



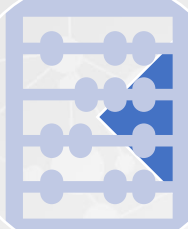
ICity Club 2023

**Indagine Servizi Digitali dal punto di vista dei
cittadini (primavera 2023)**

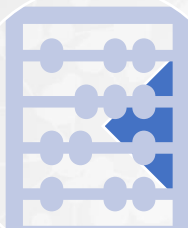
Report ALESSANDRIA

- L'indagine è stata effettuata nell'ambito del progetto ICity Club promosso da FPA con la partecipazione di 17 amministrazioni capoluogo che, per un periodo di 8 settimane da aprile a giugno, hanno reso accessibile il questionario agli utenti digitali dell'amministrazione. La partecipazione è stata molto diversificata anche in ragione delle campagne di comunicazione che è stato possibile attivare.
- **Date le modalità di somministrazione, i risultati non possono essere considerati rappresentativi né del «complesso della popolazione» né dell'insieme della «popolazione connessa»; ma sono significativi rispetto agli attuali «utenti urbani digitali». O meglio ne rappresentano la parte più consapevole, attiva e – cosa non da poco – disponibile a dialogare con l'amministrazione (ma anche a criticarla...) per fare della trasformazione digitale un processo «aperto» in cui la voce dei cittadini possa contribuire alla individuazione delle scelte migliori.**
- **Questo report presenta le frequenze percentuali semplici rilevate nella città interessata poste a confronto con la media ponderata calcolata per le 17 città partecipanti. La possibilità di valutare e interpretare i risultati attraverso questa comparazione costituisce un importante valore aggiunto per le amministrazioni.**
- **I dati elaborati relativi alla singola città sono trasmessi da FPA esclusivamente alla amministrazione interessata socia di ICity Club.**

PRINCIPALI RISULTATI



Elevata quota di partecipanti con esperienza ancora limitata



Alta percentuale di utilizzatori dell'App IO



50% di giudizi positivi sui servizi on line contro il 12% negativi



Forte richiesta di incremento del numero dei servizi (e di attivazione degli strumenti di supporto)

CHI HA PARTECIPATO:

**«GLI UTENTI
URBANI DIGITALI»**

- 1 - DISTRIBUZIONE TERRITORIALE**
- 2 - GENERE**
- 3 - ETA'**
- 4 - TITOLO DI STUDIO**
- 5 - COMPETENZE DIGITALI**
- 6 - TIPOLOGIA UTENTI**
- 7 - FREQUENZA DI UTILIZZO**
- 8 - STRUMENTO UTILIZZATO**
- 9 - CANALE DI ACCESSO**

CHI HA PARTECIPATO:

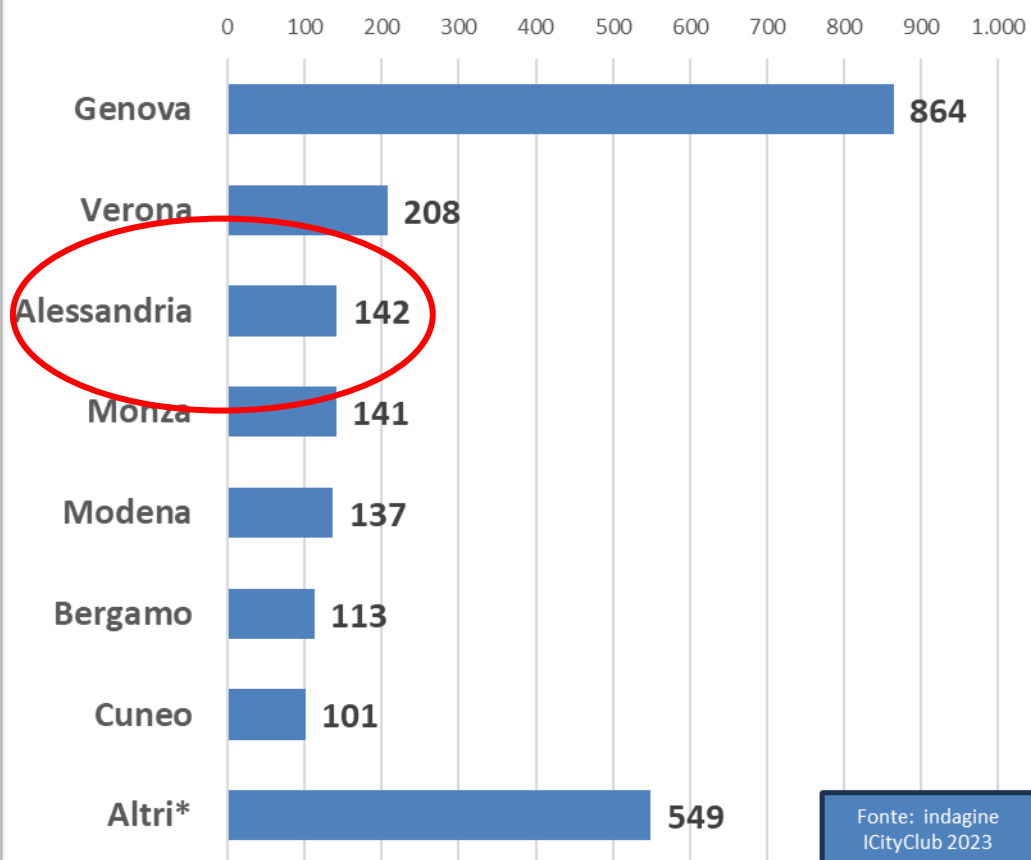
**«GLI UTENTI
URBANI DIGITALI»**

Tratto caratteristico del caso di Alessandria è la quota elevata (35% vs 7% della media ponderata dei capoluoghi coinvolti) di utenti che hanno avuto accesso al questionario tramite una app che si riflette nella maggiore consistenza (73% vs 43%) dell'utilizzo di telefoni e smartphone. Inoltre, rispetto alla media, è decisamente più ampia la quota di utenti con accesso agli strumenti on line dell'amministrazione ancora occasionale (34%) o episodico (23%).

Le caratteristiche anagrafiche sono in linea con quelle complessive con frequenze leggermente superiori degli utenti maschi (56%), della fascia di età medio alta (42%) e dei titolari di diploma secondario superiore (50%).

1 - DISTRIBUZIONE TERRITORIALE

FIG. 1 - ICITY CLUB - INDAGINE UTENTI DIGITALI 2023
- DISTRIBUZIONE TERRITORIALE QUESTIONARI
COMPILATI

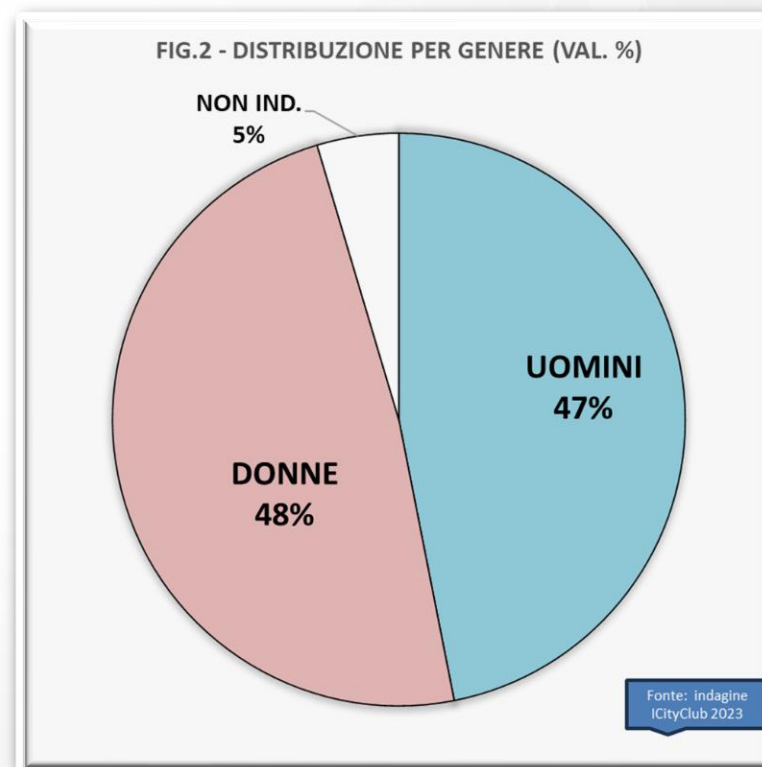
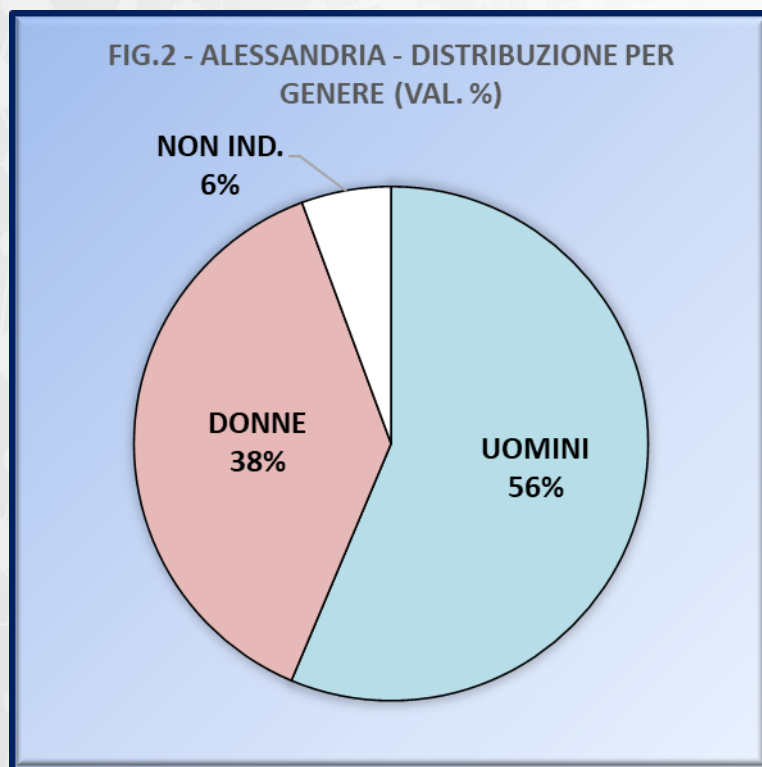


- Nel complesso sono stati elaborati i dati di 2.255 questionari.
- La «soglia» delle 100 risposte è stata superata in 7 capoluoghi su 17.
- Per la città di Alessandria sono stati compilati 142 questionari..
- ***Le % «totali» presentate in questo rapporto sono una media «ponderata» calcolata attribuendo a ciascuna città un peso pari alla popolazione residente..***

N.B. * Altri capoluoghi partecipanti: Firenze, Prato, Messina, Parma, Benevento, Novara, Trento, Cremona, Cesena, Bari.

