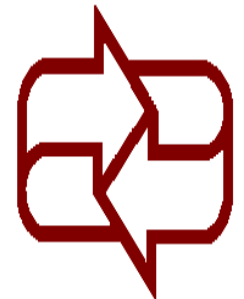


RICERCA PER LA VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEI SERVIZI DI CONCILIAZIONE

Report finale

Centro Studi e Documentazione
ADR – Camera Arbitrale di Milano
Università di Milano-Bicocca



Il questionario definitivo

- È composto da 40 domande
 - 24 a risposta chiusa su scale Likert
 - 15 a risposta con scelta multipla
 - 1 a risposta aperta
-
- È stato somministrato ad intervalli variabili di tempo dall'incontro di conciliazione.

Il campione completo

- ❑ 80 questionari complessivi
- ❑ Soggetti privati in Corecom o in Camera Arbitrale
- ❑ Controversie telefoniche circa 75%

- ❑ 8 interviste sono state realizzate immediatamente in seguito all'incontro
- ❑ Per lo più le restanti interviste sono state realizzate a qualche giorno di distanza dall'incontro

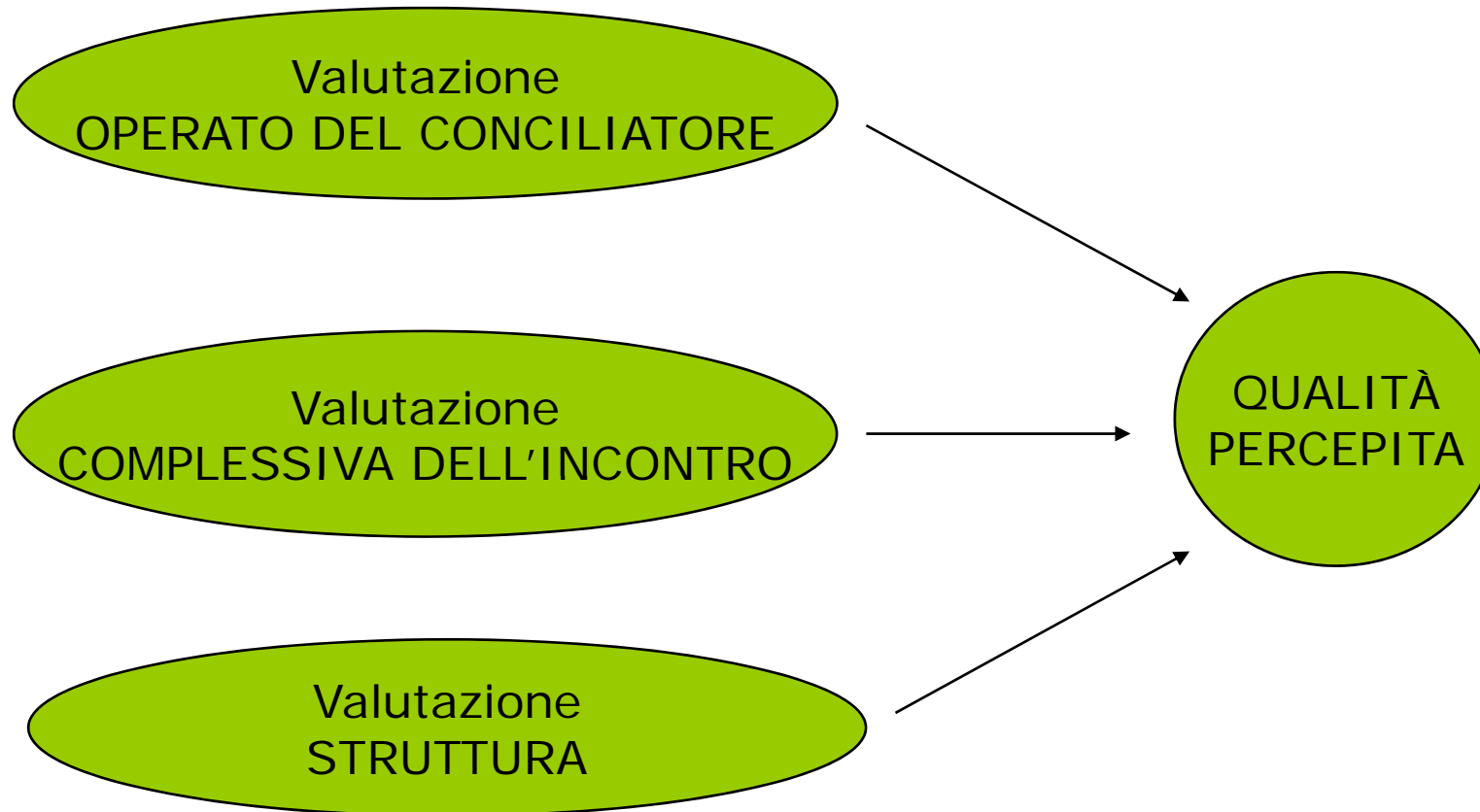
Obiettivi della ricerca

1. Valutare la qualità dei servizi di conciliazione
2. Indagare le variabili rilevanti in un incontro di conciliazione
3. Definire uno strumento di misura della qualità auto-somministrabile e le relative procedure di analisi dei dati

Risultati della ricerca

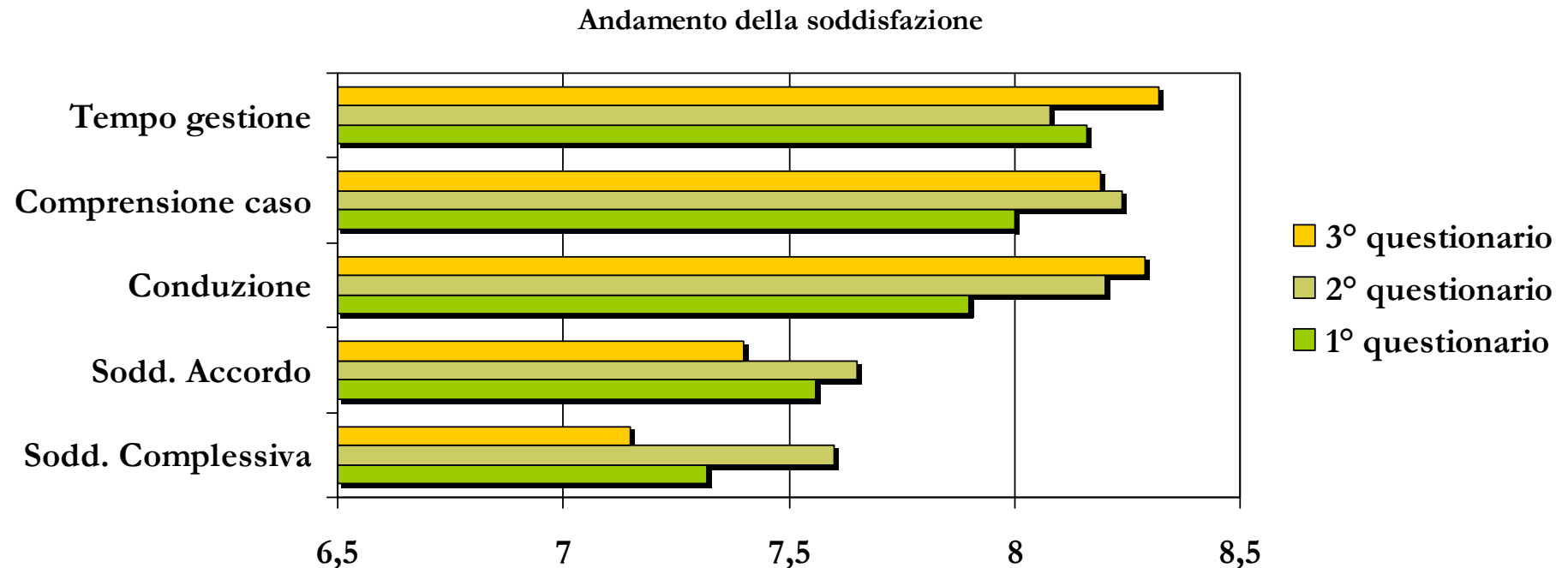
- ❑ La qualità è stata rilevata e lo strumento di rilevazione è stato validato
- ❑ Sono emerse delle variabili significative operanti in un incontro di conciliazione
 - ❑ Coinvolgimento emotivo
 - ❑ Preparazione
 - ❑ Obiettivi delle parti
- ❑ Inoltre sono disponibili delle conoscenze generali sulla conciliazione
 - ❑ Efficacia delle pubblicità
 - ❑ Suggerimenti e opinioni

