# dossier campioni del servizio

[L'ESAME]

## Quel "bollino" ambito come patente di credibilità

*Milano*

L'Istituto tedesco "Qualità e Finanza" torna con un ampio studio sul servizio in Italia: 475 aziende, 70 mercati e nuovi sigilli di qualità in oro per chi offre il migliore servizio. I sigilli, conosciuti anche come "bollini blu", possono essere impiegati dalle aziende in qualsiasi strumento di comunicazione per aumentarne la credibilità.

Il sondaggio (metodo Cawi) è rappresentativo della popolazione: 124.861 interviste a 26.892 italiani, a cui è stato chiesto se fossero clienti (attuali o degli ultimi 3 anni) delle aziende in rassegna e se avessero ricevuto un servizio molto buono. Dalle risposte si calcola la quota percentuale dei clienti che giudica molto buono il servizio di ciascuna azienda: il "Service Experience Score" (Ses). Le aziende con un Ses superiore alla media del settore vincono l'oro. Ogni settore ha anche il suo numero 1.

Lo studio dell'Istituto tedesco "Qualità e Finanza" viene realizzato anche in molti altri Paesi in Europa come Germania, Francia, Olanda e Spagna. ***(v.d.c.)***

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# I dieci campioni del mercato italiano il rating firmato da 120mila clienti

LA CLASSIFICA DELL'ISTITUTO TEDESCO "QUALITÀ E FINANZA" VALUTA IN ITALIA 475 IMPRESE IN 70 SETTORI TRAMITE MAXI SONDAGGIO. "IL GIUDIZIO È GARANZIA DI VALORE" SPIEGA CHRISTIAN BIEKER, DIRETTORE DELL'ENTE. PER LA PRIMA VOLTA IL LAVORO IN PARTNERSHIP CON A&F

**Vito de Ceglia**

*Milano*

Qual è il modo migliore per fidelizzare un consumatore? Probabilmente, la risposta più ovvia è quella di offrire un ottimo servizio, a partire dal primo contatto fino all'assistenza post-vendita. Più elevato è il livello di soddisfazione di un cliente, tanto più quel servizio può essere considerato di successo.

Tutte le aziende, a maggior ragione in un'economia matura come quella attuale, considerano questo indice come il principale volano del loro business. Per cercare di valutarlo, non esiste una scienza esatta: perché entrano in campo variabili socio-demografiche come il sesso, l'età, la regione di appartenenza, il livello d'istruzione, la posizione e la remunerazione lavorativa. Tuttavia, si possono interpretare le aspettative di un consumatore e capire quale sia la sua effettiva esperienza vissuta con un'azienda.

È quello che realizza da oltre un decennio l'Istituto tedesco "Qualità e Finanza", in cooperazione con l'agenzia di ricerca di Cologna ServiceValue e l'Università Goethe di Francoforte, nei più importanti Paesi europei (Germania, Francia, Olanda e Spagna). Da tre anni lo stesso monitoraggio viene svolto dall'Istituto tedesco anche in Italia con un'ampia indagine, trasversale, della nostra economia, sottoponendo a oltre 120 mila giudizi di consumatori 475 aziende di 70 settori diversi. Indagine che quest'anno, per la prima volta, viene pubblicata nel nostro Paese in collaborazione con *La Repubblica-Affari&Finanza*.

L'Istituto tedesco valuta attraverso un indice — il Service experience score (Ses) medio — le aziende più virtuose per ciascuno dei 70 comparti analizzati premiandole con un "sigillo d'oro" che certifica una garanzia di qualità per i consumatori e di successo per le imprese. «Il Ses è un punteggio basato sul giudizio che ogni cliente dà complessivamente sull'esperienza del servizio vissuto con un'azienda piuttosto che con un'altra — spiega il direttore dell'Istituto, Christian Bieker — Non sono i ricercatori a fare una ponderazione arbitraria dei vari aspetti del servizio, ma è il cliente stesso che valuta con la sua testa tutti gli aspetti e dà più peso a ciò che per lui è importante e alla fine esprime una valutazione».

Dall'indagine emerge che gli italiani, per il secondo anno consecutivo, premiamo al 1° posto Amazon (Ses 94%), il big per eccellenza dell'e-commerce, e al 2° Booking (Ses 91,7%), leader tra i portali vacanze. «In questi due casi specifici — osserva Bieker — possiamo ipotizzare che la standardizzazione e la semplicità delle procedure di acquisto di un prodotto piuttosto che di una vacanza online abbia giocato un ruolo fondamentale nel giudizio dei consumatori sul servizio offerto. Solitamente, è giusto notarlo, le aspettative su un servizio standardizzato, spesso offerto dalle compagnie online, sono più basse rispetto alle aspettative sul servizio di un'azienda fisica».

Destano, senza dubbio, più curiosità la 3° e la 4° posizione occupate da due famosi parchi giochi: rispettivamente, Gardaland (91,5%) e Mirabilandia (89,4%). Lo scorso anno occupavano soltanto il 13° posto della classifica. «È un dato che si può leggere con la necessità da parte degli italiani di svagarsi dopo un estenuante decennio di crisi», spiega il direttore. «Non a caso, in Germania i parchi divertimento raggiungono solo un Ses del 65,5%».

Nel complesso, però — fa notare l'indagine — quest'anno si è abbassato di due punti percentuali il livello medio di soddisfazione degli italiani rispetto a tutte le aziende coinvolte nell'indagine. Sono i consumatori italiani ad essere diventati più critici o le imprese ad aver peggiorato il proprio servizio? «Non possiamo affermare in maniera assoluta cosa abbia indotto una riduzione dell'indice di soddisfazione. Potrebbero essere state entrambe le cause — risponde Bieker — . Possiamo, tuttavia, affermare che le aspettative dei clienti italiani rispetto al servizio delle loro aziende sono state meno soddisfatte rispetto all'anno scorso».