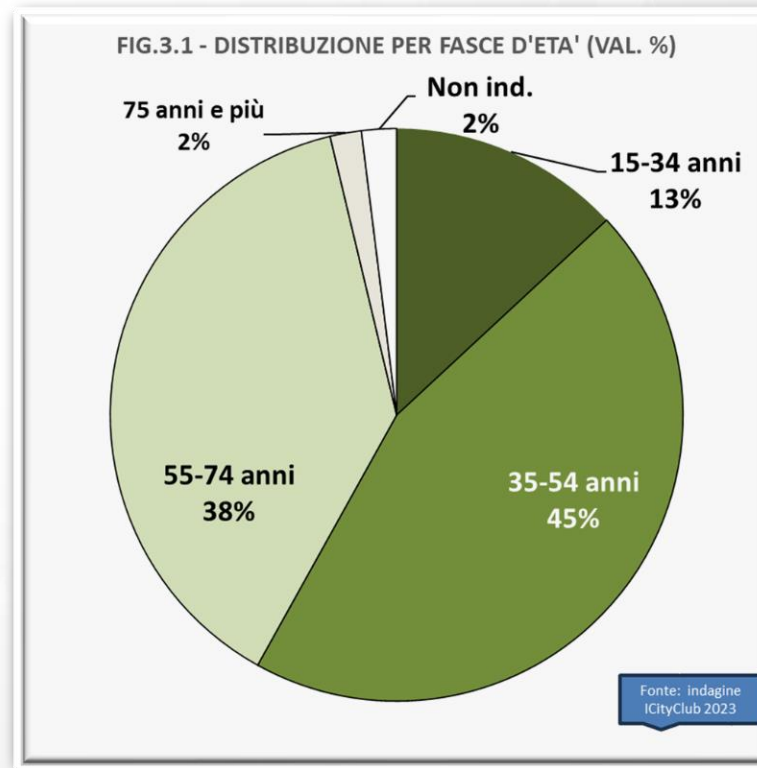
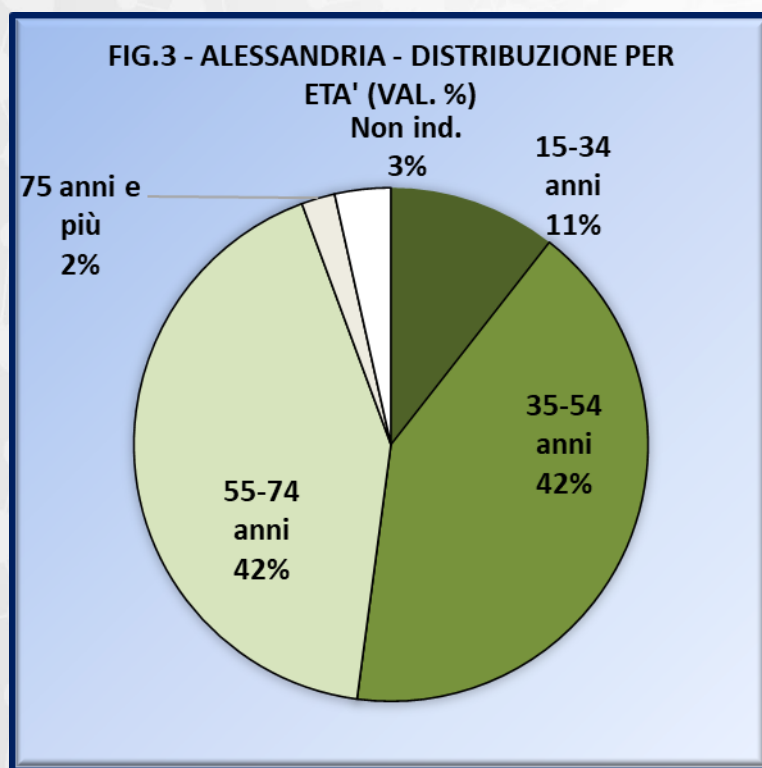
2 - GENERE

- Tra i partecipanti alla rilevazione ad Alessandria (grafico SX) si evidenzia una prevalenza maschile (56%) che non trova riscontro nel dato medio ponderato dei capoluoghi partecipanti (grafico DX, uomini 47%).



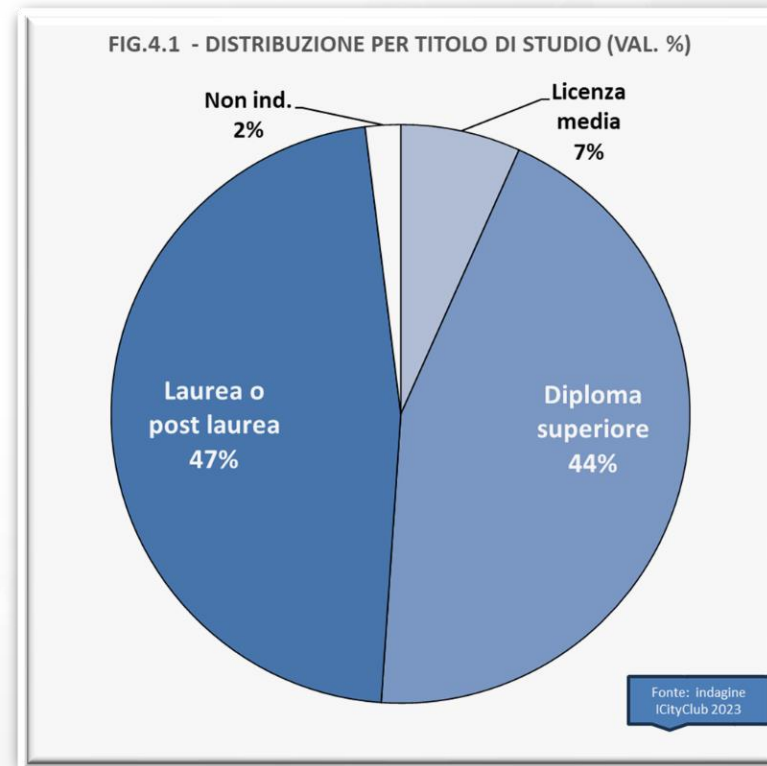
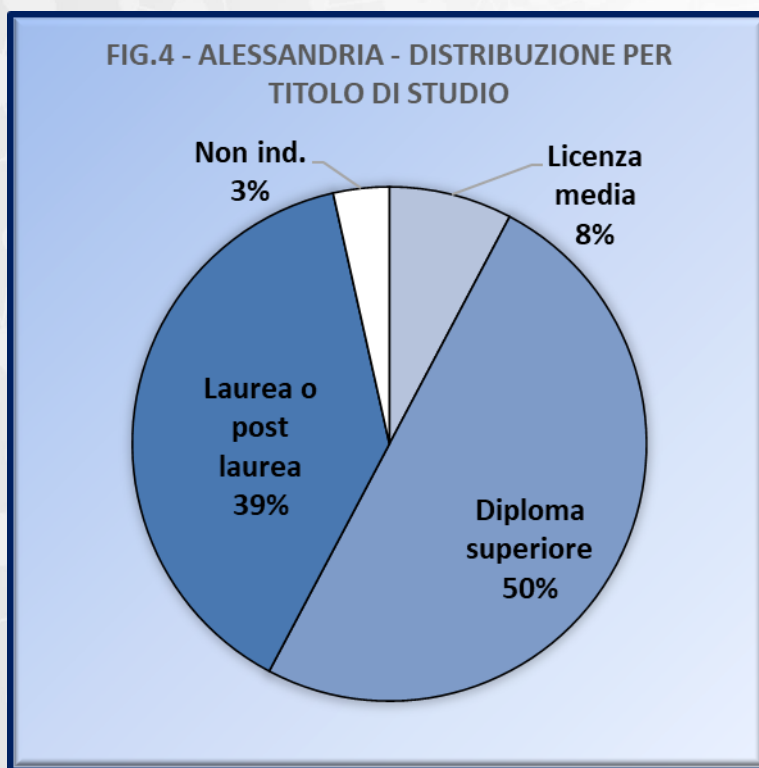
3 - ETA'

- La distribuzione per età è simile a quella complessiva con una lieve accentuazione della quota della fascia 55-74 anni che raggiunge il 42% contro una media del 38%.



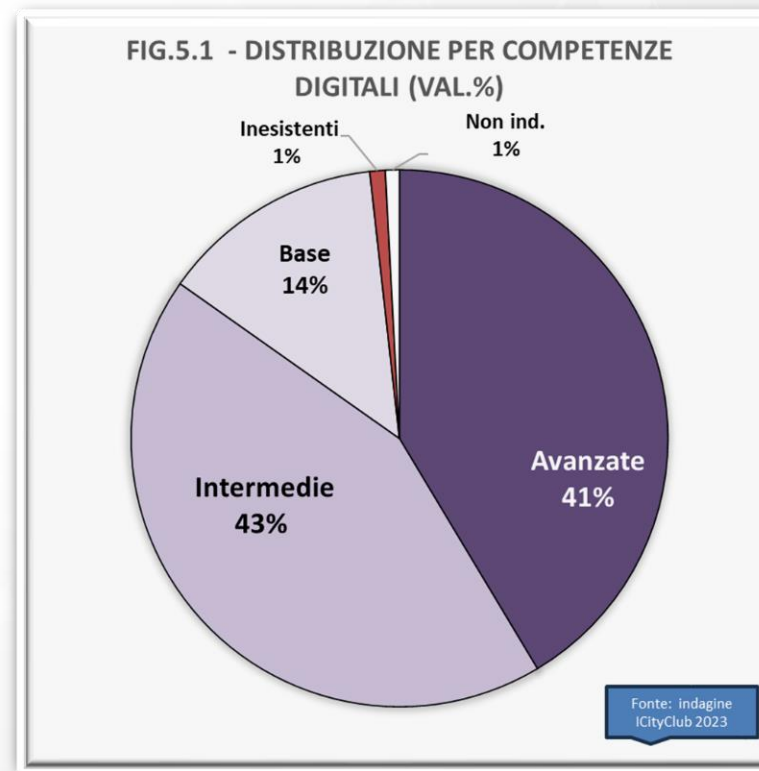
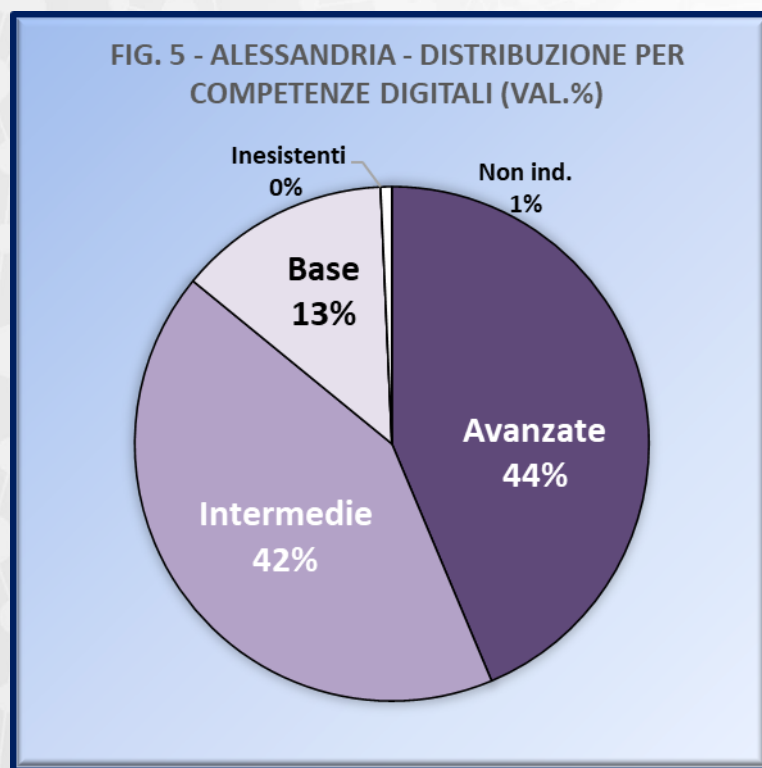
4 - TITOLO DI STUDIO

Nella distribuzione dei rispondenti per titolo di studio si osserva una frequenza più elevata della media di titolari di diploma superiore (50% vs 44%).



