
**Risultati della “Rilevazione sulla soddisfazione degli utenti
riguardo ai prodotti e ai servizi offerti sul web e alla qualità
delle statistiche prodotte dall’Istat”**

REPORT
Anno 2015

Indice

1	Introduzione	3
2	Questionario	3
3	Promozione della rilevazione	4
4	Analisi dei risultati	6
4.1	Scopi, importanza delle statistiche, frequenza d'uso del sito web e dispositivi usati	6
4.2	Soddisfazione per i prodotti e servizi offerti sul sito web	9
4.2.1	Data warehouse I.Stat	11
4.2.2	Comunicati stampa	13
4.2.3	Contenuti interattivi	14
4.2.4	Microdati	17
4.2.5	Contact centre	20
4.2.6	Biblioteca digitale	22
4.2.7	Motore di ricerca	24
4.2.8	Social network	25
4.3	Giudizio complessivo	28
4.4	Profilo dei rispondenti	30
4.5	Conclusioni	34
5	Trattamento dei dati	35

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 i prodotti/servizi offerti on line vengono utilizzati dagli utenti, per quali scopi e con quale frequenza, in un'ottica di **miglioramento continuo della qualità dei servizi**¹.

Nel 2015 l'Istat per il terzo 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, microdati, metadati, contact centre, biblioteca digitale e social network). Nel 2015 inoltre per la prima volta, sono state inserite nel questionario delle domande volte a raccogliere il giudizio degli utenti sulla qualità delle statistiche e dei metadati e a conoscere il grado di fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat.

Il questionario in parola è stato somministrato tramite web nel periodo **1° ottobre - 30 novembre 2015**, 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 e alla frequenza di utilizzo dell'informazione statistica ufficiale, nonché ai dispositivi utilizzati per la connessione;
- (domande 5-7) al giudizio sulla qualità delle statistiche;
- (domande 8-13) alla qualità dei metadati;
- (domande 14-15) alla fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat;
- (domande 16-25) all'uso e alla soddisfazione riguardo ai prodotti e servizi presenti su www.istat.it;
- (domande 26-29) al profilo dell'utente.

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

Il questionario prevedeva domande a risposta chiusa con la possibilità di scegliere una sola opzione, tra cui “non so/non rispondo”, solo in alcuni casi era possibile scegliere più opzioni.

Per ogni prodotto/servizio diffuso dell'Istat (I.Stat, comunicati stampa, contenuti interattivi, microdati, metadati, contact centre, biblioteca digitale e social network) inoltre è stata lasciata al

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

rispondente la possibilità di lasciare eventuali suggerimenti per migliorare il prodotto/servizio stesso.

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 (nel 2014 la scala era a 5 modalità).

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

Nel 2013 e nel 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.

Nel 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 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.

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

SI, 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;

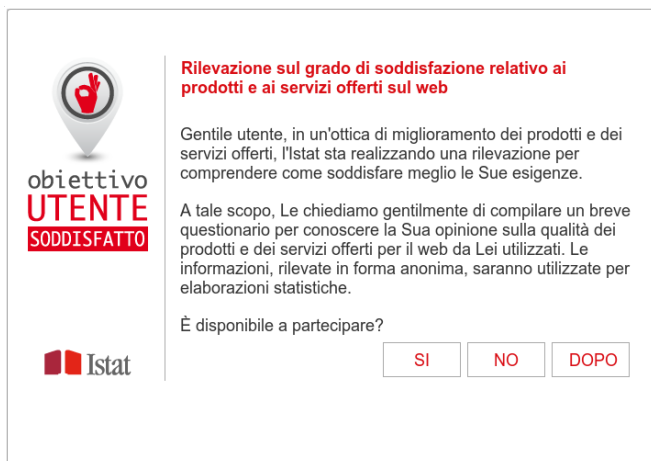
DOPO, l'invito a partecipare veniva di nuovo mostrato all'utente dopo 15 minuti oppure, in caso di una sessione di durata inferiore, nella visita successiva.

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>

Figura 1. Invito alla compilazione del questionario 2015



obiettivo UTENTE SODDISFATTO

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?

Inoltre nel 2015, per la prima volta, 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 (CUI);
- iscritti alla Rivista di Statistica ufficiale;
- iscritti al contact centre;
- media;
- alcuni indirizzari di categoria: uffici stampa, commissioni parlamentari, innovatori, comunità scientifiche, università, centri studi, ufficio stampa e URP del governo.

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 che sono partite dallo sportello elettronico dedicato agli utenti "Comunica.

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

Accedi al [questionario on line](#): in 10 minuti circa, potrai esprimere la tua opinione.

Grazie della collaborazione!

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

4 Analisi dei risultati

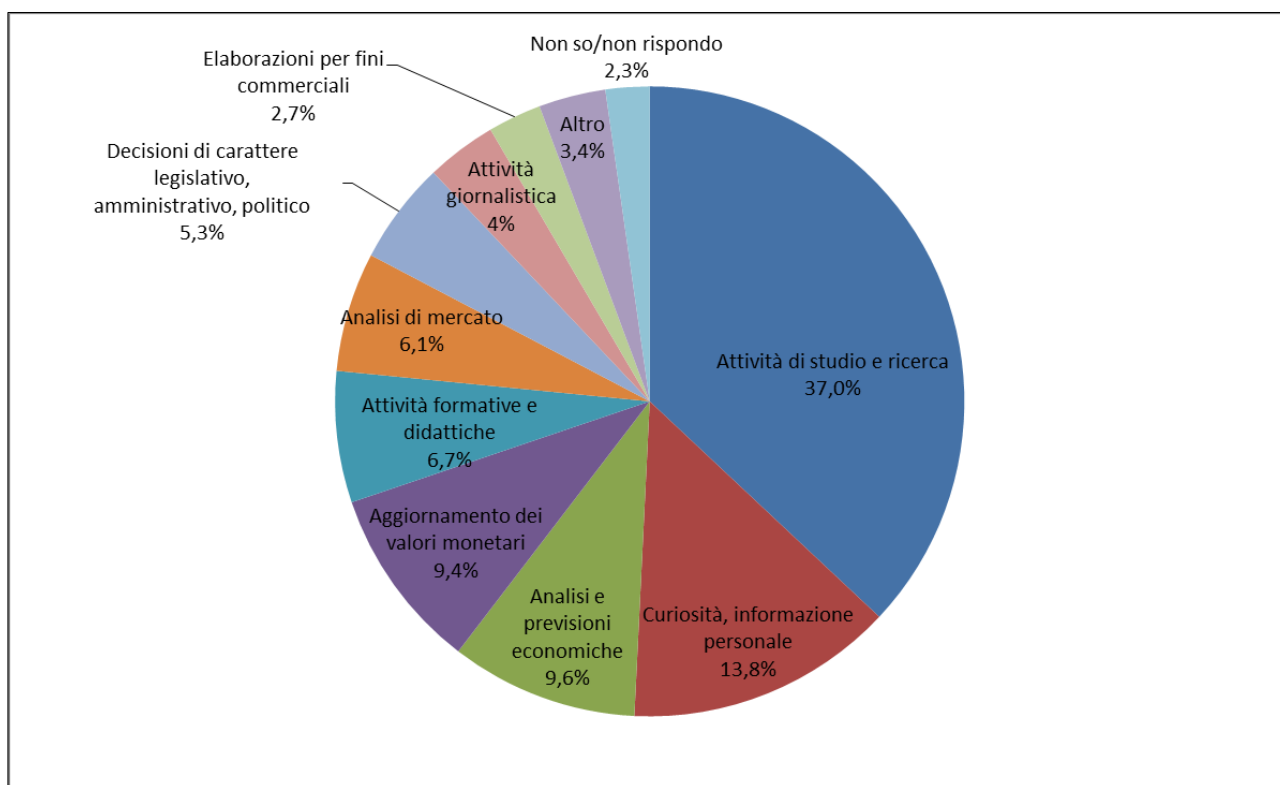
4.1 Scopi, importanza delle statistiche, frequenza d'uso del sito web e dispositivi usati

La prima sezione del questionario (domande 1-3), riguardava gli scopi e la frequenza d'uso dell'informazione statistica ufficiale e i dispositivi utilizzati per la connessione al sito web.

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

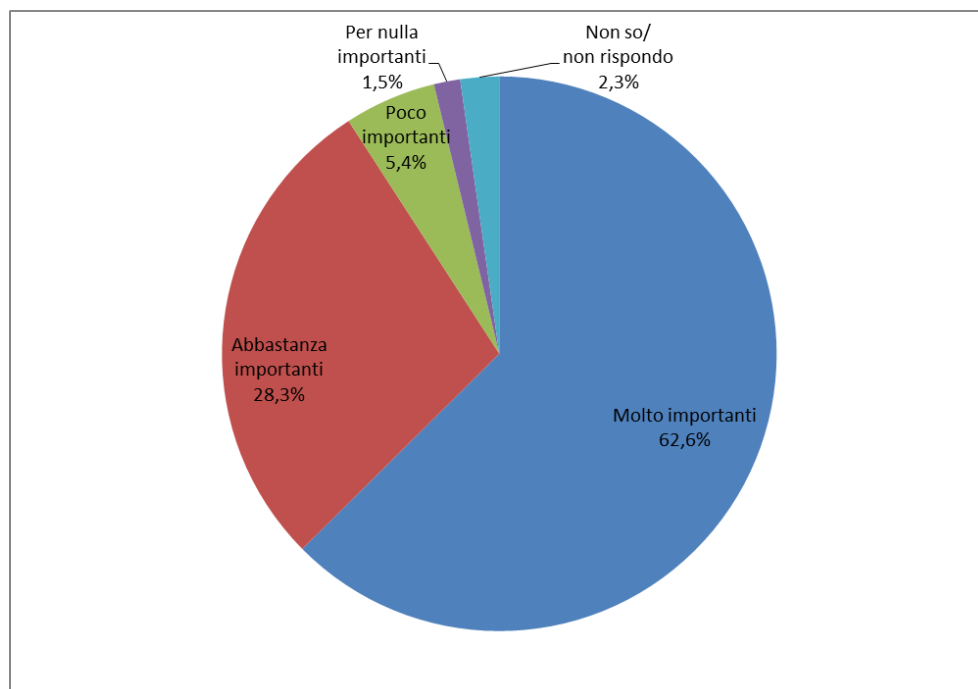
Come si può vedere dalla figura 2, i motivi più frequenti per cui viene utilizzata l'informazione statistica sono "**Attività di studio e ricerche**" (37%), "**Curiosità, informazione personale**" (13,8%), "**Analisi e previsioni economiche**" (9,6%) e "**Aggiornamento di valori monetari**" (9,4%). 156 utenti hanno scelto l'opzione altro, specificando uno scopo, di queste risposte 37 sono state assegnate alle opzioni già esistenti, le restanti sono rimaste nella dicitura altro (3,4%). Il 2,3% dei rispondenti ha scelto l'opzione "non so/non rispondo".

Figura 2. Scopi dell'uso dell'informazione statistica ufficiale (composizione percentuale)



Nella seconda domanda, inserita per la prima volta nel questionario, 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 (90,9%) di essi considera le statistiche **molto** o **abbastanza importanti** (rispettivamente il 62,6% e il 28,3%). Solo il 5,4% le ritiene poco importanti e l'1,5% per nulla importanti.

Figura 3. Importanza delle statistiche (composizione percentuale)



Dalle risposte degli utenti alla domanda sui dispositivi utilizzati prevalentemente per richiedere i prodotti e/o i servizi offerti dall'Istat sul web, emerge che la stragrande maggioranza di essi **(95,3%)** usa **dispositivi tradizionali** (computer desktop e laptop), il 1,4% smartphone e l'1,1% tablet, solo una piccola percentuale (2,1%) ha preferito non rispondere o non sapeva rispondere. Da notare che mentre le percentuali di utilizzatori di device tradizionali e di smartphone sono rimasti in linea con quelli dell'anno passato (nel 2014 rispettivamente 95,2% e 1,6%), quella di coloro che si connettono con tablet è diminuita (nel 2014 era il 2,4%).

Figura 4a. Dispositivi utilizzati per richiedere prodotti/servizi di www.istat.it (composizione percentuale) – Anno 2015

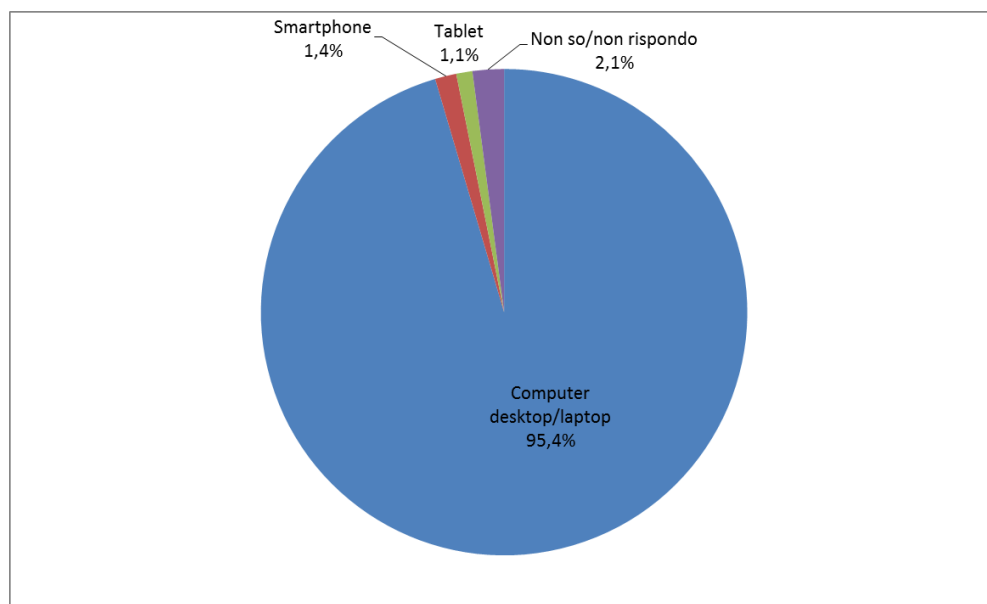
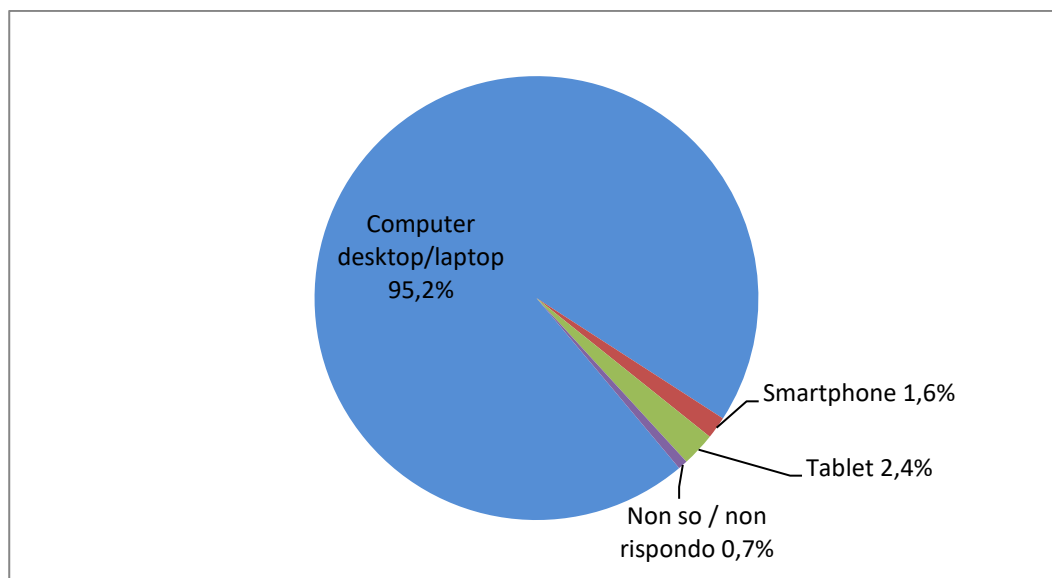


Figura 4b. Dispositivi utilizzati per richiedere prodotti/servizi a www.istat.it (composizione percentuale) – Anno 2014



Con riferimento alla frequenza d'uso di www.istat.it (figura 5a), più della metà dei rispondenti (55,7%) ha dichiarato di utilizzarlo almeno una volta al mese (più o meno 1 volta al mese il 23%, più volte in un mese il 18,2% e più volte alla settimana il 14,5%), mentre il 12,6% lo consulta raramente e solo il 2,1% mai.