Di sicuro, certifica l'Istituto, le meno amate dagli italiani sono le agenzie interinali: settore nuovo che registra un punteggio medio del 45,7%. Una spiegazione plausibile può essere ritrovata nel fatto che il lavoro in Italia rimane un'evidente criticità. Agli ultimi posti in classifica troviamo infatti mercati appartenenti all'area del lavoro, della formazione e anche qualcosa relativo alla finanza (i broker online al penultimo posto, ad esempio). «Nel caso delle agenzie interinali — sottolinea il direttore — il giudizio negativo risiede in diversi aspetti, il più importante è che queste non rispondono alle attese degli italiani, a testimonianza che il lavoro continua ad essere un tema molto delicato, in particolare nel Sud del Paese».

Altro tema sensibile è quello della salute in cui si verifica un interessante fenomeno: i più giovani (18-34 anni) e i più anziani (over 55) sono le persone a restare meno soddisfatti del servizio ricevuto. Quelli più appagati sono, invece, gli adulti (35-54 anni). «Una spiegazione ragionevole — conclude Bieker — può essere trovata, ad esempio, nel fatto che i giovani solitamente riscontrano meno problemi di salute. Mentre gli anziani sono quelli che ne presentano di più, spesso anche difficili da risolvere e quindi vivono negativamente la loro esperienza con il servizio nel campo della salute. Gli adulti, invece, sono coloro che probabilmente maggiormente fanno uso di medicinali, occhiali o apparecchi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Top 10 settori

| Rank '16 | Settore | Macro | Punteggio SES | Var. '15-'16 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | PARCHI DIVERTIMENTO | TEMPO LIBERO | 84,3% | +6,6% |
| 2 | SOCIETÀ DI SPEDIZIONE | WEB&SHOPPING ONLINE | 83,8% | -0,6% |
| 3 | CATENE NEGOZI INTIMO | SHOPPING | 83,4% | -4,3% |
| 4 | CENTRI BRICOLAGE | TEMPO LIBERO | 81,8% | -0,7% |
| 5 | CATENE SUPERMERCATI | SPESA | 80,2% | -3,0% |
| 6 | ELETTRONICA ONLINE | WEB&SHOPPING ONLINE | 79,6% | +3,0% |
| 7 | AEROPORTI GRANDI | VACANZE E VIAGGI | 79,4% | +3,1% |
| 8 | COSMESI NATURALE MONOMARCA | SALUTE | 79,3% | +2,7% |
| 9 | CATENE PROFUMERIE | SALUTE | 79,2% | +1,0% |
| 10 | CATENE IPERMERCATI | SPESA | 79,2% | -2,3% |

## Top 10 aziende

| Rank '16 | Azienda e Settore | Macro | Punteggio SES | Var. '15-'16 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | amazon.com — e-commerce/marketplace | WEB&SHOPPING ONLINE | 94,0% | -0,2% |
| 2 | Booking.com — Portali vacanze | WEB&SHOPPING ONLINE | 91,7% | +0,8% |
| 3 | Gardaland — Parchi divertimento | TEMPO LIBERO | 91,5% | +3,7% |
| 4 | Mirabilandia — Parchi divertimento | TEMPO LIBERO | 89,4% | +2,2% |
| 5 | Auchan — Catene ipermercati | SPESA | 88,6% | -2,1% |
| 6 | CALZEDONIA — Catene negozi intimo | SHOPPING | 88,6% | -0,9% |
| 7 | intimissimi — Catene negozi intimo | SHOPPING | 88,5% | +1,0% |
| 8 | zalando — Shopping moda online | WEB&SHOPPING ONLINE | 88,3% | +3,4% |
| 9 | DHL — Società spedizione | WEB&SHOPPING ONLINE | 87,9% | -2,3% |
| 10 | L'ERBOLARIO — Cosmesi naturale monomarca | SALUTE | 87,8% | +4,9% |

Le aziende considerano il grado di soddisfazione dei clienti come **il principale volano** del loro business. Per questo la valutazione è importante

Quest'anno si è abbassato di **due punti percentuali** il livello medio di soddisfazione rispetto alle aziende coinvolte nell'indagine dell'Istituto tedesco

[LA CURIOSITÀ]

### E nello shopping le donne mostrano alto gradimento

**Quest'anno si conferma il trend che le donne restano in generale più soddisfatte degli uomini. Ci sono dei mercati in cui questa differenza è più marcata, come nel caso dello shopping. Soprattutto quando si parla di spendere i risparmi in cosmetica naturale, ad esempio, settore in cui la quota rosa registra un Ses pari all'82%. Ciò vuol dire che oltre 8 donne su 10 giudicano il servizio ricevuto nei negozi di cosmetica naturale molto buono e restano più soddisfatte degli uomini di 12 punti percentuali. Un trend, quello dello shopping, non solo italiano. La differenza si registra anche in Germania, a conferma della rinomata propensione delle donne ad andare per negozi. Guarda caso, lo stesso accade per le gioiellerie e i negozi di abbigliamento, dove il servizio viene giudicato più che positivo più dalle donne che dagli uomini (81% contro 71%). Non solo: le donne sono in generale più soddisfatte degli uomini quando si parla di comparti che hanno a che fare con le auto, mostrando di apprezzare l'assistenza più degli uomini che spesso "fanno da soli". Nel settore delle stazioni di servizio, ad esempio, il Ses medio femminile è più alto rispetto al maschile di 7 punti.** *(v.d.c.)*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Il successo del brand va oltre lo scontrino decisivi sono assistenza e rete di vendita

GLI INGREDIENTI DELLA RICETTA ANTI-CRISI DI AZIENDE MOLTO DIVERSE TRA LORO COME AUDI E CALZEDONIA, GARDALAND E BOSCH, LEROY MERLIN E BURGER KING, L'ERBOLARIO E SEFORA, CAMPIONI DEL SERVIZIO NELLE VARIE CATEGORIE INDIVIDUATE DAL QUOTATO ISTITUTO TEDESCO E PREMIATE DALLE FAMIGLIE

**Christian Benna**

*Milano*

Sarà pur vero che, nei lunghi giorni della stagnazione dei consumi, l'acquisto è un fatto emozionale, ma il successo di un brand va ben oltre allo scontrino. E prende forza nella capillarità e nella flessibilità delle reti vendita e post vendita. Sono "servizio e assistenza" gli ingredienti della ricetta anti-crisi di aziende molto diverse tra loro come Audi e Calzedonia, Gardaland e Bosh, Leroy Merlin e Burger King, L'Erbolario e Sefora. Tutti Campioni del servizio nelle rispettive categorie individuate dall'Istituto Tedesco di Qualità e premiate dall'indice di gradimento dei consumatori.