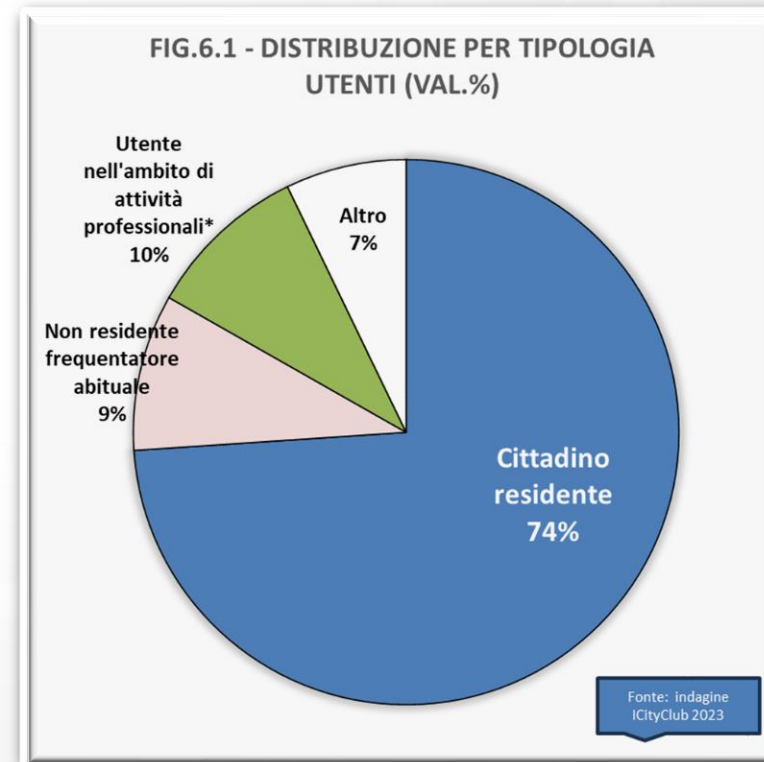
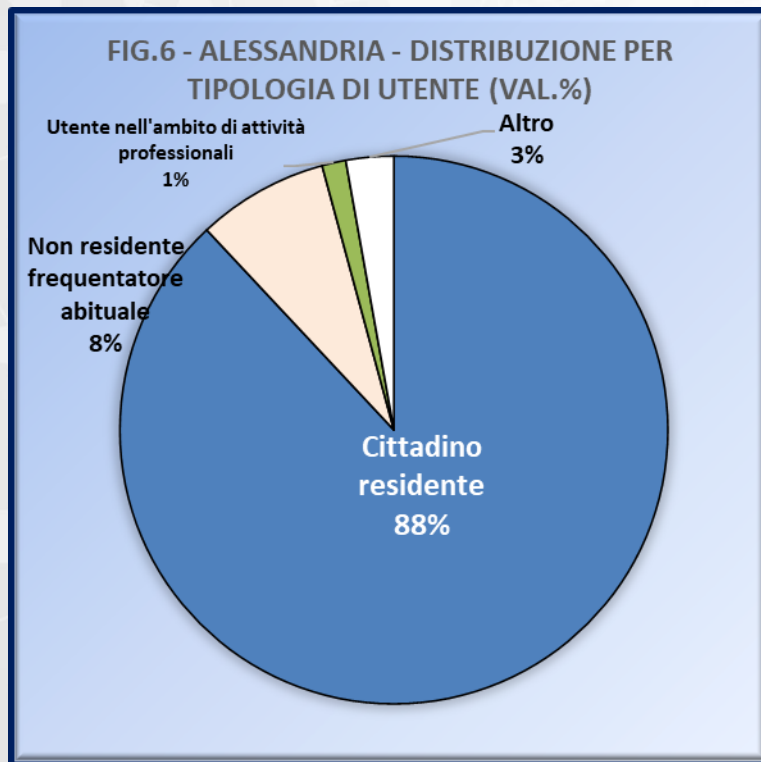
5 - COMPETENZE DIGITALI

- La distribuzione delle competenze digitali (autodichiarate) è in linea con quella complessiva con una lieve accentuazione della consistenza della fascia più elevata (44% vs 41%).



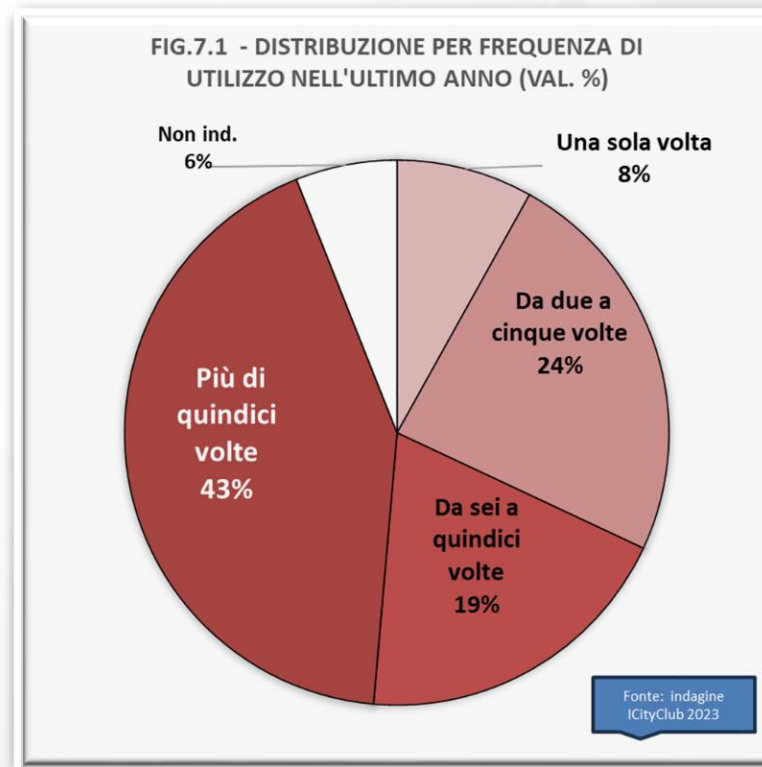
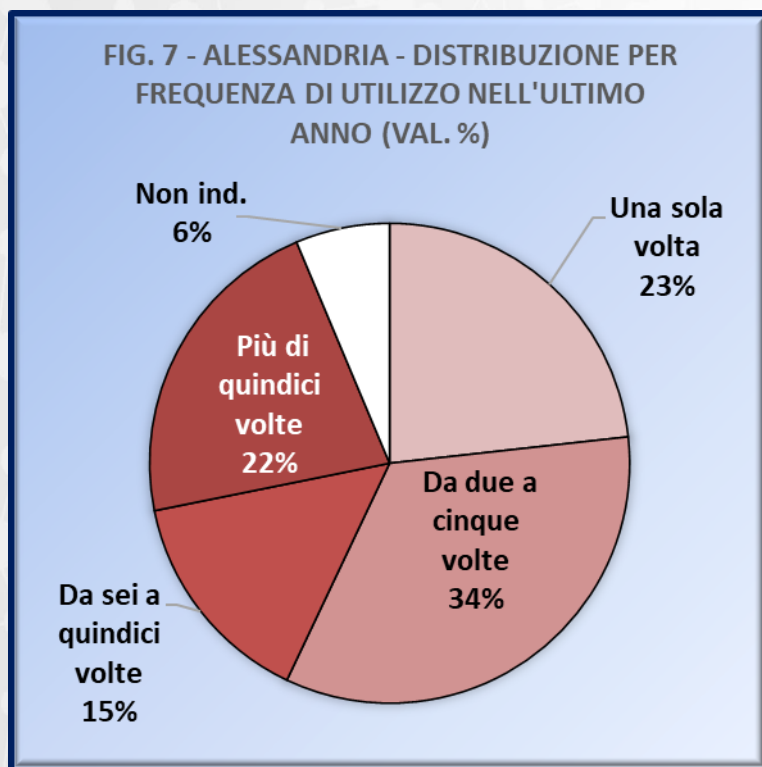
6 - TIPOLOGIA UTENTI

- Quasi nove su dieci partecipanti alla rilevazione sono cittadini residenti.



7 - FREQUENZA DI UTILIZZO

- **Nettamente inferiore alla media la partecipazione alla rilevazione di utenti sistematici o frequenti; ben il 57% dei rispondenti (contro il 32% della media) ha effettuato meno di sei accessi nell'ultimo anno. Questo dato può anche derivare dal fatto che una quota elevata di partecipanti si è avvicinata recentemente all'utilizzo dei servizi on line.**

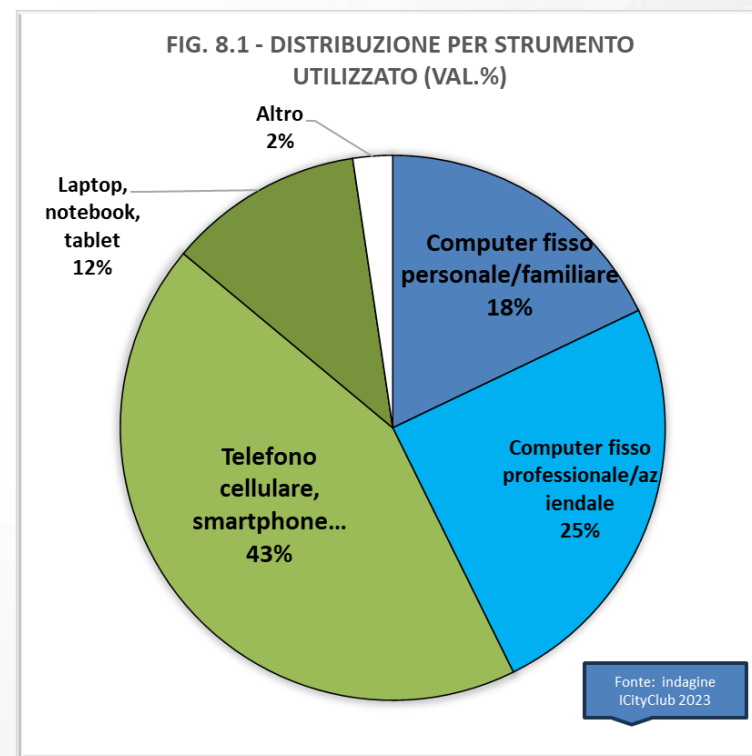
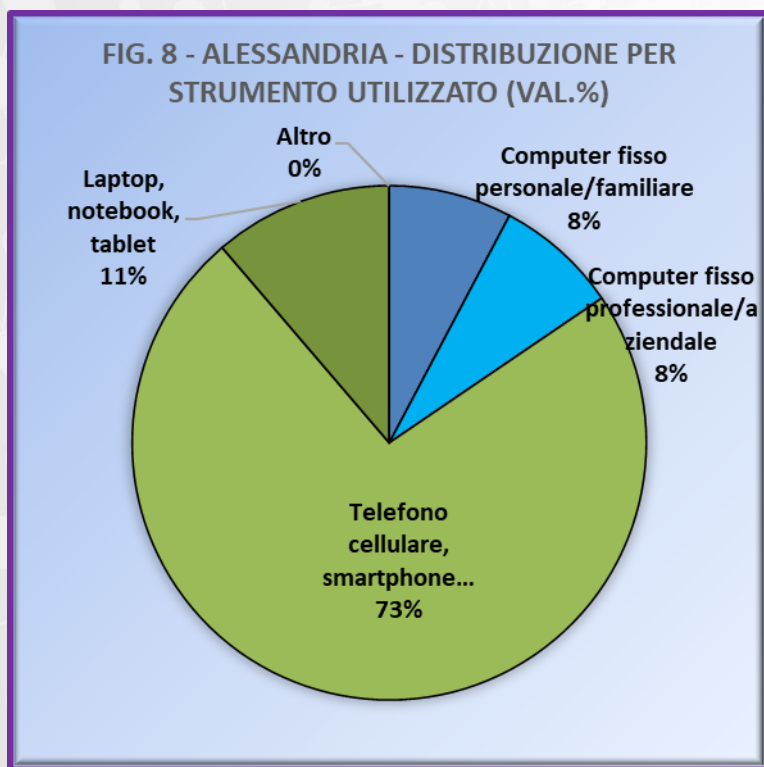


7 – DETTAGLIO FREQUENZA DI UTILIZZO

		%	v.a.
1) Quante volte, negli ultimi 12 mesi, si è collegato/a al sito comunale?	1 - Una sola volta	23,2	33
	2 - Da due a cinque volte	33,8	48
	3 - Da sei a quindici volte	14,8	21
	4 - Più di quindici volte	21,8	31
	5 - non saprei	6,3	9
	Totale	100,0	142

