

# LA CUSTOMER SATISFACTION ALL'INAIL DOPO L'INCORPORAZIONE DI IPSEMA E ISPESL

R. BOSCONI\*, A. BRUSCO\*, M. FERRETTI\*

## SOMMARIO

**1.** Introduzione. - **2.** La customer satisfaction d'istituto. - **2.1** La struttura del questionario. - **2.2** Il sistema di misurazione del servizio erogato. - **2.3** Il processo di realizzazione dell'indagine di C.S. - **3.** La C.S. dopo l'integrazione degli *ex* Enti. - **3.1** Intervento normativo (legge 122/2010). - **3.2** Le principali modifiche alla rilevazione di C.S. - **4.** I risultati della C.S. 2012. - **4.1** Analisi del livello di soddisfazione nelle sedi "classiche" dell'Istituto. - **4.2** Analisi del livello di soddisfazione nelle nuove sedi operative dei due settori: Navigazione e Ricerca, Certificazione e Verifica. - **5.** Conclusioni.

## 1. Introduzione

La Customer Satisfaction (C.S.), oltre a essere uno strumento idoneo per misurare il gradimento dei servizi erogati dalla Pubblica Amministrazione (P.A.) e quindi un indicatore della qualità, rappresenta un punto di partenza per avvicinare sempre di più il cittadino all'amministrazione, coinvolgendolo indirettamente nelle strategie decisionali dell'amministrazione stessa. Infatti, uno dei requisiti fondamentali di una rilevazione di C.S. è rappresentato dalla capacità dell'amministrazione di porre l'utente in primo piano nel processo di progettazione o nell'adeguamento di un servizio e degli aspetti legati alla modalità di erogazione del servizio stesso.

Il progetto di C.S. si è sviluppato costantemente negli ultimi anni, come effetto delle evoluzioni normative in materia di gestione dei pubblici servizi (cfr. dir. M.I.T. 20 dicembre 2002, dir. F.P. del 24 marzo 2004 e del 21 dicembre 2006). Congiuntamente si è assistito a un cambiamento radicale dell'economia nazionale, ad interventi istituzionali per il mantenimento degli impegni assunti nell'ambito dell'Unione Europea e all'applicazione di misure per il contenimento della spesa pubblica, elementi che hanno amplificato le sempre maggiori esigenze della società nei confronti di una P.A. efficiente.

\* Consulenza Statistico Attuariale - Direzione Generale INAIL.

Il progetto di C.S. rientra tra le attività dell'Inail contenute nel programma "Sistema di Qualità", che ha avuto inizio nel corso del periodo 2002-2003 attraverso un'indagine "sperimentale" interessando solamente quattro sedi pilota dell'Istituto.

Dal 2004 la rilevazione è stata estesa ad ulteriori sedi, sino ad arrivare alla totale copertura dell'intero territorio nazionale avvenuta in occasione della rilevazione per l'anno 2010. L'indagine si effettua tramite la somministrazione di un questionario strutturato in funzione degli obiettivi che l'Istituto si è prefissato in termini di miglioramento della qualità del servizio.

## 2. La Customer Satisfaction d'Istituto

### 2.1 La struttura del questionario

Il questionario utilizzato per l'indagine di C.S. d'Istituto è impostato secondo la logica della metodologia *Servqual* per l'insieme degli aspetti del servizio che si vuole esaminare. Questo modello è strutturato per la misurazione del grado di soddisfazione dell'utente secondo il confronto tra il grado di percezione e il livello di aspettativa relativo alla qualità degli aspetti di un servizio.

Nel contesto Inail, la misurazione del giudizio degli utenti è concentrata sulla percezione della qualità del servizio.

Per rendere più semplice l'individuazione delle aree critiche per le azioni di miglioramento è necessario che, oltre ad un giudizio complessivo sul livello qualitativo del servizio, si considerino le diverse dimensioni della qualità dello stesso.

Ossia si definiscono:

- A) **dimensioni** della qualità del servizio: i gruppi di fattori di qualità del servizio aventi un aspetto che li accomuna, pertanto ed in questo senso, omogenei;
- B) **fattori** della qualità del servizio: i singoli aspetti rilevanti per l'utente ai fini della sua percezione della qualità del servizio, cioè della sua soddisfazione, facenti parte di una delle dimensioni del servizio stesso.

Questa struttura quindi permette di conoscere le componenti formative della rilevazione, ossia le dimensioni che concorrono alla definizione del concetto di C.S. All'interno di ciascuna dimensione è quindi possibile individuare un set di fattori (c.d. *items*) di soddisfazione, aggregati in maniera semanticamente omogenea.

Ciascun fattore è identificato da una domanda del questionario alla quale corrisponde un indicatore di soddisfazione.

Il questionario, strutturalmente, è incentrato sulle quattro macro-aree del servizio dell'Istituto di cui si vuole conoscere il grado di soddisfazione, differenziandosi in funzione dell'utente destinatario, ossia:

- Servizi in comune rivolti a tutti gli utenti;

- Servizi specifici per le aziende;
- Servizi specifici per i lavoratori (area prestazioni economiche);
- Servizi specifici per i lavoratori (area prestazioni sanitarie).

Intendendo per utenti, quelli di natura “diretta” (datore di lavoro, lavoratore e infortunato) e “indiretta” (consulente del lavoro, incaricato di associazione di categoria e delegato del titolare di rendita).

Di seguito (figure 1a e 1b) si riporta la seconda parte del questionario relativa alle domande associate ad ogni fattore oggetto di giudizio:

## Utenti-aziende

### A1

4)	<b>Disponibilità di informazioni di carattere generale sui servizi Inail:</b> guide agli adempimenti, pubblicazioni, opuscoli...	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
5)	<b>Disponibilità di informazioni di carattere generale al numero telefonico</b> della Sede	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
6)	<b>Capacità di risolvere i reclami</b> da lei rappresentati	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so

### A2

7)	<b>Chiarezza e completezza</b> delle comunicazioni scritte relative alla sua pratica	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
8)	<b>Tempi per il completamento e la definizione delle sue pratiche</b>	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
9)	<b>Facilità ad avere informazioni</b> sulle sue pratiche	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so

### B1

10)	<b>Organizzazione interna</b> della Sede: <b>comfort dei locali, segnaletica</b> (per indicare gli orari, l'ubicazione degli sportelli...)	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
11)	<b>Cortesìa e disponibilità del personale</b> della Sede	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so

### B2

12)	<b>Organizzazione degli sportelli:</b> tempi di attesa, orario di apertura al pubblico, elimina code....	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
13)	<b>Competenza e professionalità</b> del personale addetto	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
14)	<b>Tutela della riservatezza</b> durante il colloquio allo sportello	Per niente soddisfatto	Foco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so

Fig. 1a: Estratto del questionario di C.S.