**Auto**. Lo scandalo Dieselgate non inquina la fiducia degli italiani nei confronti Volkswagen. Anzi. In vetta alla classifica "Auto", nel settore post vendita, c'è Audi che viaggia a velocità di crociera del 82,9%, staccando di cinque punti Toyota. La casa automobilistica tedesca, espressione del segmento premium del gruppo VW, che in Italia controlla Lamborghini, Ducati e Italdesign Giugiaro, ha continuato anche nel 2015 la sua corsa nel nostro paese con un aumento delle immatricolazioni del 9,6% pari a 56 mila vetture vendute e del 25% nei primi 5 mesi del 2016. Il tutto grazie alla formazione delle reti vendita e allo sviluppo di formule innovative come il buyback e il noleggio a lungo termine anche per utenti non aziendali. Frenano invece quasi tutti gli autonoleggi a breve termine con l'eccezione di Europcar che guida la classifica con il 79,6% e migliora il livello medio di soddisfazione dei clienti grazie a un approccio nuovo con la sharing economy, siglando accordi di collaborazione con giovani player come Blablacar.

1

2

3

Qui sopra **Francesco Pugliese** (1) amm. del. Conad: **Carlo Giordano** (2) amm. del immobiliare.it; **Sandro Veronesi** (3) presidente Calzedonia

**Casa**. L'Italia torna al ballo del mattone. Ma lo fa con prudenza nelle compravendite, mentre i re della disintermediazione, le piattaforme delle locazioni brevi come Airbnb, cominciano a scompaginare il mercato degli affitti. Il risultato è che i vecchi protagonisti del settore, le agenzie immobiliari, presentano un basso livello di soddisfazione tra gli italiani. La più apprezzata è Tecnocasa (57%) seguita da Professione Casa (55%) e Gabetti (52,2%). Vince invece l'online anche se la difficoltà di arginare annunci tarocchi e truffe ne impedisce un vero decollo: è stabile in testa alla classifica Immobiliare.it al 75,5% davanti a Casa.it al 65,6%. Dentro le mura di casa aumenta la soddisfazione degli italiani. Sul fronte degli elettrodomestici Bosch mantiene la prima posizione (81,2%), seguita da Samsung in leggera discesa (79,4%), Lg (75,4%), Miele (75%), Electrolux (74,8%). Sul fronte dell'arredamento, in grande spolvero grazie al traino del bonus mobili, Divani&Divani mantiene saldo il primato in classifica ma perde qualche punto di percentuale (74,7%), sale invece B&B Italia (73,1%), stabile Calligaris (72,8%). In lieve discesa Chateau D'Ax (72,9%), mentre si confermano Poltrone e Sofà (71,7%) e Poltrone Frau (67,2%) e per cucine troviamo in prima fila Scavolini (73,3%).

**Tempo libero**. Nella magmatica geografia dei consumi, il divertimento riesce ad avanzare nonostante crisi e occupazioni. Mentre si riduce la spesa per abbigliamento, il tempo libero arriva a quota 12% del reddito. E il ritorno dello svago è ad alta soddisfazione. Prendiamo il caso dei parchi divertimento: Gardaland primeggia con percentuali "bulgare" al 91,5%, inseguita da Mirabilandia (89,4%) e Italia in Miniatura (87,2%). Piacciono anche i servizi della ristorazione veloce: basti pensare che Burger King veleggia all'83,8%, Mc Donalds 81,7%, Autogrill a 78,3%, Chef Express (76,7%). Corrono forte anche i centri di bricolage dove troviamo in testa Leroy Merlin (87,1%), Brico Center (85%), Obi (82,9%), Brico Io (82,1%).

**Il carrello della spesa.** Auchan batte Ipercoop. Con l'88,6% di indice di gradimento la catena di ipermercati francese sale sul podio della spesa superando di quasi 5 punti percentuali il player della Gdo made in Italy a matrice cooperativa (83,9%). Sopra il benchmark di riferimento (79,2%) seguono Iper la Grande (81,2%) e Carrefour (80,2%). La classifica cambia se parliamo di supermercati: qui è Carrefour a dominare la vetta dell'apprezzamento davanti a Conad (primo degli italiani) che sorpassa Coop ed Esselunga. Tra i discount è un testa a testa fra Lidl ed Eurospin davanti a Md Discount e Penny Market. Sul fronte delle catene di elettronica di consumo la qualità percepita è una partita a tre fra Trony (83%), Mediaworld (82,6%) e Unieuro (81,8%).

**Shopping.** A osservare le vetrine del gradimento emerge il pollice all'insù degli italiani nei confronti di catene di abbigliamento e di intimo che abbinano a una presenza capillare sul territorio, qualità del prodotto e costi contenuti. Su tutti spicca Calzedonia che primeggia con l'88,6%. Incollati a breve distanza ci sono Intimissimi (88,5%) e GodenPoint. Bene anche le catene di abbigliamento come Ovs (82,6%), H&M (82,2%), Zara (81,3%), Motivi (79,1%). Risulta stabile il livello di apprezzamento dei grandi magazzini come La Rinascente (78,3) e Upim (77,4%) così come quello dei grandi outlet: Fidenza Village (75,7%), Serravalle (73,9%), Barberino (71,3%), Vicolungo (69,7%).

**Salute.** Piace la cosmetica naturale. Al punto da accordare a L'Erbolario un tasso di gradimento dell'87,8%, tre punti più rispetto Bottega Verde (84,1%) e quasi dieci rispetto al benchmark di riferimento. Le catene che si occupano di Benessere e salute riscontrano in media un altro apprezzamento da parte dei consumatori. Tornano sulla breccia le profumerie con Sefora (85,5%), Limoni (85,1%), Douglas (84,1%) e la Gardenia (80%) che occupano le prime posizioni per qualità dei servizi percepiti; e si mantengono in alto anche i centri ottici: da Salmoiraghi &Viganò (84,3%) a Ottica Avanzi (75,3%), Optissimo (75,2%) e Vision Ottica (73,8%). Faticano invece a imporsi le cliniche dentali (52,5% è la media settore) e le palestre (54,4%).

