



CAMERA DI COMMERCIO  
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI  
bellezza e impresa

# CUSTOMER SATISFACTION 2025

Esiti dell'indagine

20 ottobre - 23 novembre 2025



# Esiti dell'indagine

L'indagine di Customer Satisfaction 2025, svolta nel periodo autunnale tramite questionario online, conferma e consolida il giudizio positivo dell'utenza verso l'Ente evidenziando una forte tenuta della reputazione istituzionale e un apprezzamento per la transizione digitale, pur con nuove sfide legate alla semplificazione.

Il **campione finale** è costituito da **284 stakeholder**. La composizione vede una netta prevalenza delle imprese (69,7%), dato in crescita rispetto al 67,8% del 2024, confermando il mondo produttivo come interlocutore principale; in particolare la partecipazione delle imprese individuali ha avuto un incremento di +7.7 pp (dal 16% al 23,7%) mentre le società sono diminuite complessivamente di 9,2%. Seguono intermediari e associazioni di categoria (18,7%). Si conferma, dunque, la centralità del mondo imprenditoriale come interlocutore primario. A livello territoriale, il 69% delle risposte proviene dalla provincia di Treviso e il 17,6% da quella di Belluno, con una quota restante che opera su entrambe o nessuna delle due.

## Immagine e percezione dell'Ente

L'immagine della Camera di Commercio si mantiene su livelli di eccellenza. Aggregando i giudizi "Molto d'accordo" e "Abbastanza d'accordo", emergono risultati lusinghieri per le caratteristiche identitarie dell'Ente:

- **Trasparenza e competenza:** l'Ente è percepito come "Trasparente e corretto" dalla quasi totalità dei rispondenti (117 "Molto" + 142 "Abbastanza") e dotato di "Personale professionale e competente" (130 "Molto" + 123 "Abbastanza"). Quest'ultimo punto si conferma uno dei punti di forza assoluti, con 253 risposte positive su 284 pari all'89% dei partecipanti.
- **Innovazione:** rispetto al 2024, si rafforza, con un aumento del 5%, la percezione di un Ente "Innovativo e all'avanguardia" (239 giudizi positivi su 284), segno che gli investimenti tecnologici sono riconosciuti dall'utenza e il dato premia gli sforzi di digitalizzazione degli ultimi anni.
- **Relazione:** anche la facilità di relazione ottiene ottimi riscontri, con 234 utenti che si dichiarano d'accordo sulla facilità di interazione con la struttura. "Efficiente e ben organizzata" mantiene una valutazione molto alta con 229 giudizi positivi complessivi pari all'80%, con personale competente e professionale per 253 utenti pari all'89,1% dei partecipanti.

## Qualità dei servizi e interazione

La soddisfazione complessiva per la qualità dei servizi (anche digitali) è molto elevata: il **91,2%** dell'utenza si dichiara soddisfatta (35,6% "Molto" e 55,6% "Abbastanza"). Solo il 6% esprime un giudizio "Poco" soddisfatto. Analizzando il trend degli ultimi 2-3 anni, l'utenza percepisce un netto miglioramento, in particolare nella disponibilità di **servizi fruibili online** (141 risposte "Migliorata") e nella **velocità di risposta** (100 risposte "Migliorata").

L'interazione umana rimane un punto di forza imprescindibile: la "**Cortesìa e rispetto**" del personale raccoglie 203 giudizi "Buono", confermando i livelli di eccellenza del 2024, seguita dalla "**Chiarezza delle informazioni fornite**" (171 "Buono").

## Modalità di accesso e digitalizzazione

Si accentua il trend di smaterializzazione degli sportelli fisici. Nel 2025, l'accesso ai servizi "prevalentemente di persona" scende al **10,6%** (era il 16,4% nel 2024). Oltre l'82% dell'utenza interagisce ormai prevalentemente a distanza, tramite piattaforme online (46,8%) o canali web/email (35,6%) o attraverso il telefono (7%).



Chi utilizza i **servizi online** (il 73,6% del campione) esprime un gradimento altissimo: il **95,7%** si dichiara soddisfatto (40,2% “Molto” + 55,5% “Abbastanza”). Un dato particolarmente significativo riguarda il **confronto con altre PA**: il **59,8%** degli utenti ritiene che i servizi digitali camerale siano “più facilmente **accessibili e utilizzabili**” rispetto a quelli di altre Pubbliche Amministrazioni. Tuttavia, emerge un segnale di attenzione: il **31,6%** dell’utenza chiede che la modalità di accesso venga ulteriormente “**semplificata**”, un dato che riflette alcune **criticità** segnalate nelle risposte aperte riguardo a procedure di sicurezza informatica (SPID/App) talvolta percepite come macchinose, una richiesta chiara da cogliere per le future implementazioni.

## Canali di comunicazione

La **Newsletter camerale** (CRM) e il **Sito Web** si confermano i pilastri dell’informazione, indicati rispettivamente da 219 e 164 utenti come strumenti primari di ricerca per iniziative e novità. Il giudizio sul sito web istituzionale è largamente positivo, specialmente per i contenuti (139 giudizi “Buono”) e la chiarezza.

Per quanto riguarda i nuovi strumenti innovativi introdotti tra il 2024 e il 2025:

- Il **Chatbot - Voicebot “Aurora”** presenta ancora ampi margini di crescita nella penetrazione dell’utenza: circa la metà del campione (149 utenti) non è ancora in grado di valutarlo (“Non so”), segno che lo strumento non è ancora entrato nella quotidianità di tutti.
- Il nuovo canale **WhatsApp “La Camera in ascolto”**, attivato a **ottobre 2025**, è ancora in fase iniziale, con 202 utenti che non sono ancora in grado di esprimere un giudizio, tuttavia, considerando che il servizio era attivo solo da un paio di settimane durante la somministrazione del questionario, ha già registrato segnali di apprezzamento (57 giudizi positivi tra buono e discreto).

## Bisogni prioritari e suggerimenti: la voce degli Stakeholder

Per orientare l’attività camerale sempre più verso l’utente e innalzare la qualità dei servizi, anche nel 2025 è stata offerta con l’indagine l’opportunità di segnalare bisogni e suggerire modalità di miglioramento per i servizi camerale.

L’analisi approfondita delle **priorità** (domanda 5.1) e dei **suggerimenti a risposta aperta** (domanda 5.2) restituisce indicazioni strategiche cruciali per l’agenda futura dell’Ente. Sebbene la maggioranza relativa dei commenti esprima un pieno gradimento senza ulteriori richieste (160 risposte “Va bene così”), chi avanza proposte delinea con nettezza le aree di intervento.

1. **L’urgenza della semplificazione**: il dato più eclatante dell’indagine 2025 riguarda la richiesta di “**Semplificazione della burocrazia**”. Con ben **157 preferenze**, questa voce domina la classifica dei bisogni, distanziando in modo abissale tutte le altre priorità. Non si tratta di una richiesta generica, ma di un appello concreto che emerge prepotentemente anche nei commenti qualitativi: le imprese segnalano “**troppi documenti**” e “**lungaggini**” per accedere ai bandi, definendo talvolta le procedure “**farraginose**” o “**eccessivamente pignole nella forma**”.

L’utenza chiede procedure più snelle, accessibili anche a soggetti meno strutturati, per evitare che la complessità amministrativa vanifichi le opportunità di sviluppo.

2. **Le priorità operative: finanza e competenze**

Subito dopo la sburocratizzazione, le imprese invocano un supporto tangibile per la crescita:



- **Accesso alle risorse:** 94 utenti indicano come prioritario il supporto per conoscere e accedere a finanziamenti e PNRR. La richiesta qualitativa è di non limitarsi a “vetrine” di opportunità, ma di offrire un accompagnamento pratico alla compilazione delle domande e alla stesura dei business plan, superando la sola logica del rinvio a consulenti esterni.
  - **Capitale umano:** la formazione dei dipendenti (88 preferenze) e la ricerca di personale (73 preferenze) rappresentano il secondo grande asse di bisogno. Le aziende chiedono all’Ente di facilitare l’incontro domanda-offerta e di promuovere formazione tecnica specifica (es. settore alimentare, sicurezza, lingue per l’export).
- 3. Il nodo cruciale: “Relazione umana vs automazione”.** Dalle risposte aperte emerge con forza un segnale d’allarme riguardante la digitalizzazione del supporto. Sebbene i servizi online siano apprezzati, l’utenza manifesta una **resistenza critica verso l’eccessiva automazione dell’assistenza**. Numerosi commenti lamentano la difficoltà di interagire con i nuovi sistemi di **Intelligenza artificiale (voicebot in particolare)**, descritti talvolta come incapaci di risolvere problemi complessi. La richiesta è inequivocabile: **“Mantenere il contatto umano”**. Le imprese chiedono di poter parlare telefonicamente con operatori competenti quando la procedura digitale si blocca (es. *firma digitale, CNS, portale Impresa Italia*) e di ripristinare, ove possibile, l’assistenza in presenza o telefonica diretta, evitando che la tecnologia diventi un muro tra Istituzione e utente.
- 4. Comunicazione “su misura”.** Infine, emerge il desiderio di una comunicazione più profilata. Gli utenti suggeriscono di superare le comunicazioni generiche a favore di flussi informativi “filtrati” per settore di attività (es. bandi solo per l’artigianato o l’agricoltura), evitando il sovraccarico di email non pertinenti e rendendo più facile l’intercettazione delle opportunità specifiche.

## Conclusioni

In sintesi, l’indagine 2025 restituisce la fotografia di una Camera di Commercio percepita come **solida, competente, innovativa e trasparente**, che ha vinto la sfida della transizione digitale nei volumi di utilizzo, ma che è ora chiamata a concentrare gli sforzi sulla **“semplificazione”** dell’esperienza utente (UX) e sul mantenimento di un **canale di ascolto umano a supporto della tecnologia**.

*Il documento che riassume i risultati dell’indagine generale, la comparazione dei dati 2025 con quelli 2024, da cui si evincono informazioni molto incoraggianti, viene consegnato alle Consigliere e ai Consiglieri, nonché al Collegio dei Revisori e all’OIV dell’Ente.*

*Il Presidente, il Segretario Generale e il gruppo dirigente ringraziano tutti coloro che hanno partecipato all’indagine per il prezioso contributo offerto e si impegnano a garantire anche per il futuro un alto standard di qualità dei servizi, la vicinanza ai bisogni degli stakeholder e l’utilizzo di strumenti/formule organizzative altamente innovativi.*

# Novità del 2025

## Risultati delle indagini settoriali sui servizi: visione d'insieme del nuovo sistema di ascolto

### L'ascolto mirato

Un importante elemento di novità del 2025 è rappresentato dall'avvio del programma triennale di ascolto, che affianca alla **rilevazione generale** una serie di **"indagini verticali"** focalizzate su specifici servizi.