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

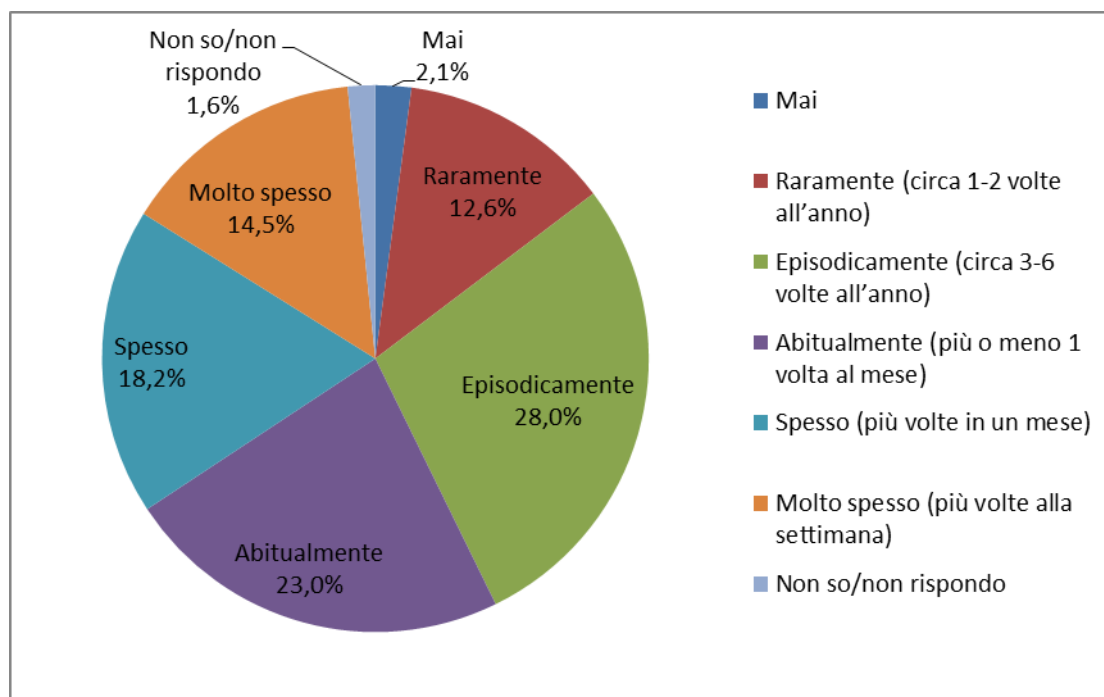
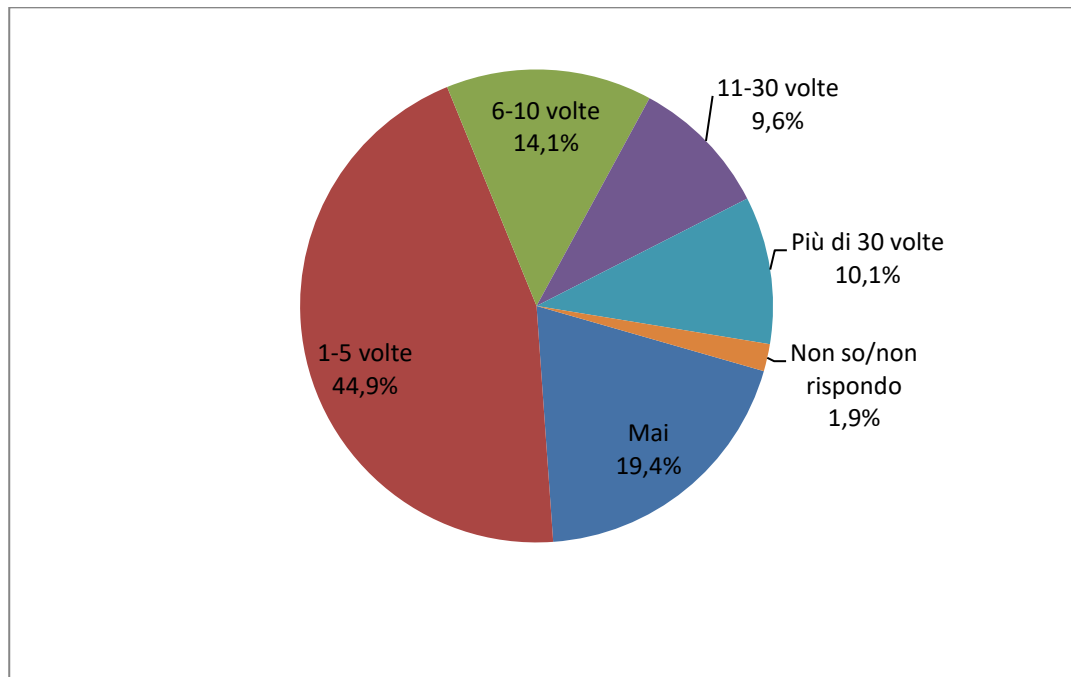


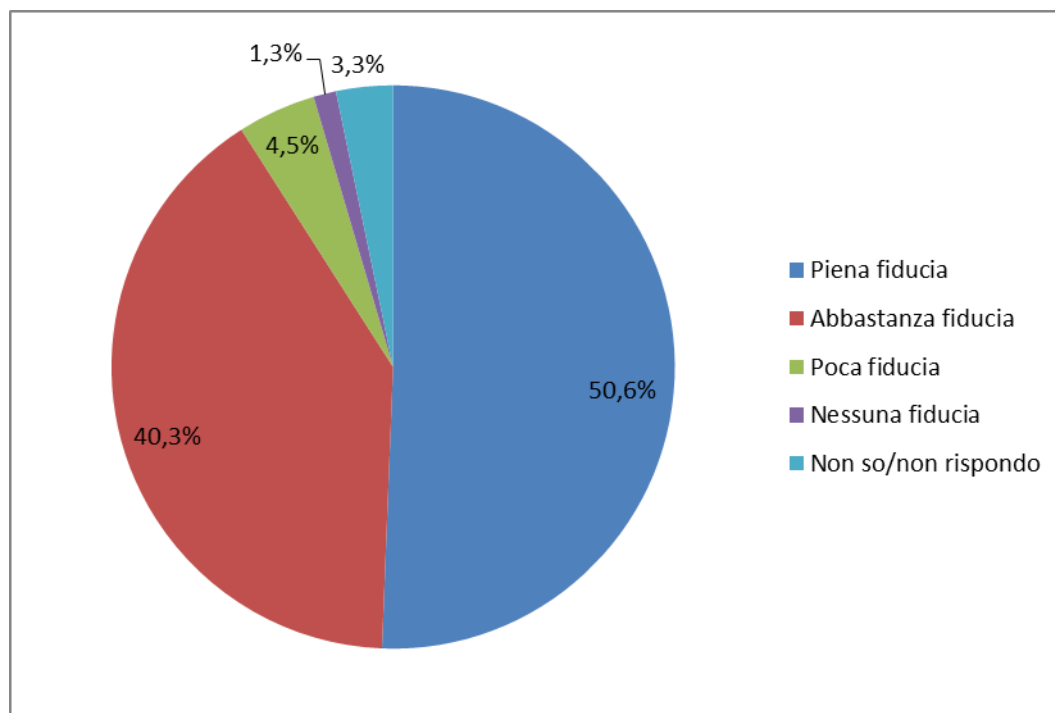
Figura 5b. Frequenza dell'uso di www.istat.it in un trimestre (composizione percentuale) – Anno 2014



4.2 Fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat

Nel questionario del 2015 per la prima volta 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 6. Fiducia nelle statistiche prodotte dall'Istat (composizione percentuale)



4.3 Soddisfazione per i prodotti e servizi offerti sul sito web

La sezione E del questionario aveva l'obiettivo di conoscere i contenuti consultati dagli utenti e loro soddisfazione per gli stessi.

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. I rispondenti che sono arrivati a compilare questa sezione sono 2.882, dalle loro risposte (figura 7) emerge che il prodotto/servizio **utilizzato** dal maggior numero di utenti è il motore di ricerca interno (1.469 utenti hanno dichiarato di averlo utilizzato negli ultimi 3 mesi, il 51,0% dei rispondenti a questa sezione del questionario), seguono i comunicati stampa (1.464, 50,8%), il data warehouse I.Stat (1.374, 47,7%), i contenuti interattivi (1.143, 39,7%), i microdati (919, 31,9%), la biblioteca digitale (689, 23,8%), il contact centre (533, 18,5%) e i social network (416, 14,4%).

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 17,6% di coloro che lo utilizzano lo fanno più di 30 volte e il 14,2% tra le 11 e le 30 volte) seguito dal motore di ricerca (con rispettivamente il 9,3% e il 12,9%) e dai comunicati stampa (10,3% e 11,5%). Questi dati verranno analizzati in maggior dettaglio nei diversi paragrafi dedicati a ciascun prodotto/servizio.

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

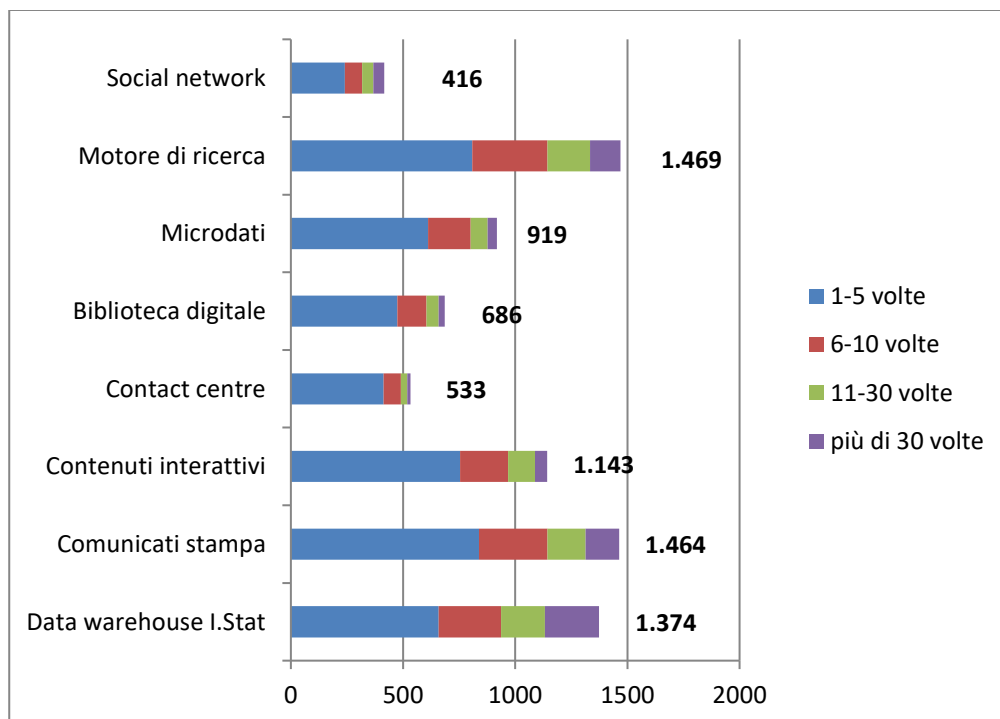
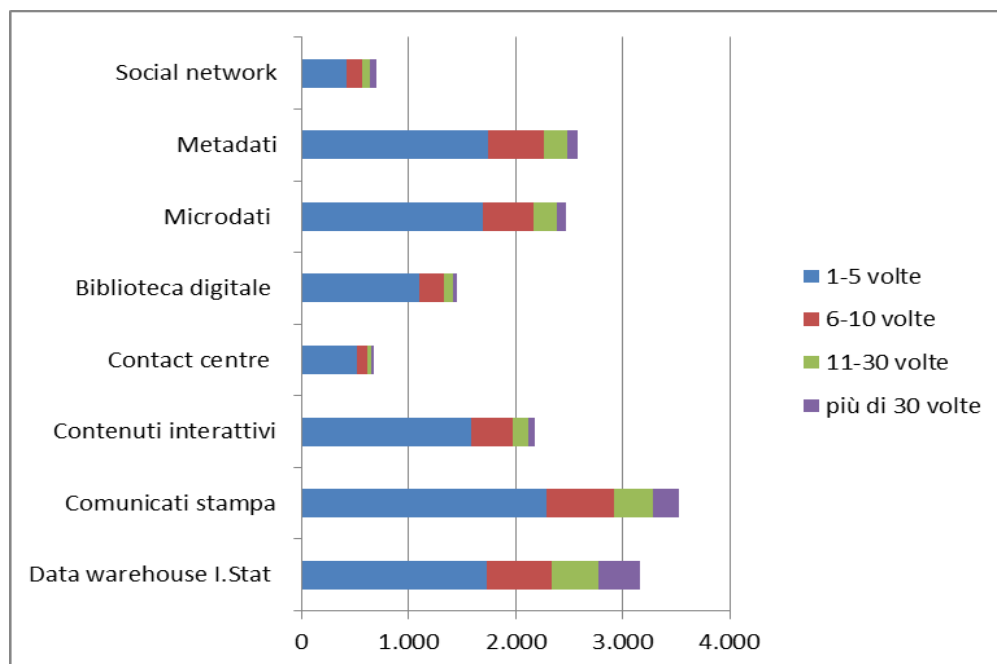


Figura 7b. Uso e frequenza d'uso dei prodotti e servizi su www.istat.it (Anno 2014)



4.3.1 Data warehouse I.Stat

I rispondenti che hanno dichiarato di aver utilizzato I.Stat sono **1.374** (il 47,7% di coloro che sono arrivati a rispondere a questo quesito). Di questi il 48% lo usa non più di cinque volte in un trimestre (erano il 54,7% nel 2014), il 20,2% tra le 6 e le 10 volte (19,1%). La percentuale restante utilizza I.Stat almeno 11 in un trimestre (14,2% tra le 11 e le 30, 17,6% più di 30 volte, nell'anno precedente erano rispettivamente il 14,1% e il 12,1%). Questo dato conferma quanto già emerso nei due 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 2015

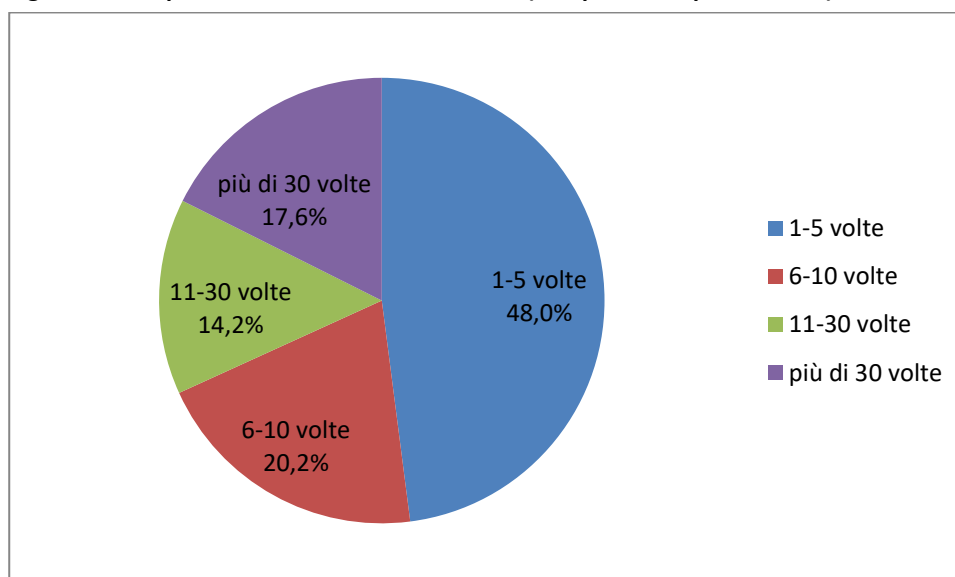
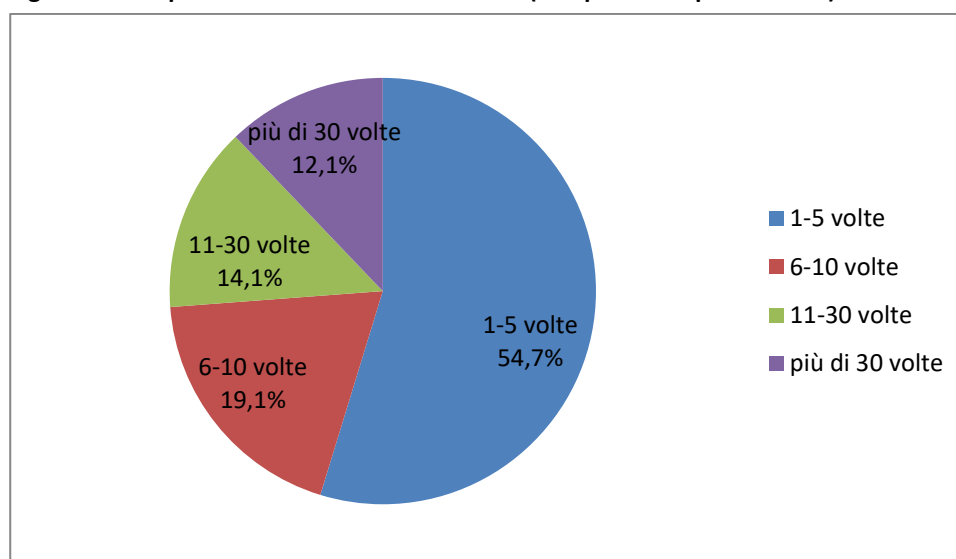


Figura 8b. Frequenza d'uso di I.Stat in tre mesi (composizione percentuale) – Anno 2014



Agli utenti di 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).

