Direzione Centrale Organizzazione

Analisi della domanda 2016

Sintesi dei risultati

Cos'è l'Analisi della domanda

L'analisi della domanda è una rilevazione conoscitiva, atta ad analizzare e descrivere:

- **La tipologia di utenza che si reca presso il front office fisico**
- **La tipologia di domanda posta**
- **I comportamenti messi in atto nella fruizione del servizio**

Sono state effettuate tre passate edizioni della rilevazione, che hanno permesso di cogliere i cambiamenti nel tempo dei parametri sopraindicati, come effetto delle variabili esterne (il contesto socioeconomico di riferimento) ed interne (ad esempio il processo di integrazione).

L'edizione 2016 ha riguardato per la prima volta soltanto le Agenzie territoriali, al fine di analizzare specificamente la tipologia di domanda e la composizione dell'utenza che si rivolge a queste strutture.

Il campione e la metodologia

- Il campione 2016, formato da **57 agenzie territoriali**, è stato estratto dal Coordinamento generale Statistico attuariale sulla base dei dati relativi al bacino di utenza e al cluster di riferimento, nonché in modo da garantire la rappresentanza di tutte le Regioni, pur tenendo conto delle diverse dimensioni regionali.
- Per ogni agenzia sono state effettuate interviste pari al 10% dell'afflusso medio giornaliero stimato, moltiplicato per tre giorni, per un totale di 1035 utenti intervistati*.
- Le interviste sono state condotte dai responsabili URP delle sedi provinciali di riferimento coordinati dai referenti di Customer Satisfaction regionali, secondo la metodologia dell'intervista guidata e seguendo una griglia di riferimento.

**Nel caso delle Agenzie di Mazara del Vallo e Firenze Sud-Est il numero di interviste da effettuare è stato rispettivamente aumentato e diminuito, a seguito di segnalazione dei Responsabili delle medesime agenzie che ritenevano la stima sotto e sovrastimata. Inoltre alcune agenzie hanno condotto un numero superiore di interviste.*

Regione	DP	Struttura	Totale interviste in 3 giorni
LAZIO	LATINA	FORMIA	22
	RM TUSCOLANO	VELLETRI	13
MARCHE	ASCOLI PICENO	SAN BENEDETTO DEL TRONTO	24
	MACERATA	CAMERINO	7
TOSCANA	FIRENZE	FIRENZE SUD EST	20
		SESTO FIORENTINO	22
	AREZZO	MONTEVARCHI	19
UMBRIA	PERUGIA	CASTIGLIONE DEL LAGO	7
EMILIA ROMAGNA	MODENA	SASSUOLO	19
		CARPI	18
	PARMA,	FIDENZA	22
	RIMINI	MORCIANO DI ROMAGNA	16
FRIULI VENEZIA GIULIA	UDINE	TOLMEZZO	11
LIGURIA	GENOVA	NERVI (Genova)	15
	SAVONA	CARCARE	8
LOMBARDIA	MILANO	GORGONZOLA	34
		BAGGIO-LORENTEGGIO (Milano)	47
	BRESCIA	MANERBIO	33
		ISEO	17
	BERGAMO	TERNO D'ISOLA	30
		ROMANO DI LOMBARDIA	19
	LECCO	MERATE	27
	PAVIA	STRADELLA	15
	CREMONA	CASALMAGGIORE	13
PIEMONTE	TORINO	CIRIE'	35
	TORINO	CHIERI	28
		RIVAROLO CANAVESE	18
TRENTINO ALTO ADIGE	BOLZANO	BRUNICO	15
		EGNA	6
VENETO	VICENZA	BASSANO DEL GRAPPA	33
		SCHIO	25
	BELLUNO	FELTRE	10
ABRUZZO	TERAMO	ATRI	14
BASILICATA	MATERA	POLICORO	13
CALABRIA	REGGIO CALABRIA	PALMI	7
		MELITO DI PORTO SALVO	5
	COSENZA	PAOLA	8
CAMPANIA	NAPOLI	NAPOLI CENTRO	75
	SALERNO	SALA CONSILINA	14
	BENEVENTO	TELESE	14
MOLISE	CAMPOBASSO	TERMOLI	17
PUGLIA	LECCE	MAGLIE	18
	BARI	BARI 1 - CARBONARA	28
		ALTAMURA	21
		CONVERSANO	12
	BRINDISI	OSTUNI	22
	LECCE	CAMPI SALENTINA	14
SARDEGNA	CAGLIARI	SANLURI	16
	SASSARI	ALGHERO	8
		TEMPIO PAUSANIA	7
SICILIA	CATANIA	ACIREALE	10
	MESSINA	SANT'AGATA DI MILITELLO	8
	AGRIGENTO	CANICATTI'	6
	PALERMO,	BAGHERIA	10
	RAGUSA	VITTORIA	9
	TRAPANI	MAZARA DEL VALLO	24
TOTALE INTERVISTE			1034

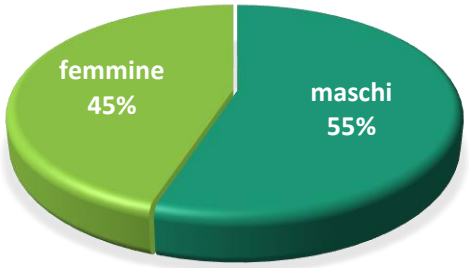
Chi sono gli utenti che si recano in agenzia

I maschi sono leggermente più numerosi delle femmine (55% contro il 45%).
Gli **stranieri sono il 12%** del totale degli accessi.

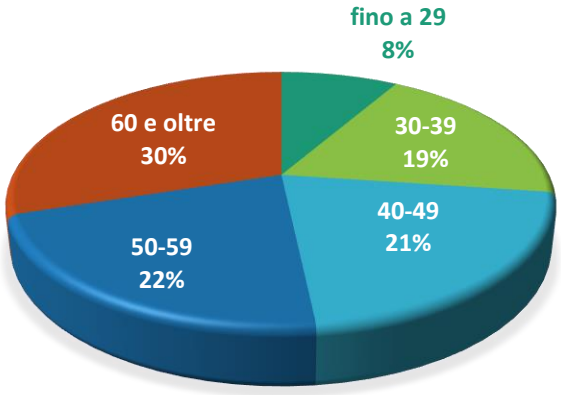
Riguardo all'età **più della metà degli intervistati è di età superiore ai 50;** il 22% dai 50 ai 59 anni e il 30% dai 60 in su.

Il 21% ha un'età compresa tra i 40 e i 49 anni, il 19% dai 30 ai 39, e l'8% si colloca sotto i 29 anni.
Queste proporzioni non si discostano da quelle registrate presso le sedi provinciali nel 2014.