Nel secondo semestre 2025, superando l'obiettivo iniziale di 5 rilevazioni settoriali pianificate, l'Ente ha somministrato ben 7 customer satisfaction settoriali sui servizi, raccogliendo complessivamente **261 questionari compilati aggiuntivi**.

I focus hanno riguardato: ***Servizi Certificativi per l'Estero, Centro Servizi Polifunzionali Belluno, Centro Servizi Polifunzionali Conegliano, Punto Impresa Digitale (PID), Brevetti e Marchi, Concorsi a Premio, Servizio sperimentale di "Memorandum rinnovo marchi"***.

Dall'analisi trasversale di questi 7 report emergono dati di estremo interesse:

- **Soddisfazione ai massimi livelli:** il gradimento registrato nelle indagini verticali è addirittura superiore alla media generale. La somma dei giudizi "Molto" e "Abbastanza soddisfatto" tocca il 100% per il Memorandum Marchi, i Concorsi a Premio e la sede di Conegliano e si attesta tra il 91% e il 98% per tutti gli altri servizi (Estero, Belluno, PID, Brevetti).
- **La "resistenza" dello sportello fisico:** nelle sedi decentrate (Belluno e Conegliano) e nei servizi complessi emerge una forte richiesta di mantenere o ripristinare servizi "in presenza". In particolare, viene segnalato il desiderio di poter richiedere nuovamente dispositivi come la CNS/Firma Digitale allo sportello fisico, lamentando talvolta difficoltà con l'assistenza virtuale o le procedure di prenotazione obbligatoria.
- **Richiesta di guida nella complessità:** sebbene la competenza del personale sia lodata ovunque (es. ufficio Brevetti e Marchi), le imprese chiedono ulteriore semplificazione burocratica. Emerge la necessità di guide operative più chiare per i "Concorsi a premio", di indicazioni puntuali nelle email di avviso scadenza marchi e di un supporto più diretto nella compilazione delle domande per i bandi del PID.

In sintesi, l'approccio verticale del 2025 ha permesso di confermare l'eccellenza operativa dei singoli uffici, facendo emergere al contempo un bisogno latente: l'utenza apprezza l'efficienza digitale, ma chiede che questa non sostituisca completamente il supporto consulenziale umano nelle pratiche più complesse.

**Consulta le indagini nel sito [www.tb.camcom.gov.it](http://www.tb.camcom.gov.it)**





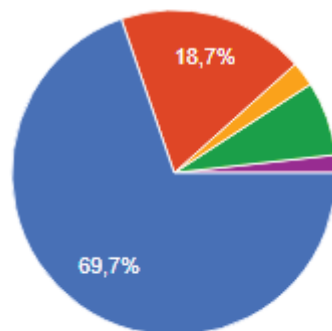
# ESITI DELL'INDAGINE 2025

## Area 1: Generale

284 risposte

### 1.1 Ti rivolgi alla Camera di Commercio come:

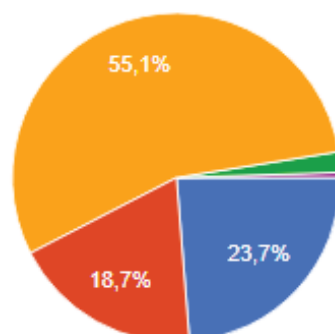
284 risposte



- Impresa
- Intermediario / Professionista / Associazione di categoria
- Publica Amministrazione
- Cittadino / Consumatore / Studente
- Altro

### 1.2 Se Impresa, contrassegna la tipologia:

198 risposte (Domanda rivolta solo a chi ha selezionato come tipologia "Impresa")

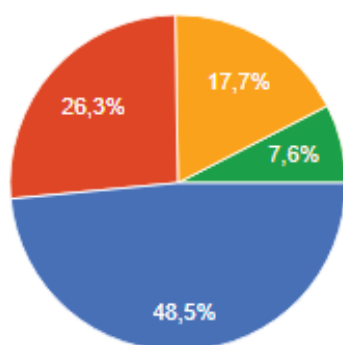


- Impresa individuale
- Società di persone (SNC, SAS, SS)
- Società di capitali (SPA, SRL, SAPA)
- Consorzio, Cooperativa
- Altro



### 1.3 I contatti con la Camera di Commercio da parte della sua azienda avvengono

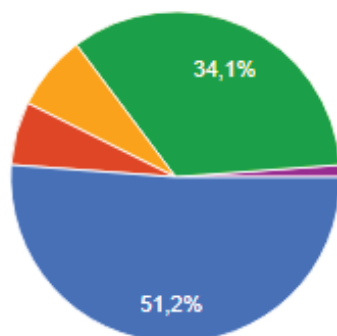
198 risposte (Domanda rivolta solo a chi ha selezionato come tipologia "Impresa")



- Esclusivamente da parte del personale dell'azienda
- Prevalentemente da parte del personale dell'azienda
- Prevalentemente da parte di intermediari
- Esclusivamente da parte di intermediari

### 1.4 Posizione di chi compila il questionario

258 risposte (Domanda rivolta solo a chi ha selezionato come tipologia "Impresa", "Intermediario / Professionista / Ass. di categoria" e "Pubblica Amministrazione")

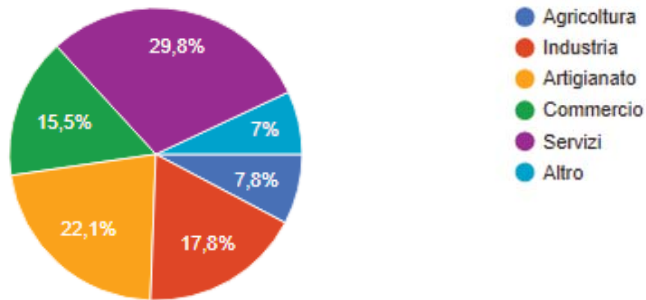


- Titolare
- Presidente / Componente del Consiglio di Amm.ne
- Dirigente / Responsabile
- Personale dipendente
- Altro

## 1.5 Settore merceologico

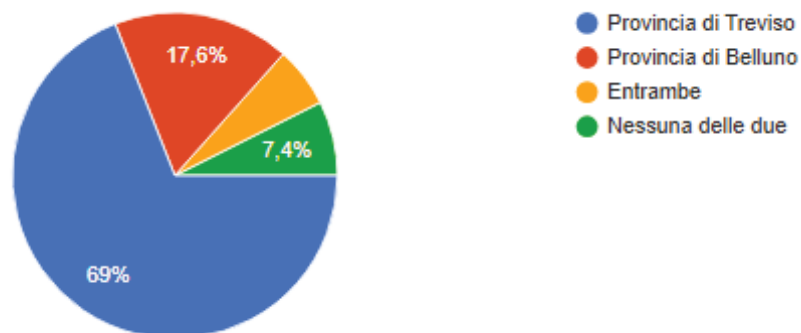
258 risposte

(Domanda rivolta solo a chi ha selezionato come tipologia "Impresa", "Intermediario / Professionista / Ass. di categoria" e "Pubblica Amministrazione")



## 1.6 Qual è la provincia di riferimento della tua attività/interesse?

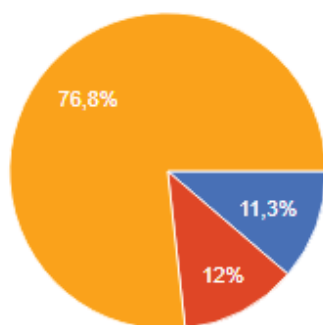
284 risposte





### 1.7 Con quale frequenza, nel corso degli ultimi 12 mesi, hai usufruito dei servizi, anche in modalità digitale, della Camera di Commercio?

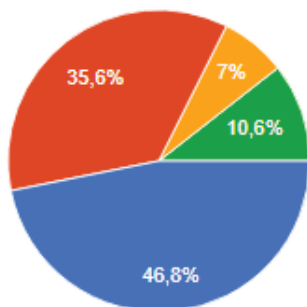
284 risposte



- Almeno una volta a settimana
- Una volta al mese
- Solo quando è servito, non è stato un rapporto costante nel tempo

### 1.8 In che modo hai avuto accesso ai servizi, anche in modalità digitale, nell'ultimo anno?

284 risposte



- Prevalentemente a distanza, tramite piattaforme online
- Prevalentemente a distanza, attraverso e-mail e sito web della Camera di Commercio
- Prevalentemente a distanza, attraverso il telefono/call center
- Prevalentemente di persona, direttamente presso gli uffici



# ESITI DELL'INDAGINE 2025

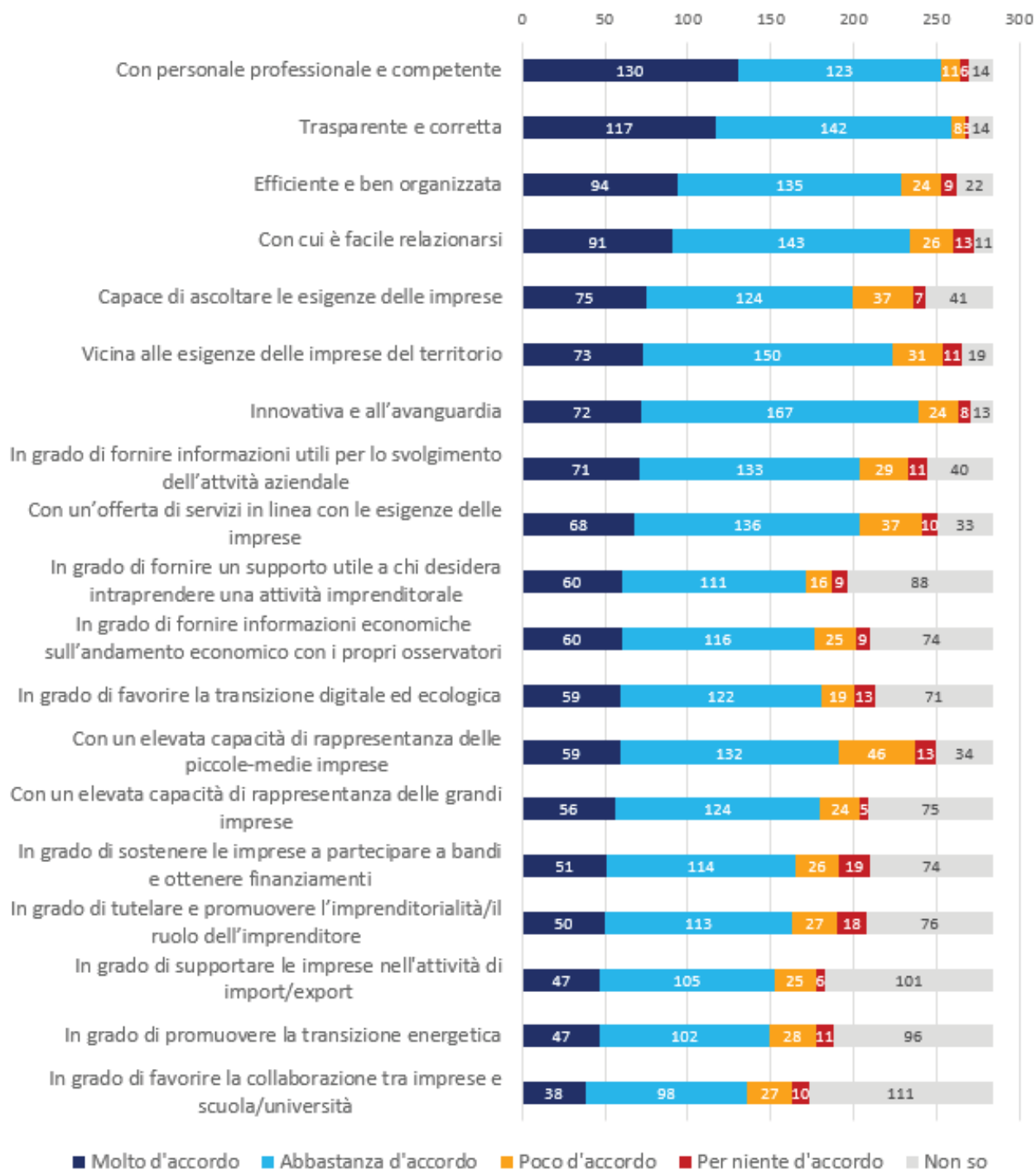
## Area 2: Immagine della Camera di Commercio