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

	Facilità reperimento dati	Adeguatezza strumenti di navigazione	Adeguatezza strumenti estrazione dati e salvataggio query	Corrispondenza dati disponibili e esigenze informative
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	2,94	2,92	2,96	2,91
Utenti che hanno espresso un giudizio	1294	1282	1259	1283
% di coloro che hanno espresso un giudizio	94,2	93,3	91,6	93,4
Utenti che hanno abbandonato il questionario su questa domanda	43	43	43	43
Utenti che hanno dichiarato di usare I.Stat	1.374	1.374	1.374	1.374

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 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.

4.3.2 Comunicati stampa

I comunicati stampa sono, dopo il motore di ricerca, i **contenuti più consultati** dai rispondenti, infatti 1.464 utenti (il 50,8% di coloro che sono arrivati a rispondere a tale quesito) hanno dichiarato di averli utilizzati nel periodo di riferimento.

Guardando alla frequenza d'uso dei comunicati stampa (figura 9), emerge che il 57,2% di coloro che li utilizzano lo fa non più di cinque volte (64,5% nel 2014) in un trimestre, il 20,9% tra le 6 e le 10 volte (18,1% l'anno precedente). Gli heavy user sono piuttosto numerosi: 11,5% quelli che li consultano tra le 11 e le 30 volte e il 10,3% coloro che addirittura li utilizzano più di 30 volte nel periodo di riferimento (rispettivamente 10,1% e 7,1% nell'anno precedente).

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

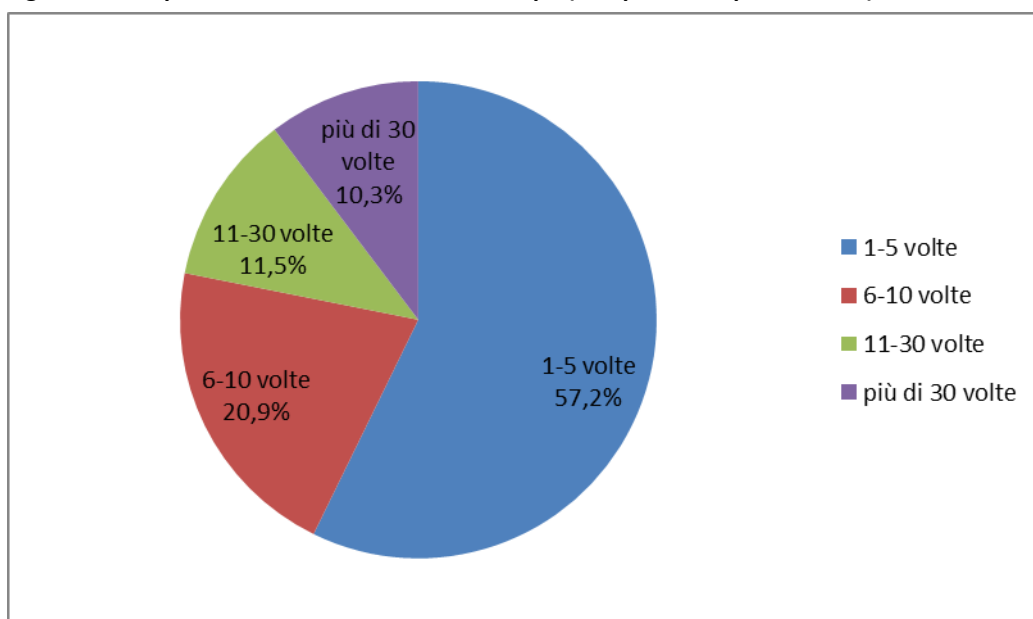
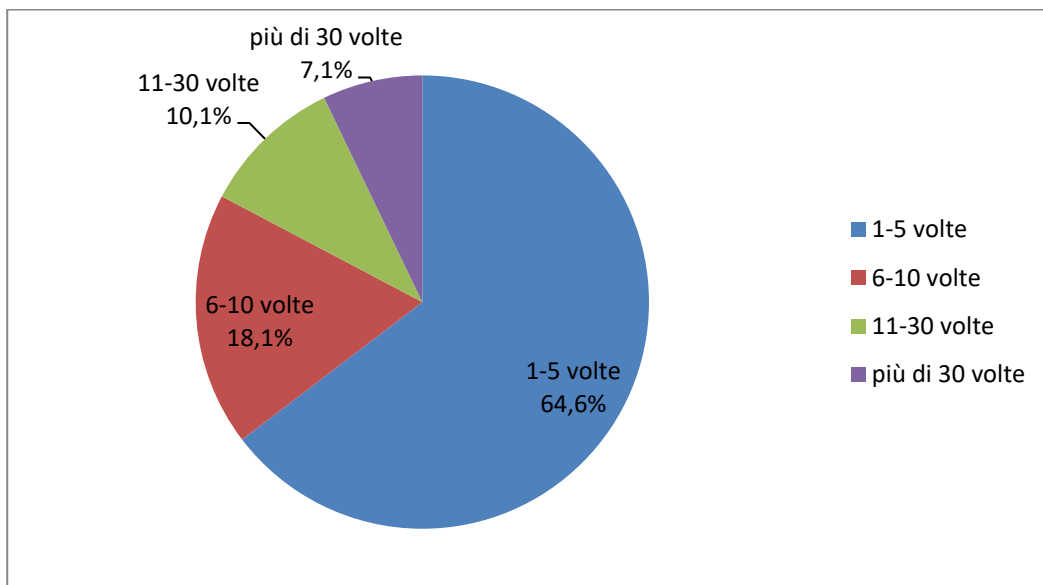


Figura 9b. Frequenza d'uso dei comunicati stampa (composizione percentuale) – Anno 2014



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". La "Facilità di reperimento dei comunicati stampa" e la "Tempestività delle informazioni diffuse" hanno avuto un voto medio pari a 3,16 (su scala da 1 a 4), la "Corrispondenza tra informazioni diffuse e esigenze informative" 3,09.

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

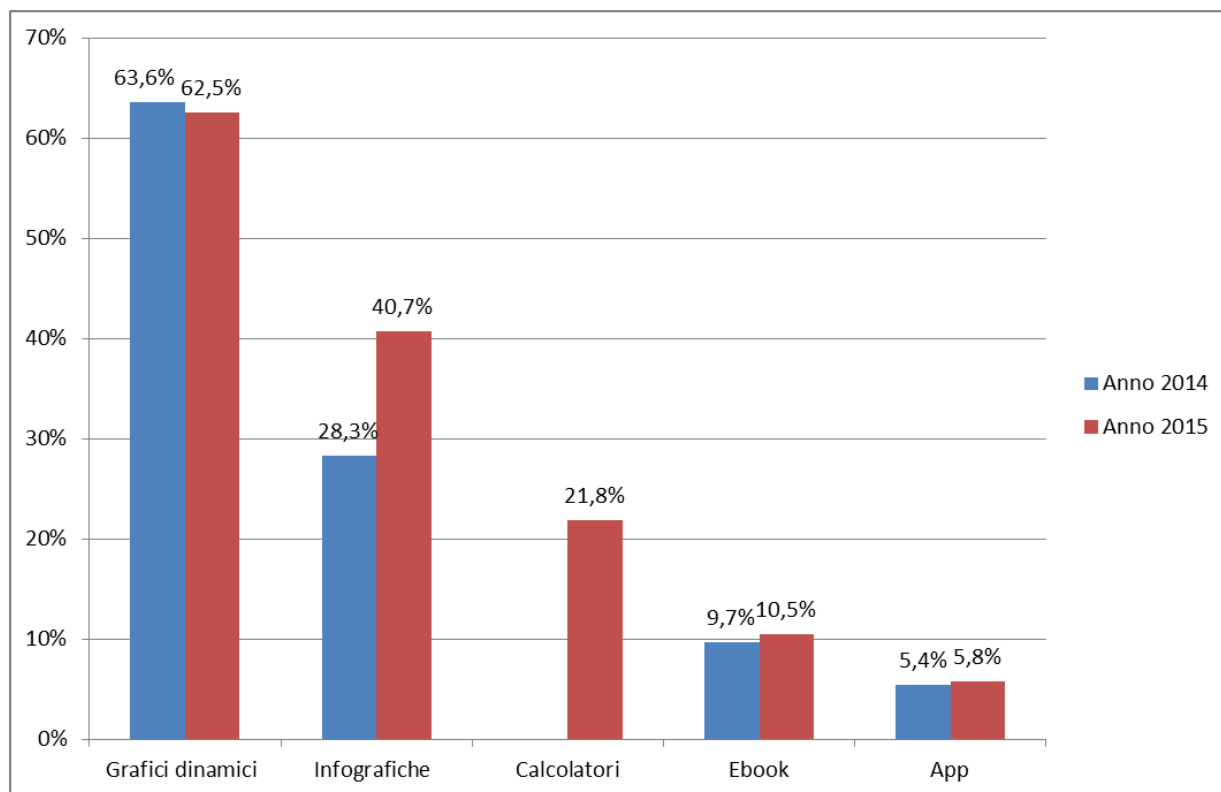
	Facilità di reperimento dei comunicati	Tempestività informazioni	Corrispondenza tra informazioni diffuse e esigenze informative
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4) - Anno 2015	3,16	3,16	3,09
Hanno espresso un giudizio	1.383	1.366	1.375
Non hanno espresso giudizio	36	53	44
% di coloro che hanno espresso un giudizio	94,5	93,3	93,9
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	45	45	45
Numero di utenti che ha dichiarato di usare i comunicati	1.464	1.464	1.464

4.3.3 Contenuti interattivi

Rispetto al questionario dell'anno precedente, nel 2015 tra i contenuti interattivi di cui si è chiesto l'utilizzo sono stati inseriti anche i "calcolatori". **1.143** 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 sono usati dal 22% di coloro che usano i contenuti in questione.

Rispetto all'anno precedente, l'unico prodotto la cui quota di utilizzatori cresce notevolmente sono le infografiche, per tutti gli altri prodotti l'andamento resta quasi invariato.

Figura 10. Tipo di contenuti interattivi consultati (frequenze percentuali)



Per quel che riguarda la frequenza d'uso (figura 11) dei contenuti in questione emerge che il 66% degli utenti li utilizza meno di 5 volte in tre mesi (73,1% nel 2014) e il 18,7% tra le 6 e le 10 volte (17,6% l'anno prima), gli utenti più fidelizzati sono il 15,3% (10,5% consultano i contenuti interattivi tra le 11 e le 30 volte e il 4,8% più di 30 volte).

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

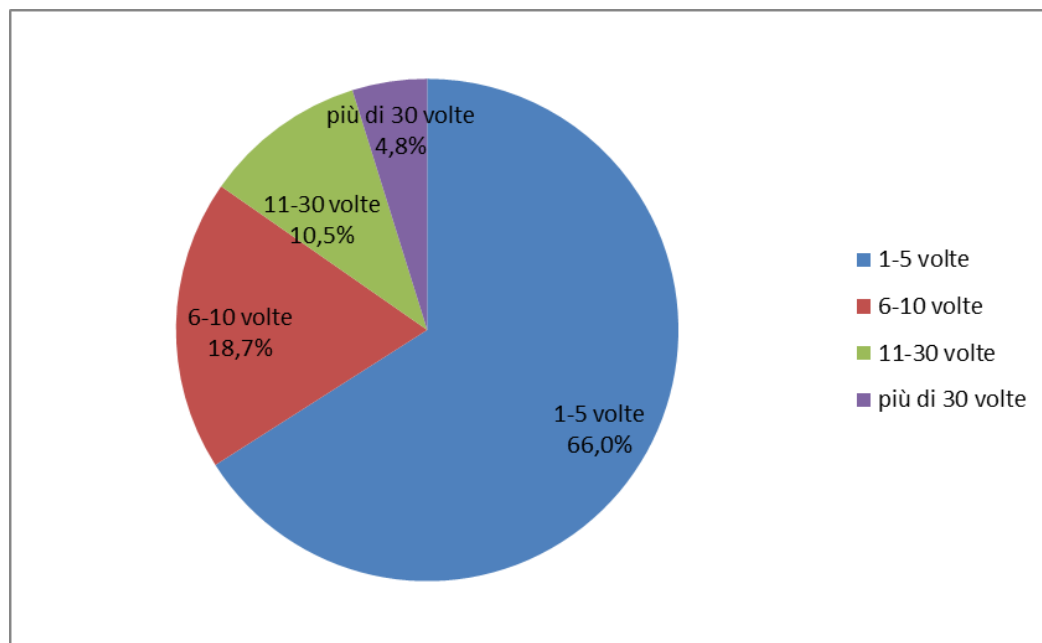
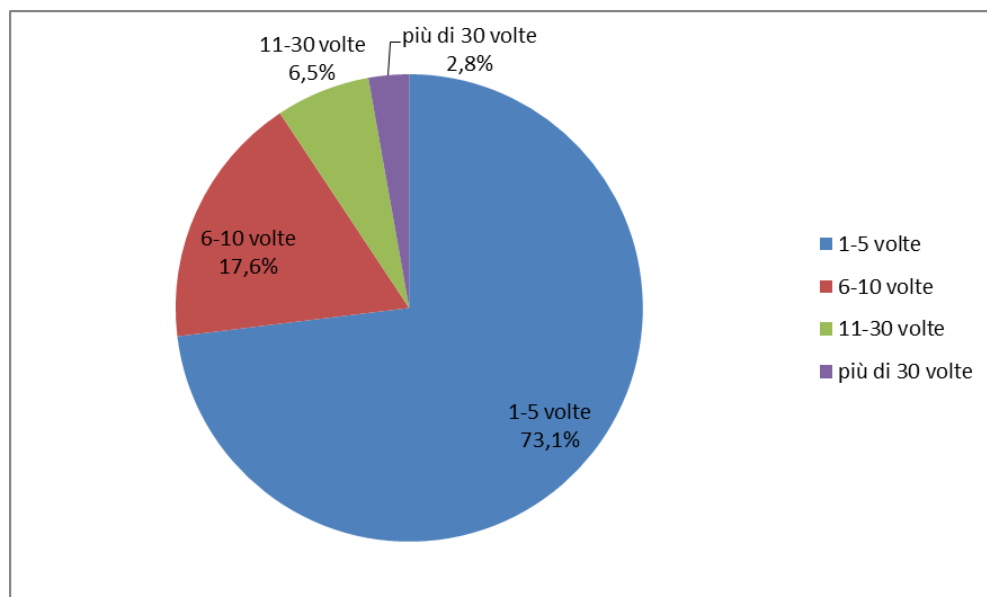


Figura 11b. Frequenza d'uso dei contenuti interattivi (composizione percentuale) – Anno 2014



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 659 utenti e hanno ottenuto un giudizio medio pari a 3,19, per la “Adeguatezza delle visualizzazioni per la comprensione dei fenomeni” e di 3,13 per la “Adeguatezza delle funzionalità offerte per l'utilizzo di tali strumenti”, 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 descritti	Adeguatezza funzionalità offerte per l'utilizzo di tali strumenti
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,19	3,13
Hanno espresso un giudizio	659	651
Non hanno espresso giudizio	23	31
% di coloro che hanno espresso un giudizio	95,09	93,94
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	11	11
Numero di utenti	693	693

Gli ebook (tavola 4) hanno ottenuto un giudizio medio pari a 3,25 per la “Corrispondenza tra l'editoria digitale e le esigenze informative” e pari a 3,22 per la “Adeguatezza delle funzionalità per

la fruizione degli ebook”, anche in questo caso entrambi gli aspetti sono ritenuti più che “abbastanza” soddisfacenti.