## Utenti-lavoratori

## A1

4)	<b>Disponibilità di informazioni di carattere generale sui servizi Inail:</b> guide agli adempimenti, pubblicazioni, opuscoli...	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
5)	<b>Disponibilità di informazioni di carattere generale al numero telefonico</b> della Sede	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
6)	<b>Capacità di risolvere i reclami</b> da lei rappresentati	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so

## A2

7)	<b>Chiarezza e completezza</b> delle comunicazioni scritte relative alla sua pratica	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
8)	<b>Tempestività dei pagamenti</b> spettanti	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
9)	<b>Facilità ad avere informazioni</b> sulla sua pratica	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so

## A3

10)	<b>Chiarezza dell'invito a visita medica</b>	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
-----	--	------------------------	------------------	------------------------	-------------------	--------

## B1

11)	<b>Organizzazione interna</b> della Sede: <b>comfort dei locali, segnaletica</b> (per indicare gli orari, l'ubicazione degli sportelli...)	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
12)	<b>Cortesie e disponibilità</b> del personale della Sede	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so

## B2

13)	<b>Organizzazione degli sportelli:</b> tempi di attesa, orario di apertura al pubblico, elimina code...	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
14)	<b>Competenza e professionalità del personale addetto</b>	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
15)	<b>Tutela della riservatezza</b> durante il colloquio allo sportello	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so

## B3

16)	<b>Disponibilità del personale sanitario</b>	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
17)	<b>Organizzazione e puntualità delle visite mediche</b> (tempi di attesa, orario di ricevimento, raggruppamento delle visite...)	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so
18)	<b>Idoneità degli ambulatori</b> per le visite mediche ( <b>riservatezza</b> , igiene, comfort dei locali...)	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbas:anza soddisfatto	Molto soddisfatto	Non so

Fig. 1b: Estratto del questionario di C.S.

## 2.2 Il sistema di misurazione del servizio erogato

Per poter misurare il livello qualitativo del servizio erogato è necessario introdurre un sistema che associ dei numeri alle caratteristiche del fenomeno stesso. È

indispensabile quindi individuare una scala di misurazione basata su una metrica crescente, la scala di Likert nello specifico.

Essa appartiene alla famiglia delle tecniche di *scaling* costituita dalle scale non comparative a modalità multipla, dove i soggetti devono indicare il grado di “soddisfazione” o di “non soddisfazione” a ciascuna domanda riguardante l’oggetto della misurazione.

La scelta verso questa scala di misurazione è dettata dalla sua semplicità, infatti permette una codifica immediata, nonché la possibilità di sommare i risultati ottenuti, con possibilità di applicare tecniche statistiche per la misurazione del fenomeno. Uno dei punti deboli di tale scala è la unidimensionalità degli atteggiamenti, ovvero le diverse affermazioni devono riferirsi allo stesso concetto da analizzare, ossia gli item devono rilevare la stessa proprietà. Un altro limite di tale scala consiste nell’equidistanza tra le categorie di risposta; ad esempio si presuppone che la distanza tra “Molto soddisfatto” e “Abbastanza soddisfatto” sia uguale a quella che c’è tra “Poco soddisfatto” e “Per niente soddisfatto”.

Per ogni aspetto del servizio erogato l’utente può dare una delle seguenti risposte, alle quali è associato il valore numerico:

- 1 = “Per niente soddisfatto”
- 2 = “Poco soddisfatto”
- 3 = “Abbastanza soddisfatto”
- 4 = “Molto soddisfatto”
- 0 = “Non so”

Nell’ambito delle azioni di miglioramento l’Istituto si è prefissato come obiettivo KPO (Key Performance Objective) il raggiungimento del valore pari a 3, ovvero “abbastanza soddisfatto” su ciascun indicatore di soddisfazione relativamente all’aspetto del servizio analizzato.

### *2.3 Il processo di realizzazione dell’indagine di C.S.*

L’indagine di C.S. segue un flusso logico-temporale articolato nelle seguenti fasi:

- piano di campionamento;
- somministrazione del questionario d’indagine e raccolta dei dati;
- analisi dei dati;
- piano di miglioramento.

Riguardo al primo punto, è fondamentale definire la popolazione e il campione degli utenti a cui somministrare il questionario.

La popolazione dell’Istituto di cui interessa conoscere il livello di soddisfazione

del servizio è quella degli utenti (aziende e lavoratori) che usufruiscono dei servizi presso le sedi locali (oltre 200 unità) dislocate sul territorio nazionale. L'Istituto classifica tali sedi in ragione alla dimensione del bacino di utenti, ossia in sedi di tipo A (c.d. sedi madre) e in sedi di tipo B e C (c.d. sedi dipendenti). Le strutture sono dotate di ambulatori medico-legali e ambulatori clinico-diagnostici specializzati, di ambulatori prime cure, di diagnostica per immagini e di fisiokinesiterapia. La numerosità complessiva di tale popolazione è costituita per oltre 3 milioni da aziende e per circa 1,7 milioni da infortunati e tecnopatici.

Per ciò che concerne il campione, la scelta della numerosità degli utenti da intervistare è funzione sia di alcune regole generali dell'inferenza statistica e del calcolo delle probabilità<sup>1</sup> sia di aspetti legati all'economicità della rilevazione. L'ampiezza del campione statistico è il compromesso quindi di due esigenze: una legata alla precisione e accuratezza dei risultati, l'altra connessa al contenimento dei costi e all'ottimizzazione dei tempi necessari allo svolgimento dell'indagine. Sulla base delle valutazioni statistiche e della dimensione del portafoglio utenti

1 Il "Per definire un piano di campionamento probabilistico è necessario seguire i seguenti passi:

1. si considera una stima della numerosità (indicata di seguito con  $N$ ) della popolazione oggetto di studio; facendo riferimento ad esempio ad alcune indagini preliminari, anche di anni precedenti;
2. si determina la numerosità campionaria (indicata di seguito con  $n$ ), in funzione del livello di fiducia  $1-\alpha$  e dell'errore massimo  $e$  che si è disposti ad accettare.

L'assunto che permette di fare delle ipotesi sulla natura delle variabili da analizzare è che a qualunque delle domande del questionario a risposta multipla, eventualmente ordinale (carattere qualitativo ordinale con  $k$  livelli), è possibile associare  $k$  domande a risposta dicotomica; dove  $p$  è la proporzione o frequenza percentuale del fenomeno, ossia il risultato che interessa conoscere. Per determinare la numerosità campionaria si concentra l'attenzione sull'errore (differenza tra il valore della proporzione effettiva calcolato sulla popolazione e il valore della proporzione stimata calcolato sul campione) che si può commettere in fase di stima.

Se si indica con:

- $N$  la numerosità della popolazione;
- $n$  la numerosità del campione;
- $p$  il valore della proporzione nella popolazione. Non avendo conoscenze a priori sulle opinioni dei rispondenti, nel calcolo si considera l'ipotesi più pessimistica, assumendo la massima eterogeneità  $p = 0,5$ . Il che equivale a dire che tra tutte le frequenze possibili si prende quella con varianza ( $p \cdot q$ ) massima;
- $e$  il valore massimo accettabile dell'errore;
- $\alpha$  la probabilità che l'errore superi il livello massimo accettabile dell'errore  $e$ ;
- $\frac{z_{\alpha}}{2}$  il valore della variabile casuale normale standardizzata  $Z$  tale che la probabilità che  $Z$

assuma valori maggiori di  $\frac{z_{\alpha}}{2}$  è uguale a  $\frac{\alpha}{2}$  (Nel fare ciò si è assunto che la variabile casuale

"errore" abbia una distribuzione approssimabile a quella di una normale standardizzata).

La numerosità campionaria viene calcolata sulla base della formula seguente:

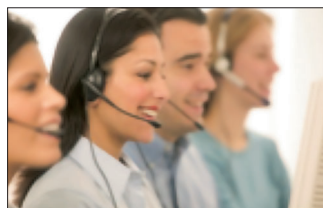
$$n \cong \frac{z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot (1-p)}{e^2 \cdot (N-1) + z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$



complessivo (aziende e lavoratori), si determina prima la numerosità campionaria di ognuna delle sedi in funzione del proprio bacino utenti e successivamente si determina la numerosità complessiva come l'insieme di tutti i campioni definiti per ogni sede.