DISTRIBUZIONE PER SESSO

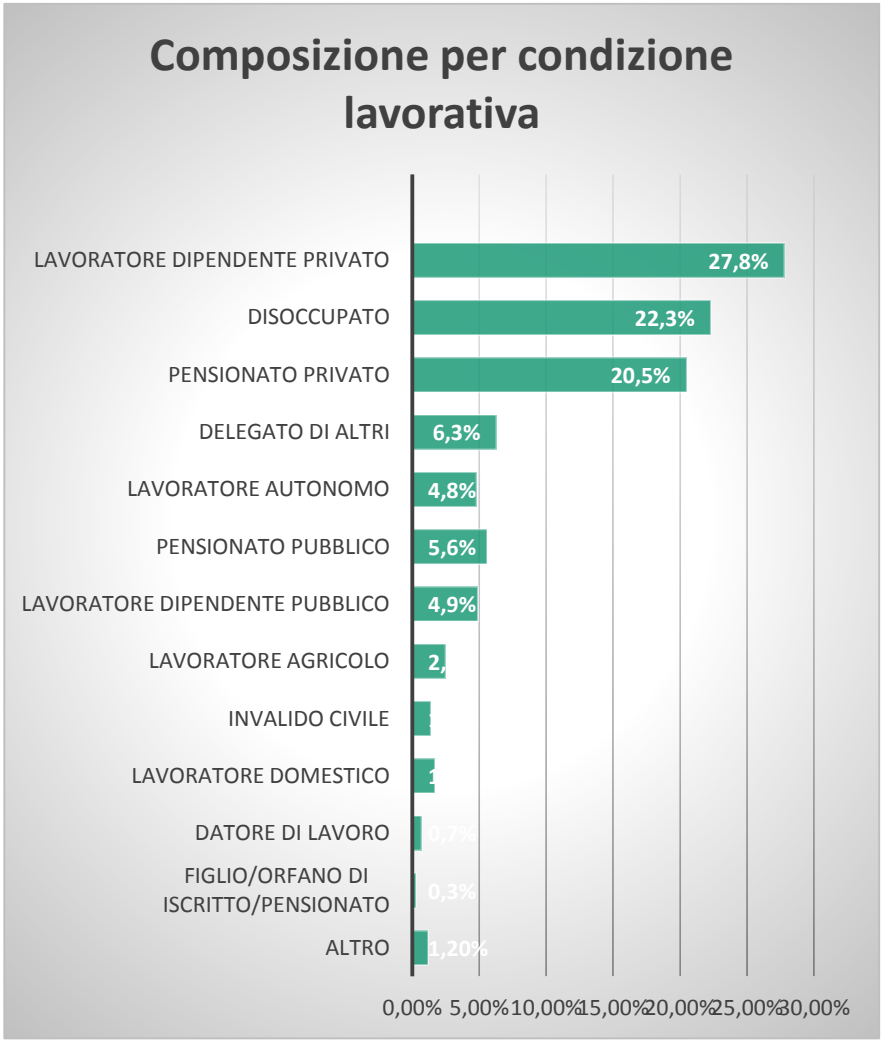


DISTRIBUZIONE PER ETÀ



Chi sono gli utenti che si recano in agenzia

Rispetto alla condizione lavorativa, **i lavoratori dipendenti sono la fetta più cospicua** (28% del settore privato e 5% del settore pubblico per un totale di 33%), seguiti dai **pensionati** (20% del settore privato e 6% del settore pubblico per un totale pari al **26%**). Seguono **i disoccupati (22%)**, ed un 5% di lavoratori autonomi; le altre categorie sono rappresentate in maniera non significativa. Rispetto alla composizione dell'utenza delle sedi provinciali si nota una leggera predominanza dei lavoratori (+2%) rispetto ai pensionati (-2%).

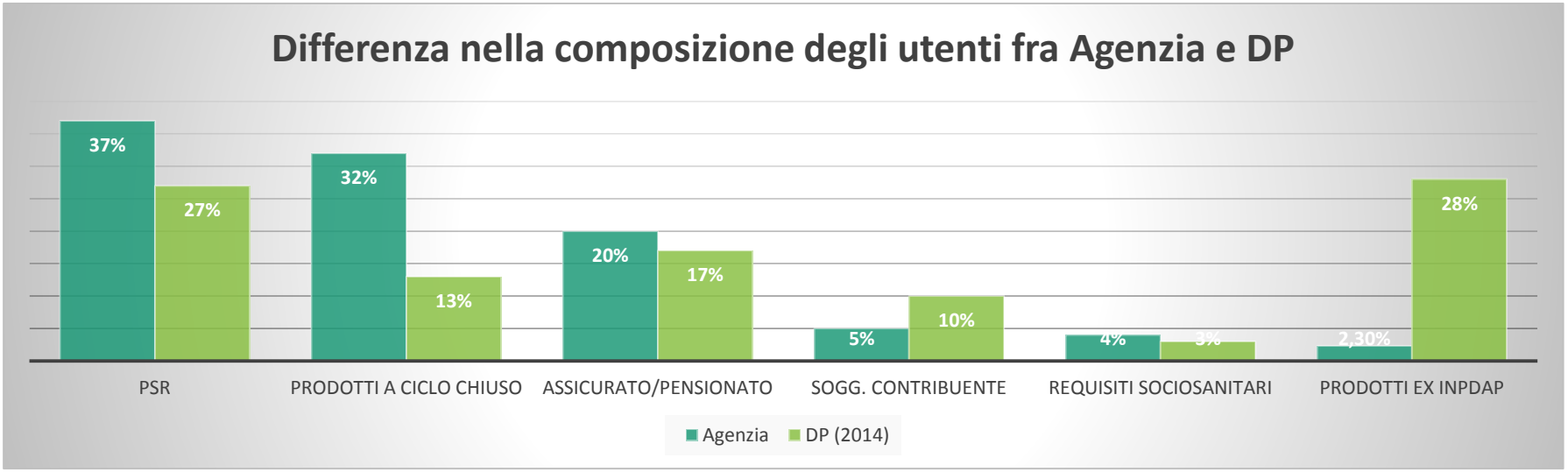


Perché vengono in agenzia

La maggioranza degli utenti si reca in agenzia per problematiche relative alle **Prestazioni a sostegno del reddito** (37% degli accessi, di cui il 42% per NASPI).