Tavola 4. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto agli ebook

	Corrispondenza tra offerta editoria digitale ed esigenze informative	Adeguatezza funzionalità
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,25	3,22
Hanno espresso un giudizio	109	106
Non hanno espresso giudizio	4	7
% di coloro che hanno espresso un giudizio	93,97	91,38
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	3	3
Numero di utenti	116	116

Lo stesso vale per il giudizio degli utenti sulle App (tavola 5) realizzate e diffuse dall'Istat sul sito web istituzionale. Infatti sia la “Corrispondenza tra le informazioni offerte attraverso le App e le esigenze informative” sia la “Adeguatezza delle funzionalità per l'utilizzo delle App disponibili” hanno avuto un voto medio superiore ad “abbastanza” soddisfacente pari a 3,16.

Tavola 5. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto alle App

	Corrispondenza tra offerta ed esigenze informative	Adeguatezza funzionalità offerte per utilizzo App
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,16	3,16
Hanno espresso un giudizio	58	57
Non hanno espresso giudizio	1	2
% di coloro che hanno espresso un giudizio	90,63	89,06
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	5	5
Numero di utenti	64	64

4.3.4 Microdati

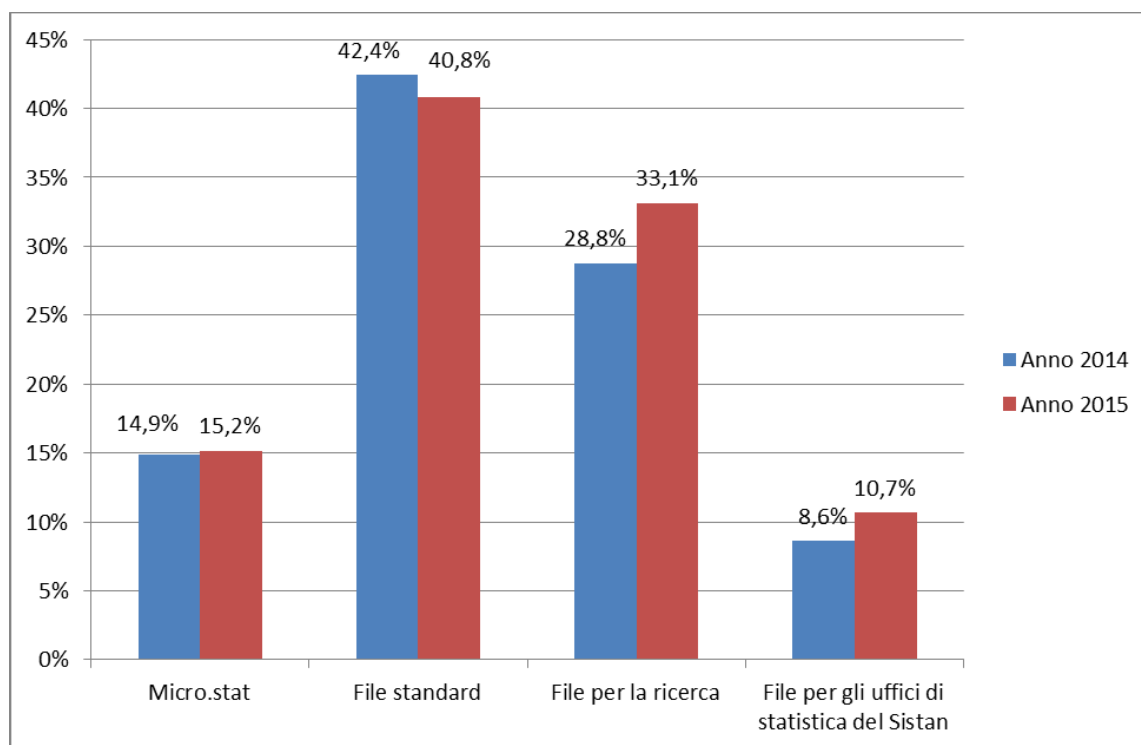
Tra i rispondenti al questionario, 919 utilizzano i microdati.

I file di microdati sono collezioni di dati elementari. L'Istat rilascia file di microdati relativi alle proprie indagini a titolo gratuito. 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)



Come nelle due rilevazioni precedenti il tipo di microdati più richiesto sono i file standard seguiti dai file per la ricerca (la cui percentuale di utenti registra un lieve aumento rispetto all'anno precedente) e dai micro.STAT che l'Istat ha cominciato a diffondere sul www.istat.it dall'aprile 2013. 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.

Per quel che riguarda la frequenza d'uso emerge che il 66,6% di chi richiede microdati li ha utilizzati non più di cinque volte (68,3% nel 2014), il 20,7% tra le 6 e le 10 volte (19,3% l'anno precedente). Gli utilizzatori abituali, che li hanno richiesti tra le 11 e 30 volte e più di 30 volte sono rispettivamente l'8,2% e il 4,6% (8,9% e 3,6% nel 2014).

Figura 13a. Frequenza d'uso dei microdati – Anno 2015 (composizione percentuale)

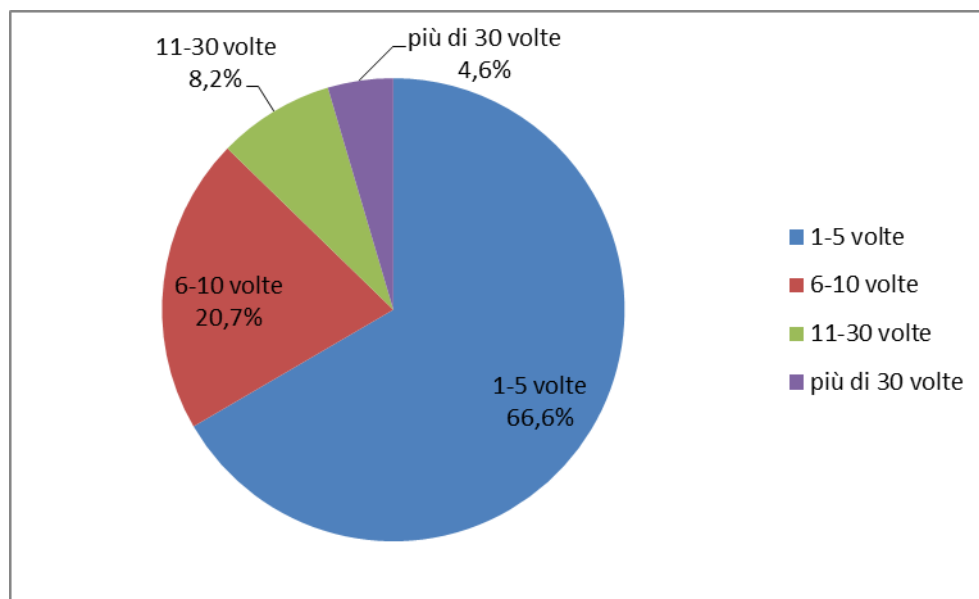
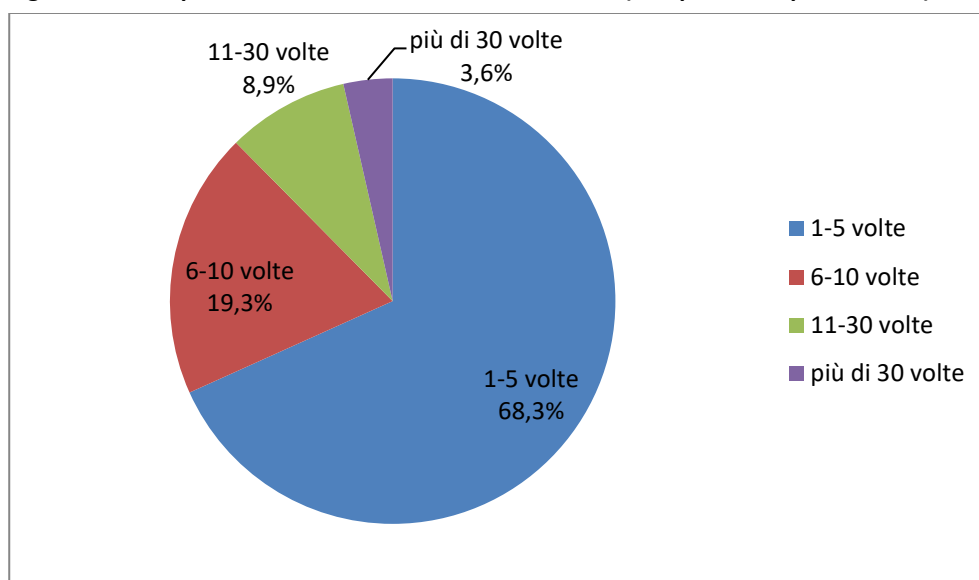


Figura 13b. Frequenza d'uso dei microdati – Anno 2014 (composizione percentuale)



Passando ad analizzare la soddisfazione degli utenti per il prodotto in questione (tavola 8), è evidente che i due aspetti per cui gli utenti sono più soddisfatti sono il “Formato di restituzione dei dati” e la “Corrispondenza tra i microdati e le esigenze informative”, con un voto medio rispettivamente appena sopra ad abbastanza soddisfacente per il primo (3,02) e appena sotto per il secondo (2,99). L’aspetto dei microdati che risulta essere più critico con voto medio sotto ad “abbastanza soddisfacente” è “la Procedura per la richiesta” (2,81).

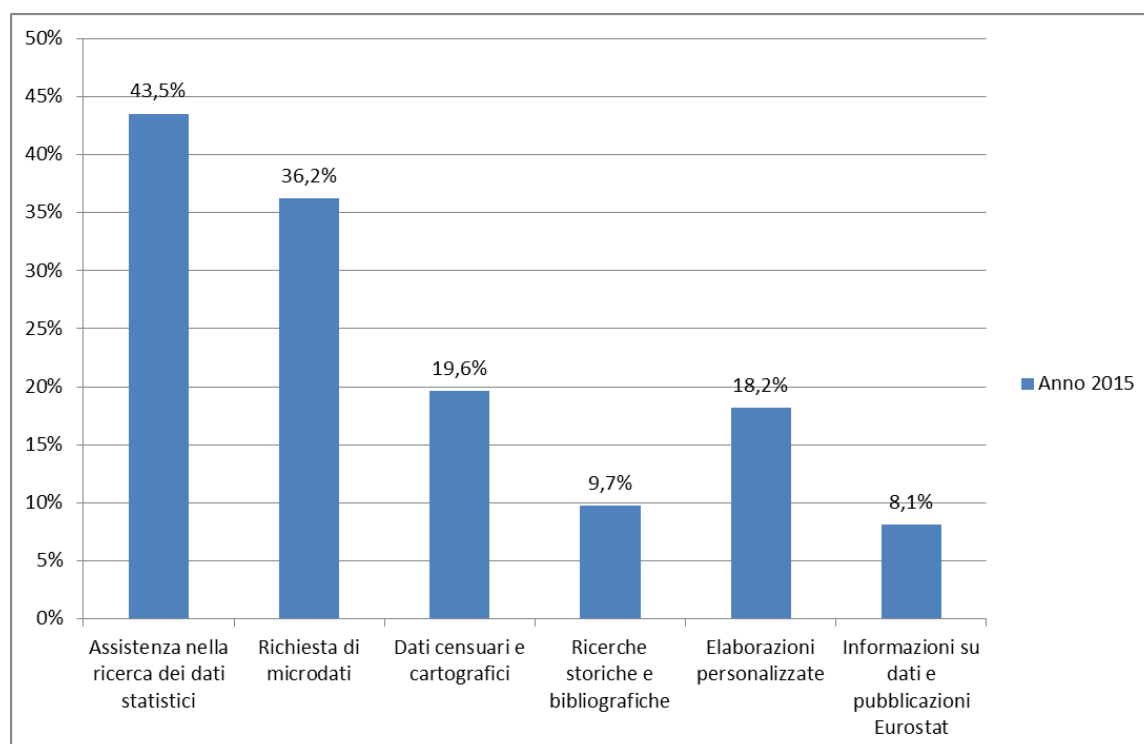
Tavola 6. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto ai microdati

	Facilità di accesso alle informazioni	Corrispondenza tra microdati ed esigenze informative	Formato di restituzione dei microdati	Procedur e per la richiesta	Tempi di rilascio
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	2,91	2,99	3,02	2,81	2,89
Hanno espresso un giudizio	695	687	672	655	638
Non hanno espresso giudizio	152	160	175	192	209
% di coloro che hanno espresso un giudizio	75,63	74,76	73,12	71,27	69,42
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	72	72	72	72	72
Numero di utenti	919	919	919	919	919

4.3.5 Contact centre

I rispondenti che hanno dichiarato di aver utilizzato, nei tre mesi precedenti la rilevazione, i servizi offerti dal contact centre sono 533 (il 18,5% 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 (43,5%), “microdati” chiesti dal 36,2% degli utenti, “dati censuari e cartografici” richiesti dal 19,6% “elaborazioni personalizzate”, “ricerche storiche” e “informazioni su dati e pubblicazioni Eurostat” chiesti rispettivamente dal 18,2%, 9,7% dall’8,1% degli utenti del contact.

Per quel che riguarda la frequenza d’uso, più di tre quarti degli utenti del contact centre (77,7%), non lo ha utilizzato più di 5 volte nel periodo di riferimento (73,2% nella precedente rilevazione). Una percentuale non trascurabile di utenti (14,2%) ha utilizzato il servizio tra le 6 e le 10 volte. Forti utilizzatori si sono dichiarati invece il 5,4%, tra le 11 e le 30 volte in un trimestre, e il restante 3,7% più di 30 volte.