1. Struttura della QUALITÀ PERCEPITA



1. La qualità con 80 soggetti

Le risposte dei soggetti hanno mostrato stabilità, con l'aumento del campione



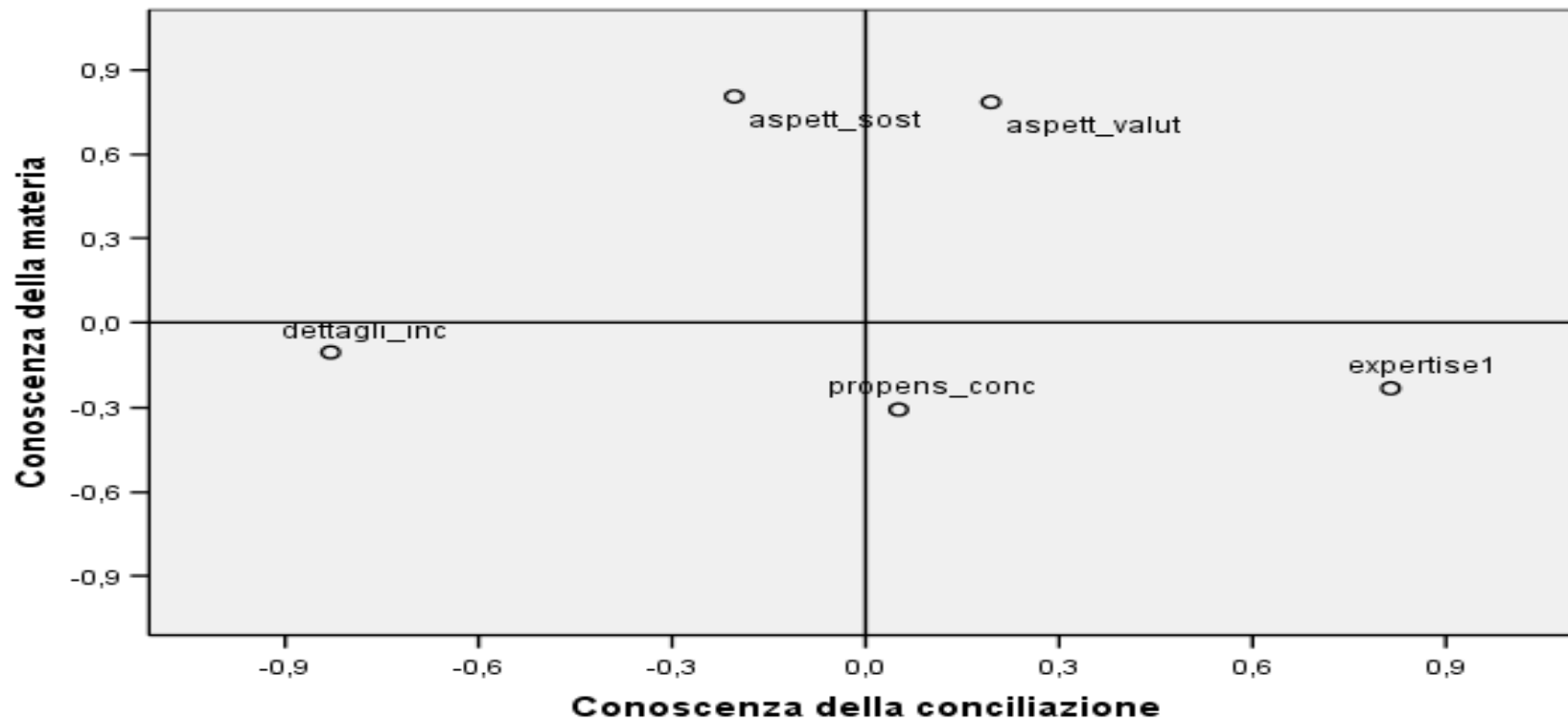
2. Conoscenza della conciliazione: le variabili delle parti

- A. Expertise alta/bassa
- B. Valori di principio/economici
- C. Coinvolgimento emotivo alto/basso

Anche in questo caso 80 soggetti confermano la struttura interpretativa che avevamo costruito

2.A Struttura dell'expertise

Component Plot in Rotated Space



Relazione tra expertice e accordo

Dividendo il campione in due gruppi, accordo raggiunto e mancato accordo, si evidenzia che una maggiore preparazione tecnica (sulla materia e sulla conciliazione) è un elemento che facilita il raggiungimento dell'accordo

2.B Valori di principio/economici

- Nel questionario definitivo gli obiettivi sono rilevati con risposte chiuse
- Ancora si conferma che gli obiettivi economici favoriscono il raggiungimento dell'accordo
(analisi di regressione logistica)

