al servizio)

(se risponde sempre "mai" va alla domanda 17)

Data warehouse I.Stat

7. Con riferimento al data warehouse I.Stat esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Facilità di reperimento dei dati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adeguatezza degli strumenti di navigazione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adeguatezza degli strumenti di estrazione dati/salvataggio query	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corrispondenza tra i dati disponibili e le Sue esigenze informative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7.a Ha qualche suggerimento per aiutarci a soddisfare meglio il suo fabbisogno informativo attraverso il data warehouse I.Stat?

(campo di testo)

.....

Comunicati stampa

8. Riguardo ai comunicati stampa da Lei consultati, esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Facilità di reperimento dei comunicati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

⁸ Sistema informativo giovani, sistema informativo anziani, immigrati e nuovi cittadini, sistema informativo sulle professioni,

⁹ Twitter, Slideshare, Youtube, Flickr, Storify, Pinterest, Rss

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Tempestività delle informazioni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corrispondenza tra le informazioni diffuse attraverso i comunicati stampa e le Sue esigenze informative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8.a Ha qualche suggerimento per aiutarci a soddisfare meglio il suo fabbisogno informativo attraverso i comunicati stampa?

(campo di testo)

.....

Contenuti interattivi

9. Con riferimento ai contenuti interattivi, quali tra questi strumenti ha consultato negli ultimi tre mesi?

(può indicare più di una risposta)

- Grafici dinamici *(va alla domanda 9.a)*
- Infografiche *(va alla domanda 9.a)*
- Calcolatori *(va alla domanda 9.a)*
- Ebook *(va alla domanda 9.b)*
- APP *(va alla domanda 9.b)*
- Non so/non rispondo

(domanda filtro su quello che ha dichiarato di utilizzare)

9.a Riguardo ai grafici dinamici, infografiche e calcolatori, contenuti interattivi esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Adeguatezza delle visualizzazioni e dei calcolatori per la comprensione dei fenomeni rappresentati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corrispondenza tra l'offerta e le sue esigenze informative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9.b Riguardo agli ebook e alle App da Lei scaricati, esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Adeguatezza delle funzionalità offerte per la fruizione di ebook e/o	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
App Corrispondenza tra l'offerta e le sue esigenze informative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9.c Ha qualche suggerimento per aiutarci a soddisfare meglio il suo fabbisogno informativo attraverso i contenuti interattivi?

(campo di testo)

.....

Microdati

10. Con riferimento ai microdati, quali tra questi prodotti ha richiesto negli ultimi tre mesi?

(può indicare più di una risposta)

- File ad uso pubblico
- File standard
- File per la ricerca
- File per gli uffici di statistica del Sistan
- Non so/non rispondo

10a. Riguardo ai file di microdati esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Facilità di accesso alle informazioni sui microdati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procedure per la richiesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tempi di rilascio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corrispondenza tra i microdati disponibili e le Sue esigenze informative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10.b Ha qualche suggerimento per aiutarci a soddisfare meglio il suo fabbisogno informativo attraverso i microdati?

.....

Contact centre

11. Con riferimento ai servizi offerti dal contact centre, quali ha richiesto negli ultimi tre mesi?

(può indicare più di una risposta)

- Assistenza nella ricerca dei dati statistici

- Richiesta di microdati
- Dati censuari e cartografici
- Ricerche storiche e bibliografiche
- Elaborazioni personalizzate
- Informazioni su dati e pubblicazioni Eurostat
- Non so/non rispondo

11a. Riguardo ai servizi offerti dal contact centre da Lei utilizzati, esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Tempi di risposta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chiarezza delle informazioni ottenute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corrispondenza tra le informazioni ottenute e le esigenze informative da Lei espresse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11.b Ha qualche suggerimento per aiutarci a soddisfare meglio il suo fabbisogno informativo attraverso il contact centre?

(campo di testo)

.....

Biblioteca digitale

12. Con riferimento alla biblioteca digitale esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Facilità di accesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efficacia della ricerca tramite catalogo on line	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corrispondenza tra le informazioni ottenute e le sue esigenze informative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12.a Ha qualche suggerimento per aiutarci a soddisfare meglio il suo fabbisogno informativo attraverso la biblioteca digitale?

(campo di testo)

.....

Quadri informativi tematici

13. Con riferimento ai quadri informativi tematici raggiungibili dalla home page di www.istat.it esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Chiarezza dell'organizzazione dei contenuti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corrispondenza tra i temi trattati e le Sue esigenze informative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13.a Ha qualche suggerimento per aiutarci a soddisfare meglio il suo fabbisogno informativo attraverso il motore di ricerca del sito Istat?

(campo di testo)

.....

Social network e Sistemi di feed

14. Con riferimento alla presenza dell'Istat sui social network e ai sistemi di feed, quali tra quelli di seguito elencati ha utilizzato negli ultimi tre mesi?

(può indicare più di una risposta)

- Twitter *(va alla domanda 14.a)*
- Slideshare *(va alla domanda 14.b)*
- Youtube *(va alla domanda 14.b)*
- Flickr *(va alla domanda 14.b)*
- Storify *(va alla domanda 14.b)*
- Pinterest *(va alla domanda 14.b)*
- Rss *(va alla domanda 14.b)*
- Non so/non rispondo

(domanda filtro su quello che ha dichiarato di utilizzare)

14.a Riguardo alla presenza dell'Istat su Twitter, esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Tempestività dei tweet pubblicati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chiarezza dei tweet pubblicati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interazione con gli Utenti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14.b Riguardo alla presenza dell'Istat sui social network e ai sistemi di feed, esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Ricchezza dei contenuti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
informativi pubblicati					
Qualità dei materiali multimediali pubblicati	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14.c Ha qualche suggerimento per aiutarci a soddisfare meglio il suo fabbisogno informativo attraverso i social network?

(campo di testo)

.....

Giudizio complessivo

15. Nel complesso, considerando gli aspetti sopra indicati, quanto ritiene soddisfacente la qualità dei prodotti e dei servizi offerti dall'Istat sul web?

- Per nulla soddisfacente
- Poco soddisfacente
- Abbastanza soddisfacente
- Pienamente soddisfacente
- Non so / non rispondo

SEZIONE D: PROFILO

In conclusione, Le chiediamo di rispondere ad alcune domande per caratterizzare il suo profilo di utilizzatore

16. A quale tipo di organizzazione/ente appartiene?

(può indicare solo una risposta)

- Amministrazioni pubbliche centrali, Organi costituzionali e a rilevanza costituzionale, Autorità di garanzia e vigilanza
- Enti nazionali di previdenza e assistenza sociale
- Amministrazioni pubbliche locali
- Rappresentanza degli interessi/associazioni di categoria
- Liberi professionisti, ordini e associazioni professionali
- Centri e Istituti di ricerca (pubblici e privati),
- Università, uffici studi e società scientifiche
- Terzo settore/organizzazioni civiche
- Media
- Imprese
- Scuola/centri per l'orientamento
- Istituto bancario
- Nessuna organizzazione (Cittadini)
- Altro (specificare):

- Non so/non rispondo

17. Qual è il titolo di studio più elevato che ha conseguito?

- Laurea, specializzazione post-laurea, dottorato di ricerca
- Diploma di scuola superiore
- Licenza media
- Licenza elementare
- Nessun titolo
- Non so/non rispondo

18. Età:

- 10-19 anni
- 20-29 anni
- 30-39 anni
- 40-49 anni
- 50-59 anni
- 60-69 anni
- 70-79 anni
- 80 anni e più
- Non so/non rispondo

19. Sesso:

- Femmina
- Maschio
- Non so/non rispondo