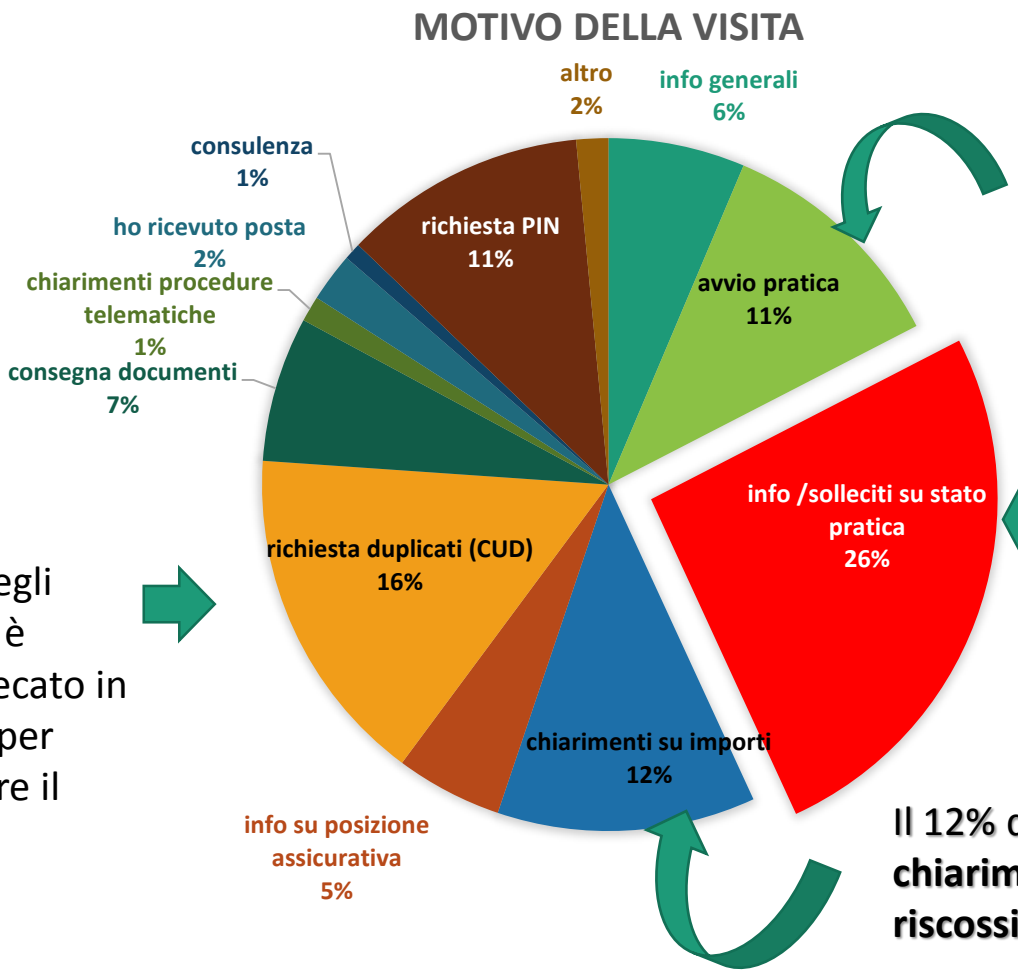
Seguono poi gli utenti che chiedono **servizi a ciclo chiuso** (32%), fra i quali per lo più PIN (40%) e CUD, (42%), e altri (estratti conto non certificativi, cambio ufficio pagatore, certificati di malattia, etc) e quelli che richiedono servizi nell'area **Assicurato pensionato** (20%, di cui il 30% è per pensioni di vecchiaia e anzianità).

La percentuale di utenti che richiedono servizi a ciclo chiuso nelle agenzie è più del doppio di quella rilevata nelle sedi provinciali nel 2014* (13%). Da tener presente che, così come questa rilevazione, anche quella sulle sedi provinciali fu effettuata durante il periodo di maggior afflusso per le richieste di CUD.



*Nel valutare il dato occorre tenere presente che l'ultima rilevazione sulle sedi provinciali è stata effettuata nel 2014, le differenze possono quindi risentire anche della variabile temporale

Perché vengono in agenzia



Un 11% di utenti si reca in agenzia con l'intenzione di **avviare una nuova pratica;** tali utenti vengono dirottati sulla postazione self service, oppure viene fornita loro informazione sulle corrette modalità di avvio di nuove istanze.

Così come per le sedi provinciali, anche nelle **agenzie <u>la motivazione di accesso più frequente</u>** è sempre quella relativa alla **richiesta di informazioni sulla stato della propria pratica** (26%).

Il 16% degli utenti si è invece recato in agenzia per richiedere il CUD.*

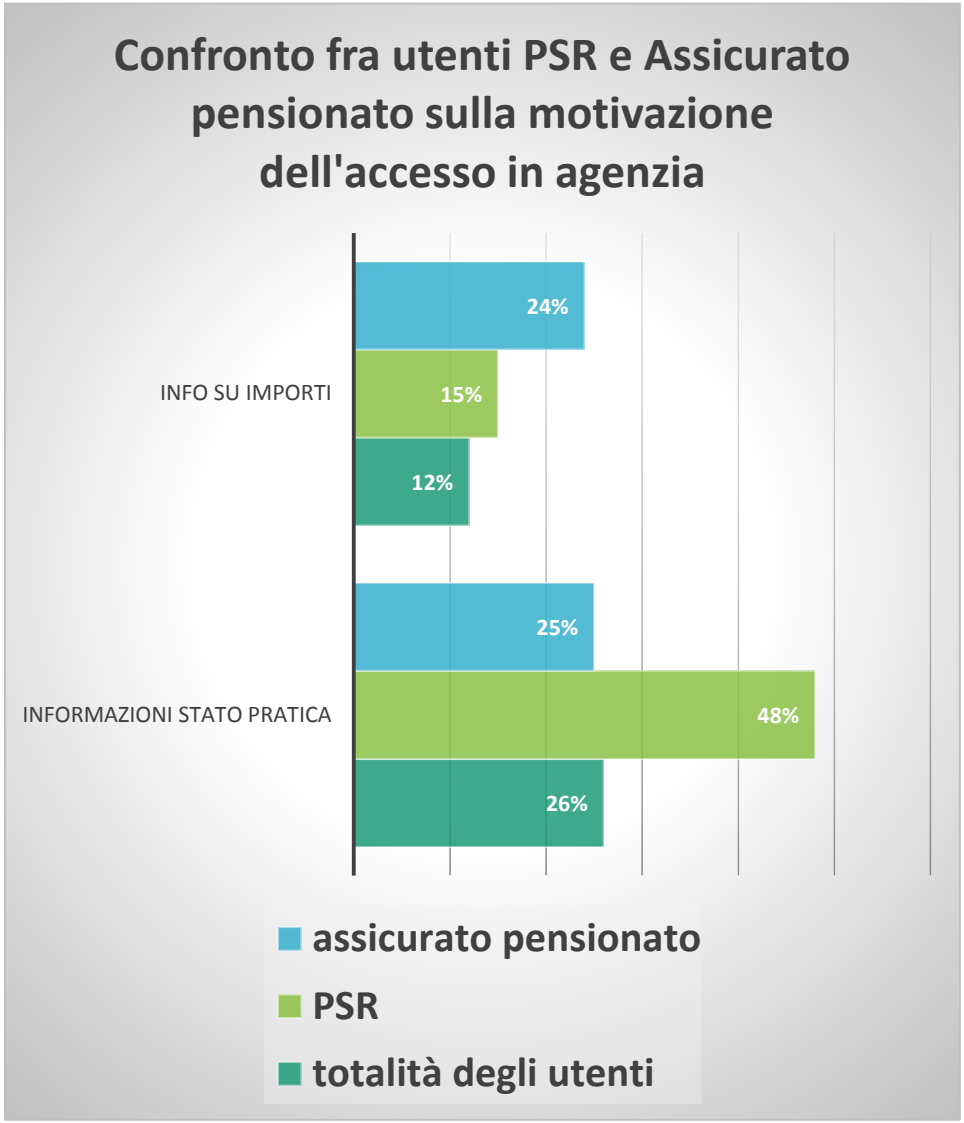
Il 12% di utenti si reca in agenzia per **chiarimenti su importi in pagamento o riscossione** .