## Casa

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| AG. IMMOBILIARI | TECNOCASA | 57,3% | = |
| | PROFESSIONECASA | 55,0% | = |
| | GABETTI | 52,2% | ▼ |
| media settore 52,0% = | | | |
| ASSISTENZA ARREDO | DIVANI & DIVANI | 74,7% | ▼ |
| | B&B ITALIA | 73,1% | ▲ |
| | CALLIGARIS | 72,8% | ▫ |
| | CHATEAU D'AX | 71,9% | ▼ |
| | POLTRONESOFÀ | 71,7% | = |
| 65,6% ▫ | POLTRONA FRAU | 67,2% | = |
| ASSISTENZA CUCINE | SCAVOLINI | 73,3% | ▼ |
| | FEBAL | 69,6% | = |
| | LUBE | 67,5% | ▼ |
| 62,3% ▼ | BERLONI | 65,1% | ▼ |
| ASSISTENZA ELETTRODOMESTICI | BOSCH (BSH) | 81,2% | = |
| | SAMSUNG | 79,4% | ▼ |
| | LG | 75,4% | ▫ |
| | MIELE | 75,0% | = |
| 74,6% ▼ | ELECTROLUX | 74,8% | ▫ |
| CASE PREFABBRICATE | RUBNER HAUS | 53,1% | = |
| | HAUS IDEA | 52,9% | = |
| | HAUS FERTIGBAU | 52,6% | = |
| | ILLE CASE IN LEGNO | 50,6% | ▼ |
| 49,7% = | | | |
| LUCE E GAS | ENEL | 70,3% | ▫ |
| | ENI | 64,1% | ▫ |
| | A2A ENERGIA | 56,1% | ▫ |
| 53,9% ▫ | | | |
| PORTALI IMMOBILIARI | IMMOBILIARE.IT | 75,5% | = |
| | CASA.IT | 65,6% | = |
| 58,5% = | | | |

## Shopping

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| CATENE CALZATURE | NERO GIARDINI | 82,9% | = |
| | GEOX | 82,5% | = |
| media settore 77,1% ▼ | | | |
| CATENE NEGOZI ABBIGLIAMENTO | OVS (Oviesse) | 82,6% | = |
| | H&M | 82,2% | = |
| | ZARA | 81,3% | = |
| 78,3% = | MOTIVI | 79,1% | ▫ |
| CATENE NEGOZI INTIMO | CALZEDONIA | 88,6% | = |
| | INTIMISSIMI | 88,5% | = |
| | GOLDENPOINT | 84,3% | = |
| 83,4% = | | | |
| GIOIELLERIE | STROILI ORO | 81,5% | = |
| | DAMIANI | 79,7% | ▲ |
| 71,3% = | | | |
| GRANDI MAGAZZINI | LA RINASCENTE | 78,3% | = |
| | UPIM | 77,4% | = |
| 77,4% = | | | |
| VILLAGGI OUTLET | FIDENZA VILLAGE | 75,7% | = |
| | SERRAVALLE DES. OUTLET | 73,9% | = |
| | BARBERINO DES. OUTLET | 71,3% | = |
| 68,3% = | VICOLUNGO (TheStyleOulets) | 69,7% | = |

## Tempo libero

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| CATENE RISTORANTI | SPIZZICO | 78,6% | = |
| | ROADHOUSE GRILL | 78,2% | ▲ |
| | EATALY | 77,8% | ▫ |
| media settore | FRATELLI LA BUFALA | 74,9% | ▲ |
| 73,7% ▲ | | | |
| CENTRI BRICOLAGE | LEROY MARLIN | 87,1% | = |
| | BRICO CENTER | 85,0% | = |
| | OBI | 82,9% | = |
| 81,8% = | BRICO IO | 82,1% | = |
| PARCHI DIVERTIMENTO | GARDALAND | 91,5% | = |
| | MIRABILANDUIA | 89,4% | = |
| | ITALIA IN MINIATURA | 87,2% | = |
| 84,3% ▲ | | | |
| PAY TV/STREAMING | NETFLIX | 78,5% | ▫ |
| | INFINITY | 70,2% | ▲ |
| 67,4% = | | | |
| RISTORAZIONE DA VIAGGIO | BURGER KING | 83,8% | ▫ |
| | MCDONALD'S | 81,7% | ▫ |
| | AUTOGRILL | 78,3% | = |
| | CHEF EXPRESS | 76,7% | ▲ |
| 76,4% ▲ | | | |
| ZOO E ACQUARI | ACQUARIO DI GENOVA | 86,0% | = |
| | ACQUARIO DI CATTOLICA | 84,7% | ▲ |
| | BIOPARCO DI ROMA | 77,8% | = |
| 76,5% = | | | |

## Automobili

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| ASSISTENZA POST-VENDITA | AUDI | 82,9% | ▲ |
| | TOYOTA | 77,9% | = |
| | FORD | 77,9% | = |
| media settore | LANCIA/CHRYSLER | 76,6% | = |
| 73,8% = | VOLKSWAGEN | 75,0% | = |
| AUTONOLEGGIO BREVE TERMINE | EUROPCAR | 79,6% | = |
| | HERTZ | 75,3% | ▼ |
| | AVIS | 70,7% | ▼ |
| 66,2% ▼ | MAGGIORE | 68,4% | ▼ |
| AUTONOLEGGIO LUNGO TERMINE (leasing) | ARVAL | 60,5% | = |
| | LEASYS | 57,9% | = |
| | ALD AUTOMOTIVE | 56,3% | ▼ |
| 54,1% = | | | |
| DISTRIBUTORI BENZINA/ STAZIONI DI SERVIZIO | ESSO | 81,1% | = |
| | ENI | 80,6% | = |
| | Q8 | 77,8% | = |
| 76,8% ▼ | | | |
| OFFICINE | MIDAS | 60,4% | ▫ |
| | NORAUTO | 59,4% | ▫ |
| 57,1% ▫ | | | |
| RIPARAZIONE PARABREZZA | CARGLASS | 73,5% | = |
| | DOCTORGLASS | 66,7% | = |
| 59,2% ▲ | | | |
| SERVIZI FINANZIARI AUTO | FORD CREDIT | 69,2% | ▫ |
| | VW FINANCIAL SERVICES | 67,1% | ▫ |
| | FCA BANK | 64,6% | ▫ |
| | PEUGEOT FINANCE | 64,1% | ▫ |
| 61,2% ▫ | CITROËN FINANCIAL SERV. | 63,5% | ▫ |