284 risposte



## 2.1 Se pensi all'immagine della Camera di Commercio, quanto sei d'accordo con queste caratteristiche:

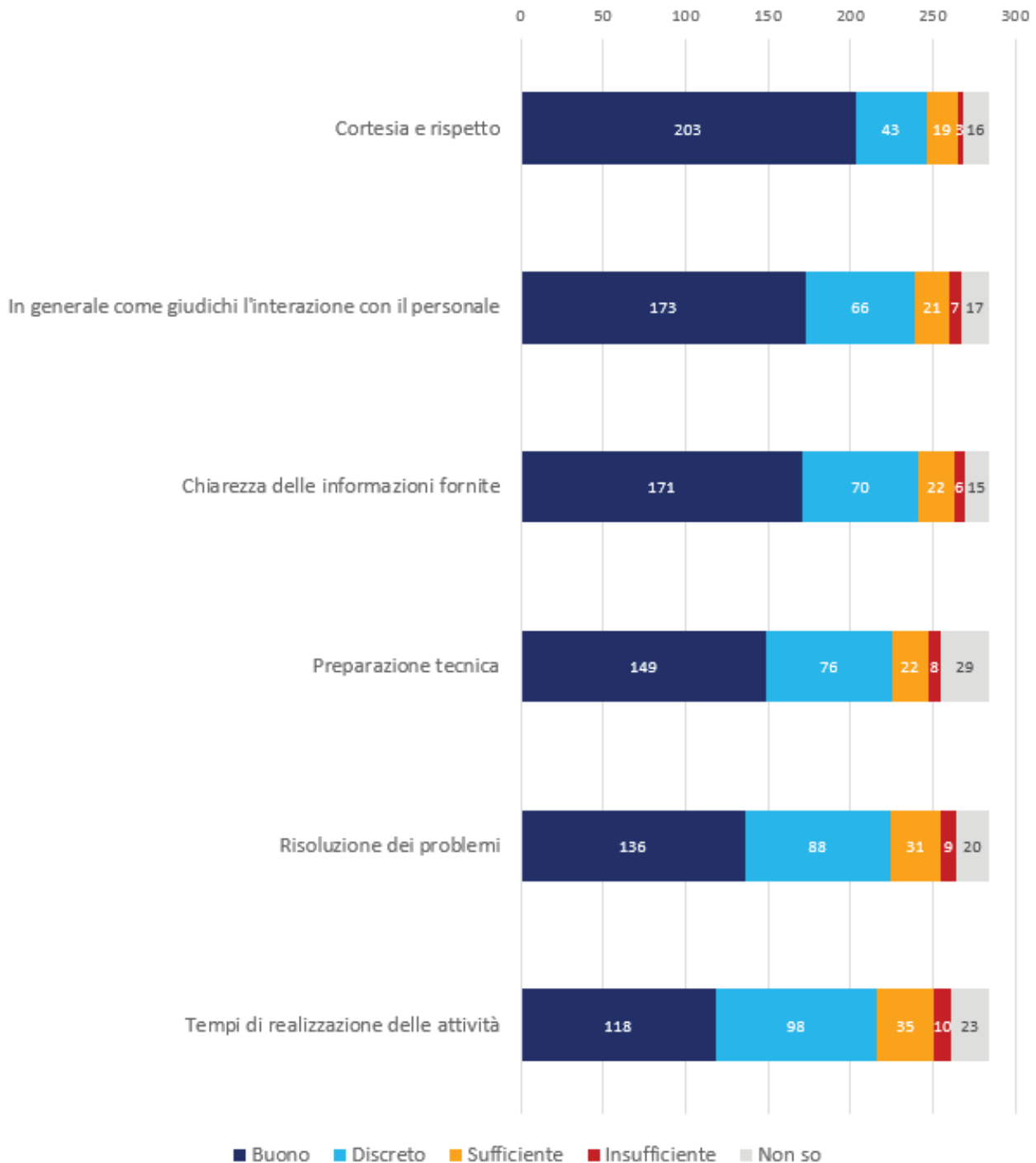
284 risposte





## 2.2 Nelle occasioni in cui hai contattato il personale della Camera quanto ritieni soddisfacente il servizio in questi ambiti?