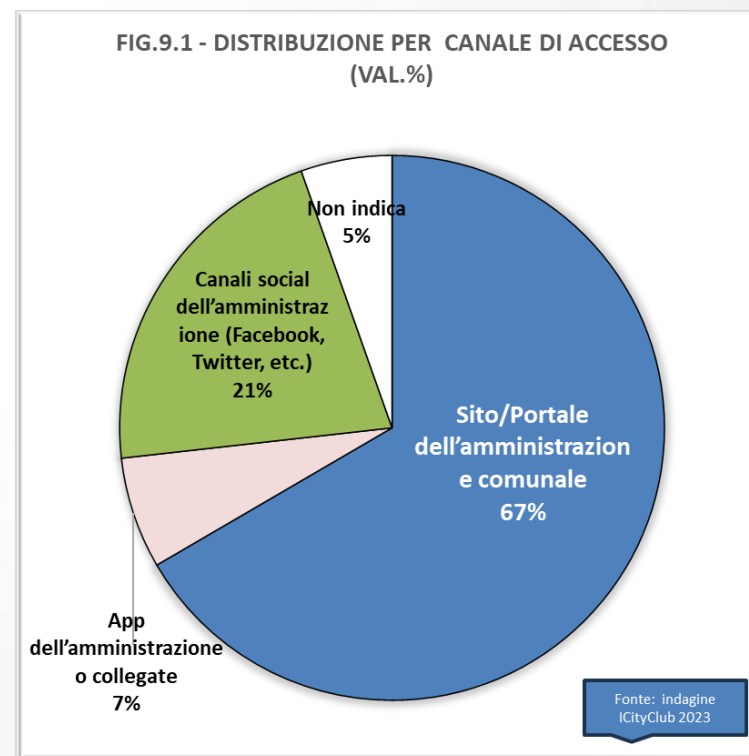
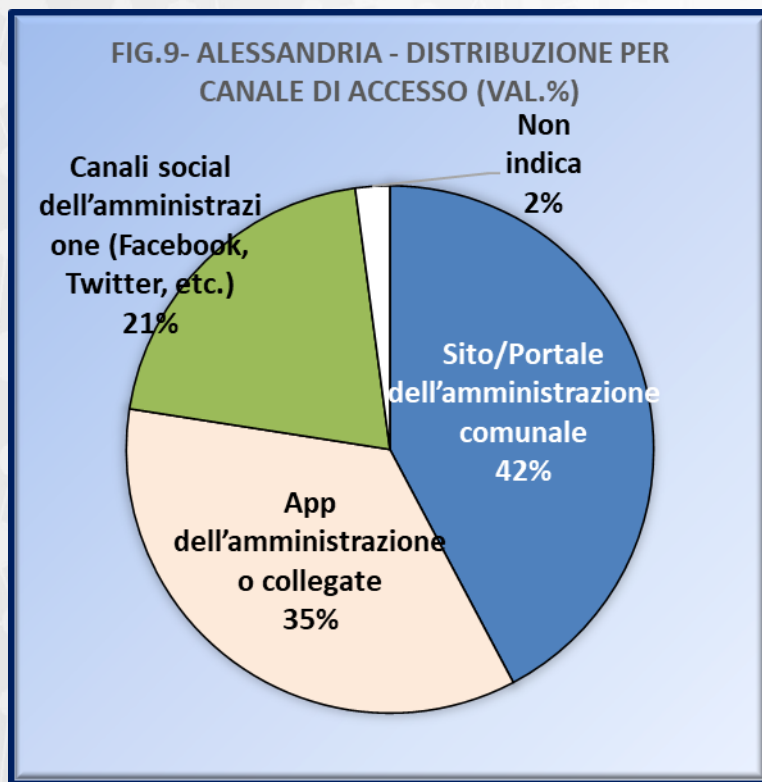
8 - STRUMENTO UTILIZZATO

- Nel caso di Alessandria si accentua notevolmente la quota di utenti che utilizzano device mobili (84% contro il 55% della media).



9 - CANALE DI ACCESSO

- Ad Alessandria è abbondantemente più elevata della media la quota di coloro che hanno avuto accesso al questionario tramite una app (35% contro una media del 7%).



LE ESPERIENZE

10 - SERVIZI UTILIZZATI

11 - ATTIVITA' SVOLTE

12 - ACCESSO AI SERVIZI

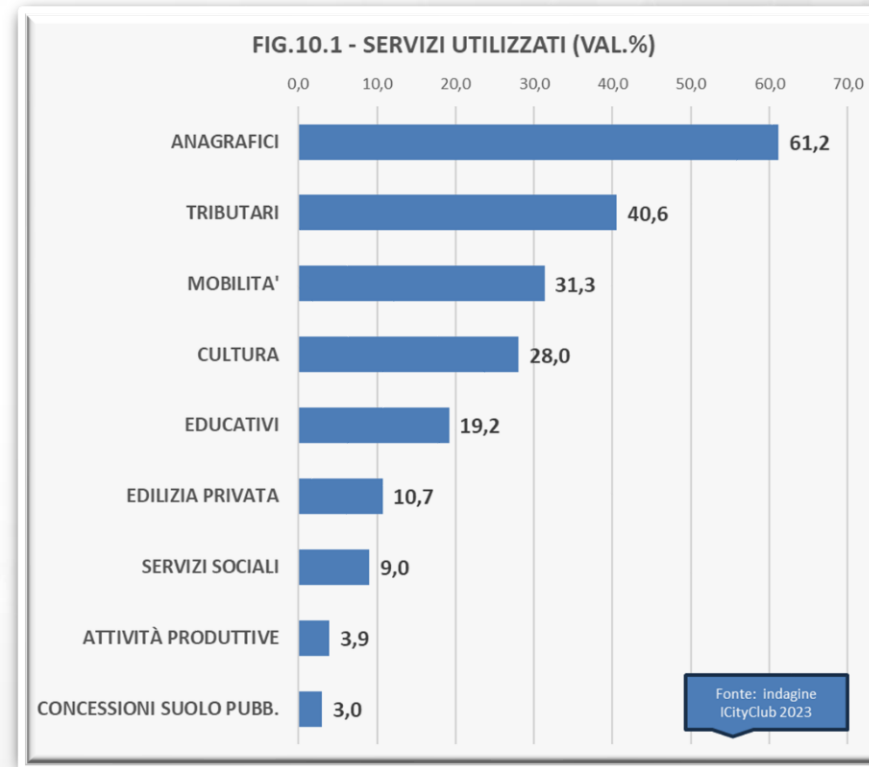
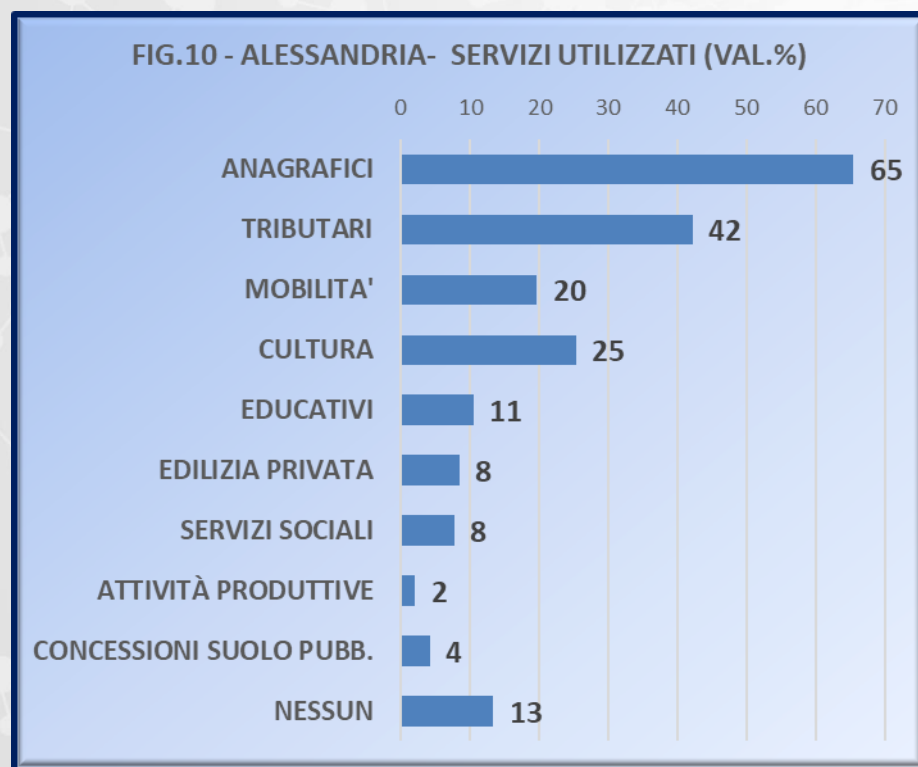
13 - CANALI SOCIAL

14 - STRUMENTI DI INTERAZIONE DIGITALE

Dal profilo dei comportamenti degli utenti digitali di Alessandria emerge il ruolo cruciale svolto dall'App IO che risulta utilizzata con una frequenza superiore a quella media delle città capoluogo coinvolte nell'indagine (68% vs 64%) e l'efficacia della pagina facebook della amministrazione.

10. - SERVIZI UTILIZZATI

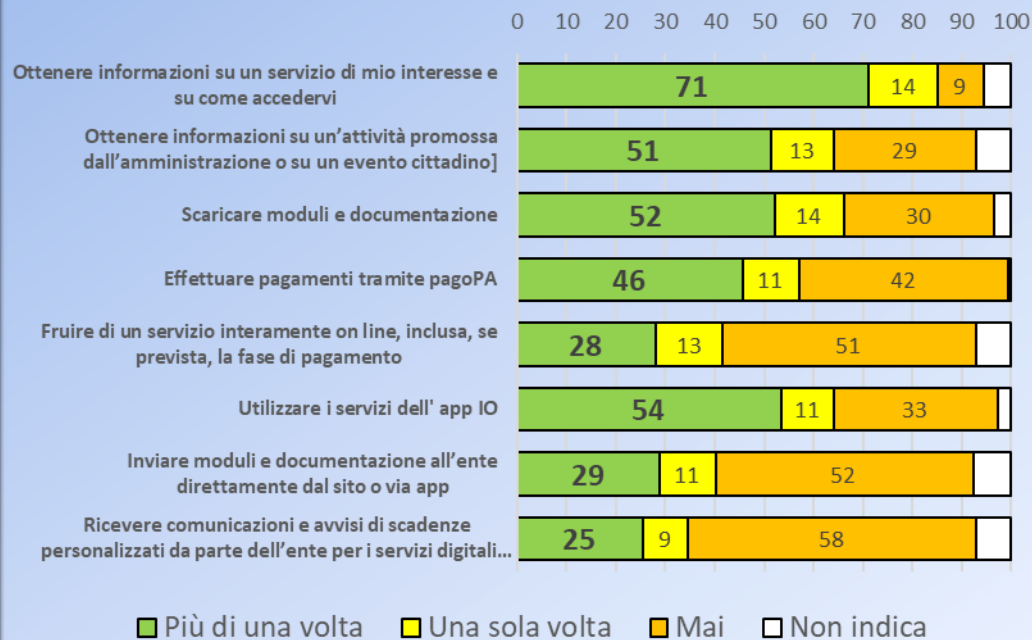
- Servizi anagrafici (sperimentati dal 65% degli utenti) e tributari (42%) costituiscono di gran lunga i servizi più utilizzati ad Alessandria (grafico SX) , anche più di quanto non accada nella media dei capoluoghi partecipanti (grafico DX).