2.C Coinvolgimento emotivo alto/basso

- ❑ 80 soggetti e le risposte chiuse hanno evidenziato che il coinvolgimento emotivo alto assume caratteristiche principalmente negative (regressione logistica)
- ❑ Le emozioni positive sono lievi e corrispondono ad un basso coinvolgimento emotivo
- ❑ La probabilità di accordo crolla con emozioni negative (alto coinvolgimento): la gestione di questi casi è critica per il conciliatore

Conclusioni

- ❑ Comprensione dei fattori chiave durante un incontro di conciliazione
- ❑ Comprensione dei fattori che influenzano o inibiscono l'accordo
- ❑ Comprensione dei fattori chiave della soddisfazione degli utenti
- ❑ Indicazioni per la formazione e la condotta dei conciliatori e l'offerta del servizio

Fattori che favoriscono l'accordo

- Presenza di obiettivi economici
- Competenza nella conciliazione
- Competenza nella materia oggetto di discussione
- Basso coinvolgimento emotivo

Fattori che inibiscono l'accordo

- ❑ Presenza di obiettivi di principio
- ❑ Scarsa conoscenza della conciliazione
- ❑ Poche conoscenze sulla materia oggetto di controversia
- ❑ Alto coinvolgimento emotivo

Conseguenze sulle strategie del conciliatore

Valori economici
Competenza
Freddezza emotiva

Strategie tecnico/giuridiche

Valori di principio
Bassa competenza
Coinvolgimento emotivo

Strategie psicologico/tecniche

Indicazioni per l'offerta del servizio

1. Importanza delle consegne
2. Materiali informativi adeguati/strategie di comunicazione
3. Contenuti per iniziative di formazione per conciliatori
4. Identificazione di fattori predittivi dell'esito dell'incontro
5. Importanza del monitoraggio della qualità percepita (i clienti dovrebbero diventare più esperti e più esigenti)

1. Importanza delle consegne

Bisogna chiarire e ripetere più volte:

- Neutralità del conciliatore
- Spazi per le ragioni di tutte le parti
- Scopi dell'incontro di conciliazione

È decisivo creare la percezione che le ragioni di tutti sia ben comprese

2. Materiali informativi adeguati/nuove strategie di comunicazione

- ❑ Strategie promozionali per la conciliazione
- ❑ Maggiore informazione rispetto alle caratteristiche specifiche della conciliazione
- ❑ Promozione della conciliazione negli ambienti dei “non esperti”

Domanda

□ *Come ha conosciuto la conciliazione*

■ Perché obbligatoria	14
■ Per pubblicità	3
■ Tramite Internet	10
■ Indicazione di conoscenti	8
■ Tramite una consulenza legale	33
■ Per cultura personale	6
■ Attraverso le Forze dell'Ordine	7

3. Iniziative di formazione per conciliatori

- Possibilità di integrare le iniziative di formazione per conciliatori fornendo loro:
 - Feedback sulla percezione del loro operato
 - Strumenti di analisi della situazione negoziale
 - Strumenti di autovalutazione
 - Modelli di interazione tra gli elementi più rilevanti in una conciliazione

4. Monitoraggio della qualità percepita

- ❑ La somministrazione del questionario e la sua analisi ad intervalli di tempo cadenzati permette di monitorare l'andamento della soddisfazione nell'utenza
- ❑ La collaborazione con altre Camere di Commercio permette di confrontare aspettative ed impressioni dei campioni diversi di utenza

5. Identificazione di variabili predittive

- Attraverso l'allargamento del campione è possibile ipotizzare un disegno di campionamento tale da permettere la verifica delle variabili predittive e renderle applicabili all'intera popolazione

ALLEGATO – DATI E ANALISI

Il questionario di rilevazione della qualità, elaborato nel corso della ricerca, ha indagato i seguenti ambiti di informazioni:

- ❑ Dati sulla conciliazione
- ❑ immagine *ex ante* della conciliazione
- ❑ expertise dei soggetti
- ❑ valutazione dell'incontro di conciliazione
- ❑ processi di erogazione del servizio
- ❑ valutazione del conciliatore
- ❑ presenza consulente legale
- ❑ principali obiettivi che l'utente intendeva raggiungere
- ❑ Rilevazione presenza di emozioni e consapevolezza
- ❑ Quali obiettivi l'utente ritiene di aver raggiunto con l'incontro di conciliazione
- ❑ Quali obiettivi l'utente ritiene di non aver raggiunto con l'incontro di conciliazione
- ❑ Quali fattori l'utente ritiene abbiano influito sull'esito dell'incontro
- ❑ Dati anagrafici

Il questionario è disponibile presso la Camera Arbitrale di Milano