284 risposte





# ESITI DELL'INDAGINE 2025

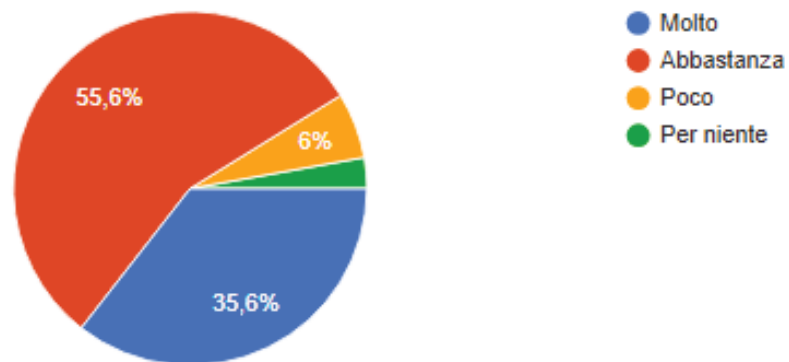
## Area 3: Servizi utilizzati

284 risposte



### 3.1 Ti ritieni complessivamente soddisfatto/a della qualità dei servizi, anche in modalità digitale:

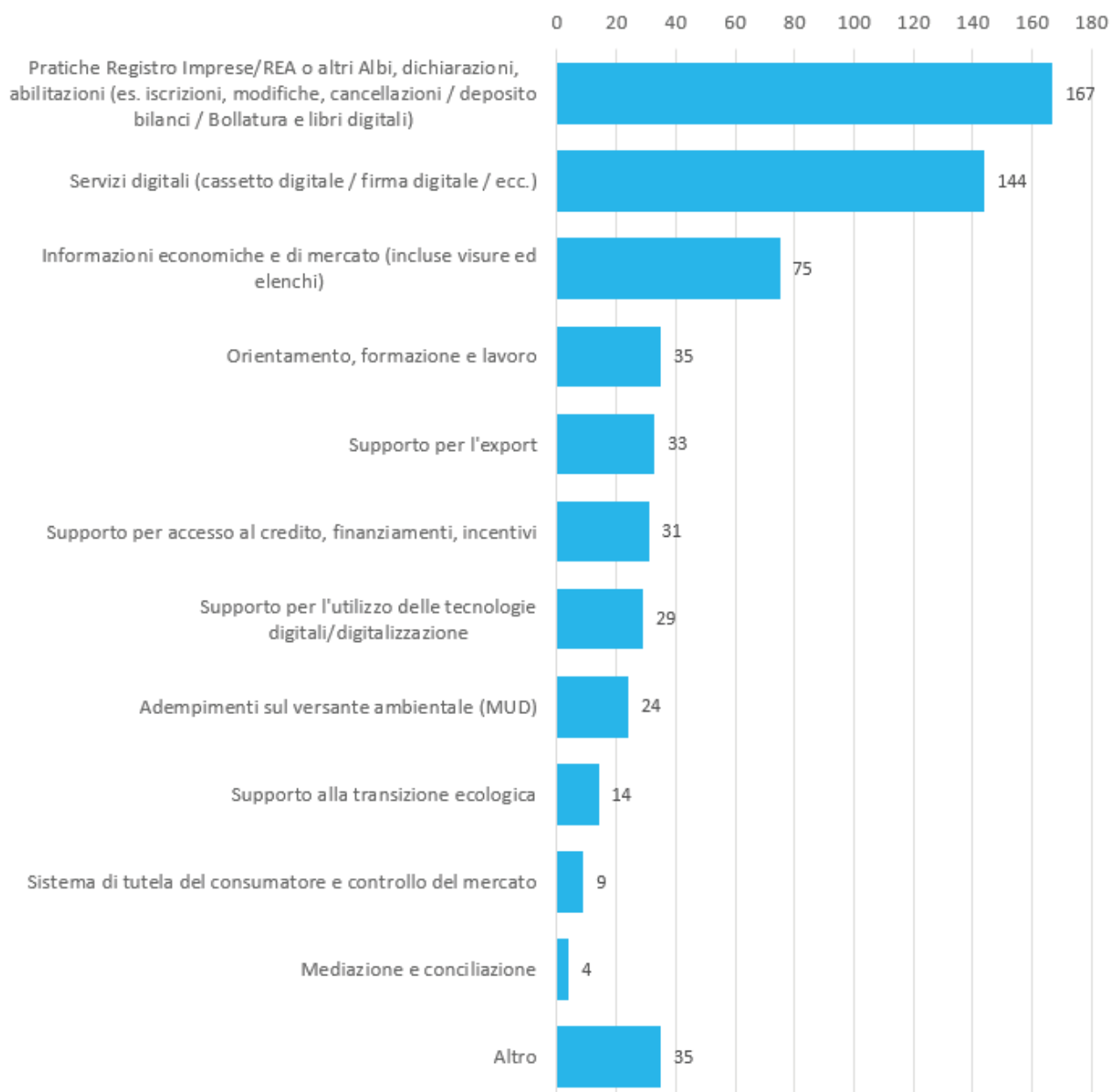
284 risposte





### 3.2 Quali di questi servizi, messi a disposizione dalla Camera di Commercio, utilizzi/hai utilizzato

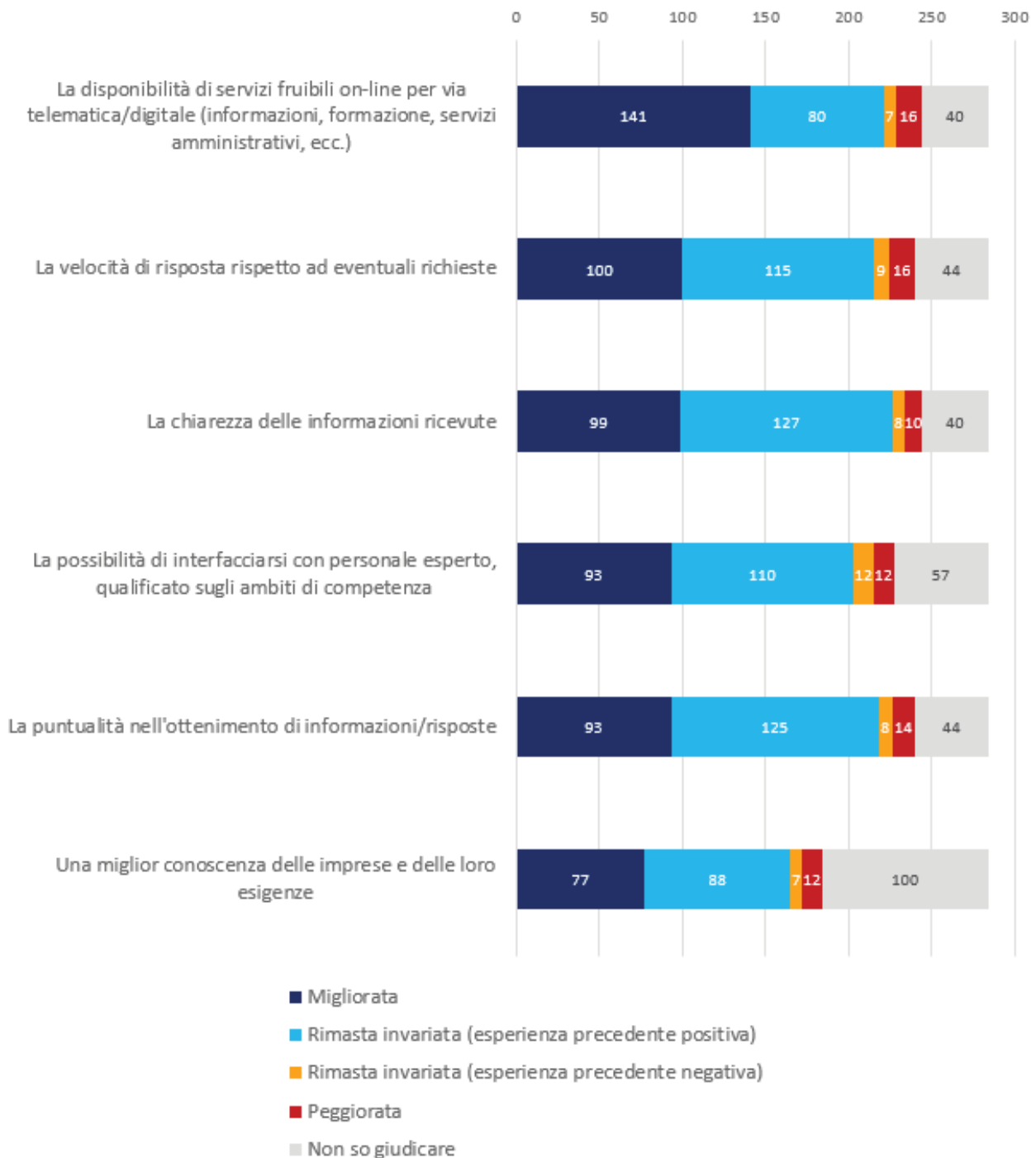
284 risposte (Risposta multipla, selezionabili più opzioni)





### 3.3 Pensando agli ultimi 2/3 anni diresti che i seguenti aspetti della Camera di Commercio e dei servizi offerti sono migliorati, peggiorati o rimasti invariati?

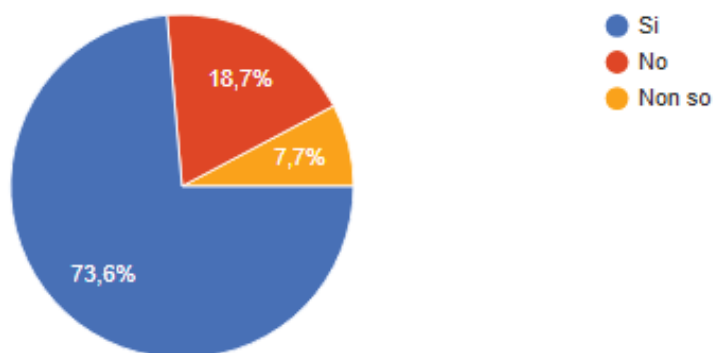
284 risposte





### 3.4 Hai usato i SERVIZI ONLINE della Camera di Commercio?

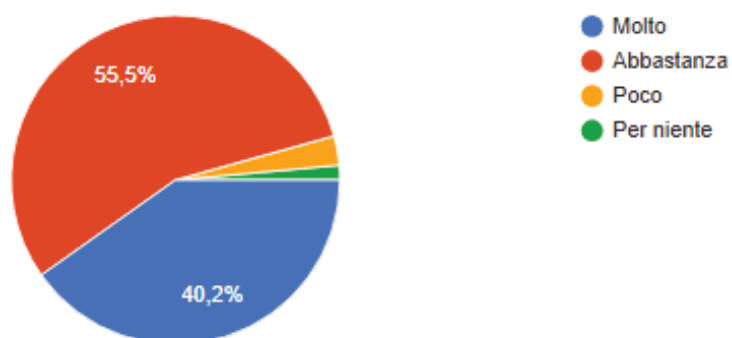
284 risposte



#### 3.4.1 Hai risposto che hai utilizzato i SERVIZI ONLINE della Camera. Ti ha soddisfatto il servizio?

209 risposte

(Domanda rivolta solo a chi ha risposto "Sì" alla domanda 3.4)



### 3.5 Ritieni che i servizi erogati in modalità digitale dalla Camera rispetto a quelli forniti da altre Pubbliche Amministrazioni siano:

209 risposte

(Domanda rivolta solo a chi ha risposto "SI" alla domanda 3.4)





# ESITI DELL'INDAGINE 2024

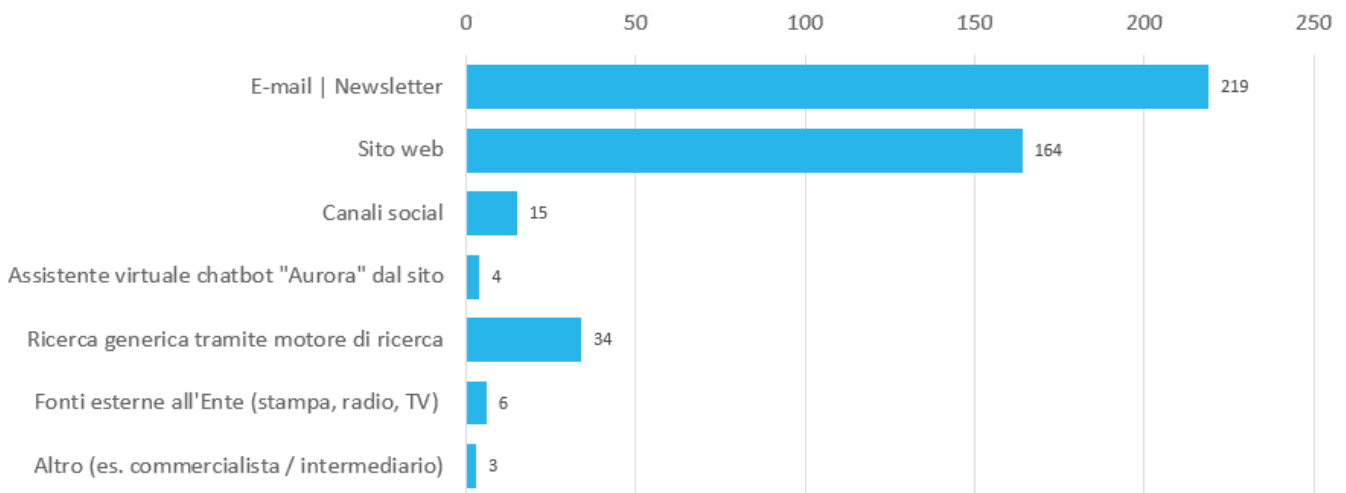
## Area 4: Canali di Comunicazione

284 risposte



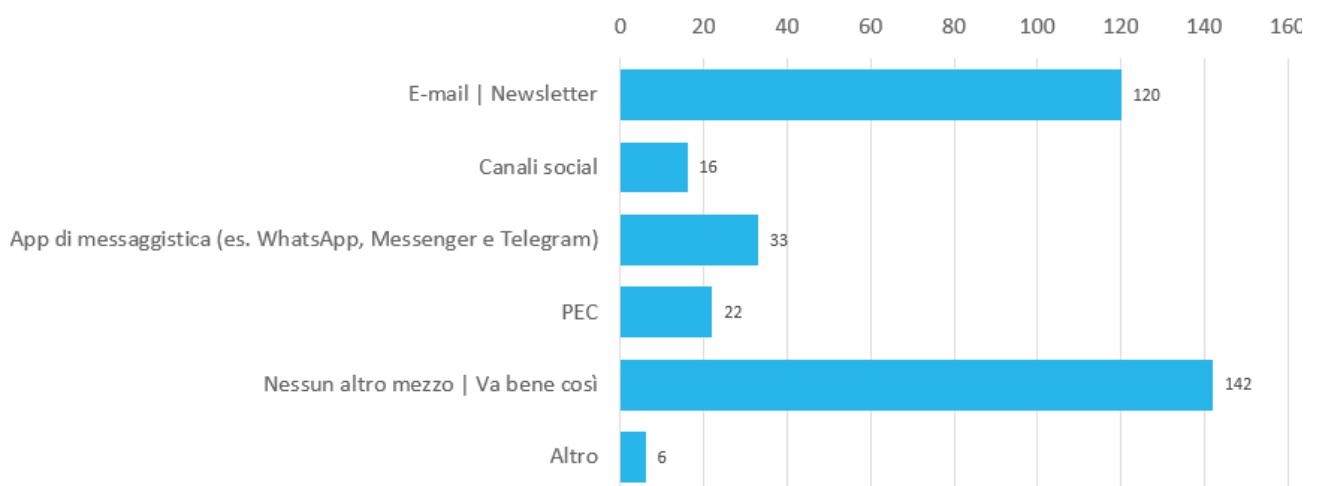
#### 4.1 Quale strumento utilizzi per ricercare le iniziative organizzate dalla Camera di Commercio?