# Spesa

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| **IPERMERCATI** | | | |
| | AUCHAN | 88,6% | = |
| | IPERCOOP | 83,9% | = |
| media settore | IPER LA GRANDE | 81,2% | □ |
| 79,2% = | CARREFOUR | 80,2% | = |
| **CATENE NEGOZI ELETTRONICA** | | | |
| | TRONY | 83,0% | = |
| | MEDIAWORLD | 82,6% | = |
| | UNIEURO | 81,8% | = |
| 76,6% = | | | |
| **CATENE SUPERMERCATI** | | | |
| | CARREFOUR | 87,2% | □ |
| | CONAD | 84,5% | = |
| | COOP | 82,8% | = |
| 80,2% = | ESSELUNGA | 82,4% | = |
| **DISCOUNT** | | | |
| | LIDL | 80,8% | ▲ |
| | EUROSPIN | 79,6% | ▲ |
| | MD DISCOUNT | 77,2% | ▲ |
| 75,7% ▲ | PENNY MARKET | 76,4% | ▲ |
| **NEGOZI PRODOTTI PER ANIMALI** | | | |
| | ZOOPLANET | 78,5% | ▲ |
| | MAXI ZOO | 77,6% | ▲ |
| | ARCAPLANET | 77,4% | = |
| 73,9% = | | | |
| **PROGR. FEDELTÀ MULTIBRAND** | | | |
| | PAYBACK | 80,3% | ▲ |
| | NECTAR | 75,3% | = |
| 70,7% ▲ | | | |
| **PUNTI VENDITA TELEFONIA** | | | |
| | WIND | 71,3% | = |
| | VODAFONE | 64,3% | = |
| 63,3% = | | | |

# Salute

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| **PROFUMERIE** | | | |
| | SEPHORA | 85,5% | ▲ |
| | LIMONI | 85,1% | = |
| media settore | DOUGLAS | 84,1% | = |
| 79,2% = | LA GARDENIA | 80,0% | = |
| **CENTRI ACUSTICI** | | | |
| | AMPLIFON | 60,8% | = |
| 51,1% = | | | |
| **CENTRO FITNESS/ PALESTRE** | | | |
| | VIRGIN ACTIVE | 69,0% | = |
| | ORANGE | 58,9% | ▼ |
| | HELLO FIT | 58,1% | = |
| 54,4% ▼ | | | |
| **CENTRI OTTICI** | | | |
| | SALMOIRAGHI & VIGANÒ | 84,3% | ▲ |
| | OTTICA AVANZI | 75,3% | = |
| | OPTISSIMO | 75,2% | = |
| 66,2% = | VISION OTTICA | 73,8% | ▲ |
| **CLINICHE DENTALI** | | | |
| | CAREDENT | 67,9% | ▲ |
| | DENTALCOOP | 62,3% | = |
| | DENTAL PRO | 59,4% | ▲ |
| 52,5% = | VITALDENT | 56,7% | □ |
| **COSMESI NATURALE MONOMARCA** | | | |
| | L'ERBOLARIO | 87,8% | = |
| | BOTTEGA VERDE | 84,1% | ▲ |
| 79,3% = | | | |
| **FARMACIE ONLINE** | | | |
| | AMICAFARMACIA.IT | 67,8% | ▲ |
| | CLICKFARMA.IT | 61,5% | ▲ |
| 55,1% ▼ | | | |

**DENARO E WEB**
Lo sbarco su Internet degli operatori della finanza, tradizionali e non, ha offerto ai consumatori nuove occasioni per effettuare analisi e confronti tra le offerte che sono in campo

[IL CREDITO]

# Solida, affidabile e digitale ecco la finanza che attrae

TRA LE BANCHE PRIMEGGIANO I GRANDI INTESA SANPAOLO E UNICREDIT. SU INTERNET SI CERCANO PIATTAFORME FACILI DA USARE E LA PREFERENZA VA A ING DIRECT, POI SELLA E MEDIOLANUM. UNIPOL PRIMA ASSICURAZIONE

**Luigi dell'Olio**

*Milano*

Premi di fidelizzazione, bonus a chi porta nuovi clienti, assistenza multipiattaforma e indagini periodiche sui livelli di soddisfazione verso il servizio offerto. Da qualche tempo gli operatori finanziari hanno scoperto la concorrenza in un settore che per lungo tempo era stato immune da cambi di casacca e questo sta favorendo le campagne per conquistare e legare a sé la clientela. Che, d'altra parte, si è fatta più guardinga non solo per la crescita della cultura finanziaria, ma anche perché con il web ha nuove occasioni per effettuare analisi e confronti tra le offerte in campo. Tra le banche che registrano un livello di soddisfazione medio del 60,6% spiccano al vertice i due gruppi più grandi del Paese, vale a dire Intesa Sanpaolo (74,5%) e Unicredit (74,0%). La solidità percepita in questo campo assume un valore particolare con il debutto del bail-in, che chiama i risparmiatori a rimetterci di tasca propria in caso di rovescio degli istituti di credito. Sul gradino basso del podio si piazza Bnl, con Banco Popolare quarto e Deutsche Bank quinta. Quanto ai broker online, il primato spetta ad Avatrade (56,7%), davanti a Directa e Martkets.com. Restando sempre nell'ambito della tecnologia applicata alla finanza, da segnalare la sezione dedicata alla consulenza indipendente, che proprio sull'It punta con decisione per competere sulla qualità del servizio con gruppi che hanno ben altra storia e radicamento nella Penisola. Al primo posto di questa categoria c'è Moneyfarm (61,6%), alfiere nazionale dei roboadvisor, soluzioni software che si occupano di allocazione dei risparmi. Mentre la piazza d'onore va a Consultique, da tempo attiva sul mercato nella consulenza a parcella, slegata da conflitti d'interesse con i prodotti d'investimento proposti.