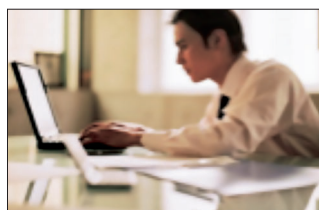
In relazione al secondo punto, il questionario è somministrato contemporaneamente su tutte le sedi (nel mese di ottobre) e con le seguenti modalità di intervista:

**Personale (c.d. *face to face*):** a tutti gli utenti che si recano ad uno sportello fisico di una sede di tipo A, esclusi utenti del Settore Navigazione. La somministrazione avviene in base all'ordine di arrivo degli utenti allo sportello. Questo sistema di rilevazione è casuale (si dimostra infatti che tale processo segue una legge di probabilità che tende ad una distribuzione limite, pari a quella esponenziale negativa);



**Telefonica:** il questionario viene somministrato da un operatore tramite intervista telefonica all'utente-lavoratore. Il campione di utenti-lavoratori è costituito dall'insieme dei numeri telefonici estratti casualmente dagli archivi dell'Istituto;

**Web:** il questionario è compilato dall'utente-azienda via web, previo invito inoltrato per posta elettronica. Il campione di utenti-aziende è costituito dall'insieme degli indirizzi e-mail estratti casualmente dagli archivi dell'Istituto.



Le risposte vengono raccolte tramite uno specifico applicativo informatico e archiviate su un database il cui formato è reso "lavorabile" per essere analizzato tramite software statistici.

La struttura del database è articolato in due sezioni:

- **un dataset**, alimentato dalle risposte ai questionari opportunamente codificate in base alle classi previste; i dati raccolti vanno organizzati in un database che

- presenta la struttura di una matrice di ampiezza  $C \times V$  (dove  $C$  = numero di casi e  $V$  = numero di variabili); le righe sono di numerosità pari alla dimensione campionaria e ciascuna corrisponde a un questionario, quindi a un intervistato; le colonne presentano una numerosità pari alle variabili considerate (profilazione degli intervistati, overall satisfaction, indicatori di soddisfazione, ecc...);
- un'area codebook (c.d. **cifrario**), destinata a contenere la lista dei codici e i relativi criteri di decodifica. Più in dettaglio, nel codebook vanno indicati:
    - il numero di riferimento della domanda;
    - il testo della domanda da somministrare;
    - le categorie di risposta previste per ogni variabile;
    - le modalità della scala di risposta.

Riguardo al terzo punto, le analisi dei dati raccolti possono essere effettuate utilizzando diverse tecniche statistiche, la cui complessità è funzione della natura dei dati, della qualità/consistenza degli stessi nonché degli obiettivi che si intendono perseguire.

Nel caso del modello di C.S. utilizzato, le variabili sono prevalentemente di tipo qualitativo (sconnesso e ordinato come per i giudizi di soddisfazione).

Nella prima fase delle analisi è indispensabile iniziare con analisi statistiche di tipo *univariato*, per poi proseguire con analisi *multivariate* per individuare eventuali relazioni tra coppie o gruppi di variabili.

Nel caso specifico, tenendo conto che alla variabile “giudizio sulla qualità del servizio” è associata una scala numerica (da 1 a 4), si dispone di analisi sulla media aritmetica per sintetizzare il grado di soddisfazione su vari livelli, ossia:

- a livello di soddisfazione complessiva nei confronti del servizio;
- a livello di soddisfazione sulle componenti “elementari” del servizio;
- a livello di dimensione del servizio; ossia raggruppando per elementi puntuali del servizio dal significato omogeneo.

Ad esempio per misurare il grado di soddisfazione a livello “elementare”, ovvero per l' $i$ -esimo aspetto del servizio, l'indicatore sintetico media aritmetica assume la seguente forma:

$$\mu_i = \sum_{j=1}^4 \frac{x_{ij} n_{ij}}{n_i}$$

dove:

$n_i$  è il numero di risposte (escludendo le mancate risposte e i “non so”) raccolte tra gli utenti per l' $i$ -esimo aspetto;

$x_{ij}$  è il valore numerico associato alla risposta nell'ambito della scala Likert ( $j = 1, 2, 3$  e  $4$ ) per l' $i$ -esimo aspetto, cioè:  $x_{i1}=1$ ,  $x_{i2}=2$ ;  $x_{i3}=3$ ;  $x_{i4}=4$ ;

$n_{ij}$  è il numero di volte in cui si osserva, nell'ambito dell' $i$ -esimo aspetto, il valore numerico  $x_{ij}$  associato alla risposta;



L'espressione matematica per il giudizio medio complessivo relativo a tutti gli aspetti risulta quindi:

$$\mu = \sum_{i=1}^s \frac{\mu_i n_i}{n}$$

ossia una media ponderata dei singoli giudizi medi rilevati sui singoli aspetti  $\mu_i$  con pesi pari al numero di risposte  $n_i$  e dove:

$$n = \sum_{i=1}^s \sum_{j=1}^4 n_{ij}$$

con  $s$  che rappresenta il numero totale degli aspetti.

Escludendo il valore 0 della scala Likert dalle risposte degli utenti, necessariamente la media aritmetica - essendo un indicatore sintetico - assume valori compresi tra 1 e 4, corrispondenti, secondo la scala utilizzata, rispettivamente al livello minimo e massimo di soddisfazione dei servizi erogati.

### 3. La C.S. dopo l'integrazione degli ex-Enti

#### 3.1 Intervento normativo (legge 122/2010)

Durante l'anno 2010, alla luce dell'introduzione di misure legislative in materia di stabilizzazione finanziaria a seguito dell'acuirsi della crisi economica del Paese, si è assistito ad una riorganizzazione degli Enti pubblici, in particolare per quelli non economici.

Infatti, in tale anno è stata introdotta la legge n. 122 del 30 luglio 2010, che ha convertito il d.l. n. 78 del 31 maggio 2010, il quale, al comma 1 dell'articolo 7, stabilisce che: "... al fine di assicurare la piena integrazione delle funzioni assicurative e di ricerca connesse alla materia della tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori sui luoghi di lavoro e il coordinamento stabile delle attività previste dall'articolo 9, comma 2, del decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81, ottimizzando le risorse ed evitando duplicazioni di attività, stabilisce che l'Ipsema e l'IspeSl siano soppressi e le relative funzioni vengano attribuite all'Inail, sottoposto alla vigilanza del Ministero del lavoro e delle politiche sociali e del Ministero della salute; l'Inail succede in tutti i rapporti attivi e passivi".

Quindi all'Inail, con la legge n.122/2010, sono state attribuite anche le funzioni

dei soppressi enti Ispesl (Istituto Superiore per la Prevenzione e la Sicurezza sul Lavoro) e Ipsema (Istituto di Previdenza per il settore Marittimo).

In particolare, le attività svolte in precedenza dall'Ispesl, organo tecnico-scientifico del Servizio Sanitario Nazionale, riguardano la ricerca, la sperimentazione, il controllo, la consulenza, l'assistenza e l'alta formazione in materia di prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali, sicurezza sul lavoro nonché di promozione e tutela della salute negli ambienti di vita e di lavoro.

Quanto alle funzioni precedentemente svolte dall'Ipsema, l'INAIL ha acquisito le competenze relative all'assicurazione contro gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali degli addetti alla navigazione marittima, nonché all'erogazione delle prestazioni previdenziali per gli eventi di malattia (generica) e maternità nei confronti dello stesso personale e di quello della navigazione aerea.

La nuova struttura organizzativa dell'Istituto prevede che le competenze di questi enti incorporati confluiscono in due nuovi settori:

- Settore Navigazione;
- Settore Ricerca, Certificazione e Verifica.