284 risposte (Risposta multipla, selezionabili più opzioni)



#### 4.2 Con quale altro mezzo/modalità vorresti ricevere le comunicazioni dalla Camera di Commercio?

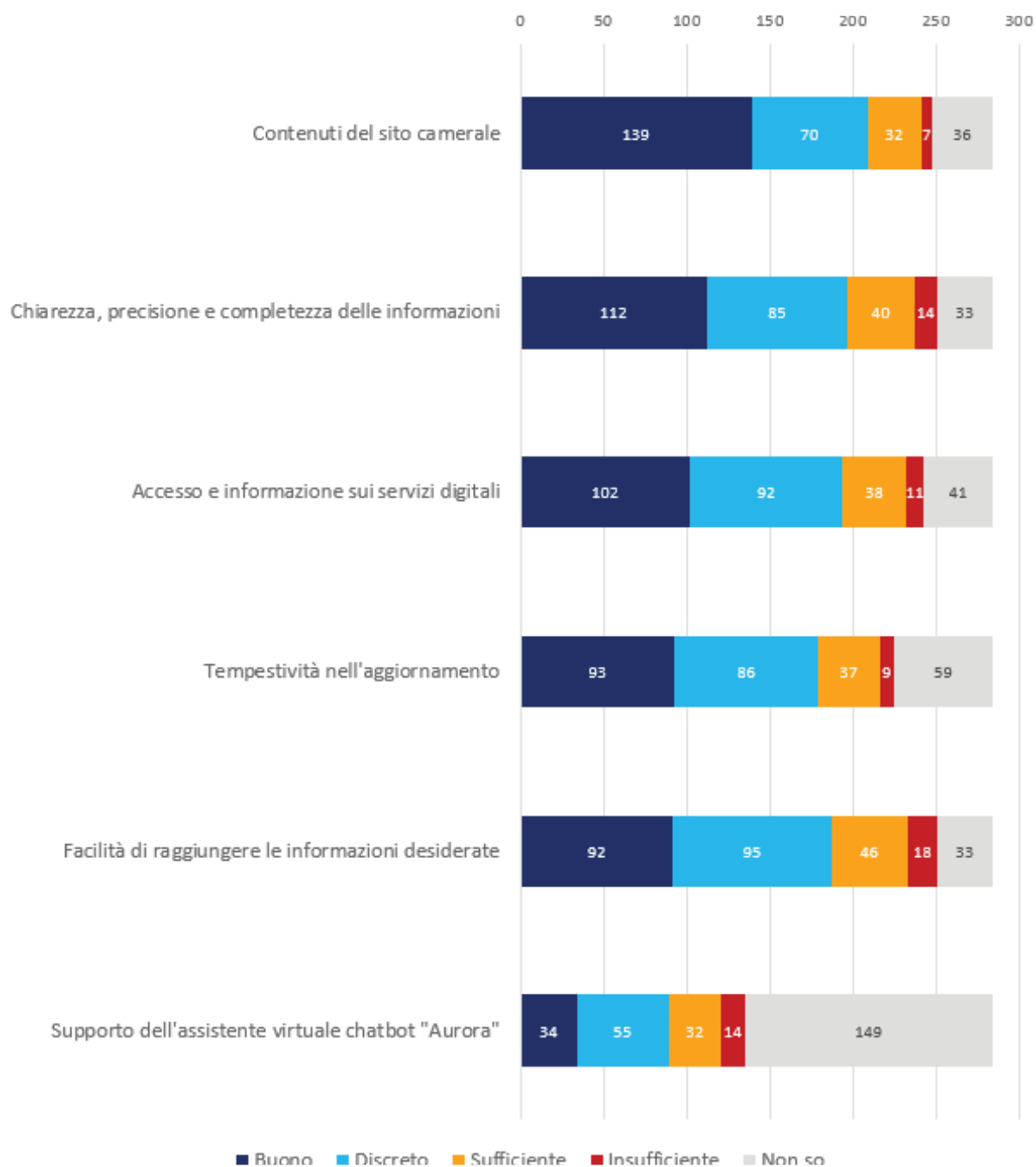
284 risposte (Risposta multipla, selezionabili più opzioni)





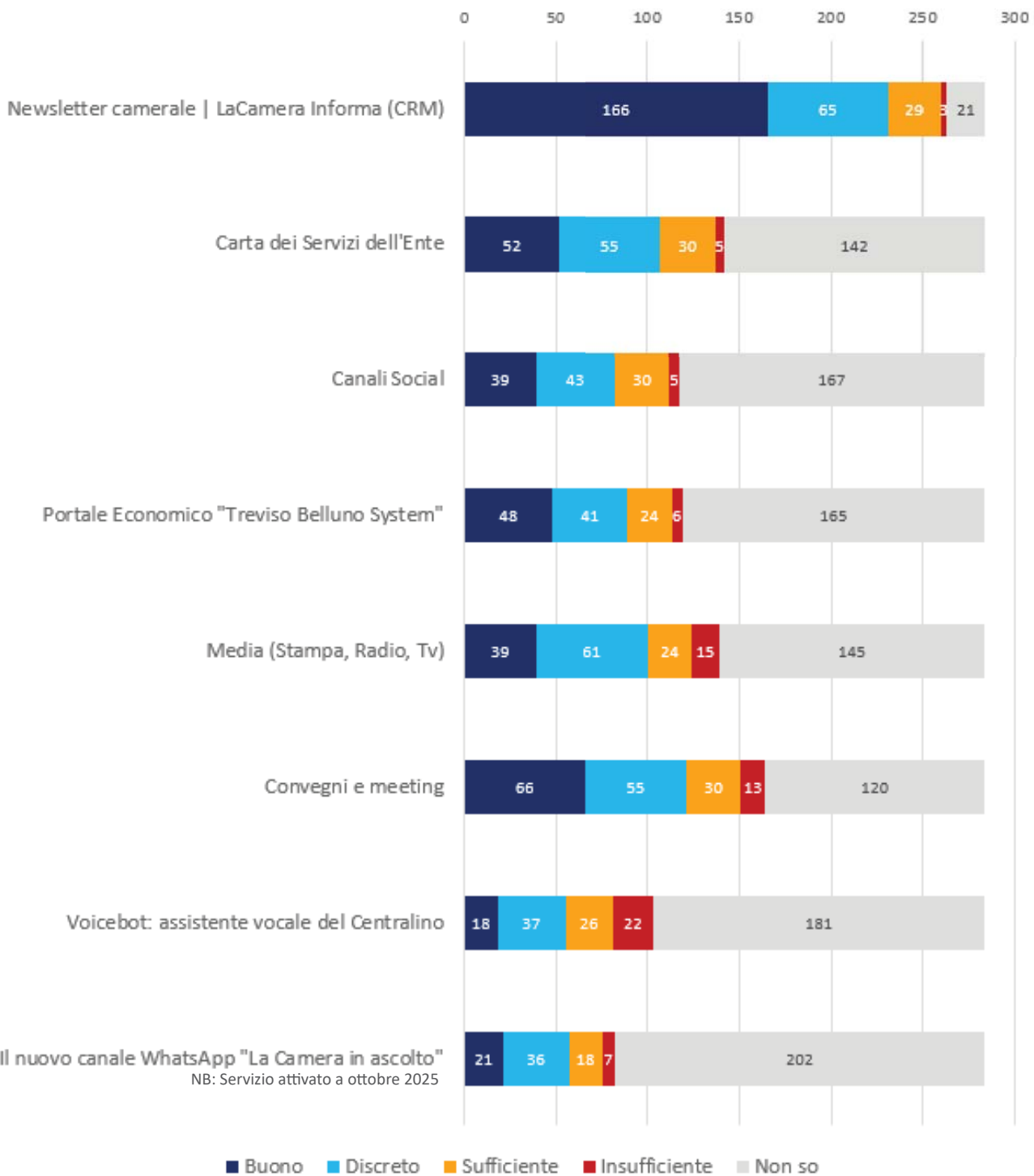
### 4.3 Come valuti il sito web camerale [tb.camcom.gov.it](http://tb.camcom.gov.it)?