Tra le reti di promozione finanziaria, la media di settore si ferma al 55,9%, ma il leader Banca Generali fa sensibilmente meglio (64,5%). Più indietro Allianz Bank (61,1%), che precede Fideuram Intesa Sanpaolo Private Banking, Banca Mediolanum e Fineco Bank.

Come già accennato, Internet sta cambiando in profondità la fornitura di servizi in ambito finanziario. Con le banche che nell'era dei tassi ai minimi faticano a trovare un equilibrio tra costi e ricavi, e con i clienti che sempre meno frequentano la filiale preferendo l'attività da remoto, la capacità di proporre servizi di online banking affidabili e facili da usare può fare la differenza nel conquistare e fidelizzare la clientela. Tra gli operatori di trading online, Ing Direct è prima (67,9%), con Sella sulla piazza d'onore e Mediolanum a chiudere il podio.

Anche tra le reti di agenti assicurativi sono i grandi nomi a far registrare le performance più elevate grazie a una presenza ramificata lungo la Penisola e una lunga esperienza nel settore, con Unipol al 74,6%, dieci punti netti in più rispetto alla media del settore. Buona anche la performance di Generali (72,4%) e di Allianz (71,9%).

Per ora si tratta di una nicchia, ma il filone della tutela legale sta acquisendo consistenza nel tempo. Su questo fronte spicca la performance di Genialloyd (67,1%), che precede Allianz (66,9%), con Generali a completare il podio, davanti a Cattolica e Zurich Insurance.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Finanza

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| **BROKER ONLINE** | | | |
| | AVATRADE | 56,7% | □ |
| | DIRECTA | 52,6% | □ |
| | MARKETS.COM | 51,3% | □ |
| | PLUS500 | 50,0% | □ |
| media settore | XTRADE | 50,0% | □ |
| 45,9% □ | | | |
| **CONSULENZA FINANZIARIA BANCHE** | | | |
| | INTESA SANPAOLO | 74,5% | = |
| | UNICREDIT | 74,0% | = |
| | BANCA NAZIONALE LAVORO | 66,2% | = |
| | BANCO POPOLARE | 64,1% | = |
| | DEUTSCHE BANK | 61,2% | ▲ |
| 60,6% = | | | |
| **CONSULENZA FIN. INDIPENDENTE** | | | |
| | MONEYFARM | 61,6% | ▲ |
| | CONSULTIQUE | 56,5% | ▲ |
| | COPERNICO | 54,5% | ▲ |
| 47,6% = | | | |
| **RETI AGENTI ASSICURATIVI** | | | |
| | UNIPOLSAI | 74,6% | = |
| | GENERALI | 72,4% | = |
| | ALLIANZ | 71,9% | = |
| | ZURICH | 68,8% | = |
| | CATTOLICA | 66,9% | ▲ |
| 64,6% = | | | |
| **RETI PROMOTORI FINANZIARI** | | | |
| | BANCA GENERALI | 64,5% | = |
| | ALLIANZ BANK | 61,1% | = |
| | FIDEURAM - INTESA S.PAOLO PRIVATE BANKING | 60,6% | ▲ |
| | BANCA MEDIOLANUM | 59,5% | = |
| 55,9% = | FINECOBANK | 56,3% | ▼ |
| **TRADING ONLINE BANCHE** | | | |
| | ING DIRECT | 67,9% | □ |
| | SELLA | 65,1% | □ |
| | MEDIOLANUM | 64,1% | □ |
| | FINECO | 61,8% | □ |
| 56,7% □ | | | |
| **TUTELA LEGALE** | | | |
| | GENIALLOYD | 67,1% | □ |
| | ALLIANZ | 66,9% | □ |
| | GENERALI | 57,1% | □ |
| | CATTOLICA | 57,0% | □ |
| | ZURICH INSURANCE | 56,7% | □ |
| 52,4% □ | GENERTEL | 55,0% | □ |

Qui sopra **Carlo Messina** (1) ceo Intesa Sanpaolo; **Carlo Cimbri** (2) ceo Unipol; **Paolo Galvani** (3) presidente Moneyfarm e cofondatore della società con **Giovanni Daprà**

**LEGENDA**
- ▲ in crescita
- = stabile
- ▼ in diminuzione
- □ non censito nel 2015

La tabelle in questo dossier riportano solo le aziende **"categoria oro"** (servizio superiore alla media del settore) e non tutto il campione di riferimento

[IL PROFILO]

## Imparziale e obiettivo, dal 2000 l'istituto leader in Europa nelle indagini di qualità

**L'Istituto Tedesco "Qualità e Finanza", gruppo editoriale Burda, conduce dal 2000 indagini di mercato finalizzate ad analizzare l'aspetto economico e qualitativo delle aziende attive in diversi settori, tra cui quello bancario, assicurativo, delle utenze, della telefonia mobile, fissa, e così via. In Europa, è il leader delle indagini di qualità.**

**In Italia gli studi sono pubblicati da quest'anno in collaborazione con La Repubblica-Affari e Finanza. Le indagini sono obiettive ed imparziali e non sono sponsorizzate, in nessun modo, dalle aziende coinvolte negli studi. I test si basano sulle valutazioni di rinomati esperti di finanza ed economia e su metodi scientifici.**

# Internet lancia le star di shopping e viaggi

L'EFFICIENZA E LA RAPIDITÀ SONO LE CHIAVI DEL PRIMATO CHE AMAZON CONQUISTA PER DUE ANNI DI SEGUITO. IL WEB REGALA EXPLOIT ANCHE A BOOKING E ALTRI PLAYER NEL CAMPO DEL TURISMO. LE COSE VANNO PEGGIO PER LAVORO E FORMAZIONE

**Stefania Aoi**

*Milano*

In continua mutazione il consumatore moderno snobba sempre più spesso il negozio tradizionale per comprare su Internet. Moderna caverna virtuale, per accedere alla quale basta un click e nemmeno un 'apriti sesamo', la Rete permette di avere a disposizione un'infinità di merci dai prezzi competitivi che una volta acquistate ti vengono consegnate a casa grazie a un servizio per lo più efficiente e veloce. Tutto merito dei colossi del web e dello shopping online che hanno per questo ricevuto, su tante altre realtà imprenditoriali, gli apprezzamenti maggiori. Fanno invece la parte della Cenerentola le agenzie interinali, ultime per capacità di soddisfazione, forse perché finiscono per catalizzare le frustrazioni degli italiani per via di una mancanza di lavoro che ormai nel belpaese sembra diventata cronica.