### *3.2 Le principali modifiche alla rilevazione di C.S.*

Tramite lo strumento di C.S. l'Istituto misura l'adeguatezza dei servizi offerti agli utenti e sviluppa i relativi piani di miglioramento.

La costituzione del nuovo complesso INAIL sul territorio nazionale ha comportato delle modifiche al sistema di rilevazione della C.S., tra cui:

- una rivisitazione delle domande incluse nel questionario da somministrare alla nuova platea di utenti (lavoratori e aziende);
- l'implementazione dei canali di somministrazione dei questionari;
- l'aumento del numero delle sedi operative da rilevare nonché i relativi bacini di utenti;

Relativamente al primo punto, il questionario è stato riorganizzato tenendo conto delle nuove competenze dell'Istituto e delle peculiarità dei nuovi utenti.

Tra le nuove funzioni attribuite all'INAIL, derivanti dal trasferimento dell'ex-Ispesl, si precisa che i nuovi servizi, erogati solamente alle aziende, consistono principalmente nella verifica e certificazione degli impianti. Mentre tra le funzioni correlate al trasferimento dell'ex-Ipsema le competenze dell'Istituto si sono ampliate anche nell'area assistenziale/previdenziale per prestazioni economiche (es.: indennità di maternità, indennità per malattia comune) rivolte ai soli lavoratori del settore Navigazione. Di seguito (figure 2a e 2b) sono evidenziate le implementazioni intervenute nelle sezioni dei due questionari, rispettivamente per aziende (colore celeste) e lavoratori (colore magenta):

## Utente-azienda

**INAIL**

<b>Riservato all'INAIL</b>	
Sede di _____	
Tipologia di utenza _____	N° questionario _____
Giorno di rilevazione _____	

**QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE DEI SERVIZI DI SEDE**

Gentile utente,

Le chiediamo di partecipare a questa indagine per conoscere il suo giudizio in merito ai servizi offerti nella nostra Sede INAIL.

I risultati dell'indagine saranno utilizzati dall'Istituto per individuare, attraverso le risposte dei propri utenti, le possibili iniziative per il miglioramento dei servizi erogati.

**Non risponde al questionario se lo ha già compilato.**

Il Questionario è in forma anonima per garantirle la possibilità di esprimere ciò che pensa nel pieno rispetto della riservatezza.

**BARRI CON UNA X LE RISPOSTE PRESCELTE**

*Le chiediamo di indicarci alcune sue caratteristiche:*

<p><b>1) Lei è:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Datore di lavoro (titolare dell'azienda/ impresa di armamento o addetto alle pratiche INAIL)</p> <p><input type="checkbox"/> Consulente (commercialista, consulente del lavoro, praticante..., addetto alle pratiche INAIL)</p> <p><input type="checkbox"/> Incaricato di Associazione di Categoria</p> <p><input type="checkbox"/> Fattorino/Commesso</p> <p><input type="checkbox"/> Altro</p>	<p><b>2) Lei opera nel settore:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Agricoltore</p> <p><input type="checkbox"/> Artigiano</p> <p><input type="checkbox"/> Industria (<i>manifatturiera, tessile, chimica...</i>)</p> <p><input type="checkbox"/> Terziario (<i>servizi/consulenza, commercio, turismo...</i>)</p> <p><input type="checkbox"/> Navigazione (<i>passengeri, carico, rimorchiatori, ausiliario, diporto...</i>)</p> <p><input type="checkbox"/> Altro (<i>Pubblica Amministrazione, credito, istruzione...</i>)</p>
<p><b>3.1) Quante volte, nell'ultimo anno, si è presentato presso la Sede Inail oggetto della sua valutazione?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Nessuna</p> <p><input type="checkbox"/> È la prima volta/una volta</p> <p><input type="checkbox"/> Da 2 a 5 volte</p> <p><input type="checkbox"/> Oltre 5 volte</p> <p><b>3.2) ... e per quale motivo? (sono possibili più risposte)</b></p> <p><input type="checkbox"/> Perché preferisce rivolgersi allo sportello</p> <p><input type="checkbox"/> Perché convocato per esigenze istruttorie</p> <p><input type="checkbox"/> Per richiedere di effettuare la prima delle verifiche periodiche degli impianti e delle attrezzature di lavoro (D.Lgs. 81/2008)</p> <p><input type="checkbox"/> Perché ha cercato l'informazione nel sito, ma non l'ha trovata.</p> <p><input type="checkbox"/> Perché nel sito non è ancora disponibile il servizio che le occorre.</p> <p><input type="checkbox"/> Perché ha cercato risposta al Contact Center (numero verde 803164) ma non l'ha trovata</p> <p><input type="checkbox"/> Altro</p>	

Fig. 2a: Estratto del questionario di C.S.

Utente-lavoratore

**INAIL**

<b>Riservato all'INAIL</b>	
Sede di _____	
Tipologia di utenza _____	N° questionario _____
Giorno di rilevazione _____	

**QUESTIONARIO DI VALUTAZIONE DEI SERVIZI DI SEDE**

Gentile utente,

Le chiediamo di partecipare a questa indagine per conoscere il suo giudizio in merito ai servizi offerti nella nostra Sede INAIL.

I risultati dell'indagine saranno utilizzati dall'Istituto per individuare, attraverso le risposte dei propri utenti, le possibili iniziative per il miglioramento dei servizi erogati.

**Non risponda al questionario se lo ha già compilato.**

Il Questionario è in forma anonima per garantirle la possibilità di esprimere ciò che pensa nel pieno rispetto della riservatezza.

**BARRI CON UNA X LE RISPOSTE PRESCELTE**

*Le chiediamo di indicarci alcune sue caratteristiche:*

<p><b>1) Lei è:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Infortunato</li> <li><input type="checkbox"/> Affetto da malattia professionale</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Affetto da malattia comune</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Lavoratrice/lavoratore in congedo di maternità/parentale</li> <li><input type="checkbox"/> Titolare di Rendita</li> <li><input type="checkbox"/> Delegato (di infortunato, malato, titolare di rendita)</li> <li><input type="checkbox"/> Funzionario di Patronato</li> <li><input type="checkbox"/> Altro</li> </ul>	<p><b>2) La sua professione è:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Agricoltore</li> <li><input type="checkbox"/> Artigiano</li> <li><input type="checkbox"/> Dirigente/Quadro/Impiegato</li> <li><input type="checkbox"/> Insegnante</li> <li><input type="checkbox"/> Operaio/Manovale</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Marittimo/Personale di Volo</li> <li><input type="checkbox"/> Pensionato</li> <li><input type="checkbox"/> Casalinga</li> <li><input type="checkbox"/> Altro</li> </ul>
--	--

<p><b>3.1) Quante volte, nell'ultimo anno, si è presentato presso la Sede Inail oggetto della sua valutazione?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Nessuna</li> <li><input type="checkbox"/> È la prima volta/una volta</li> <li><input type="checkbox"/> Da 2 a 5 volte</li> <li><input type="checkbox"/> Oltre 5 volte</li> </ul> <p><b>3.2) ... e per quale motivo? (sono possibili più risposte)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Perché preferisce rivolgersi allo sportello</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Perché convocato per esigenze istruttorie</li> <li><input type="checkbox"/> Perché ha cercato l'informazione nel sito ma non l'ha trovata</li> <li><input type="checkbox"/> Perché nel sito non è ancora disponibile il servizio che le occorre</li> <li><input type="checkbox"/> Perché ha cercato risposta al Contact Center (numero verde 803164) ma non l'ha trovata</li> <li><input type="checkbox"/> Per servizi fruibili al Centro Medico Legale</li> <li><input type="checkbox"/> Altro</li> </ul>
---

Fig. 2b: Estratto del questionario di C.S.