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

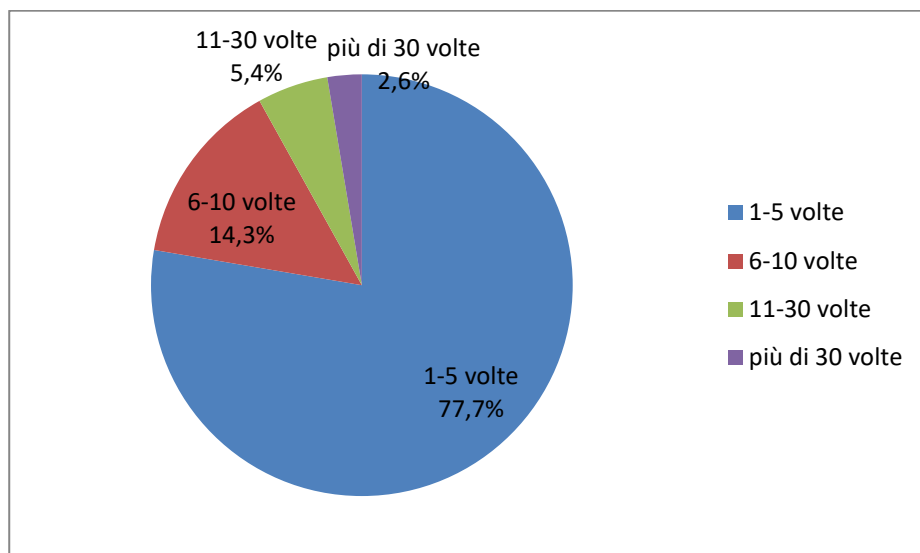
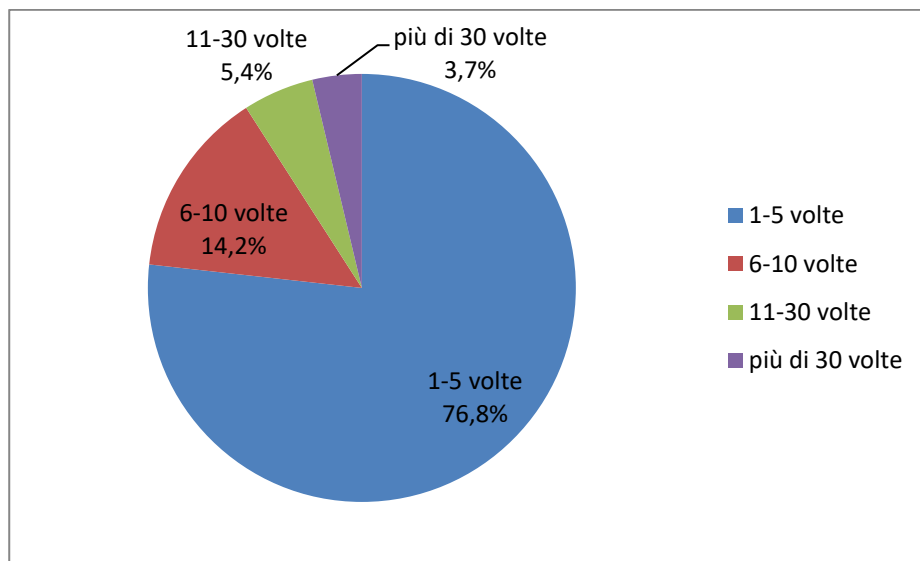


Figura 15b. Frequenza d’uso del contact centre – Anno 2014 (composizione percentuale)



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 3,17 (più di “abbastanza” soddisfacente), seguita dalla “Facilità di accesso” (voto medio di 3,15), dalla “facilità d'uso delle funzioni di richiesta informazioni e/o registrazione” (3,13), dal “Formato di restituzione dei dati ricevuti” (3,12) e dai “tempi di risposta” (3,10). Leggermente inferiore è il voto, pari a 3,04, dato alla “Corrispondenza tra le informazioni ottenute e le esigenze informative espresse”

Tavola 7. Grado di soddisfazione degli utenti del contact centre rispetto ad alcuni aspetti

	Facilità di accesso	Facilità d'uso	Corrisponde nza tra informazioni ottenute ed esigenze	Chiarezza delle informazioni ottenute	Formato di restituzione e dei dati ricevuti	Tempi di risposta
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,15	3,13	3,04	3,17	3,12	3,10
Hanno espresso un giudizio	417	424	422	415	398	413
Non hanno espresso giudizio	75	68	70	77	94	79
% di coloro che hanno espresso un giudizio	78,24	79,55	79,17	77,86	74,67	77,49
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	41	41	41	41	41	41
Numero di utenti del contact	671	671	671	671	671	671

4.3.6 Biblioteca digitale

I rispondenti che si sono dichiarati utenti della biblioteca digitale sono 686 (il 23,8% di coloro che sono arrivati a rispondere a questa domanda).

La frequenza d'uso di tale servizio non è molto elevata, infatti 69,1% dei suoi utenti l'ha utilizzato meno di 5 volte (75,2% nel 2014) nel periodo considerato e il 19,1% (15,9%) lo ha fatto tra le 6 e le 10 volte. Utenti assidui sono invece: il 7,9% (6,1%), che utilizza la biblioteca digitale tra le 11 e le 30 volte e il 3,9% (2,8%) che lo fa più di 30 volte.

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

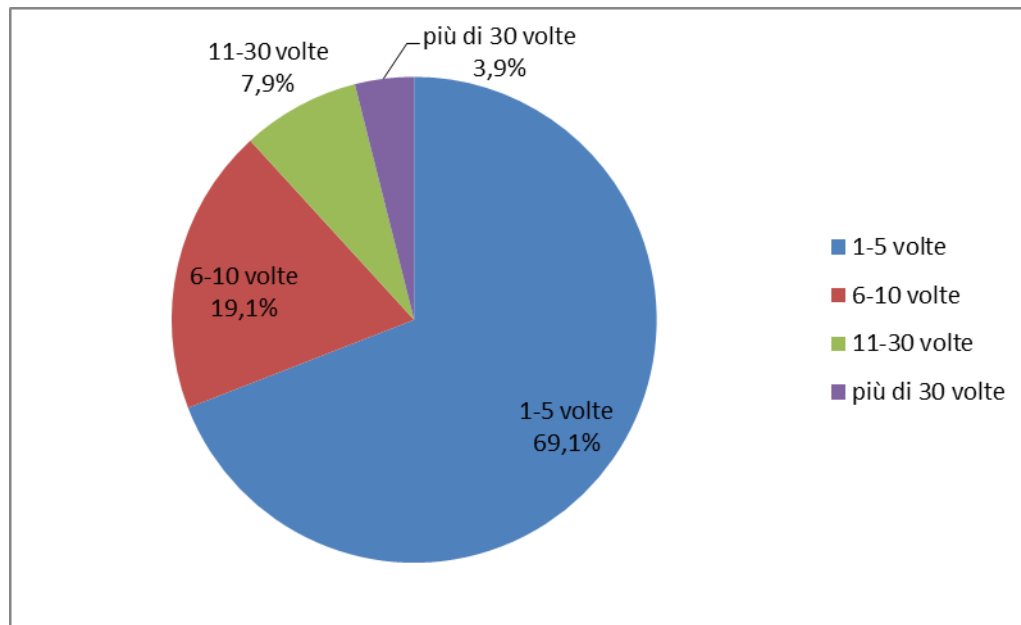
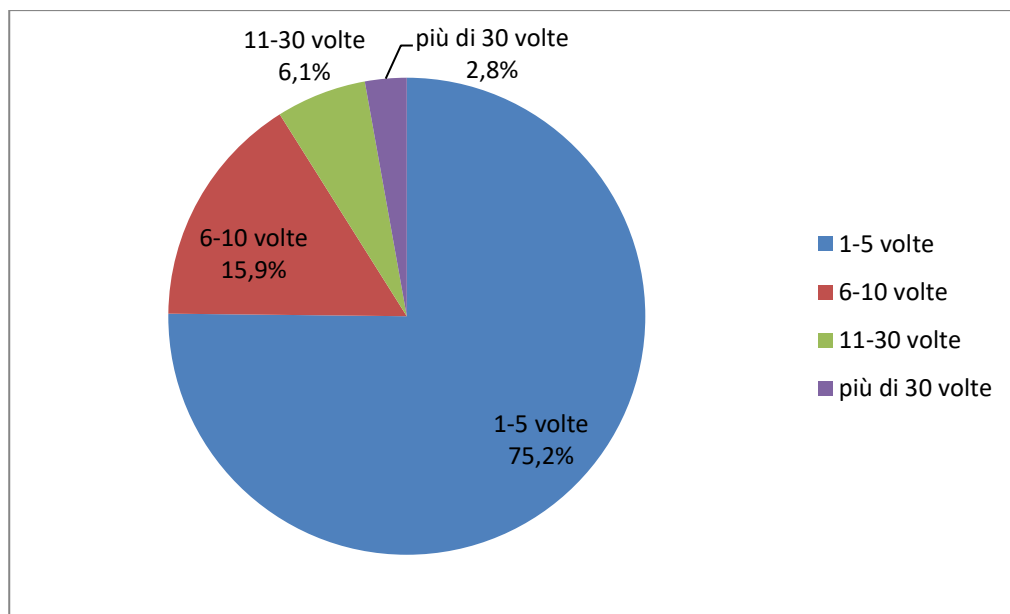


Figura 16b. Frequenza d'uso della biblioteca digitale (composizione percentuale) – Anno 2014



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 “facilità di accesso” con un giudizio medio pari a 3,09.

Tavola 8. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto alla biblioteca digitale

	Facilità di accesso	Efficacia della ricerca tramite catalogo on line	Adeguatezza delle informazioni a supporto dell'utilizzo del servizio
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,09	3,01	3,07
Hanno espresso un giudizio	564	566	558
Non hanno espresso giudizio	77	75	83
% di coloro che hanno espresso un giudizio	82,2	82,5	81,3
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	45	45	45
Numero di utenti	686	686	686

4.3.7 Motore di ricerca

Il motore di ricerca interno al www.istat.it è usato da 1.469 utenti, quindi rappresenta il prodotto/servizio utilizzato dal più alto numero di rispondenti al questionario di user satisfaction.

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 del motore di ricerca (composizione percentuale) – Anno 2015

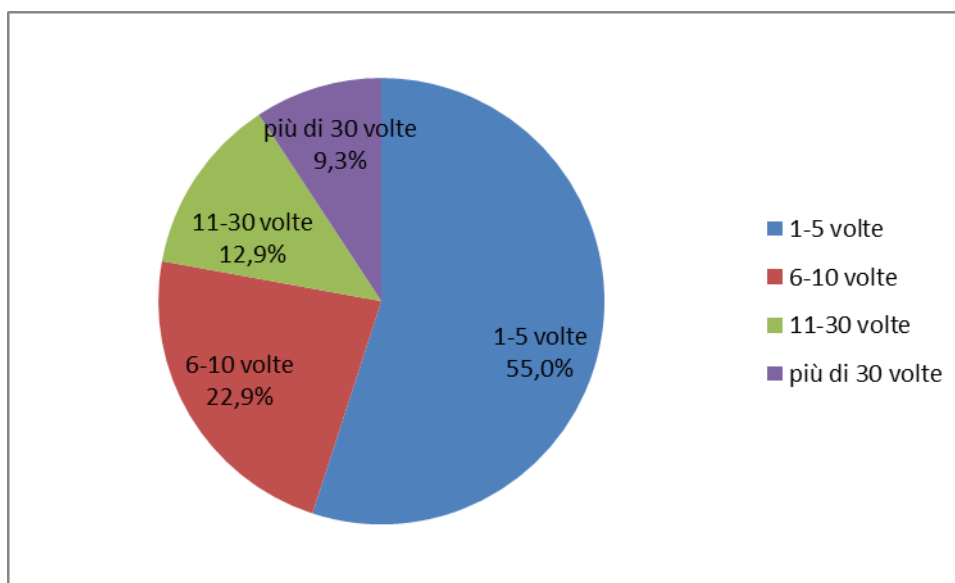
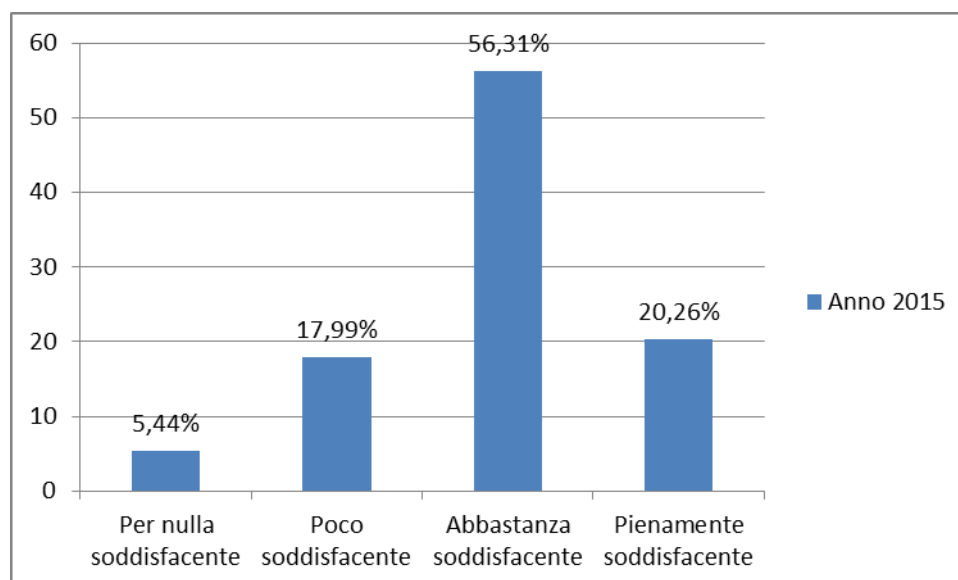


Tavola 9. Grado di soddisfazione del motore di ricerca rispetto alla sua efficacia

	Efficacia del motore di ricerca
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4) - Anno 2015	2,91
Hanno espresso un giudizio	1.323
Non hanno espresso giudizio	49
% di coloro che hanno espresso un giudizio	90,1
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	97
Numero di utenti	1.469

A proposito del motore di ricerca, agli utenti è stato chiesto solo un giudizio rispetto alla sua efficacia. La media dei giudizi espressi si attesta a ridosso di “abbastanza soddisfacente”. Nel 2014 tale servizio era quello che aveva la media dei giudizi più bassa, appena sopra a “poco soddisfacente”. Tale criticità già conosciuta e confermata dalla voce degli utenti ha portato a realizzare interventi migliorativi, ancora in corso, sul motore di ricerca. Quasi sicuramente il miglioramento nella media dei giudizi raccolti si deve agli interventi effettuati.

Figura 18. Giudizi sulla “Efficacia del motore di ricerca” (frequenze percentuali)



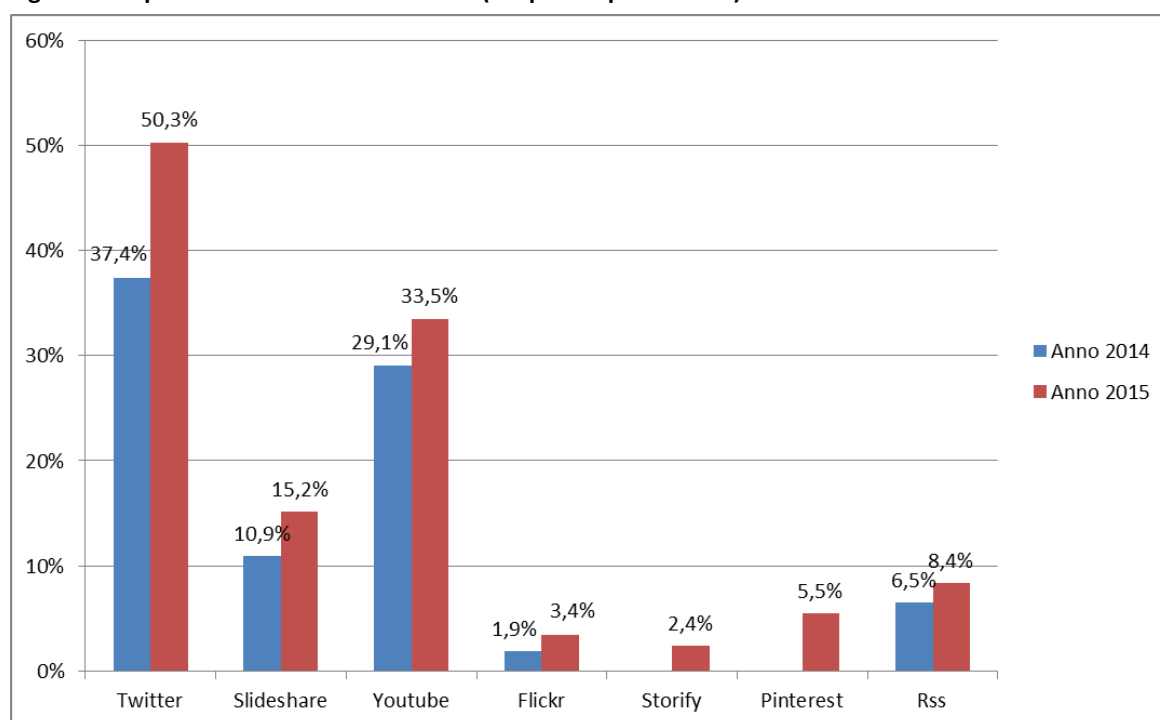
4.3.8 Social network

Il 14,4% 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 (50,5% di coloro che usano questi canali, erano il 37,4% nel 2014). Al secondo posto troviamo il canale Youtube dell'Istat, usato dal 33,5% degli utenti social (29,1% l'anno precedente).