284 risposte



#### 4.4 Come valuti l'attività di comunicazione della Camera di Commercio attraverso i seguenti canali?

284 risposte





# ESITI DELL'INDAGINE 2024

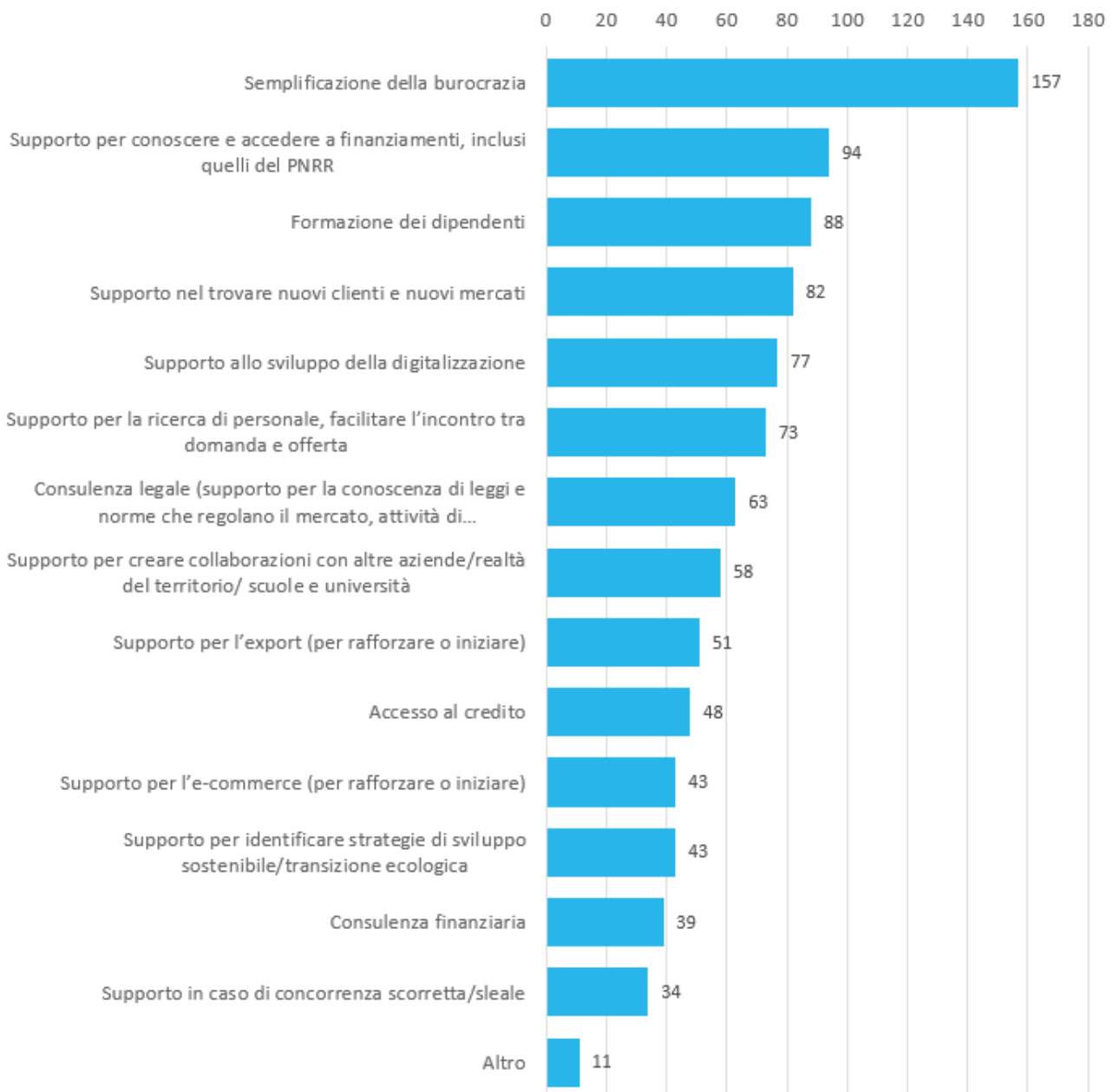
## Area 5: Bisogni e proposte

284 risposte



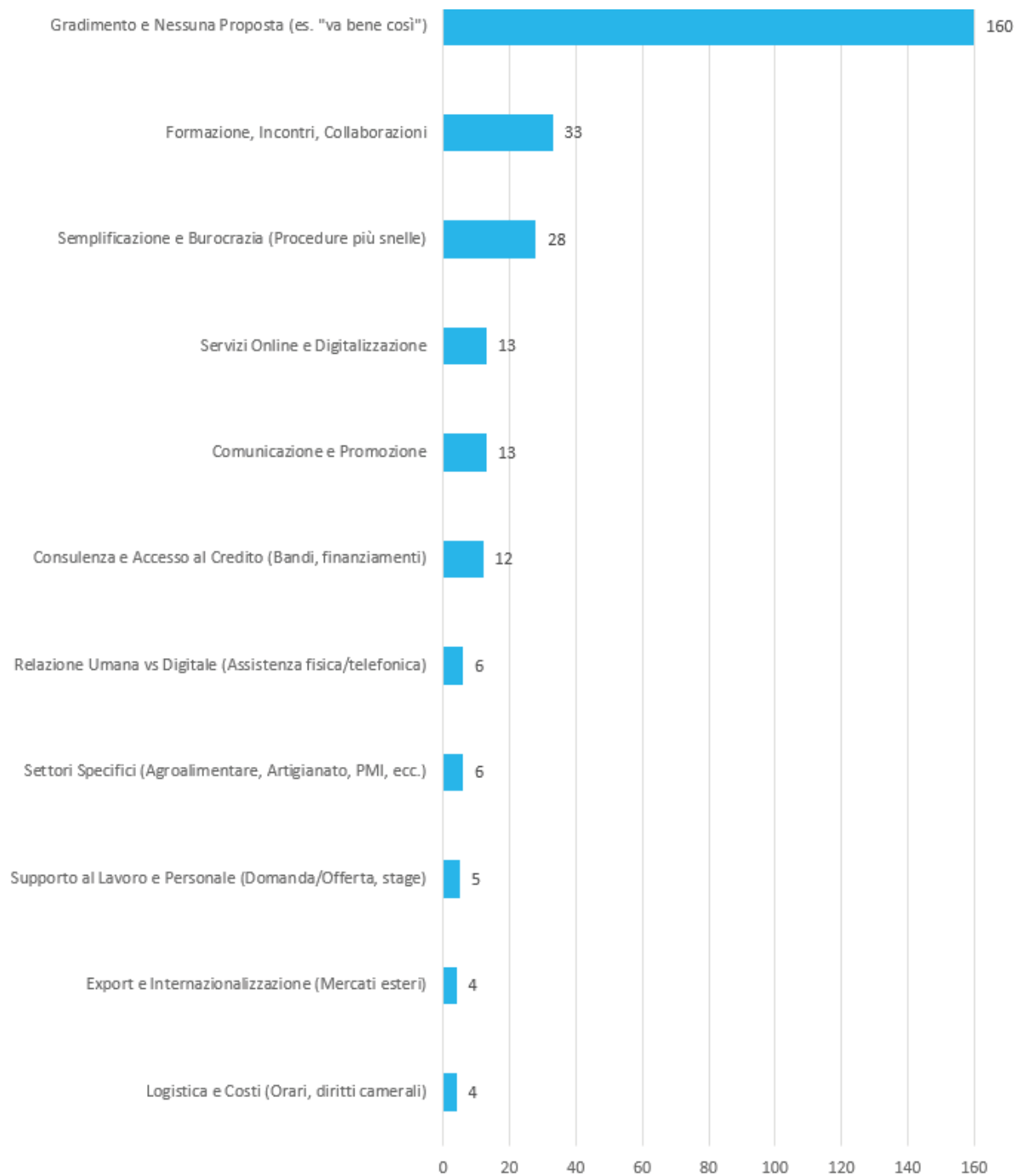
### 5.1 Indica quali sono i 5 bisogni di cui hai maggior necessità oggi e/o in prospettiva?

284 risposte (Risposta multipla, selezionabili più opzioni: max 5)



## 5.2 Indica eventuali proposte per migliorare i servizi, commenti, osservazioni

284 risposte





CAMERA DI COMMERCIO  
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI  
bellezza e impresa

# CUSTOMER SATISFACTION

Sviluppo e comparazione con la precedente

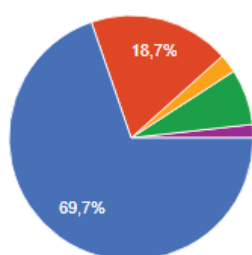
2025/2024



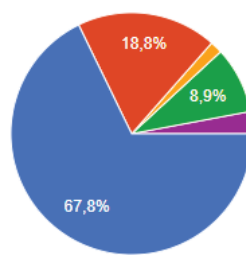
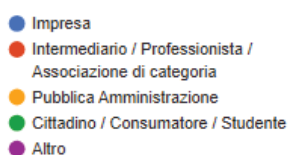
# COMPARAZIONE

2025 (284 risposte) | 2024 (304 risposte)

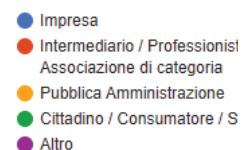
## 1. Ti rivolgi alla Camera come:



2025



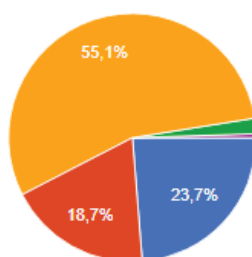
2024



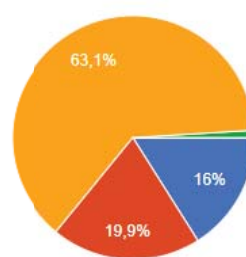
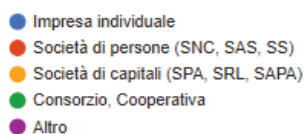
Imprese e Intermediari / Professionisti / Associazioni di categoria rappresentano la platea qualificata.

Aumento della compilazione da parte del mondo delle imprese **+1,9** p.p.

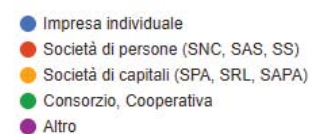
## 2. Tipologia di impresa



2025



2024



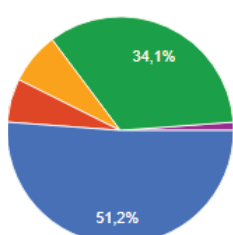
Aumento della compilazione da parte delle imprese individuali **+7,7** p.p.

Diminuzione da parte delle società **-9,2** p. p.

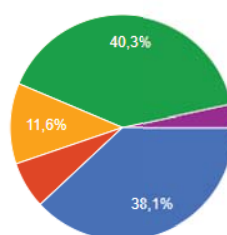
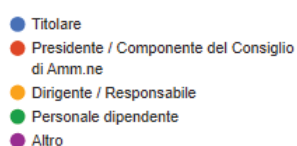
p.p. = Punti percentuali



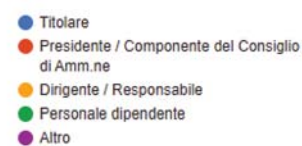
## 2. Posizione di chi compila il questionario:



2025

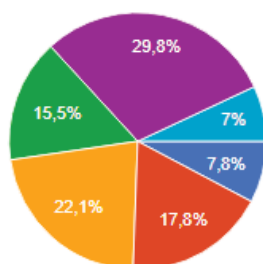


2024

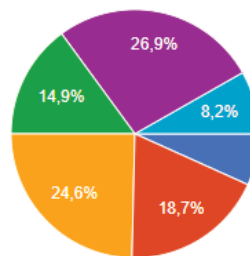


Aumento del titolare **+13,1** p.p.  
Diminuzione del personale dipendente **-6,2** p.p.

## 3. Settore merceologico:



2025



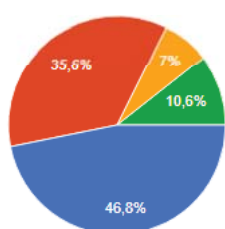
2024



Aumentato il settore dei servizi **+2,9** p.p.  
Diminuito il settore dell'artigianato **-2,5** p.p.