Riguardo al secondo punto, l'introduzione di un nuovo canale di raccolta dei questionari - la "posta ordinaria" - si è resa necessaria per il solo settore Navigazione, in particolare quello marittimo, nel quale il numero degli utenti-lavoratori è limitato ed inoltre, gli stessi, svolgono prevalentemente mansioni in mare per lunghi periodi dell'anno, e quindi è quasi impossibile intervistarli durante il periodo di rilevazione con i canali di cui si è detto precedentemente.

Relativamente al terzo ed ultimo punto, l'attuale assetto organizzativo dell'Istituto ha previsto che l'indagine di C.S. per l'anno 2012 fosse svolta su tutte le sedi "classiche" (216 sedi locali) e, in via "sperimentale", su tutti i 36 dipartimenti di competenza del settore Ricerca, Certificazione e Verifica e su tutti i 7 compartimenti/centri operativi del settore Navigazione.

La struttura logica riportata precedentemente, riguardo le fasi di realizzazione dell'indagine di C.S. (cfr. § 3.2), è rimasta pressoché invariata, sono invece state apportate le seguenti precise modifiche:

- Conseguentemente a questa nuova realtà è aumentato il campione statistico rappresentativo della mutata popolazione di riferimento (circa del 2% per le aziende e circa del 2,5% per i lavoratori);
- Aumento dei canali di somministrazione già affrontato sopra;
- Sviluppo di analisi statistiche anche per i nuovi settori operativi (a carattere sperimentale, essendo coinvolti per la prima volta nell'indagine).

#### 4. I risultati della C.S. 2012

Come premesso, nel 2012 l'indagine di C.S. ha interessato, oltre le sedi "classiche" dell'Istituto, anche in via "sperimentale" i compartimenti/centri operativi del settore Navigazione e i dipartimenti del settore Ricerca, Certificazione e Verifica. L'indagine stessa verte quindi sull'analisi di tre campioni statistici distinti.

##### *4.1 Analisi del livello di soddisfazione nelle sedi "classiche" dell'Istituto*

Per ciò che concerne la C.S. riguardante l'analisi della qualità dei servizi erogati dall'Istituto attraverso le 216 sedi "classiche", il campione statistico 2012 è costituito da 23.256 questionari interessando per il 63,7% gli utenti-lavoratori e per il 36,3% le aziende (tabella 1).

Tabella 1

*Numerosità campionaria e distribuzione % per utente - Anno 2012*

Anno	Questionario Aziende	Questionario Lavoratori	Totale
2012	8.436	14.820	23.256
%	36,3	63,7	100,0

Nel dettaglio risulta che i lavoratori intervistati sono principalmente nel 76,4% dei casi infortunati e nel 7,8% soggetti titolari di rendita. Nel caso delle aziende il questionario è somministrato nel 59,8% dei casi al consulente del lavoro e nel 27,6% al datore di lavoro.

Come riportato nel seguente grafico si evince che il principale canale è lo sportello di sede con poco meno del 70% dei questionari, seguito dal canale telefonico e dal canale web.

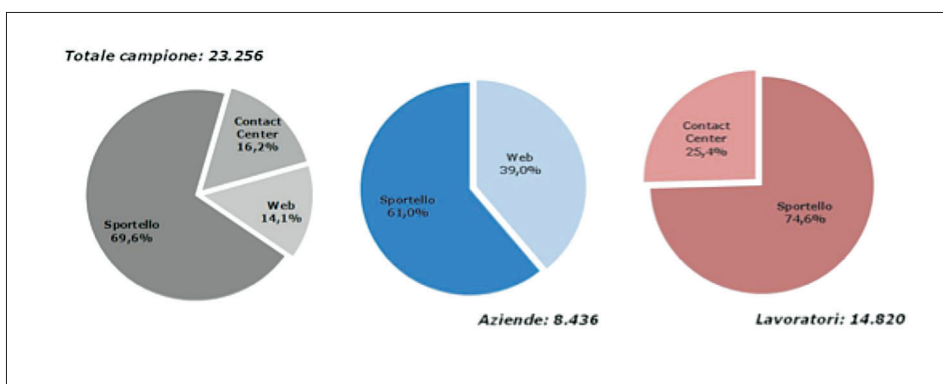
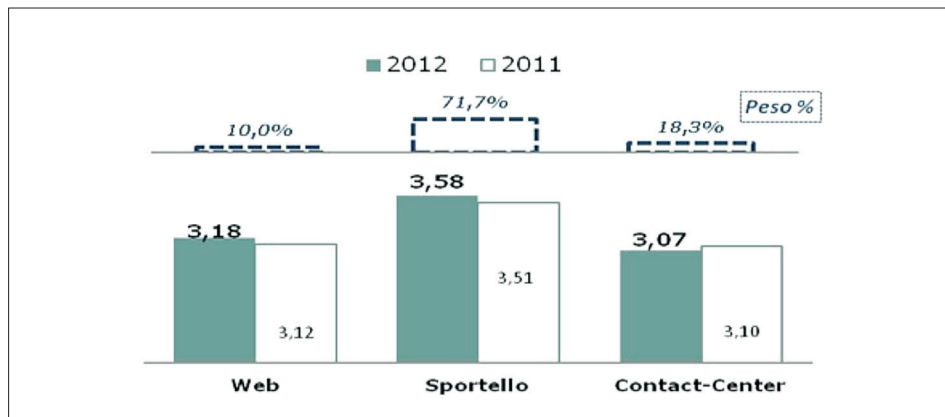


Grafico 1: Distribuzione % dei questionari per canale di rilevazione - Anno 2012.

Più specificatamente, per le aziende/datori di lavoro quasi il 40% compila il questionario via web, mentre oltre il 60% compila il questionario presso gli sportelli Inail. Per i lavoratori la raccolta delle informazioni avviene per i 3/4 tramite sportello e per la restante parte tramite telefono (contact center); per questa tipologia di utenti si ricorda che non è previsto il canale telematico (grafico 1).

Spostando l'attenzione sull'indicatore di sintesi, ossia la media aritmetica dei giudizi rilevati dall'Istituto sul complesso dei servizi erogati nel 2012, esso è stato pari a 3,45, in crescita rispetto al valore di 3,38 registrato nell'anno precedente. Il valore medio osservato nell'ultimo anno è sintesi dei valori medi rilevati sui tre canali, specificatamente: 3,58 sul canale sportello, 3,18 sul canale web e 3,07 sul canale telefonico (contact center), valori che comunque sono sempre superiori al valore obiettivo d'Istituto (3,00). Da notare che l'unico canale in contrazione è risultato quello telefonico, dove nel 2011 il giudizio medio era pari a 3,10 (grafico 2).





(\*): sono considerate solo le risposte valide

Grafico 2: Giudizio medio\* e distribuzione % delle risposte per canale di rilevazione - Anni 2011 e 2012.

Poiché la ripartizione del numero di questionari (grafico 3) riflette la conformazione economico-produttiva dell'Italia si evidenzia che al Nord, dove vi è una maggiore concentrazione di aziende e lavoratori, vengono somministrati più della metà dei questionari (12.507 questionari).

Osservando nel dettaglio la ripartizione del numero dei questionari in funzione del territorio si evincono composizioni percentuali molto simili, al Nord e al Centro dell'Italia tra lavoratori e aziende; infatti in questo confronto, la quota dei questionari somministrati agli utenti-lavoratori è superiore al 60% mentre per gli utenti-aziende sfiora il 40% (valore vicino alla media nazionale). Più marcato il divario registrato nell'area Sud e Isole dove le percentuali si aggirano intorno al 70%, nel caso dei lavoratori, e al 30% nel caso delle aziende.