Come prevedibile i canali social meno utilizzati sono Pinterest e Storify, il primo aperto nel 2015 e il secondo usato prima di questo anno solo in maniera sperimentale, infatti nessuno dei due era presente nel questionario dell'anno precedente.

Figura 19. Tipo di social network utilizzato (frequenze percentuali) – Anno 2014 e Anno 2015



Gli utenti dei canali social su cui l'Istat è presente li usano per il 57,9% non più di 5 volte in un trimestre, il 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 il 12,0% e l'11,5%.

Figura 20a. Frequenza d'uso dei social network –Anno 2015 (composizione percentuale)

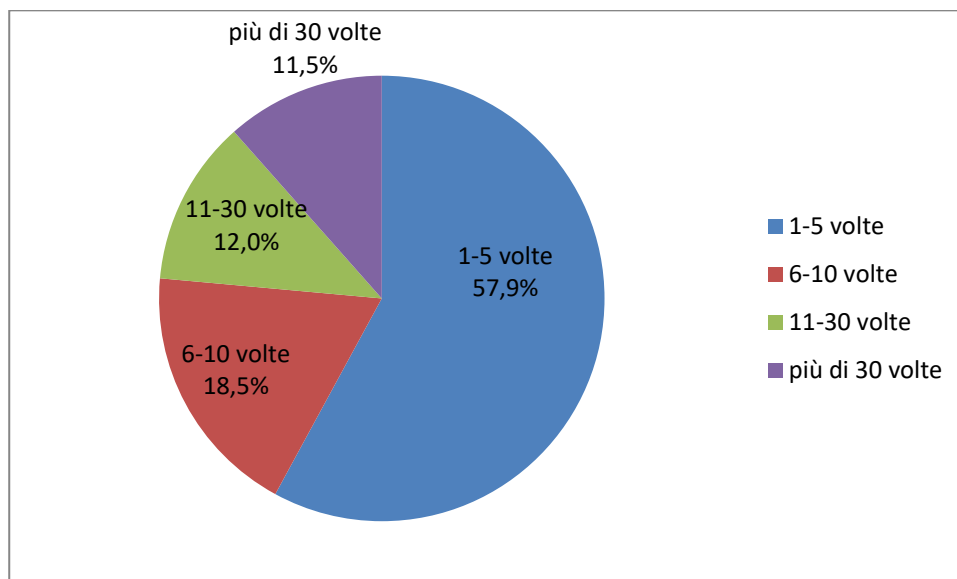
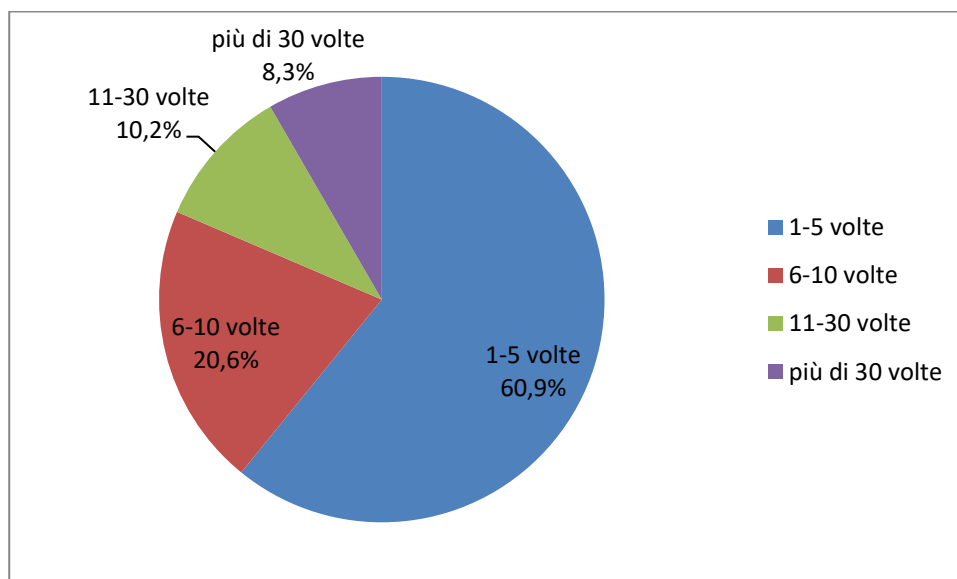


Figura 20b. Frequenza d'uso dei social network –Anno 2015 (composizione percentuale)



Il grado di soddisfazione degli utenti di Twitter è stato oggetto di una domanda ad hoc. separatamente da quello relativo agli altri canali social dell'Istat, in quanto social di punta dell'Istituto soprattutto perché permette maggior interazione con i follower.

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.

Tavola 10. 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)	3,32	3,30	2,91
Hanno espresso un giudizio	180	184	148
Non hanno espresso giudizio	9	5	41
% di coloro che hanno espresso un giudizio	93,8	95,8	77,1
Numero di utenti che ha abbandonato il questionario su questa domanda	3	3	3
Numero di utenti	192	192	192

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 3,11 e 3,18.

Tavola 11. Grado di soddisfazione degli utenti rispetto ai Feed e agli altri social su cui l'Istat ha un account

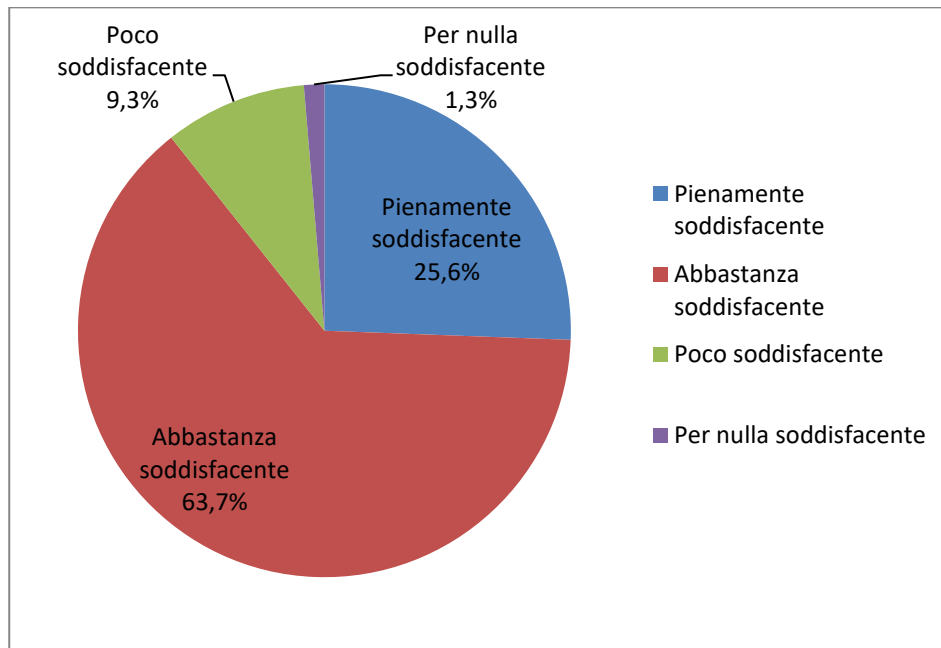
	Ricchezza dei contenuti informativi	Qualità dei materiali multimediali
Media dei giudizi (trasposti in voti da 1 a 4)	3,11	3,18
Coefficiente di variazione	174	168
Hanno espresso un giudizio	123	129
Non hanno espresso giudizio	52,1	50,3
% che ha espresso un giudizio	37	37
Utenti che usano i feed e i social	334	334

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.

Tra coloro che hanno espresso un giudizio la stragrande maggioranza si è dichiarata soddisfatta, infatti il 63,7% si è dichiarato **abbastanza soddisfatto** e il 25,6% **pienamente soddisfatto**. Per contro il 9,3% è **poco soddisfatto** e solo l'1,3% **per nulla**.

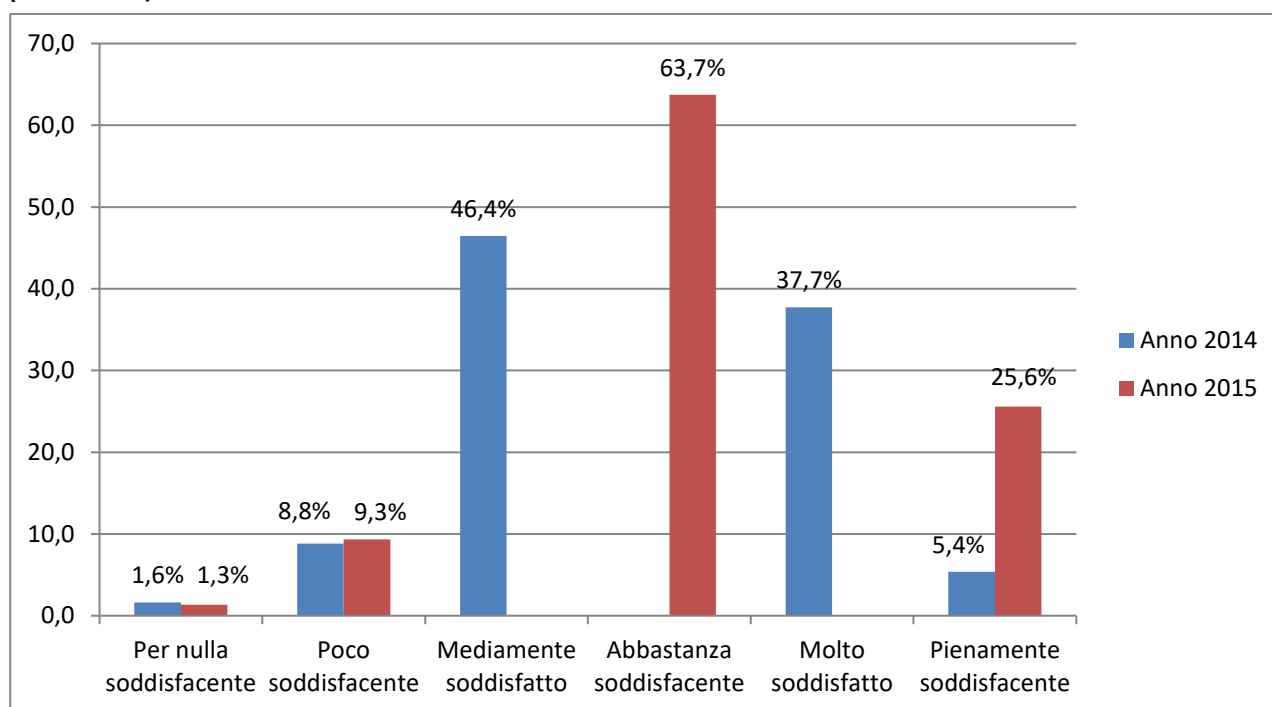
Figura 21. Giudizio complessivo sulla qualità dei prodotti e servizi – Anno 2015 (composizione percentuale)



Come già detto, nel questionario 2015 per chiedere agli utenti il loro grado di soddisfazione si è scelto di passare da 5 a 4 opzioni. Tale scelta è stata fatta per stimolare gli utenti a “prendere una posizione” non avendo la possibilità di mettersi nel centro optando per “mediamente”. Dunque le risposte centrali del questionario 2014 “mediamente” e “molto” sono state sostituite con “abbastanza”.

Guardando le risposte raccolte e confrontandole con quelle del 2014, si vede che la percentuale di coloro che hanno optato per giudizi negativi è rimasta sostanzialmente stabile (“per nulla” diminuisce di 0,3 punti percentuali e “poco” sale di 0,5). Mentre a fronte del 46,4% di mediamente soddisfatti e del 37,7% di molto soddisfatti del 2014, quest’anno i rispondenti si sono allocati per il 63,7% su “abbastanza” e il restante su “pienamente” che infatti risulta essere quasi quintuplicata (da 5,4% del 2014 arriva a 25,6% nel 2015).

Figura 22. Giudizio complessivo sulla qualità dei prodotti/servizi di www.istat.it – Anni 2014 e 2015 (frequenze percentuali⁵)



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 3,14**, 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 2.667 utenti che hanno compilato i dati relativi al loro profilo, 660 appartengono alla categoria dei **centri e Istituti di ricerca (pubblici e privati), università, società scientifiche** (24,7%), 415 sono cittadini (15,6%), 372 sono **liberi professionisti** (13,9%), 318 **imprese** (11,9%). Fanno parte della **pubblica amministrazione** 427 rispondenti, divisi tra amministrazioni locali (10,5%) e centrali, organi costituzionali e autorità di garanzia e vigilanza (5,4%). Il 6% di coloro che hanno compilato il questionario appartengono alla categoria scuola e centri per l'orientamento. I rappresentanti dei media sono invece il 2,2%.

⁵ La frequenza percentuale è il rapporto tra la frequenza assoluta e il numero totale delle osservazioni effettuate per cento. Le frequenze percentuali sono sempre numeri compresi tra 0 e 100, la somma delle frequenze relative è uguale a 100.

Tavola 12. Tipo di organizzazione o ente di appartenenza dei rispondenti

Tipologia di organizzazione	valori assoluti	composizione percentuale
Centri e Istituti di ricerca (pubblici e privati), università, società scientifiche	660	24,7
Nessuna organizzazione (privati cittadini)	415	15,6
Liberi professionisti, ordini e associazioni professionali	372	13,9
Imprese	318	11,9
Amministrazioni pubbliche locali	280	10,5
Scuola/centri per l'orientamento	160	6,0
Amministrazioni pubbliche centrali, Organi costituzionali e a rilevanza costituzionale, Autorità di garanzia e vigilanza	144	5,4
Rappresentanza degli interessi/associazioni di categoria	77	2,9
Terzo settore/organizzazioni civiche	70	2,6
Mass media	59	2,2
Istituto bancario	27	1,0
Enti nazionali di previdenza e assistenza sociale	14	0,5
Altro	26	1,0
Non so/non rispondo	45	1,7
	2.667	100,0%

Alla domanda relativa al **titolo di studio** (figura XX) il ben 71,3% di coloro che hanno risposto hanno almeno la laurea (erano 63,8% nel 2014), il 24,5% il diploma, il 2,2% la licenza media e solo lo 0,3% la licenza elementare. Mentre lo 0,2% ha dichiarato di non aver alcun titolo di studio.