*Gli utenti che hanno chiesto CUD e PIN sono stati estrapolati dai restanti servizi a ciclo chiuso, in quanto fenomeni di rilievo. I restanti i utenti che ha chiesto servizi a ciclo chiuso sono ricompresi nella altre motivazioni (es. avvio pratica e info su posizione assicurativa)

Perché vengono in agenzia

In particolare **sono gli utenti di prestazioni a sostegno del reddito che mostrano l'esigenza di ricevere info sullo stato della loro pratica** tra di essi la percentuale sale al **48%.**

Tra i **pensionati invece sale al 24% la percentuale di coloro i quali si recano in agenzia per informazioni su importi per lo più a causa di indebiti.**



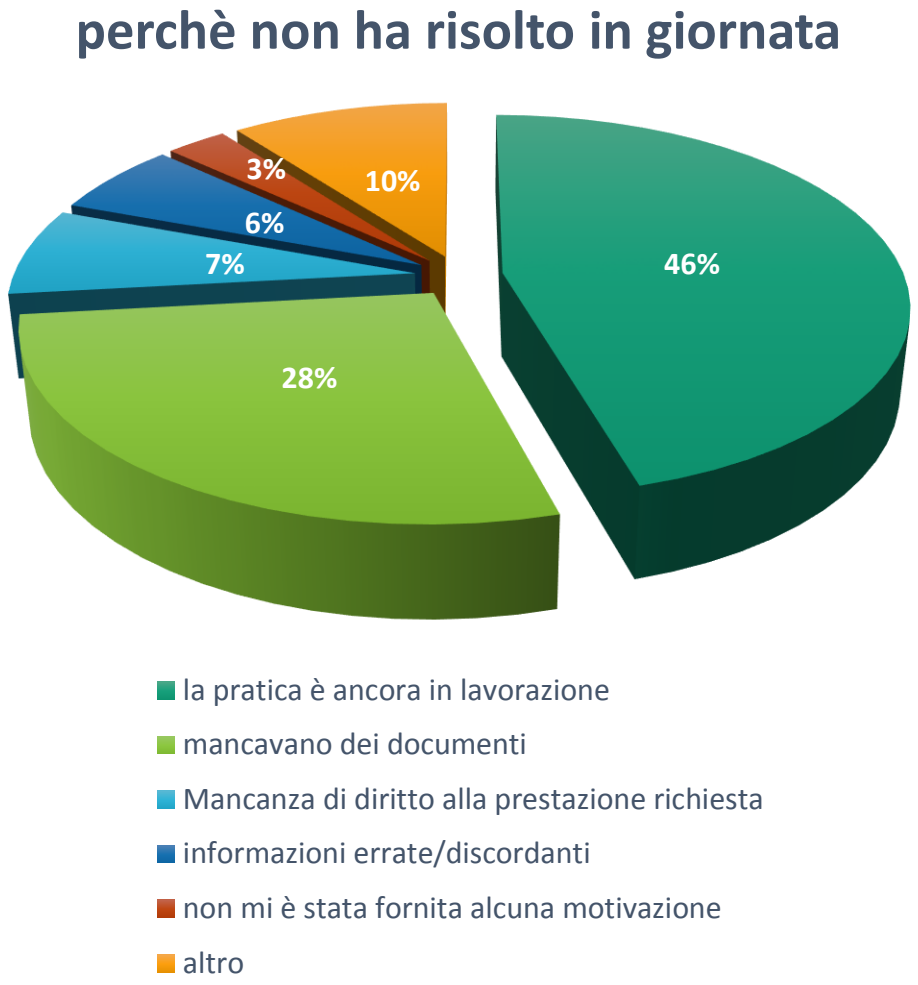
Capacità di risposta

Le persone che **sono dovute tornare più di una volta per la medesima questione sono il 30%** del totale degli accessi, in pratica la medesima percentuale rinvenuta presso le sedi provinciali nel 2014. La motivazione è per lo più legata, secondo il giudizio degli utenti, al lungo iter della pratica che li interessa (il 60% degli utenti), mentre solo l'11% ritiene che il motivo sia da imputare a disservizio e cattiva qualità del lavoro svolto in agenzia (contro il 21% delle sedi provinciali).

Del resto **gli utenti delle agenzie territoriali che sono riusciti il giorno della rilevazione a risolvere completamente la questione sono il 76%.** Questa informazione non era presente nella rilevazione Analisi della domanda sulle sedi provinciali, ma può essere confrontata con la risposta data all'indagine di *Customer Satisfaction* su tutte le strutture sempre del 2014, dove il dato riscontrato era pari al 67%.
Solo il 9% dichiara di non aver risolto per nulla la questione in giornata.

Capacità di risposta

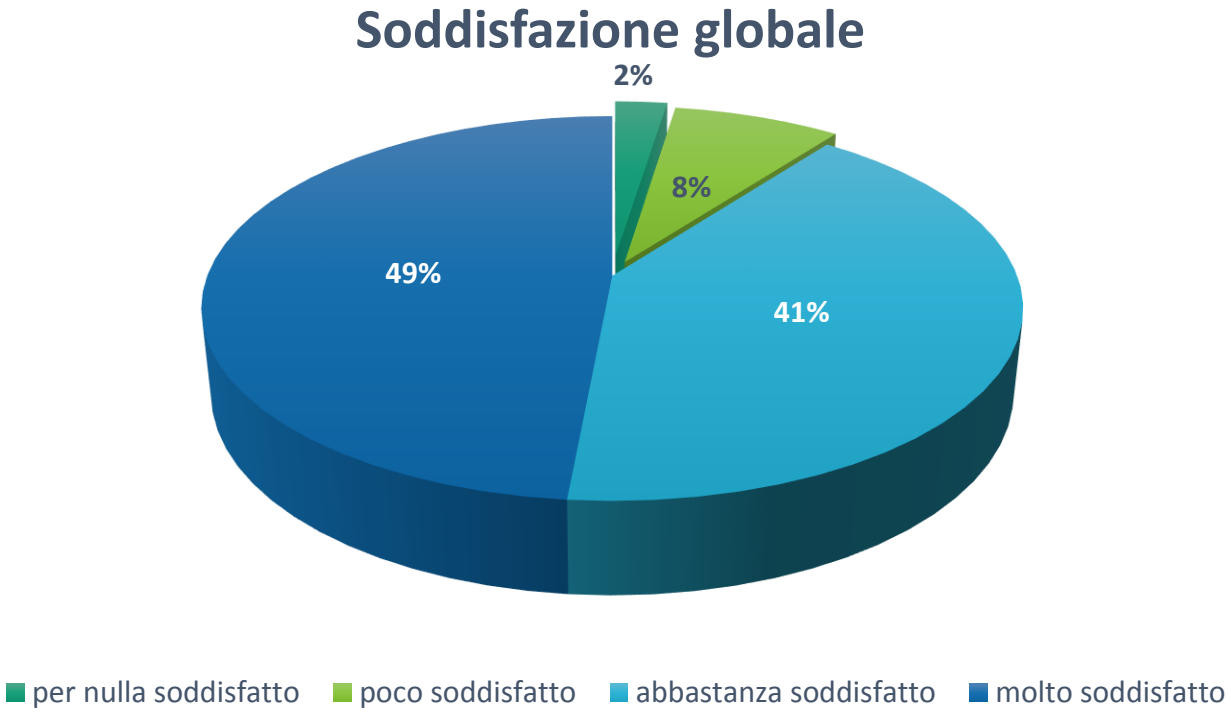
Il motivo della mancata risoluzione in giornata riguarda essenzialmente il fatto che la pratica che li interessava era ancora in lavorazione (46%), oppure che mancavano dei documenti necessari per la sua lavorazione (28%)



CAPACITÀ DI RISPOSTA

La stragrande maggioranza è stata servita soltanto dall'operatore di sportello e solo un 7% è stato dirottato ad un altro funzionario (appuntamento veloce).