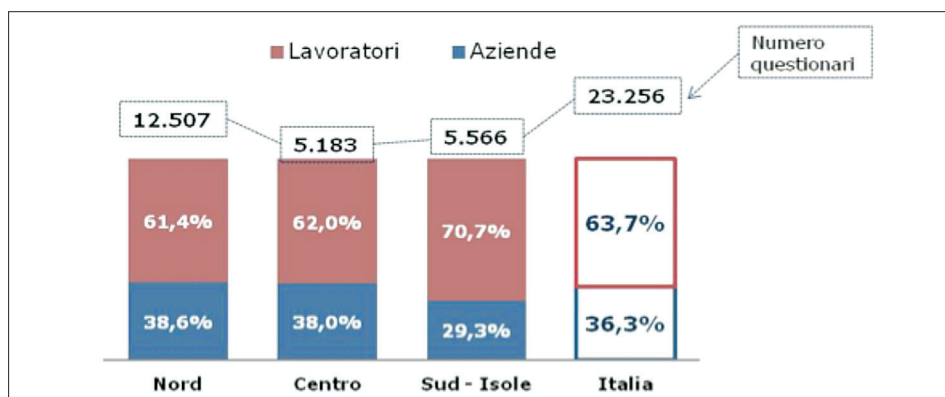
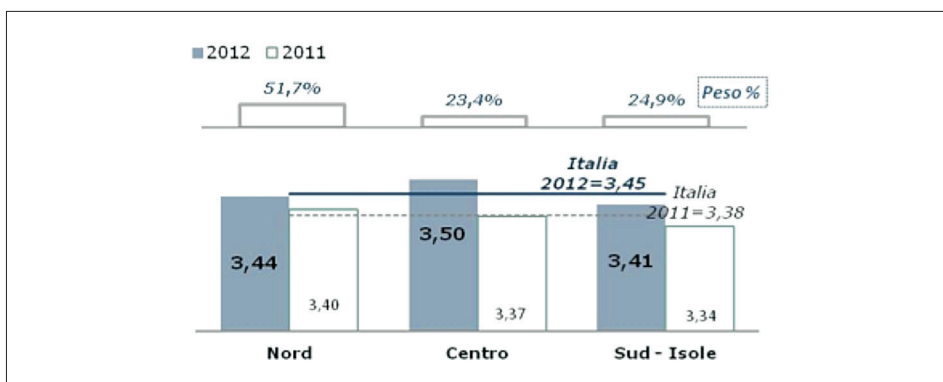


Grafico 3: Distribuzione % dei questionari per area geografica - Anno 2012.

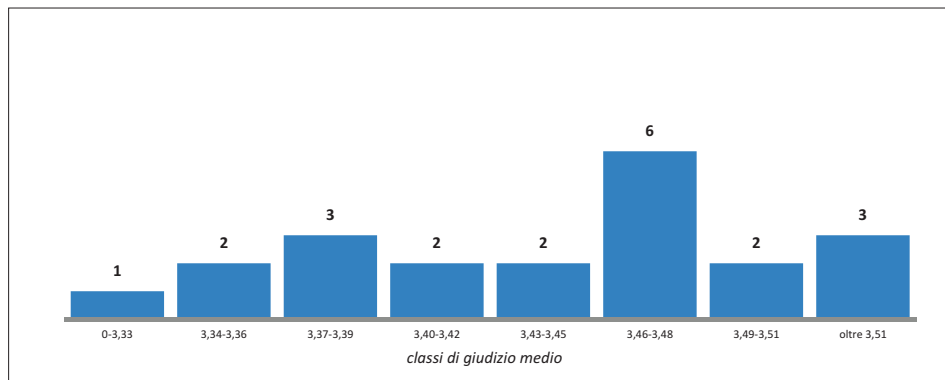
Il livello medio di soddisfazione degli utenti riguardo i servizi erogati dall’Istituto è risultato pari a 3,45, in crescita rispetto al 2011 quando tale valore era pari a 3,38. A livello territoriale (grafico 4) questa tendenza positiva si è riscontrata su tutte e tre le aree geografiche d’Italia, seppur con alcune differenze. In particolare il valore più elevato si è registrato nell’Italia Centrale (3,50), mentre l’anno precedente il livello più alto era localizzato al Nord (3,40). Anche nel 2012 il livello più basso si è registrato nell’area Sud-Isole (3,41). Per le sedi operative del Nord, dove il peso dei questionari raccolti è maggiore, il giudizio medio è stato pari a 3,44, collocandosi quindi tra il valore massimo e il valore minimo.



(\*): sono considerate solo le risposte valide

Grafico 4: Giudizio medio\* e distribuzione % delle risposte per area geografica - Anni 2011 e 2012.

A livello di Direzione Regionale la distribuzione dei giudizi medi registrati sul territorio nazionale ha assunto una forma non riconducibile a distribuzioni statistiche note. Raggruppando secondo una scala crescente i giudizi osservati nelle Direzioni Regionali (grafico 5) vi è una concentrazione di valori rispetto ad un solo range di giudizi medi (3,46-3,48), identificando quindi una distribuzione di frequenza unimodale.



(\*): si intendono anche le Direzioni Provinciali di Trento e Bolzano

Grafico 5: Distribuzione di frequenza dei giudizi medi di Direzione Regionale\* - Anno 2012.

La Direzione Regionale mediana, ossia la direzione “centrale” al di sotto e al di sopra della quale si concentrano il 50% dei giudizi medi, risulta essere la D.R. Piemonte (compresa nella classe 3,46-3,48) leggermente superiore alla classe 3,43-3,45, dove è compreso il valore medio nazionale. Questo significa che alcune Direzioni con un portafoglio utenti importante hanno fatto registrare giudizi medi inferiori alla media nazionale (grafico 6).

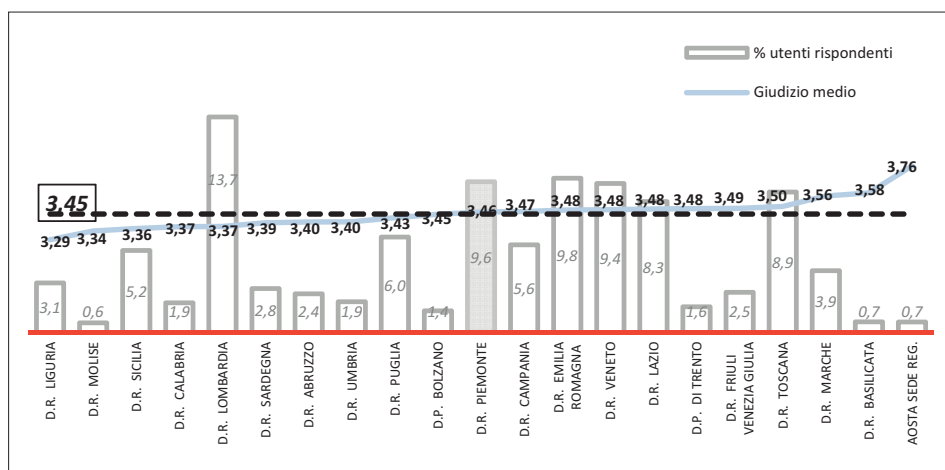
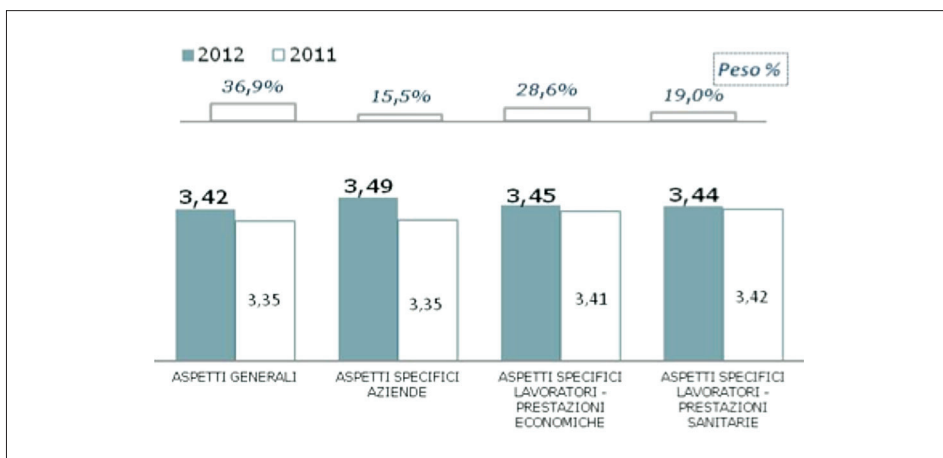