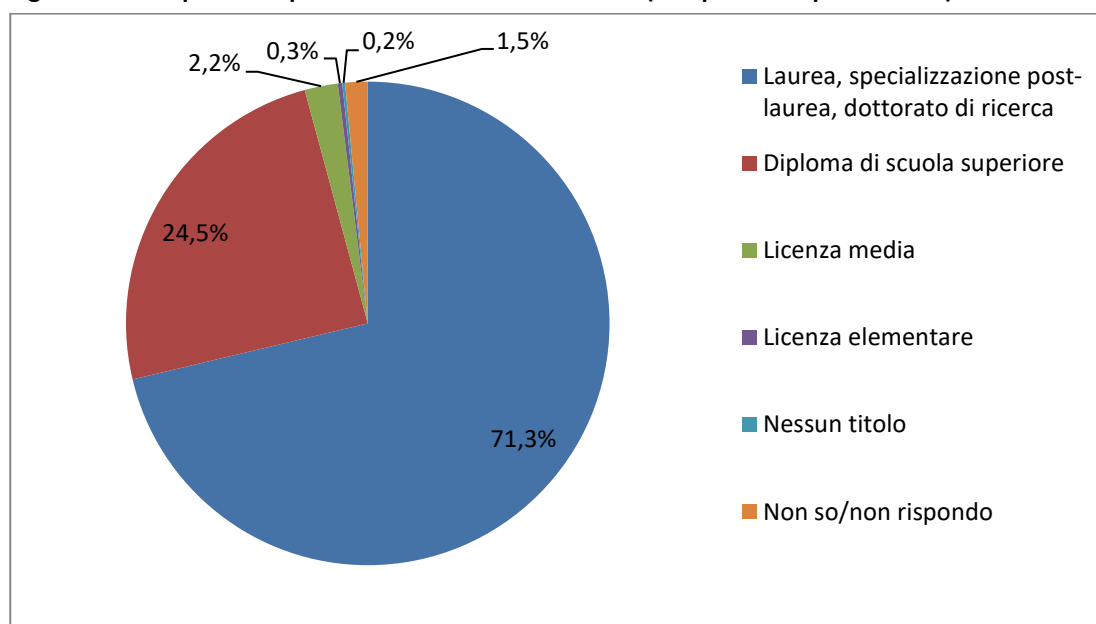
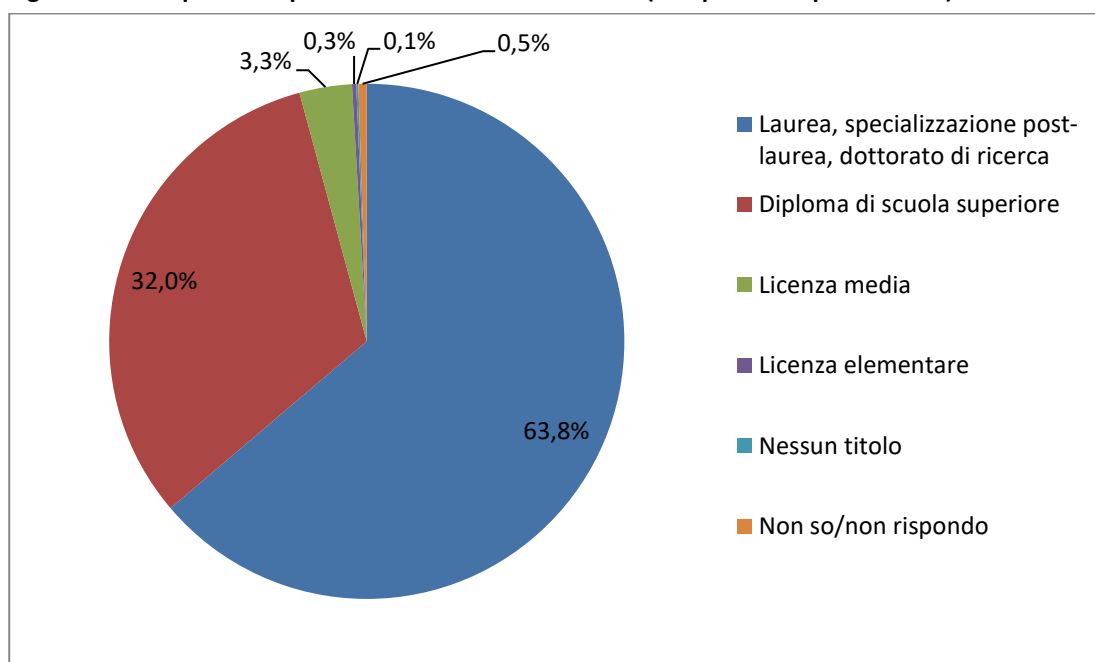
Figura 23a – Rispondenti per titolo di studio – Anno 2015 (composizione percentuale)

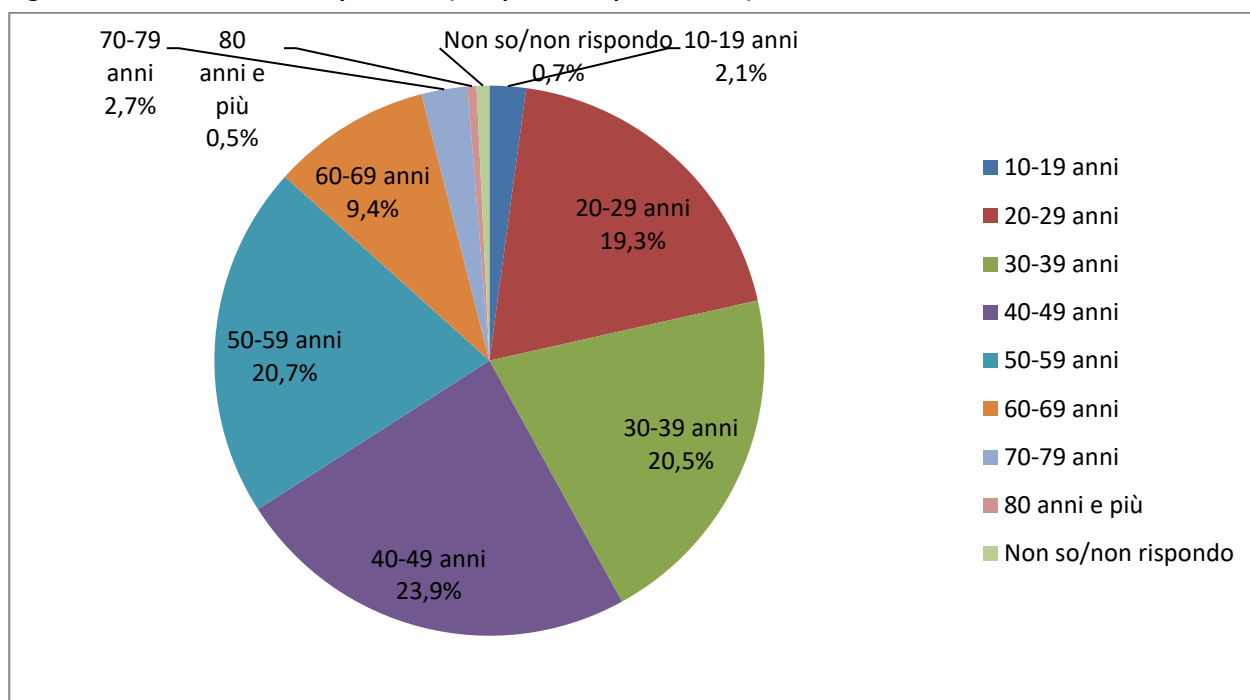
Figura 23b – Rispondenti per titolo di studio – Anno 2014 (composizione percentuale)



Passando ad analizzare l'età di color che hanno risposto alla rilevazione, emerge che (figura XX) tutte le classi di età sono rappresentate. In particolare gli appartenenti ad ogni classe compresa tra quella dei 20-29enni e quella dei 50-59enni oscilla intorno al 20%, con un picco del 23,9% per i 40-49enni. Coloro che hanno tra i 60-69anni e tra i 70-79 sono presenti tra i rispondenti rispettivamente con quote del 9,4 e del 2,7%.

Come era facile ipotizzare le uniche due classi con rappresentanza residuale sono quelle dei 10-19enni (2,1%) e degli over 80 (0,5%).

Figura 24 – Classi di età dei rispondenti (composizione percentuale)



Per quel che riguarda il genere di appartenenza, i rispondenti (figuraXX) sono per più della metà uomini 58,3% (61,9% nel 2014) e per il 41,7% donne (38,1% l'anno precedente).

Figura 25a –Rispondenti per genere di appartenenza – Anno 2015 (composizione percentuale)

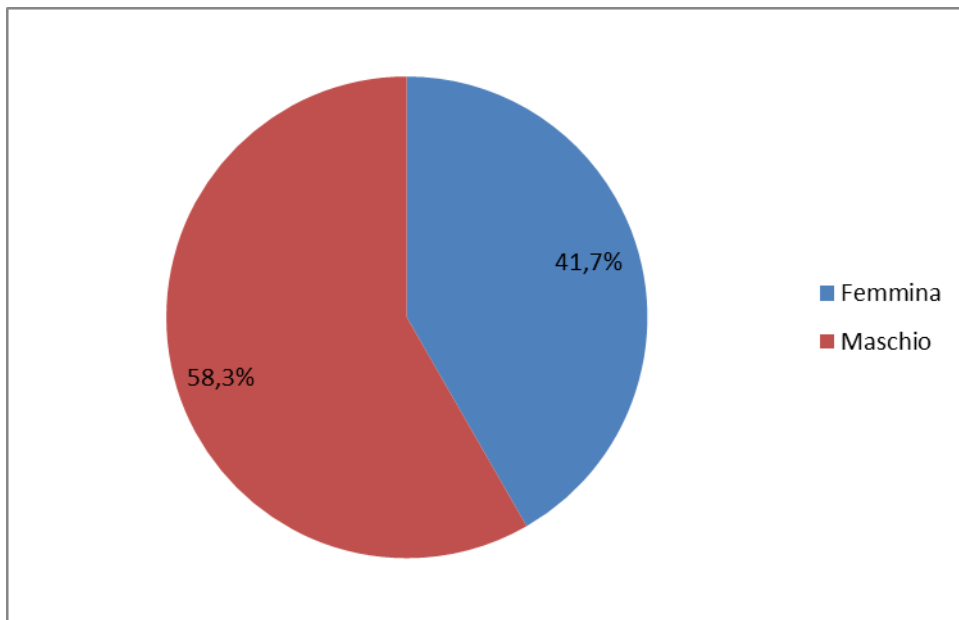
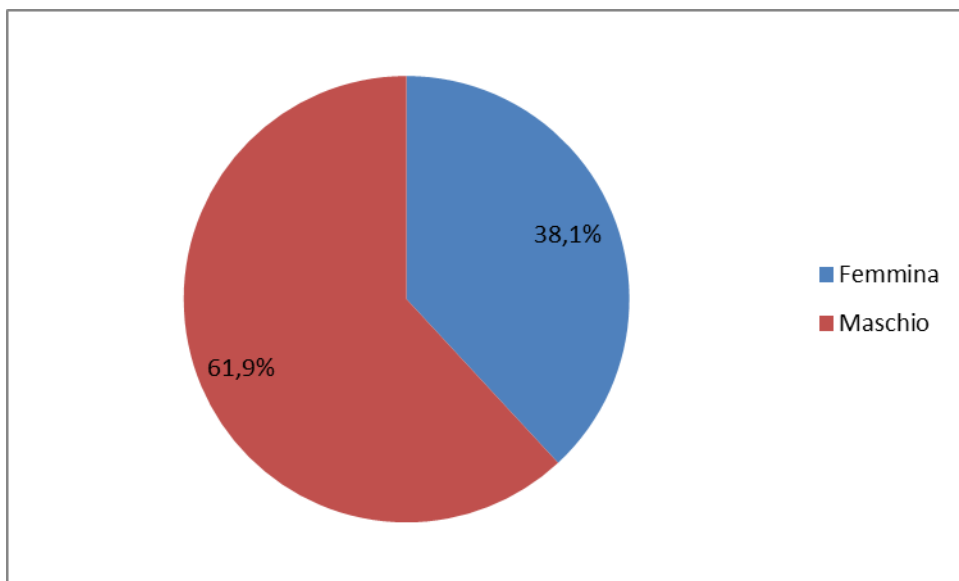


Figura 25b – Rispondenti per genere di appartenenza – Anno 2014 (composizione percentuale)



4.6 Conclusioni

In conclusione, per evidenziare le priorità dei possibili interventi migliorativi della qualità del prodotto/servizio e della soddisfazione degli utenti, abbiamo definito la “graduatoria degli item a più elevata priorità di intervento”⁶.

Abbiamo costruito una graduatoria dei prodotti/servizi in base all’indice che scaturisce dal rapporto tra l’utilizzo del prodotto/servizio (dato dal numero di utenti che hanno dichiarato di utilizzarlo rispetto al numero di utenti il cui questionario è stato ritenuto valido) e la relativa soddisfazione media (data dalla media ponderata dei giudizi espressi, da 1 a 4, dai rispondenti riguardo ad alcuni aspetti).

Da tale graduatoria emerge che il prodotto da considerare prioritario per gli interventi migliorativi è il comunicato stampa, che pur avendo una buona soddisfazione media (3,4, tra “mediamente soddisfatto” e “molto soddisfatto”), ha il rapporto Importanza/soddisfazione più alto dovuto all’elevato numero di utilizzatori. Al secondo posto per priorità di interventi migliorativi si colloca I.Stat esattamente per la stessa ragione dei comunicati stampa, ossia elevato numero di utenti.

Tavola 12. Giudizi medi complessivi per ciascun prodotto/servizio e numero di utenti che hanno dichiarato di utilizzarli

	Soddisfazione media (da 1 a 4)	Utenti del prodotto/se rvizio	Questionari ritenuti validi	Importanza del prodotto/se rvizio	Importanza e/Soddisfazi one media
	a	b	c	d=b/c	e=d/a
Comunicati stampa	3,4	3.531	8.454	0,418	0,123
I.Stat	3,2	3.157	8.454	0,373	0,117
Microdati	3,1	2.474	8.454	0,293	0,094

⁶ “Graduatoria degli item - La mappa rappresenta un primo strumento di analisi che fornisce un’immediata e chiara rappresentazione del posizionamento degli item e ti consente di orientare il processo di decisione con maggiore riferimento agli item “a maggiore fabbisogno di attenzione”. Allo scopo di potenziare la profondità nella lettura dei dati puoi ricorrere ad un metodo – facile da costruire e di comprensione immediata – che ti consente di organizzare una

graduatoria degli item a più elevata priorità di intervento. Per fare questo puoi considerare due valori:

I = giudizio medio di importanza

S = giudizio medio di soddisfazione

Di questi due valori, considerati su ciascuno degli aspetti misurati, devi calcolare un rapporto numerico (I/S).

Otterrai quindi una serie di indici da ordinare in una classifica. Gli items con indici maggiori, quelli ai primi posti della graduatoria, dovrai considerarli prioritari.”

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.

Metadati	3,3	2.580	8.454	0,305	0,092
Contenuti interattivi	3,4	2.175	8.454	0,257	0,076
Biblioteca digitale	3,2	1.454	8.454	0,172	0,054
Social network	3,4	695	8.454	0,082	0,024
Contact centre	3,4	671	8.454	0,079	0,023

5 Trattamento dei dati⁷

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 3.458 (i rispondenti validi erano pari a 8.454 nel 2014 e 9.616 nel 2013). Non si può quindi non notare la conferma di un trend negativo nella partecipazione degli utenti alla rilevazione della soddisfazione, di cui non si mancherà di tenere conto nella articolazione delle future edizioni di indagine.

Il trattamento dati della presente edizione si caratterizza per l'applicazione di controlli volti al miglioramento della qualità del dato. Nei quesiti in cui si prevedeva la modalità "Altro" nella batteria di risposte possibili, sono state puntualmente analizzate le specificazioni in campo aperto della suddetta modalità, con intervento manuale teso alla corretta attribuzione della risposta.

Ad esempio, nel quesito relativo alla organizzazione/ente di appartenenza ciò ha condotto alla redistribuzione della gran parte (l'86% circa) delle 159 risposte "Altro".

⁷ Autore: Andrea Bruni, Istat-DCIQ-SQC/B.