11 - ATTIVITA' SVOLTE

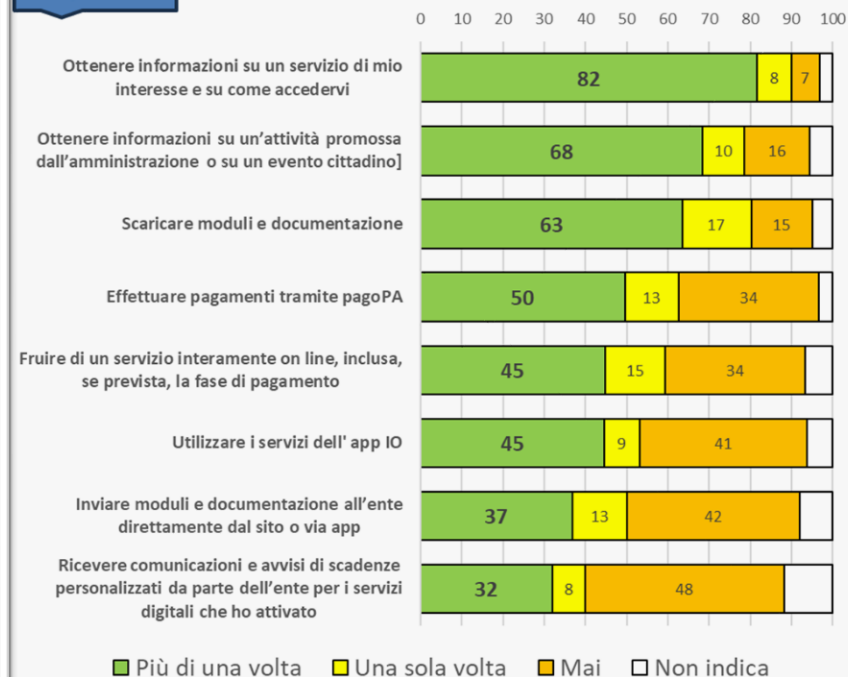
- Le frequenze di utilizzo dei servizi sono sistematicamente inferiori ai valori calcolati come media delle città coinvolte con l'eccezione dell'utilizzo dell'App IO sperimentata dal 65% degli utenti di Alessandria contro il 54% della media.

Fig.11- ALESSANDRIA - ATTIVITA' SVOLTE (VAL.%)



Fonte: indagine
ICityClub 2023

Fig.11.1 - ATTIVITA' SVOLTE (VAL.%)



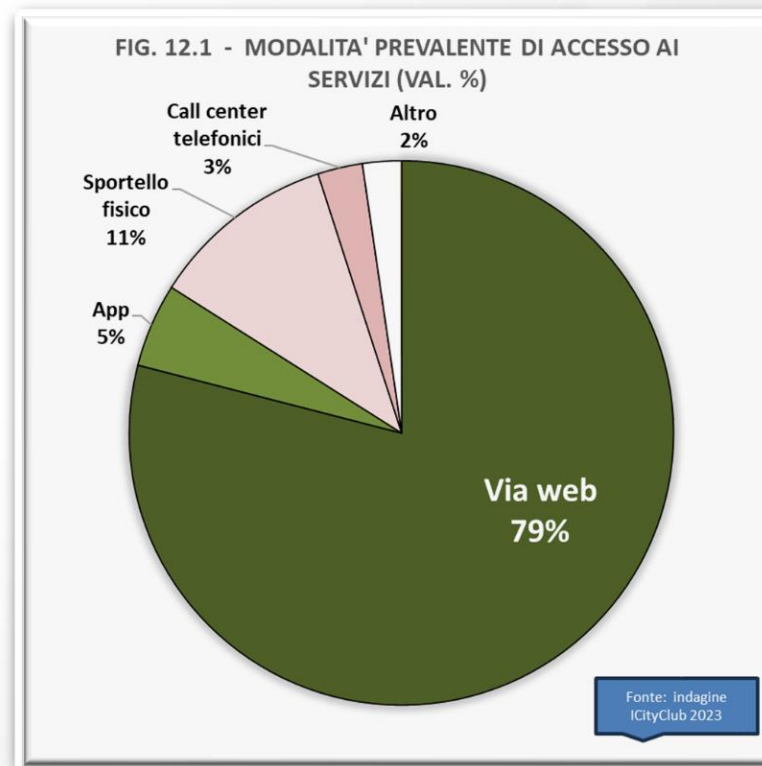
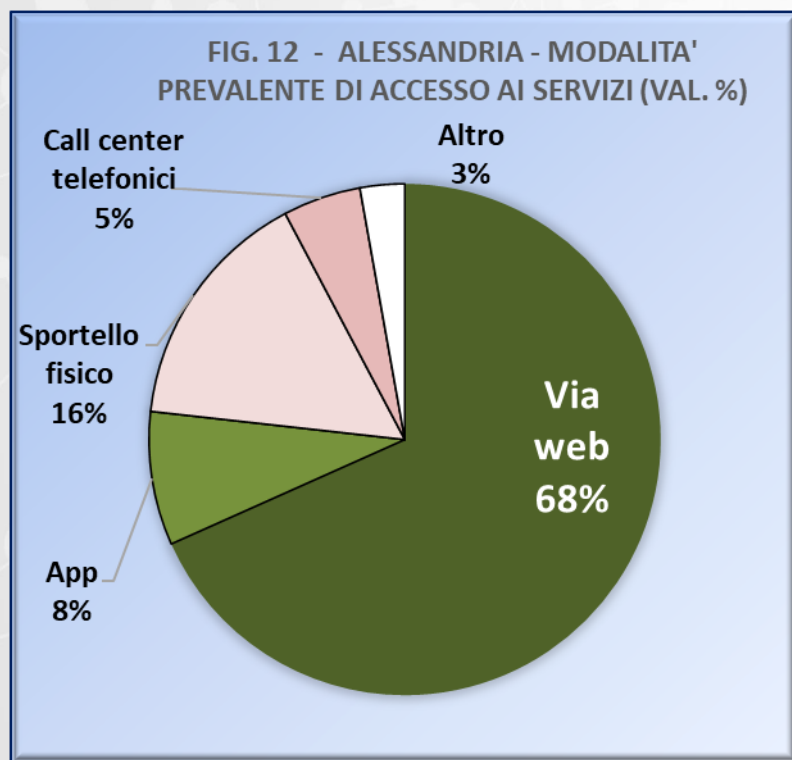
3) Per ciascuna delle seguenti attività, può indicarci se la ha effettuata attraverso i servizi on line dell'amministrazione comunale?

		%	v.a.
Ottener informazioni su un servizio di mio interesse e su come accedervi	1 - Una sola volta	14,1	20
	2 - Più di una volta	71,1	101
	3 - Mai	9,2	13
	4 - Non saprei	5,6	8
	Totale	100,0	142
Ottener informazioni su un'attività promossa dall'amministrazione o su un evento cittadino]	1 - Una sola volta	12,7	18
	2 - Più di una volta	51,4	73
	3 - Mai	28,9	41
	4 - Non saprei	7,0	10
	Totale	100,0	142
Scaricare moduli e documentazione	1 - Una sola volta	14,1	20
	2 - Più di una volta	52,1	74
	3 - Mai	30,3	43
	4 - Non saprei	3,5	5
	Totale	100,0	142
Inviare moduli e documentazione all'ente direttamente dal sito o via app	1 - Una sola volta	11,3	16
	2 - Più di una volta	28,9	41
	3 - Mai	52,1	74
	4 - Non saprei	7,7	11
	Totale	100,0	142
Fruire di un servizio interamente on line, inclusa, se prevista, la fase di pagamento	1 - Una sola volta	13,4	19
	2 - Più di una volta	28,2	40
	3 - Mai	51,4	73
	4 - Non saprei	7,0	10
	Totale	100,0	142
Ricevere comunicazioni e avvisi di scadenze personalizzati da parte dell'ente per i servizi digitali che ho attivato	1 - Una sola volta	9,2	13
	2 - Più di una volta	25,4	36
	3 - Mai	58,5	83
	4 - Non saprei	7,0	10
	Totale	100,0	142
Effettuare pagamenti tramite pagoPA	1 - Una sola volta	11,3	16
	2 - Più di una volta	45,8	65
	3 - Mai	42,3	60
	4 - Non saprei	,7	1
	Totale	100,0	142
Utilizzare i servizi dell' app IO	1 - Una sola volta	10,6	15
	2 - Più di una volta	53,5	76
	3 - Mai	33,1	47
	4 - Non saprei	2,8	4
	Totale	100,0	142

11 – DETTAGLIO ATTIVITA'

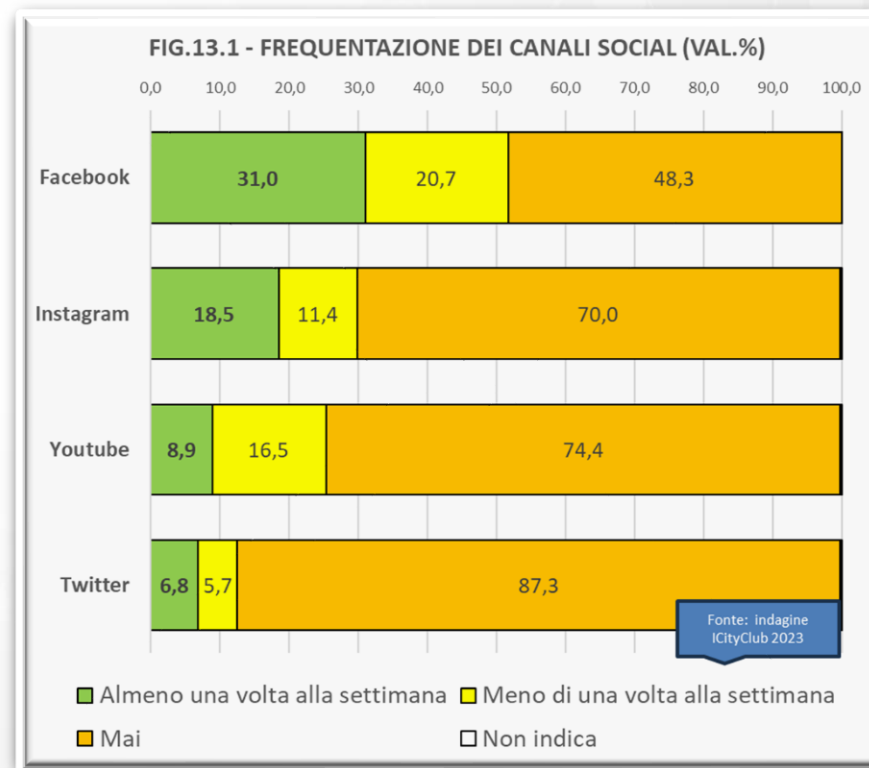
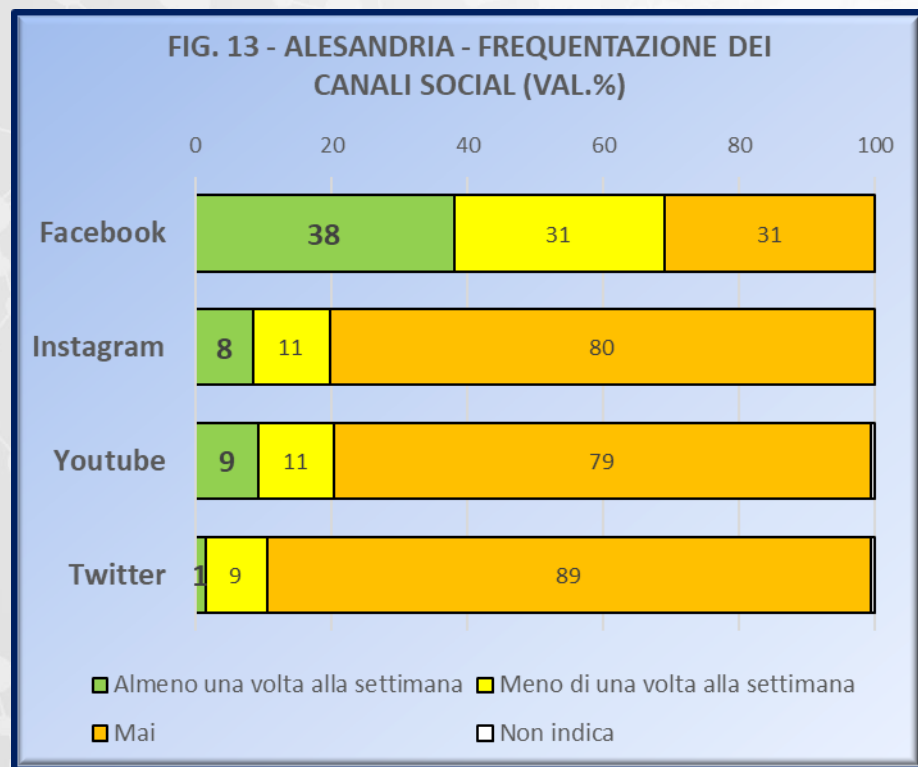
12 - ACCESSO AI SERVIZI

- Nella distribuzione per canale di accesso prevalente dei partecipanti si evidenzia una quota del web (68%) elevata ma ancora inferiore a quella media dei capoluoghi partecipanti (79%).