Grafico 6: Distribuzione degli giudizi medio per Direzione Regionale - Anno 2012.

Dalla rappresentazione del grafico 6 si osserva che in tutte le D.R. il giudizio medio rilevato è stato superiore al valore obiettivo d'Istituto (3,00). Il range dei giudizi medi varia da un minimo registrato in corrispondenza della D.R. Liguria (3,29) fino a un massimo (3,76) della sede regionale di Aosta. Nella stessa rappresentazione grafica si riportano anche i pesi, in termini percentuali, degli utenti a livello di singola D.R.

Focalizzando l'attenzione sulle D.R. con un portafoglio utenti più importante emergono i risultati che si registrano nella D.R. Lombardia (con il 13,7% di utenti totali) dove il livello di soddisfazione è stato pari a 3,37, quelli della D.R. Piemonte pari a 3,46 e della D.R. Emilia Romagna pari a 3,48; anche la D.R. Lazio, che rappresenta oltre l'8% del bacino utenti nazionale, ha fatto registrare un giudizio medio di pari valore.

Relativamente alle macro-aree del servizio offerto dall'Istituto, cioè raggruppando in modo omogeneo i giudizi sui singoli aspetti del servizio stesso, si riportano le analisi che si differenziano sostanzialmente per tipologia di utente finale (grafico 7). Rispetto al 2011 si è osservato un generale miglioramento dei giudizi medi rilevati su ogni macro-area del servizio; con particolare attenzione al miglioramento registrato nella macro-area afferente agli aspetti specifici delle aziende (dal 3,35 nel 2011 al 3,49 nel 2012). Riguardo agli aspetti specifici dei servizi erogati ai lavoratori si registrano invece miglioramenti più modesti.



(\*): sono considerate solo le risposte valide

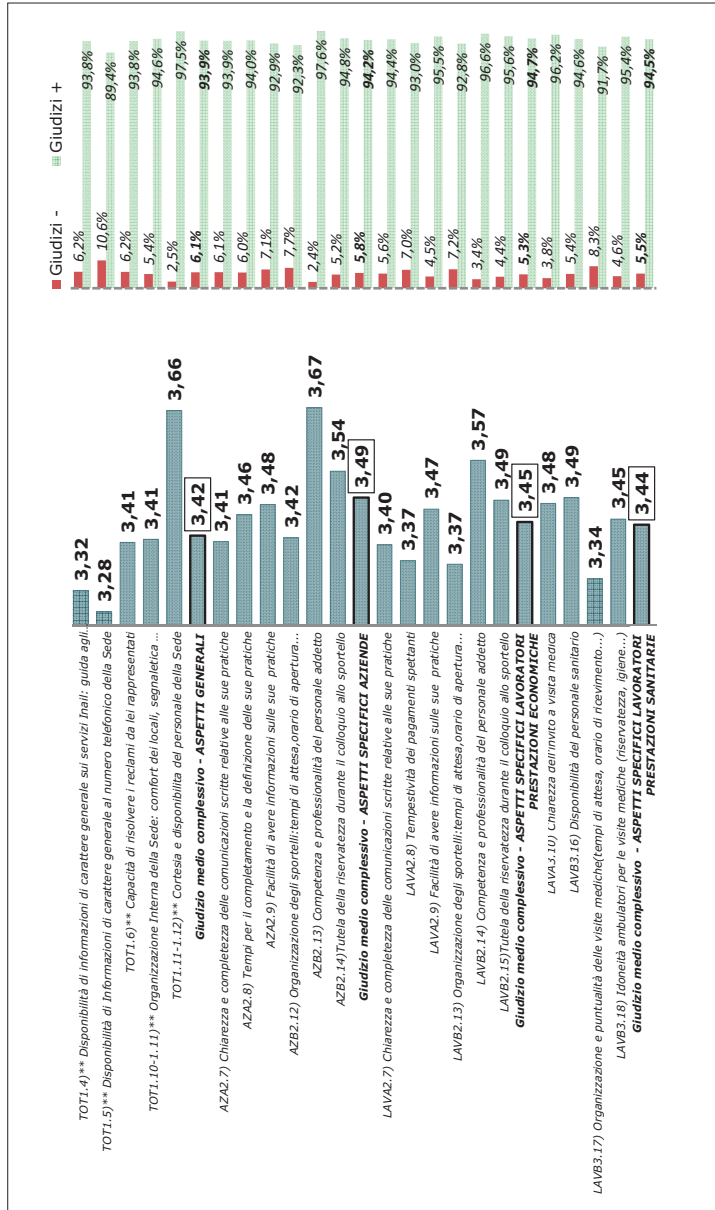
Grafico 7: Giudizio medio\* e distribuzione % delle risposte per macro-area del servizio erogato - Anni 2011 e 2012.

Analizzando più dettagliatamente i singoli aspetti inclusi in ciascuna macro-area del servizio (grafico 8), si nota che il giudizio medio complessivo della categoria “aspetti generali” (3,42) è compreso tra un range di valori che va dal 3,28 per “Disponibilità di informazioni di carattere generale al numero telefonico della Sede” al 3,66 relativo alla “Cortesìa e disponibilità del personale della Sede”.

Per gli “aspetti specifici delle aziende”, il cui giudizio medio è pari a 3,49, si ha un valore minimo (3,41) in corrispondenza della domanda “Chiarezza e completezza delle comunicazioni scritte relative alle sue pratiche” e un massimo (3,67) in corrispondenza della domanda “Competenza e professionalità del personale addetto”. Riguardo gli “aspetti specifici dei lavoratori”, distinguendo tra quelli riconducibili a prestazioni di natura economica (indennizzi monetari) e quelli afferenti a prestazioni sanitarie (assistenza medica), si registrano giudizi medi molto vicini (rispettivamente 3,45 e 3,44) e inferiori rispetto a quanto rilevato sulle aziende. In corrispondenza della domanda “Competenza e professionalità del personale addetto”, posta nella prima tipologia di prestazioni, si è rilevato il giudizio medio più elevato (3,57), mentre tra le domande relative alla seconda tipologia di prestazioni il giudizio più positivo è stato registrato in corrispondenza di “Disponibilità del personale sanitario” (3,49).

I valori medi precedentemente osservati trovano ulteriore conferma se si analizza anche la ripartizione percentuale delle risposte ritenute positive (quelle identificate dall'utente con “Abbastanza soddisfatto” o con “Molto soddisfatto”) e negative (quelle identificate dall'utente con “Per niente soddisfatto” o con “Poco soddisfatto”) registrate su ciascun aspetto del servizio oggetto di studio (grafico 8).