CAPACITÀ DI RISPOSTA E SODDISFAZIONE GLOBALE



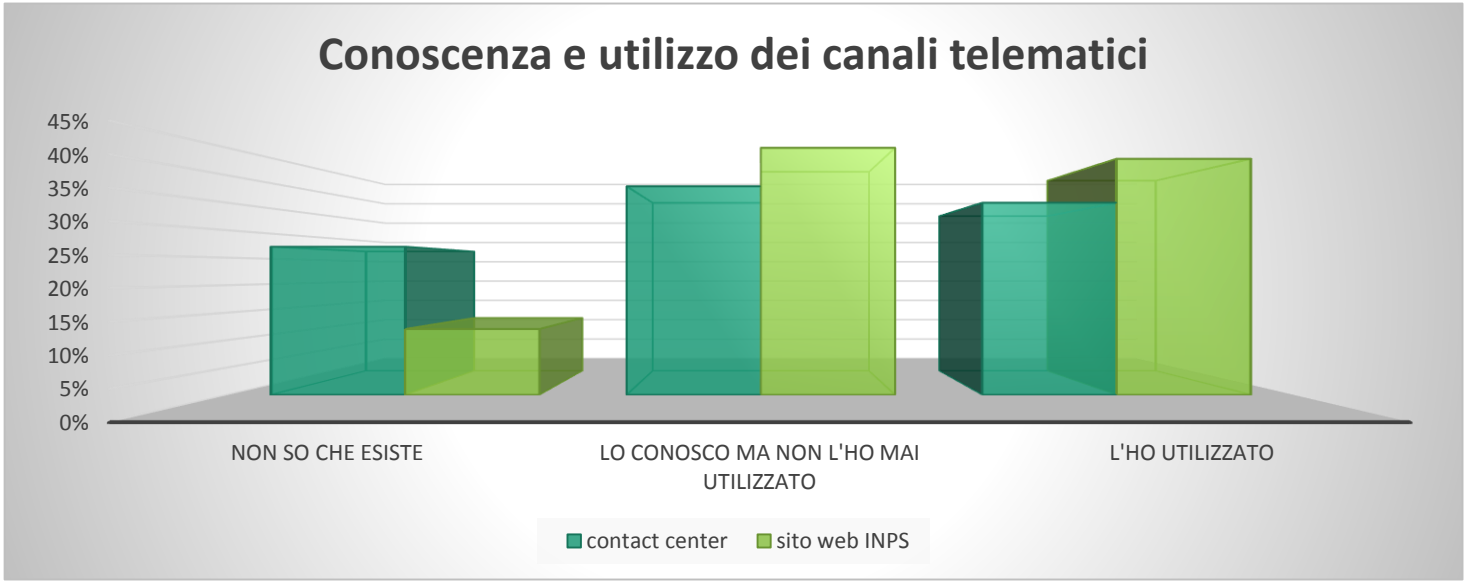
Gli utenti delle agenzie si mostrano comunque soddisfatti del servizio ricevuto. Circa la metà di essi (49%) si dichiara «molto soddisfatto», un altro 41% «abbastanza soddisfatto»: si raggiunge quindi un 90% di persone che giudicano favorevolmente il servizio ricevuto**, con un giudizio medio di 3,4** (nella rilevazione 2014 di Customer Satisfaction tale media era 3,2).

I canali di accesso

Gli utenti intervistati mostrano di conoscere e utilizzare il sito web dell'INPS più del Contact Center

L'88% degli utenti infatti conosce il sito e il 43% lo ha utilizzato almeno una volta.

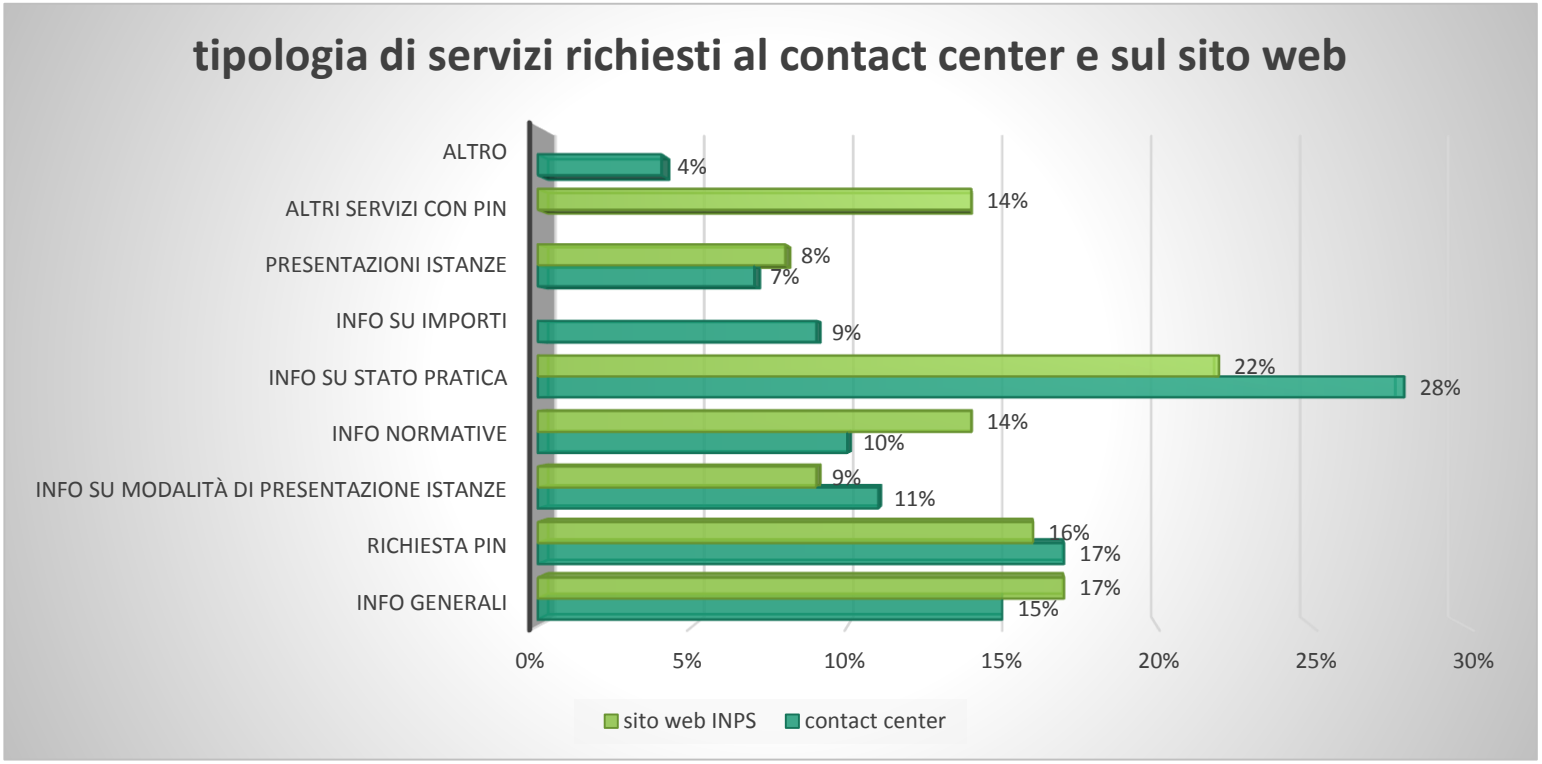
Per quanto riguarda il Contact Center si nota un 27% di utenti che dichiara di non conoscerne l'esistenza; solo il 35% lo ha utilizzato almeno una volta.



