

RISULTATI SURVEY UP PRESSO LE ASSOCIATE

2 ottobre 2013



L'UNIONE PETROLIFERA HA CONDOTTO UNA **SURVEY ONLINE** PRESSO LE PROPRIE ASSOCIATE:

- **PER VALUTARE IL GRADO DI SODDISFAZIONE** SULLE ATTIVITÀ SVOLTE DA UP;
- **PER ORIENTARE** SEMPRE PIU' **L'ATTIVITA' DI UP** ALLE ESIGENZE DELLE ASSOCIATE

LA SURVEY È STATA CONDOTTA NEL **PERIODO LUGLIO-SETTEMBRE** 2013 ED HA RIGUARDATO **TRE LIVELLI DI INDAGINE:**

- 1) **PRESIDENTI E AMMINISTRATORI DELEGATI**
- 2) **DIRETTORI GENERALI E DIRETTORI DI AREA**
- 3) **GRUPPI DI LAVORO TECNICI**

SU UN TOTALE DI **343 INTERVISTATI**, IL 56% HA COMPLETATO IL QUESTIONARIO, MENTRE IL RESTANTE 44% LO HA FATTO PARZIALMENTE

A SEGUIRE UNA **SINTESI** DEI PRINCIPALI RISULTATI (PER IL DETTAGLIO SI RIMANDA AGLI ALLEGATI COMPLETI CHE ACCOMPAGNANO LA PRESENTAZIONE)

LA SINTESI DEI RISULTATI PER AREE DI INDAGINE



<p>1° livello 2° livello 3° livello</p> <p>ASSISTENZA DIRETTA ALLE AZIENDE: 3,95</p>	<p>1° livello 2° livello 3° livello</p> <p>DEFINIZIONE POSIZIONI ASSOCIATIVE E RAPPRESENTANZA: 3,61</p>	<p>1° livello 2° livello 3° livello</p> <p>LOBBYING: 3,45</p>
<p>1° livello 2° livello</p> <p>RAPPORTI CON «SINDACATI» E CON I CONSUMATORI: 3,74</p>	<p>1° livello 2° livello 3° livello</p> <p>COMUNICAZIONE INTERNA: 3,76</p>	<p>1° livello 2° livello 3° livello</p> <p>COMUNICAZIONE ESTERNA: 3,77</p>
<p>1° livello 2° livello 3° livello</p> <p>RAPPORTI CON CONFINDUSTRIA, CONF. ENERGIA, ALTRE ASSOCIAZIONI CATEGORIA: 3,60</p>	<p>1° livello 2° livello 3° livello</p> <p>FORMAZIONE BENCHMARKING EUROPEO E NUOVI SCENARI: 4,03</p>	<p>1° livello 2° livello 3° livello</p> <p>PUBBLICAZIONI, STATISTICHE E STUDI: 3,89</p>

SINTESI DELLA VALUTAZIONE E DELLE ASPETTATIVE DEGLI ASSOCIATI

VALUTAZIONI

Lobbying

Azione di lobby ritenuta efficace e adeguata; apprezzata l'attività svolta nei confronti delle istituzioni (nazionali e comunitarie), buono anche il livello di coinvolgimento delle aziende che si sentono rappresentate e ritengono essenziale tale azione per le scelte aziendali

Definizione posizioni associative

Le aziende si sentono adeguatamente coinvolte e rappresentate dalle posizioni associative, condivise le modalità di definizione

Formazione, benchmarking e nuovi scenari

Giudizio molto positivo sull'attività di formazione periodica, nonché sulle altre attività ritenute di notevole importanza

ASPETTATIVE AZIENDALI

Lobbying

Sollecitata una maggiore attività di sensibilizzazione dei principali stakeholder (istituzioni e opinione pubblica) sulle attività del settore petrolifero, in particolare sui temi più «caldi» come i prezzi e la crisi industriale del settore. Evidenziata l'opportunità di un maggiore coordinamento anche su temi in comune con altre associazioni (es. lubrificanti)

Definizione posizioni associative

Auspicata una maggiore informazione preventiva su temi particolari

Formazione e benchmarking

Da potenziare il ruolo UP per:

- le attività di *benchmarking* con le altre realtà europee, anche con il supporto delle aziende;
- l'attività di monitoraggio e confronto su aspetti tecnici (Security, Bonifiche)
- approfondire nuovi scenari e tendenze

SINTESI DELLA VALUTAZIONE E DELLE ASPETTATIVE DEGLI ASSOCIATI

VALUTAZIONI

Comunicazione esterna

Ritenute chiare e tempestive le dichiarazioni pubbliche UP, validi gli eventi pubblici istituzionali e la struttura del sito web, riferimento per i media

Comunicazione interna

Informazioni tempestive e utili su argomenti di interesse, condiviso l'attuale flusso informativo, buono il giudizio sulla struttura del sito web, andrebbe privilegiata una maggiore sintesi

Assistenza diretta alle aziende

Servizio ritenuto molto valido e qualificato, non si ritengono necessarie forme diverse di assistenza, utili le iniziative di aggiornamento periodico

ASPETTATIVE AZIENDALI

Comunicazione esterna

Dare maggiore sistematicità alle iniziative pubbliche e contatti con i media; maggior ricorso a studi terzi (centri studi e Università) per sostenere posizioni; integrare e rendere più incisive le attività online con i nuovi strumenti di comunicazione digitale; importante incrementare la partecipazione di UP ad eventi esterni o ad iniziative che coinvolgono i giovani

Comunicazione interna

Nuove forme di comunicazione su temi di maggiore interesse, suggerito un riepilogo settimanale delle attività UP, maggiore uso del sito web

Assistenza diretta alle aziende

Richiesta in alcuni casi di un maggiore supporto su adempimenti operativi

SINTESI DELLA VALUTAZIONE E DELLE ASPETTATIVE DEGLI ASSOCIATI

VALUTAZIONI

Pubblicazioni, statistiche, studi

Giudizio molto positivo sulla qualità e autorevolezza delle pubblicazioni UP considerate strategiche per la credibilità dell'associazione, previsioni ritenute uno strumento fondamentale per le scelte aziendali

Rapporti con Confindustria, CE e altre associazioni

Ritenuto inadeguato il supporto di Confindustria, da potenziare la cooperazione con gli altri comparti del settore energia

Rapporti con «sindacati» e consumatori

Non si ritiene opportuno un più diretto coinvolgimento di UP

ASPETTATIVE AZIENDALI

Pubblicazioni, statistiche, studi

Ulteriori approfondimenti e maggiore dettaglio su tematiche specifiche

Rapporti con Confindustria, CE e altre associazioni

Individuare a priori i temi di interesse generale, potenziare la propria presenza in Confindustria, maggiore sinergia con Confindustria energia su temi di rilevanza generale, mantenere decisamente all'interno di UP tutte quelle attività strategiche per il settore

Rapporti con i «sindacati» e consumatori

Maggiore sostegno alle posizioni degli associati nel confronto pubblico