Grafico 8: Giudizio medio\* per tipologia di servizio erogato e distribuzione % delle risposte (negative/positive) - Anno 2012.



(\*) sono considerate solo le risposte valide



#### 4.2 *Analisi del livello di soddisfazione nelle nuove sedi operative dei due settori: Navigazione e Ricerca, Certificazione e Verifica*

Tenuto conto che la popolazione degli utenti che usufruisce dei servizi di competenza ai nuovi settori Navigazione e Ricerca presso le sedi operative è notevolmente inferiore a quella che si rivolge alle sedi “classiche” dell’Inail, consegue che la numerosità campionaria sia ridotta in proporzione alla popolazione di riferimento.

In questa prima edizione di C.S. riguardante la qualità dei servizi erogati dall’Istituto attraverso i compartimenti/centri operativi del settore Navigazione e i dipartimenti del settore Ricerca, Certificazione e Verifica le analisi vanno interpretate in chiave puramente “sperimentale” in quanto la bassa numerosità campionaria non permette analisi di dettaglio che siano rappresentative del fenomeno oggetto di studio.

Relativamente al campione statistico del settore Navigazione esso è costituito da 117 questionari distinti per i seguenti canali di rilevazione e per categoria come sintetizzato nella tabella sottostante:

Tabella 2

*Questionari per fonte e utente - Settore Navigazione.*

Fonte	Numero di questionari		
	Aziende	Lavoratori	Totale
Web	24	-	24
Posta	-	93	93
Totale	24	93	117

I questionari vengono somministrati alle aziende attraverso il canale web; gli utenti-lavoratori, previo invito da parte dell’Istituto tramite posta ordinaria, compilano invece il questionario in forma cartacea e lo inviano tramite il medesimo canale.

A scopo puramente esemplificativo, nel 2012 il grado medio di soddisfazione per il complesso dei servizi erogati dal settore Navigazione è stato pari a 2,82, al di sotto del valore obiettivo d’Istituto (3,00). Tale valore è il risultato di una mera elaborazione dei giudizi rilevati sull’esiguo numero di questionari pervenuti e non può dare, quindi, alcuna indicazione di tendenza sul fenomeno oggetto di studio.

Riguardo al campione statistico del settore Ricerca esso è costituito da 298 questionari distinti per i seguenti canali di rilevazione come sintetizzato nella tabella sottostante:

Tabella 3

*Questionari per fonte - Settore Ricerca.*

Fonte	Numero di questionari <i>Aziende</i>
Web	21
Sportello	244
Totale	298

I questionari somministrati hanno interessato solamente le aziende in quanto rappresentano gli unici utenti che usufruiscono dei servizi (certificazione e verifica di impianti) erogati dall'Istituto e di competenza del settore Ricerca.

Limitatamente a "come" le aziende/datori di lavoro partecipano all'indagine si evince che il 93% dei questionari è stato compilato attraverso lo sportello, mentre per il 7% attraverso il canale telematico.

In linea di principio a quanto specificato sopra, nel 2012 il livello generale di soddisfazione per il complesso dei servizi erogati dal settore Ricerca è stato pari a 3,58, ampiamente superiore al valore obiettivo d'Istituto (3,00). Anche in questo caso si rimarca che il valore ottenuto è il risultato di una mera elaborazione dei giudizi rilevati sul limitato numero di questionari pervenuti e non può dare, quindi, alcuna indicazione di tendenza sul fenomeno oggetto di studio.

## 5. Conclusioni

Dopo aver ultimato le analisi dei dati, l'indagine di C.S. si completa con l'indispensabile riflessione "del cosa fare". Perciò i risultati dell'indagine debbono essere comunicati a tutti i soggetti interessati (Organi istituzionali dell'Istituto) per permettere a tutti di disporre di informazioni aggiornate sulla percezione della qualità del servizio erogato agli utenti (lavoratori e aziende). Successivamente a tale operazione sarà così possibile pianificare le relative azioni di miglioramento che, se condivise da tutti, avranno gli effetti positivi auspicati e troveranno conferma nelle successive indagini di C.S.

I risultati delle indagini di C.S. trovano particolare utilità nei casi in cui:

- si vogliono definire nuove modalità di erogazione dei servizi o interventi di miglioramento diversi da quelli esistenti, dimensionandone le caratteristiche tecniche alle effettive esigenze degli utenti;
- si debbano individuare gli obiettivi delle politiche di intervento e definire le scelte e le relative priorità;
- si intenda valutare l'impatto degli interventi di miglioramento dei servizi effettuati, per verificarne il riconoscimento da parte dell'utente finale;
- si voglia favorire il coinvolgimento e la partecipazione dell'utente nelle fasi di accesso, di fruizione e di valutazione del servizio, in modo da rafforzare il rapporto di fiducia tra amministrazione e utenti;
- si vogliono attivare strumenti di controllo e valutazione interni (controllo di gestione, valutazione dei dirigenti, controllo strategico ecc.).

## RIASSUNTO

L'indagine di Customer Satisfaction (C.S.) è un modo per misurare il grado di soddisfazione degli utenti. In Inail essa ha avuto il suo sviluppo a partire dalla fine degli anni '90, collocandosi all'interno del "Progetto per l'adozione di un Sistema Qualità". A seguito dell'accorpamento degli enti pubblici *ex* Ipsema ed *ex* Ispesl nell'Istituto si è resa necessaria una revisione del processo di rilevazione sia in termini qualitativi che quantitativi. Specificatamente, in funzione delle peculiarità dei servizi erogati dagli Enti incorporati (ad es: certificazione/verifica impianti, prestazioni economiche per malattia generica, per maternità obbligatoria e per congedo parentale facoltativo), si è proceduto alla modifica di alcuni punti dello strumento di rilevazione (questionario utenti - lavoratori e aziende), e, in relazione alla nuova struttura territoriale dell'Istituto e della platea di utenti, si è assistito ad una implementazione del numero delle sedi operative e dei canali di rilevazione con l'aggiunta di quello postale.

Ciò premesso, la numerosità campionaria complessiva per l'analisi di C.S. è stata rimodulata, non solo, in funzione del portafoglio utenti di sede, ma anche dall'insieme dei servizi offerti dall'Inail e da ciascun *ex* Ente coinvolto (36 dipartimenti Ispesl e 7 compartimenti/centri operativi Ipsema) nel processo di incorporazione.

Il lavoro dà conto, oltre che degli aspetti metodologici e delle implementazioni intervenute nell'impianto di rilevazione, dei risultati di C.S. per l'anno 2012.

## SUMMARY

Customer Satisfaction survey (C.S.) is a system to measure how services supplied by a company meet or exceed customer expectations. It has developed in

Inail since the 90's, into the "Project for the adoption of a Quality System". Following the merger of both public authorities Ipsema and Ispesl into Inail it was necessary a revision of the C.S. process in both qualitative and quantitative terms. Specifically, taking into account the services provided by the public authorities incorporated (e.g. certification/verification of systems, illness benefits, maternity and parental benefits), it was decided to modify some items of the questionnaire submitted to both workers and companies, and, in relation to the new territorial structure of the Institute and the new customer, there was an rise in the number of agencies as well as the introduction of the postal channel. Consequently there was an increase in size of the overall sample for the survey, not only as a function of the portfolio users of any agency, but also by all the services provided by each public authority involved (36 and 7 compartments Ispesl departments / centers operating Ipsema) in the process of incorporation. The work describes the methodological aspects and the changing occurred in the system as well as the Customer Satisfaction highlights for the year 2012.