I CANALI DI ACCESSO

La maggior parte degli **utenti che ha chiamato il contact center** lo ha fatto per **cercare di ricevere informazioni sullo stato della pratica o sugli importi in pagamento** (rispettivamente il 28% e il 9% per un totale del 37% di richieste riguardanti la propria pratica, contro il 22% che lo ha fatto tramite i servizi con PIN sul web).

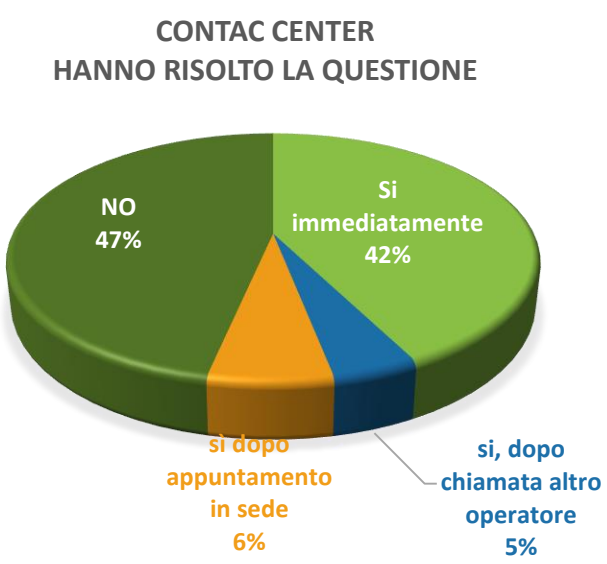
Le richieste di un nuovo PIN sono invece il 17% per il CCM e il 16% per il web.



I canali di accesso

Mentre il **67% degli utenti che ha utilizzato il sito web INPS dichiara di aver risolto completamente la questione**, questa percentuale scende al 53% per gli utenti che hanno chiamato il contact center. Di questi, il 42% l'ha risolta immediatamente, il 5% mediante una telefonata successiva ricevuta da un altro operatore, un altro 6% ha risolto dopo che gli è stato fissato un appuntamento in sede e il 47% non ha risolto affatto la questione.

Tra coloro che non hanno affatto risolto la questione il 35% volevano informazioni sullo stato della loro pratica.

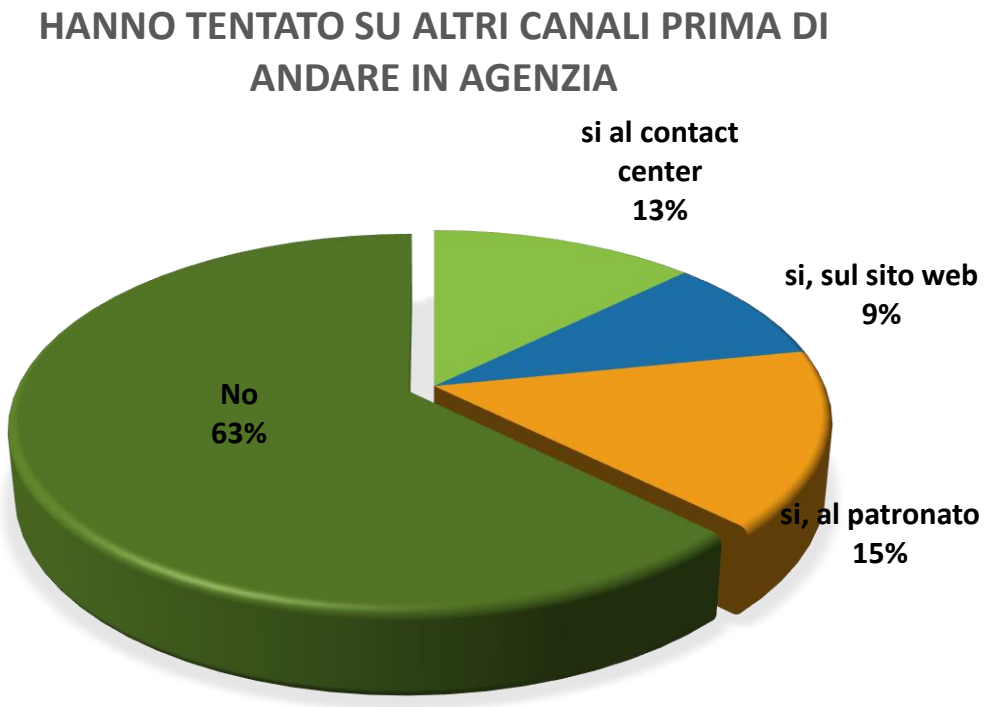


I canali di accesso

Inps risponde continua ad essere conosciuto pochissimo. Il 71% degli utenti intervistati non conosce la sua esistenza e solo il 5% lo ha utilizzato almeno una volta. Di questi il 55% ha ricevuto una risposta risolutiva.