**Web e shopping online**. L'azienda in assoluto più amata, per il secondo anno consecutivo, è Amazon. Questa realtà del web è una vera star che ottiene un gradimento eccezionale del 94 per cento. Risultato che le consente di conquistare anche il primo posto tra le imprese dell'e-commerce (che raggiungono un livello di soddisfazione medio del 77 per cento), distaccando di ben 8 punti Ebay e di ben 12 punti Trovaprezzi.it. Tra i portali vacanze, primeggia invece Booking.com, con un 91,7 per cento di consensi, in crescita di quasi un punto percentuale rispetto all'anno scorso (+0,8 per cento). Questa realtà conquista anche il secondo posto nella top-ten delle aziende più amate, mentre sempre nella stessa lista, ma all'ottavo posto con un punteggio dell'88,3 per cento, ecco Zalando.it, che è anche prima per performance tra le aziende dello 'Shopping e moda online'. In nona posizione segue la società di spedizione Dhl che, con l'87,9 per cento di gradimento, fa mangiare la polvere alle concorrenti nel suo settore. Tra le aziende dell'elettronica online spicca invece MediaWorld.it (84,2 per cento di soddisfazione). Per il settore 'foto' non conosce rivali Vistaprint.it e per quello 'incontri' si distingue Meetic.it.

**Viaggi e vacanze**. Non è tutto web quello che luccica. Gli italiani hanno riservato giudizi più che positivi anche nei confronti di chi opera nel mondo del turismo. Per esempio, tra i tour operator, Alpitour batte tutti e ottiene un gradimento superiore all'86 per cento, superando di oltre 10 punti la media di settore. Questo brand porta a casa i risultati migliori anche nella categoria villaggi turistici (84,5 per cento). Per le crociere l'azienda campione è invece Msc che supera di 20 punti percentuali la media di settore e si piazza, prima di Costa, con quasi un 83 per cento di consensi. Lufthansa è regina tra le compagnie aeree (81,7 per cento), seguita da un altro colosso come Air France (79 per cento). Mentre i voli low-cost, che però per loro natura non fanno del servizio un cavallo di battaglia, ottengono punteggi inferiori: i migliori sono quelli di Ryanair (76,6 per cento di gradimento). Bergamo è primo tra i grandi aeroporti (80,8 per cento) prendendo il posto di Venezia, che spiccava nella classifica dell'anno scorso. Tra i piccoli aeroporti, trionfava Bologna che rimane anche quest'anno sul podio con il 76,6 per cento di gradimento. Alla catena Best Western vanno i maggiori apprezzamenti nella categoria hotel (80,3 per cento), seguita a due punti percentuale di distanza da Hilton. Mentre per i traghetti e navi, la compagnia migliore è Moby con il 75,7 per cento di consensi.

**Lavoro e formazione**. Le percentuali di soddisfazione crollano quando si scorre la lista delle aziende legate al lavoro e alla formazione. Addirittura la media registrata dalle agenzie interinali non supera il 46 per cento. Un giudizio che pare quasi una piccola vendetta degli italiani che arrancano nella ricerca di un'occupazione. Le migliori performance in questo campo sono quelle di Obiettivo lavoro, quasi a pari merito con Randstad (49 per cento). Bassi anche i giudizi rivolti alle università. Il livello medio di soddisfazione qui è del 47 per cento. La Bocconi, considerata un'eccellenza, raccoglie appena un 56 per cento di apprezzamento. Tra le business school spiccano la scuola del Sole24Ore Milano (60 per cento) e la Cattolica (59 per cento). Tra i portali emerge InfoJobs.it. Chi se la passa meglio, tra le realtà che operano in quest'area, è invece Ef, specializzata in vacanze studio riesce a ottenere un indice di gradimento del 67 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Vacanze & viaggi

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| AEROPORTI GRANDI | BERGAMO | 80,8% | ▲ |
| | MILANO LINATE | 80,3% | = |
| | VENEZIA | 79,7% | = |
| media settore 79,4% = | | | |
| AEROPORTI PICCOLI | BOLOGNA | 76,7% | ▼ |
| | ROMA CIAMPINO | 73,3% | = |
| 71,9% ▼ | | | |
| COMPAGNIE AEREE | LUFTHANSA | 81,7% | = |
| | AIR FRANCE | 79,2% | □ |
| | BRITISH AIRWAYS | 78,4% | □ |
| | ALITALIA | 75,6% | = |
| 68,3% = | | | |
| COMPAGNIE LOW COST | RYANAIR | 76,6% | □ |
| | EASYJET | 75,9% | □ |
| | MERIDIANA | 72,9% | = |
| 68,5% □ | | | |
| CROCIERE | MSC | 82,8% | = |
| | COSTA CROCIERE | 79,3% | = |
| | CARNIVAL | 76,0% | ▲ |
| 62,7% ▼ | ROYAL CARIBBEAN | 69,6% | = |
| HOTEL ECONOMY | BEST WESTERN | 80,3% | = |
| | HOLIDAY INN | 80,0% | = |
| | B&B HOTELS | 74,1% | = |
| 69,9% = | | | |
| HOTEL QUALITY | BEST WESTERN | 80,3% | □ |
| | HILTON | 78,6% | □ |
| | NH HOTELS | 73,8% | = |
| 71,7% ▼ | SHERATON | 73,6% | ▼ |
| TOUR OPERATOR | ALPITOUR | 86,1% | = |
| | FRANCOROSSO | 79,5% | ▲ |
| | VERATOUR | 78,3% | ▲ |
| | EDEN VIAGGI | 77,0% | ▲ |
| 75,3% ▲ | | | |
| TRAGHETTI E NAVI | MOBY | 75,7% | = |
| | GRIMALDI LINES | 75,5% | = |
| | GRANDI NAVI VELOCI (GNV) | 72,1% | = |
| 70,4% = | | | |
| VILLAGGI TURISTICI | ALPITOUR | 84,5% | = |
| | VALTUR | 83,6% | ▲ |
| | CLUBMED | 81,9% | ▲ |
| 72,2% = | | | |