Questa operazione permette di lavorare in direzione della accuratezza del dato: le 24 modalità non ricodificate sono a tutti gli effetti casi rari (ente religioso, organismo internazionale, croce rossa italiana, etc.) da far opportunamente confluire nella modalità residuale.

Tavola 13. Ricodifica della modalità "Altro" relativa al quesito 26

Modalità di attribuzione dovuta a ricodifica della modalità "Altro"	133
Centri e Istituti di ricerca (pubblici e privati), università, società scientifiche	45
Nessuna organizzazione (privati cittadini)	18
Imprese	17
Liberi professionisti, ordini e associazioni professionali	16
Amministrazioni pubbliche locali	9
Rappresentanza degli interessi/associazioni di categoria	7
Terzo settore/organizzazioni civiche	7
Amministrazioni pubbliche centrali, Organi costituzionali e a rilevanza costituzionale, Autorità di garanzia e vigilanza	6
Scuola/centri per l'orientamento	6
Mass media	2
Modalità "Altro" non ricodificata	24
(Vuoto)	2
<i>Totale</i>	<i>159</i>

Un ulteriore elemento di novità è costituito dall'analisi dei tempi di risposta alla rilevazione, che fornisce utili segnali su eventuali criticità e, di riflesso, sugli accorgimenti da adottare.

Dei 3.458 rispondenti validi, hanno concluso il questionario in 2.667 (77,1%), mentre hanno interrotto la compilazione del questionario 791 rispondenti (22,9%).

Nella seguente tavola si presentano i tempi impiegati dai rispondenti, in classi di minuti, per terminare la rilevazione. Si noti come oltre l'80% dei rispondenti che hanno completato il questionario hanno svolto tale operazione in meno di dieci minuti.

Tavola 14. Tempi di compilazione per i 2.667 rispondenti che hanno condotto a termine la rilevazione

Tempo impiegato	n	(%)	(% cumulata)
Meno di 5 minuti	1.110	41,62%	41,62%
Da 5 a 10 minuti	1.066	39,97%	81,59%
Da 10 a 15 minuti	295	11,06%	92,65%
Più di 15 minuti	196	7,35%	100,00%

L'analisi dei tempi di permanenza del rispondente nelle sezioni del questionario ha inoltre permesso di cogliere il quesito di caduta per i 791 rispondenti che non hanno portato a termine il questionario. Prendendo ad esempio la sezione B, tesa a raccogliere i giudizi di qualità sulle statistiche, in essa entrano 3.275 rispondenti e da essa escono continuando la compilazione in 3.056: è dunque possibile calcolare l'interruzione specifica della sezione e quella cumulata delle sezioni via via svolte e concluse.

Tavola 15. Analisi del tasso di interruzione

Sezione	Entrati in sezione	Caduti in sezione	Interruzione di sezione	Interruzione cumulata
A Consultazione dati	3.458	183	5,3%	5,3%
B Qualità statistiche	3.275	219	6,7%	11,6%
C Qualità metadati	3.056	104	3,4%	14,6%
D Fiducia statistiche	2.952	114	3,9%	17,9%
E Soddisfazione	2.838	171	6,0%	22,9%

Va sottolineato come le elaborazioni, grazie alla disponibilità del quesito di caduta, siano state eseguite facendo riferimento ai rispondenti effettivi al quesito, non andando a considerare i rispondenti che hanno interrotto la compilazione del questionario.

Infine, in continuità con le precedenti edizioni della rilevazione, le “mancate risposte parziali” non sono state imputate⁸, fatta eccezione per i quesiti ove era prevista la modalità “non so/non rispondo”, nei quali la mancata risposta parziale è stata attribuita al suddetto item previo controllo preliminare della non caduta della unità rispondente.

⁸ non sono state utilizzate tecniche statistiche specifiche che, attraverso l’assegnazione di valori artificiali a singole risposte non fornite dai rispondenti, consentissero di ottenere una matrice dei dati coerente e completa.



Questionario sulla soddisfazione degli utenti riguardo ai prodotti e ai servizi offerti sul web e alla qualità delle statistiche prodotte dall'Istat (2015)

SEZIONE A: CONSULTAZIONE DEI DATI

[SEZIONE IN COMUNE CON L'AREA PER LA SODDISFAZIONE DEI PRODOTTI/SERVIZI DEL SITO]

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. Quale tra questi dispositivi utilizza prevalentemente quando richiede i prodotti e/o i servizi offerti dall'Istat sul web?

(può indicare solo una risposta)

- Computer desktop/laptop
- Smartphone
- Tablet
- Non so/non rispondo

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

(può indicare solo una risposta)

- Mai (va alla dom.14-15 poi alla 26)
- 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

SEZIONE B: GIUDIZIO SULLA QUALITÀ DELLE STATISTICHE.

5. Quali tra le seguenti statistiche consulta prevalentemente?

(può indicare massimo 3 risposte)

[domanda filtro sui dati che il rispondente ha dichiarato di consultare]

Statistiche su:

- | | |
|--|--|
| • Imprese | [va alle domande 6a e 7a] |
| • Ambiente ed energia | [va alle domande 6b e 7b] |
| • Popolazione | [va alle domande 6c e 7c] |
| • Condizioni economiche delle famiglie | [va alle domande 6d e 7d] |
| • Salute e sanità | [va alle domande 6e e 7e] |
| • Assistenza e previdenza | [va alle domande 6f e 7f] |
| • Istruzione e formazione | [va alle domande 6g e 7g] |
| • Cultura comunicazione e tempo libero | [va alle domande 6h e 7h] |
| • Giustizia e sicurezza | [va alle domande 6i e 7i] |
| • Opinioni dei cittadini | [va alle domande 6l e 7l] |
| • Partecipazione sociale | [va alle domande 6m e 7m] |
| • Conti nazionali | [va alle domande 6n e 7n] |
| • Agricoltura e zootecnia | [va alle domande 6o e 7o] |
| • Industria e costruzioni | [va alle domande 6p e 7p] |
| • Servizi | [va alle domande 6q e 7q] |
| • Pubblica amministrazione | [va alle domande 6r e 7r] |
| • Commercio estero | [va alle domande 6s e 7s] |
| • Prezzi | [va alle domande 6t e 7t] |
| • Lavoro | [va alle domande 6u e 7u] |
| • Altro specificare | [va alle domande 6v e 7v] ⁹ |
| • Non so/non rispondo | [va alla domanda sui metadati 8] |

⁹ La formulazione delle domande 6-7v (altro) sarà: "Come giudica la qualità complessiva delle statistiche da lei consultate?"

6. a Come giudica la qualità complessiva delle statistiche sulle Imprese da lei consultate?
(può indicare solo una risposta)

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

7. a Ha dei suggerimenti per migliorare le statistiche sulle Imprese?

[Le domande 6 e 7 si ripetono per ogni settore della domanda 5, fino alla 6v-7v per la modalità Altro. Se alla domanda 5 il rispondente ha segnato più di un settore dovrà compilare le domande 6 e 7 per ognuno dei settori indicati]

SEZIONE C: GIUDIZIO SULLA QUALITÀ DEI METADATI

I metadati sono informazioni a corredo delle statistiche che aiutano nell'interpretazione e nella comprensione dei dati.

8. Ha mai consultato dei metadati?

- Si
- No [va alla domanda 14]

9. Attraverso quale prodotto fornito dall'Istat ha prevalentemente consultato i metadati?
(può indicare massimo 3 risposte)

- Sistema informativo sulla qualità dei processi statistici (SIQual) [va alla domanda 10a]
- Sistema informativo delle classificazioni ufficiali [va alla domanda 10b]
- Note metodologiche, note informative a supporto dei comunicati stampa e delle tavole di dati [va alla domanda 10c]
- Glossari a supporto delle pubblicazioni, comunicati stampa, tavole di dati [va alla domanda 10d]
- I.Stat e data warehouse tematici [va alla domanda 10e]
- Rivaluta [va alla domanda 10f]

- Microdati (mlcro.STAT, file standard, file per la ricerca) [va alla domanda 10g]
- Schede qualità in breve [va alla domanda 10h]
- Altro (specificare): _____ [va alla domanda 10i]¹⁰
- Non so/non rispondo [va alla domanda 14]

10. a. Con riferimento ai metadati da Lei consultati attraverso il Sistema informativo SIQual, 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	☐	☐	☐	☐	☐
Completezza delle informazioni disponibili	☐	☐	☐	☐	☐
Chiarezza della terminologia utilizzata	☐	☐	☐	☐	☐

11. Quali metadati vorrebbe fossero migliorati?

- Metadati che spiegano il contenuto delle statistiche¹¹
- Metadati che descrivono i metodi per produrre le statistiche¹²
- Metadati che descrivono la qualità delle statistiche
- Non so/non rispondo

12. Ha qualche suggerimento per migliorare l'offerta di metadati?

.....

13. Può fornirci esempi di statistiche per le quali a suo avviso non sono disponibili o non sono sufficienti le informazioni utili a comprenderle?

.....

¹⁰ La formulazione della domanda 10i sarà: "Con riferimento ai metadati consultati nel prodotto da Lei indicato, esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati" (gli aspetti e la scala di valutazione rimangono invariati)

¹¹ Definizione dei concetti presenti nelle tavole di dati; definizione delle variabili; classificazioni adottate; descrizione della popolazione di riferimento dei dati

¹² Tecniche di raccolta, metodo di calcolo delle statistiche prodotte

SEZIONE D: FIDUCIA NELLE STATISTICHE PRODOTTE DALL'ISTAT

[SEZIONE IN COMUNE CON L' AREA PER LA SODDISFAZIONE DEI PRODOTTI/SERVIZI DEL SITO]

14. Qual è il suo grado di fiducia sulle statistiche prodotte dall'Istat?

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

15. Può spiegare con un breve commento la sua risposta?

.....

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

16. 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?

	Mai	1-5 volte	6-10 volte	11-30 volte	più di 30 volte
Data warehouse I.Stat	☐	☐	☐	☐	☐
Comunicati stampa	☐	☐	☐	☐	☐
Contenuti interattivi ¹³	☐	☐	☐	☐	☐
Contact centre	☐	☐	☐	☐	☐
Biblioteca digitale	☐	☐	☐	☐	☐
Microdati	☐	☐	☐	☐	☐
Motore di ricerca	☐	☐	☐	☐	☐
Social network ¹⁴	☒	☐	☐	☐	☐

(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 26?)

Data warehouse I.Stat

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

elencati:

¹³ Grafici dinamici, infografiche, calcolatori, ebook, app

¹⁴ Twitter, Slideshare, Youtube, Flickr, Rss, Storify, Pinterest

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

17.a Ha qualche suggerimento per migliorare il livello di fruibilità del data warehouse I.Stat?
(campo di testo)

.....

Comunicati stampa

18. 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	☐	☐	☐	☐	☐
Tempestività delle informazioni	☐	☐	☐	☐	☐
Corrispondenza tra le informazioni diffuse attraverso i comunicati stampa e le Sue esigenze informative	☐	☐	☐	☐	☐

18.a Ha qualche suggerimento per migliorare il livello di fruibilità dei comunicati stampa?
(campo di testo)

.....

Contenuti interattivi

19. 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 19.a)

- Infografiche (va alla domanda 19.a)
- Calcolatori (va alla domanda 19.a)
- Ebook (va alla domanda 19.b)
- App (va alla domanda 19.c)
- Non so/non rispondo

(domanda filtro su quello che ha dichiarato di utilizzare)

19.a Riguardo a grafici dinamici, infografiche e calcolatori, 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 descritti	☐	☐	☐	☐	☐
Adeguatezza delle funzionalità offerte per l'utilizzo di tali strumenti	☐	☐	☐	☐	☐

19.b Riguardo agli ebook 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
Corrispondenza tra l'offerta di editoria digitale e le esigenze informative	☐	☐	☐	☐	☐
Adeguatezza delle funzionalità offerte per la fruizione degli ebook	☐	☐	☐	☐	☐

19.c Riguardo alle app da Lei scaricate, esprima un giudizio per ciascuno degli aspetti di seguito elencati:

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Corrispondenza tra le informazioni offerte attraverso le app disponibili e le esigenze informative	☐	☐	☐	☐	☐
Adeguatezza delle funzionalità offerte per l'utilizzo delle app disponibili	☐	☐	☐	☐	☐

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

19.d Ha qualche suggerimento per migliorare l'offerta e il livello di qualità dei contenuti interattivi?

(campo di testo)

.....

Microdati

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

(può indicare più di una risposta)

- Micro.stat
- File standard
- File per la ricerca
- File per gli uffici di statistica del Sistan
- Non so/non rispondo

20a. Riguardo ai file di microdati da Lei richiesti, 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	☐	☐	☐	☐	☐
Corrispondenza tra i microdati disponibili e le Sue esigenze informative	☐	☐	☐	☐	☐
Formato di restituzione dei microdati	☐	☐	☐	☐	☐
Procedure per la richiesta	☐	☐	☐	☐	☐
Tempi di rilascio	☐	☐	☐	☐	☐

20.b Ha qualche suggerimento per migliorare le modalità di accesso ai microdati?

.....

Contact centre

21. 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

21a. 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
Facilità di accesso	☐	☐	☐	☐	☐
Facilità d'uso delle funzioni di richiesta informazioni e/o registrazione	☐	☐	☐	☐	☐
Corrispondenza tra le informazioni ottenute e le esigenze informative da Lei espresse	☐	☐	☐	☐	☐
Chiarezza delle informazioni ottenute	☐	☐	☐	☐	☐
Formato di restituzione dei dati ricevuti	☐	☐	☐	☐	☐
Tempi di risposta	☐	☐	☐	☐	☐

21.b Ha qualche suggerimento per migliorare il livello di qualità dei servizi offerti dal contact centre?

(campo di testo)

.....

Biblioteca digitale

22. 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	☐	☐	☐	☐	☐
Efficacia della ricerca tramite catalogo on line	☐	☐	☐	☐	☐

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so/non rispondo
Adeguatezza delle informazioni a supporto dell'utilizzo del servizio	☐	☐	☐	☐	☐

22.a Ha qualche suggerimento per migliorare l'offerta di contenuti fruibili attraverso la biblioteca digitale?
(campo di testo)

.....

Motore di ricerca

23. Con riferimento al motore di ricerca esprima un giudizio sulla sua efficacia:

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

24.a Ha qualche suggerimento per migliorare la funzionalità del motore di ricerca del sito Istat?
(campo di testo)

.....

Social network e Sistemi di feed

24. 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 24.a)
- Slideshare (va alla domanda 24.b)
- Youtube (va alla domanda 24.b)
- Flickr (va alla domanda 24.b)
- Storify (va alla domanda 24.b)
- Pinterest (va alla domanda 24.b)
- Rss (va alla domanda 24.b)
- Non so/non rispondo

(domanda filtro su quello che ha dichiarato di utilizzare)

24.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	☐	☐	☐	☐	☐

	Per nulla soddisfacente	Poco soddisfacente	Abbastanza soddisfacente	Pienamente soddisfacente	Non so non rispondo
Chiarezza dei tweet pubblicati	☐	☐	☐	☐	☐
Interazione con gli Utenti	☐	☐	☐	☐	☐

24.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 informativi pubblicati	☐	☐	☐	☐	☐
Qualità dei materiali multimediali pubblicati	☐	☐	☐	☐	☐

24.c Ha qualche suggerimento per migliorare la presenza dell'Istat sui social network e la qualità dei sistemi di feed?

(campo di testo)

.....

Giudizio complessivo

25. 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 F: PROFILO

[SEZIONE IN COMUNE CON L'AREA PER LA SODDISFAZIONE DEI PRODOTTI/SERVIZI DEL SITO]

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

26. 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, società scientifiche
- Terzo settore/organizzazioni civiche
- Mass media
- Imprese
- Scuola/centri per l'orientamento
- Istituto bancario
- Nessuna organizzazione (privati cittadini)
- Altro (specificare):
- Non so/non rispondo

27. 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

28. 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

29. Sesso:

- Femmina
- Maschio
- Non so/non rispondo