I CANALI DI ACCESSO

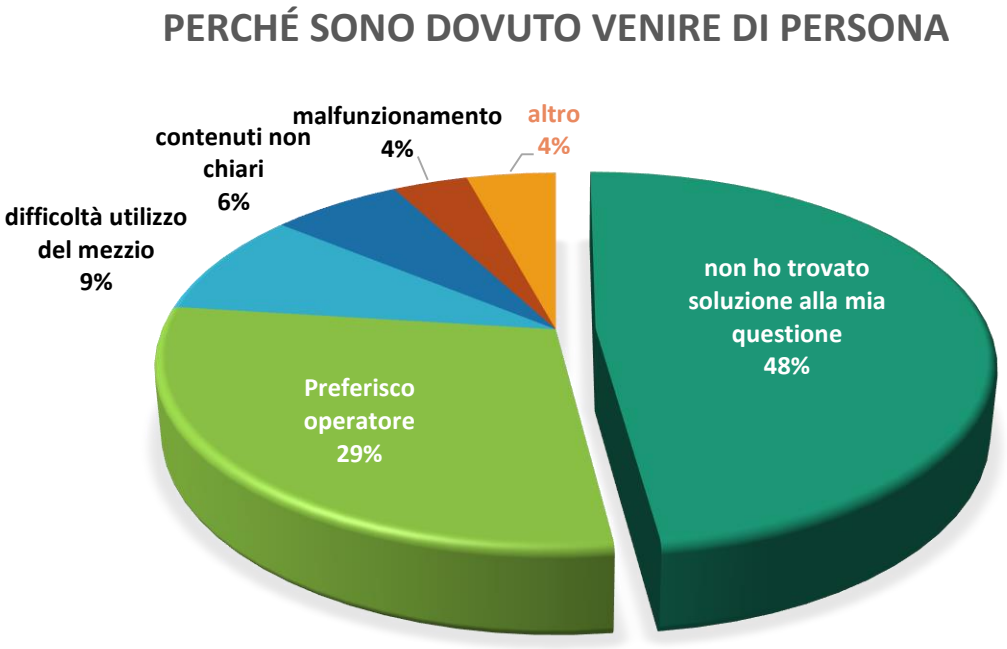
Una cospicua fetta di utenti (**il 37% degli intervistati**) **ha cercato di trovare risposta alla propria questione utilizzando un canale alternativo** all'accesso in agenzia, (il 13% ha chiamato il contact center, il 9% e andato sul sito e il 15% è andato al patronato) **ma non riuscendovi** è dovuto andare in agenzia per risolvere la questione.



I canali di accesso

Quasi la metà (48%) degli intervistati dichiara che il motivo per cui sono dovuti andare comunque in agenzia è che attraverso il canale **prescelto non era possibile trovare soluzione alla propria questione**. Questa risposta si riferisce ad una varietà di problemi* che però hanno impedito all'utente di ottenere risoluzione senza doversi recare in agenzia.

Il 29% dichiara invece di **preferire o comunque di aver bisogno dell'intervento in carne ed ossa dell'operatore INPS** , o perché la questione posta lo richiede, oppure perché è **l'utente stesso a non fidarsi** di altri canali alternativi.

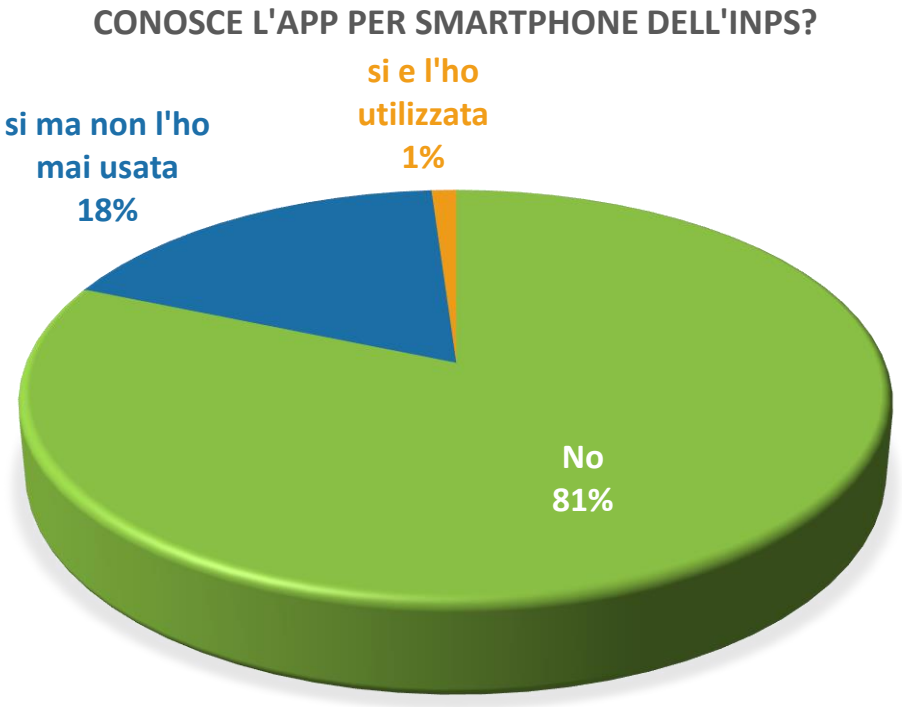


In particolare gli utenti che hanno chiamato il contact center lamentano di non essere riusciti a trovare soluzione adeguata per il 65% dei casi, contro il 47% del web e il 60% del patronato.

** I problemi vanno da chi pensava di poter inviare per fax i documenti necessari, a chi cercava informazioni esaustive su come fare per… fino a chi cercava notizie sullo stato della propria pratica.*

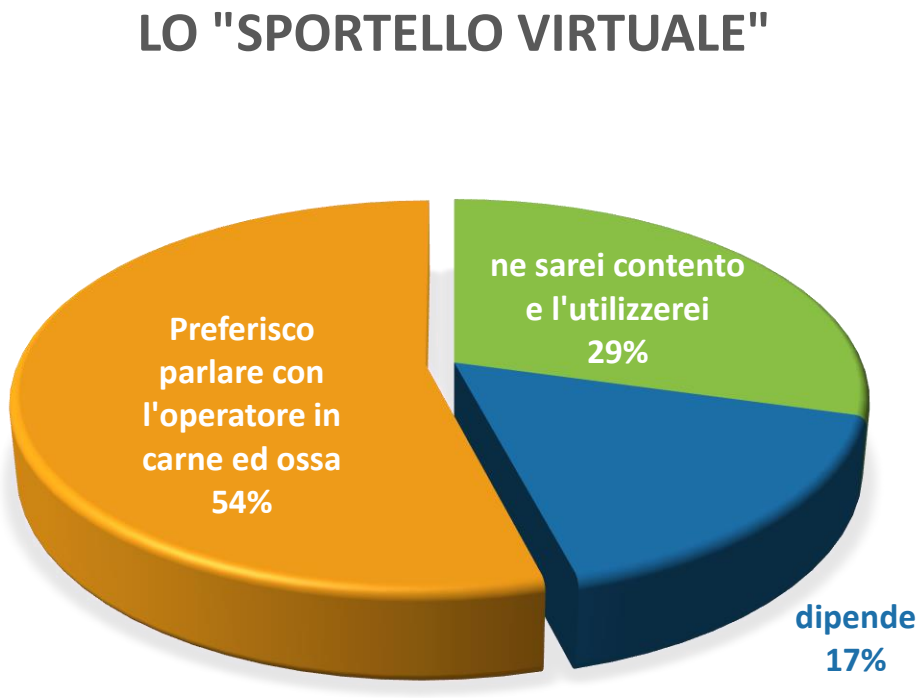
I nuovi canali

I nuovi canali d'accesso ai servizi INPS restano ancora poco conosciuti dagli utenti che si recano presso le agenzie territoriali; solo l'1% di essi ha usato già l'App per smartphone dell'INPS, il 18% sa che esiste ma non l'ha mai utilizzata e l'81% non ne conosce l'esistenza