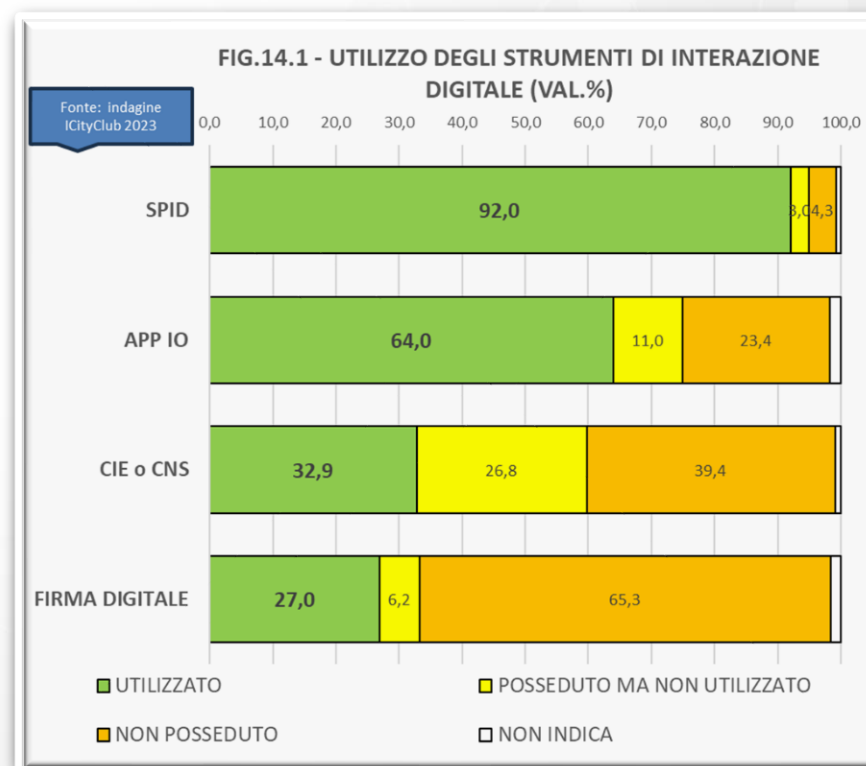
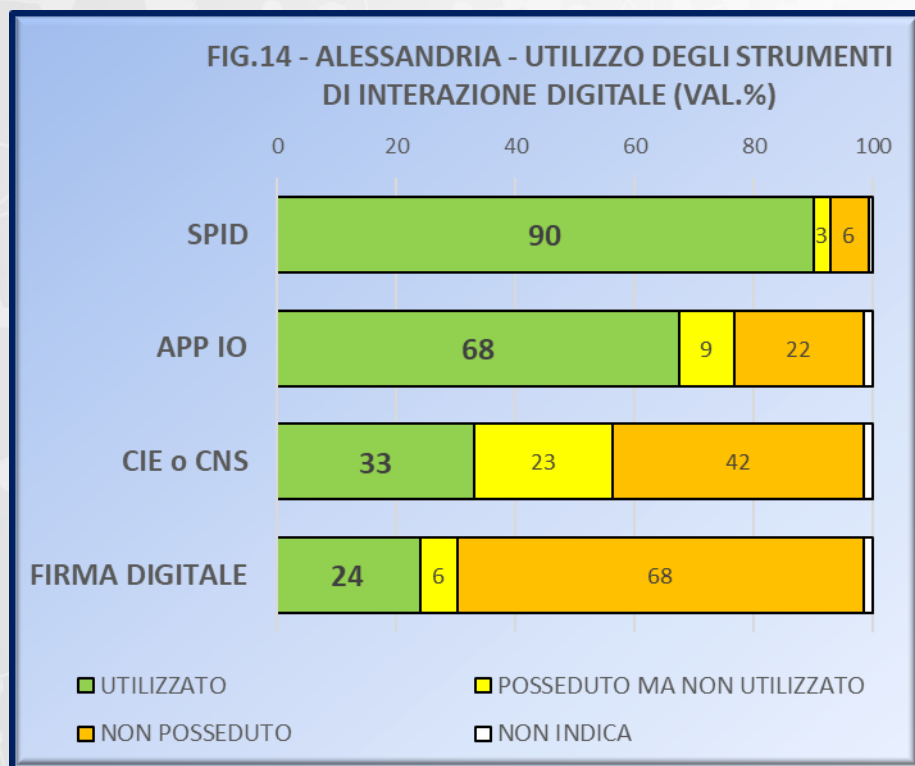
13 - CANALI SOCIAL

- Nel caso di Alessandria si rilevano valori particolarmente elevati di frequentazione della pagina facebook della amministrazione (38% almeno una volta alla settimana).



14 - STRUMENTI DI INTERAZIONE DIGITALE

- Anche la percentuale di utilizzo della App IO (68%) risulta superiore a quella media (64%).



LE VALUTAZIONI

15 - PARTECIPAZIONE A PRECEDENTI INDAGINI

16 - GIUDIZI SULL'ON LINE

17 - ANDAMENTO NEL TEMPO

18 - STRUMENTI DI SUPPORTO

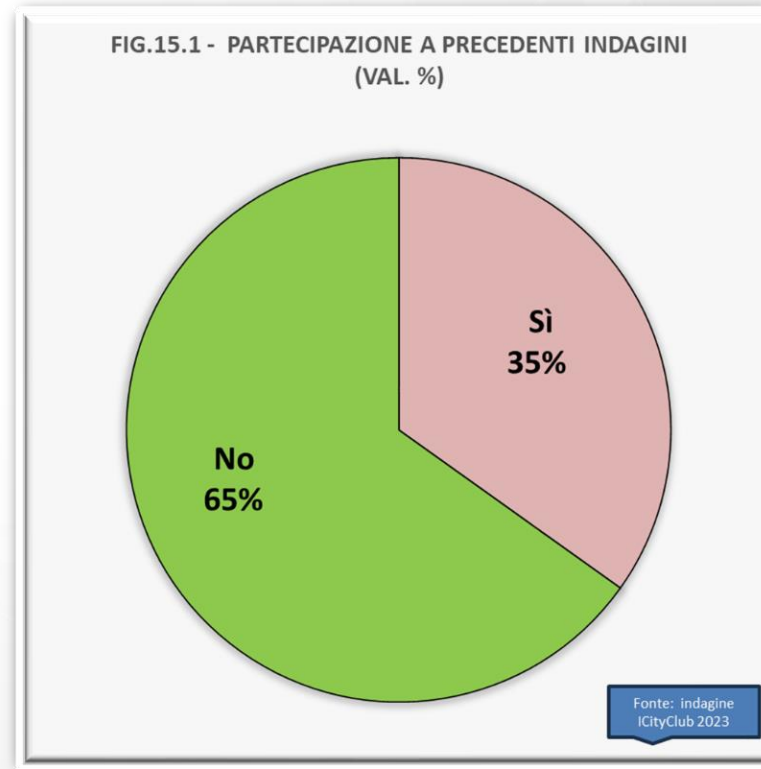
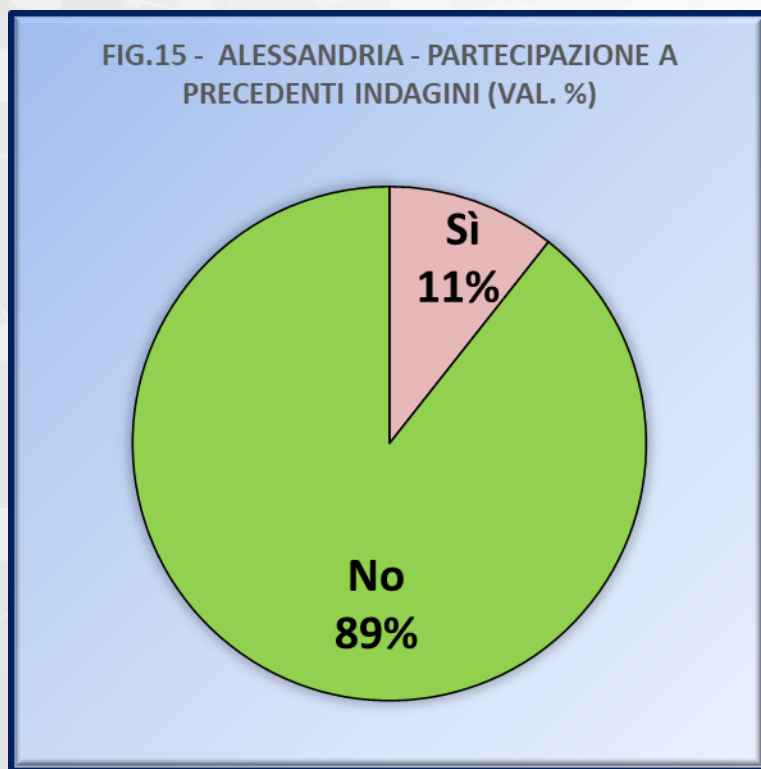
19 - AZIONE PRIORITARIA

L'elevata quota di valutazioni intermedie può essere posta in relazione con l'esperienza di fruizione ancora limitata di molti degli utenti coinvolti.

I giudizi positivi prevalgono comunque nettamente su quelli negativi e si affiancano alla richiesta di ampliamento di servizi (e attivazione di strumenti di supporto).

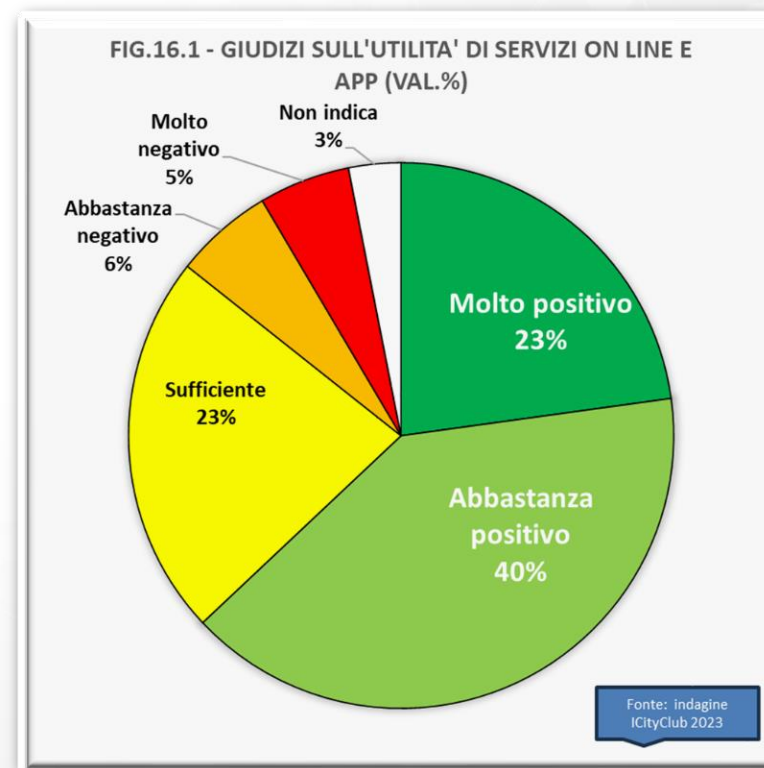
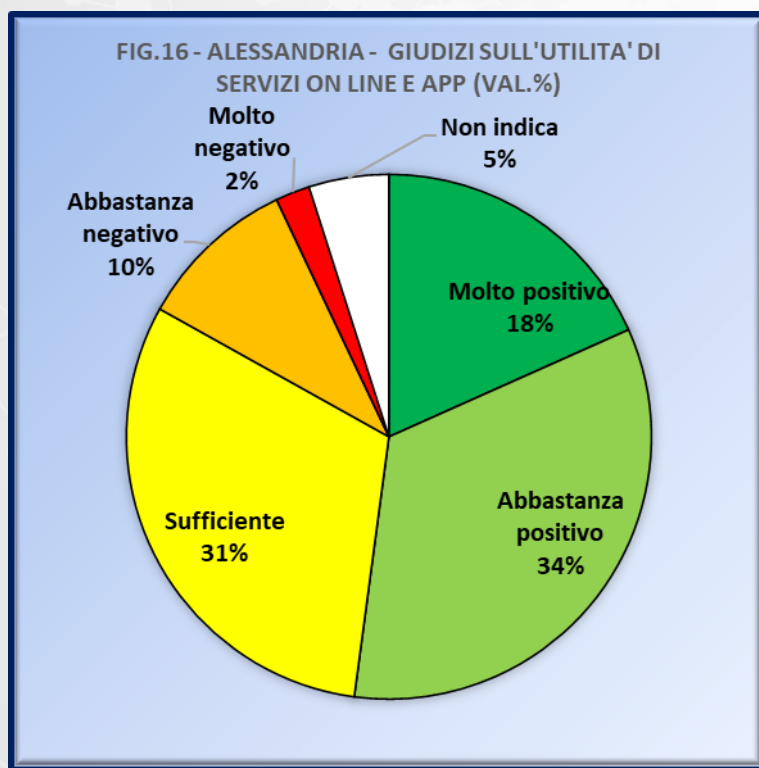
15 - PARTECIPAZIONE A PRECEDENTI INDAGINI

- Quasi il 90% degli utenti digitali coinvolti ad Alessandria (grafico SX) non aveva mai partecipato a precedenti indagini.



16 - GIUDIZI SULL'ON LINE

- I giudizi favorevoli sono largamente prevalenti (52% molto o abbastanza positivi contro 12% molto o abbastanza negativi), tuttavia la percentuale è ancora inferiore a quella registrata nella media dei comuni coinvolti.

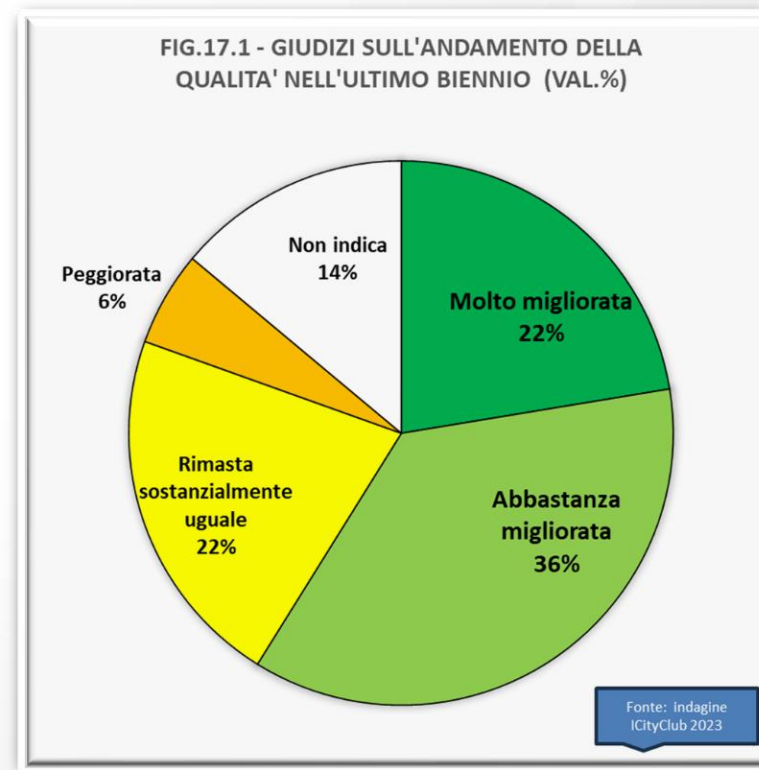
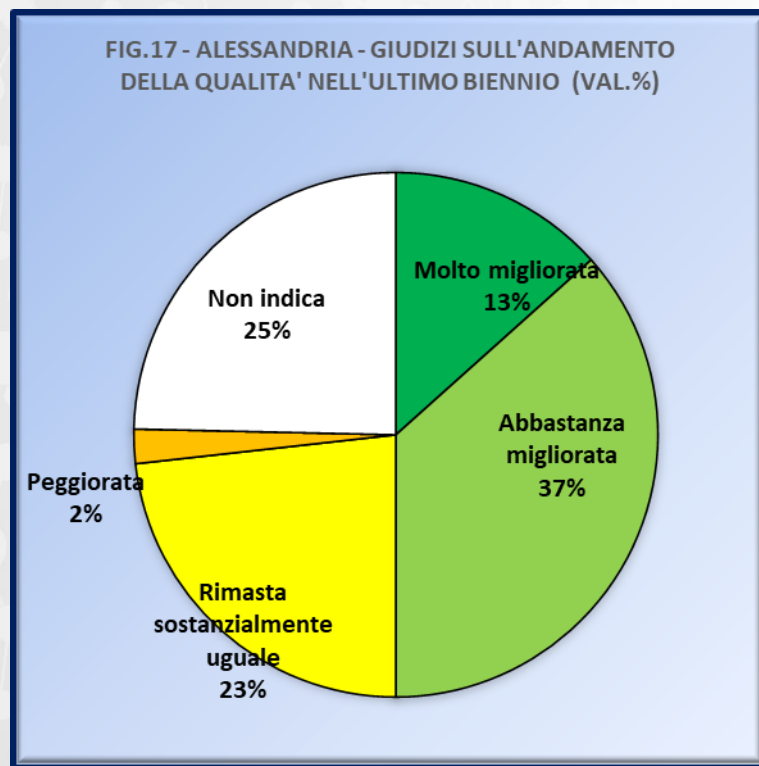


16 - DETTAGLIO GIUDIZI SULL'ON LINE

		%	v.a.
6) Qual è il suo giudizio, complessivamente, sulla utilità dei servizi on line e delle app messi a disposizione dalla amministrazione comunale (il giudizio va riferito specificamente agli strumenti di accesso online)?	1 - Molto positivo	18,3	26
	2 - Abbastanza positivo	33,8	48
	3 - Sufficiente	31,0	44
	4 - Abbastanza negativo	9,9	14
	5 - Molto negativo	2,1	3
	6 - Non saprei	4,9	7
	Totale	100,0	142

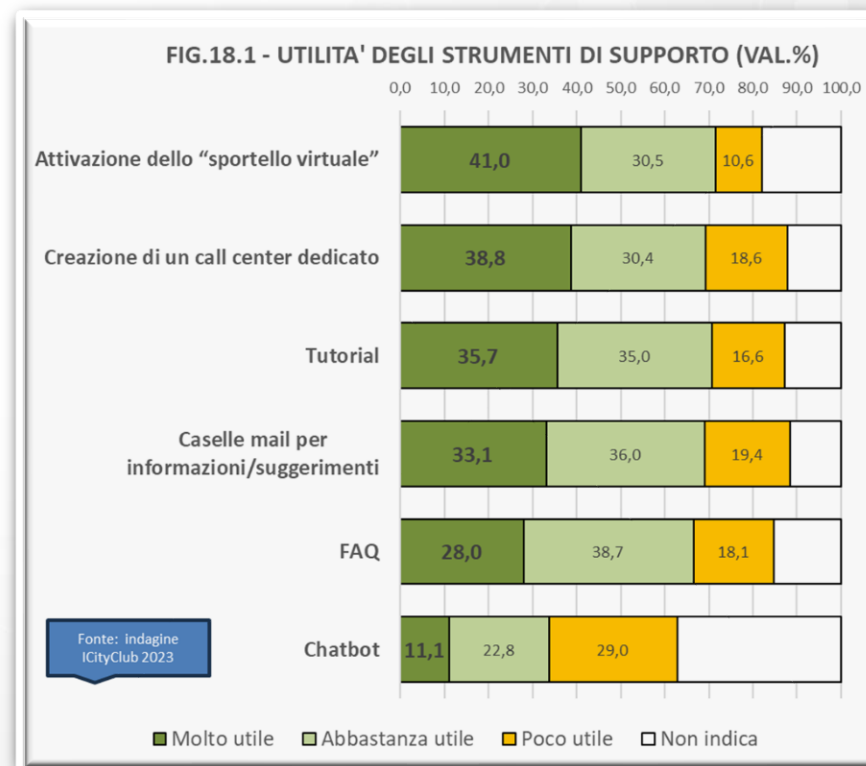
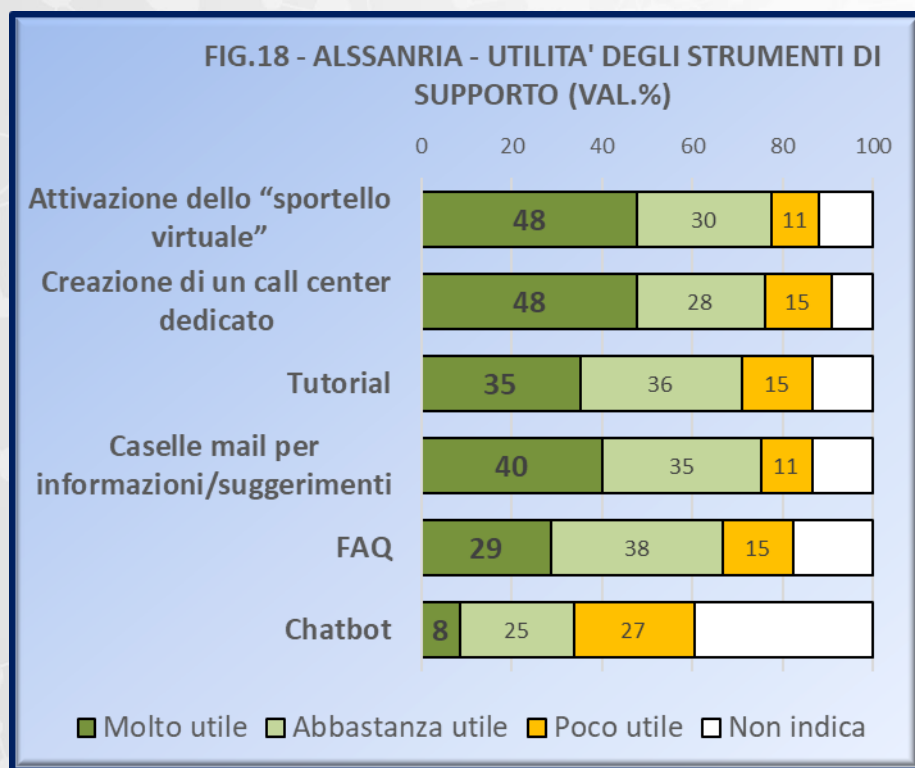
17 - ANDAMENTO NEL TEMPO

- L'elevata quota di «nuovi» utenti partecipanti alla rilevazione si riflette nell'alto numero di mancati giudizi sull'andamento della qualità dei servizi on line nell'ultimo biennio (25% contro una media del 14%); la quota di giudizi favorevoli è comunque del 50% mentre quella dei giudizi critici non supera il 2%.



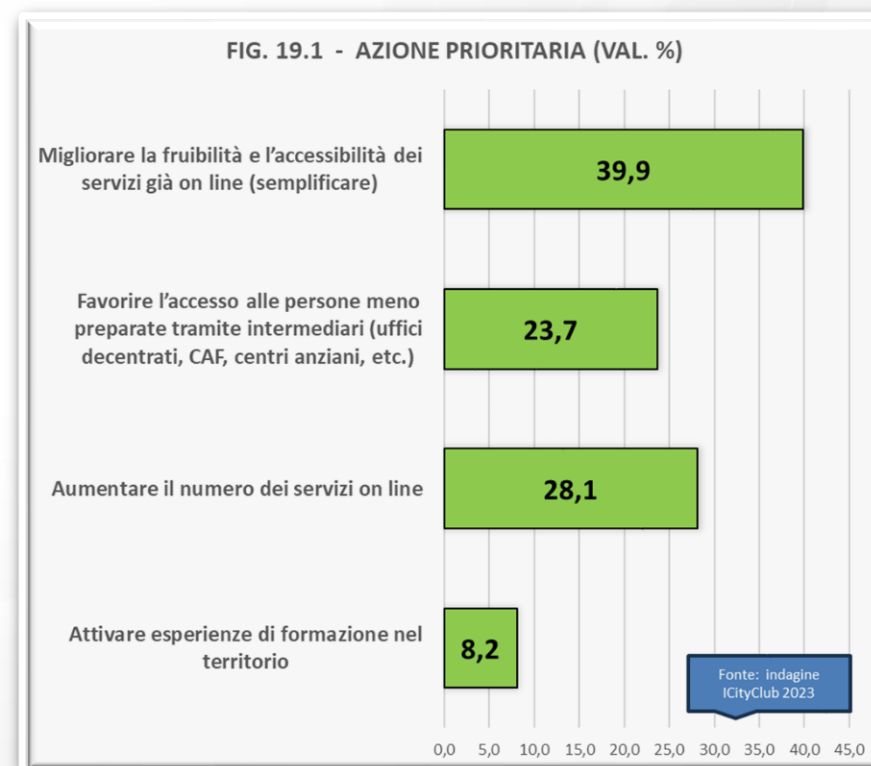
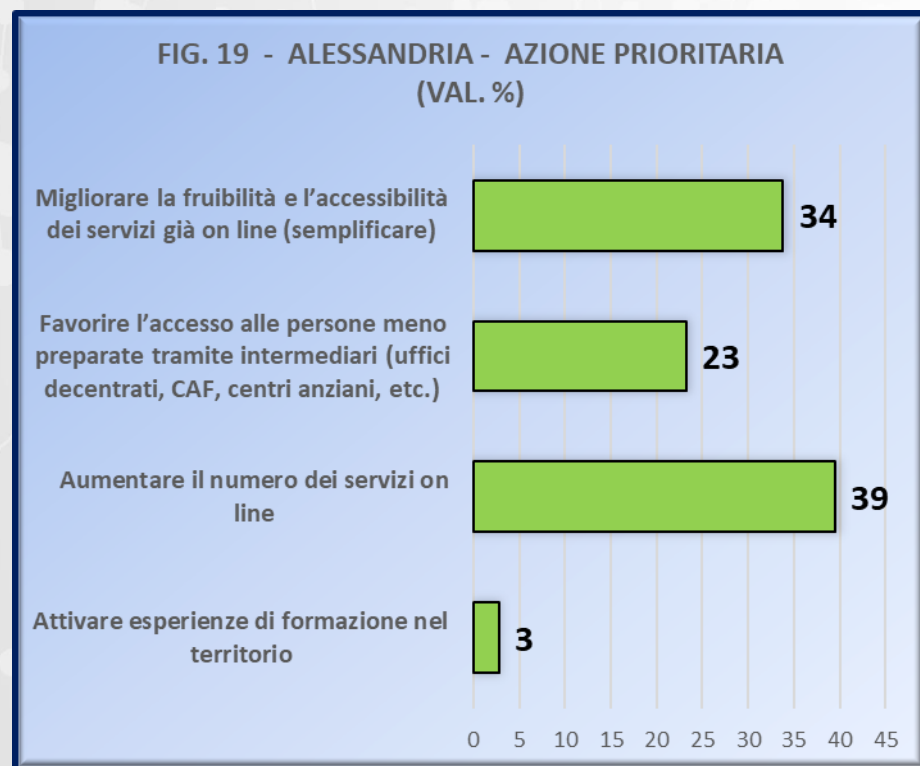
18 - STRUMENTI DI SUPPORTO

- Rispetto ai valori medi ad Alessandria si rileva una richiesta particolarmente consistente della creazione di un call center (il 76% la considera molto o abbastanza utile) e di una specifica casella mail (75%).



19 - AZIONE PRIORITARIA

- Tra gli utenti digitali di **Alessandria** l'individuazione dell'aumento dei servizi on line come azione prioritaria richiesta all'amministrazione è molto più frequente (**39%**) che nella media delle città coinvolte (**28%**).



19 - DETTAGLIO AZIONE PRIORITARIA

		%	v.a.
9) Può indicare su quale tra le seguenti azioni l'amministrazione dovrebbe impegnarsi prioritariamente?	Attivare esperienze di formazione nel territorio	2,8	4
	Aumentare il numero dei servizi on line	39,4	56
	Favorire l'accesso alle persone meno preparate tramite intermediari (uffici decentrati, CAF, centri anziani, etc.)	23,2	33
	Migliorare la fruibilità e l'accessibilità dei servizi già on line (semplificare)	33,8	48
	non saprei	,7	1
	Totale	100,0	142

ELEMENTI DI RIFLESSIONE

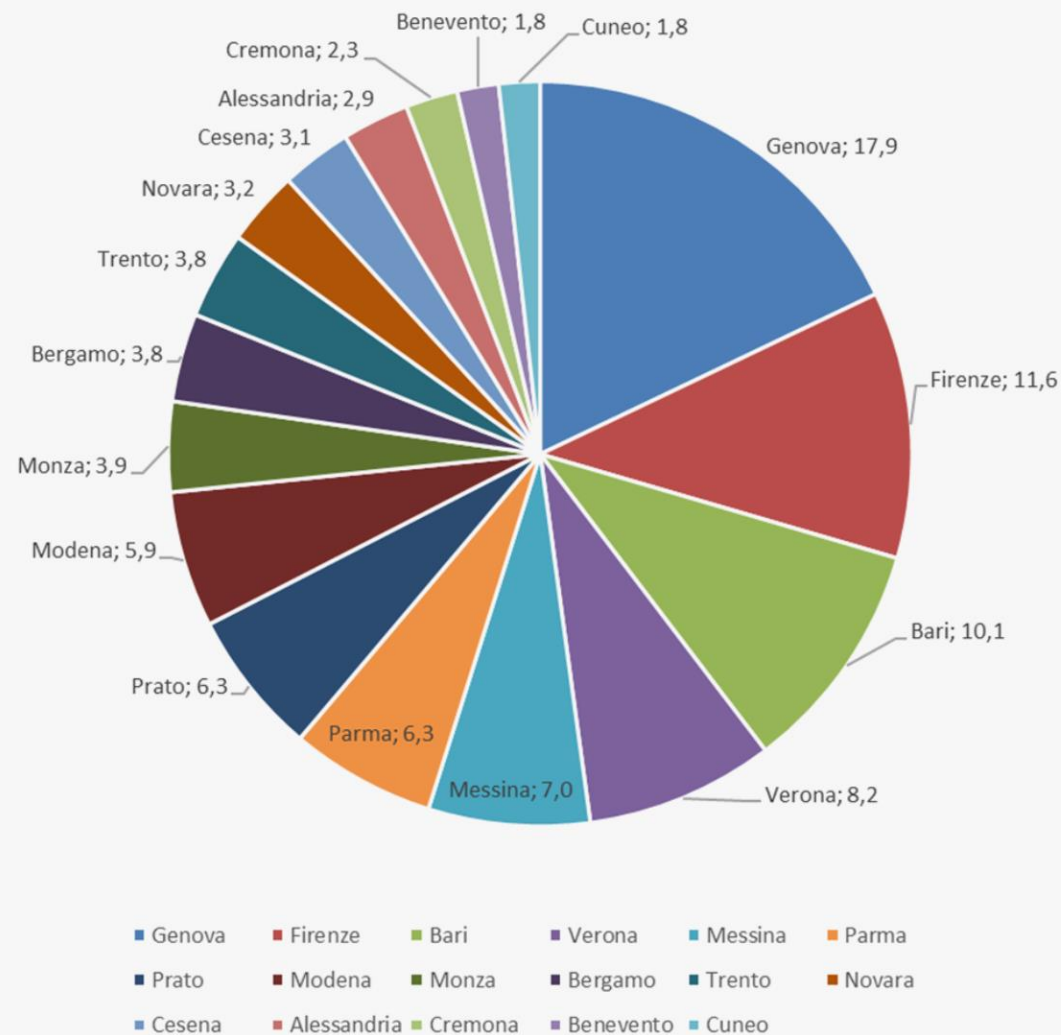
- *L'esame dei risultati della rilevazione ad Alessandria sembra indicare che ci si trova in una situazione di crescita dell'utilizzo dei servizi on line determinata soprattutto dalla attivazione di alcuni di essi sulla App IO.*
- *L'allargamento recente della platea condiziona la distribuzione dei giudizi di merito (che tendono a migliorare con l'utilizzo).*
- *Particolarmente significativa, in questo contesto, l'elevata frequenza di richieste di ampliamento del numero dei servizi on line (affiancata dall'attivazione di strumenti di supporto) che costituisce una indicazione abbastanza definita.*

INDAGINE "SERVIZI DIGITALI IL PUNTO DI VISTA DEI CITTADINI"

(SOMMINISTRAZIONE ATTRAVERSO LIMESURVEY)

- Ai fini dell'indagine sono stati elaborati i dati relativi ai questionari compilati interamente e a quelli che risultavano completi per almeno i due terzi delle domande somministrate. Questa scelta è stata operata in relazione a tutti i Comuni capoluogo partecipanti (anche a quelli che presentavano più di 100 risposte complete al momento della chiusura dell'indagine) , per uniformità metodologica. Le risposte mancanti derivanti da questa procedura sono state classificate attraverso le modalità opzionali "non saprei" o "nd" , in base agli items che risultavano carenti.
- Inoltre, il campione di tutti i Comuni capoluogo oggetto d'indagine è stato sottoposto a un processo di ponderazione rispetto alla popolazione residente, al fine di bilanciare la quota di rispondenti per ciascun Comune con la quota dei suoi abitanti. Ciò permette di evitare distorsioni, dovute all'eventualità che la proporzione degli intervistati di un Comune rispetto al totale territorio oggetto d'indagine, possa risultare disallineata - per eccesso o per difetto- rispetto all'effettivo peso demografico del Comune stesso.
- *N.B. Rispetto all'universo della popolazione dei 108 comuni capoluogo inclusi in ICR il «campione» così ricalcolato presenta una sovrarappresentazione delle città medio-grandi del Settentrione.*

FIG.20 - Composizione della media ponderata (VAL %)



Grazie dell'attenzione

Ringraziamenti per la collaborazione a Vera Rizzotto (elaborazione dati) e Claudia Bertozzi (organizzazione e gestione indagine)