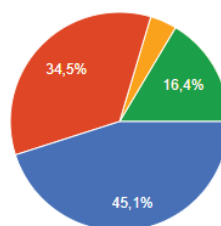
p.p. = Punti percentuali

#### 4. In che modo hai avuto accesso ai servizi, anche in modalità digitale, nell'ultimo anno?



2025

- Prevalentemente a distanza, tramite piattaforme online
- Prevalentemente a distanza, attraverso e-mail e sito web della Camera di Commercio
- Prevalentemente a distanza, attraverso il telefono/call center
- Prevalentemente di persona, direttamente presso gli uffici



2024

- Prevalentemente a distanza, tramite piattaforme online
- Prevalentemente a distanza, attraverso e-mail e sito web della Camera di Commercio
- Prevalentemente a distanza, attraverso il telefono/call center
- Prevalentemente di persona, direttamente presso gli uffici

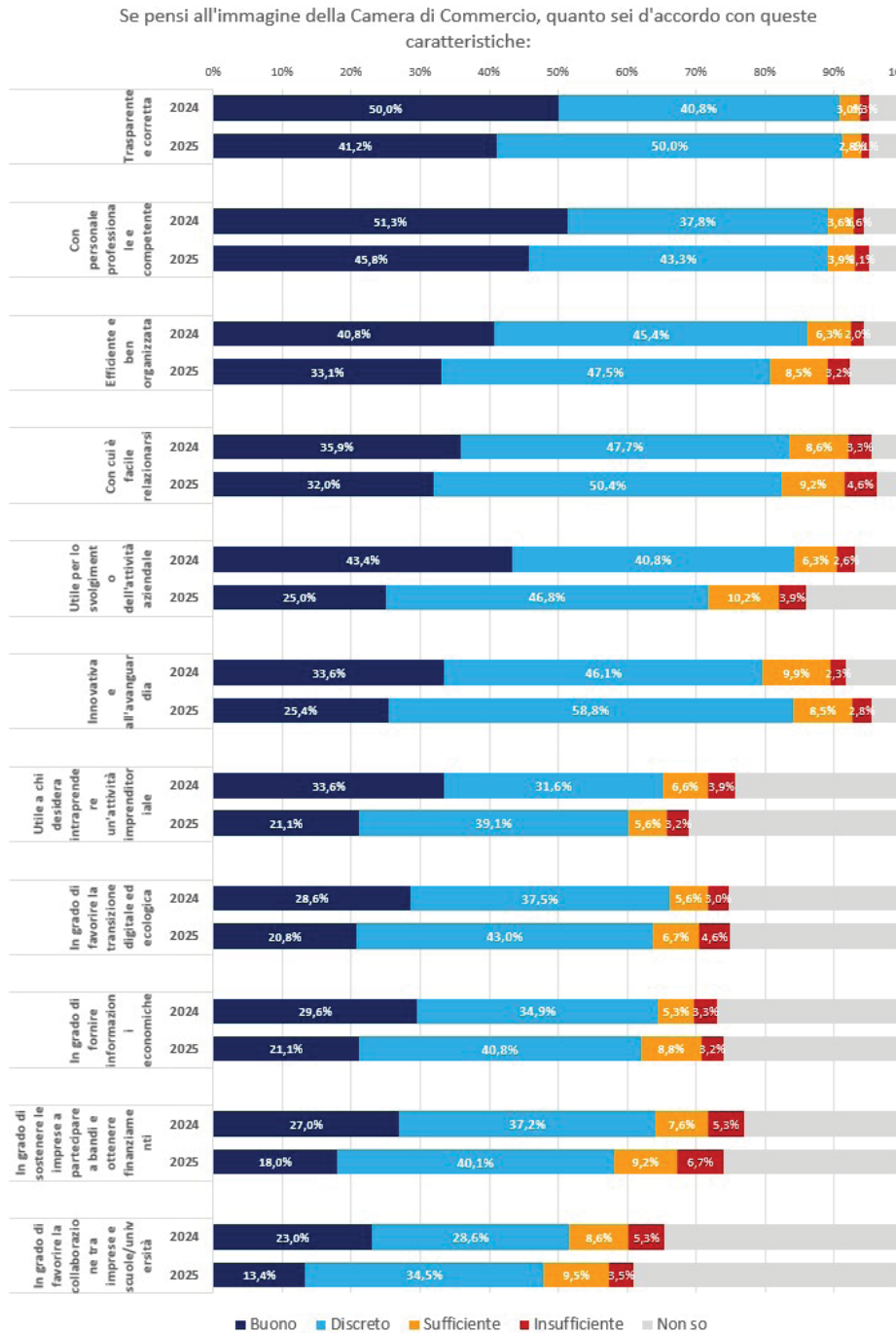
---

Prevalentemente a distanza **83,5%**  
Piattaforme online, mail, web **+2,8** p.p.  
Telefono/call center **+3** p.p.  
Diminuzione dell'accesso di persona **-5,8** p.p.

p.p. = Punti percentuali



## 5. SE PENSI ALL'IMMAGINE DELLA CAMERA DI COMMERCIO, QUANTO SEI D'ACCORDO CON QUESTE CARATTERISTICHE?



Cresciuto ulteriormente il giudizio “Innovativa e all'avanguardia” **+4,5** p.p.

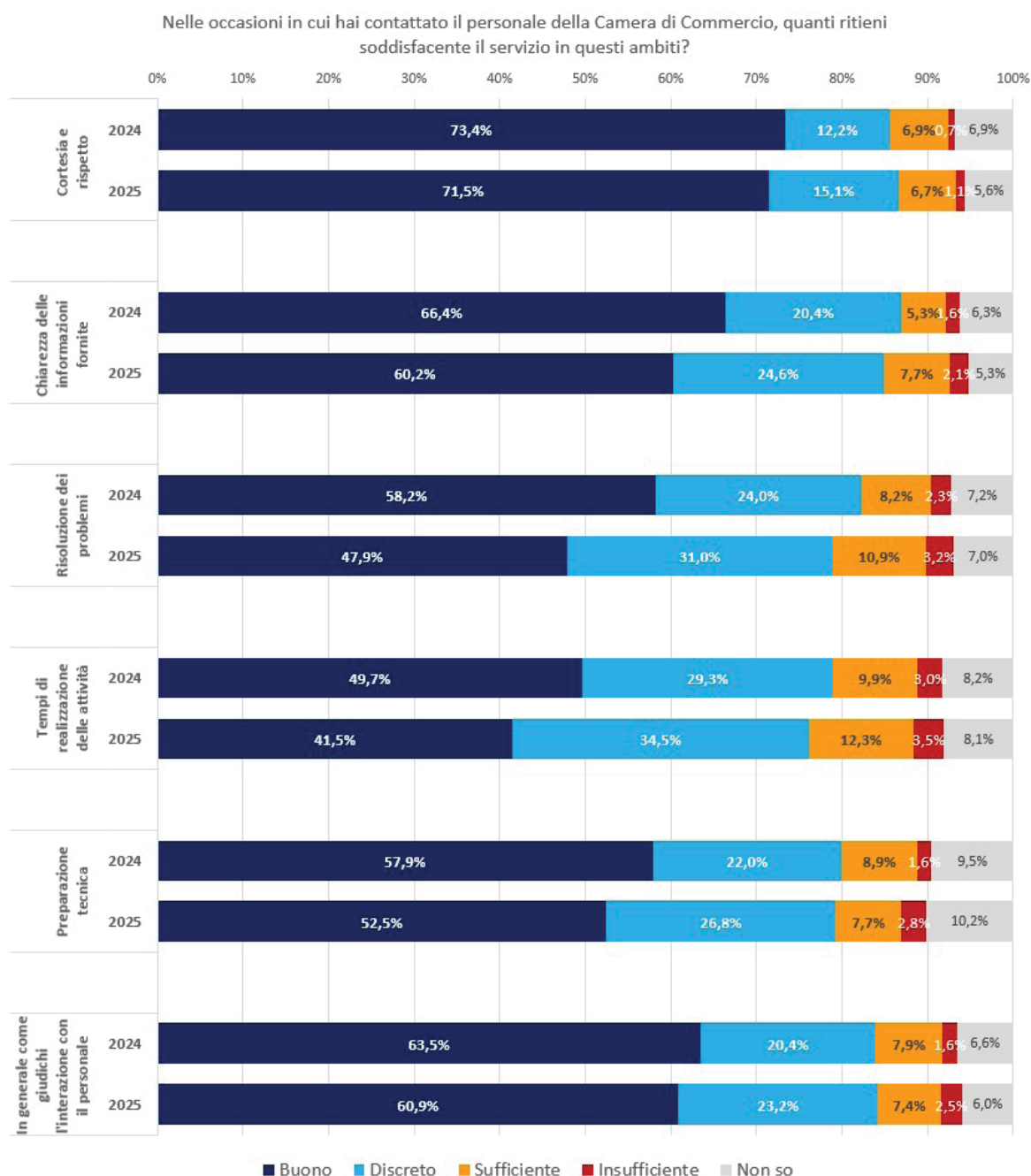
“Trasparente e corretta” **+0,4** p.p.

Diminuzioni su “Utile per lo svolgimento dell'attività aziendale” **-12,4** p.p.

“In grado di sostenere le imprese per bandi e finanziamenti” **-6,1** p.p.

p.p. = Punti percentuali

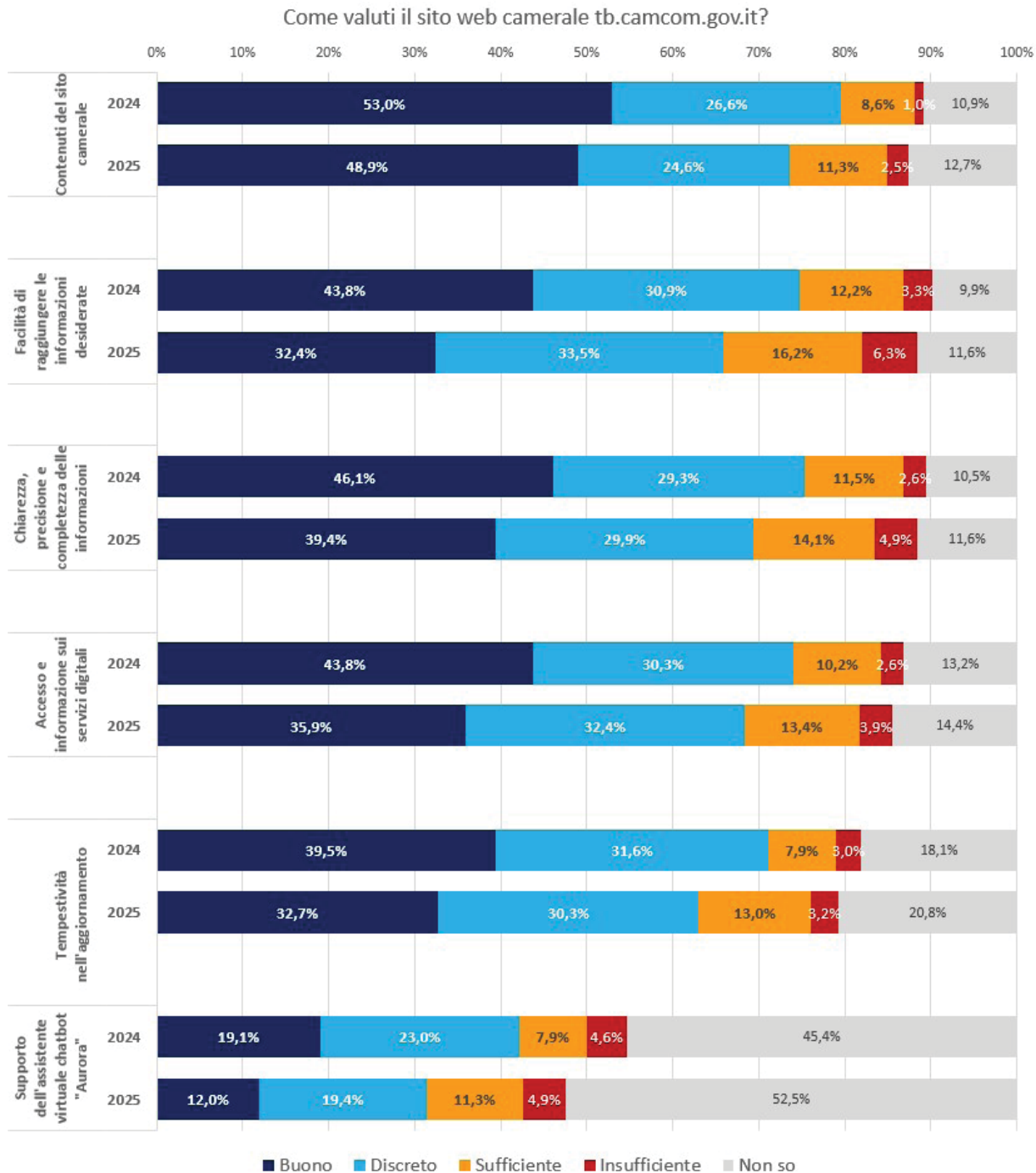
## 6. NELLE OCCASIONI IN CUI HAI CONTATTATO IL PERSONALE DELLA CAMERA DI COMMERCIO, QUANTO RITIENI SODDISFACENTE IL SERVIZIO IN QUESTI AMBITI?



Complessivamente il giudizio “Buono” + “Discreto” è consolidato all’**84%**  
 Cresciuto il giudizio su “Cortesia e rispetto” **+1,0** p. p.  
 Diminuito il giudizio su “Risoluzione dei problemi” **-3,3** p.p

p.p. = Punti percentuali

## 7. COME VALUTI IL SITO WEB CAMERALE TB.CAMCOM.GOV.IT?

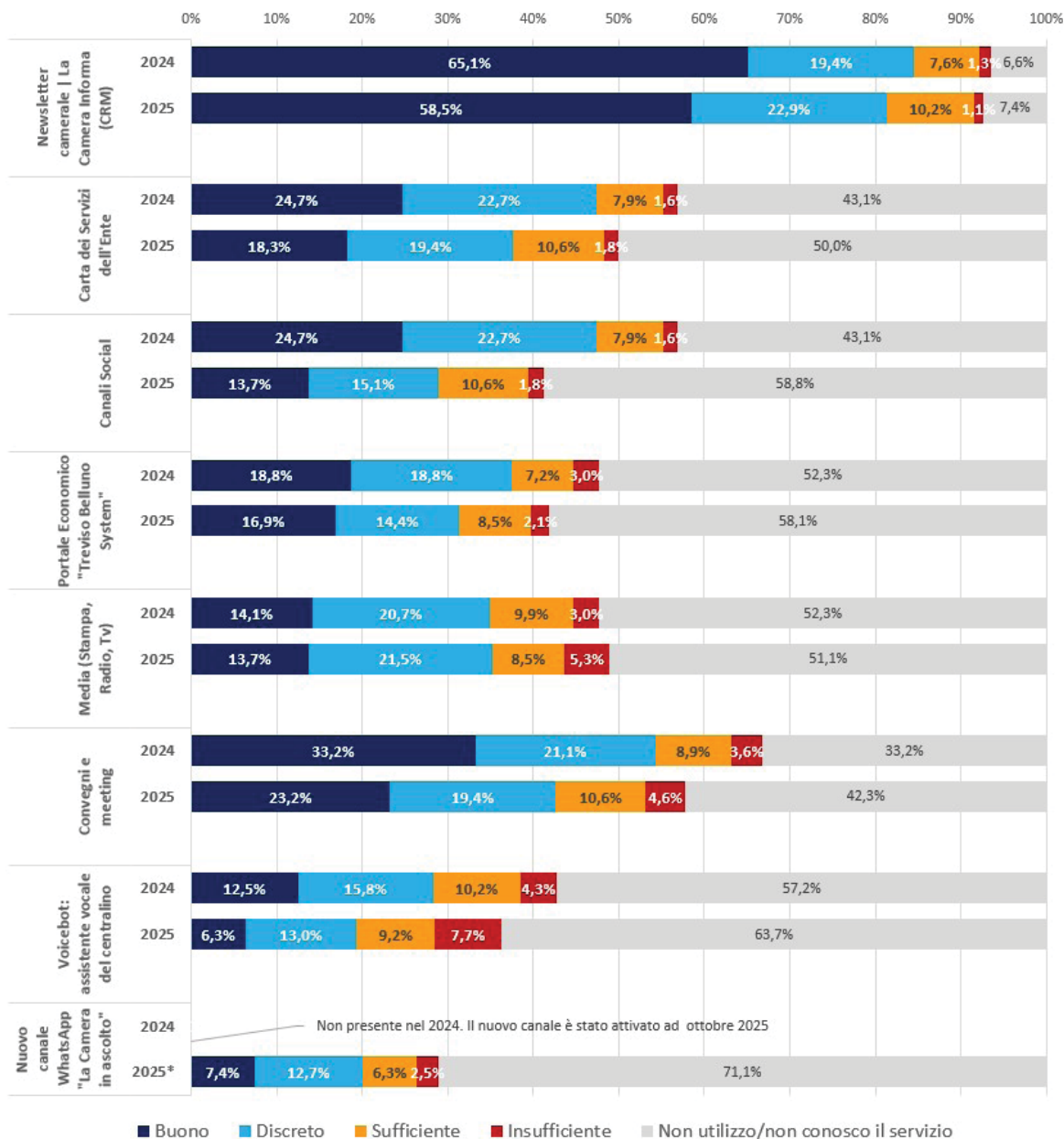


I giudizi “Buono” + “Discreto” raggiungono per “Contenuti del sito” il **73,5%** e per “Chiarezza precisione e completezza” circa il **70%**. Il servizio chatbot Aurora, attivo da maggio 2024, risulta ancora poco conosciuto.

p.p. = Punti percentuali

## 8. COME VALUTI GLI ALTRI CANALI DI COMUNICAZIONE DELLA CAMERA DI COMMERCIO?

Come valuti l'attività di comunicazione della Camera di Commercio attraverso i seguenti canali?



Per la newsletter/CRM complessivamente il giudizio "Buono" + "Discreto" raggiunge l'**81,4%**  
Lieve crescita per i media, stampa, emittenti radio e tv **+0,4 p.p.**

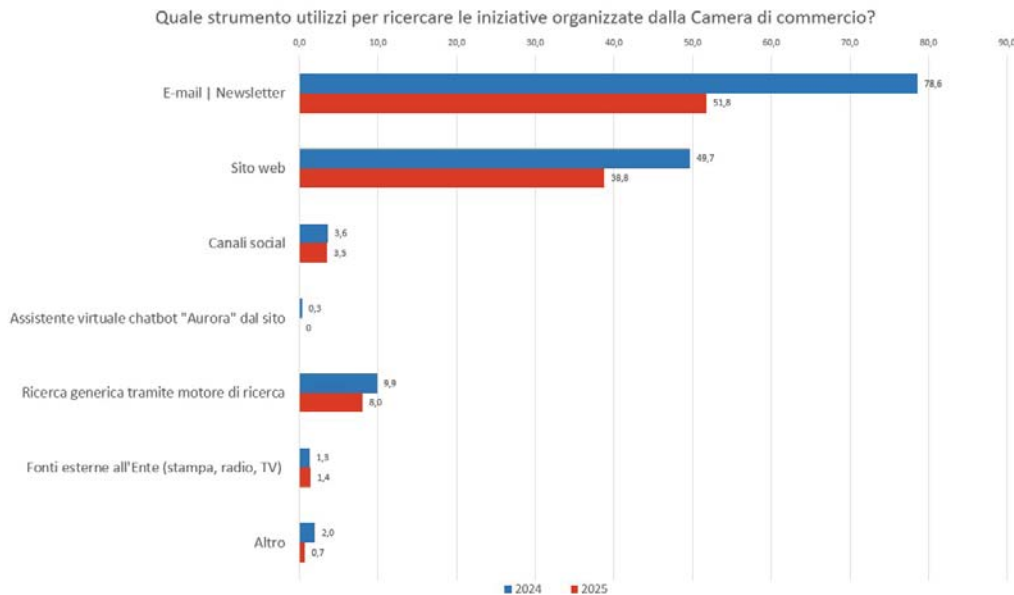
In decrescita l'utilizzo dei social **-18,6 p.p.**

Da attenzionare una costante bassa conoscenza degli altri canali.  
WhatsApp, attivo da ottobre 2025, registra segnali di apprezzamento.

p.p. = Punti percentuali

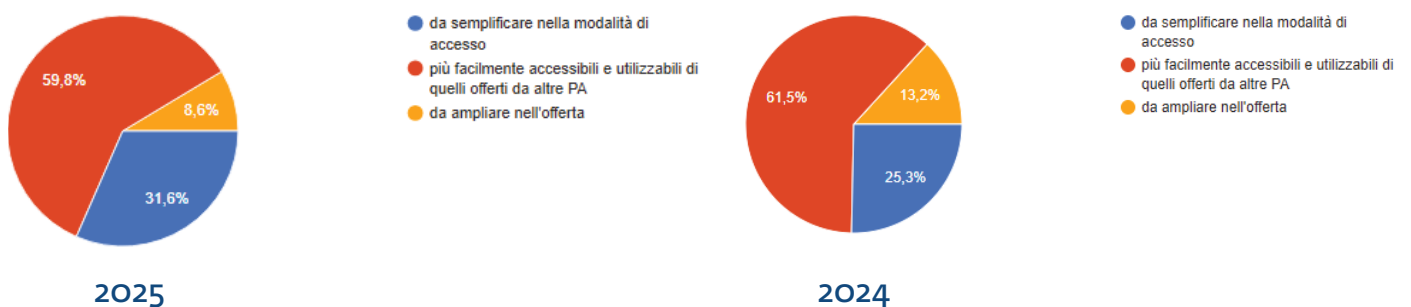


## 9. QUALE STRUMENTO UTILIZZI PER RICERCARE LE INIZIATIVE ORGANIZZATE DALLA CAMERA DI COMMERCIO?



Restano confermati gli strumenti "Email | Newsletter" per conoscere le iniziative  
Un calo generalizzato sull'utilizzo di tutti gli strumenti

## 10. VALUTAZIONE SUI SERVIZI EROGATI IN MODALITÀ DIGITALE RISPETTO A QUELLI FORNITI DA ALTRE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI



"Più facilmente accessibili rispetto ad altre PA" raggiunge il **59,8%**  
"Da semplificare nella modalità di accesso" aumenta rispetto al 2024  
**+6,3** p.p.

p.p. = Punti percentuali



CAMERA DI COMMERCIO  
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI  
bellezza e impresa

URP e Comunicazione istituzionale  
Piazza Borsa 3/b - 31100 Treviso  
tel. +39.0422.595216-414-316-304  
[urp@tb.camcom.it](mailto:urp@tb.camcom.it)

[www.tb.camcom.gov.it](http://www.tb.camcom.gov.it)