I nuovi canali

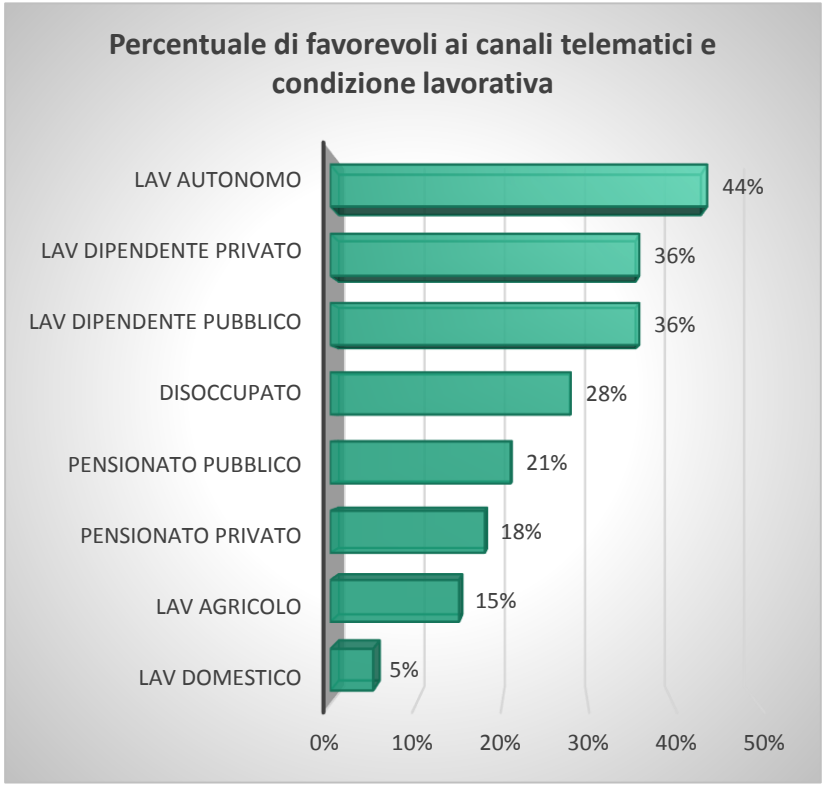
E’ stata posta agli intervistati la seguente domanda:
«*In generale, cosa pensa della possibilità di poter risolvere le sue problematiche in modo esaustivo tramite uno "sportello virtuale" raggiungibile anche via smartphone o chat, che le fornisca gli stessi servizi che riceve presso lo sportello fisico?*»



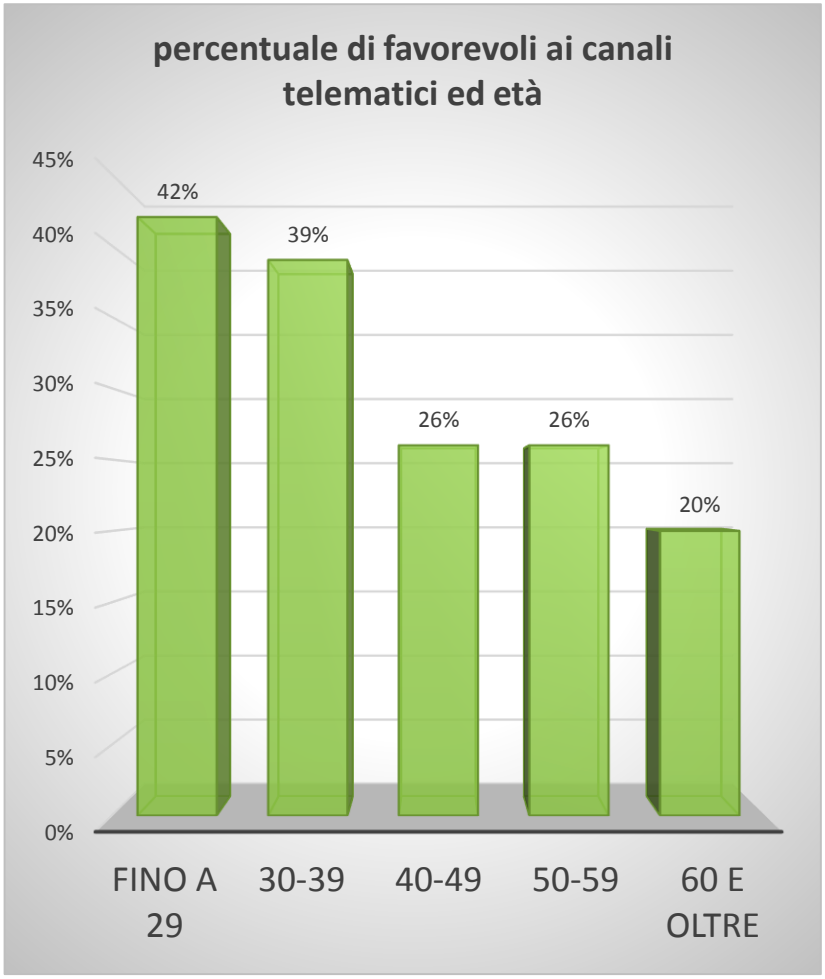
Più della metà dei rispondenti (54%) dichiara di non essere particolarmente interessato, perché, a vario titolo, **preferisce parlare con l’operatore** in carne e d ossa. **Il 29% si dichiara invece entusiasta**, mentre il 17% ha dichiarato che dipende dal tipo di servizio erogato.

Chi sono gli entusiasti dello sportello virtuale

Non c'è differenza di opinione rispetto al sesso



Si va dal 44% di favorevoli fra i lavoratori autonomi al 5% dei lavoratori domestici.



Ovviamente la risposta «ne sarei contento e l'utilizzerei» **aumenta di frequenza (42%) fra i più giovani e diminuisce fino al 20% fra gli ultrassessantenni.**

I NUOVI CANALI

Le motivazioni per la **risposta negativa** sono essenzialmente di due tipi.

1) Non si possiede PC, non si sa usare internet

«*Perché ho una certa età e non ho dimestichezza con PC e smartphone»*
«Abito vicino all'Agenzia. Non sono molto pratica con il PC e ho paura di sbagliare»
«Sarei in difficoltà a utilizzare internet e altri sistemi simili»
«Non ho né internet né telefonino, quindi preferisco parlare con l'operatore di persona.»

2) Si ha più fiducia nell'operatore in carne ed ossa

«ritengo più semplice esporre la questione ad un operatore fisico.»
«con l'operatore di sportello riesco ad affrontare in modo più analitico le problematiche che di volta in volta mi fanno interagire con l'Istituto»
«parlando con un funzionario fisicamente si instaura un rapporto di fiducia maggiore che con lo sportello virtuale»
«perché mi dia la sicurezza della ricezione della pratica e che non ci siano problemi»

I NUOVI CANALI

Le motivazioni per **la risposta positiva** sono invece per lo più relative al risparmio di tempo senza dovere andare in sede, evitare file etc…

Infine le motivazioni **per la risposta «dipende**» riguardano ad esempio la tipologia di servizi:
«***Sarebbe utile per le cose semplici***, *per altre è meglio di persona.*»
oppure la funzionalità degli strumenti telematici:
«Se il sito fosse molto chiaro, andrebbe bene*. Nel caso di difficoltà o poca chiarezza, è meglio rivolgersi di persona all'operatore.»*
«dovrebbe essere un servizio efficiente e reale , non solo per fare vedere»