## Lavoro & formazione

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| AGENZIE INTERINALI | OBIETTIVO LAVORO | 49,2% | □ |
| | RANDSTRAD | 49,0% | □ |
| | MANPOWER | 48,8% | □ |
| | ADECCO | 48,1% | □ |
| media settore 45,7% □ | GI GROUP | 47,9% | □ |
| BUSINESS SCHOOLS | SOLE 24 ORE Milano | 60,2% | □ |
| | CATTOLICA Milano | 58,9% | □ |
| | LUISS Roma | 49,4% | □ |
| | PALO ALTO | 48,3% | □ |
| 47,5% □ | ISTUD Baveno | 47,7% | □ |
| PORTALI LAVORO | INFOJOBS.IT | 63,0% | ▼ |
| | INDEED.IT | 54,8% | ▼ |
| 51,8% ▼ | | | |
| UNIVERSITÀ PRIVATE | BOCCONI Milano | 56,1% | = |
| | CATTOLICA Milano | 55,0% | □ |
| | LUISS Roma | 53,5% | ▲ |
| | AOSTA | 48,3% | □ |
| 47,0% ▼ | | | |
| VACANZE STUDIO | EF EDUCATION FIRST | 67,0% | ▲ |
| | STS (Student Travel Schools) | 63,1% | ▲ |
| 57,9% ▲ | | | |

## Web & shopping online

| | Compagnia | Punteggio 2016 | Trend '15-'16 |
|---|---|---|---|
| E-COMMERCE/ MARKETPLACE | AMAZON.IT | 94,0% | = |
| | EBAY.IT | 86,7% | = |
| | TROVAPREZZI.IT | 82,5% | = |
| media settore 77,0% = | | | |
| ELETTRONICA ONLINE | MEDIAWORLD.IT | 84,2% | = |
| | UNIEURO.IT | 81,1% | = |
| | EURONICS.IT | 79,8% | = |
| 79,6% = | | | |
| FOTO/TIPOGRAFIE ONLINE | VISTAPRINT.IT | 75,0% | |
| | PRINT24.COM/IT | 74,4% | ▲ |
| | ONLINEPRINTERS.IT | 70,3% | = |
| | PIXARTPRINTING.IT | 70,1% | ▲ |
| 67,6% ▲ | | | |
| PORTALI INCONTRI | MEETIC.IT | 62,7% | ▲ |
| | PARSHIP.IT | 58,5% | ▲ |
| 56,8% ▲ | | | |
| PORTALI VACANZE | BOOKING.COM | 91,7% | = |
| | EXPEDIA.IT | 86,4% | = |
| | VOLAGRATIS.COM | 80,4% | = |
| 78,6% = | | | |
| SHOPPING MODA ONLINE | ZALANDO.IT | 88,3% | = |
| | PRIVALIA.COM | 81,4% | ▲ |
| | YOOX.COM | 77,1% | ▲ |
| 77,0% ▲ | | | |
| SOCIETÀ DI SPEDIZIONE | DHL | 87,9% | = |
| | UPS | 86,9% | = |
| 83,8% = | | | |

**LEGENDA**

- ▲ in crescita
- = stabile
- ▼ in diminuzione
- □ non censito nel 2015

Chi sale e chi scende rispetto all'ultimo sondaggio lo spiegano **le frecce** delle tabelle

[ IL FOCUS ]

### Deludono crociere, aerei e hotel low cost

**Le crociere, le compagnie aeree e gli hotel economici. Sono queste le tre categorie che prendono la pagella più bassa nel settore viaggi e vacanze. In particolare la soddisfazione media sulle crociere non supera il 62 per cento. Con eccezioni come quella di Msc che invece ottiene il maggior gradimento dell'83 per cento, seguita da Costa, Carnival e Royal Caribbean. Una percentuale bassissima se paragonata a quella di gradimento dei grandi aeroporti, vere anticamere d'ingresso alle nostre città che ormai offrono innumerevoli servizi, a partire dal wi-fi fino ai migliori negozi, dalle caffetterie fino ai ristoranti più disparati, ai parcheggi. Sono loro che battono tutti gli operatori del viaggio e della vacanza sfiorando l'80 per cento di consensi. Merito anche delle stelle del firmamento di questa categoria che sono Bergamo, Milano Linate e Venezia. Distante da queste percentuali è invece la media di settore delle compagnie aeree che raggiungono un 68 per cento circa di soddisfazione. Una percentuale superata solo da Lufthansa, Air France, British Airways e Alitalia e ancora dalle signore del volo low-cost Ryanair, Easyjet e Meridiana. Vanno meglio gli hotel economici, ma anche qui la media di categoria non arriva comunque al 70 per cento di apprezzamento. Di sicuro, anche qui come per il settore alberghi di qualità, le performance migliori le offre la catena Best Western, seguita non più dagli hotel Hilton ma da quelli targati Holiday Inn. Entrambi i brand oltrepassano la soglia dell'80 per cento di gradimento.** *(st.a.)*

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[ I DATI ]

### Online funziona anche l'elettronica

**Tra le aziende in assoluto migliori d'Italia, campionesse per qualità di servizi, le realtà del web e dello shopping online trionfano per numero: sono ben quattro quelle che si piazzano nelle prime dieci posizioni della classifica realizzata dall'Istituto tedesco di qualità. Si tratta di Amazon, Booking.com, Zalando.it e Dhl. Anche quando c'è da premiare un settore in particolare, il web e lo shopping online ricevono gratificazione, posizionandosi al secondo posto in classifica, subito dopo i parchi di divertimento, grazie alle società di spedizione che in media conquistano l'83 per cento dei consensi, e al sesto posto grazie all'elettronica online. Quest'ultimo è un settore che ha un indice di gradimento che sfiora l'80 per cento, in crescita di circa 3 punti rispetto all'anno scorso.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA