



cambiare insieme

Customer Satisfaction Audit

Agosto 2022 - ECOLAN SPA

Utenti del servizio di raccolta differenziata
In 72 Comuni della Provincia di Chieti - Abruzzo

Lavoro realizzato da

STRATEGICA
dritti all'obiettivo



PREMESSA

La realizzazione periodica della Customer Satisfaction nelle aziende di servizio pubblico è considerata dal Dipartimento della Funzione Pubblica della Presidenza del Consiglio dei Ministri dello Stato come la **procedura ideale per procurare una sistematica attività di ascolto degli utenti, orientata verso il miglioramento della qualità del servizio.**

Normativa di Riferimento

Direttiva del presidente del Consiglio dei ministri del 27 gennaio 1994 "Principi sull'erogazione dei servizi pubblici"

Direttiva sulla Rivelazione della Qualità Percepita dai Cittadini del Ministro della Funzione Pubblica del Marzo 2004

Direttiva 27 luglio 2005 - Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie

Testo Unico Enti Locali 2016 art. 1 , 2 , 112 , 117 comma 1 c) , 119

D.Lgs. Servizi pubblici locali art. 21 comma 4 f)

D.Lgs 30 luglio 1999 , n° 286 art. 11

D.Lgs 27ottobre 2009 , n° 150 art. 8 comma 1 c)

D.Lgs 14 marzo 2013 , n° 33 art. 32 comma 1 , art. 35 comma 1 n)

Decreto Trasparenza 17 maggio 2016 art. 28 comma 1 a) , art. 30 comma 1 b)

RIFORMA MADIA-legge124/2015 art.19 comma a), p)

Inoltre, la Deliberazione 18 giugno 2019 242/2019/a, Quadro strategico 2019-2021 dell'autorità di regolazione per energia reti e ambiente – **ARERA** – **Allegato A** – stabilisce nel primo punto degli "Obbiettivi strategici e Linee di Intervento: Rilevazione annuale delle aspettative e della soddisfazione dei consumatori al fine di orientare meglio gli interventi alle attese degli stessi con il contributo degli operatori e delle associazioni dei consumatori."

Deliberazione 3 agosto 2021 - APPROVAZIONE DEL METODO TARIFFARIO RIFIUTI (MTR-2) PER IL SECONDO PERIODO REGOLATORIO 2022-2025

L' attuale **Carta dei Servizi della ECOLAN S.p.A.** stabilisce il proprio compromesso con la qualità integrale del servizio, specifica i diversi fattori che la compongono **e stabilisce come priorità la partecipazione degli utenti nel raggiungimento degli obiettivi.**

In riferimento a essa stipula che *«l'utente ha pertanto l'opportunità di interagire con il gestore del servizio, fornendo indicazioni sulla qualità del servizio reso ed eventuali suggerimenti per migliorarlo e renderlo completo...»* e che ECOLAN *« si impegna ad effettuare indagini di soddisfazione dell'utente al fine di valutare la qualità percepita per un costante miglioramento dei servizi erogati».*

Per adempiere a tali obiettivi essenziali, STRATEGICA, per conto della ECOLAN S.p.A., ha realizzato il seguente monitoraggio di Customer Satisfaction del servizio di Raccolta Differenziata fornito dall'azienda.

NOVITÀ NORMATIVA DI RIFERIMENTO

SINTESI RELATIVA ALL'ATTIVITÀ DI CUSTOMER SATISFACTION PER AZIENDE DI SERVIZI PUBBLICI CONTENUTA NELLA RECENTE DELIBERA DELLA ARERA

DELIBERAZIONE 18 GIUGNO 2019 242/2019/A **QUADRO STRATEGICO 2019-2021** DELL'AUTORITÀ DI REGOLAZIONE PER ENERGIA RETI E AMBIENTE - **ARERA**

"PREMESSA

Con il presente documento, l'Autorità di Regolazione per Energia Reti e ambiente (di seguito: Autorità) presenta gli indirizzi strategici che orienteranno l'attuale Consiliatura, indicando gli obiettivi strategici e le principali linee di intervento per il periodo 2019 – 2021, alla luce dell'evoluzione del contesto settoriale di riferimento nazionale ed europeo."

Obbiettivi Strategici e Linee di Intervento 2019-2021

(Allegato A – Quadro strategico 2019-2021 dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente. Mercati di incidenza: energia elettrica, gas, tele calore, servizio idrico integrato, ciclo dei rifiuti. **Pagina 47**)

"1a. (Attività CONTINUATIVA) Rilevazione annuale delle aspettative e della soddisfazione dei consumatori al fine di orientare meglio gli interventi alle attese degli stessi con il contributo degli operatori e delle associazioni dei consumatori."

Regole tariffarie chiare e trasparenti per la copertura dei costi efficienti della gestione dei rifiuti

(Allegato A – Quadro strategico 2019-2021 dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente. Mercati di incidenza: energia elettrica, gas, tele calore, servizio idrico integrato, ciclo dei rifiuti. **Pagina 24**)

Il raggiungimento, in tutte le aree del Paese, di una stretta coerenza tra la qualità del servizio e il costo dello stesso sarà un obiettivo di fondo della regolazione, da perseguire anche attraverso indagini sul livello di soddisfazione dell'utente."

Documenti ufficiali ARERA

Quadro Strategica 2019-2021 ARERA <https://www.arera.it/allegati/docs/19/242-19all.pdf>

Deliberazione 18 giugno 2019 – 242/2019/A <https://www.arera.it/allegati/docs/19/242-19.pdf>

PREMESSA

La misurazione della Customer Satisfaction (soddisfazione degli utenti) costituisce un momento conoscitivo di importanza fondamentale, sia come **metro di valutazione** per l'efficienza del servizio erogato, sia in quanto **punto di partenza** per le azioni future che l'azienda deciderà di effettuare con lo scopo di ottenere un miglioramento della qualità complessiva.

Il monitoraggio ci permette di conoscere le opinioni degli utenti per:

- Capire i bisogni, le esigenze e le aspettative;
- Superare gli scostamenti tra la qualità percepita e la qualità erogata;
- Stabilire degli standard di performance;
- Capire in quale direzione orientare le scelte future;
- Misurare il gradimento, l'impatto dei cambiamenti
- Avviare un processo di miglioramento continuo della qualità del servizio;

PRINCIPALI RISULTATI

*Customer Satisfaction Audit
Agosto 2022*

Servizio di raccolta differenziata
*Nei 72 Comuni della Provincia di Chieti
serviti da **ECOLAN S.p.A.***

FATTORI ANALIZZATI

Per costruire un **INDICE di Customer Satisfaction** abbiamo operato sui seguenti fattori del servizio

ASPETTI TECNICI /RACCOLTA PORTA A PORTA

FREQUENZA RITIRO

ORARI RITIRO

CENTRO DI RACCOLTA

RITIRO INGOMBRANTI

STAZIONI ECOLOGICHE – ECOBOX

COMUNICAZIONE

NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

RELAZIONI ALLO SPORTELLO

SITO WEB

SPAZZAMENTO STRADE PUBBLICHE E MERCATI

MANUTENZIONE E CURA DEL VERDE PUBBLICO

Inoltre, abbiamo indagato sulle percezioni riguardo

DISINFESTAZIONE (efficacia delle operazioni anti zanzare)

PULIZIE DELLE SPIAGGE (solo Comune di Ortona)

Rapporto prezzo / qualità - conoscenza dei costi per lo svolgimento del servizio

GIUDIZIO GLOBALE

RAPPORTO PREZZO / QUALITÀ

NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

Costruzione Indice di Customer Satisfaction

Fattore	Aspetti	% Utenti soddisfatti	Soddisfazione BASSA	Soddisfazione MEDIA	Soddisfazione ALTA	Importanza	Soddisfazione INTENSITA'
ASPETTI TECNICI Raccolta porta a porta	Frequenza Orari Pulizia aree adiacenti Vetro Plastica / metalli Carta Indifferenziata Organico	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5 Delude le aspettative	% voti 6 / 7 In linea con le aspettative	% voti 8 / 10 Supera le aspettative	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore ALTA 9 / 10 MEDIO ALTA 8 MEDIA 6 / 7 MEDIA BASSA 5 BASSA 1 / 4
COMUNICAZIONE	Chiarezza calendario Chiarezza opuscolo Informazione raccolta differenziata E modalità del servizio	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
CENTRO RACCOLTA	Soddisfazione per l'utilizzo del servizio	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
RITIRO INGOMBRI	Soddisfazione per l'utilizzo del servizio	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
PULIZIA STRADE	Strade, piazze e mercati	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
MANUTENZIONE VERDE	Giardini, parchi, aiuole e potatura alberi	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore

Costruzione Indice di Customer Satisfaction

Fattore	Aspetti	% Utenti soddisfatti	Soddisfazione BASSA	Soddisfazione MEDIA	Soddisfazione ALTA	Importanza	Soddisfazione INTENSITA'
SITO WEB	Reperibilità indirizzo web Facilità di navigazione Ricchezza informazioni	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
ECOBX	Soddisfazione Importanza	% voti 6 / 10	% voti	% voti	% voti	% di citazione	Media del punteggio
RELAZIONE ALLO SPORTELLO	Tempo di attesa Cortesìa dell'operatore Competenza Orari di apertura	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
NUMERO VERDE	Tempo di attesa Cortesìa dell'operatore Competenza	% voti 6 / 10	% voti 1 / 5	% voti 6 / 7	% voti 8 / 10	% di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
RAPPORTO PREZZO / QUALITÀ	Giudizio globale. No CSI	Media % voti 6 / 10	Media % voti 1 / 5	Media % voti 6 / 7	Media % voti 8 / 10	Media % di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore
Sodd. GENERALE FATTORE	Giudizio globale. No CSI	Media % voti 6 / 10	Media % voti 1 / 5	Media % voti 6 / 7	Media % voti 8 / 10	Media % di citazione	Media dei punteggi riferita ad ogni fattore

SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Universo dell'indagine: circa **200.000** residenti utenti del servizio di raccolta differenziata

Area geografica delle interviste realizzate: **72 comuni** del Frentano, Sangro-Aventino, Ortonese-Marrucino serviti dalla ECOLAN S.p.A.

Comuni incorporati nel 2022: Villa Alfonsina, Liscia, Furci e San Buono

TOTALE RISPONDENTI: 1.003

Margini di errore: + - 3,09 %

Livello di confidenza: 95,0%

L'indagine si è svolta raccogliendo dati sul campo nel mese di agosto 2022.

L'attuale monitoraggio di Customer Satisfaction permette a ECOLAN S.p.A. di avere un TREND o andamento della valutazione complessiva della percezione della qualità del servizio da parte dell'utenza.

L'incorporazione strutturale dello strumento di valutazione aziendale si riafferma una procedura sistematica e scientifica di ascolto dell'utenza con l'obiettivo di migliorare permanentemente la qualità del servizio offerto.

Questionario strutturato con domande chiuse e aperte con controllo di coerenza.

Qrivolto a colui/colei che gestisce principalmente il rapporto con l'azienda.

Squadra in Campo

*Statistiche: **Michela Natilli** – Università degli Studi di Siena – Ricercatore Scuola Superiore Sant'Anna, Pisa. Ricercatore CNR.*

*Analista Senior: Prof. **Hugo Daniel Estrella** – Master in Gestione di Conflitti - Università di Pisa. Docente ISO 26.000 presso Aalborg University di Copenhagen.*

*Relazioni Commerciali - Analisi ed attualizzazione della legislazione relativa: Dott. **Massimiliano Scioli***

*Intervistatori: **Silvia di Miero, Erika di Valerio, Michela Rainone, Adelina Iabella, Anahì Carreira***

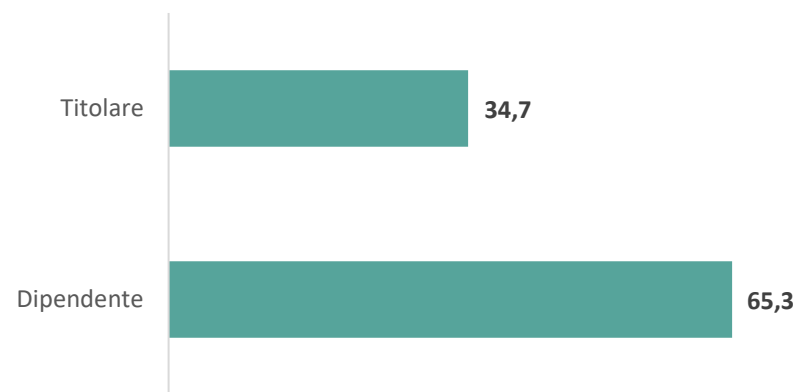
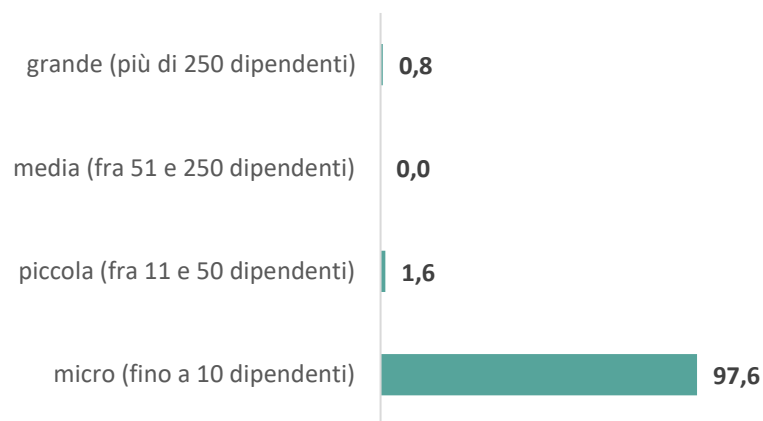
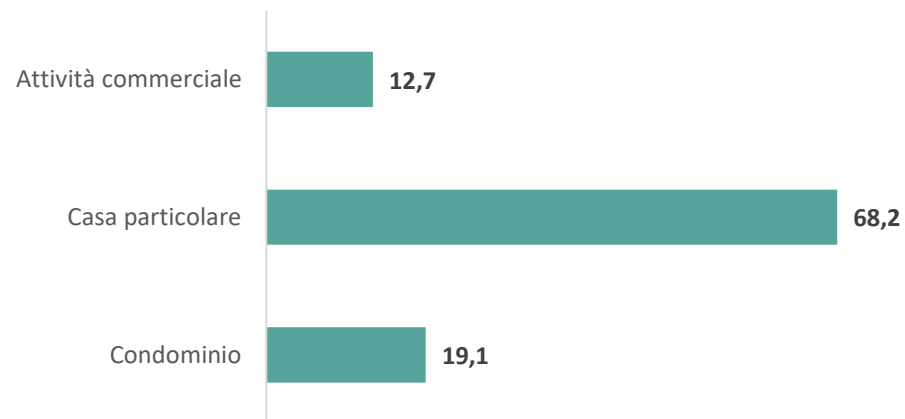
*Grafica design: **Eduardo Sulpizio***

SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Abbiamo condotto 997 interviste: il 68,2% di case particolari, il 19,1% in condomini e circa il **12,7% di utenze commerciali**.

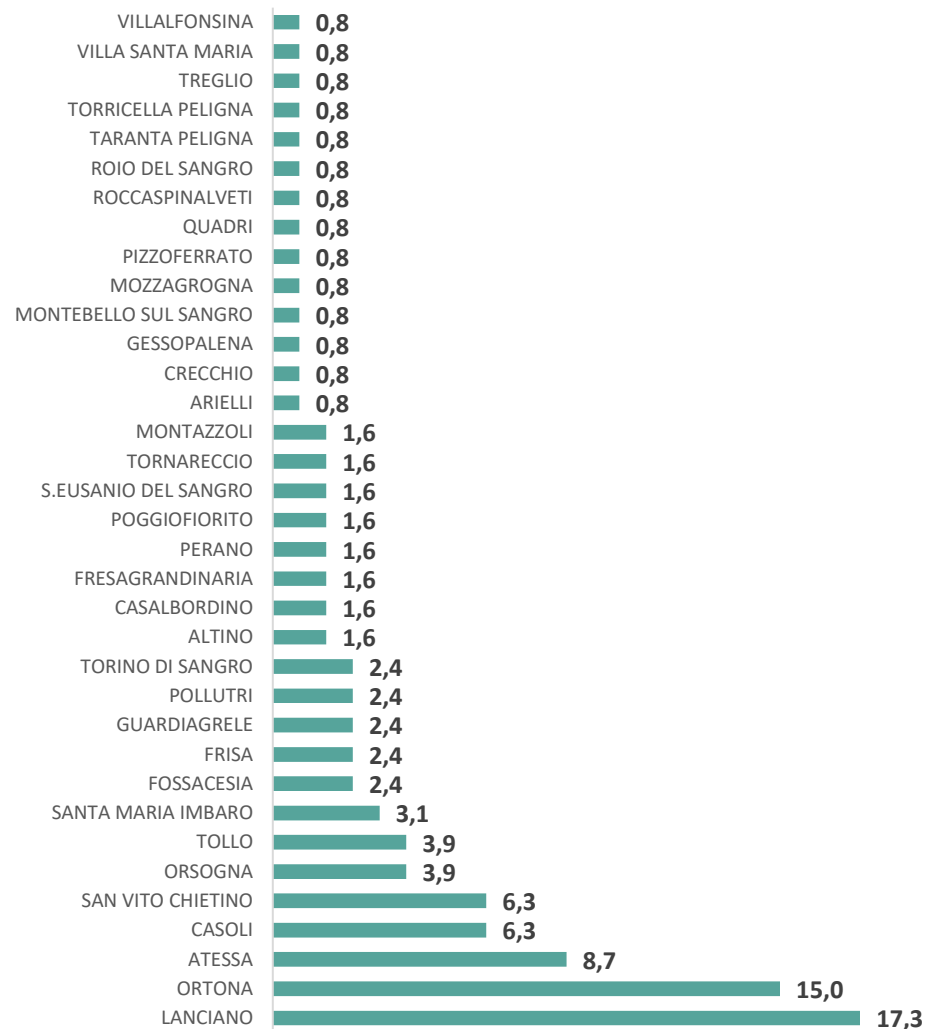
Il 97,6% delle attività commerciali intervistate ha una dimensione (micro) fino a 10 dipendenti, l'1,6% fra 11 a 50 dipendenti (piccola) e lo 0,8% più di 250 dipendenti (grande).

La maggior parte dei rispondenti (65,3%), sono dipendenti, mentre nel 34,7% dei casi sono titolari, proprietari o soci delle attività.



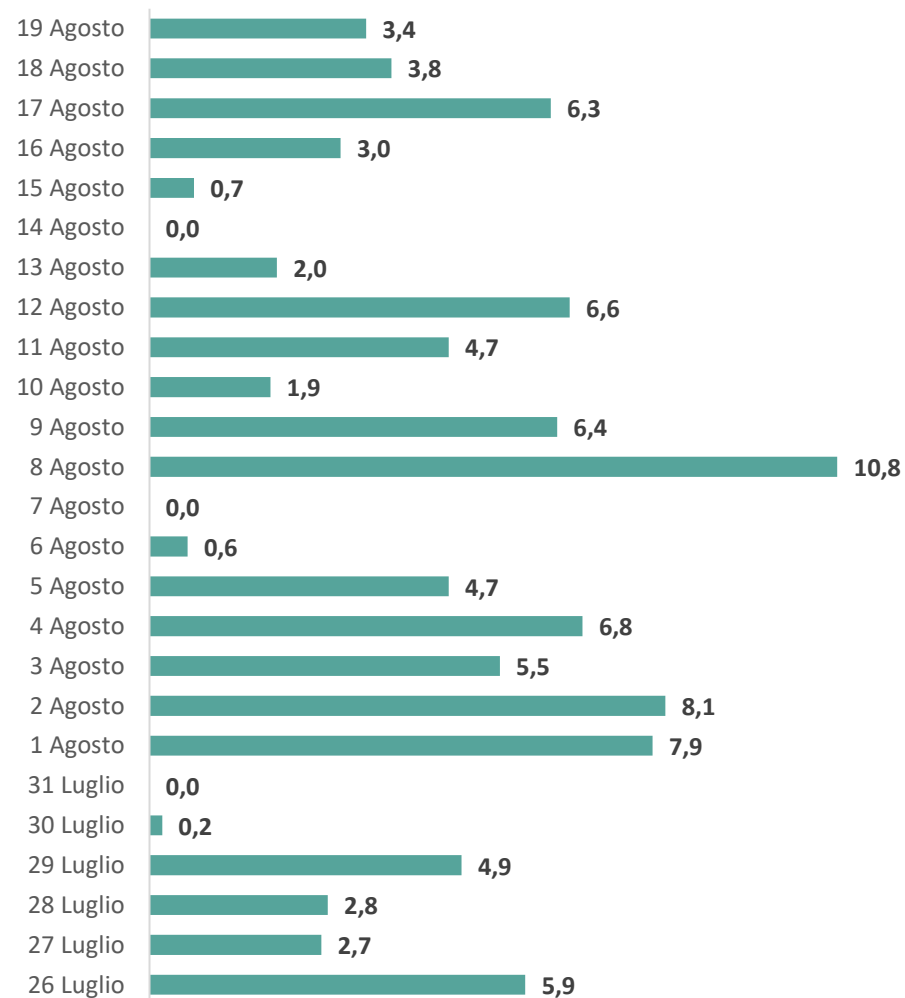
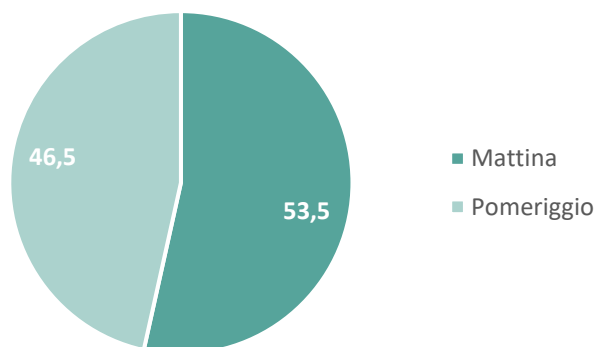
SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Raccolta dati segmento COMMERCIALE
12,6% del totale



SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Giorni ed orari della raccolta dati



SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

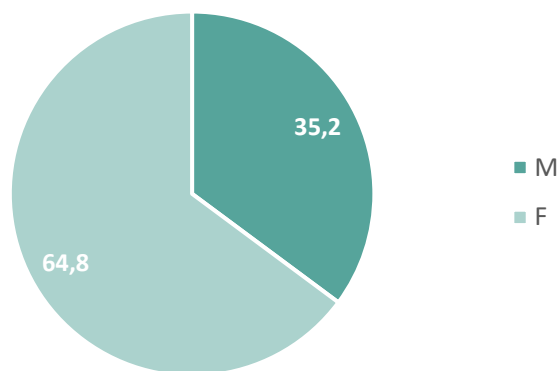
COMUNI SOCI ECO.LAN. S.p.A.	Residenti	% sul totale	Q. Interviste								
ALTINO	3082	1,78	17	LENTELLA	652	0,37	4	TREGLIO	1672	0,96	9
ARCHI	2168	1,25	12	LETOPALENA	350	0,2	2	TOLLO	4090	2,37	23
ARIELLI	1141	0,6	6	MONTEBELLO SUL SANGRO	92	0,053	2	VILLA SANTA MARIA	1361	0,78	8
ATESSA	10579	6,1	58	MONTEFERRANTE	128	0,07	2	COMUNI DELL' UNIONE COMUNI DEL SINELLO			
BOMBA	799	0,46	5	MONTELAPIANO	82	0,04	2	CARPINETO SINELLO	597	0,34	3
BORRELLO	343	0,19	2	MONTENERODOMO	646	0,37	3	CARUNCHIO	633	0,36	4
CASALBORDINO	5981	3,5	34	MONTEODORISIO	2363	1,37	13	DOGLIOLA	324	0,18	2
CASOLI	5571	3,2	32	MOZZAGROGNA	2417	1,4	14	MONTAZZOLI	905	0,52	5
CASTIGLIONE M.MARINO	1678	0,97	10	ORSOGNA	3881	2,25	22	PALMOLI	838	0,48	5
CIVITALUPARELLA	339	0,19	2	ORTONA	23276	13,5	130	SAN GIOVANNI LIPIONI	152	0,088	2
CIVITELLA M.RAIMONDO	832	0,48	5	PAGLIETA	4207	2,43	24	TORREBRUNA	777	0,45	4
COLLEDIMACINE	191	0,11	2	PALOMBARO	1006	0,58	6	TUFILLO	379	0,21	2
COLLEDIMEZZO	492	0,28	3	PENNADOMO	272	0,15	2	GUILMI	419	0,24	2
CRECCHIO	2804	1,6	16	PENNAPIEDIMONTE	445	0,25	3	COMUNI INCORPORATI 2022			
FALLO	141	0,08	2	PERANO	1576	0,9	9	VILLALFONSINA	908	0,52	5
FARA SAN MARTINO	1399	0,8	8	PIETRAFERRAZZANA	137	0,079	2	LISCIA	668	0,38	4
FILETTO	964	0,55	5	PIZZOFERRATO	1103	0,63	6	FURCI	851	0,48	5
FOSSACESIA	6341	3,67	36	POGGIOFIORITO	878	0,5	5	SAN BUONO	891	0,5	5
FRESAGRANDINARIA	956	0,55	5	POLLUTRI	2170	1,25	12	TOTALE	175.741		1.000
FRISA	1719	0,99	10	QUADRI	761	0,44	4				
GAMBERALE	310	0,17	2	ROCCASCALEGNA	1195	0,69	7				
GESSOPALENA	1406	0,81	8	ROCCASPINALVETI	1233	0,71	7				
GUARDIAGRELE	9042	5,2	50	ROIO DEL SANGRO	94	0,05	2				
LAMA DEI PELIGNI	1250	0,72	7	ROSELLO	233	0,13	2				
LANCIANO	35251	20,4	200	SAN VITO CHIETINO	5291	3	29				
				SANTA MARIA IMBARO	2013	1,16	11				
				S.EUSANIO DEL SANGRO	2440	1,41	14				
				TARANTA PELIGNA	367	0,21	2				

Piano Campionario

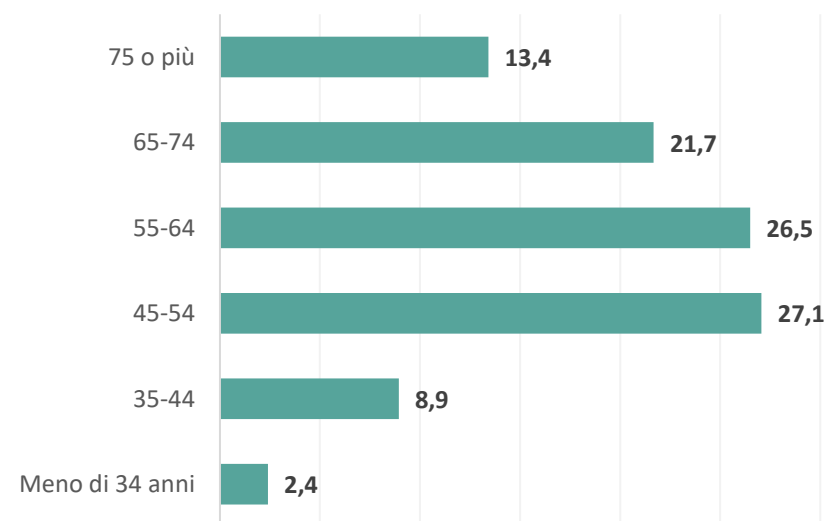
Nel rispetto della proporzionalità
per quantità di residenti in ogni comune

INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Genere

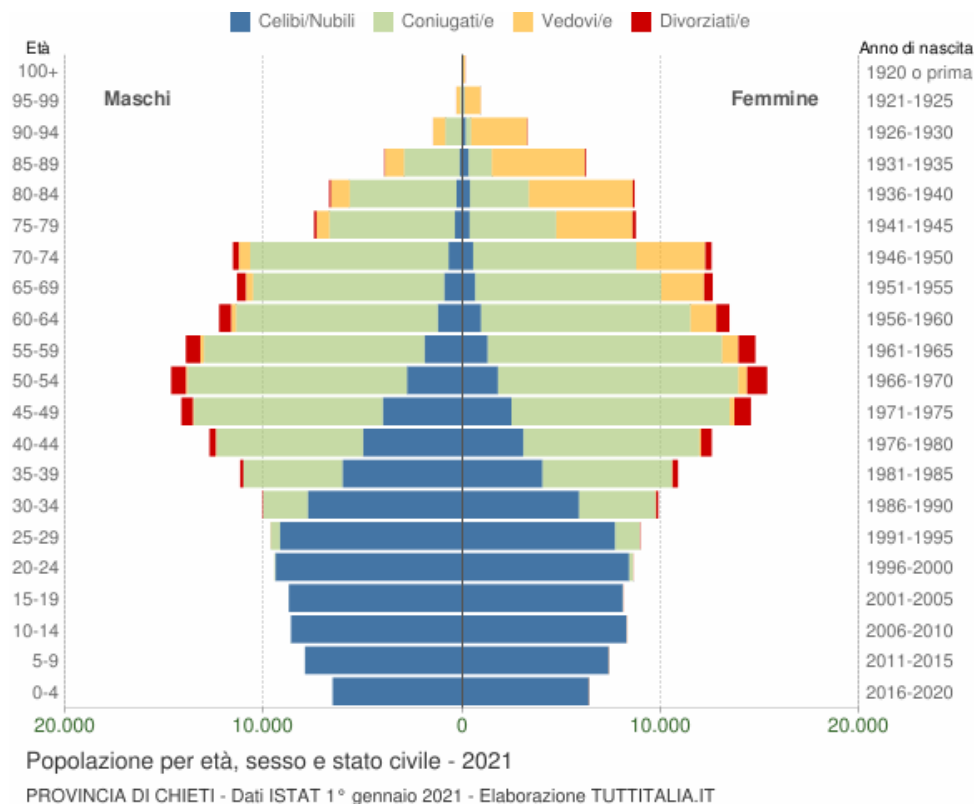


Età



L'età dei rispondenti, ovvero quelli che nel nucleo familiare si fanno carico del rapporto con l'azienda, rappresenta il 53,6% di persone Di età intermedia, tra 45 e 64 anni, in corrispondenza con i dati Istat di popolazione della Provincia di Chieti. Il 35,1% degli intervistati ha più di 65 anni, dato che si verifica nel grafico della pagina seguente, riferito alla occupazione dei rispondenti, col 34,1% di ritirati dal lavoro e pensionati. La terza fascia di età per importanza è quella che va fino a 44 anni, che rappresenta il 11,3% del totale, valore migliorato dall'anno scorso, dove questa fascia era soltanto del 8,3% del totale. Le donne – una costante- sono state più disponibili degli uomini a rispondere al telefono e al questionario, anche quando a rispondere alla chiamata è stato in primis un uomo.

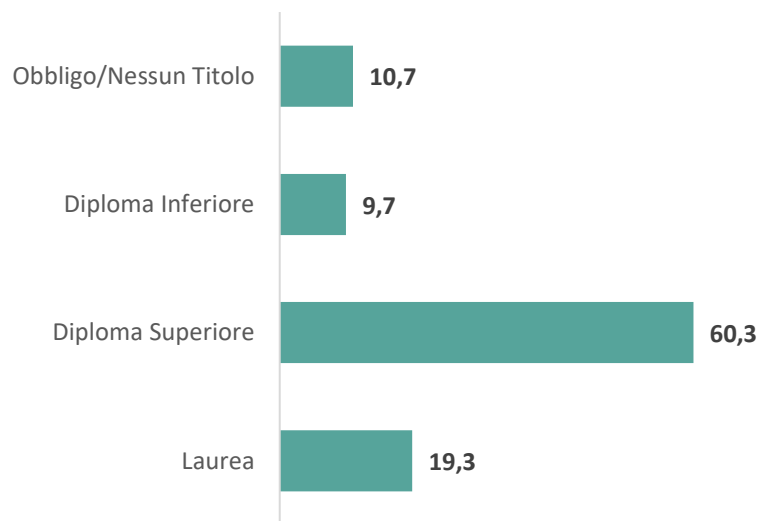
INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE



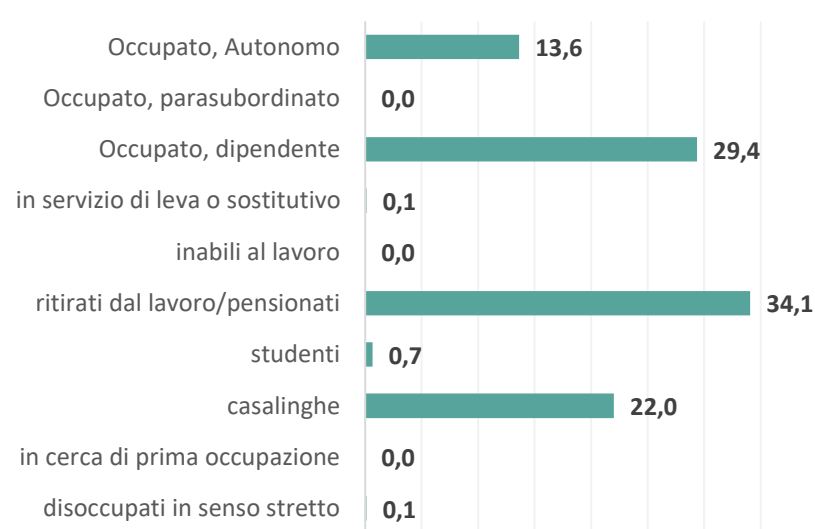
La Piramide delle Età rappresenta la distribuzione della popolazione residente in prov. di Chieti per età, sesso e stato civile al 1° gennaio 2021. La conformazione della Piramide, con la base ristretta fino a 29 anni di età, evidenzia l'invecchiamento progressivo della popolazione.

INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Titolo di studio



Condizione lavorativa



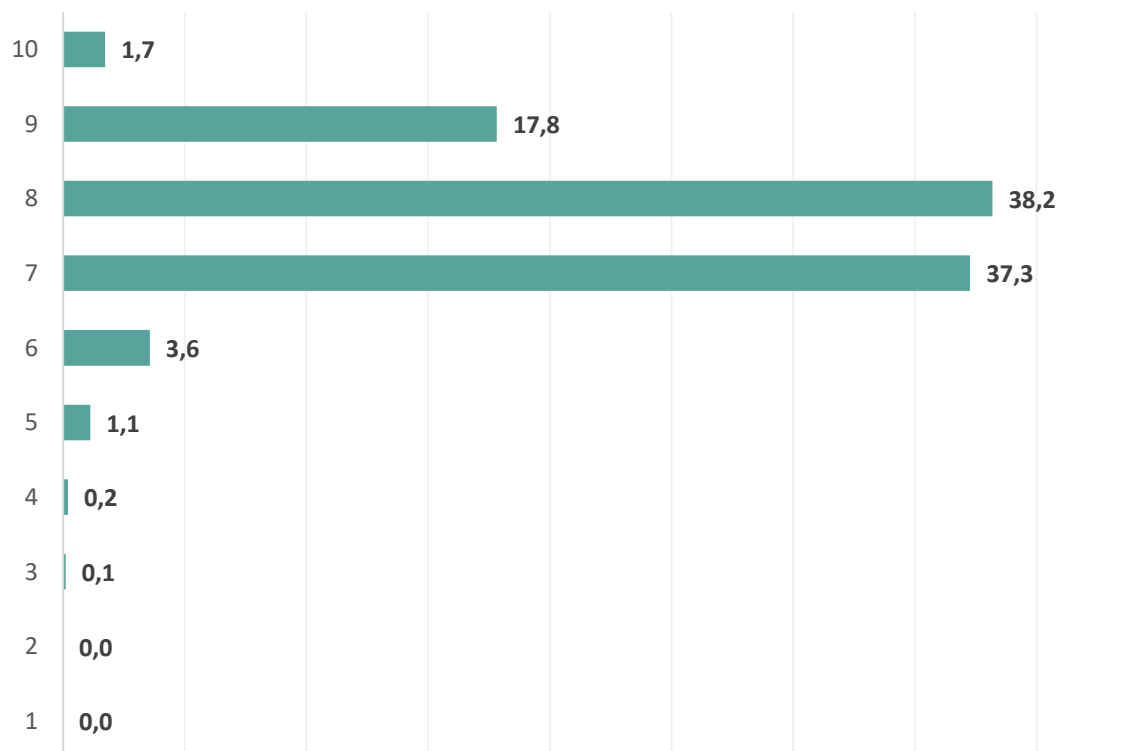
Valutazione importanza e soddisfazione ASPETTI TECNICI



- ✓ Frequenza con cui viene effettuata la raccolta
- ✓ Orari di ritiro della spazzatura
- ✓ Pulizia / Igiene delle aree adiacenti alla raccolta
- ✓ Frequenza della raccolta per ogni tipologia di rifiuto
- ✓ Orario di ritiro per ogni tipologia di rifiuto

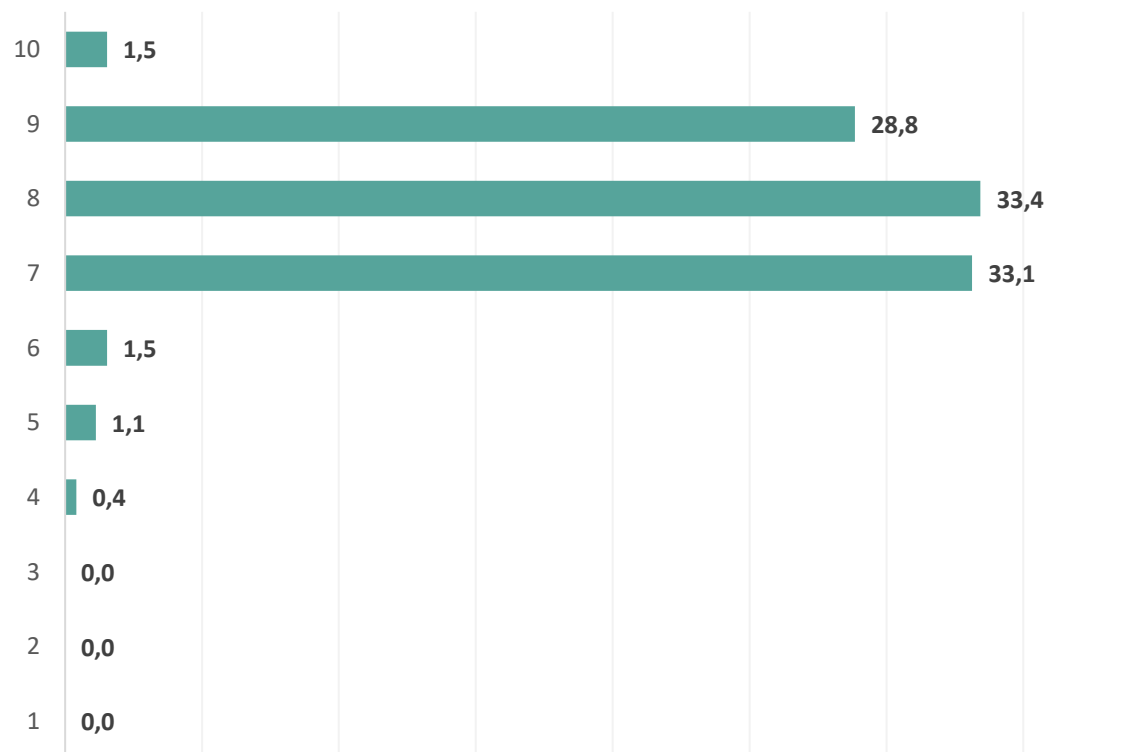
ASPETTI TECNICI GENERALI

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta



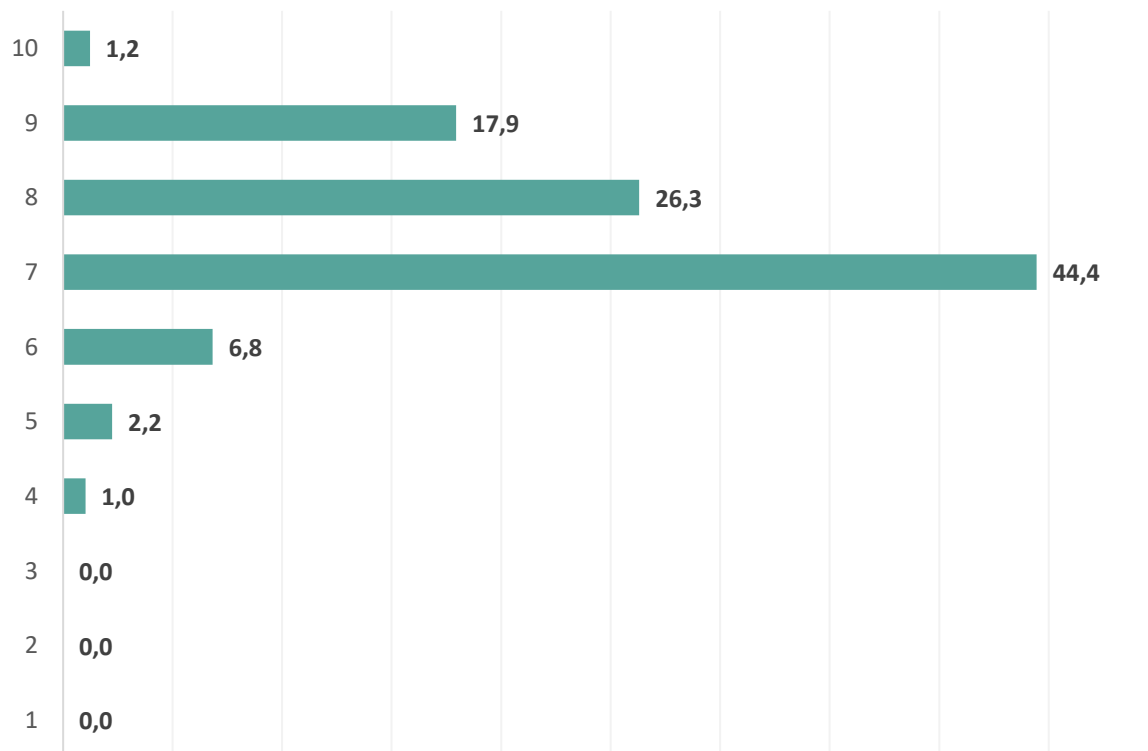
ASPETTI TECNICI GENERALI

Orari di ritiro della spazzatura



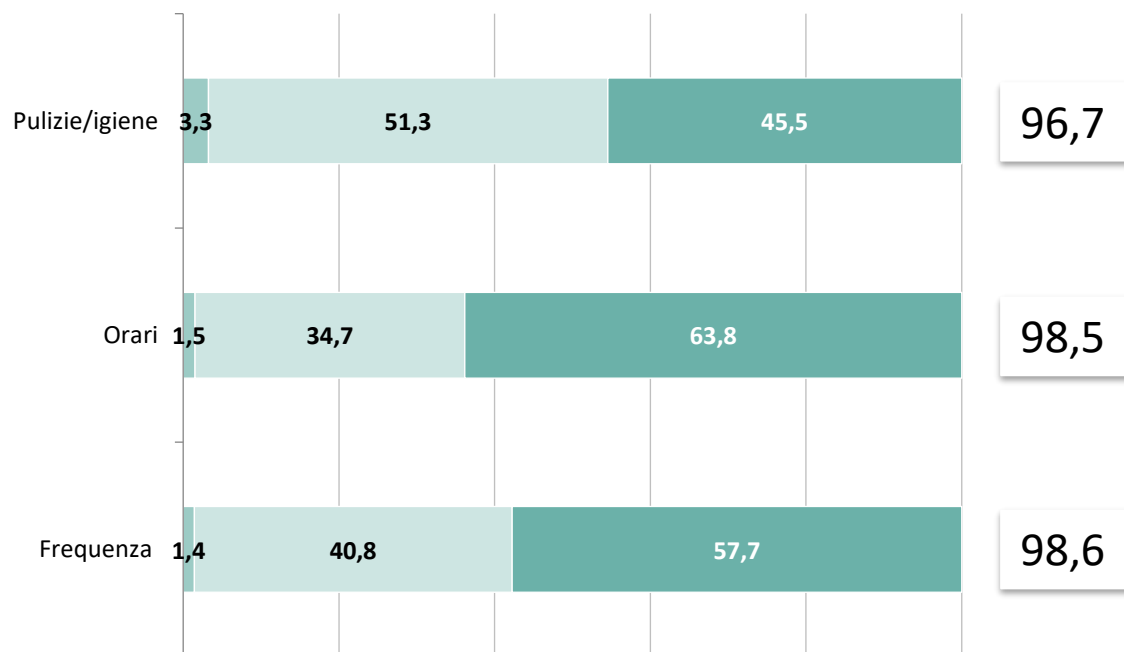
ASPETTI TECNICI GENERALI

Pulizia / Igiene delle aree adiacenti alla raccolta



ASPETTI TECNICI GENERALI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

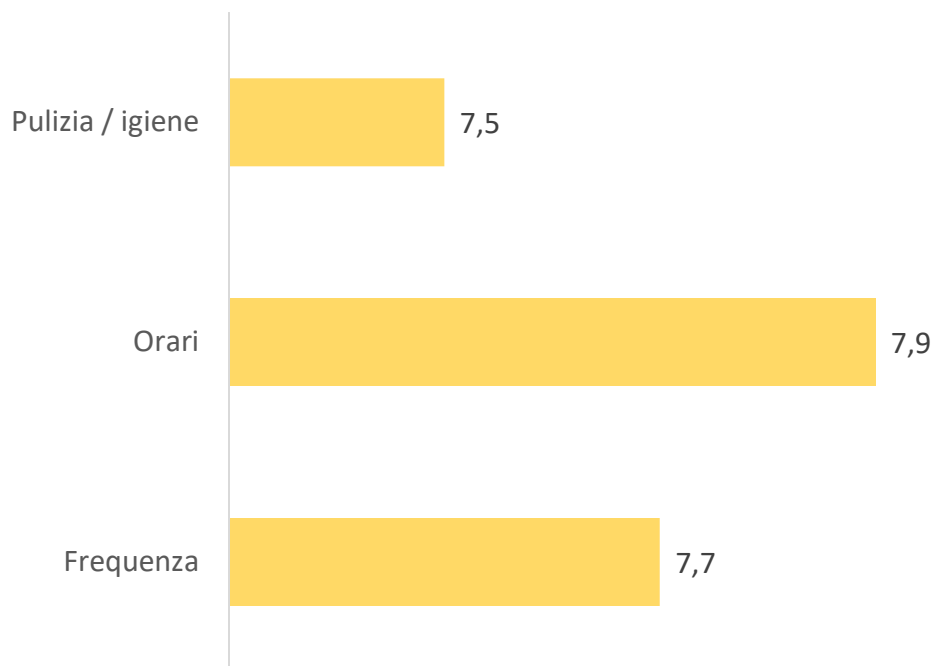


Indice % MEDIA di soddisfazione Aspetti Tecnici

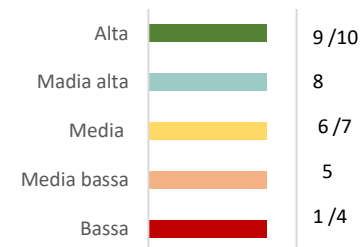
97,9

ASPETTI TECNICI GENERALI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

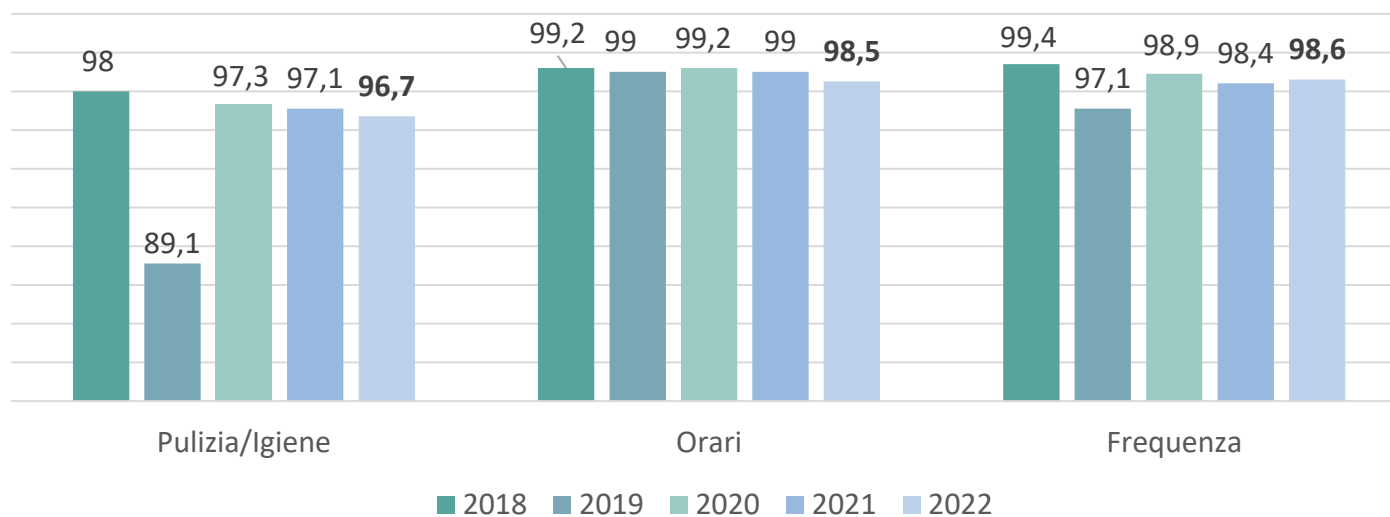


**Intensità
(media dei punteggi)
Aspetti Tecnici**



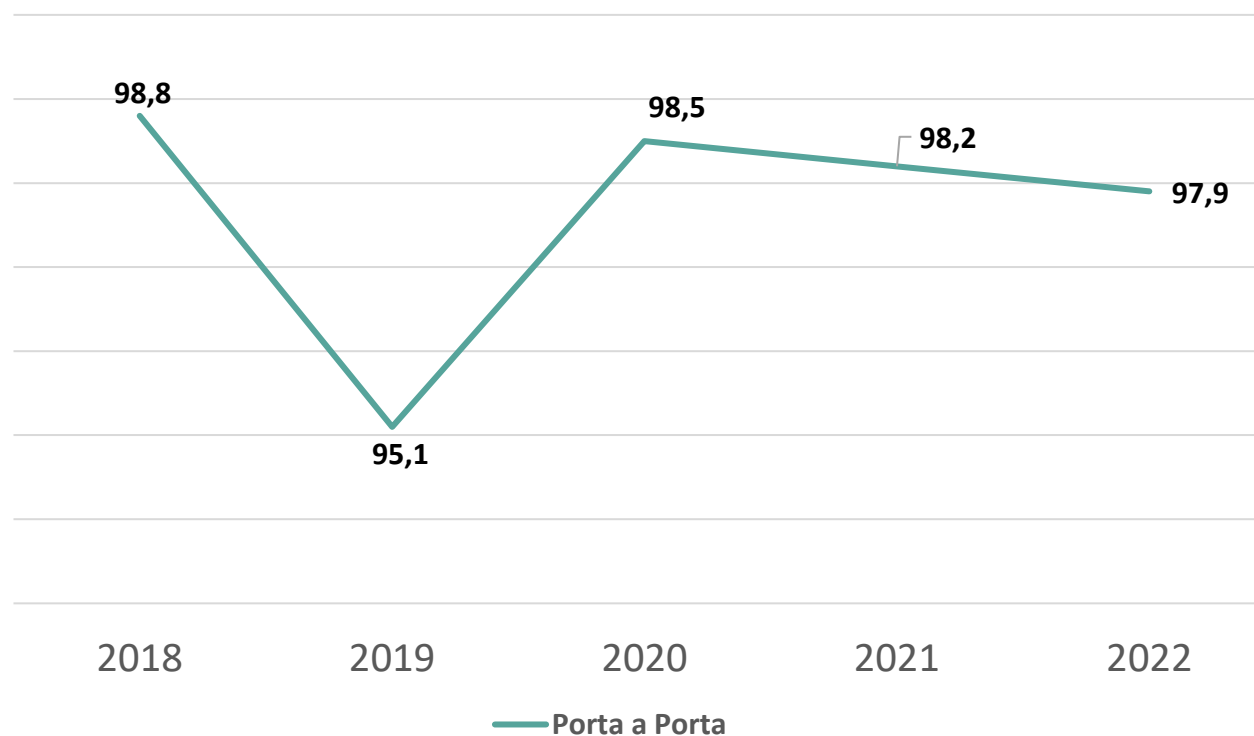
ASPETTI TECNICI GENERALI – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE Raccolta porta a porta



ASPETTI TECNICI GENERALI – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE Raccolta porta a porta



ASPETTI TECNICI GENERALI

Considerazioni

Vediamo un piccolo calo sia per la quantità che per l'intensità.

Il sub fattore che abbassa il voto generale è quello della «Pulizia delle aree adiacenti», che aveva ricevuto voti più alti e che comunque ci era stato segnalato come un'area di potenziale problematicità. Ora, anche se non è grave, abbassa il voto generale, che altrimenti sarebbe cresciuto per via della maggior soddisfazione della Frequenza.

Anche il tema degli orari di raccolta cala lievemente, ma non sembra potenzialmente «dannoso» quanto quello della pulizia e igiene in zona di raccolta.

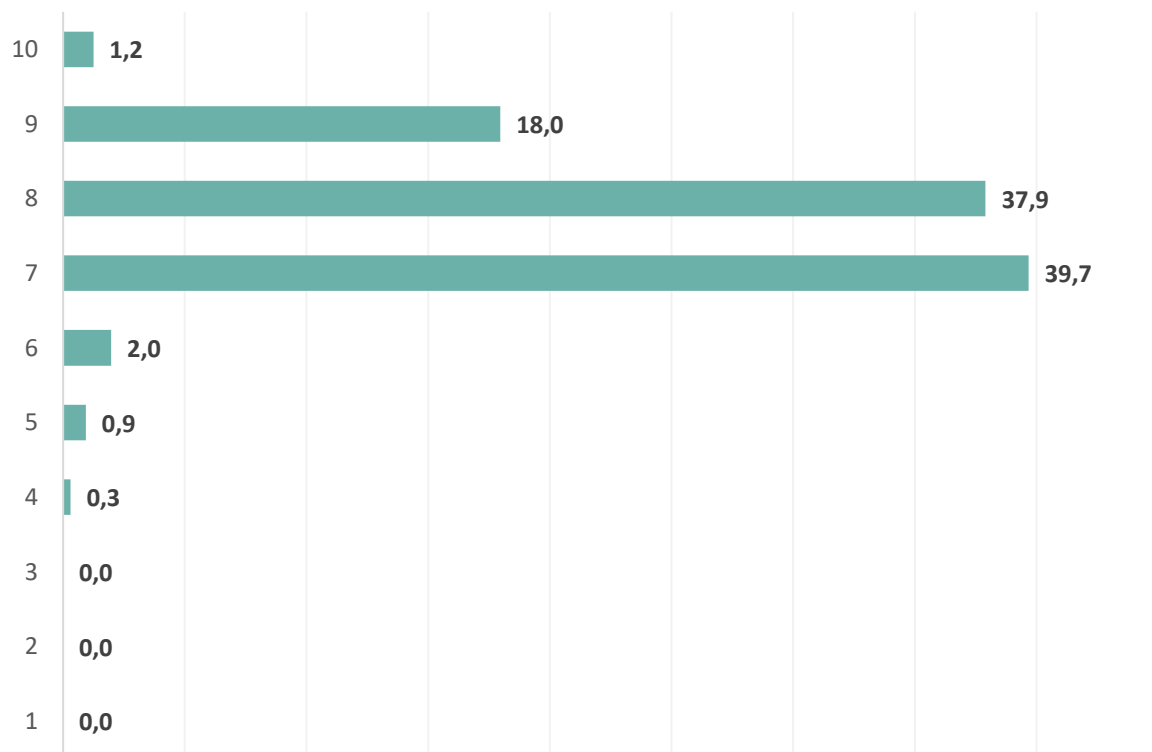
L'intensità ne risente anche di questo calo scendendo di 0,4, passando da Medio Alta (8,1) a Media (7,7). Il trend rimane ad alti valori di soddisfazione, ma con una piccola flessione che dovrebbe essere affrontata per farlo rimbalzare al più presto.

Proprio all'ascolto ci è stato segnalato più volte; a motivare un commento globale degli intervistatori:

«Gli intervistati hanno mostrato grande soddisfazione per il lavoro che viene svolto da Ecolan evidenziando un miglioramento del servizio nel corso degli anni. Hanno manifestato qualche dissenso sulle tempistiche di ritiro dell'organico e della indifferenziata. È emersa la richiesta di una maggiore pulizia delle zone di raccolta».

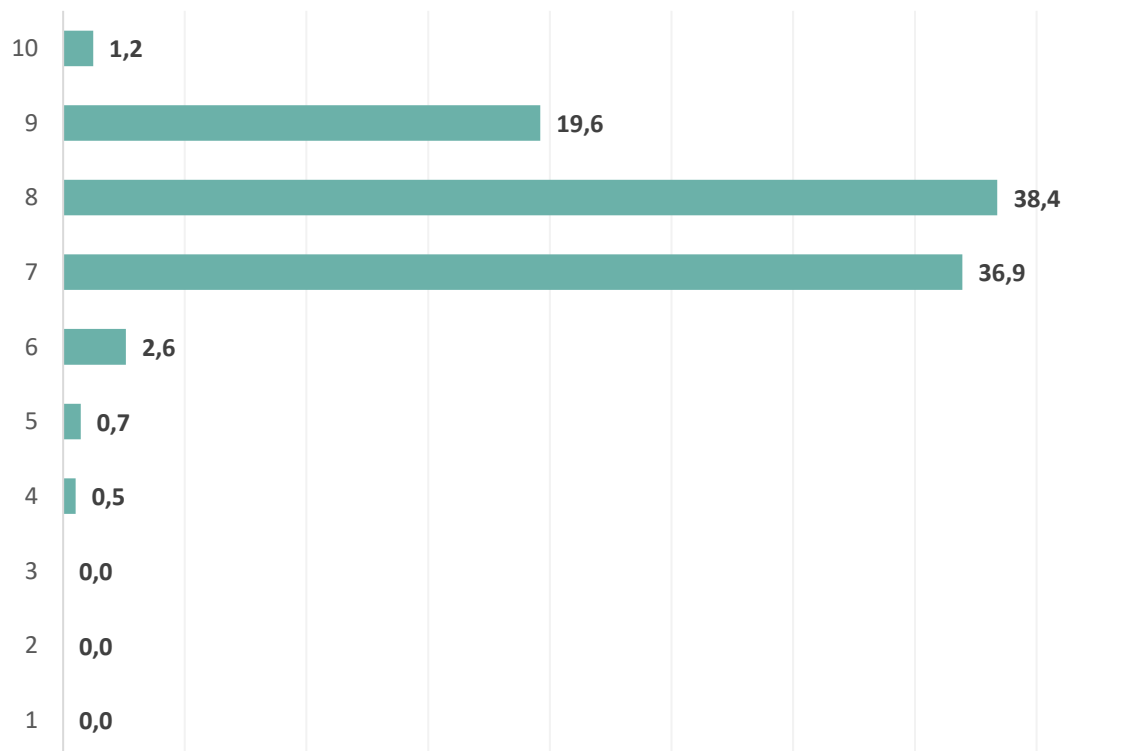
ASPETTI TECNICI

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta - **Vetro**



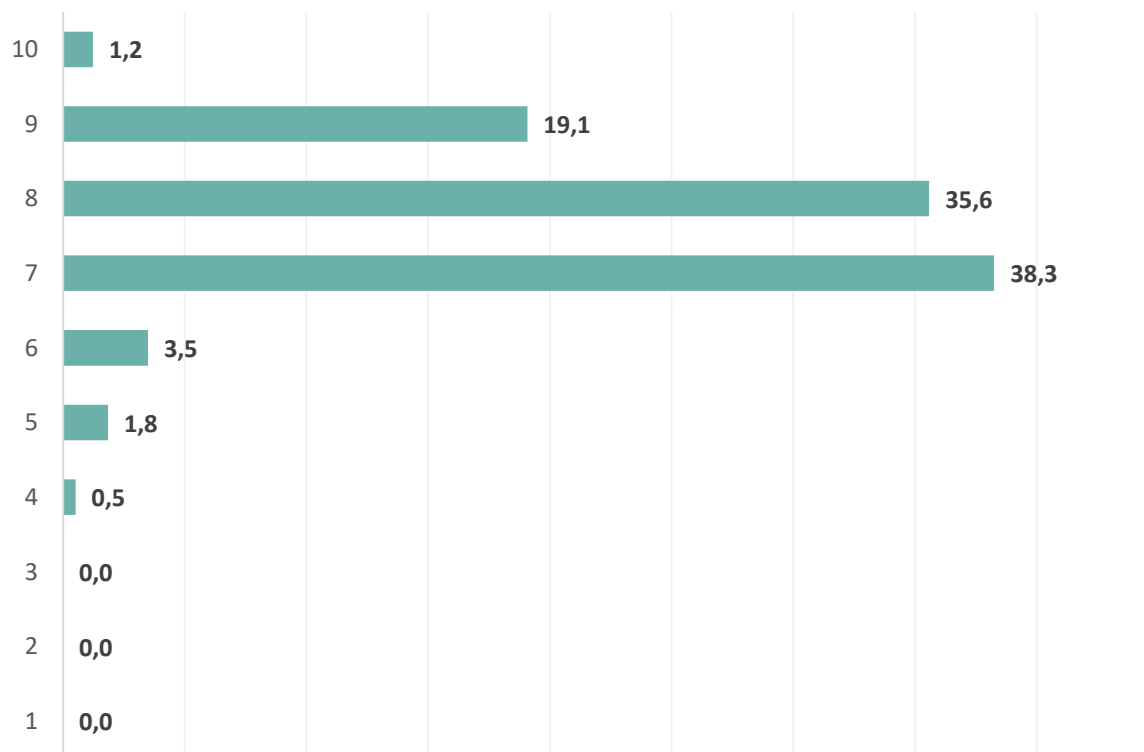
ASPETTI TECNICI

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta – Plastica e metalli



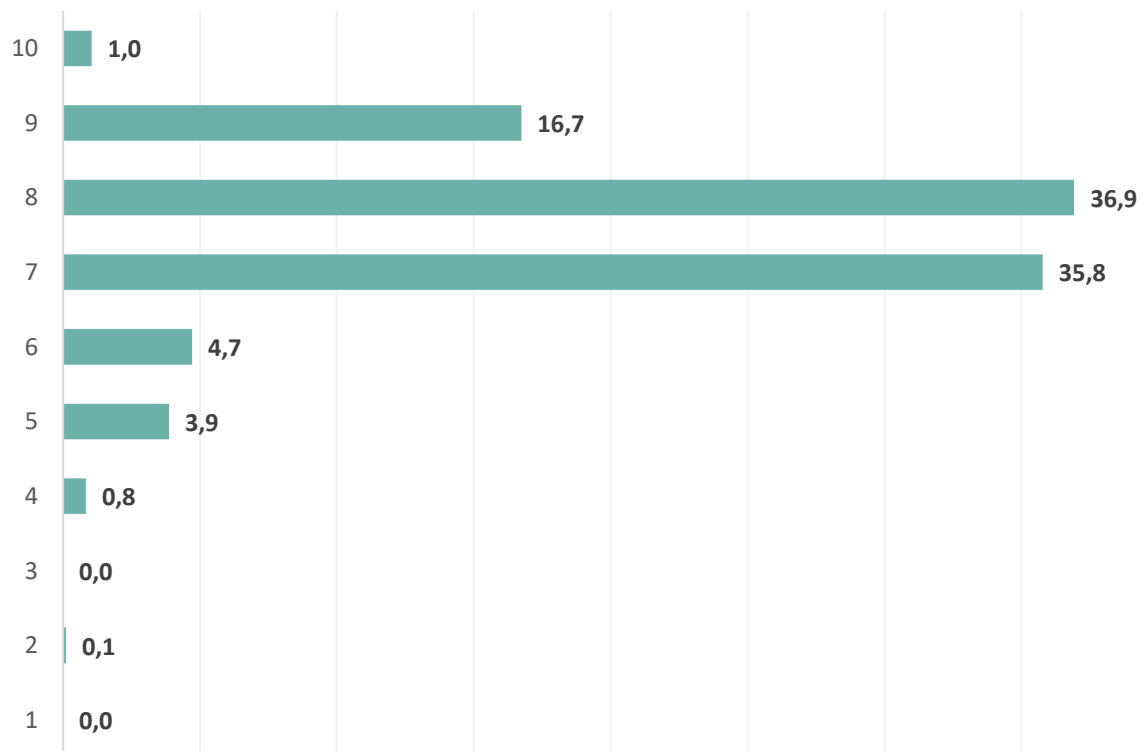
ASPETTI TECNICI

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta - Carta



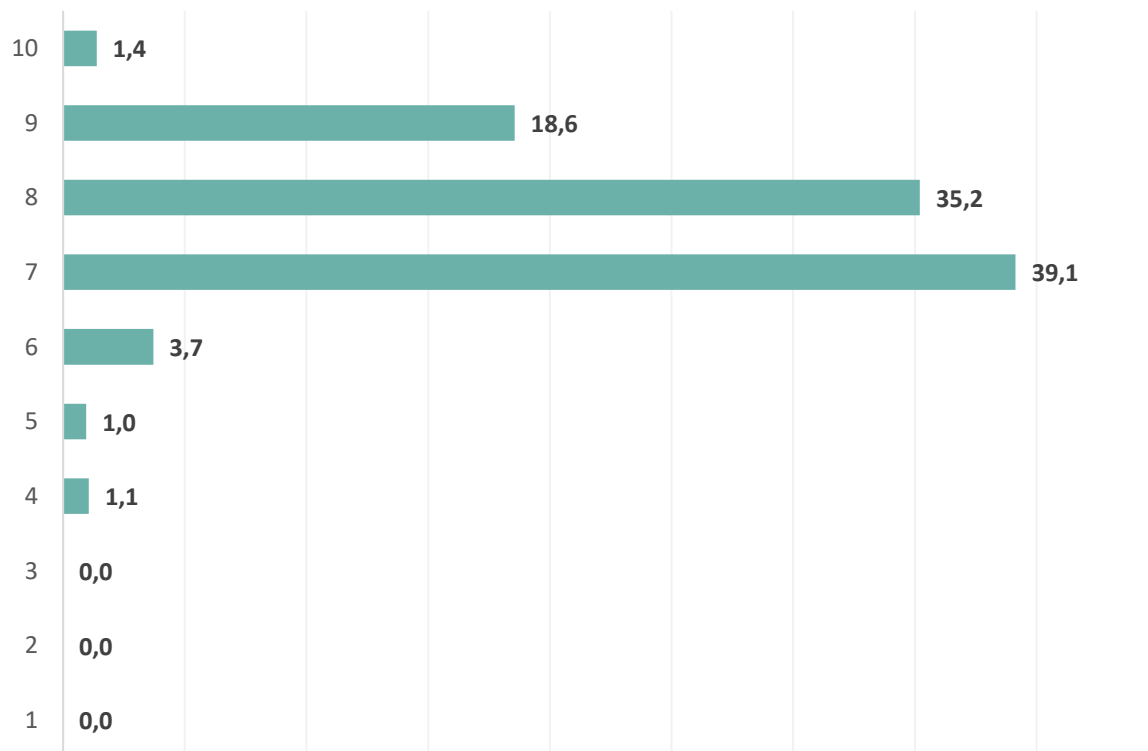
ASPETTI TECNICI

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta - Indifferenziato



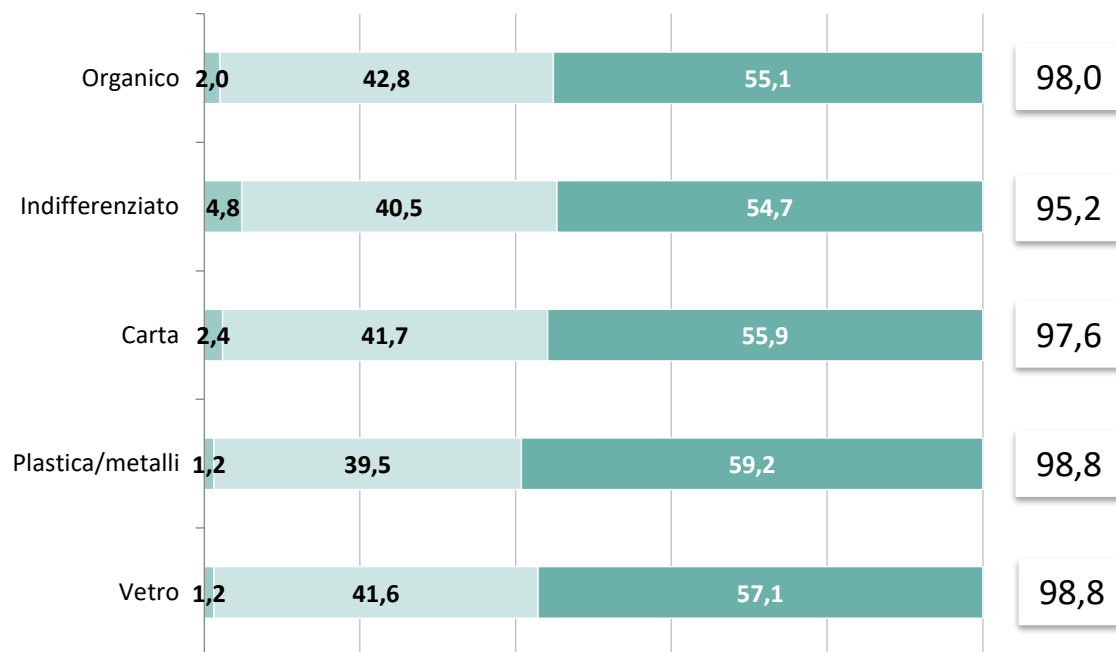
ASPETTI TECNICI

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta - **Organico**



ASPETTI TECNICI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE – Frequenza per tipologia di rifiuto

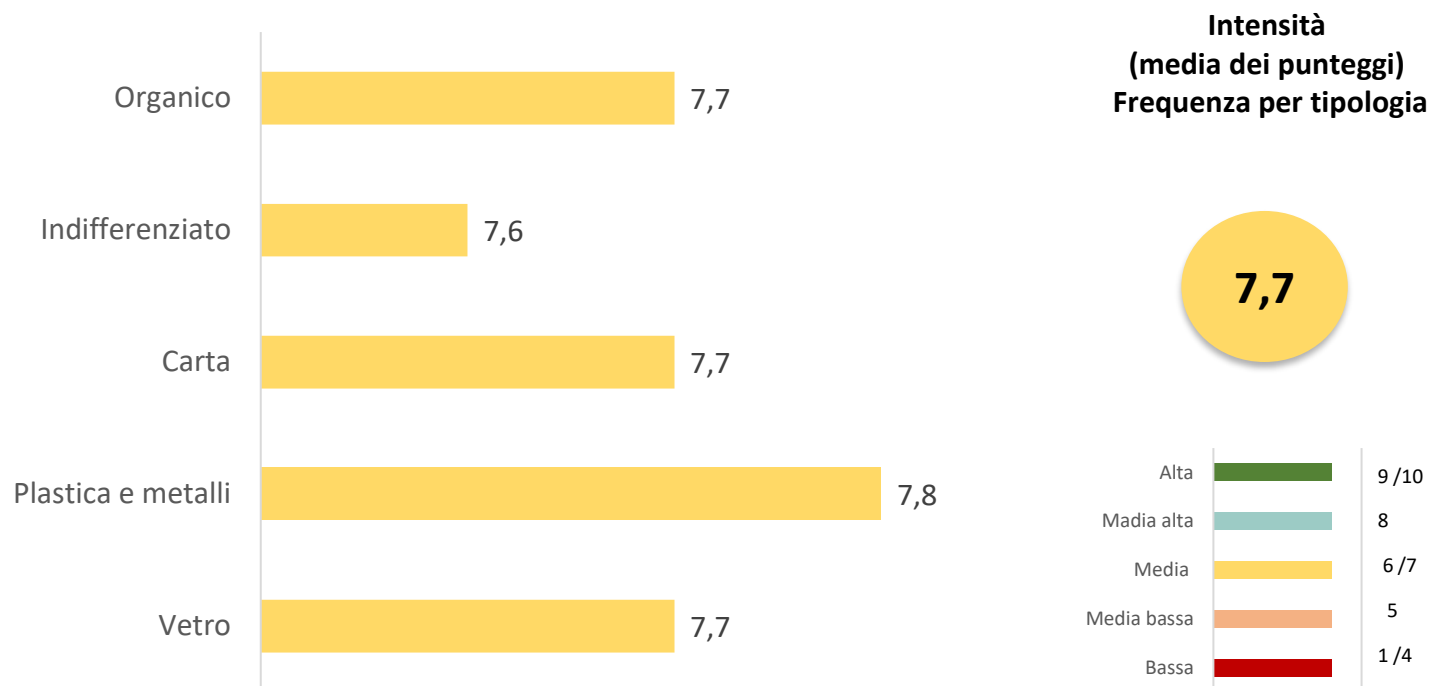


Indice % MEDIA di soddisfazione Aspetti Tecnici

97,7

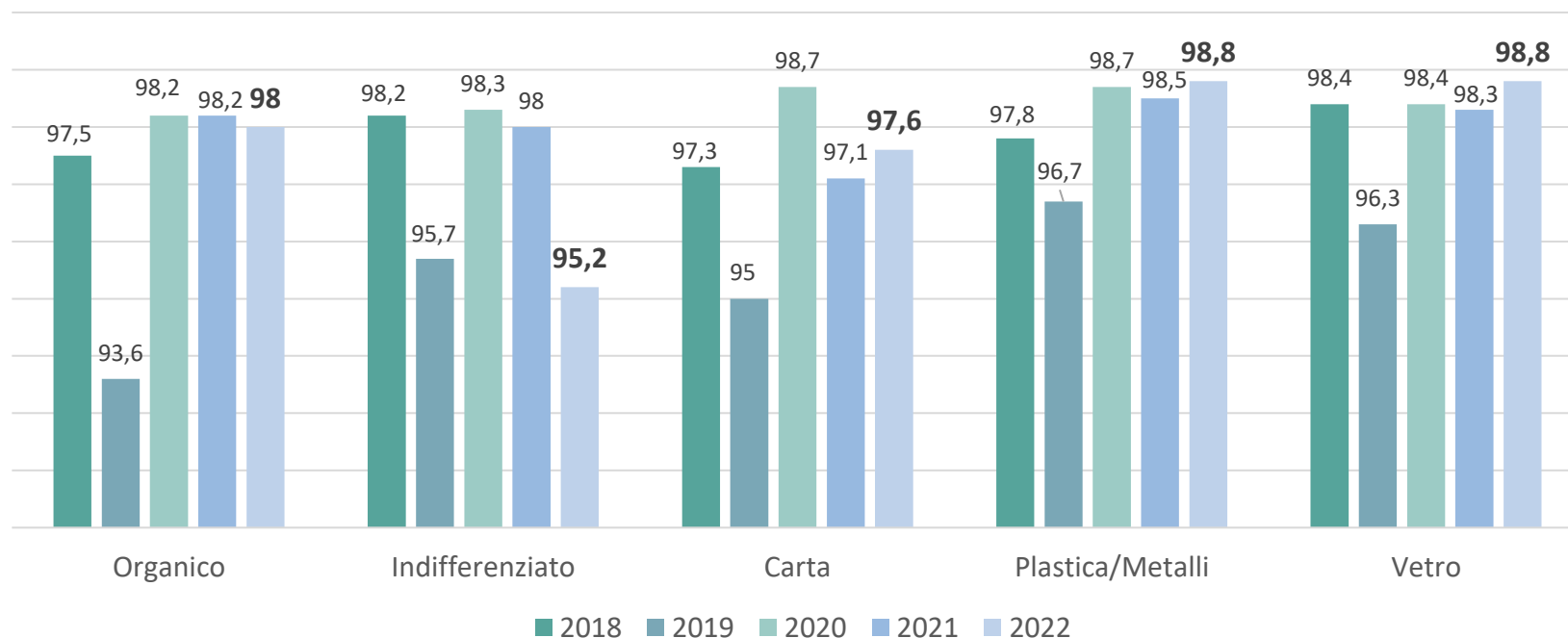
ASPETTI TECNICI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE – Frequenza per tipologia di rifiuto



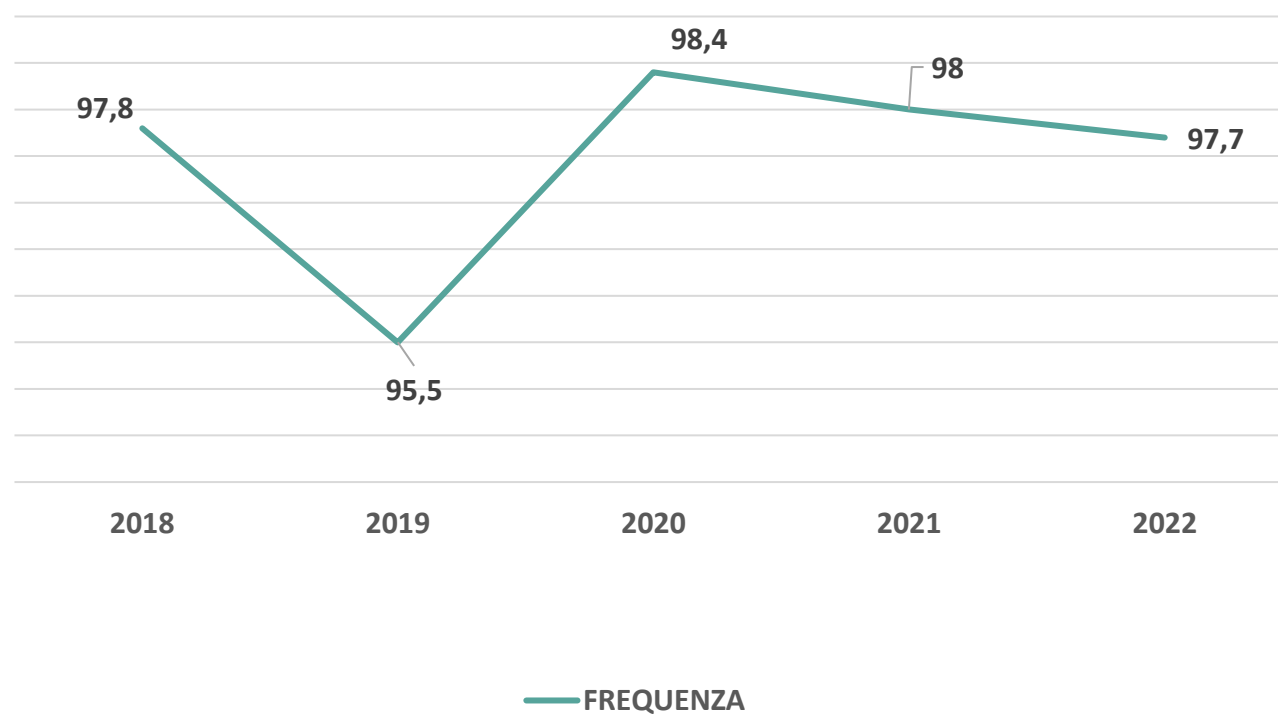
ASPETTI TECNICI – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE Frequenza per tipologia di rifiuto



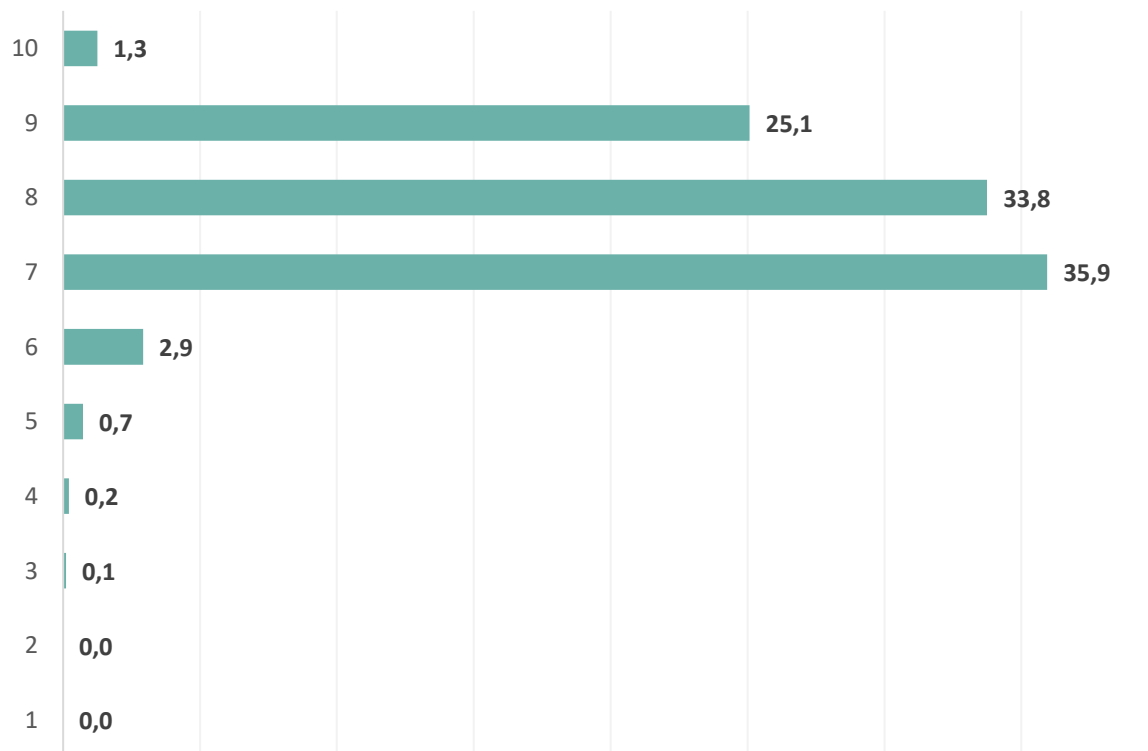
ASPETTI TECNICI – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE Frequenza per tipologia di rifiuto



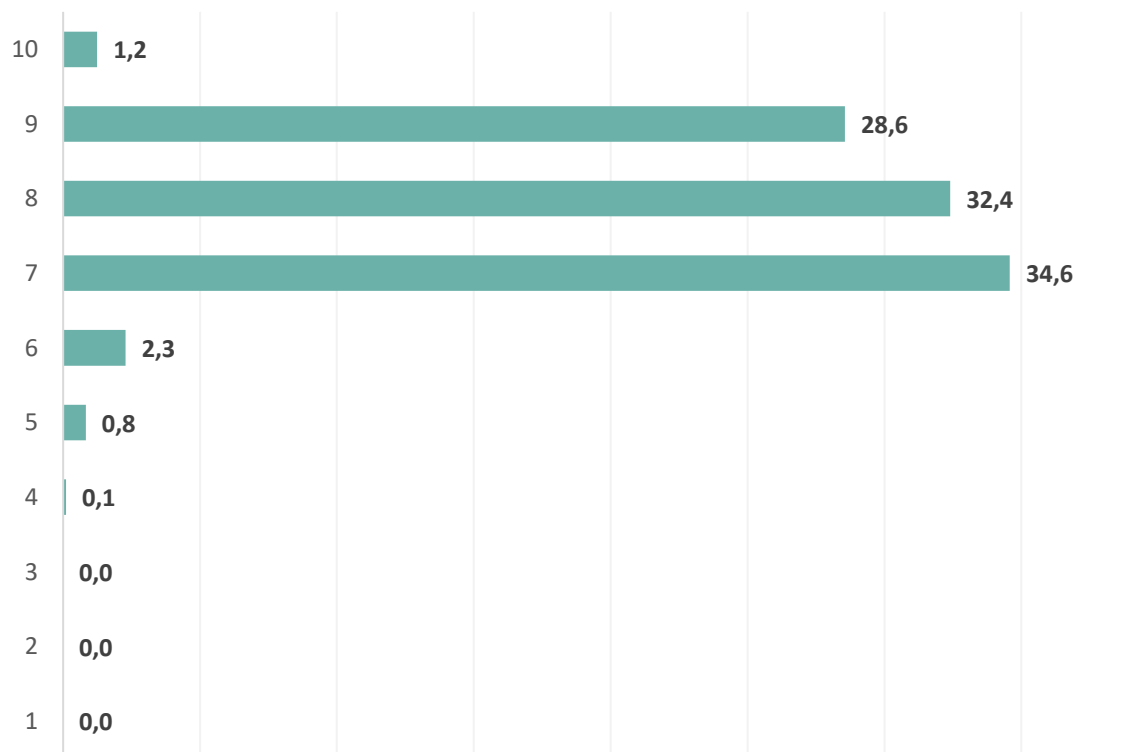
ASPETTI TECNICI

Orari di ritiro della spazzatura – Vetro



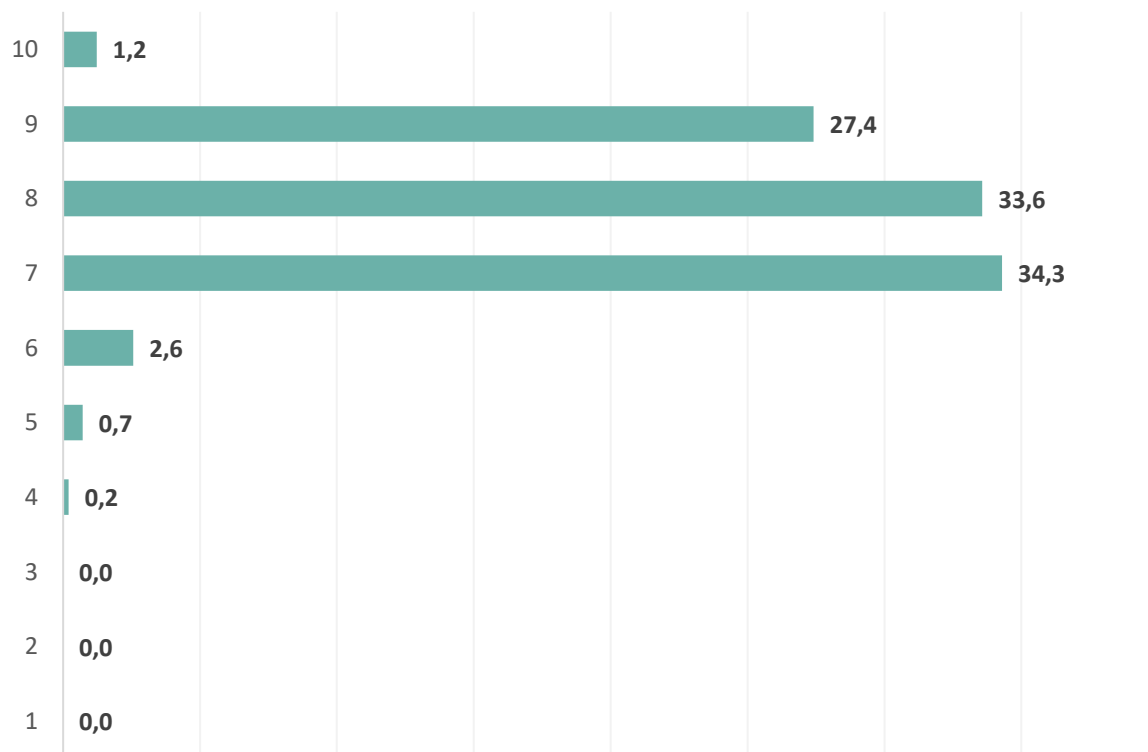
ASPETTI TECNICI

Orari di ritiro della spazzatura – Plastica e metalli



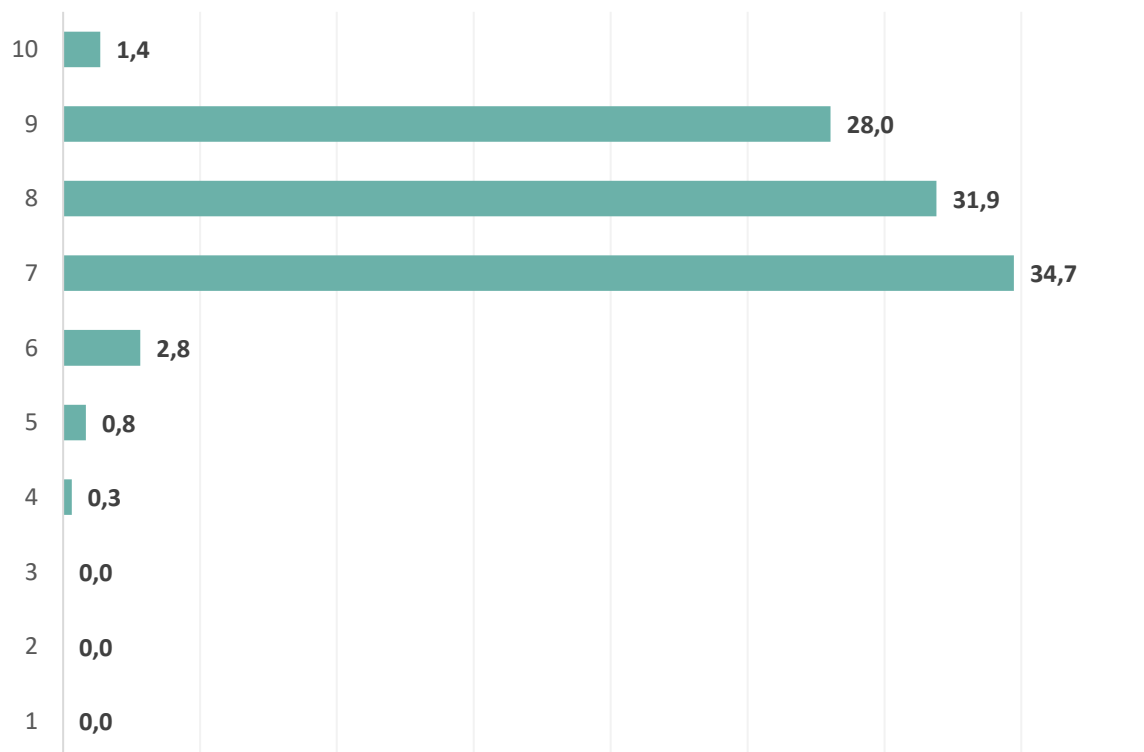
ASPETTI TECNICI

Orari di ritiro della spazzatura – Carta



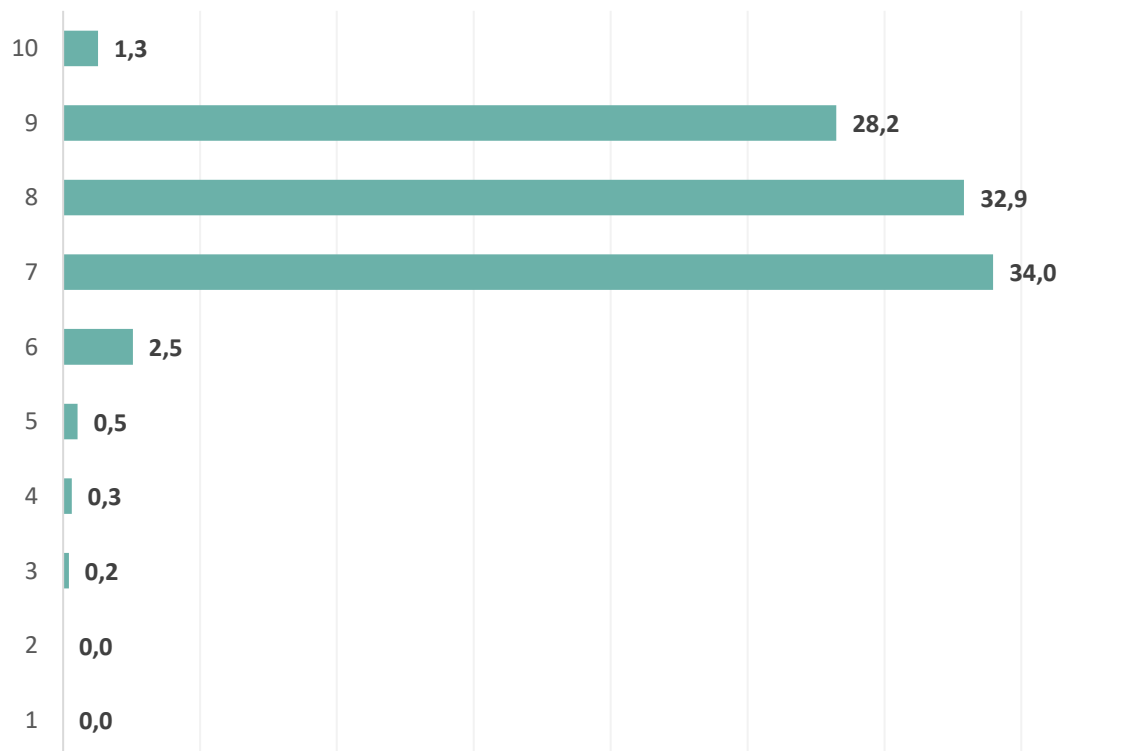
ASPETTI TECNICI

Orari di ritiro della spazzatura – Indifferenziato



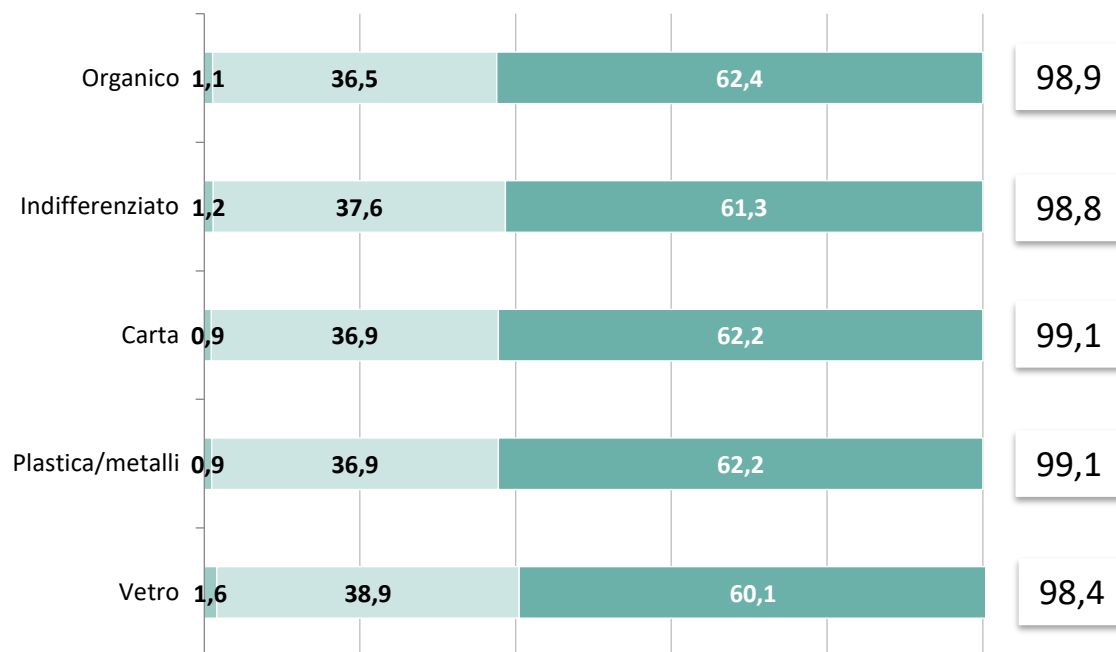
ASPETTI TECNICI

Orari di ritiro della spazzatura – Organico



ASPETTI TECNICI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE – Orario per tipologia di rifiuto

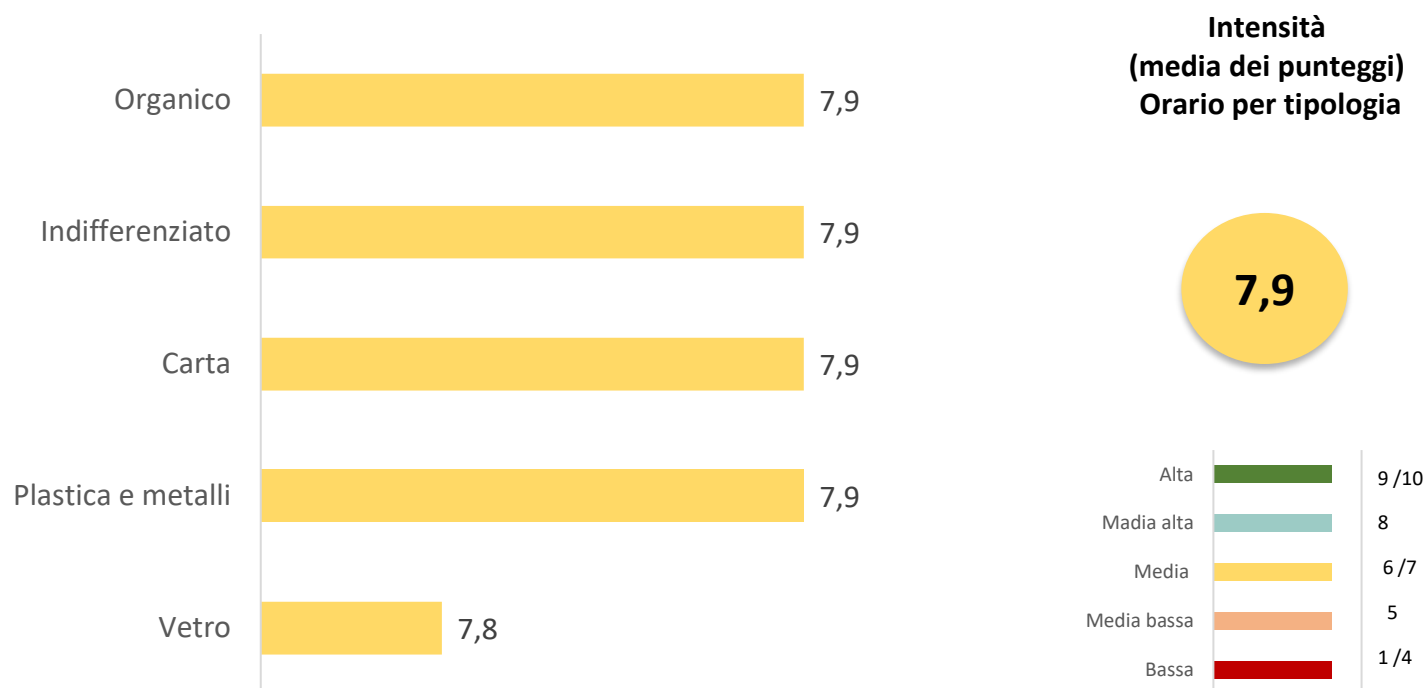


Indice % MEDIA di soddisfazione Aspetti Tecnici

99,9

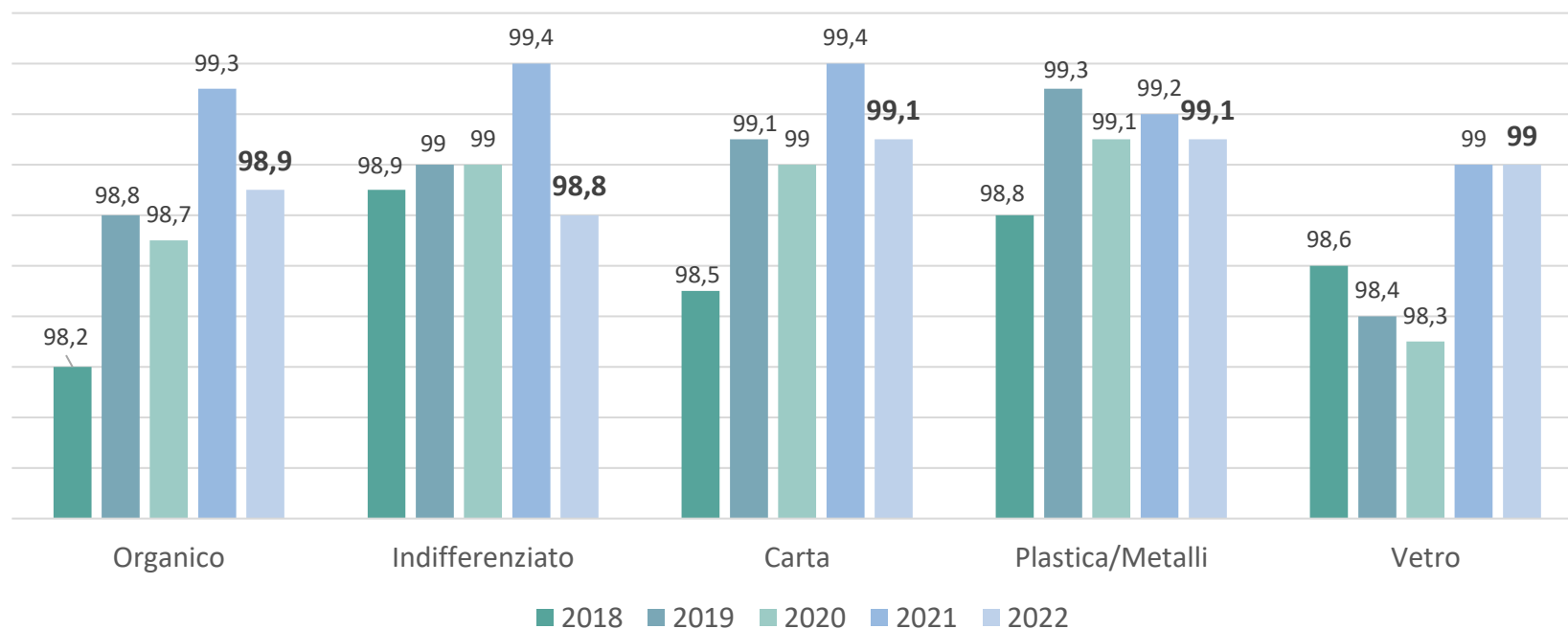
ASPETTI TECNICI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE – Orario per tipologia di rifiuto



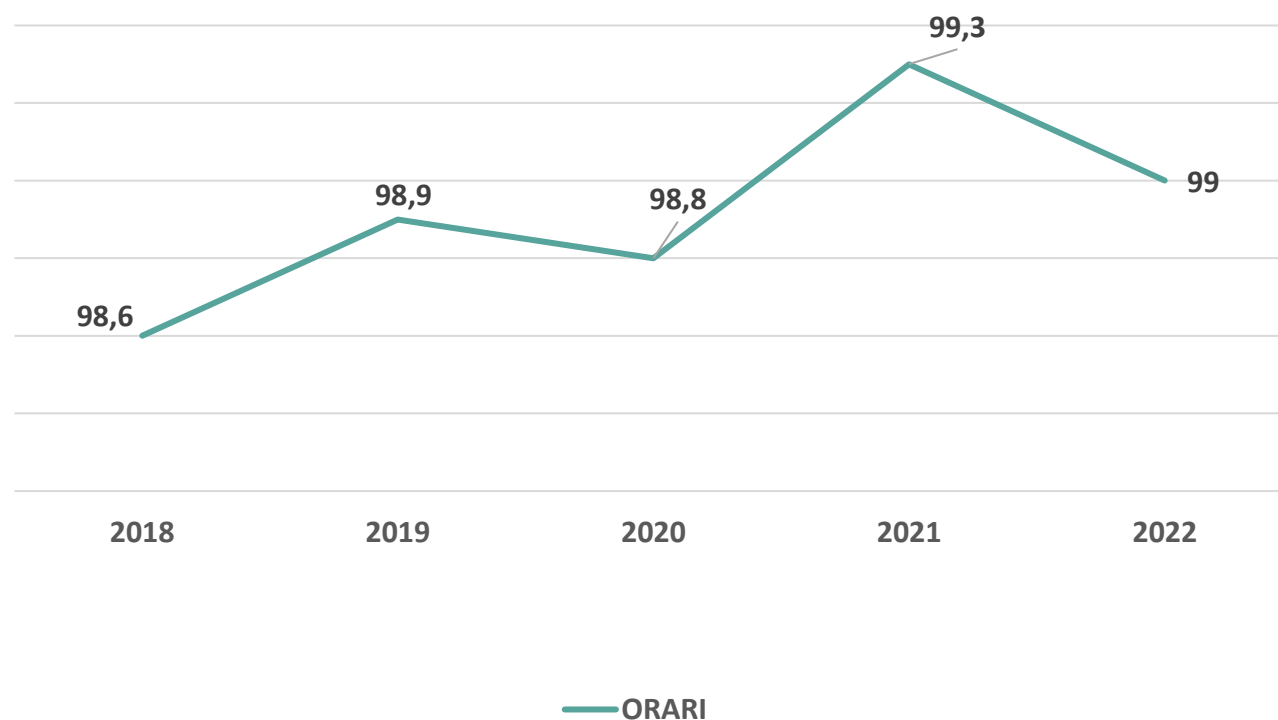
ASPETTI TECNICI – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE Orario per tipologia di rifiuto



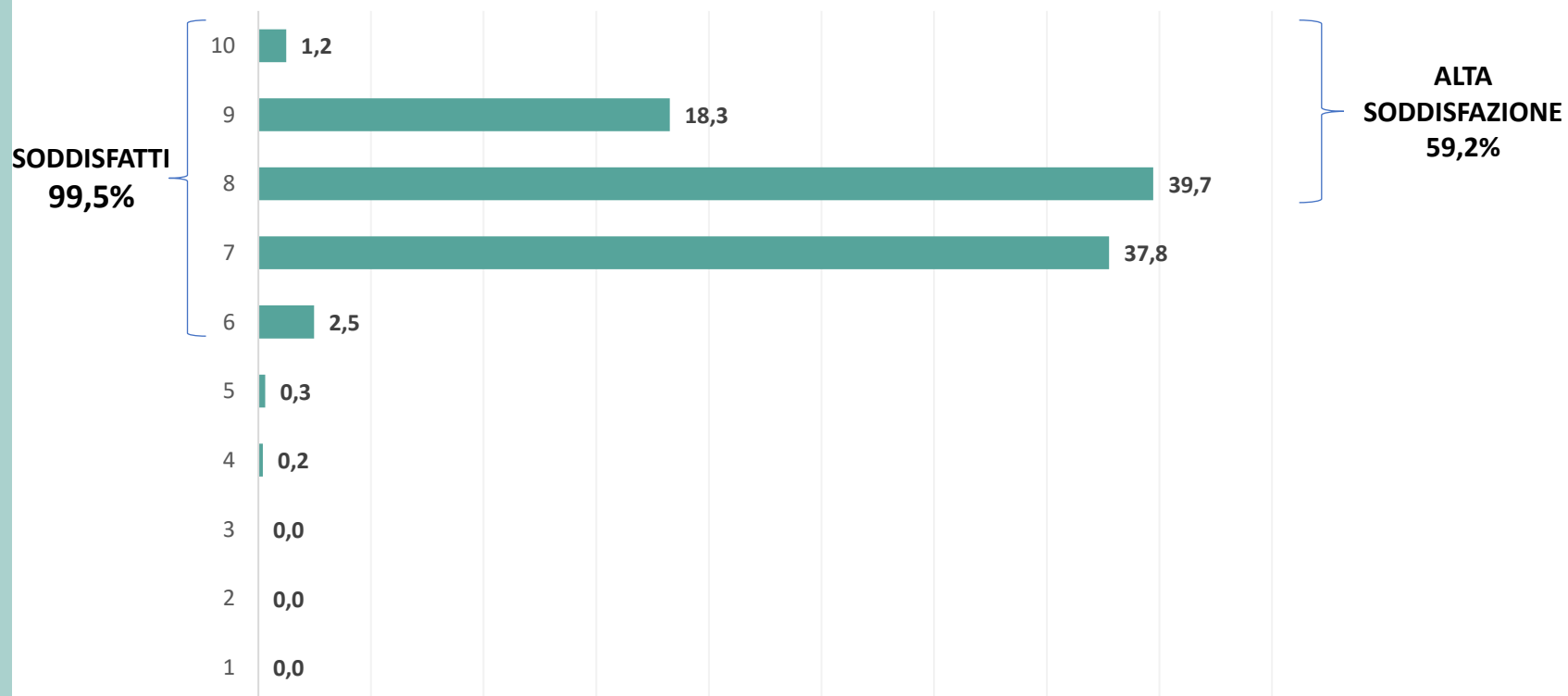
ASPETTI TECNICI – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE Orario per tipologia di rifiuto



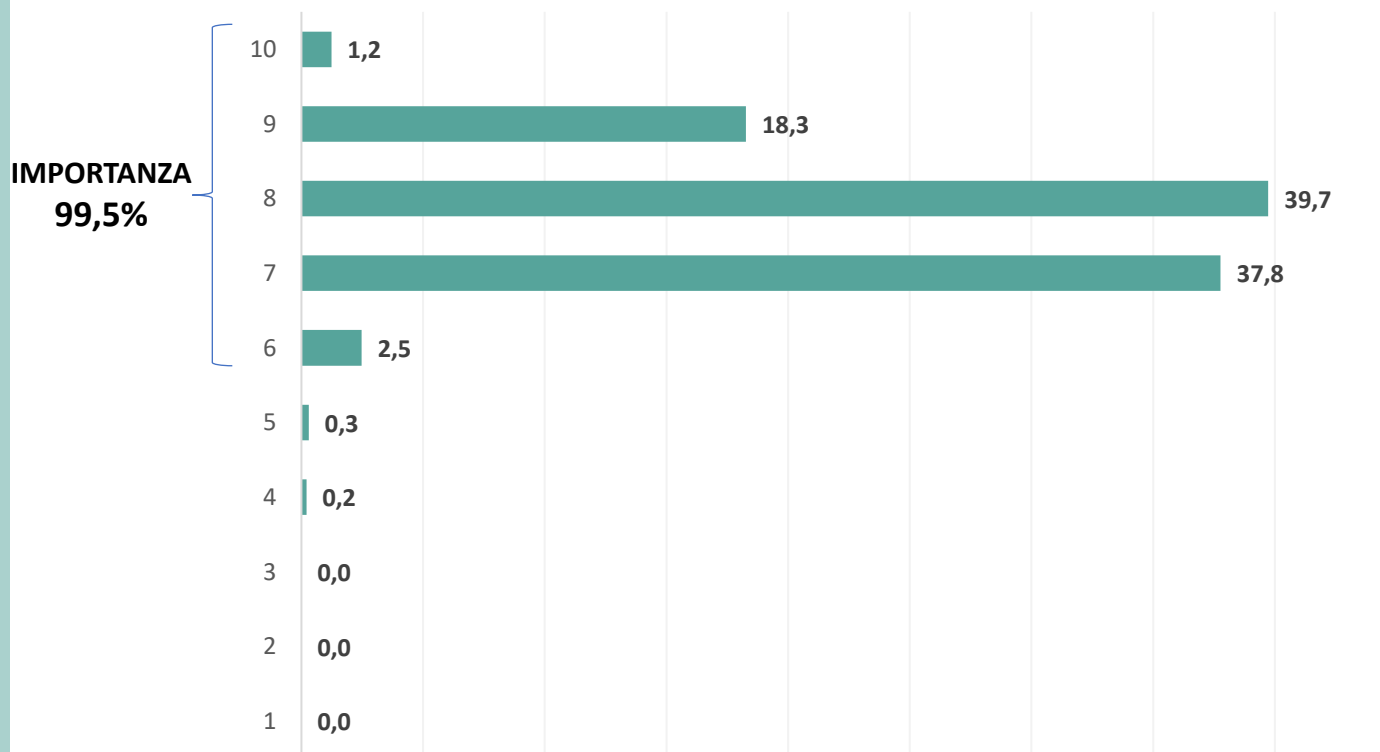
ASPETTI TECNICI

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



ASPETTI TECNICI

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



ASPETTI TECNICI

Considerazioni

Per quanto riguarda la «Frequenza», vediamo che in seguito alla ripresa verificatasi nel 2020, c'è stata una piccola flessione di 0,4 punti nel 2021 e si ratifica con la perdita di 1/3 di punto percentuale, fermandosi a 97,7%.

Rimane sempre molto alta, tra 97,5 e 98,5, dunque non preoccupante, ma comunque da tener in conto per cercare di spingerlo verso l'alto. Non è un valore preoccupante, ma una frangia di fluttuazione all'interno di un punto percentuale.

All'ascolto ci è stato segnalato:

- Casalbordino, d'inverno più frequenza ritiro organico;
- Casoli, più frequenza ritiro carta;
- Arielli, più frequenza ritiro carta vetro plastica (ogni 15gg è poco);
- Fossacesia, più frequenza organico in inverno.

Per quanto riguarda gli «Orari», la soddisfazione che era salita di mezzo punto percentuale l'anno scorso, quest'anno segna un piccolo calo di 1/3 di punto. Sostanzialmente tutti i valori rimangono invariati tranne l'Organico e l'Indifferenziato che scendono trainando verso il basso l'intero argomento.

Va anche notato che, all'ascolto, si segnalano soltanto gli aspetti che si citano in continuazione:

- Fossacesia, Orari ritiri spazzatura non regolari;
- Orario ritiro vetro troppo rumoroso.

L'intensità della soddisfazione scende sia per «Orari» che per «Frequenza» di 0,3 punti. Non è un fatto preoccupante perché è una differenza che può anche interpretarsi dentro il margine d'errore campionario, ma fa sì che si scenda di scaglione, da Satisfazione Medio-Alta a Satisfazione Media. Dunque, anche se un punteggio poco significativo, modifica la Mappa delle Priorità e richiama attenzione.

ASPETTI TECNICI

Commenti dell'utenza

Orsogna:

- Isola Ecologica in piazza è sempre piena;
- Cestini pieni per le strade, non sempre sono svuotati
- Cestini colmi non sempre svuotati
- *Azienda*: tempi lunghi di attesa per lavaggio cassonetti

Crecchio:

- Ritardo ritiro ingombranti.

Monteodorisio:

- Scarsa pulizia delle strade in periferia.

Atessa:

- Poca manutenzione del verde pubblico
- Strade sporche
- Bidoni spazzatura rotti e fuori posto
- Il costo alto non invoglia il cittadino a fare la differenziata
- Buste troppo piccole, fragili, poco pratiche perché non si possono legare
- Cani e gatti tirano la spazzatura fuori dai secchi
- Si accumula un po' di tutto (maggiormente l'indifferenziata) tranne il vetro

Casoli:

- Più frequenza ritiro carta
- Strade sporche
- Cimitero in disordine

Casalbordino:

- Pulizia vicoli scarsa
- Qualche volta gli operatori lasciano la spazzatura e a volta, quando cade, non la raccolgono
- Costo alto
- Centro di raccolta aperto solo il mercoledì
- Servizio di ritiro ingombranti ha tempi di attesa lunghi
- Bidoni rotti e sempre aperti (chiunque butta dentro qualsiasi cosa)
- Buste fragili e poco pratiche
- Bidoni rotti e incompleti
- In inverno più frequenza ritiro organico

Archi:

- Linea difficile da prendere al numero verde
- Spesso non passano a ritirare organico e plastica

Altino:

- Tempi attesa lunghi per ritiro ingombranti
- Più frequenza spazzamento delle strade
- Non sempre passano per ritiro di plastica e indifferenziato

Arielli:

- Più frequenza ritiro carta, vetro, plastica (ogni 15 giorni è poco)
- Costo alto
- Gatti tirano fuori spazzatura dai bidoni

ASPETTI TECNICI

Commenti dell'utenza

Fossacesia:

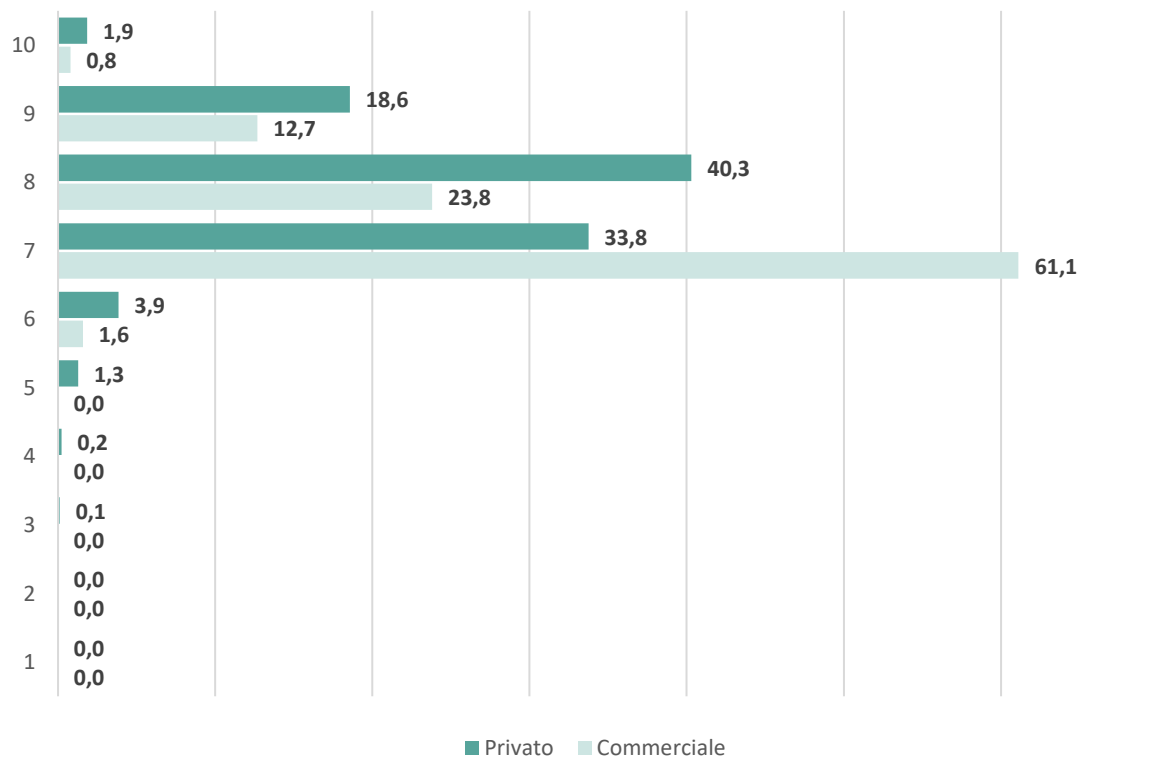
- Orari ritiri spazzatura non regolari
- Orario ritiro vetro troppo rumoroso
- Più frequenza per l'organico in inverno
- Bidoni rotti e sporchissimi
- Dare opuscoli più spesso poiché in estate arrivano persone da fuori e non rispettano le regole della differenziata
- Più frequenza spazzamento strade, soprattutto in periferia

Valutazione importanza e soddisfazione ASPETTI TECNICI PER TIPO DI UTENZA

- ✓ Frequenza con cui viene effettuata la raccolta
- ✓ Orari di ritiro della spazzatura
- ✓ Pulizia / Igiene delle aree adiacenti alla raccolta

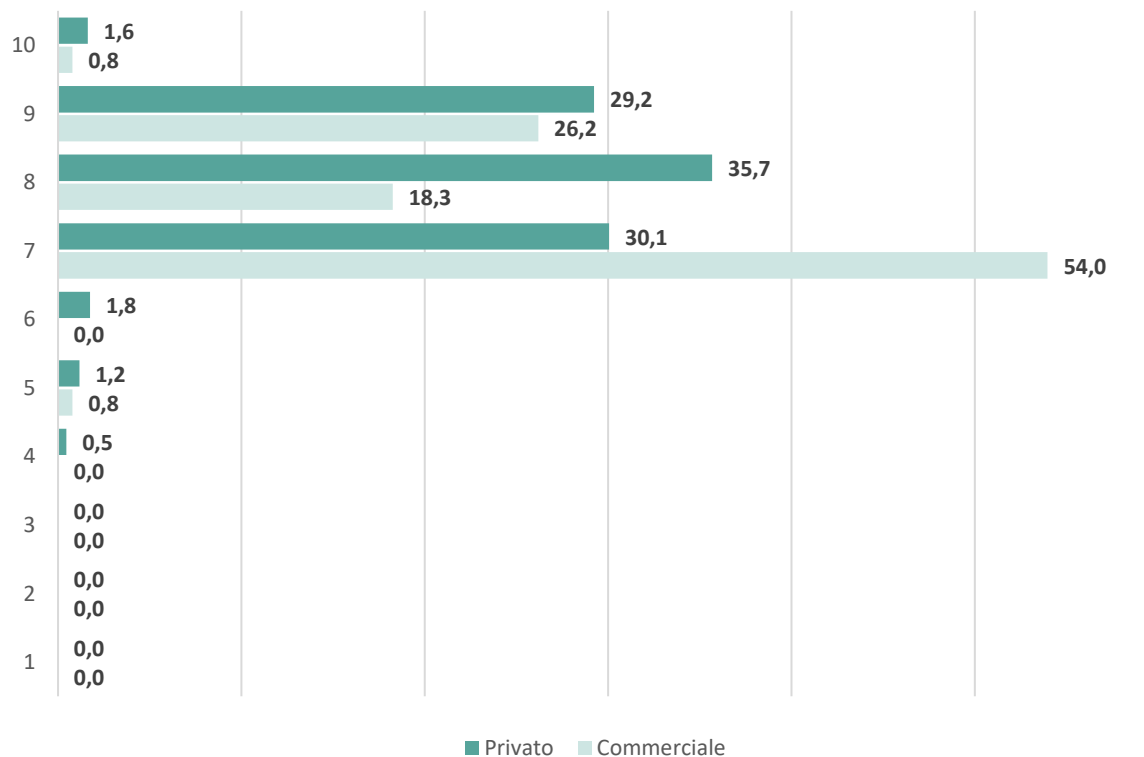
ASPETTI TECNICI PER TIPO DI UTENZA

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta



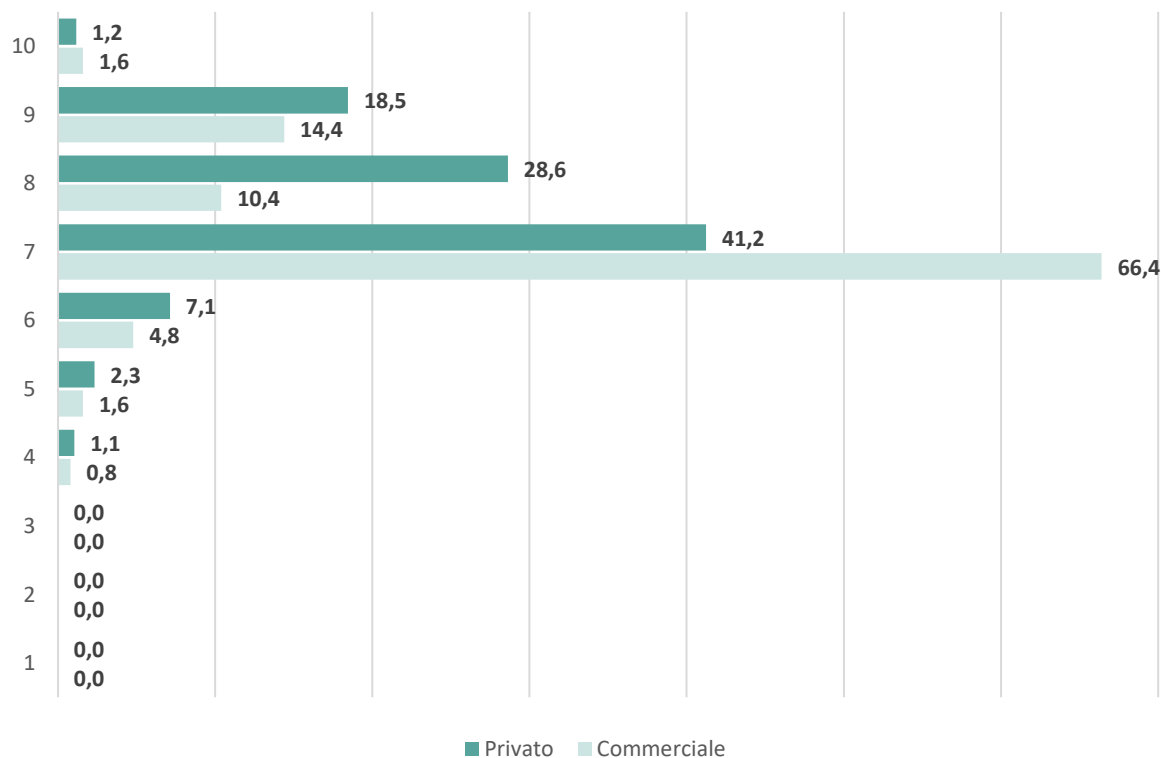
ASPETTI TECNICI PER TIPO DI UTENZA

Orari di ritiro della spazzatura



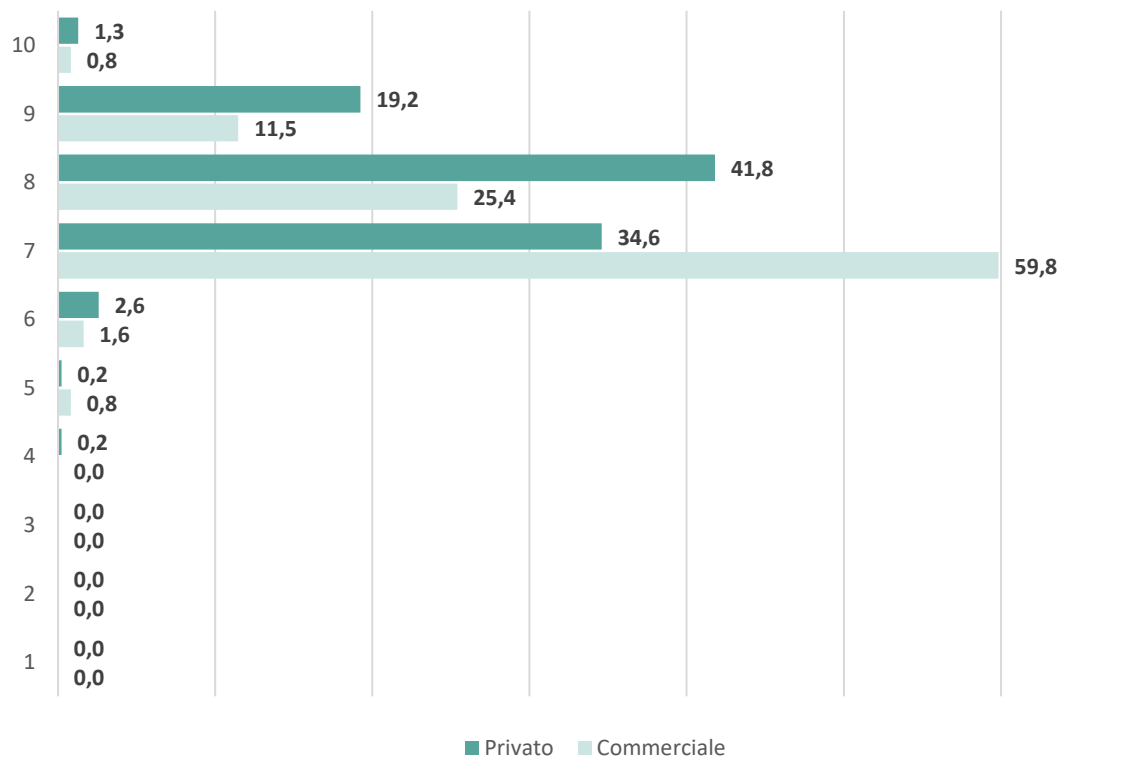
ASPETTI TECNICI PER TIPO DI UTENZA

Pulizia / Igiene delle aree adiacenti alla raccolta



ASPETTI TECNICI PER TIPO DI UTENZA

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



ASPETTI TECNICI PER TIPO DI UTENZA

Comparazione 2021/2022

UTENZA	FREQUENZA		ORARI		PULIZIA		Sodd. TOTALE	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
PRIVATA	98,3	98,5	98,8	98,4	97,0	96,6	99,1	99,6
COMMERCIALE	99,2	100	100	99,2	97,6	97,6	100	99,2

SODDISFAZIONE TOTALE UTENZA

PRIVATA

99,6

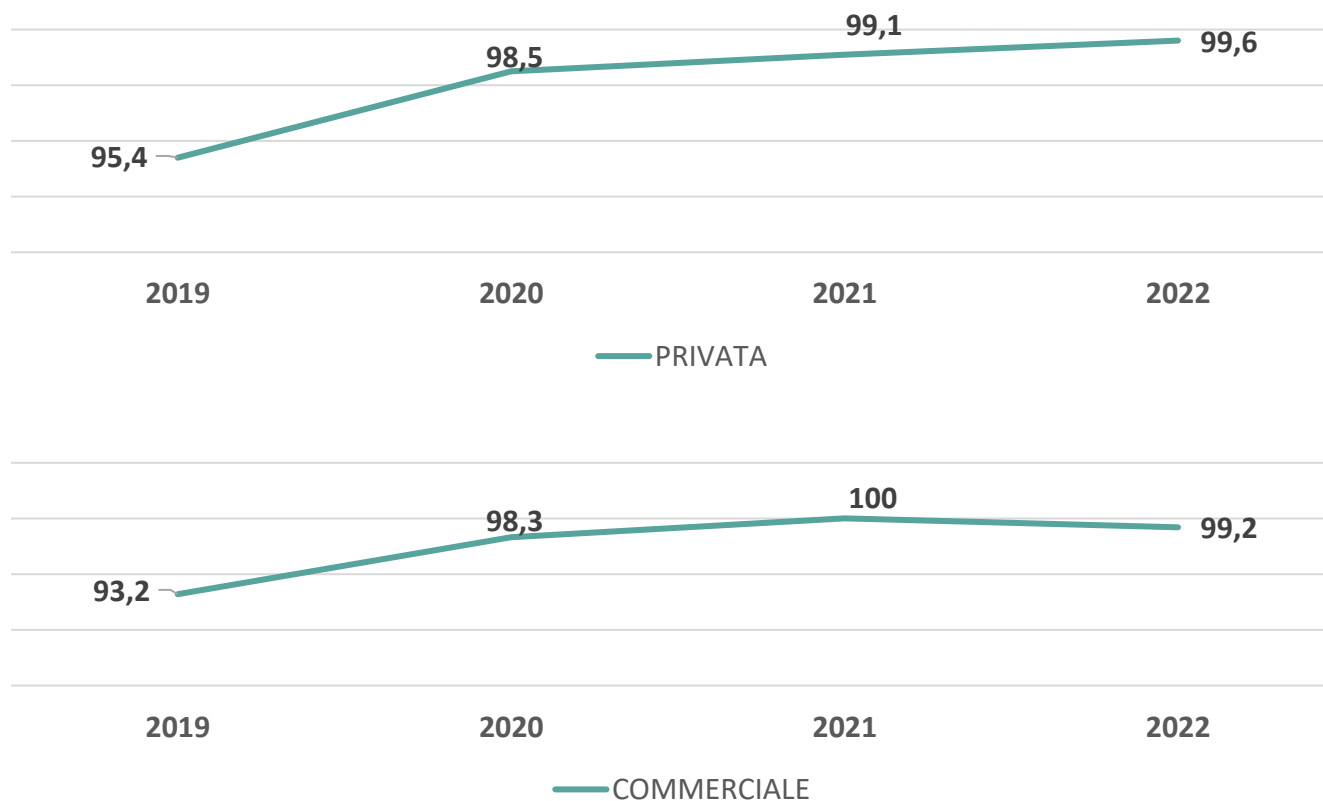
SODDISFAZIONE TOTALE UTENZA

COMMERCIALE

99,2

ASPETTI TECNICI PER TIPO DI UTENZA

Trend 2021/2022



ASPETTI TECNICI PER TIPO DI UTENZA

Considerazioni

Vediamo quest'anno, in piena stagione estiva come l'anno scorso, dunque la più difficile, che i valori raggiunti tengono.

Sono sempre molto alti e ratificano delle piccole variazioni che non dimostrano alcuna criticità, ma rivelano diversi livelli di virtuosismo. Ci sono piccole flessioni e anche dei rialzi che ribadiscono l'andamento positivo degli anni passati.

Migliora lievemente il voto per la «Frequenza» e scende lievissimamente per gli altri sub-fattori.

Quando si analizza la divisione tra Tipi di Utente, vediamo fatti molto interessanti: l'Utente Commerciale è ampiamente soddisfatto mentre quello Domestico lo è in modo più intenso, prendendosi più voti 8-10, mentre i commercianti puntano più su una soddisfazione di valore 7, largamente ratificata.

I livelli di insoddisfazione sono infinitesimali e non pongono rischi alla "virtù" del fattore nell'insieme.

Come valori risultanti finali, rispetto alla misurazione fatta negli anni precedenti, il trend rimane sempre alto, stabile, con una piccolissima flessione per il settore Commerciale ed un lieve miglioramento, di mezzo punto percentuale, per l'Utente Domestico.

Una ratifica della qualità riuscita.

Valutazione importanza e soddisfazione SERVIZI SPECIALI

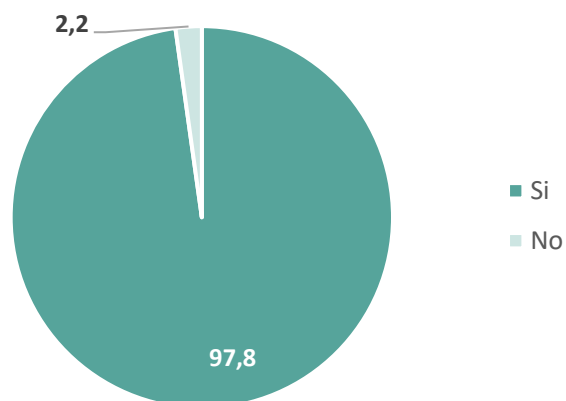
- ✓ Centro di raccolta
- ✓ Stazioni ecologiche – Ecobox
- ✓ Ritiro ingombranti



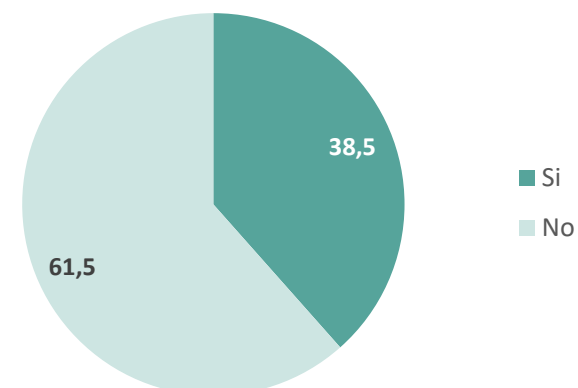
CENTRO DI RACCOLTA

Conoscenza ed utilizzo

Conosce il Centro di Raccolta?



Ha mai utilizzato il Centro di Raccolta?



I Centri di Raccolta si sono già affermati nella realtà dell'offerta dei servizi, soprattutto per Conoscenza.

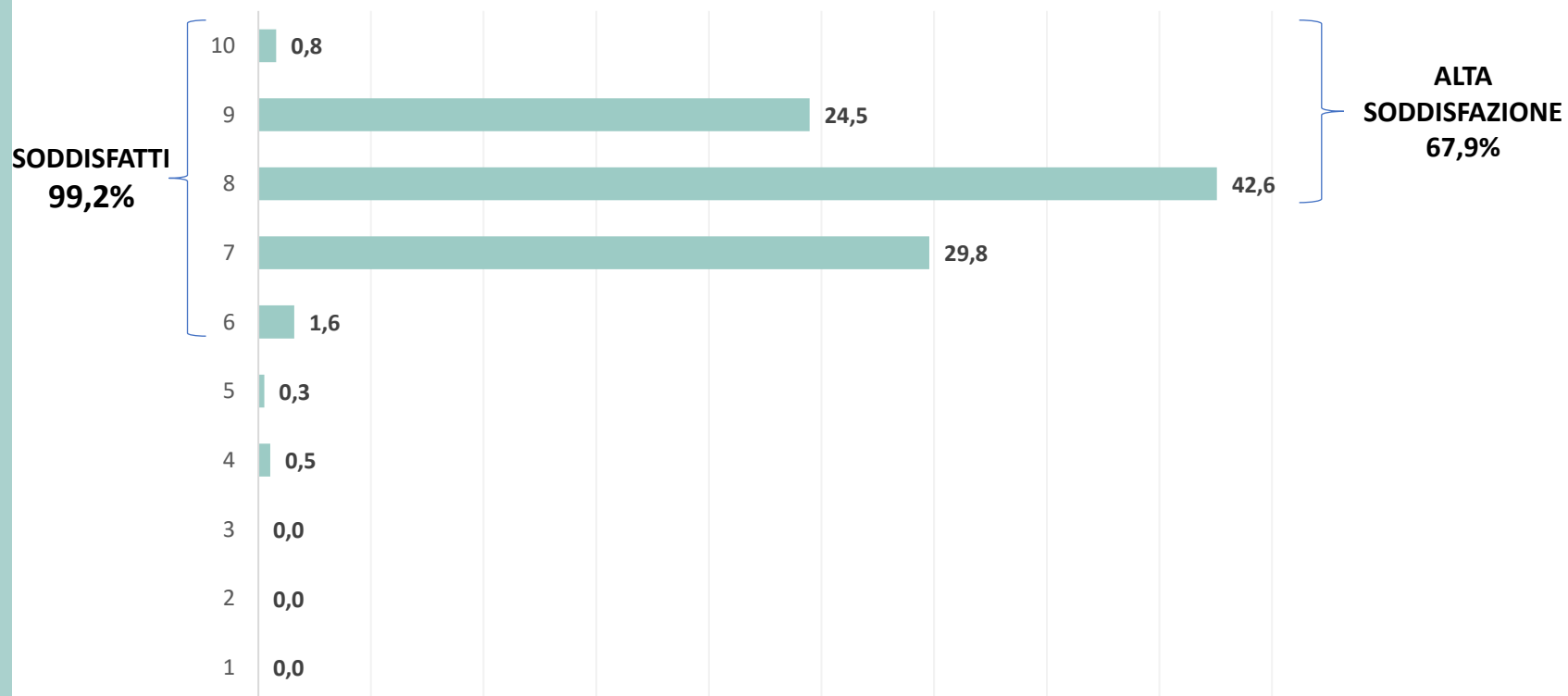
Quest'ultima è sempre cresciuta: 68,2% nel 2019, 78,8% nel 2020, 88,6% l'anno scorso ed oggi 97,8%, ratificando quei 10 punti percentuali di crescita annua che abbiamo segnalato in passato.

Una risorsa importante che, anche nell'utilizzo, cresce fino a trovare un assestamento, passando da un 33% circa a più della metà dei rispondenti (51,7%) nel 2021; quest'anno invece scende al 38,5%.

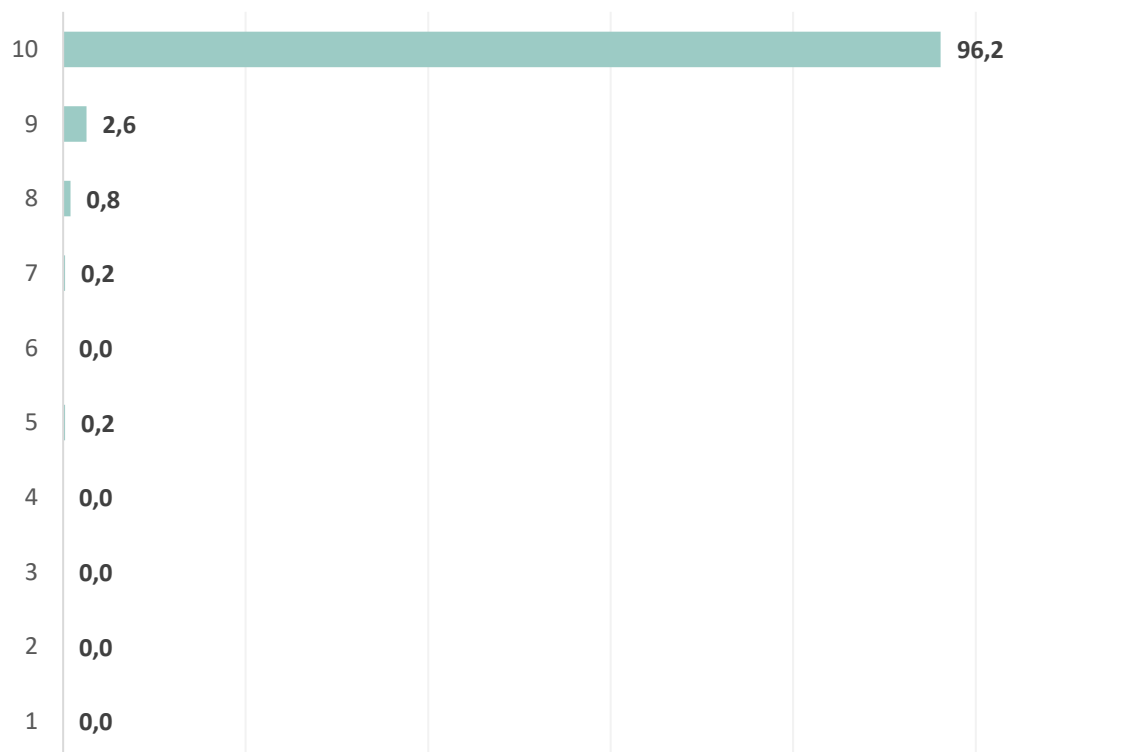
Una risposta logica, perché la conoscenza può arrivare al 100%, ma il numero di chi ne ha bisogno è sempre più limitato. Ecco perché risulta importante la conoscenza: quando l'utente ne avrà bisogno, saprà che potrà utilizzare il servizio, oppure se l'azienda vuole stimolarne l'uso, la porta sarebbe già aperta.

Altissima soddisfazione e ancora possibilità di crescere nell'intensità, con 2/3 di utenti molto soddisfatti.

CENTRO DI RACCOLTA SODDISFAZIONE



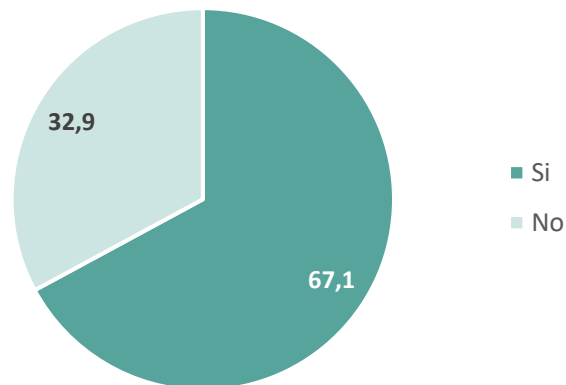
CENTRO DI RACCOLTA IMPORTANZA



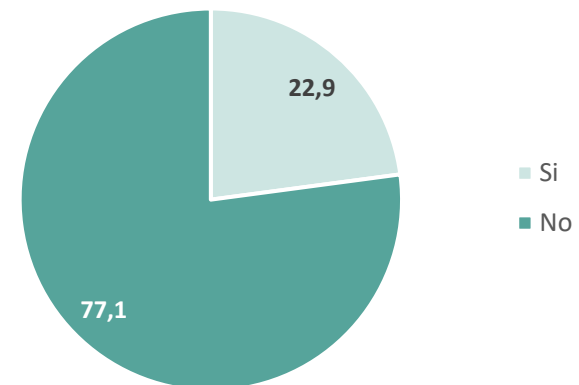
STAZIONI ECOLOGICHE – ECOBOX

Conoscenza ed utilizzo

Conosce le Stazioni Ecologiche - Ecobox?



Ha mai utilizzato le Stazioni Ecologiche - Ecobox?



Ad un anno dell'incorporazione delle Ecobox al servizio, vediamo che si tratta di una risorsa ancora da promuovere. Per il 67% che le conosce sono altamente soddisfacenti, con oltre 99% di approvazione.

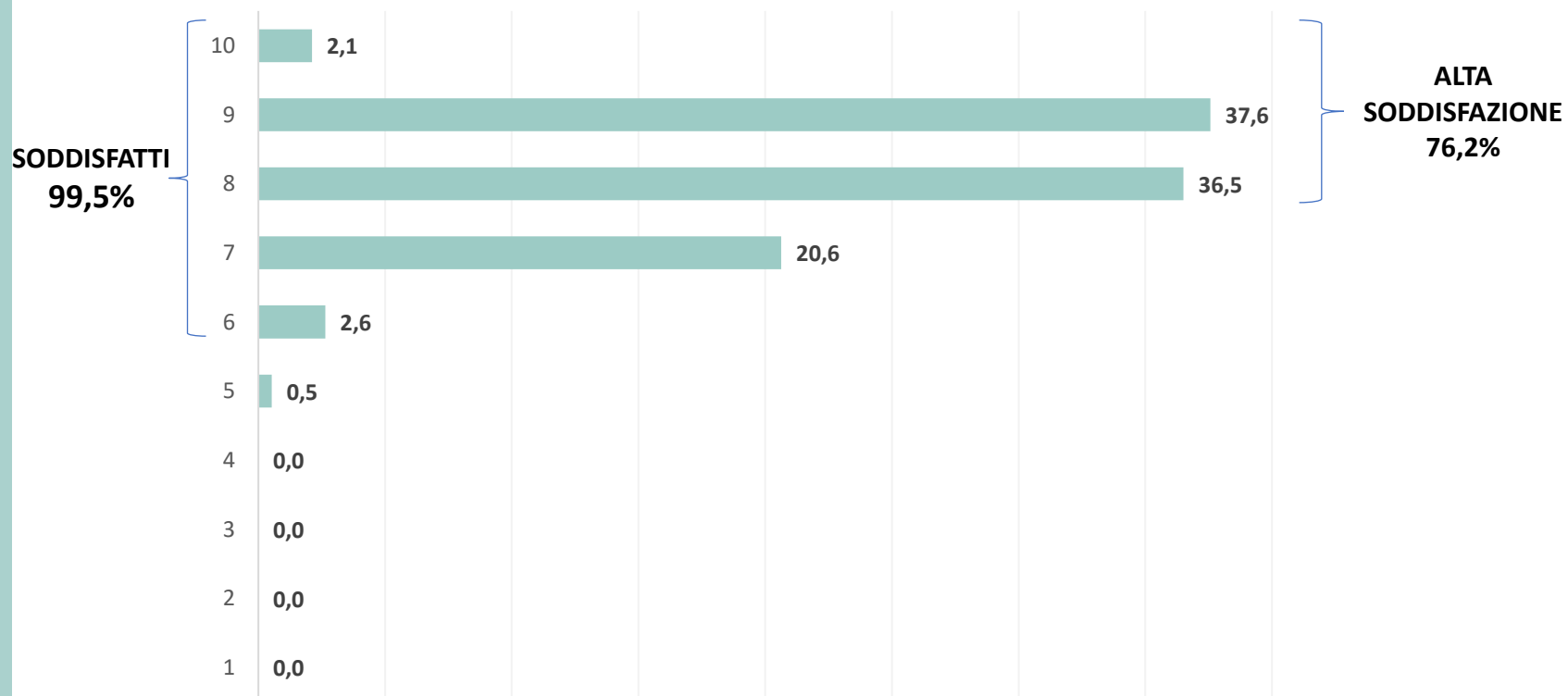
Allo stesso tempo viene considerata Altamente Importante, quindi si può affermare che sono molto vicine aspettative e servizio offerto. Manca soltanto lo sforzo di farlo utilizzare da più persone, perché soltanto il 23% dichiara di averne fatto uso.

Allora sarà il caso di fare più promozione e di stabilire una tempistica per la sostituzione della raccolta porta a porta con questo servizio, probabilmente tramite una mirata campagna promozionale.

Come tutti i cambiamenti o innovazioni, si trovano delle resistenze, ma Ecolan ha già raccolto successi in questi aspetti in passato. Si può certamente fare e la risposta finora è positiva.

STAZIONI ECOLOGICHE – ECOBOX

SODDISFAZIONE



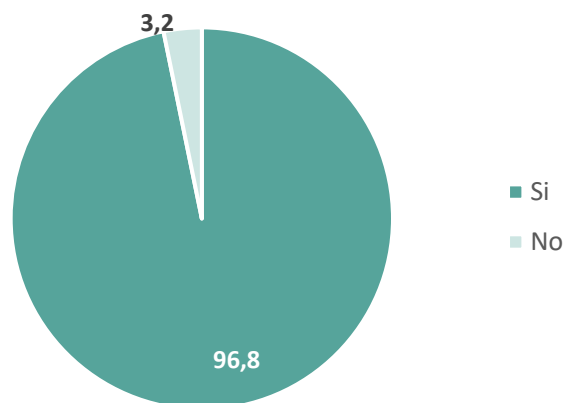
STAZIONI ECOLOGICHE – ECOBOX IMPORTANZA



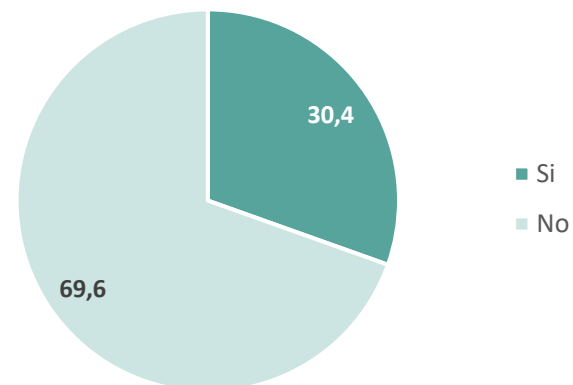
RITIRO INGOMBRANTI

Conoscenza ed utilizzo

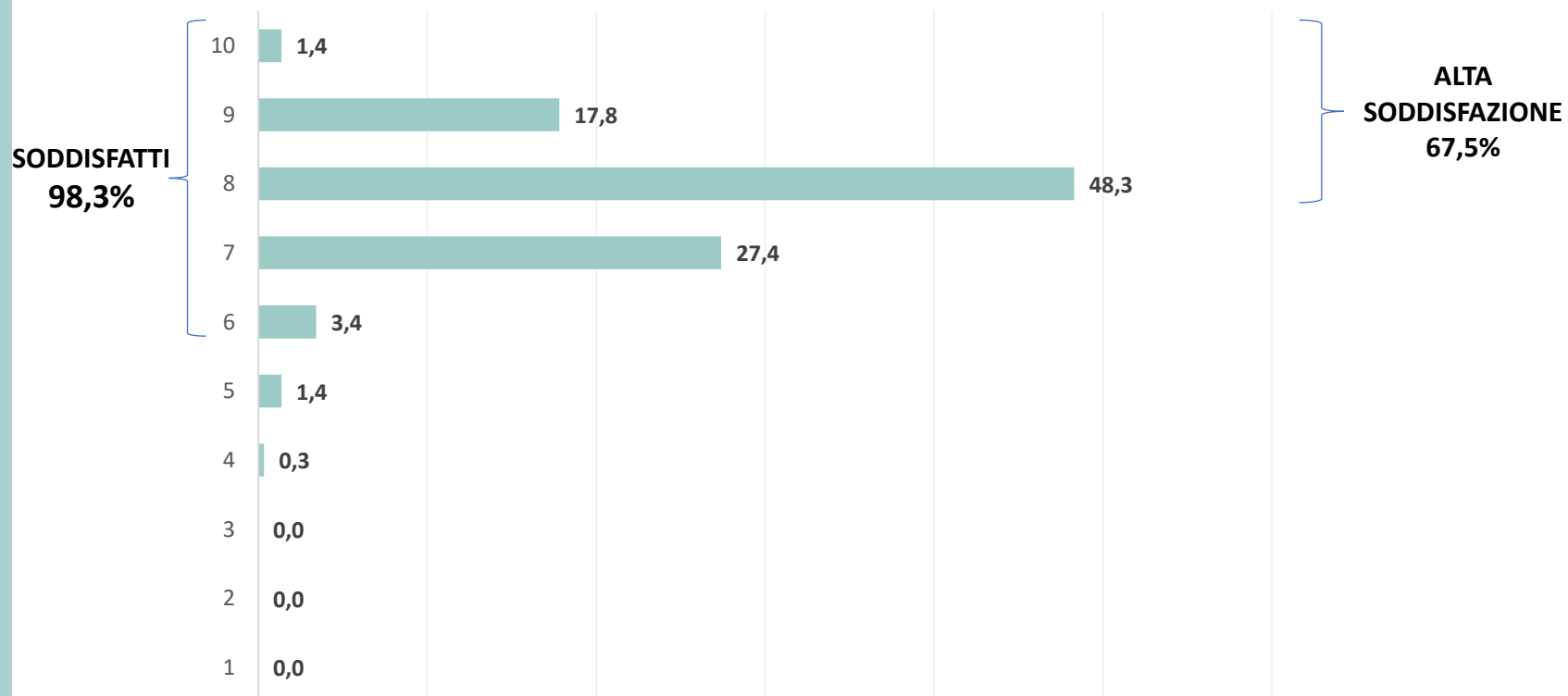
Conosce il Servizio di Ritiro Ingombranti?



Ha mai utilizzato il Servizio di Ritiro Ingombranti?



RITIRO INGOMBRANTI SODDISFAZIONE

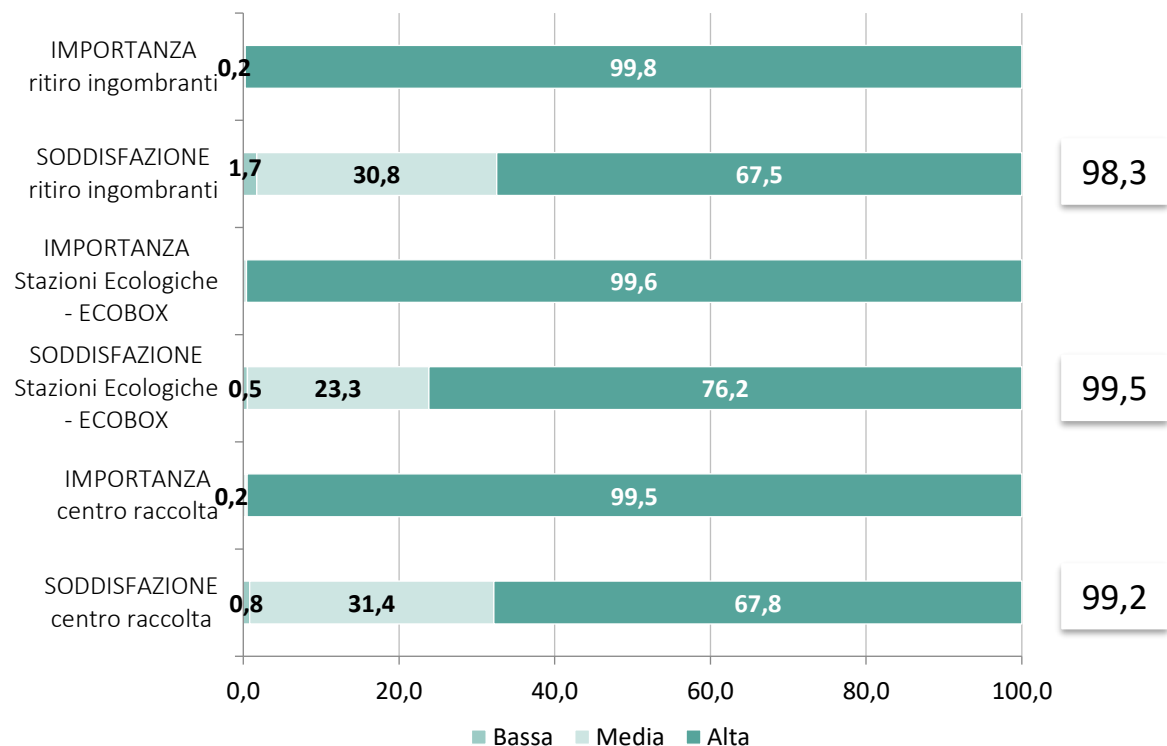


RITIRO INGOMBRANTI IMPORTANZA



SERVIZI SPECIALI

Dati comparati IMPORTANZA e grado di SODDISFAZIONE

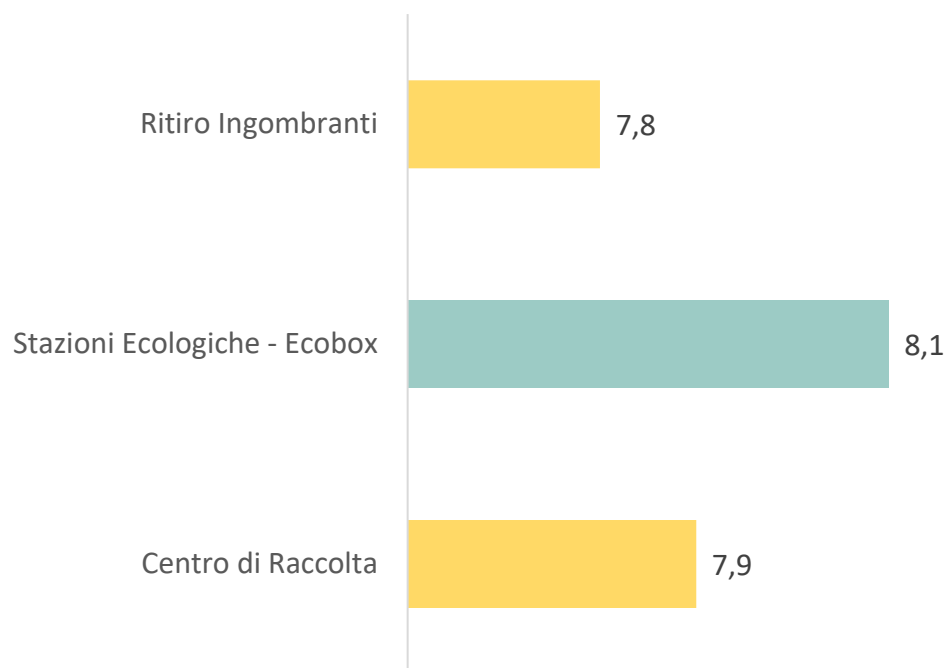


Indice % MEDIA di soddisfazione Servizi Speciali

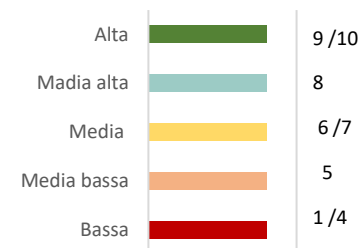
99,0

SERVIZI SPECIALI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

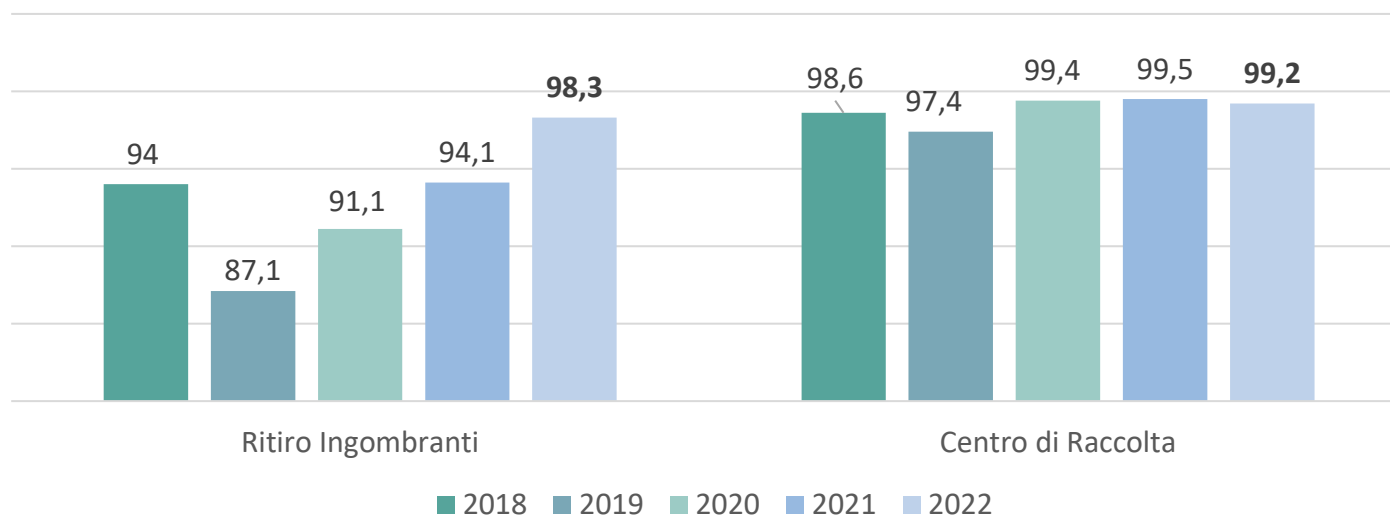


**Intensità
(media dei punteggi)
Aspetti Tecnici**



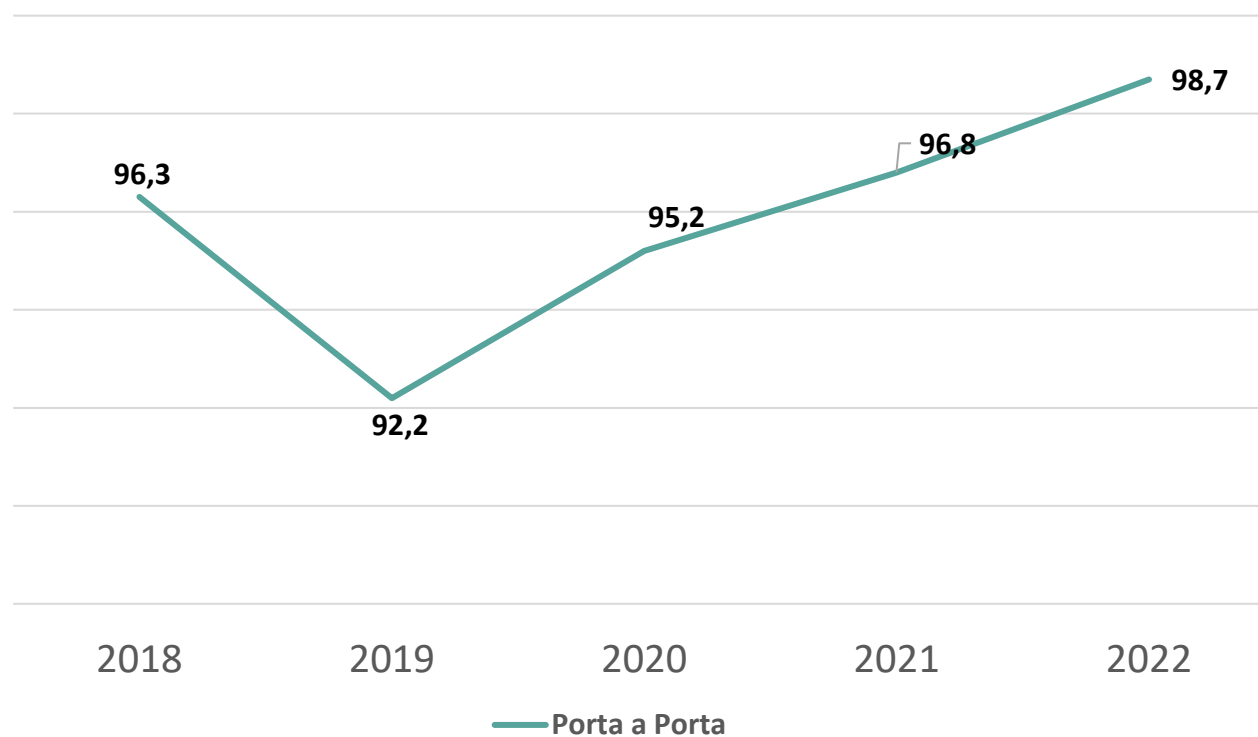
SERVIZI SPECIALI – TREND 2018 / 2022

Ritiro Ingombranti e Centro di Raccolta



SERVIZI SPECIALI – TREND 2018 / 2022

Ritiro Ingombranti e Centro di Raccolta



SERVIZI SPECIALI

Considerazioni

Oltre a quanto segnalato sopra, vediamo trend molto positivi che ratificano un andamento virtuoso nella valutazione dei servizi speciali.

Il «Ritiro Ingombranti» continua sempre in crescita nella conoscenza degli utenti, ed è passato dall'87,3% del 2019, al 96,8% del 2022: in concreto, tutti conoscono il servizio. Per quanto riguarda chi ne ha fatto uso, le cifre, dopo una forte crescita, sono diminuite (nel 2019 36,2%, 39,5% nel 2020, nel 2021 41,6% ed oggi 30,8%). Probabilmente il fatto è legato ad una diminuzione del potere di acquisto per il rinnovo di grossi elettrodomestici o mobili.

Rimane però, e ci viene segnalato all'ascolto, la problematica dei tempi di raccolta. Essendo diminuita la quantità di persone che ne fanno uso (sia perché c'è meno ingombrante da buttare, sia perché si fa da se nel portarli alla discarica), questo rimane un punto di possibile tensione, che dovrebbe esser preso in considerazione.

La soddisfazione di tutto il fattore rimane molto adeguata, in generale crescita, tranne una piccola flessione per il «Centro di Raccolta», praticamente sulla parità. L'intensità risulta importante, attestandosi sulla frontiera tra Media e Media-Alta (7,9 quando scatta lo scaglione ad 8). Scesa un poco rispetto all'anno scorso, evidenzia invece una crescita della soddisfazione generale, che deve comunque migliorare sull'intensità, obiettivo che non sembra difficile da raggiungere.

Molto ben quotati gli «Ecobox» che spingono il fattore, ma devono ancora crescere come risorsa da sfruttare.

Risultati molto incoraggianti.

NOTA: Nell'attuale TREND, gli «ECOBX» non vengono considerati perché si tratta di un fattore nuovo, incorporato da questo anno alle indagini di soddisfazione.

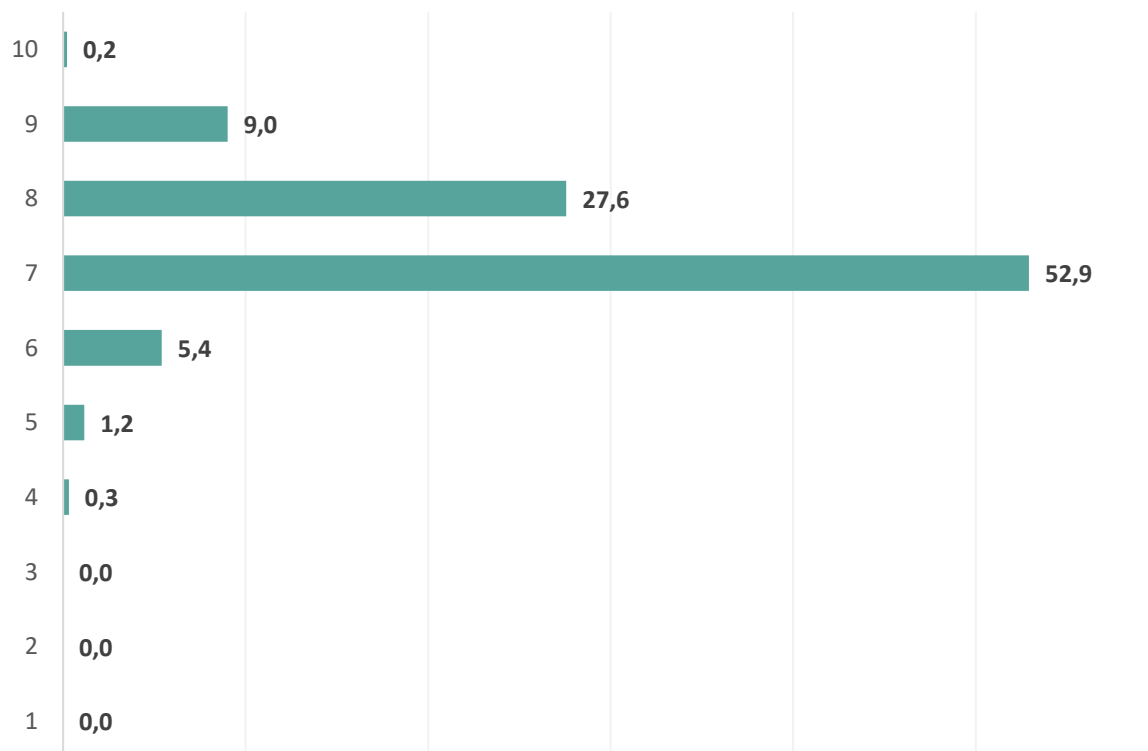
Valutazione importanza e soddisfazione ALTRI SERVIZI SPECIALI



- ✓ Orari in cui viene effettuata la pulizia delle strade
- ✓ Rumorosità con cui viene effettuata la pulizia delle strade
- ✓ Pulizia delle strade e piazze
- ✓ Pulizia delle aree dei mercati settimanali
- ✓ Manutenzione e cura dei giardini, parchi pubblici
- ✓ Manutenzione e cura aiuole, potatura degli alberi
- ✓ Disinfestazione spazi pubblici
- ✓ Pulizia delle spiagge (*solo residenti nel Comune di Ortona*)

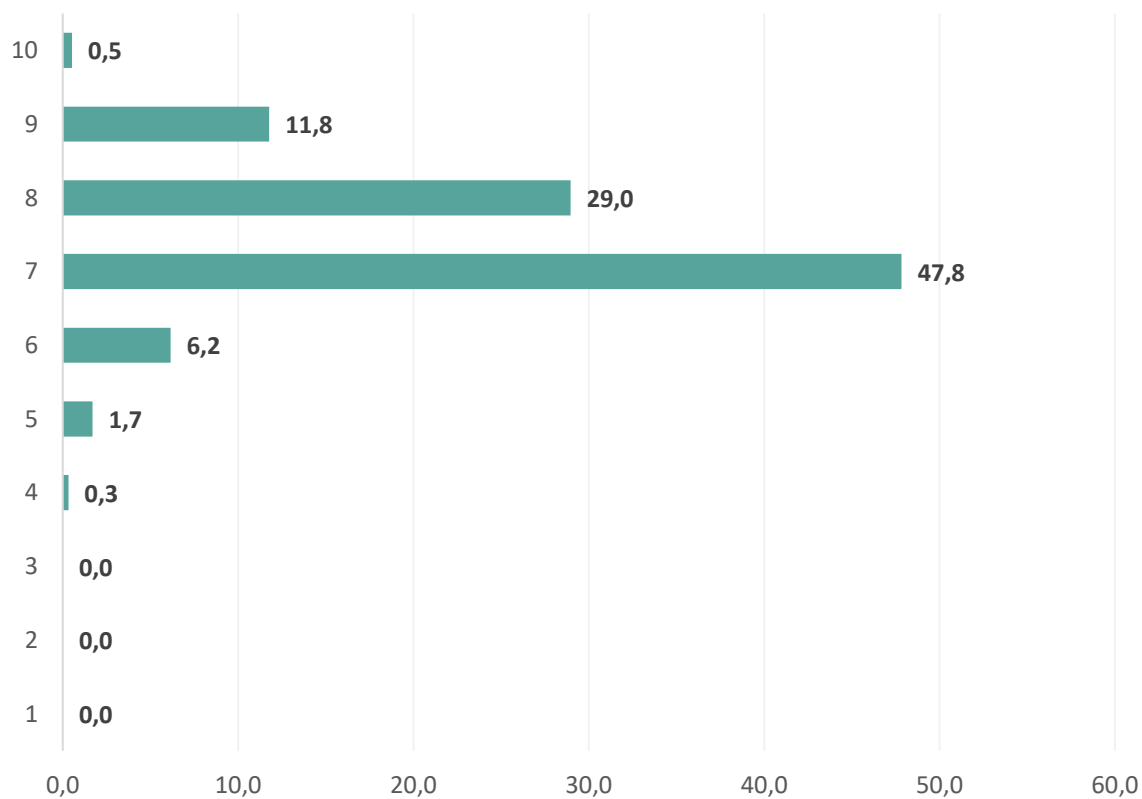
ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Orari in cui viene effettuata la pulizia delle strade



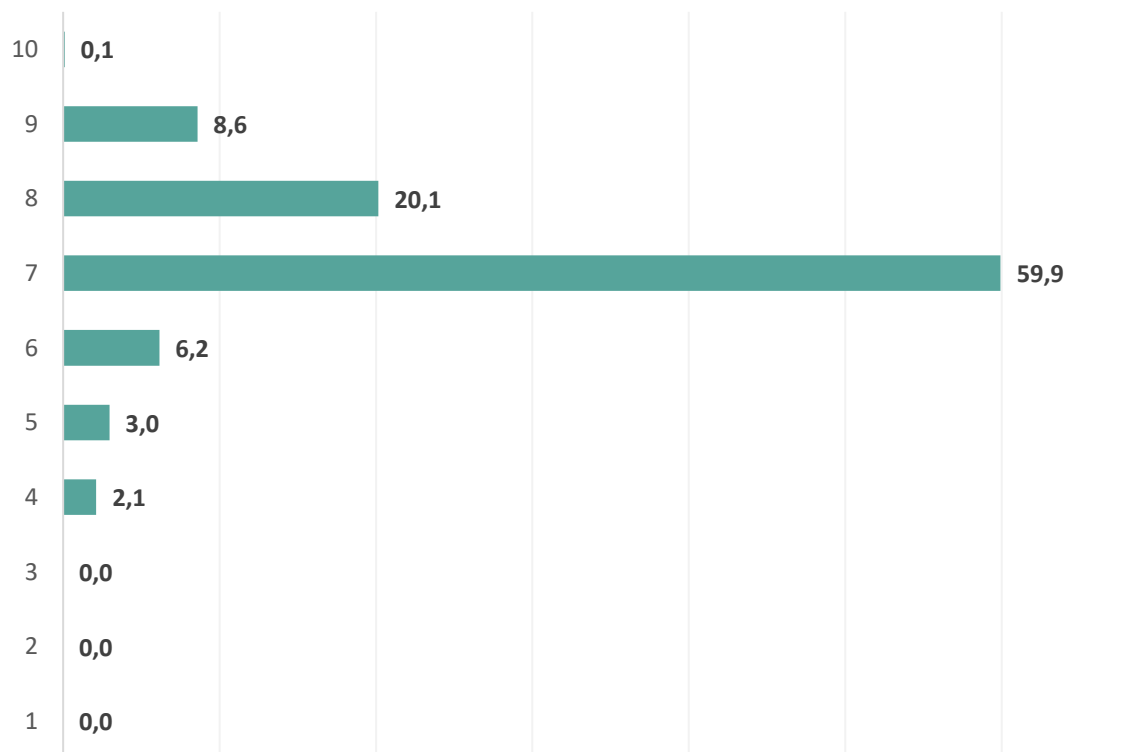
ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Rumorosità con cui viene effettuata la pulizia delle strade



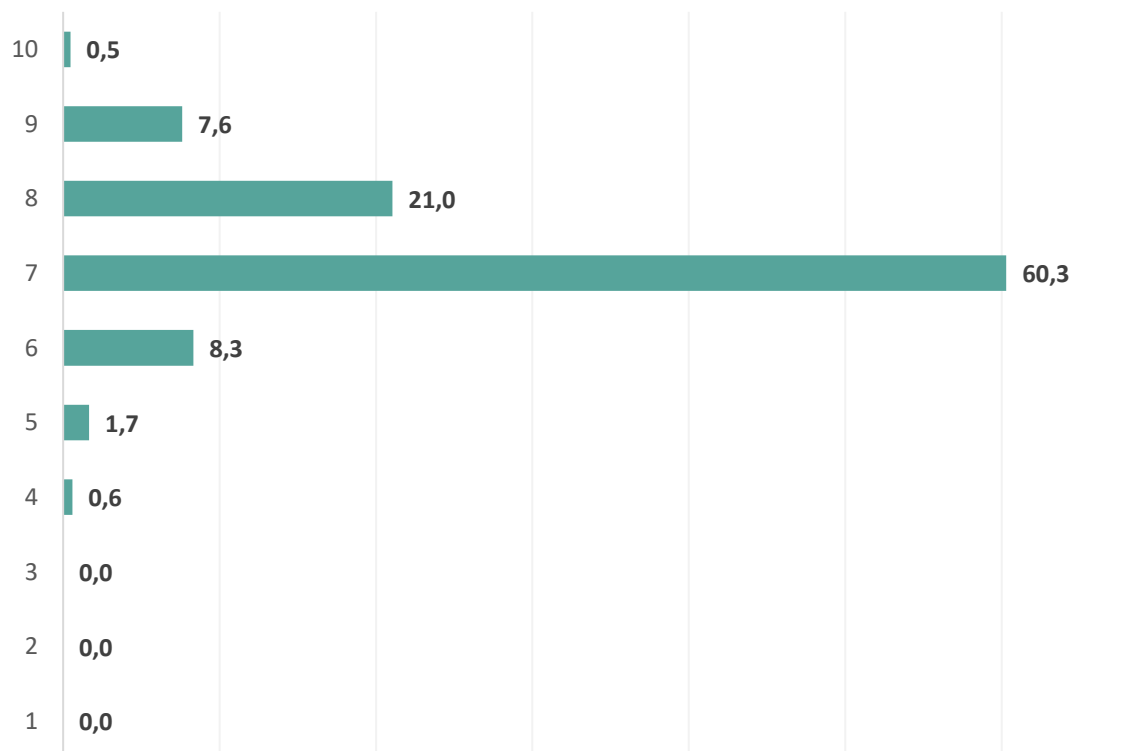
ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Pulizia delle strade e delle piazze



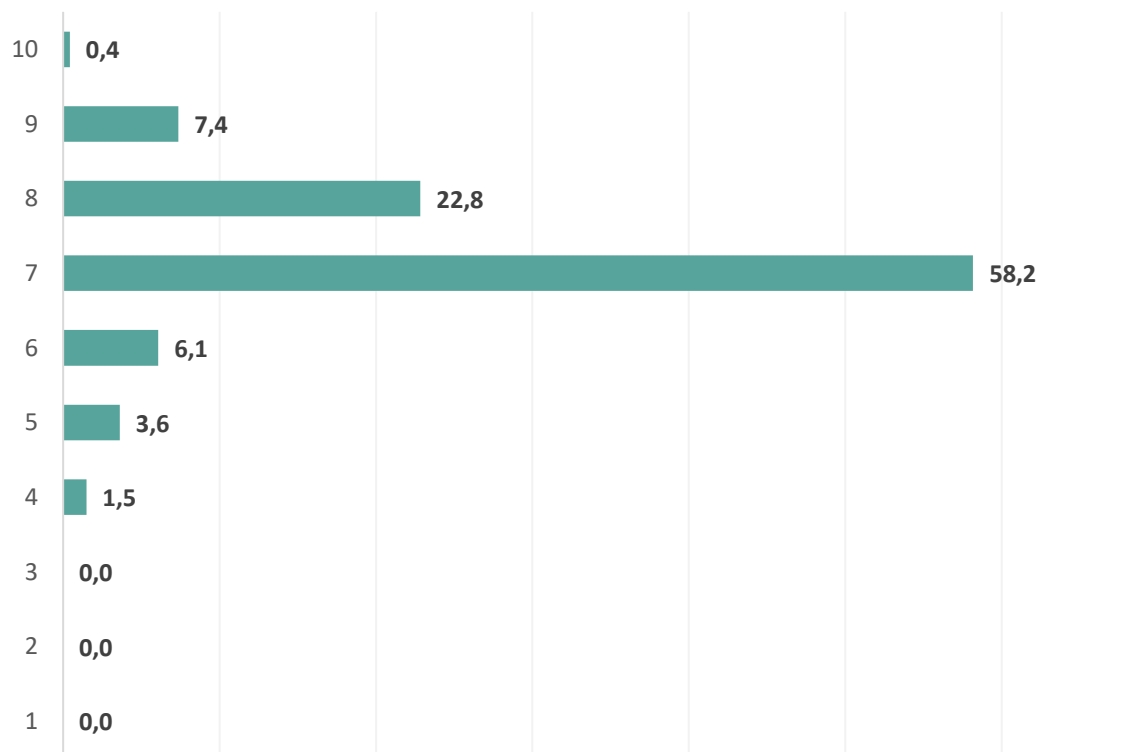
ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Pulizia aree dei mercati settimanali



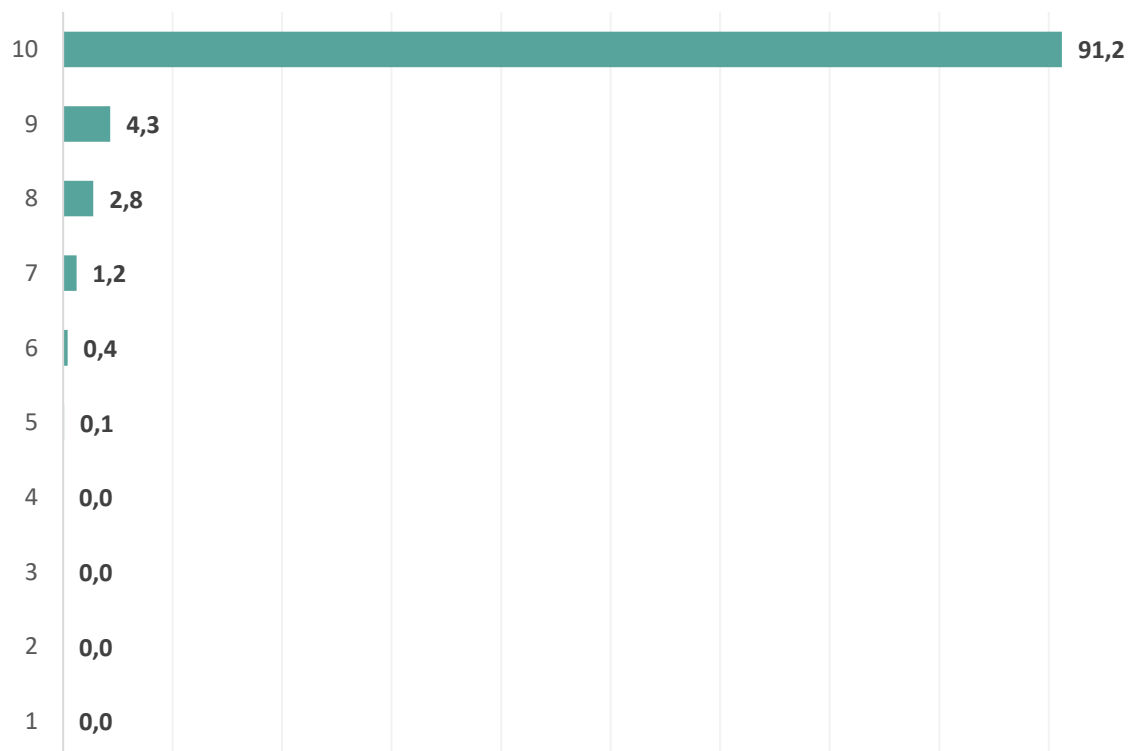
ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Pulizia strade, piazze e mercati settimanali – *Domanda Overall*



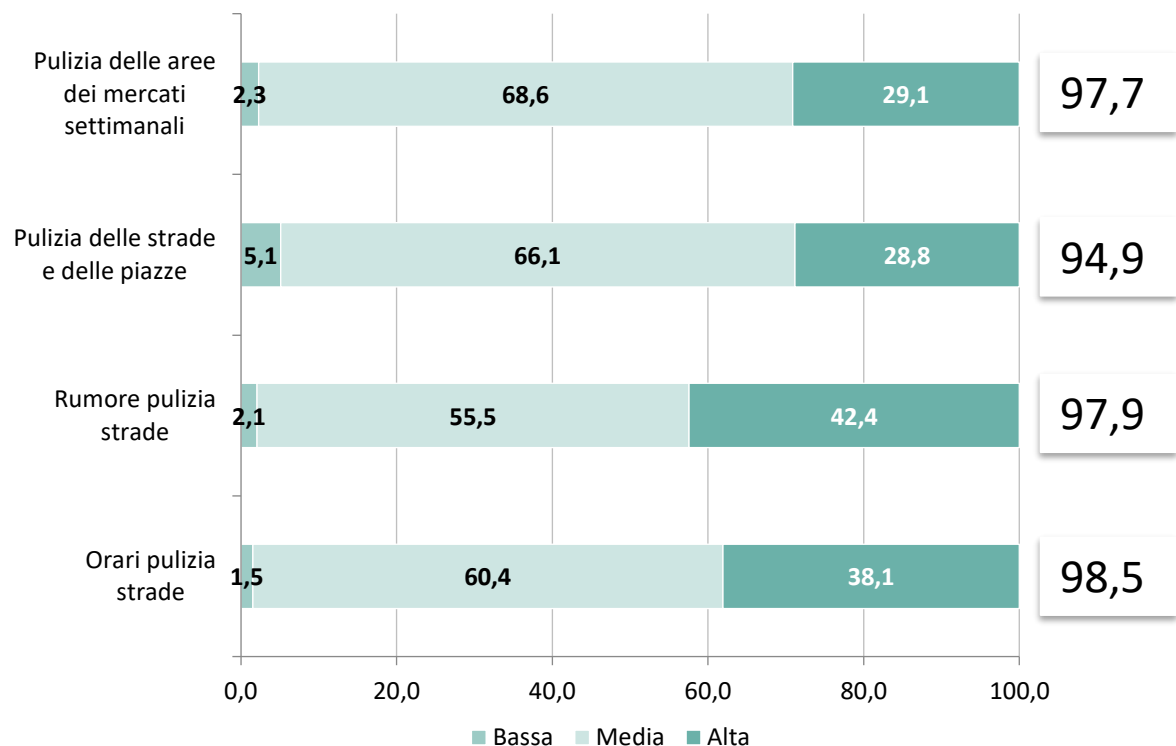
ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Pulizia strade, piazze e mercati settimanali – IMPORTANZA



ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

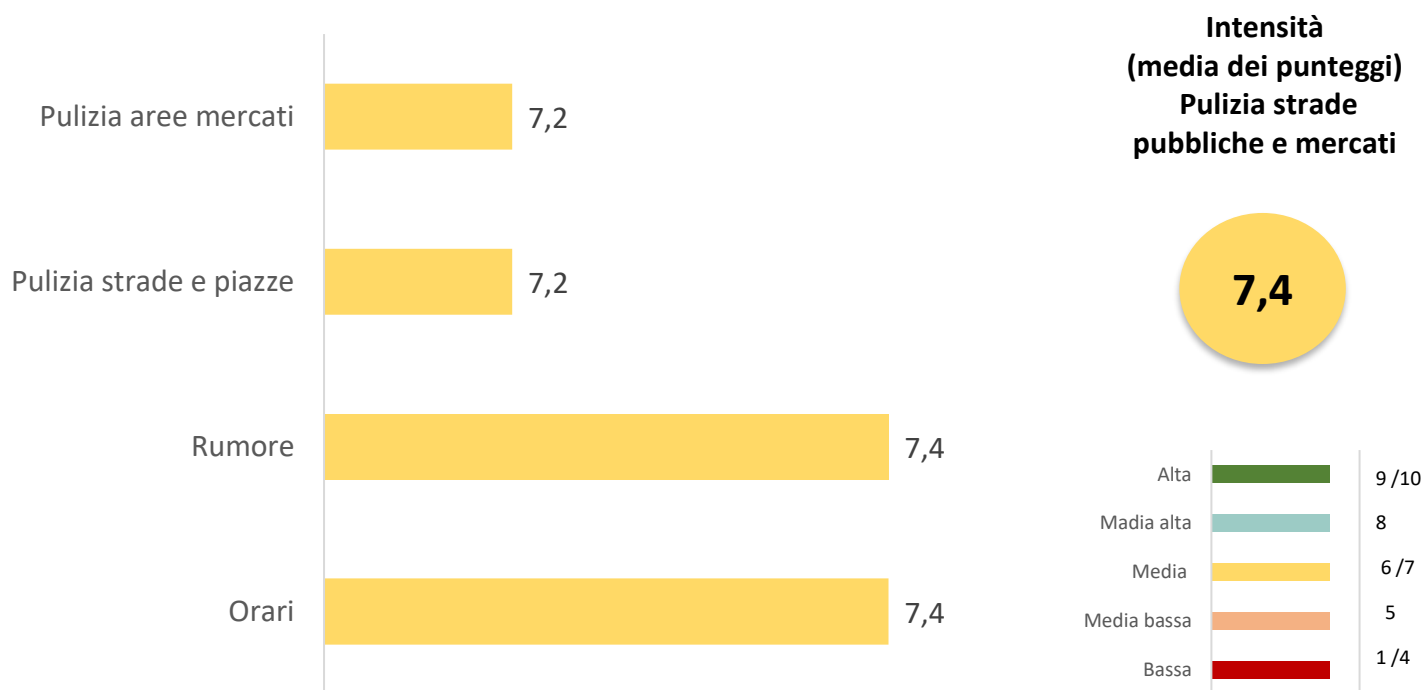


Indice % MEDIA di soddisfazione Pulizia strade e mercati

98,2

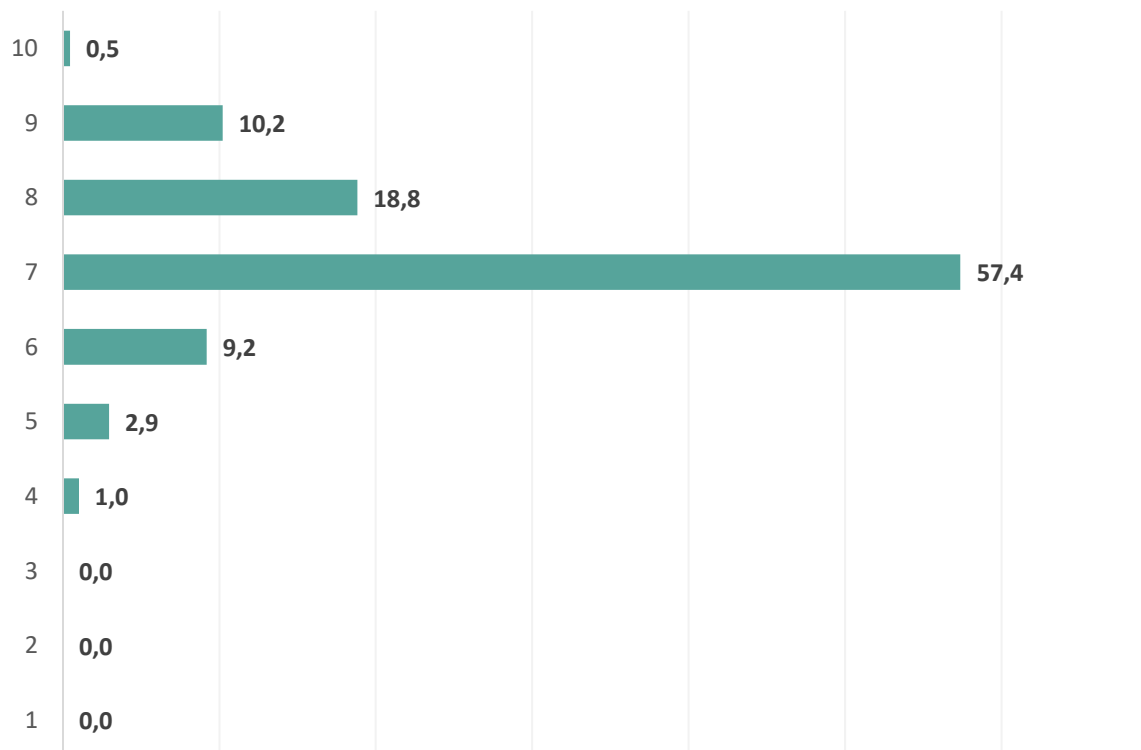
ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



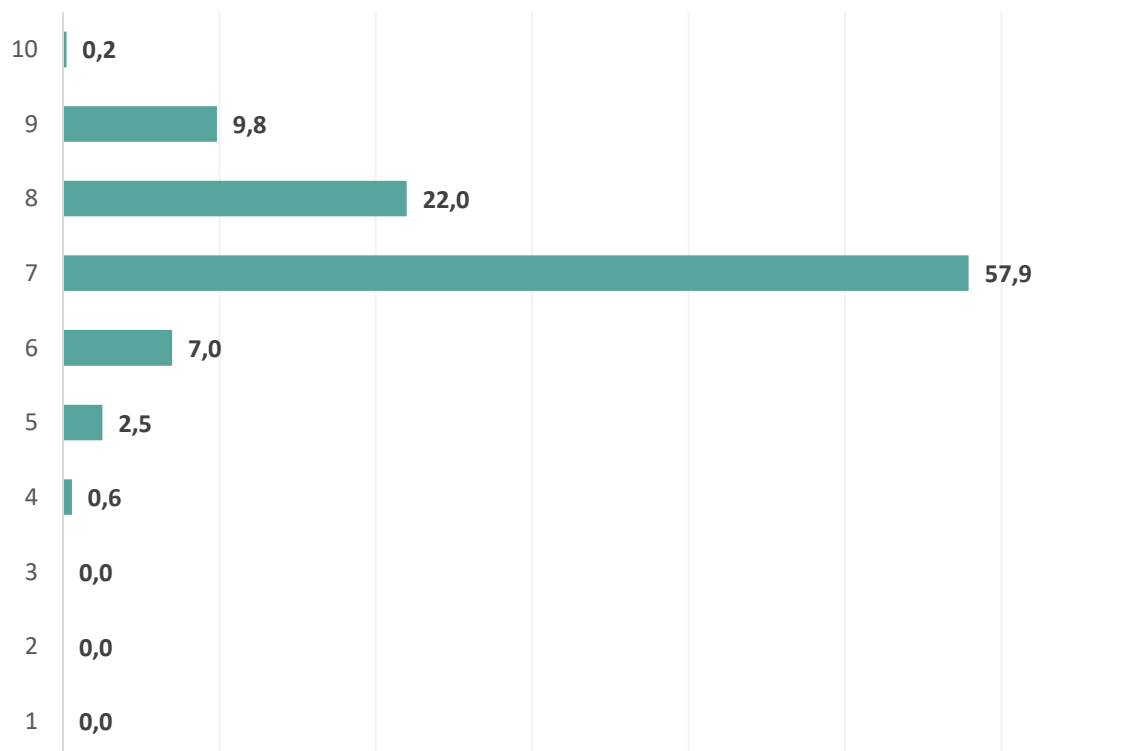
ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Manutenzione e cura dei giardini, parchi pubblici



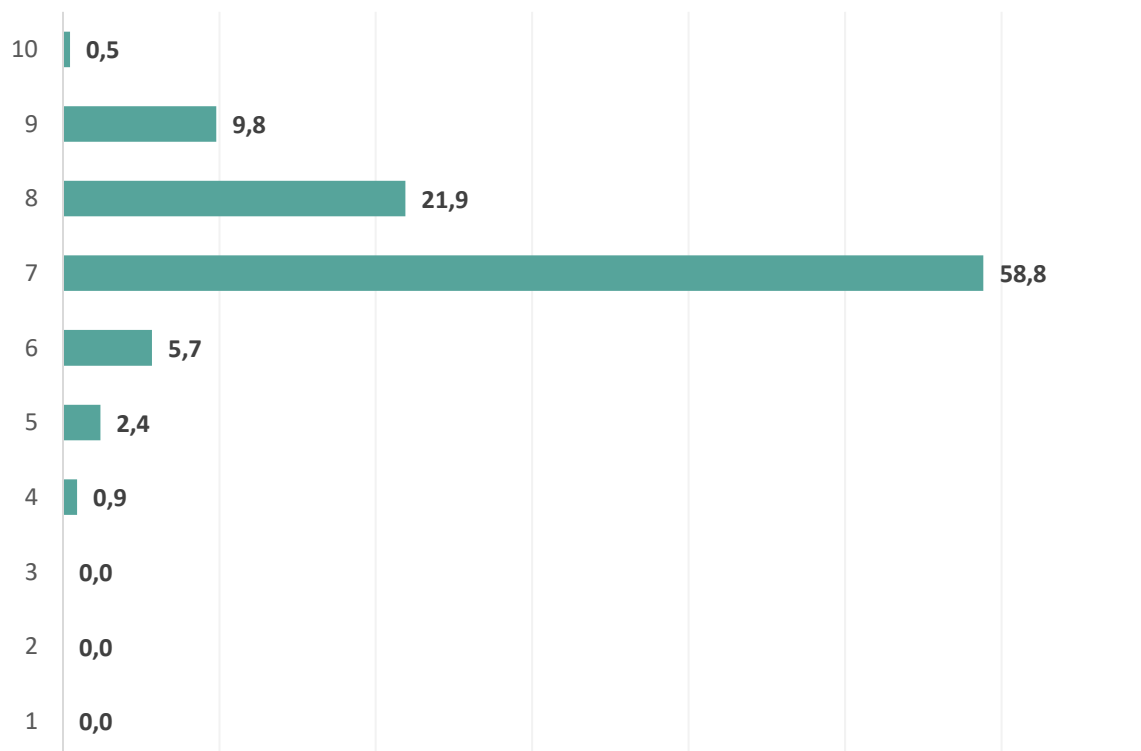
ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Manutenzione e cura delle aiuole, potatura degli alberi



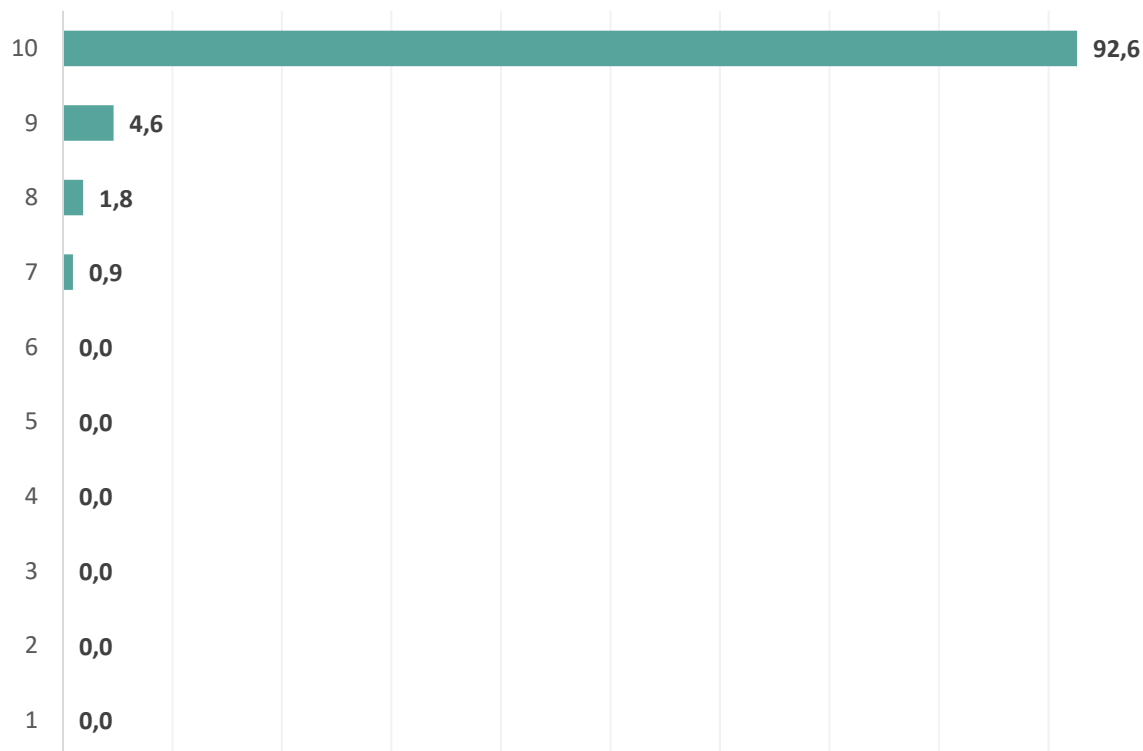
ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Manutenzione e cura verde pubblico – *Domanda Overall*



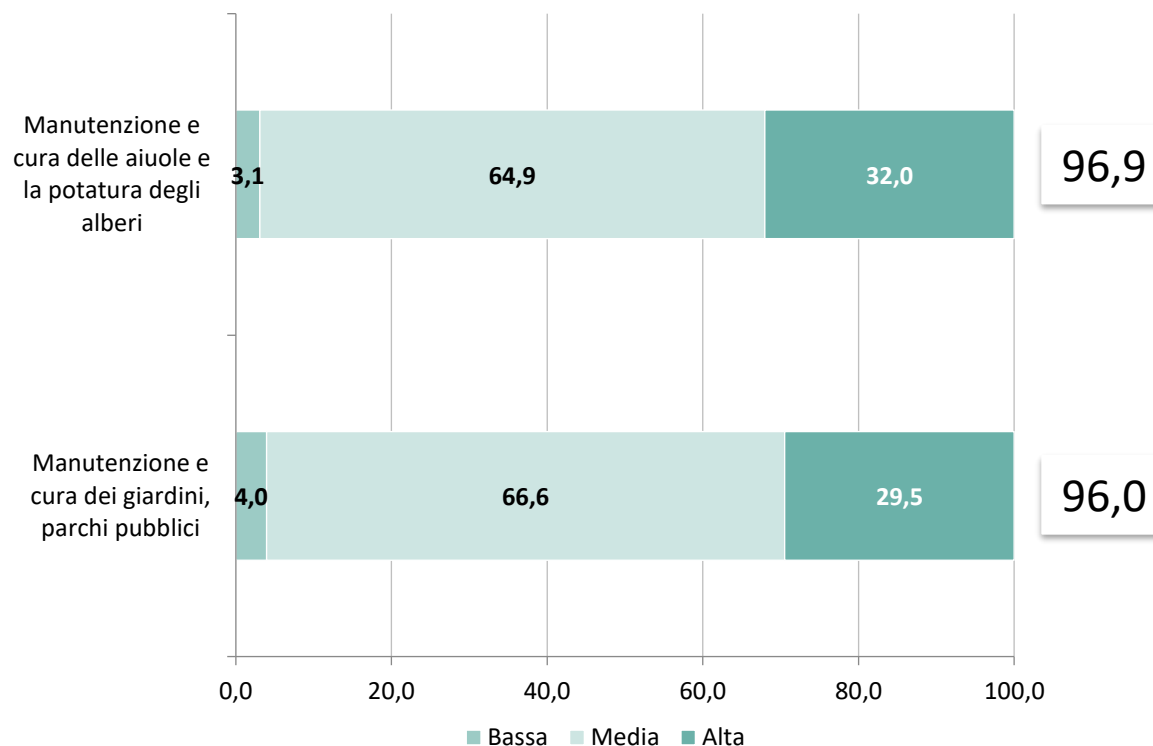
ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Manutenzione e cura verde pubblico – IMPORTANZA



ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

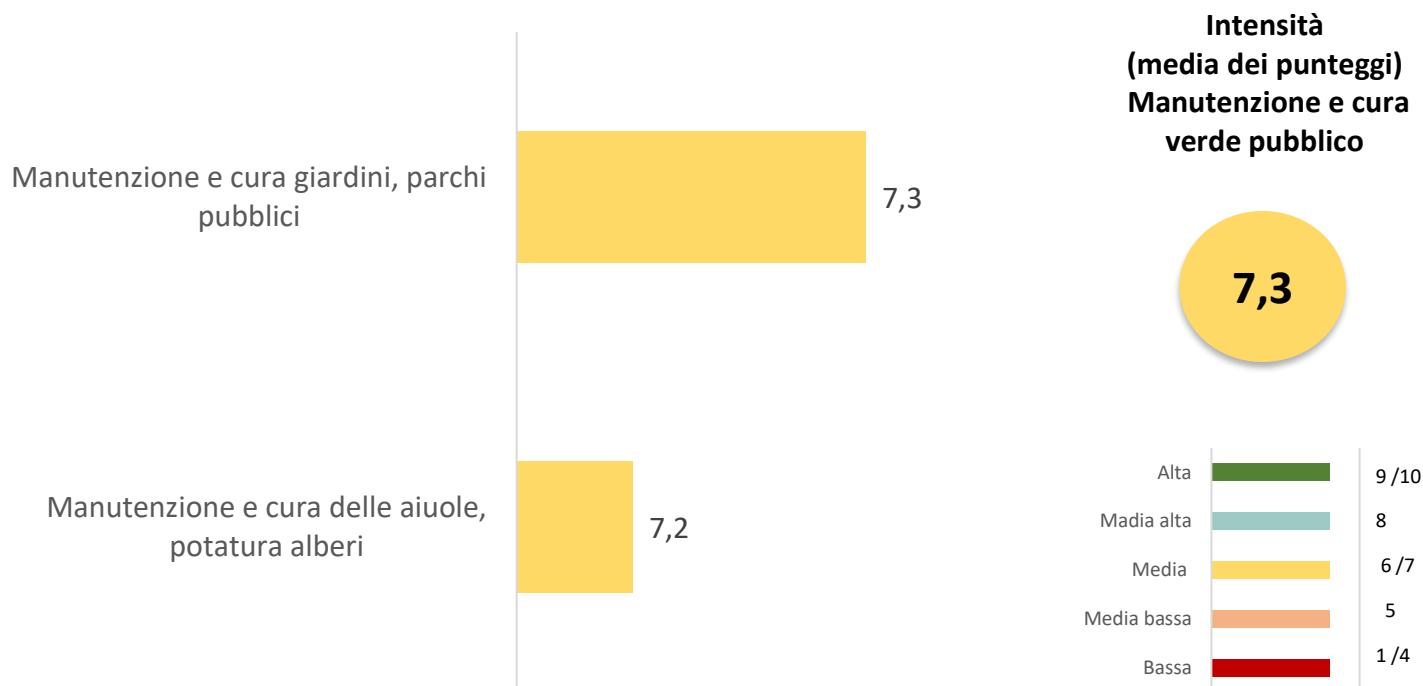


Indice % MEDIA di soddisfazione Manutenzione e cura verde

96,5

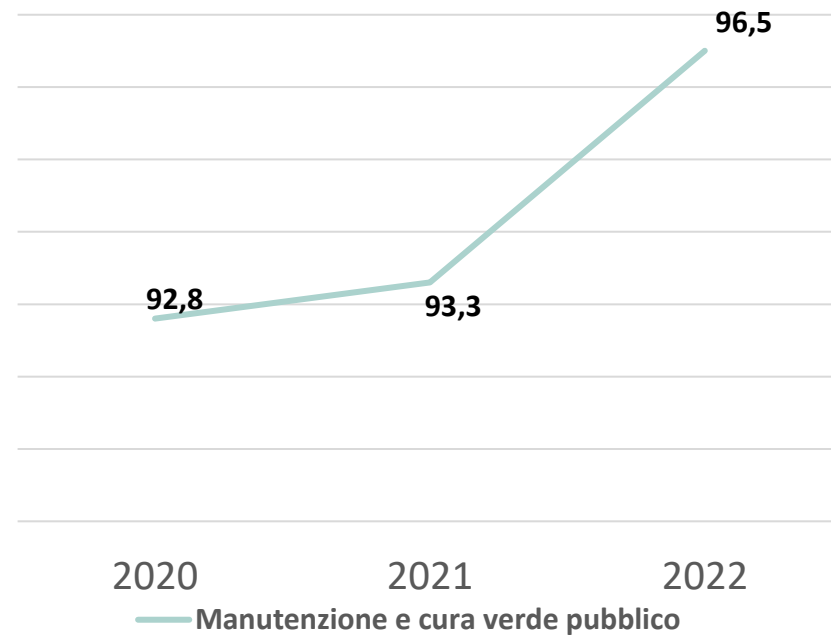
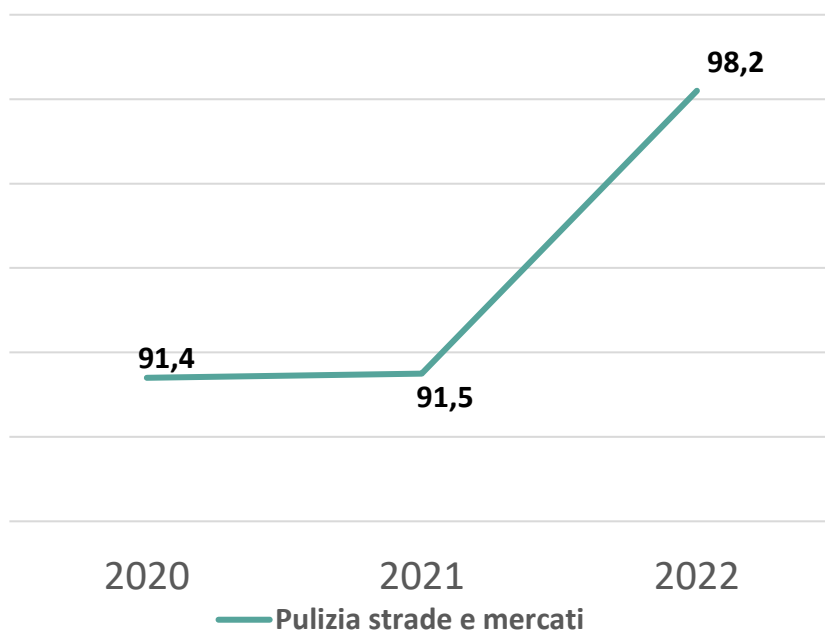
ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



ALTRI SERVIZI SPECIALI – TREND 2020 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE



ALTRI SERVIZI SPECIALI

Considerazioni

Molto interessante da vedere l'importante crescita della soddisfazione per quanto riguarda questi servizi.

Sia per il quantitativo che, nel caso di «Strade e Mercati», cresce praticamente di 6,7 punti percentuali rispetto dell'anno scorso, che per la qualità (intensità) della soddisfazione, evidenziata da una forte crescita di valutazione per la «Pulizia di piazze e strade», il sub-fattore che aveva bisogno di essere rinforzato, di fatto si è alzato al livello degli altri sub-fattori.

La «pulizia delle strade e mercati» era stato segnalato l'anno scorso come un punto di criticità importante. I risultati attuali certificano che l'impegno dell'Azienda per migliorare questa area sensibile è stato concreto e il risultato, di fatto, è altamente positivo.

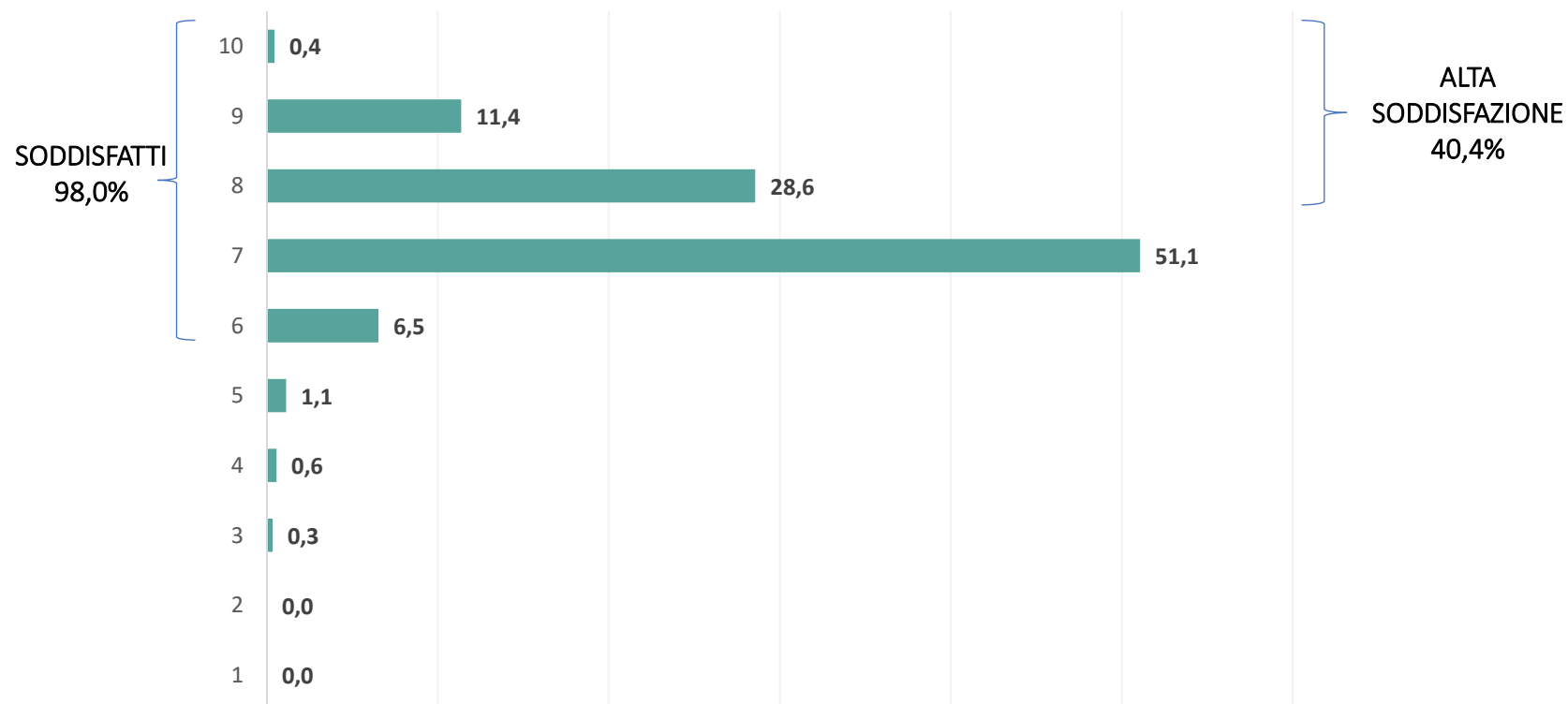
Un risultato in decisa crescita rispetto agli anni passati, che prende un buon andamento anche per l'intensità. C'è comunque molto spazio per la crescita e si deve tenere in conto che l'Alta Soddisfazione (8-10) deve ancora crescere per consolidare la situazione positiva.

All'ascolto ci viene segnalato questo:

- Monteodorisio, Scarsa pulizia delle strade in periferia;
- Casalbordino, Pulizia vicoli scarsa, Manutenzione verde scarsa;
- Casoli, Strade sporche;
- Fossacesia, Più frequenza spazzamento strade soprattutto in periferia;
- Atessa, Poca manutenzione verde pubblico, strade sporche;
- Altino, più frequenza spazzamento delle strade.

ALTRI SERVIZI SPECIALI

Disinfestazione spazi pubblici – SODDISFAZIONE



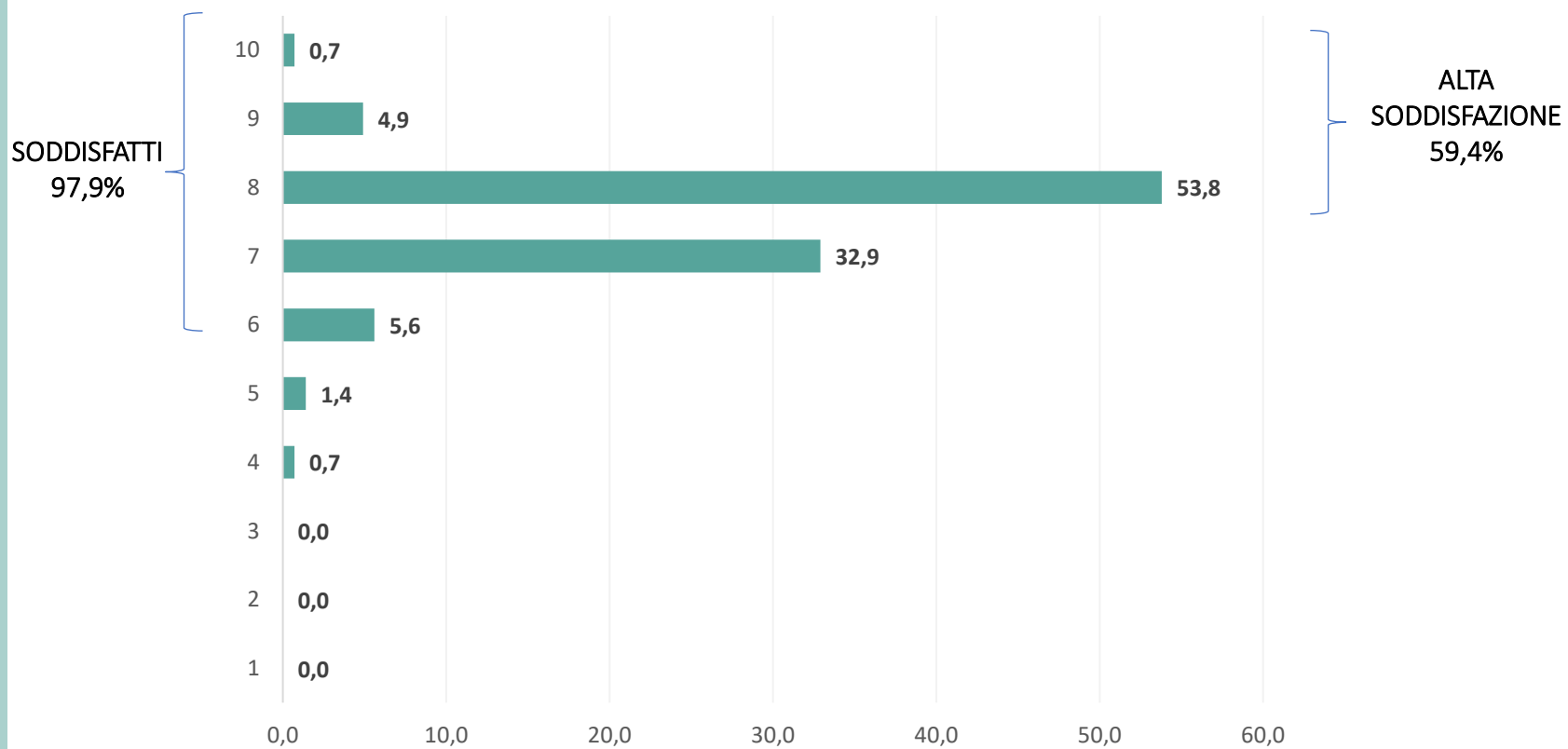
ALTRI SERVIZI SPECIALI

Disinfestazione spazi pubblici – IMPORTANZA



ALTRI SERVIZI SPECIALI

Pulizia delle spiagge (solo residenti nel Comune di Ortona)



ALTRI SERVIZI SPECIALI

Considerazioni

Entrambi gli argomenti dimostrano un buon livello di soddisfazione.

Un caso di grande importanza per la salute, come la «disinfestazione», riceve un 98% di soddisfazione, un'alta approvazione, ma fermata a livello 7: vi è dunque molto spazio per la crescita dell'intensità della soddisfazione, probabilmente tramite una campagna di comunicazione per spiegare obiettivi, tempistica, norme di sicurezza messe in atto, ecc.

Aspetto che preoccupa sempre, quando ci sono veleni, è la paura istintiva che si può gestire attraverso l'informazione.

Rispetto della pulizia delle spiagge di Ortona, anche qui troviamo un ottimo risultato ed un servizio soddisfacente da parte dei residenti della città, al 97,9%. Una larga maggioranza esprime un voto 8, ma è importante vedere che molti approvano solo col 7; anche qui, vediamo che il risultato è buono, ma c'è spazio per la crescita dell'intensità della soddisfazione.

Sebbene si può sempre crescere in quanto all'intensità del voto, sono risultati molto positivi, dove solo il 2,0% degli intervistati si è manifestato insoddisfatto.

In anni successivi sarà possibile verificare il trend e potenziali miglioramenti della percezione.

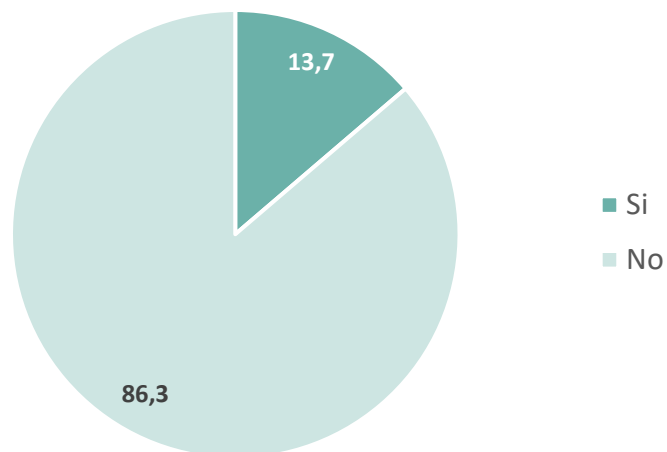
Valutazione importanza e soddisfazione SITO WEB

- ✓ Reperibilità dell'indirizzo internet
- ✓ Facilità di navigazione all'interno del sito
- ✓ Ricchezza delle informazioni presenti



SITO WEB

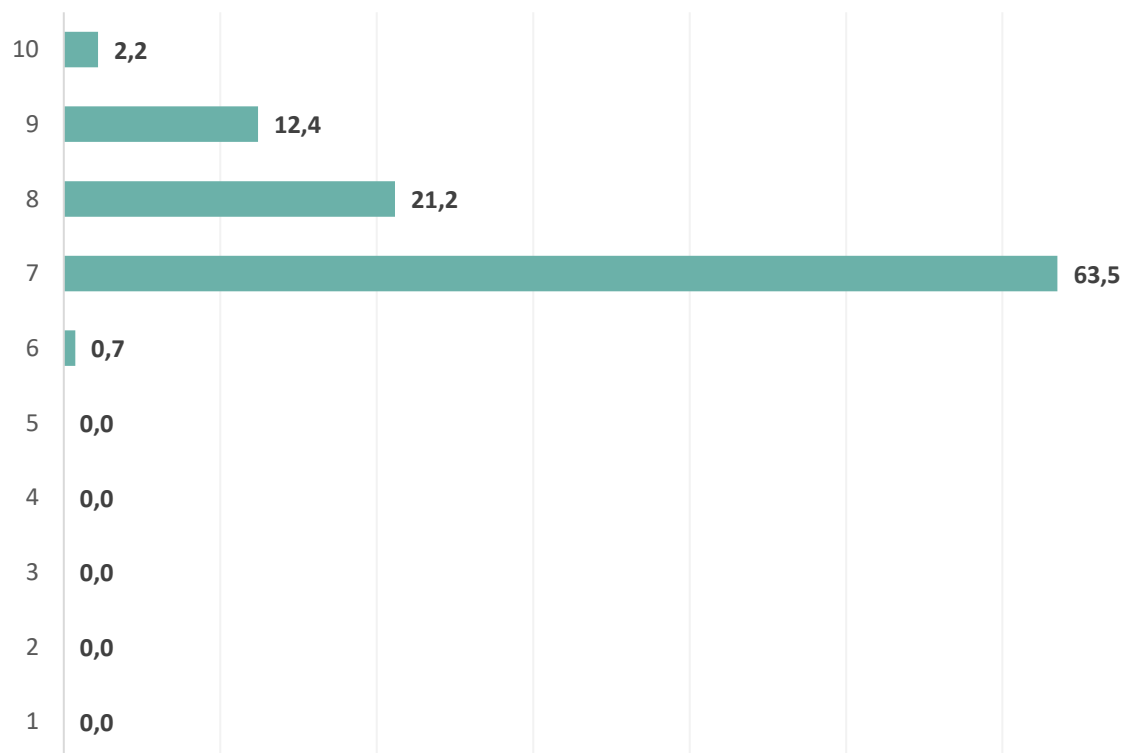
Ha mai visitato il sito web per avere informazioni sulla raccolta dei rifiuti?



SITO WEB

Reperibilità dell'indirizzo internet

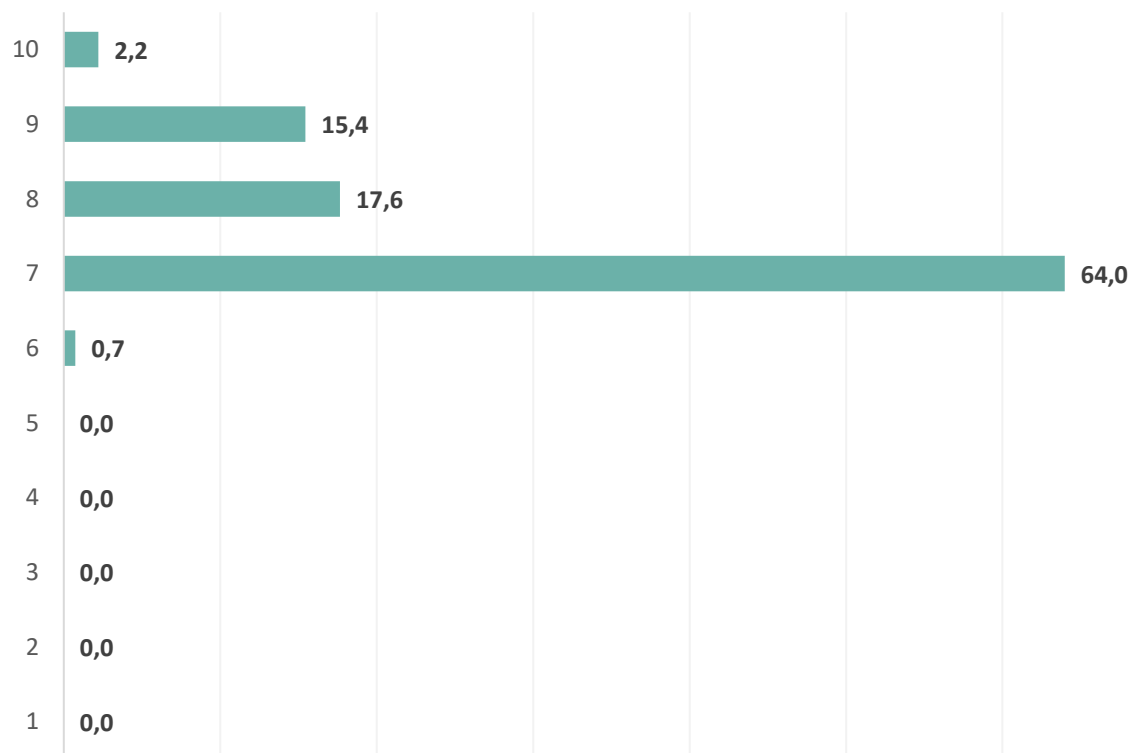
Sul **13,7%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SITO WEB

Facilità di navigazione all'interno del sito

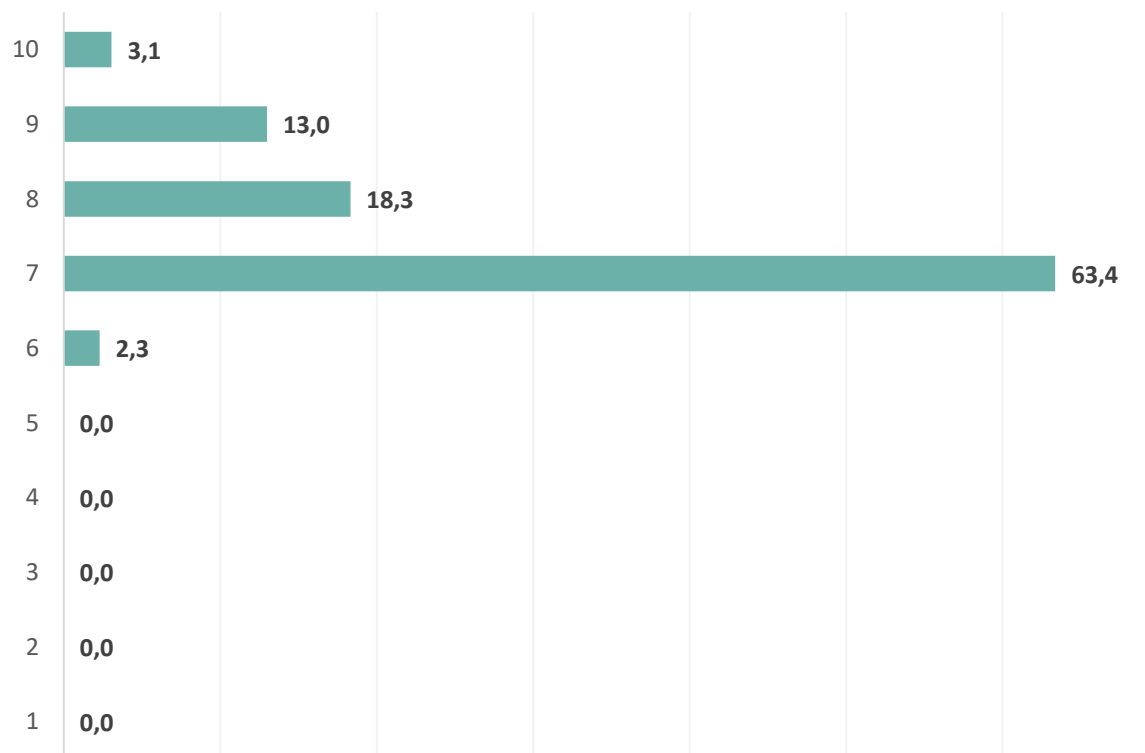
Sul 13,7% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SITO WEB

Ricchezza informazioni presenti

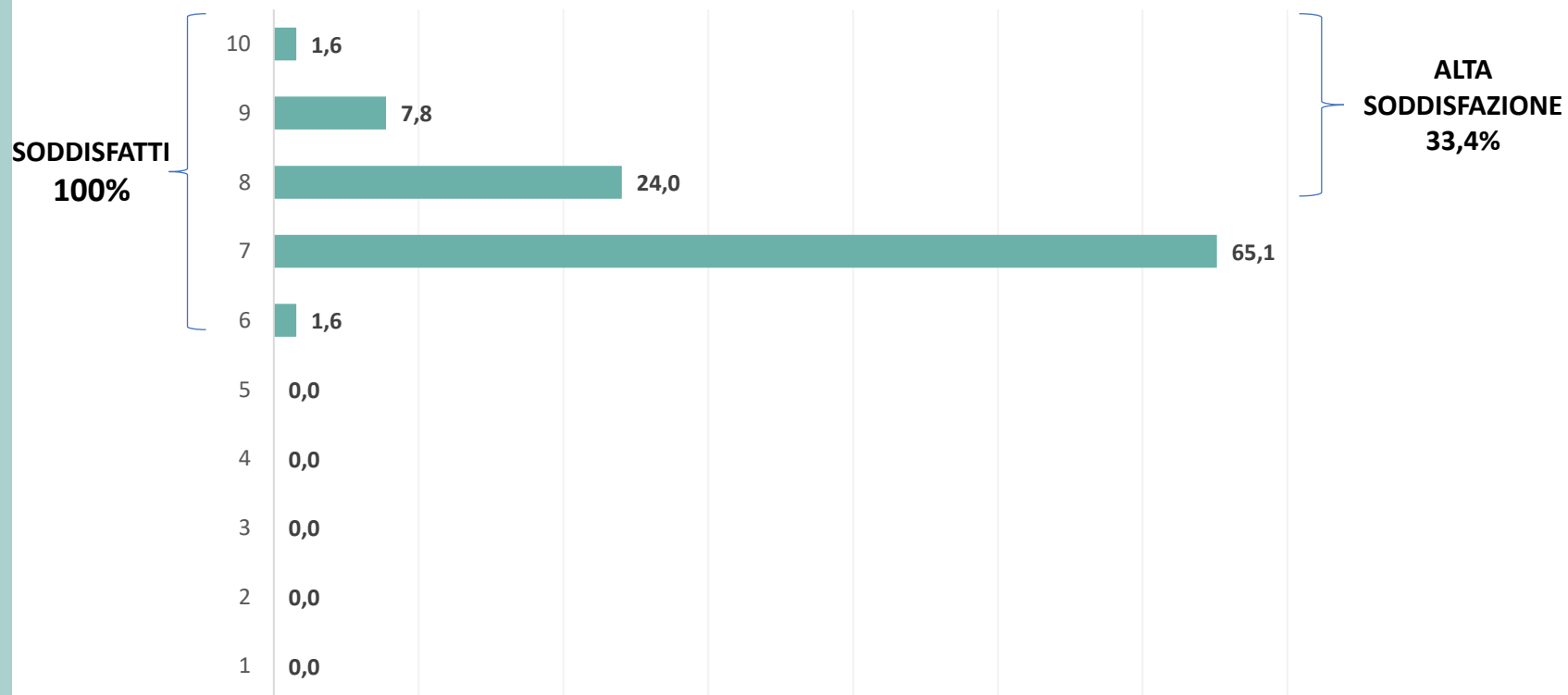
Sul **13,7%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SITO WEB

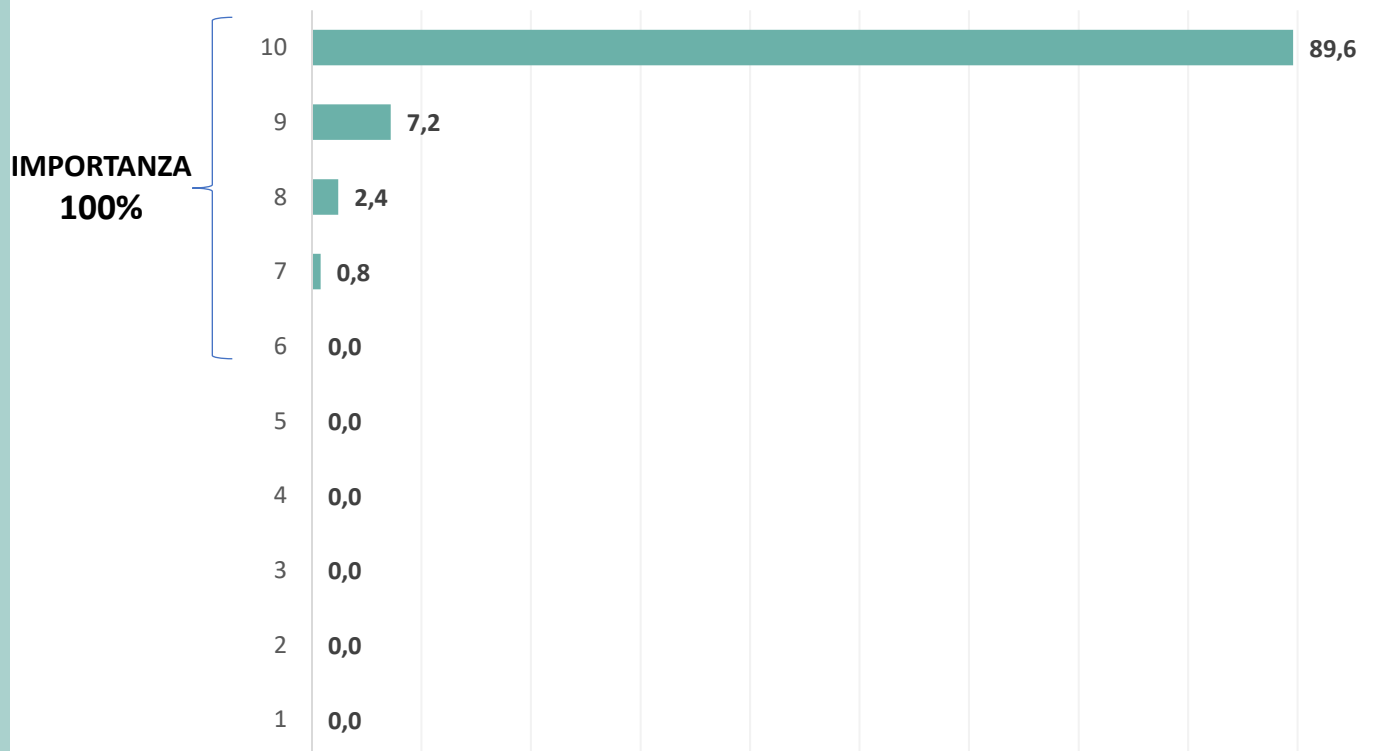
Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*

Sul 13,7% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



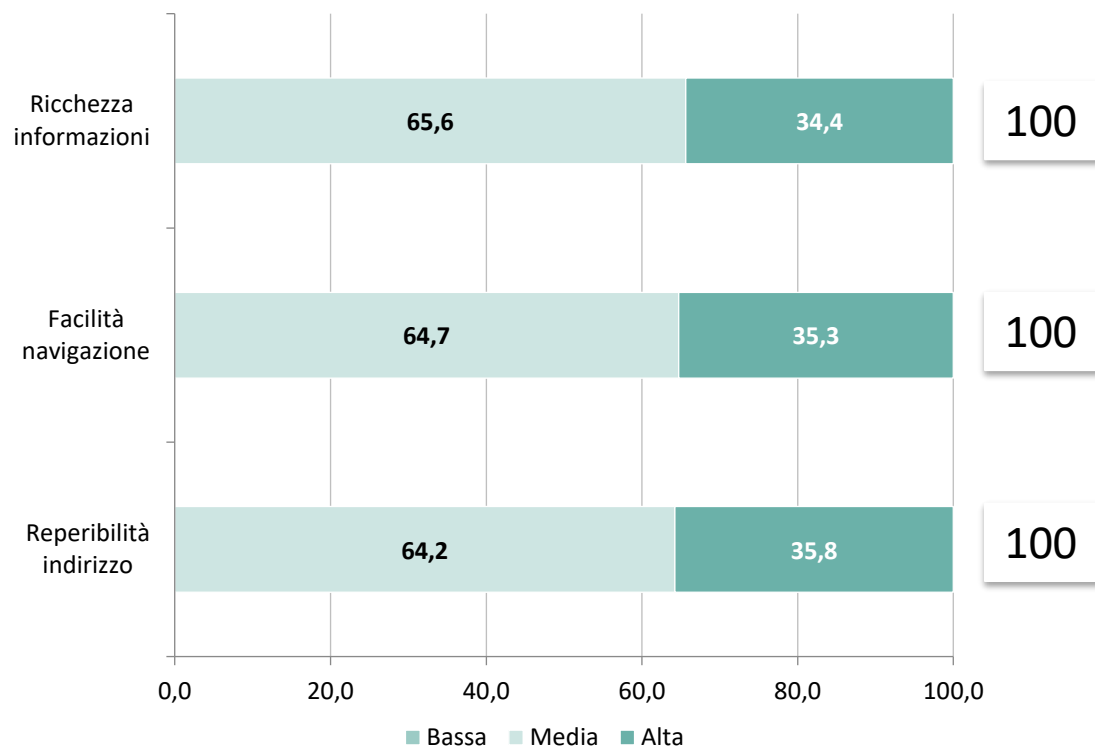
SITO WEB

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità
Sul 13,7% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SITO WEB

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

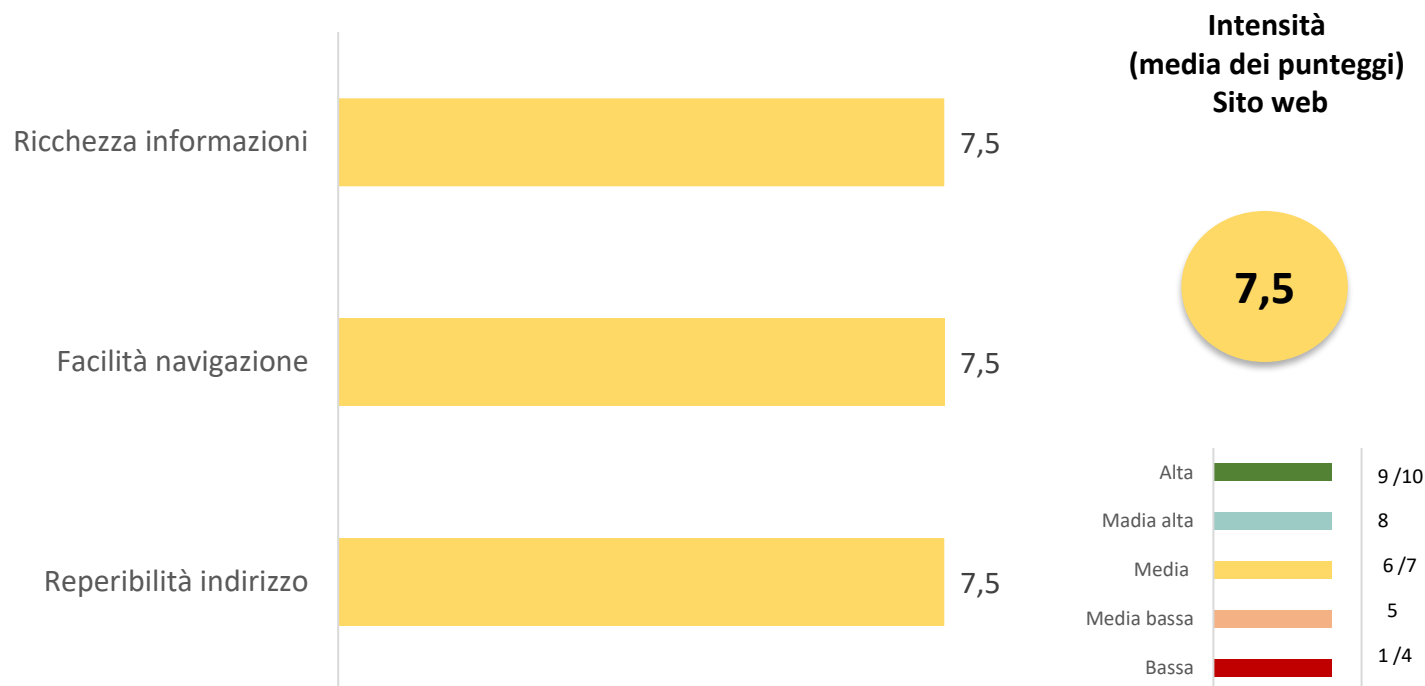


Indice % MEDIA di soddisfazione Sito Web

100

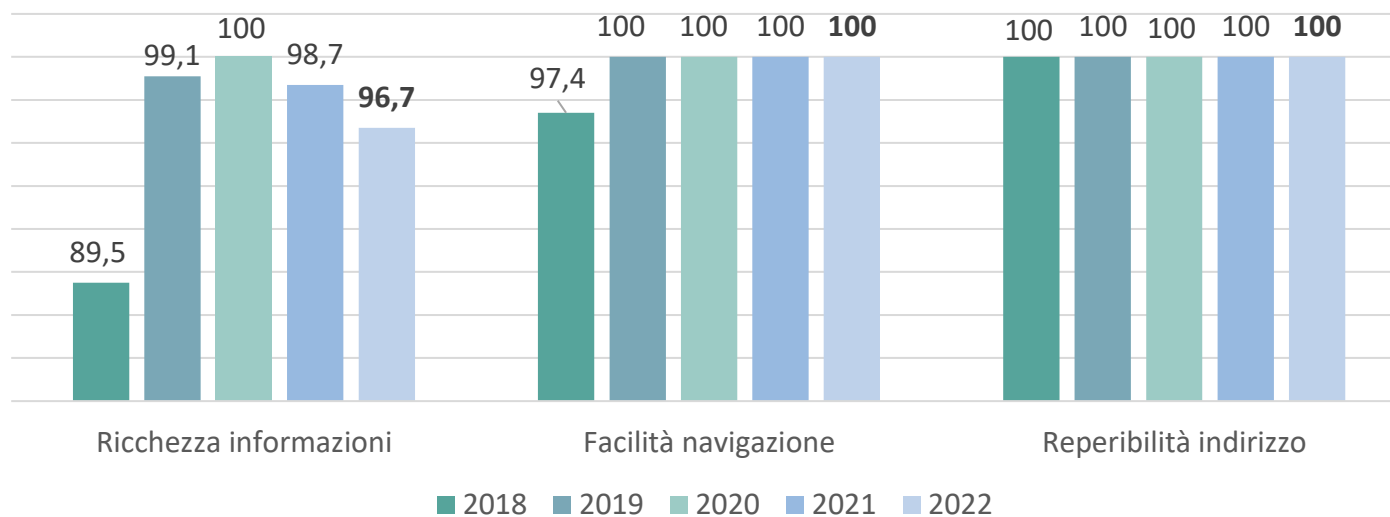
SITO WEB

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



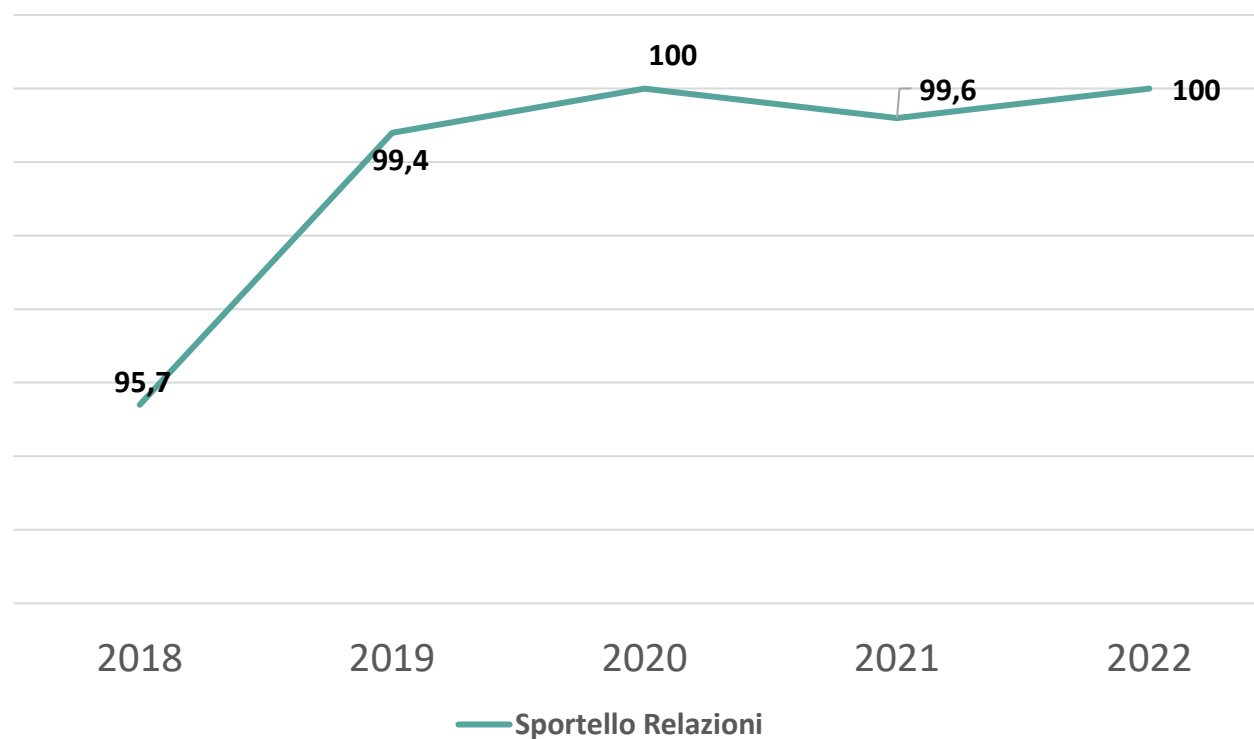
SITO WEB – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE



SITO WEB – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE



SITO WEB

Considerazioni

Quest'anno vediamo che si è praticamente raddoppiato il numero delle persone che rispondono di aver fatto uso della pagina web di Ecolan (da 7,8 a 13,7%).

Sempre con numeri bassi per avere una certezza statistica, il trend visto negli anni passati si ratifica. Anzi, quasi si raddoppia la percentuale di Alta Soddisfazione per tutti e tre i sub-fattori sotto analisi.

La soddisfazione generale, intanto, raggiunge il 100% in ciascun sub-fattore, che l'anno precedente era alta ma non a questo punto, raggiunto già nel 2020.

L'intensità anche cresce, sempre nella fascia Media, ma passa da 7,3 a 7,5.

Un fattore che si dimostra in crescita, soprattutto per la crescita di utenti che fa sperare un probabile rinforzamento di questo numero, per il quale la struttura tecnica sembra pronta ad affrontare.

All'ascolto non ci sono segnalazioni.

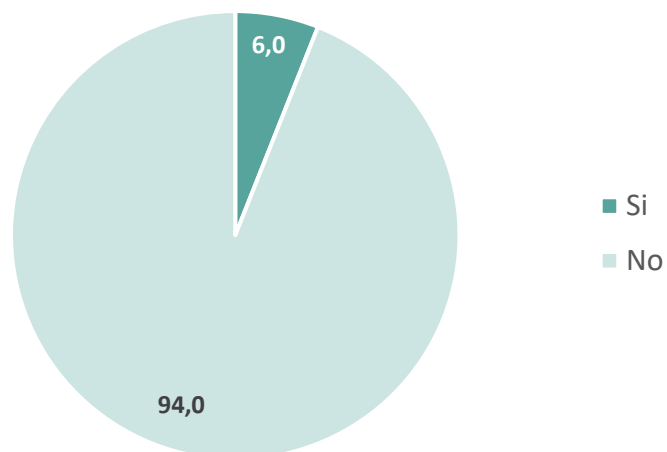
Valutazione importanza e soddisfazione SPORTELLI RELAZIONI



- ✓ Tempo di attesa per parlare con l'operatore
- ✓ Cortesia dell'operatore
- ✓ Competenza dell'operatore
- ✓ Orari di apertura dello sportello

SPORTELLO RELAZIONI

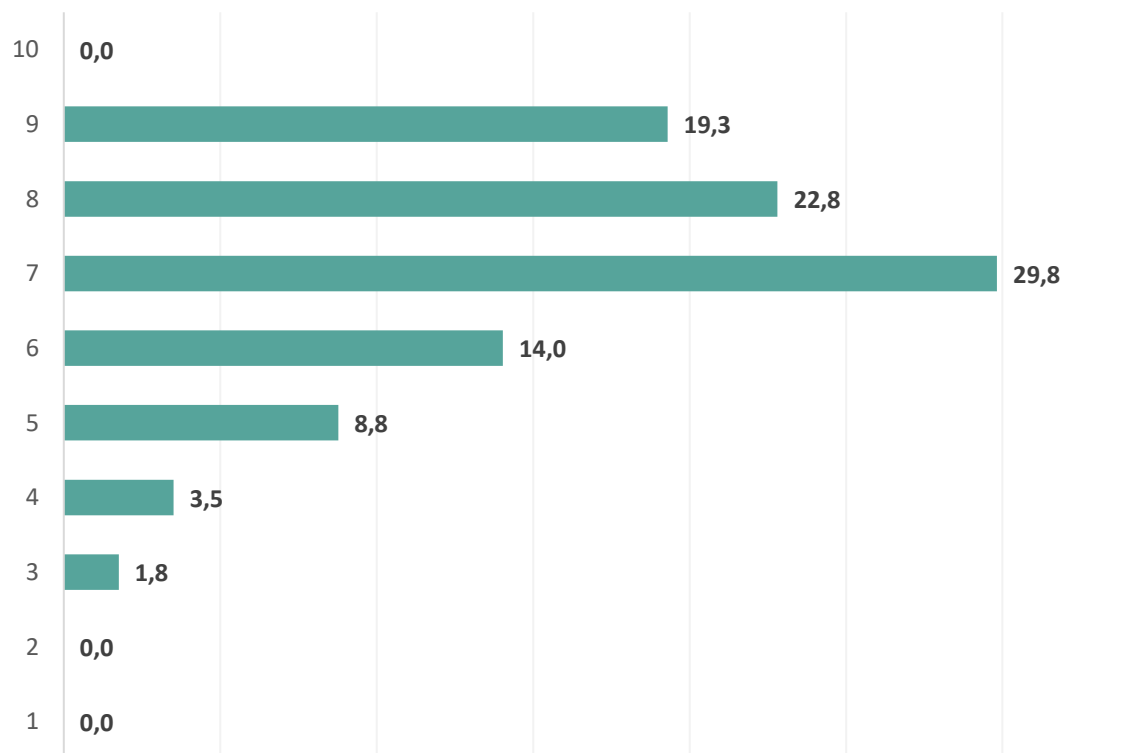
Ha mai usufruito dello sportello relazioni?



SPORTELLI RELAZIONI

Tempo di attesa per parlare con l'operatore

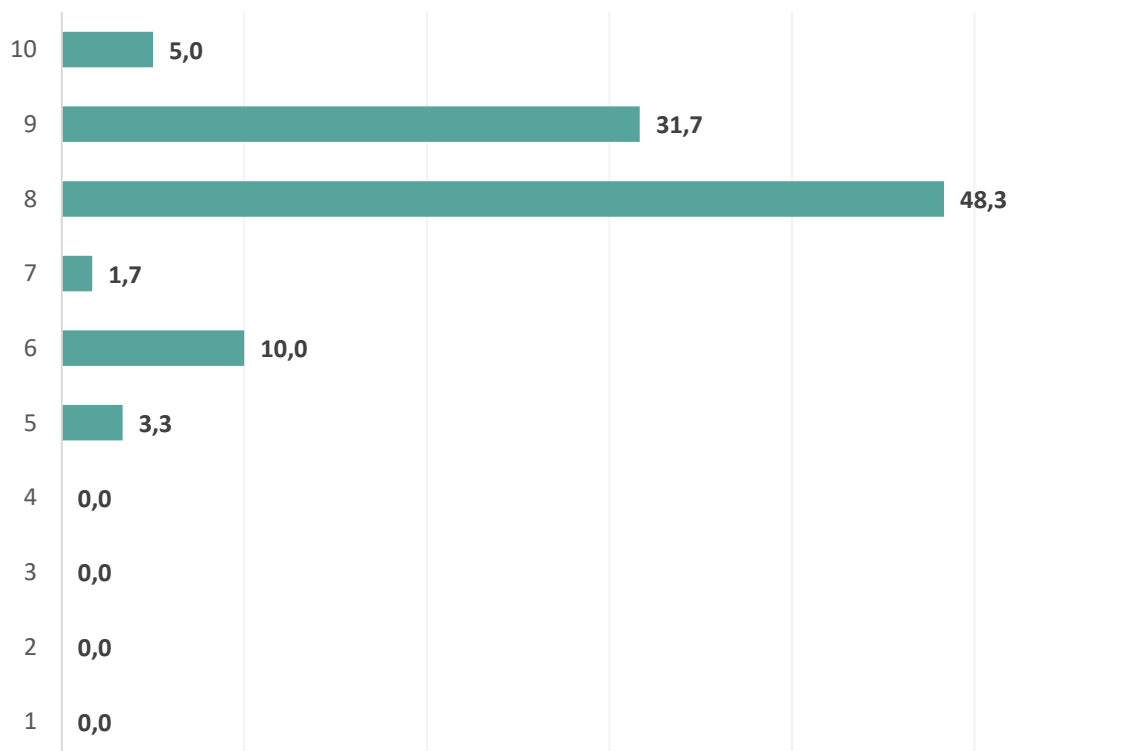
Sul **6,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SPORTELLO RELAZIONI

Cortesia dell'operatore

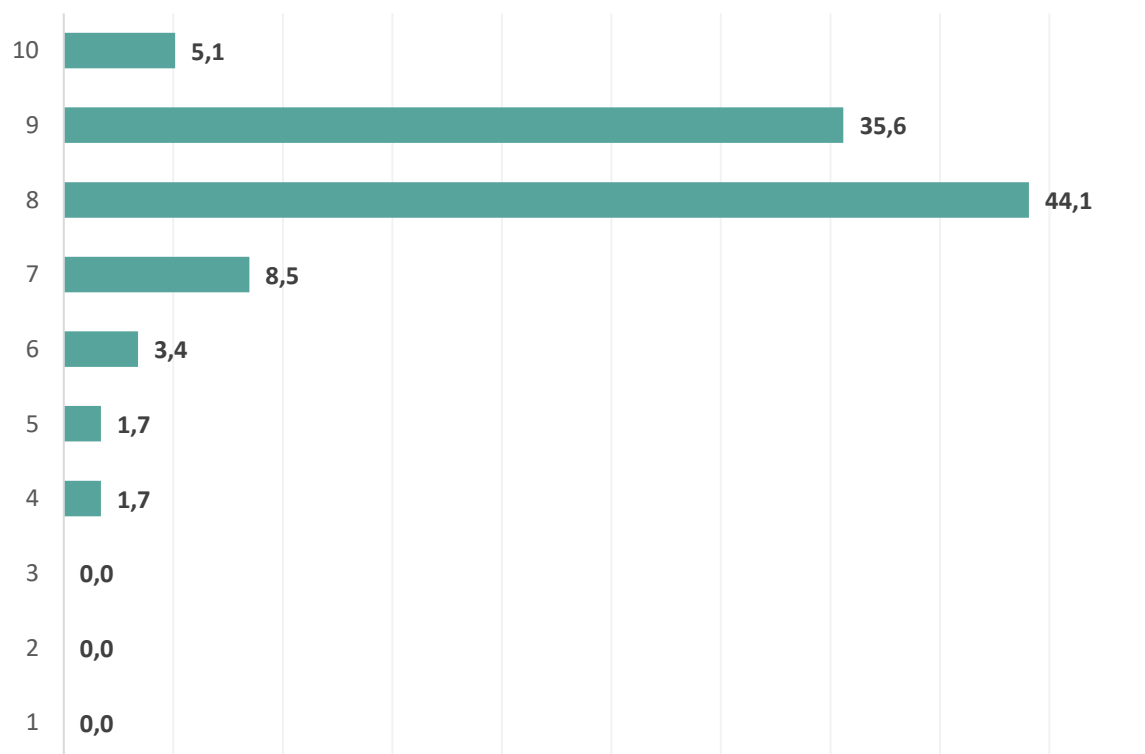
Sul **6,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SPORTELLO RELAZIONI

Competenza dell'operatore

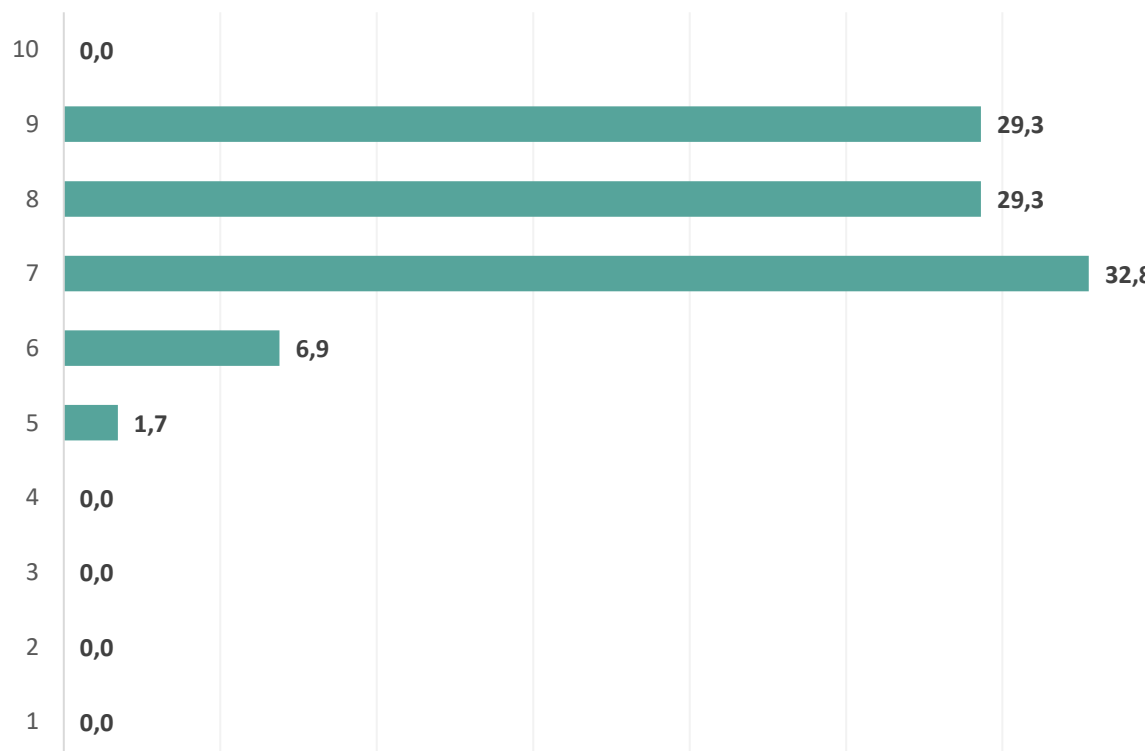
Sul 6,0% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SPORTELLI RELAZIONI

Orari di apertura dello sportello

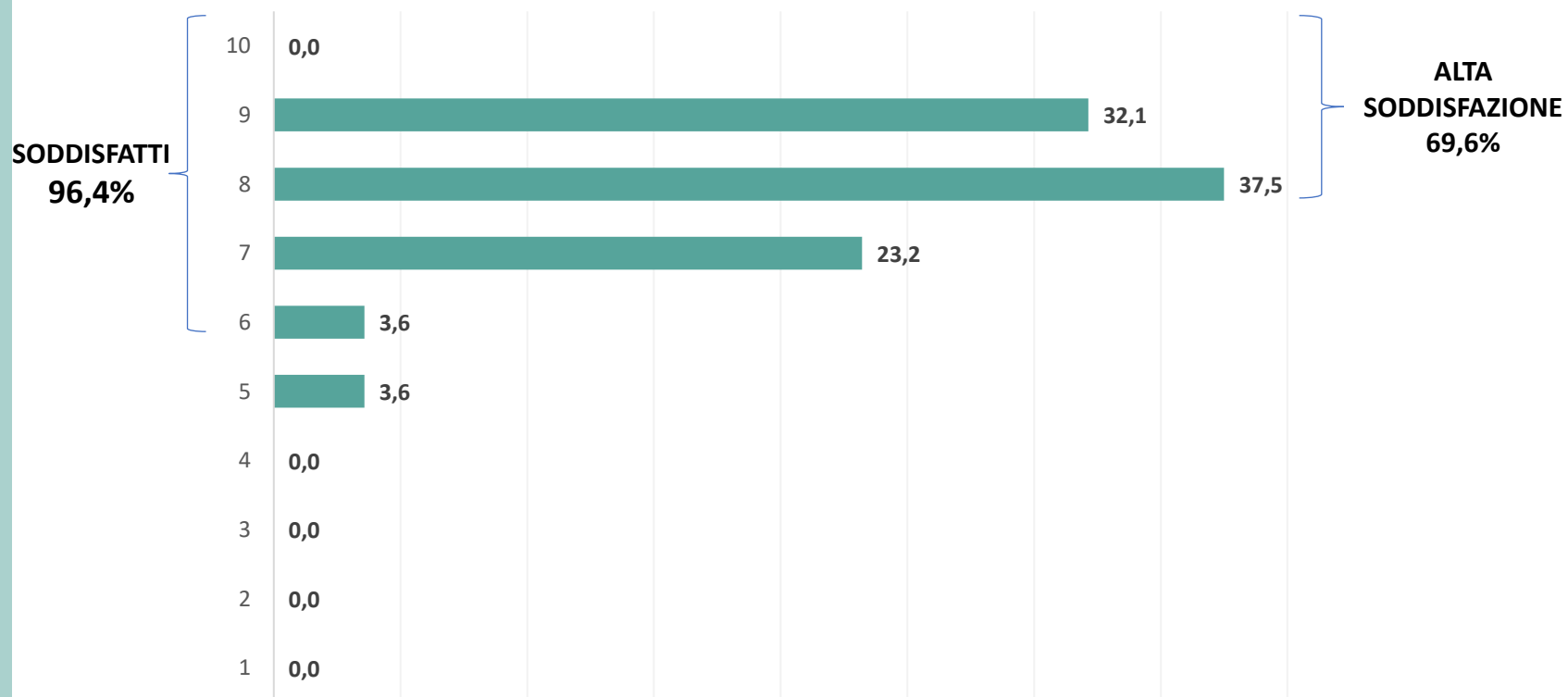
Sul **6,0%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SPORTELLI RELAZIONI

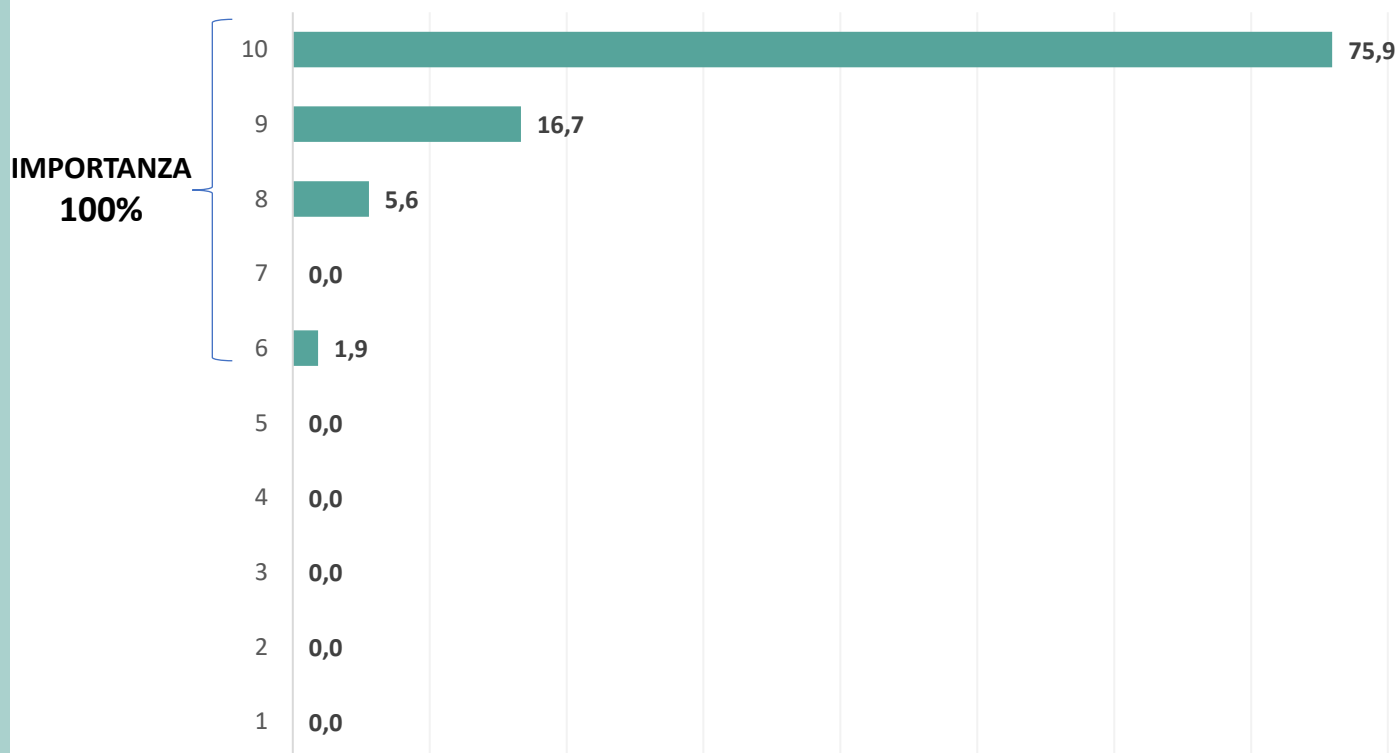
Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*

Sul 6,0% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



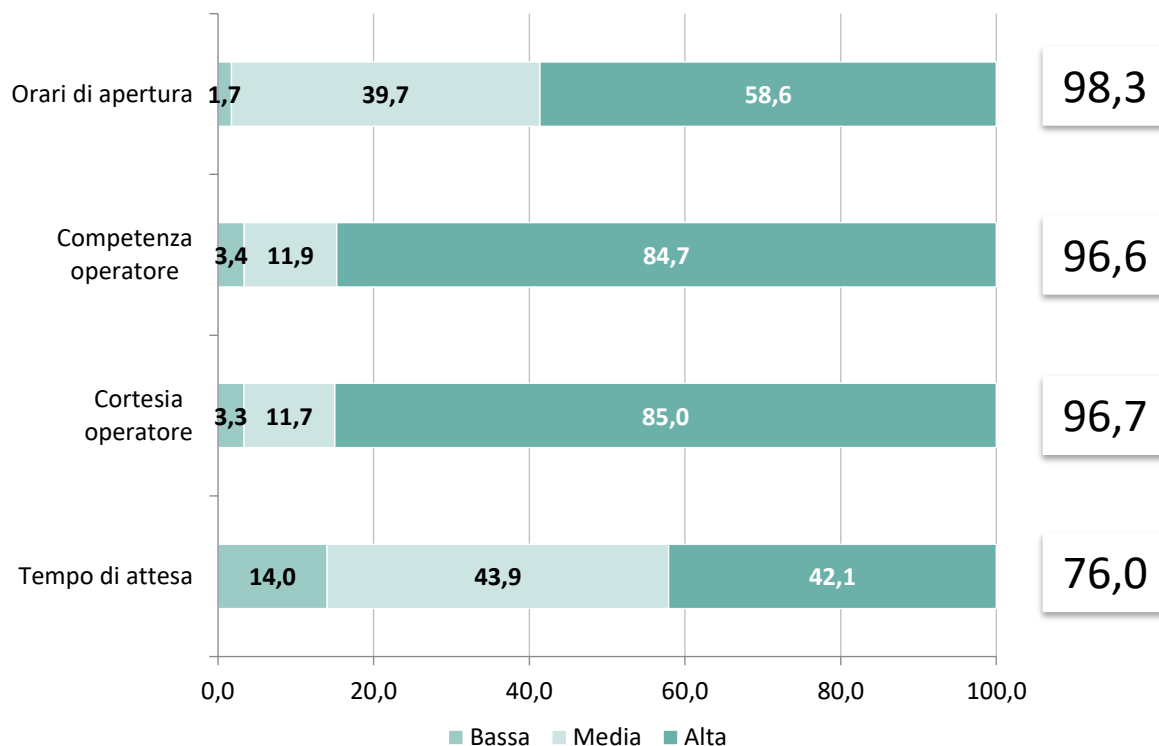
SPORTELLO RELAZIONI

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità
Sul 6,0% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



SPORTELLO RELAZIONI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

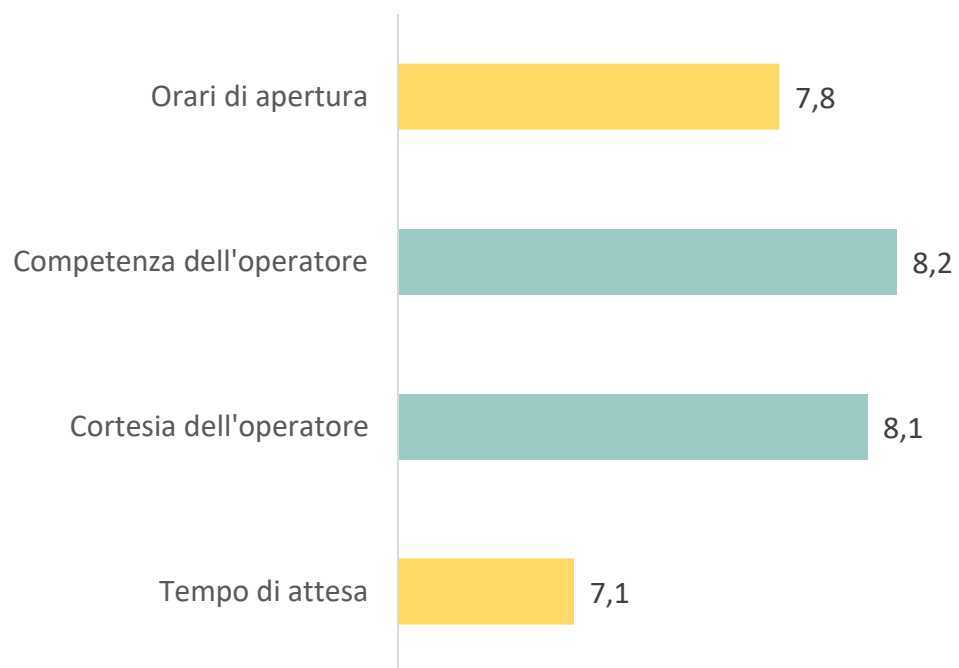


Indice % MEDIA di soddisfazione Sportello Relazioni

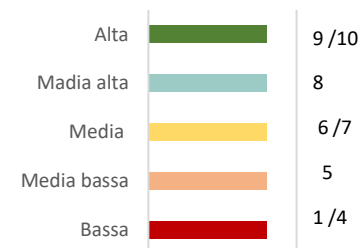
94,4

SPORTELLI RELAZIONI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

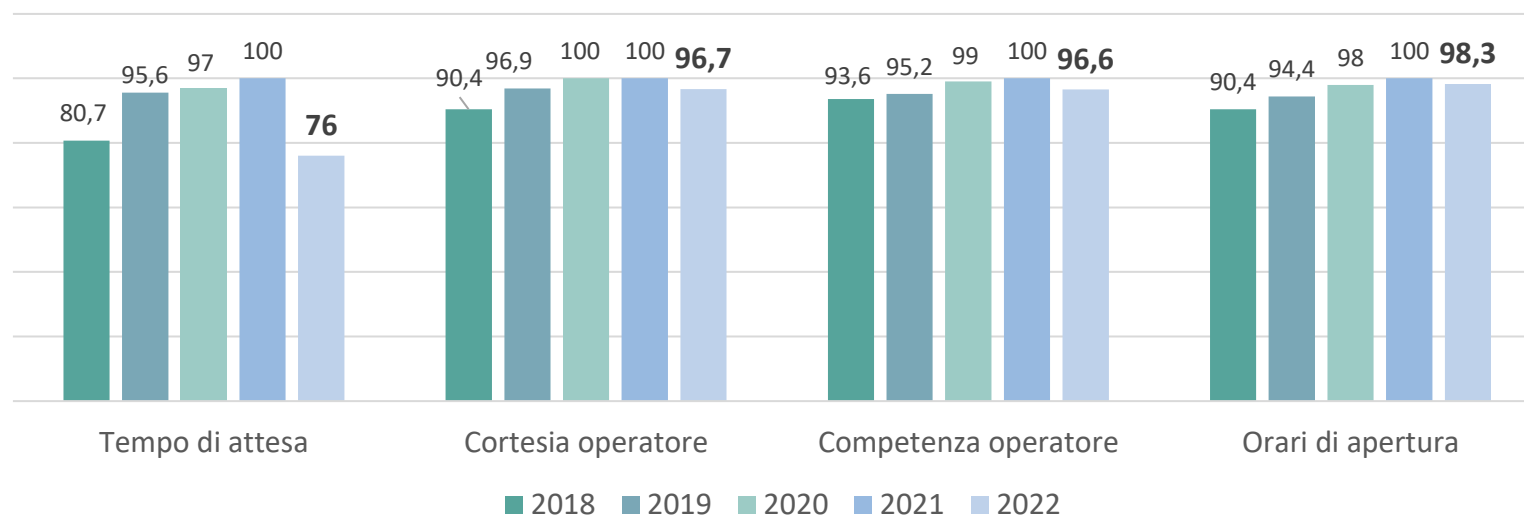


Intensità
(media dei punteggi)
Sportello relazioni



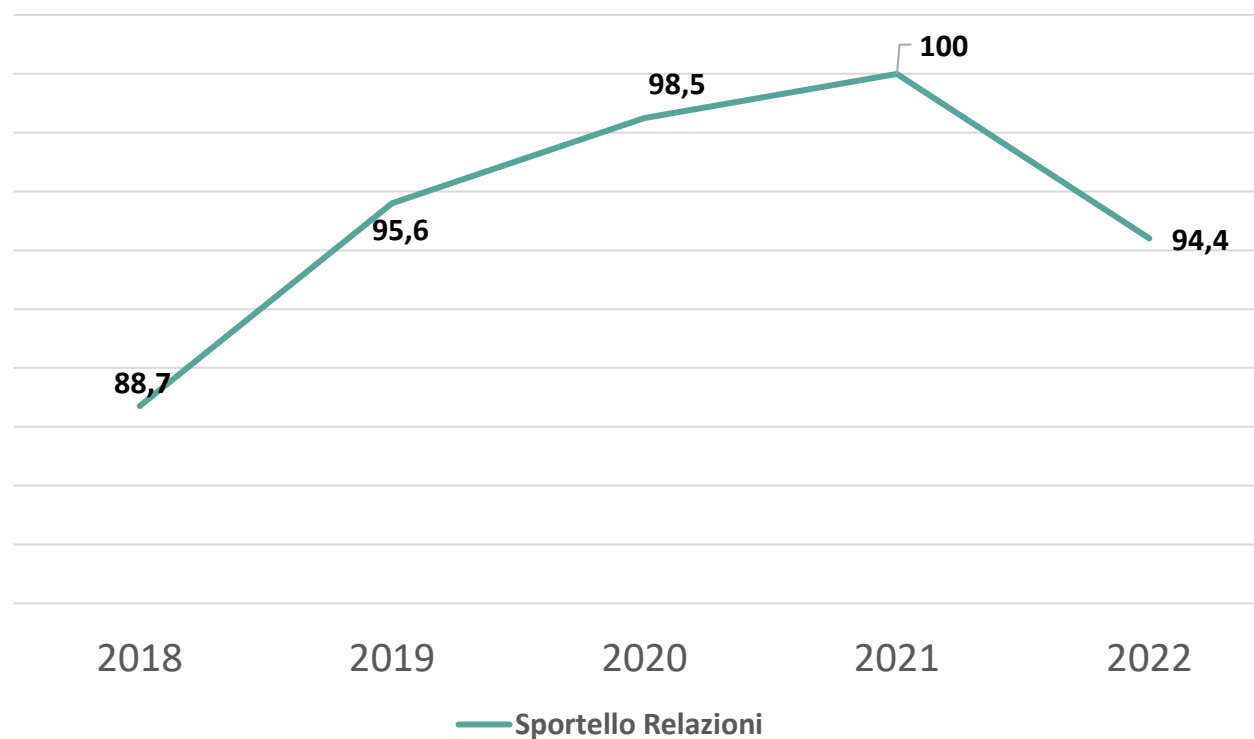
SPORTELLI RELAZIONI – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE



SPORTELLI RELAZIONI – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE



SPORTELLI RELAZIONI – TREND 2018 / 2022

Considerazioni

Anche lo sportello ha una quantità raddoppiata di risposte rispetto all'anno scorso. Ancora poche per una certezza, ma comunque utili.

Probabilmente questa crescita dell'utilizzo dello sportello mostra i limiti della struttura, perché di tutti i sub-fattori, che in generale mostrano una discesa di circa 3-4 punti percentuali rispetto del 2021, il «Tempo di attesa» segna un forte crollo di consensi, che spinge verso il basso l'intero fattore e si dimostra una criticità.

Nel 2021 tutti i sub-fattori arrivarono al 100%, con la solita minore intensità in certi sub-fattori, che segnalavamo come spazi su cui lavorare.

Di fatto, in vista di quella crescita della soddisfazione generale in tutto il settore, rimaneva punto di attenzione il livello dei «Tempi di attesa per parlare con l'operatore», così come per gli «Orari di apertura».

Quest'anno gli «Orari di apertura» segnano un consenso più alto del resto, anche superando i più forti precedenti, che erano gli Operatori. Questi però, rimangono più intensamente soddisfacenti del resto.

Si è invertita la tendenza a recarsi allo sportello. Nell'anno 2019, l'11,0% dei rispondenti, nel 2020 intorno all'8,0% , nel 2021 intorno al 3% ed ora 6%.

Superata la crisi COVID19, probabilmente gli utenti sentono che sia il momento di tornare alla gestione presenziale.

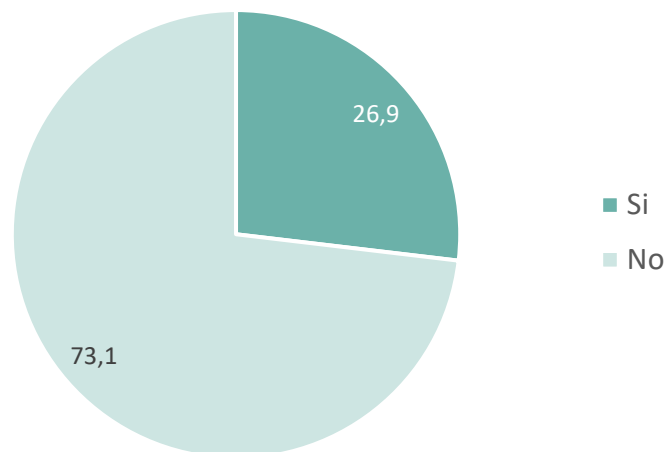
Valutazione importanza e soddisfazione NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

- ✓ Tempo di attesa per parlare con l'operatore
- ✓ Cortesia dell'operatore
- ✓ Competenza dell'operatore



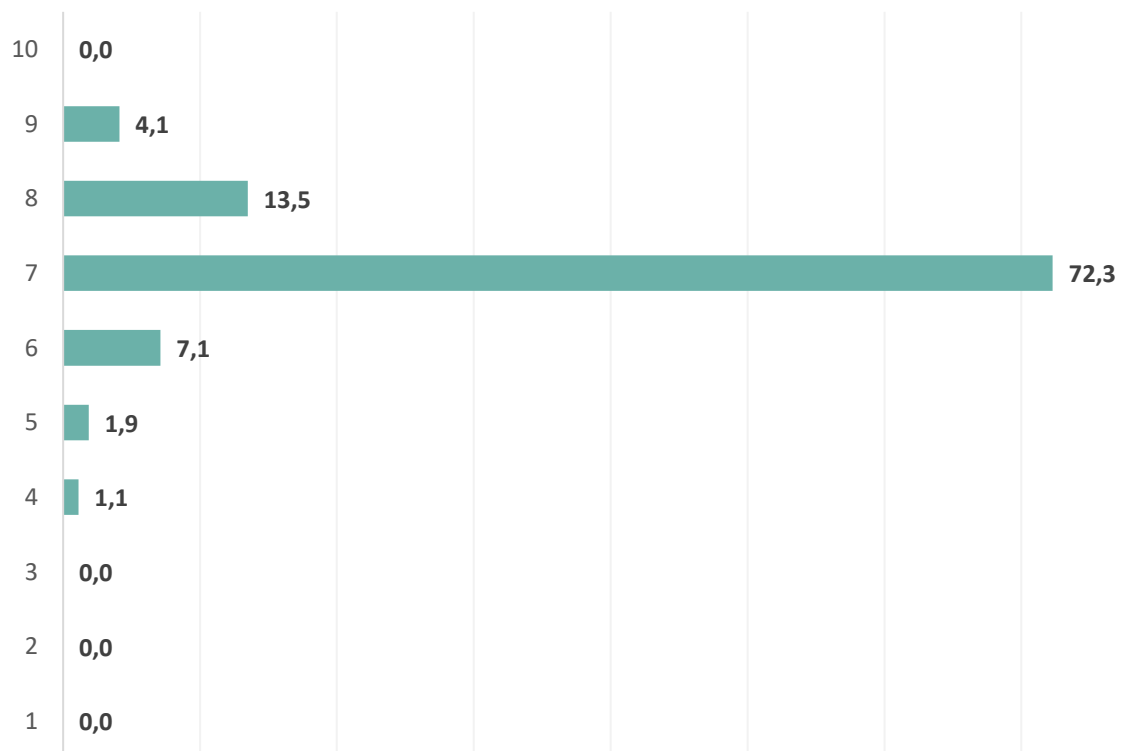
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Ha mai chiamato il numero verde per la raccolta?



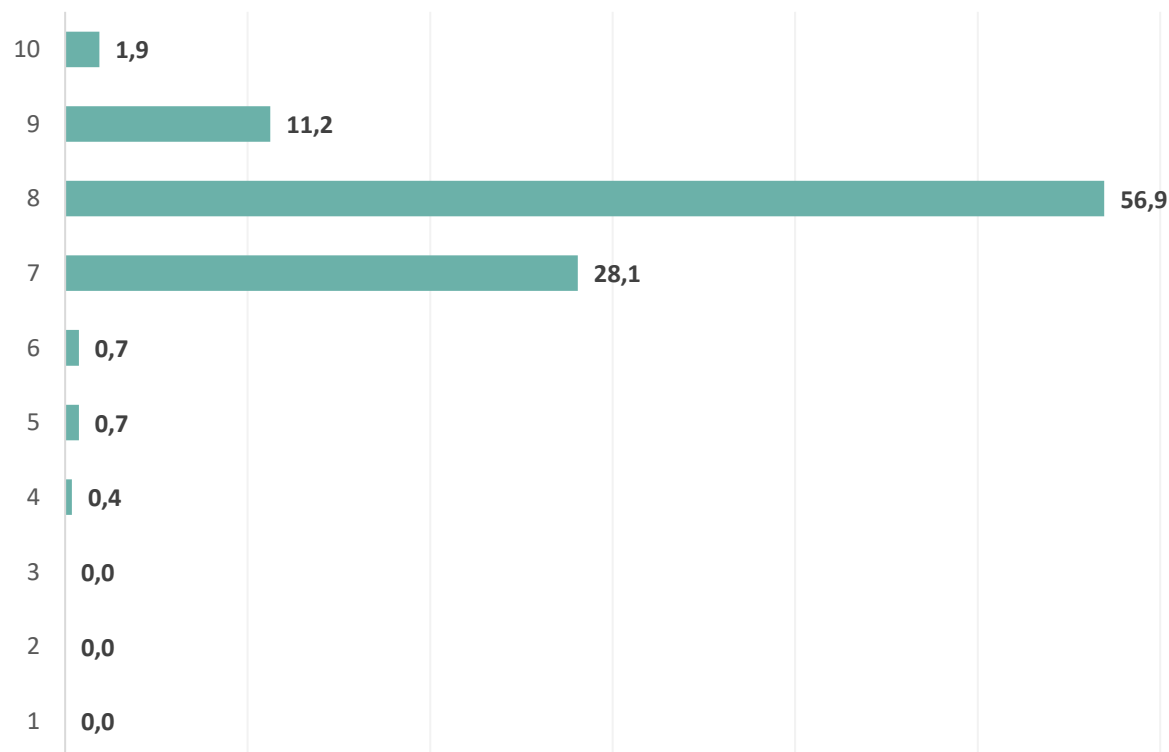
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Tempo di attesa per parlare con l'operatore



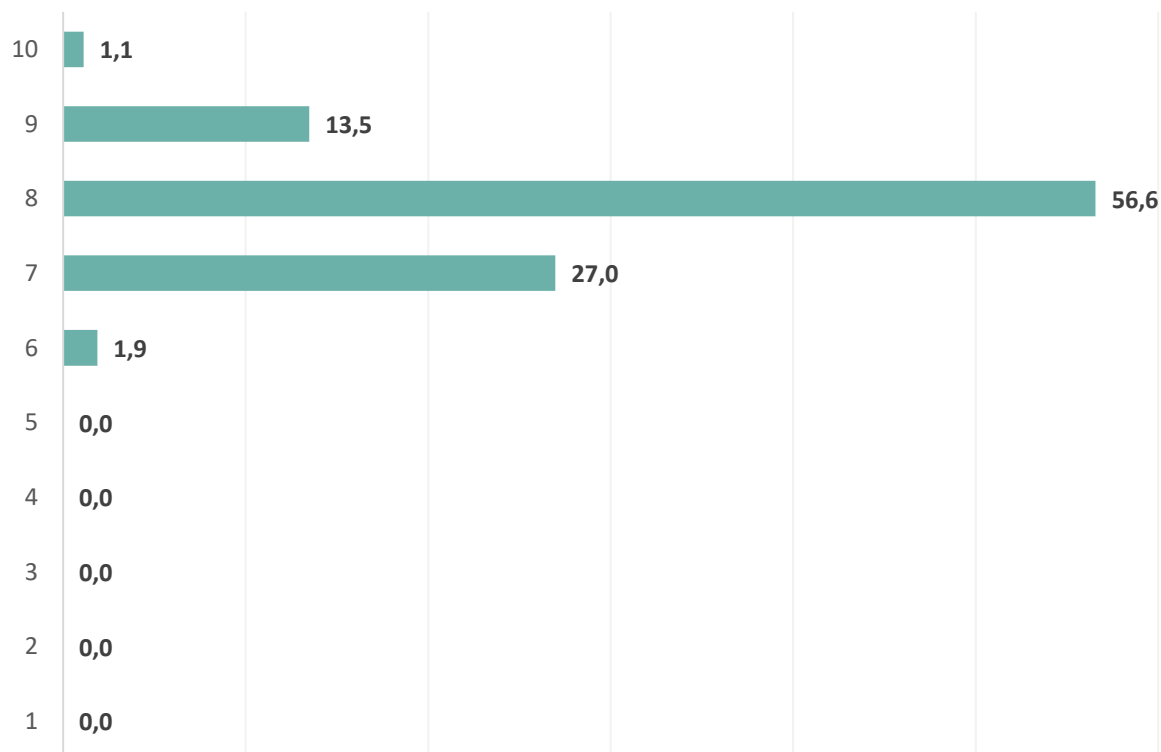
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Cortesia dell'operatore



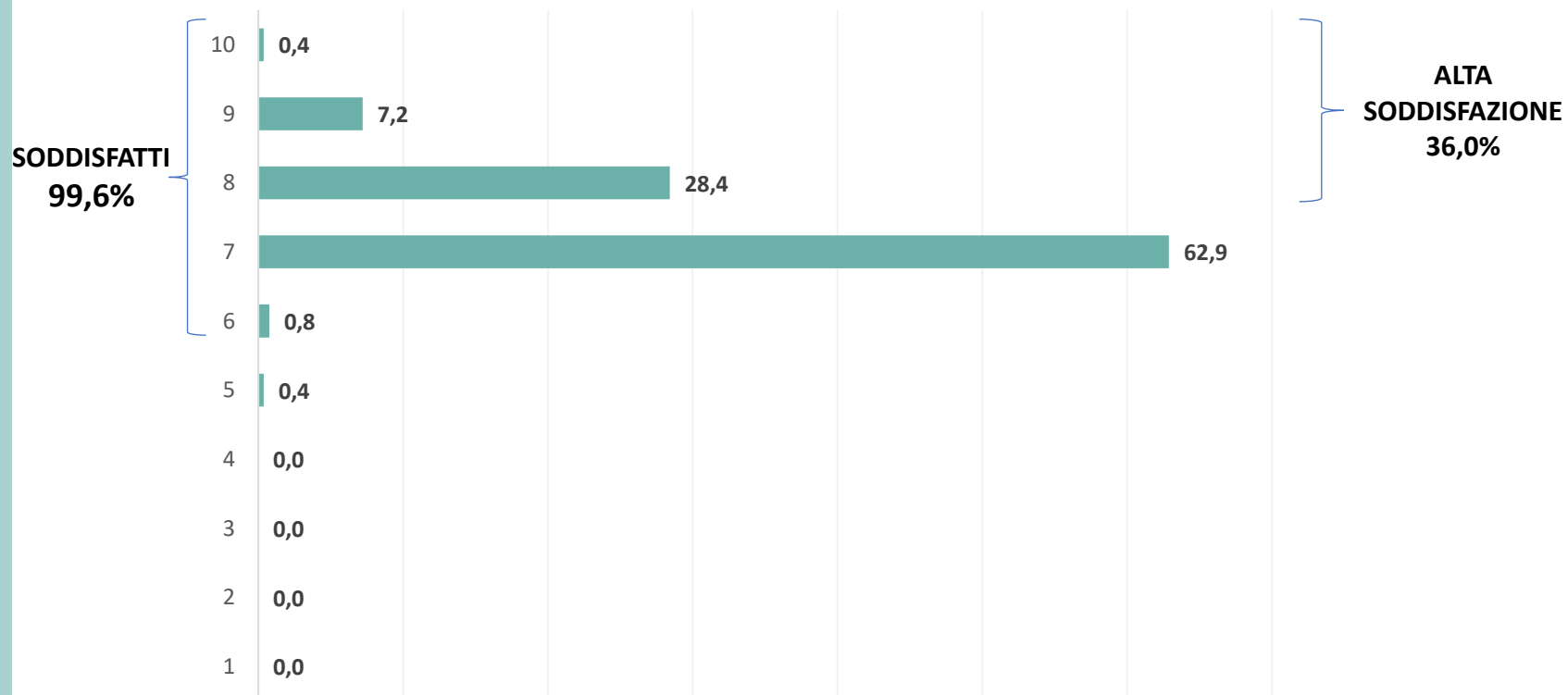
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Competenza dell'operatore



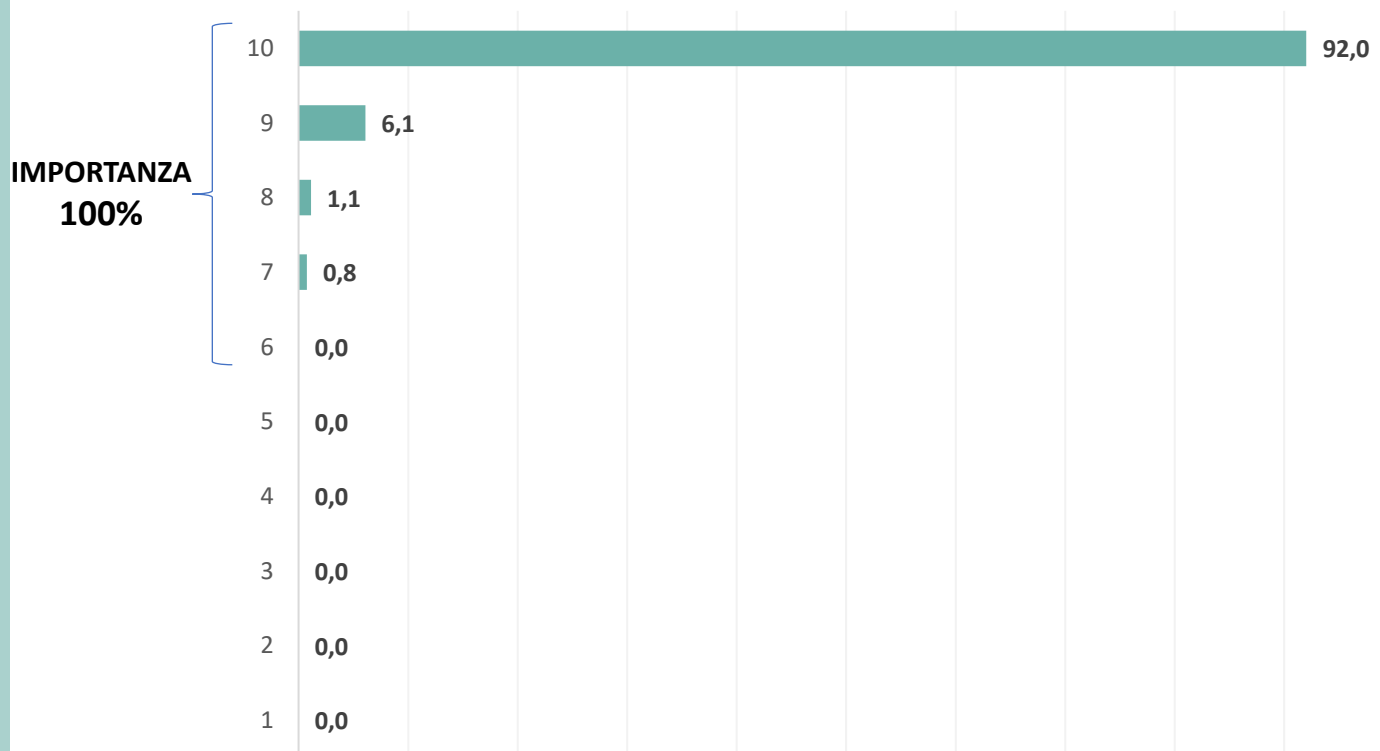
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



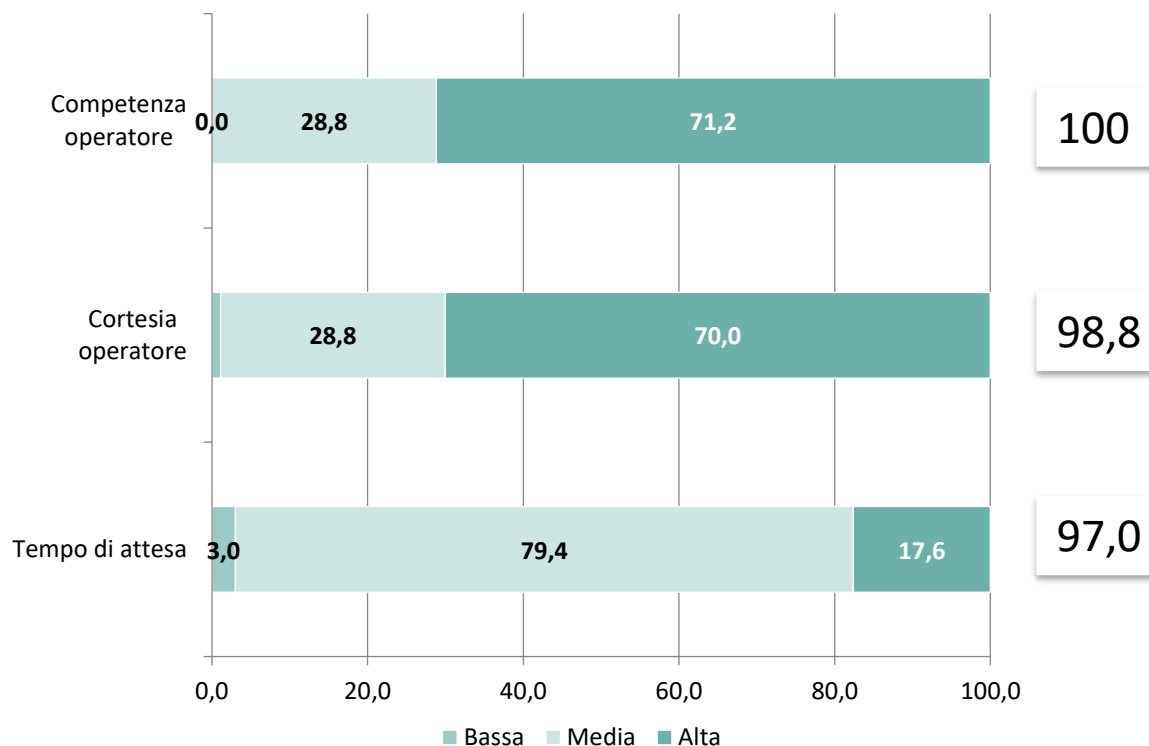
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

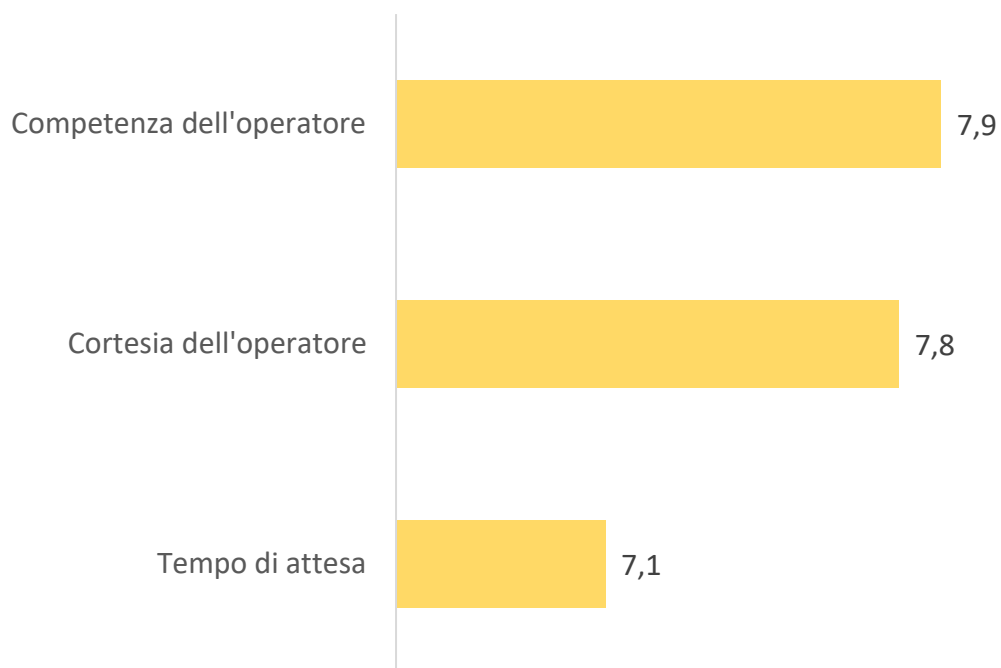


Indice % MEDIA di soddisfazione Numero verde

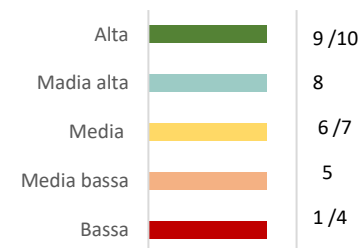
98,6

NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

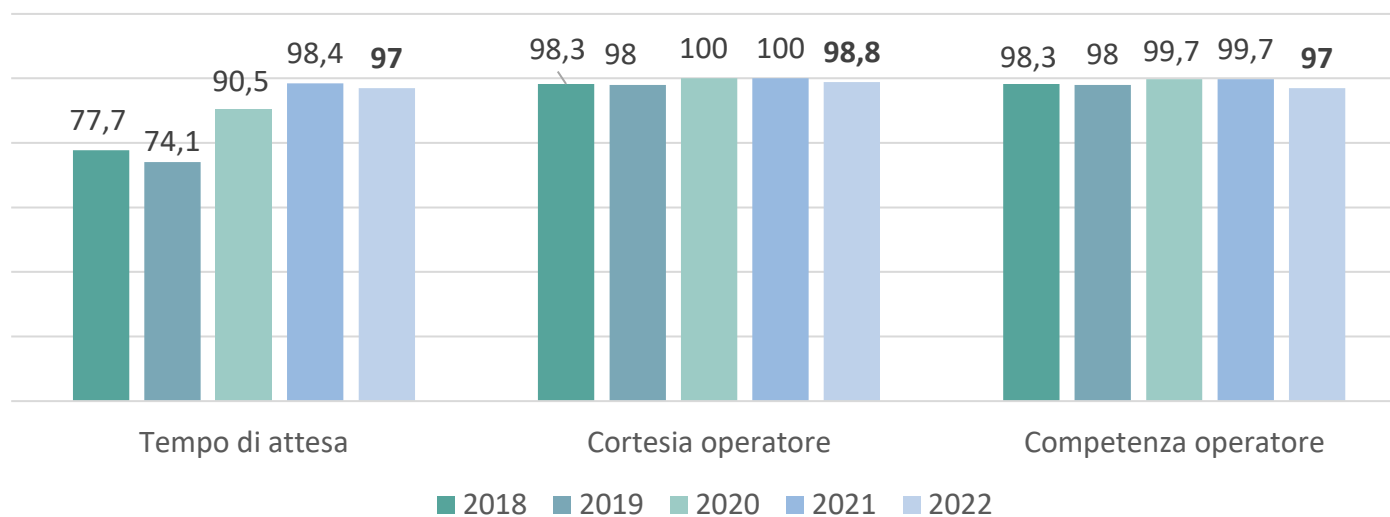


**Intensità
(media dei punteggi)
Numero verde
Attenzione Clienti**



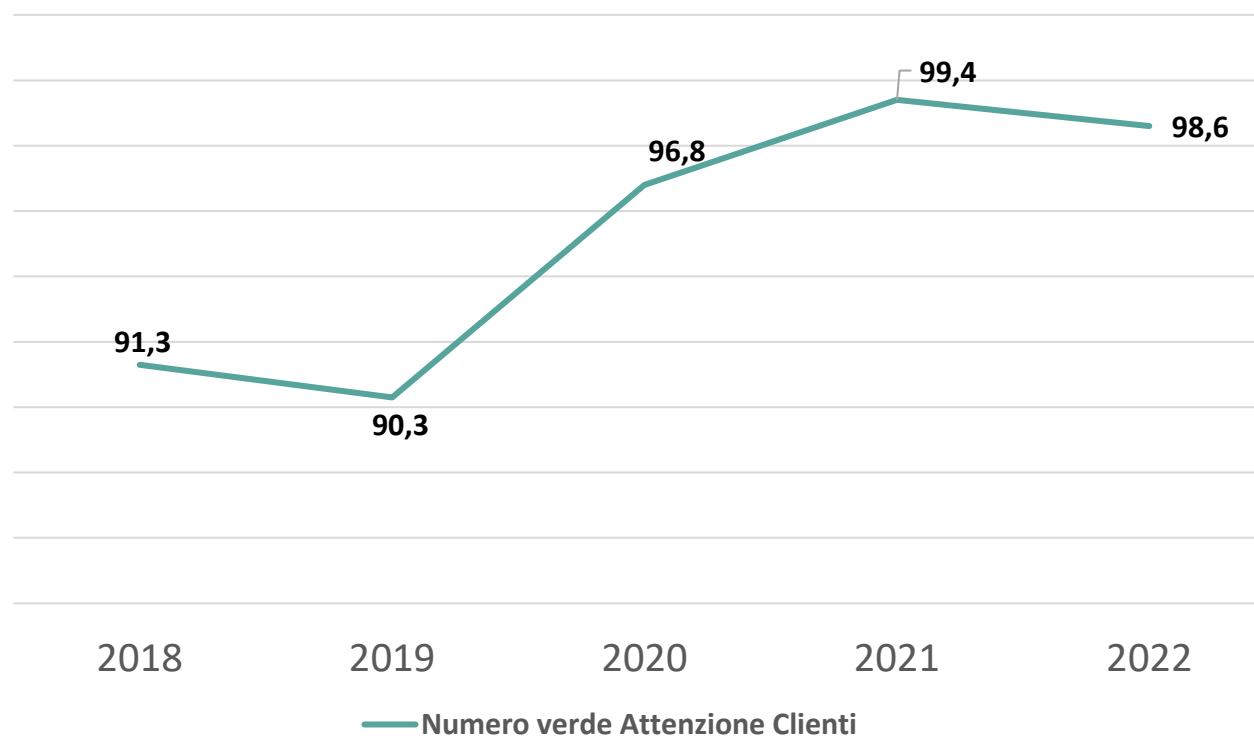
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE



NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

Vediamo quest'anno una piccola flessione della soddisfazione per quanto riguarda il Numero Verde.

L'anno scorso si erano raggiunti numeri molto incoraggianti, che nonostante la discesa di circa 0,8 punti, possono considerarsi stabili. Rimane sempre problematico il fattore tempistica per parlare con l'operatore, la cui «Cortesia» e «Competenza» rimangono sempre alte.

Anche l'intensità si abbassa e si scende uno scaglione per decimali, passando da Media-Alta a Media, con un punteggio di 7,6 contro l'8 tondo dell'anno scorso.

Più interessante, e da tenere in conto, è che quest'anno si sono rivolti al Numero Verde praticamente metà dei rispondenti del 2021. Questo, da una parte, è un sintomo positivo, perché probabilmente non c'è stato il bisogno di un supporto, ma dall'altro canto, con metà della domanda, il «Tempo di attesa» si dimostra più problematico di prima.

Rimane quindi un punto interrogativo che deve richiamare l'attenzione per prevenire possibili futuri problemi, nel caso la domanda diventi più forte e si debbano affrontare quelle situazioni.

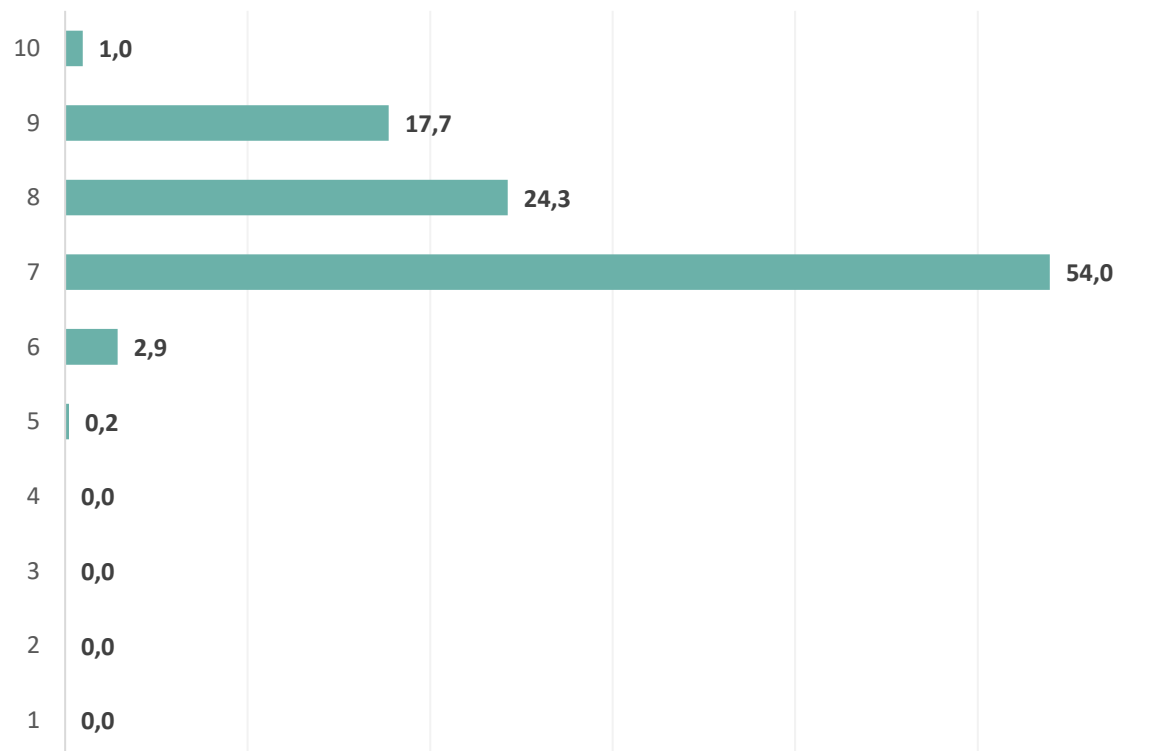
Valutazione importanza e soddisfazione COMUNICAZIONE



- ✓ Chiarezza calendario di raccolta
- ✓ Chiarezza opuscolo esplicativo
- ✓ Informazioni generali sulla raccolta differenziata
- ✓ Informazioni fornite ai cittadini sulle modalità di svolgimento del servizio

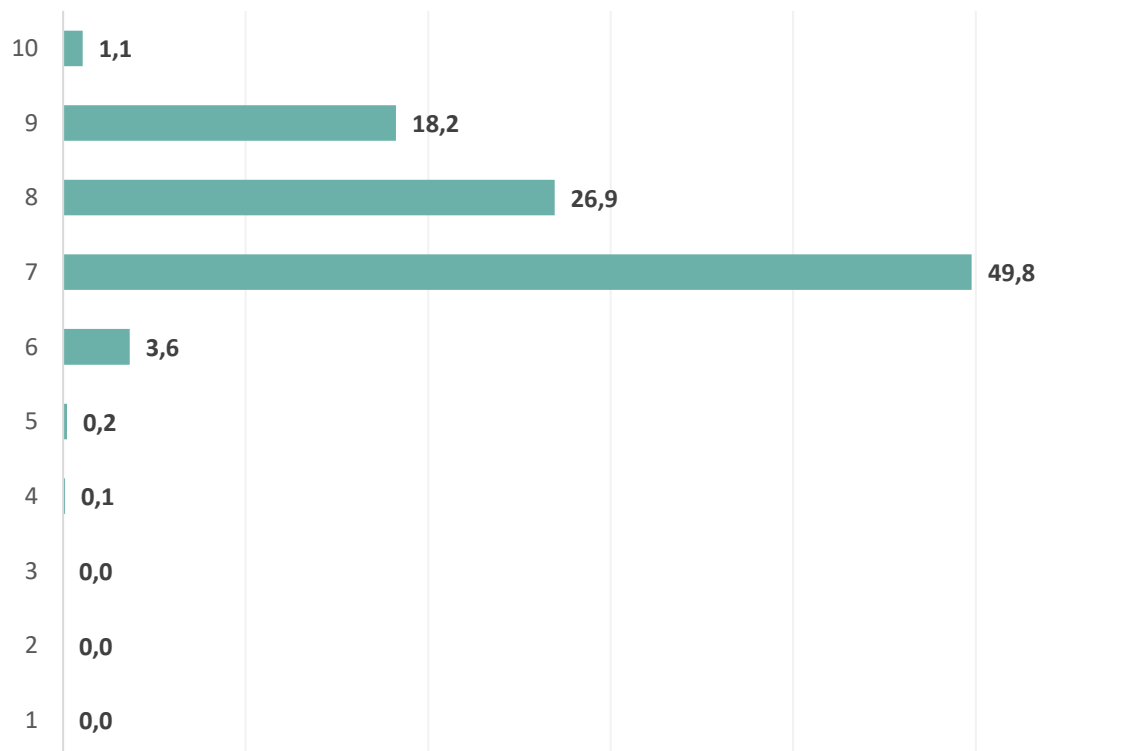
COMUNICAZIONE

Chiarezza calendario di raccolta



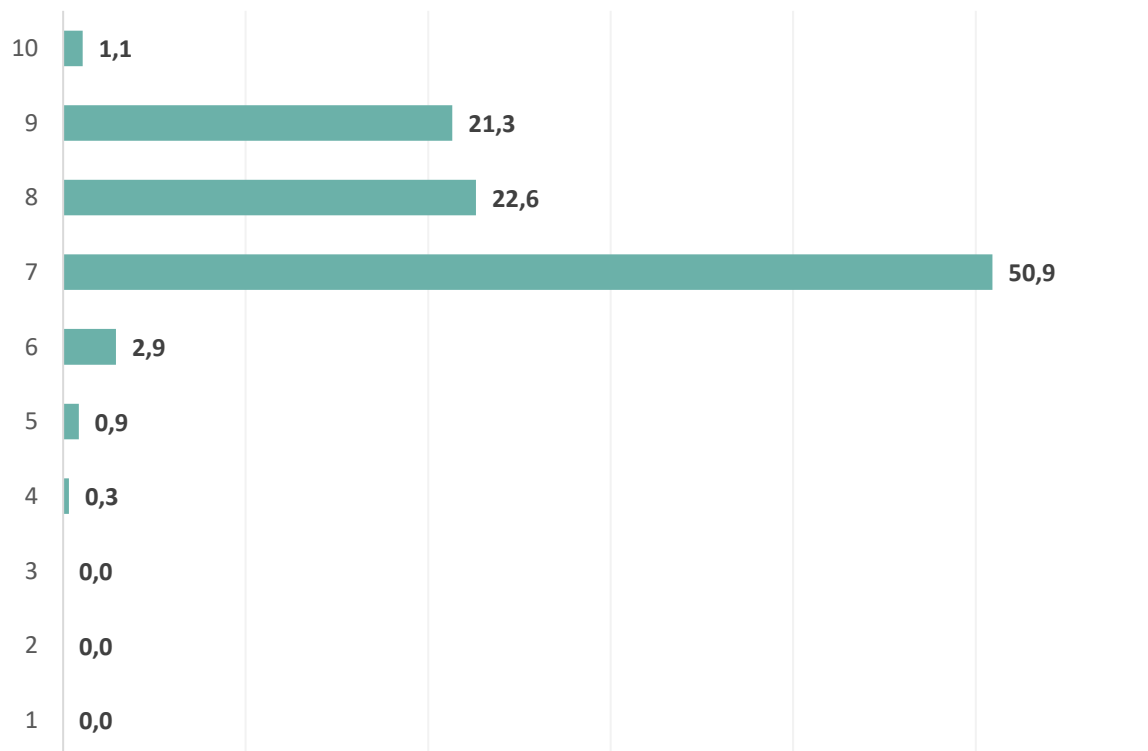
COMUNICAZIONE

Chiarezza opuscolo esplicativo



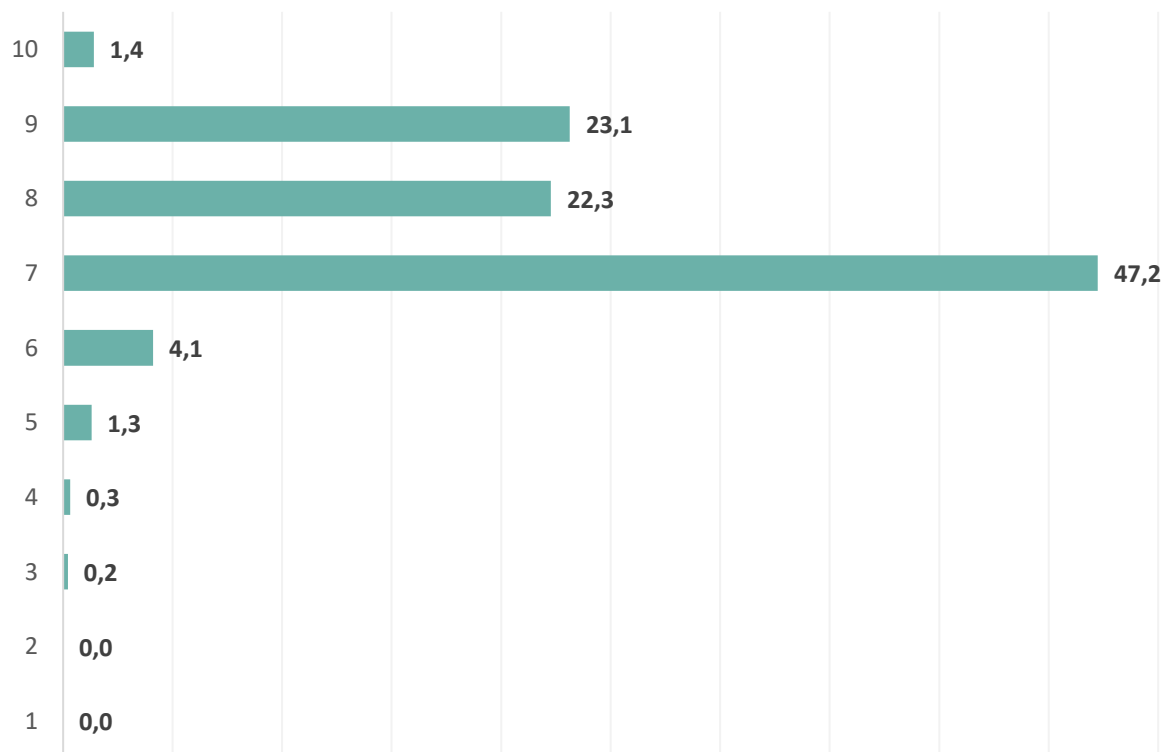
COMUNICAZIONE

Informazioni generali fornite sulla raccolta differenziata



COMUNICAZIONE

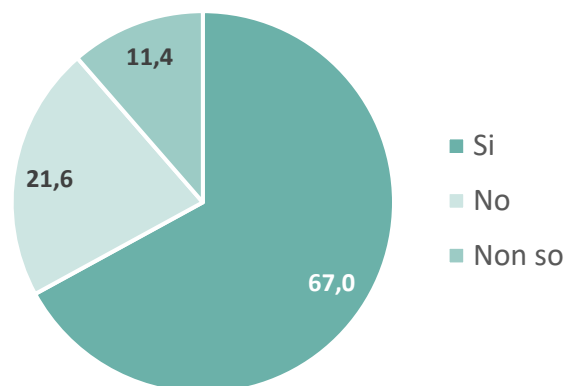
Informazioni fornite ai cittadini sulle modalità di svolgimento del servizio



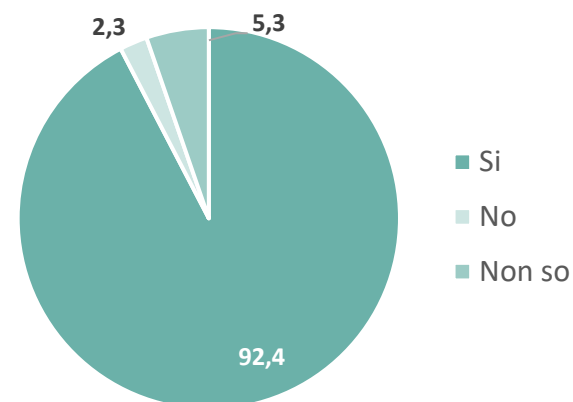
COMUNICAZIONE

Domanda all'intervistato

Ritiene necessario inasprire i controlli?

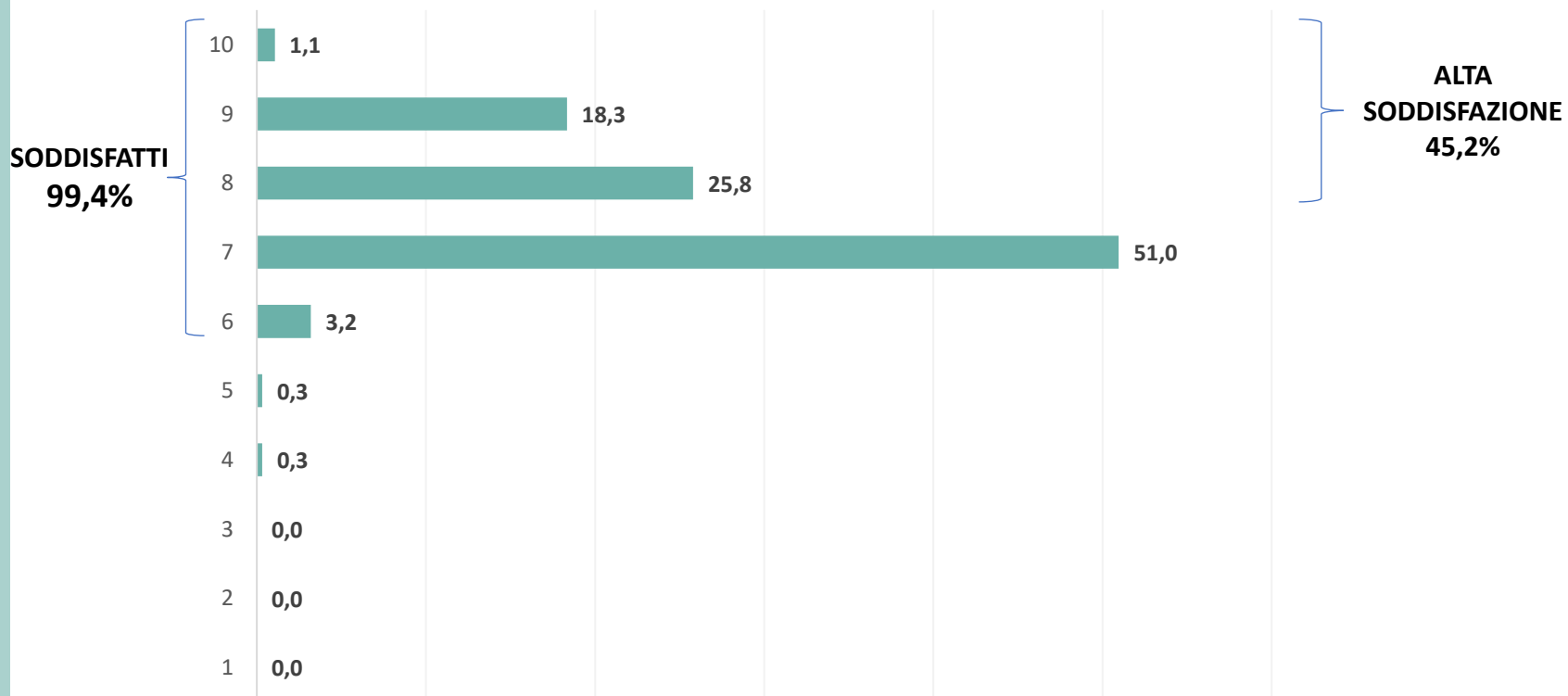


Ritiene necessario fare campagne educative?



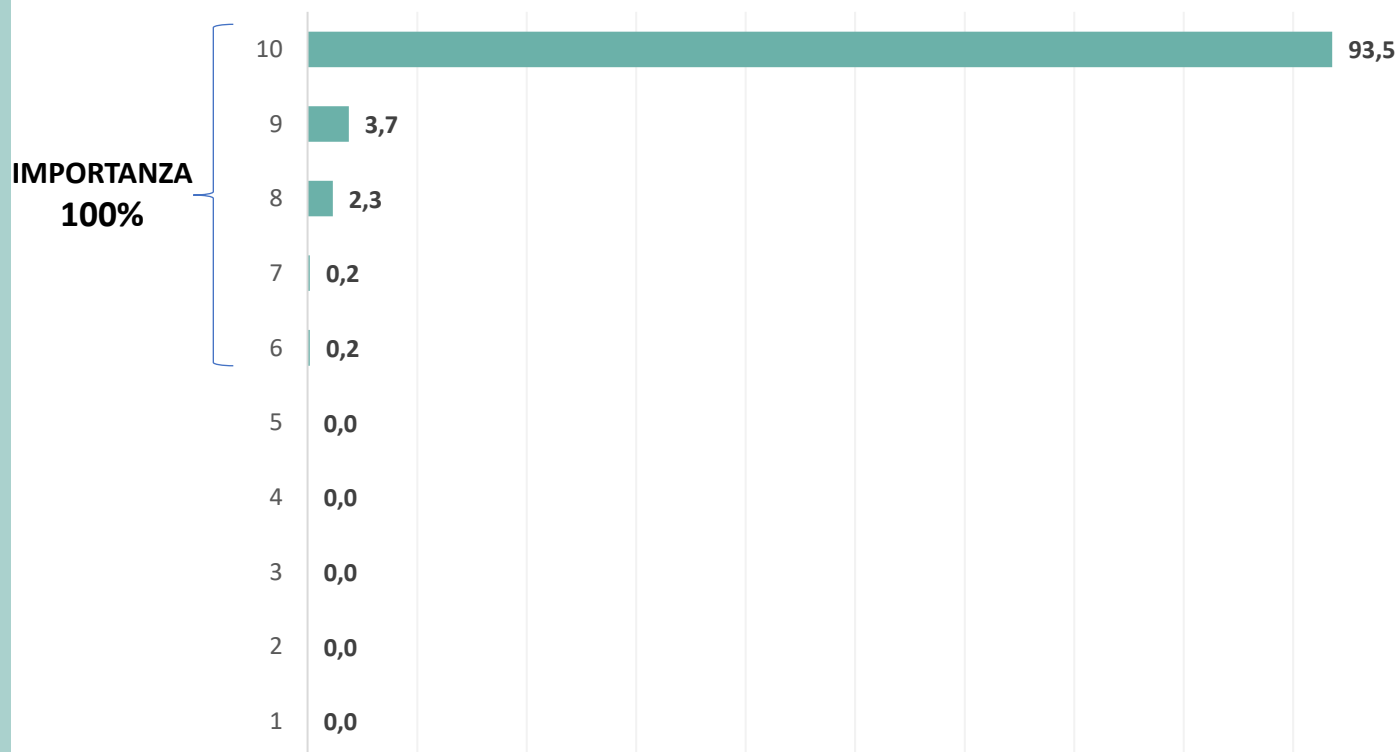
COMUNICAZIONE

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



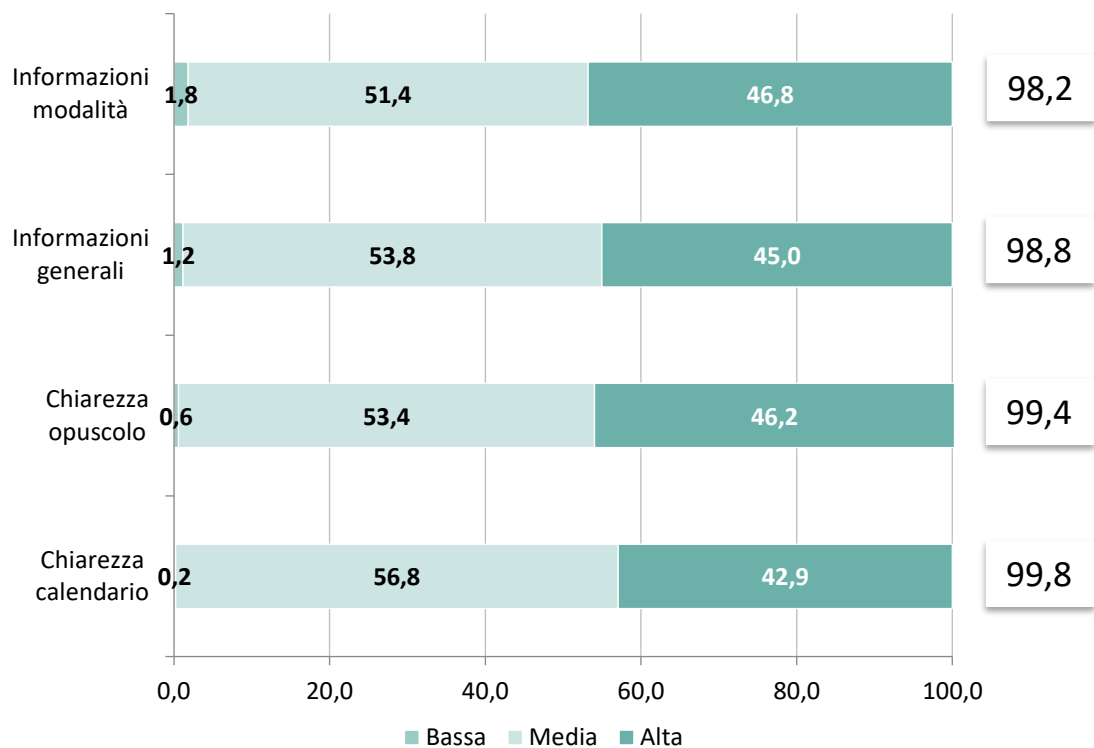
COMUNICAZIONE

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



COMUNICAZIONE

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

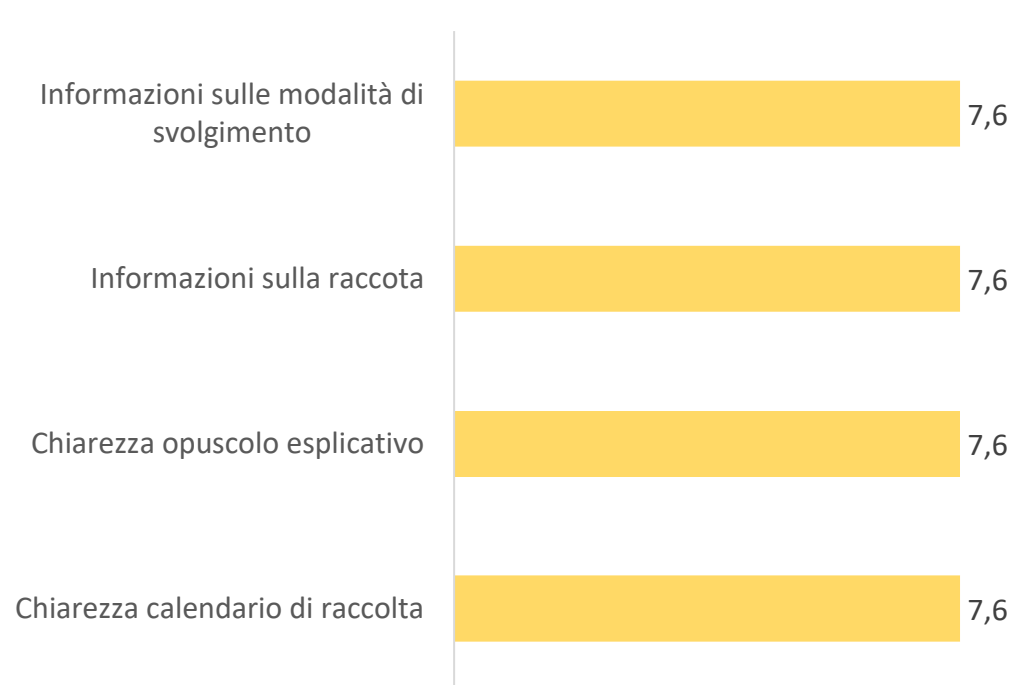


Indice % MEDIA di soddisfazione Comunicazione

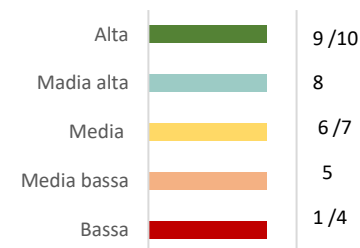
99,1

COMUNICAZIONE

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

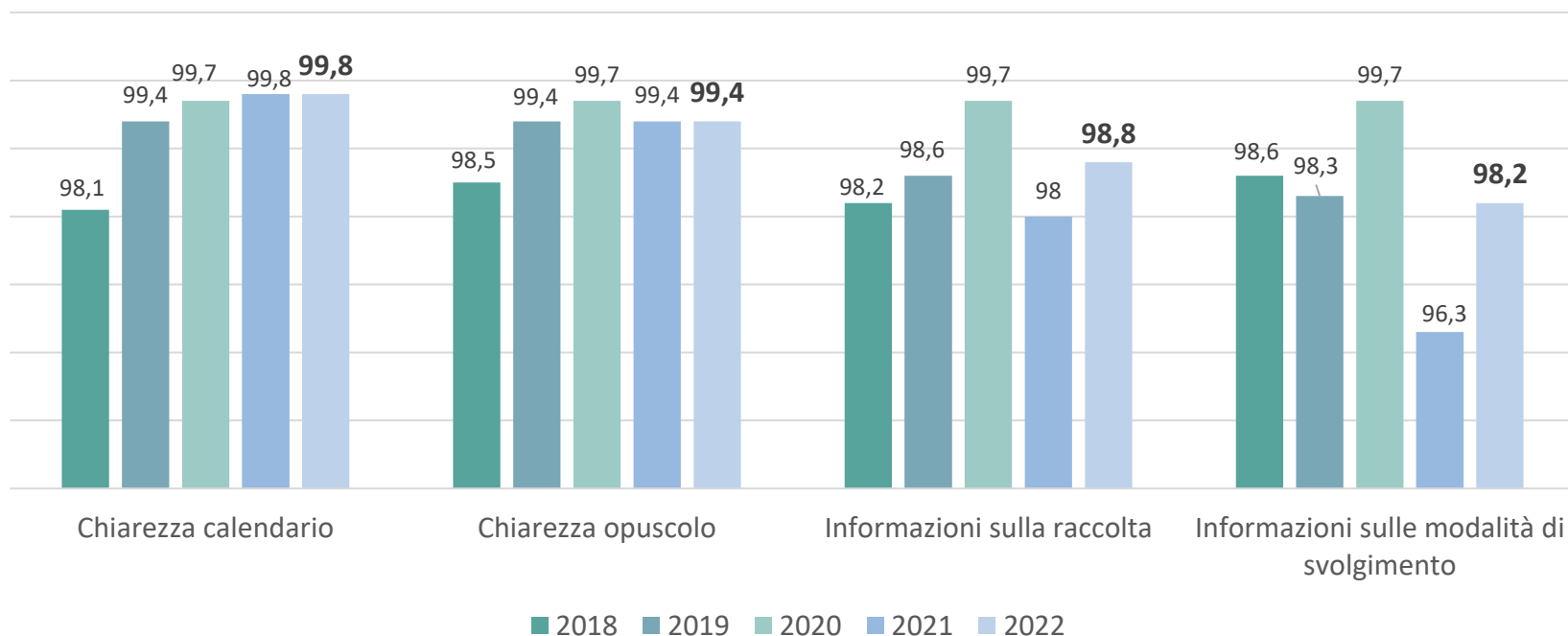


**Intensità
(media dei punteggi)
Comunicazione**



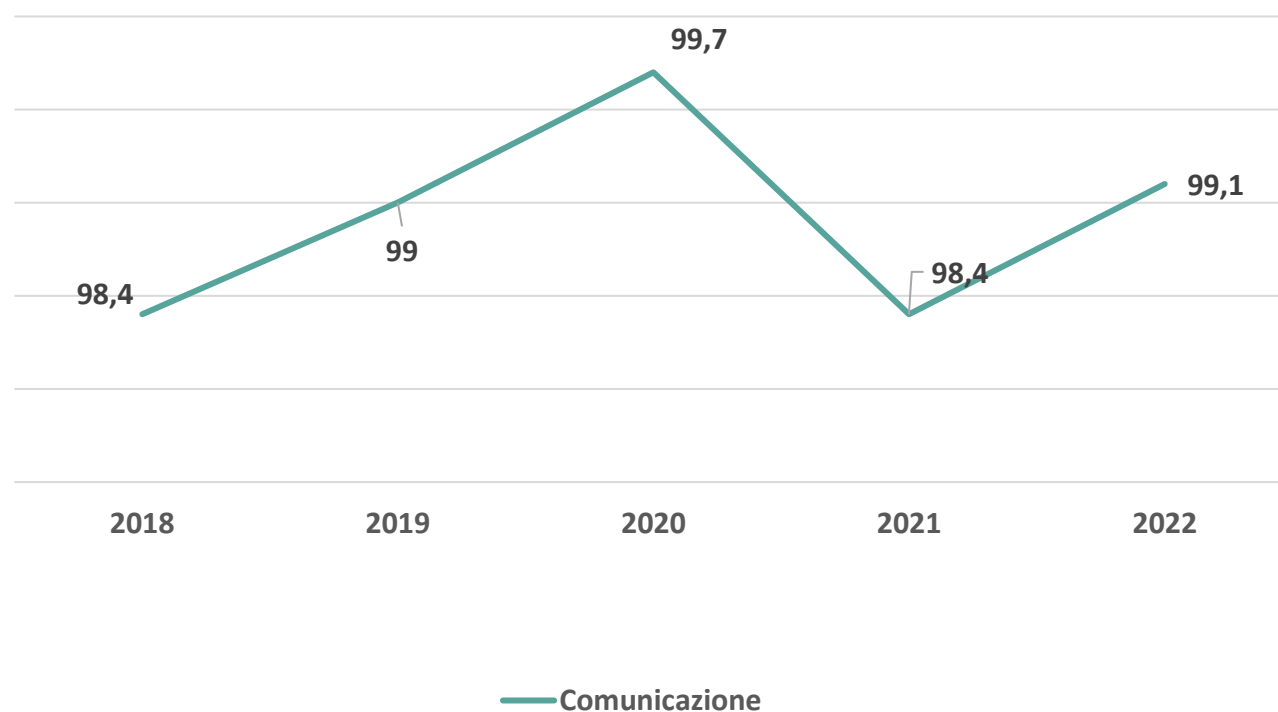
COMUNICAZIONE – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE



COMUNICAZIONE – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE



COMUNICAZIONE

Considerazioni

Aspetto fondamentale per la gestione del ciclo di raccolta in orari specifici e argomento vitale per garantire l'andamento e l'adeguatezza della gestione dei rifiuti in modo virtuoso e nel maggior rispetto dell'ambiente.

In questo caso si evince un notevole rimbalzo, dopo una flessione del fattore nel 2021. Quest'anno i sub-fattori che spingono verso l'alto, dopo quella caduta generale, sono l'«Informazione sulla raccolta», e soprattutto la crescita della valutazione per l'«Informazione sulla modalità di raccolta».

Evidentemente c'è stato un avvicinamento tra l'utente e l'azienda con una chiarezza informativa.

Teniamo in conto che sia la «Chiarezza dell'opuscolo» che quella del «Calendario» tengono i valori precedenti, che erano comunque soddisfacenti.

Ogni sub-fattore risulta con una valutazione che si attesta tra più del 98% a quasi il 100%. L'«Alta Soddisfazione», in tutti i sub-fattori si aggira sopra il 45%.

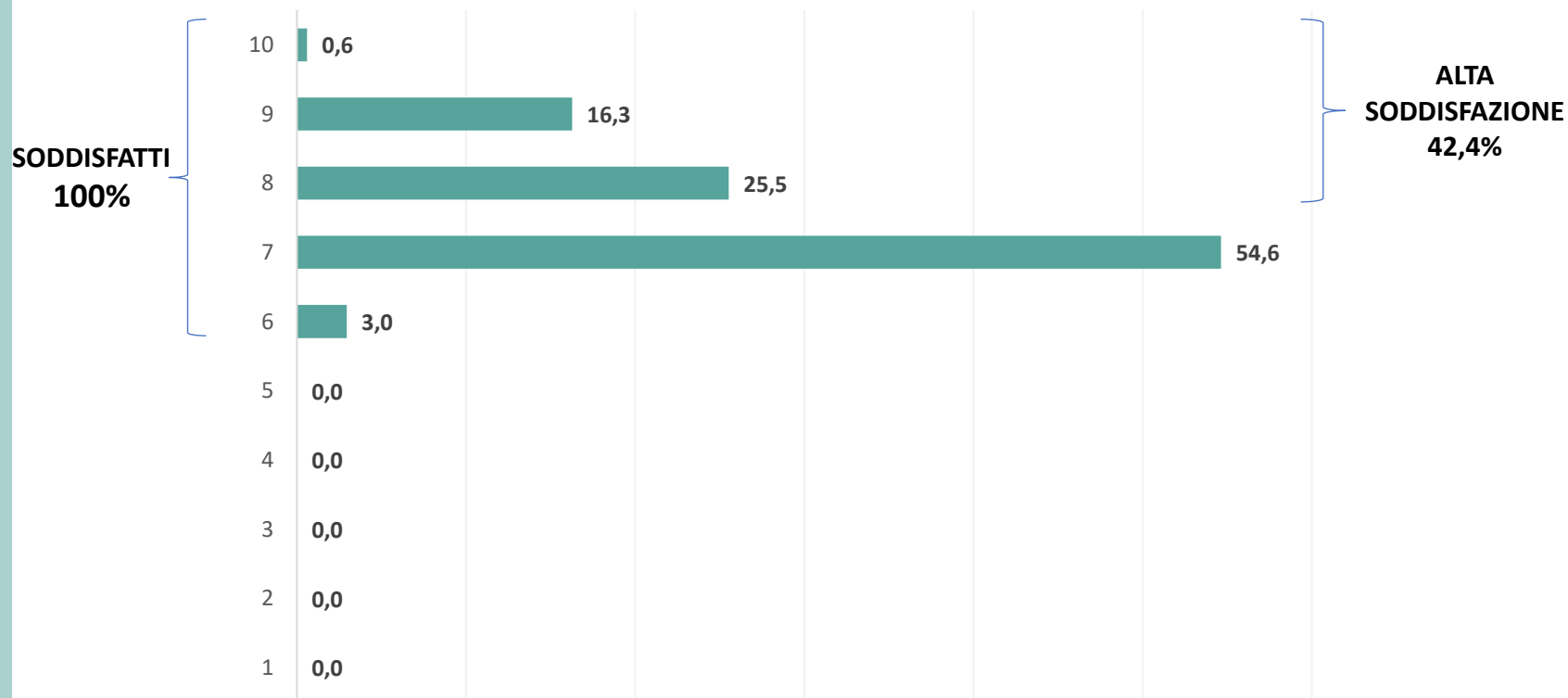
Ora che si è riuscito a fare salire la soddisfazione, si deve anche lavorare sull'intensità, che risulta sempre Media (gialla) con un punteggio di 7,6 che potrebbe solo migliorare.

Valutazione importanza e soddisfazione GIUDIZIO GLOBALE

- ✓ Frequenza con cui viene effettuata la raccolta
- ✓ Orari di ritiro della spazzatura
- ✓ Pulizia / Igiene delle aree adiacenti alla raccolta
- ✓ Frequenza della raccolta per ogni tipologia di rifiuto
- ✓ Orario di ritiro per ogni tipologia di rifiuto

GIUDIZIO GLOBALE

In totale, considerando tutti gli aspetti della raccolta differenziata - SODDISFAZIONE

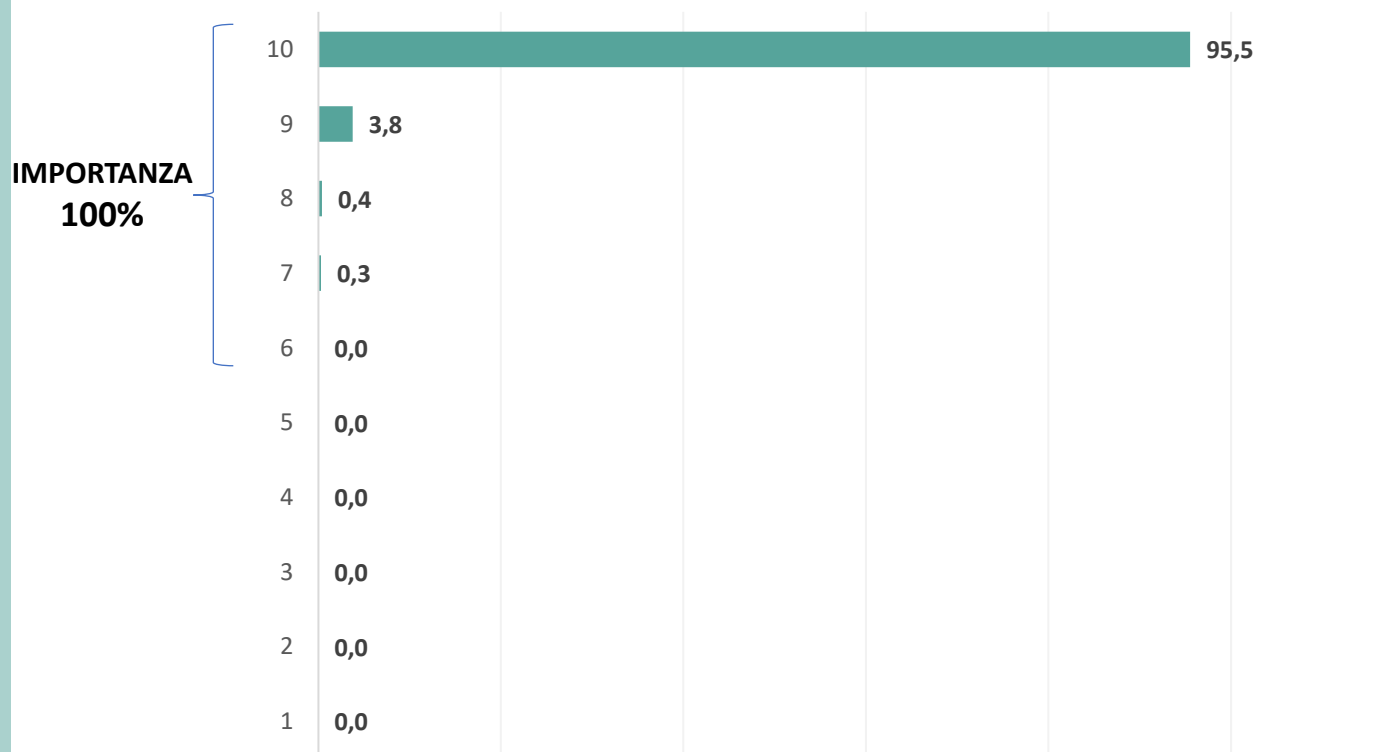


Soddisfazione complessiva (voto da 6 a 10, domanda unica a fine del questionario)

100

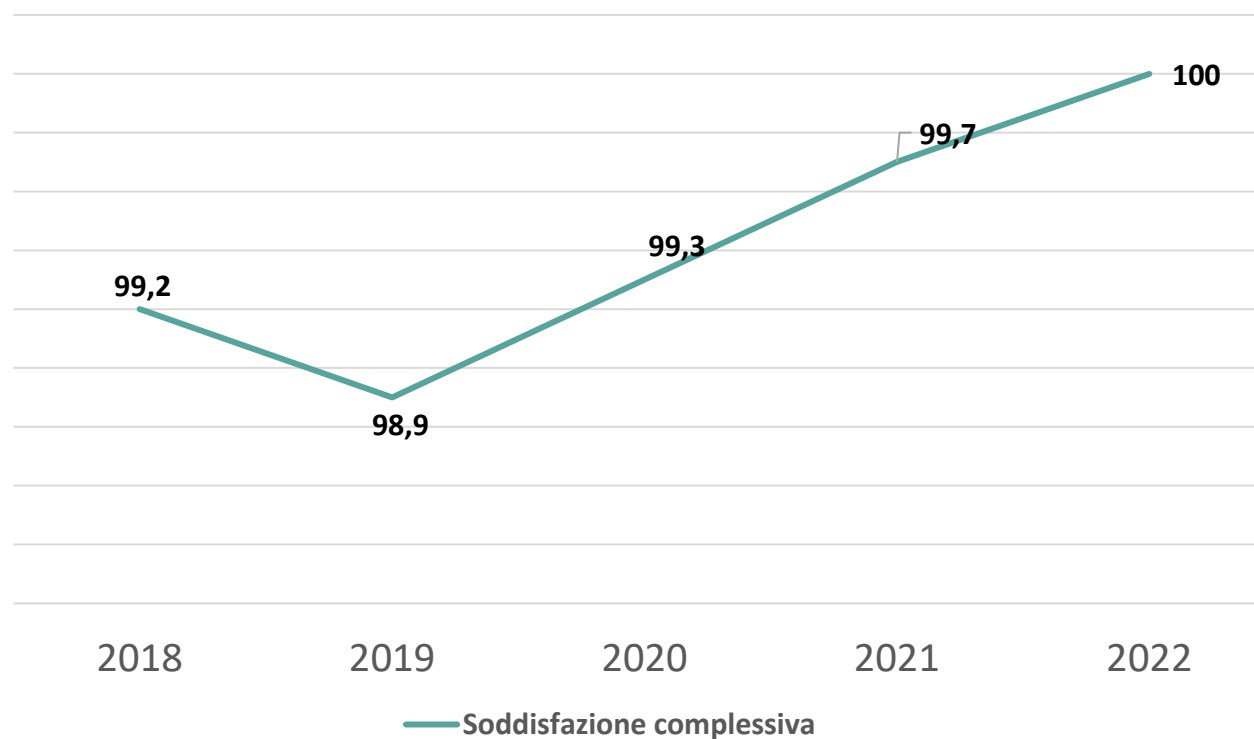
GIUDIZIO GLOBALE

In totale, considerando tutti gli aspetti della raccolta differenziata - IMPORTANZA



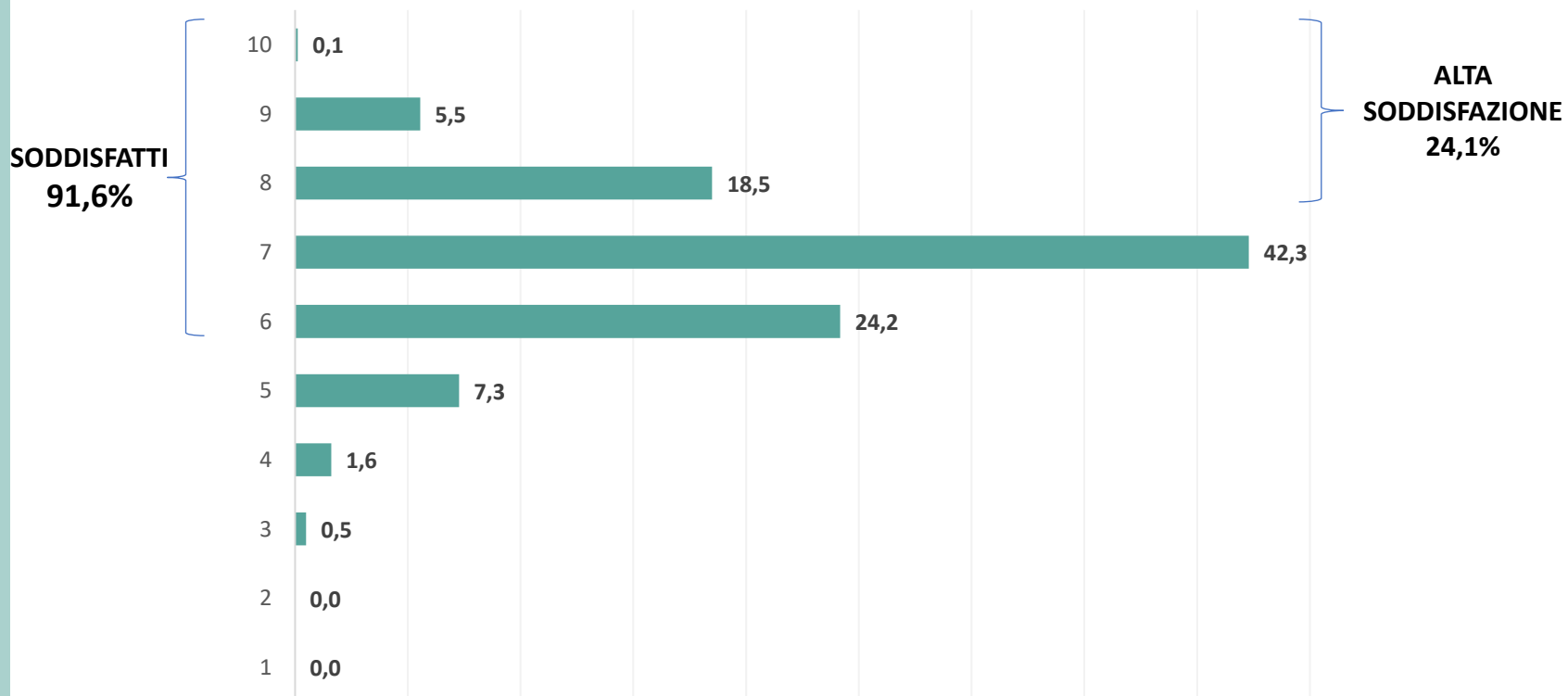
GIUDIZIO GLOBALE – TREND 2018 / 2022

In totale, considerando tutti gli aspetti della raccolta differenziata - SODDISFAZIONE



GIUDIZIO GLOBALE

Rapporto qualità / prezzo – SODDISFAZIONE

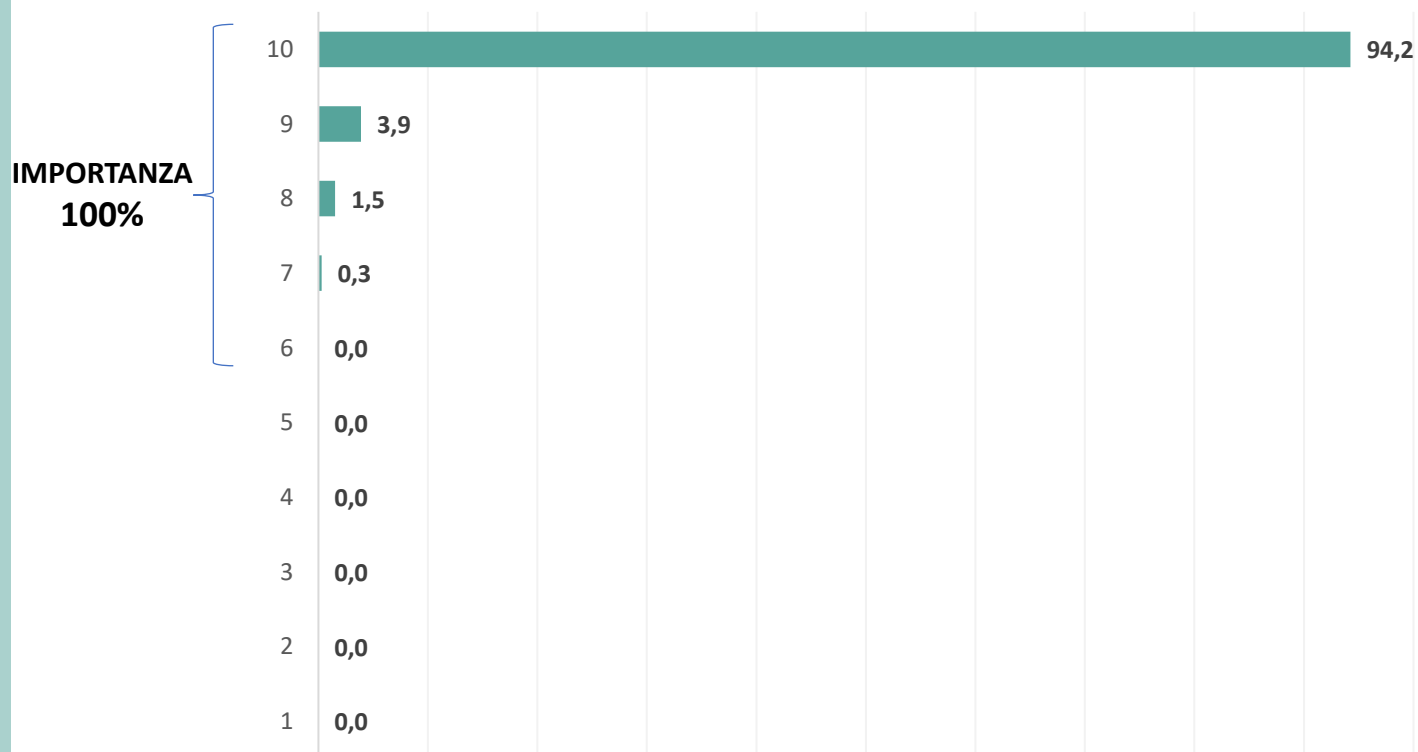


Rapporto qualità / prezzo (voto da 6 a 10, domanda unica a fine del questionario)

91,6

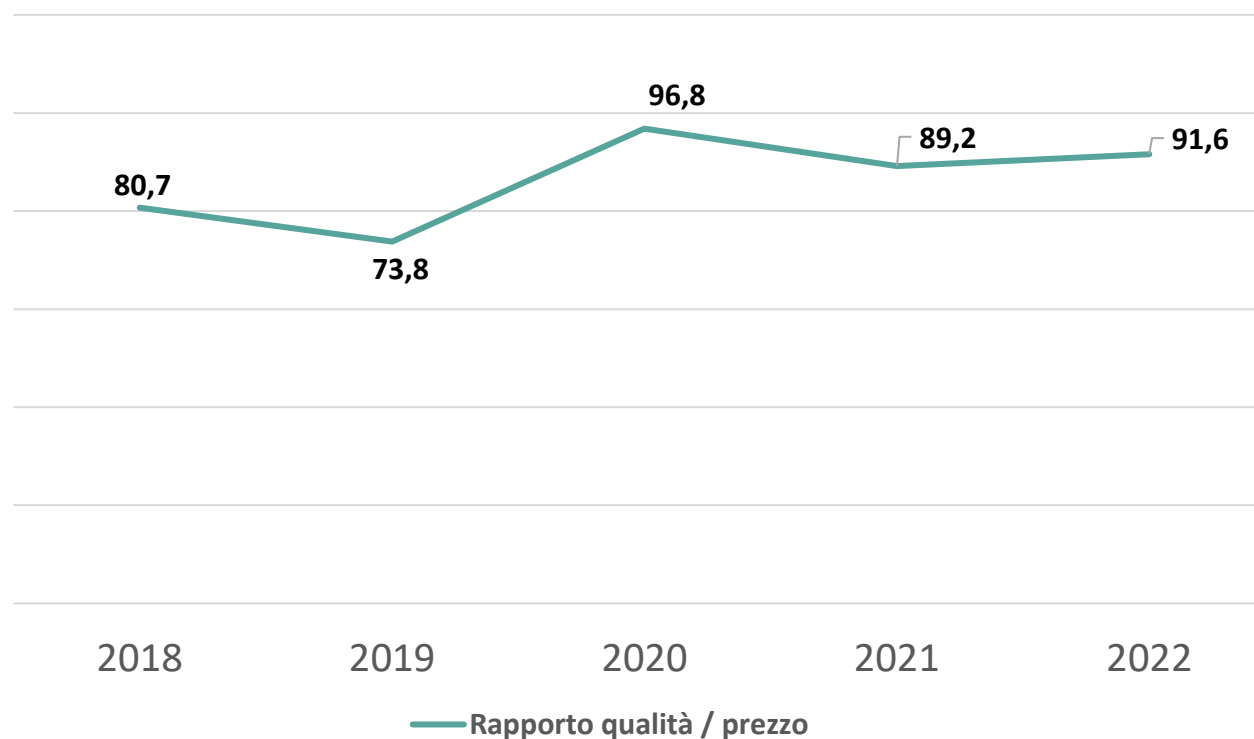
GIUDIZIO GLOBALE

Rapporto qualità / prezzo – IMPORTANZA



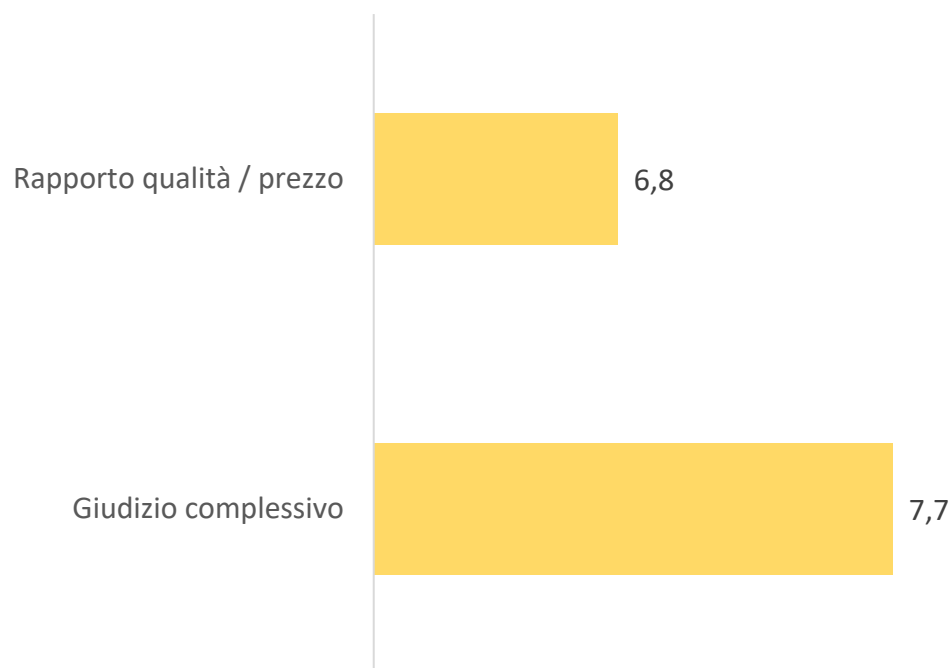
GIUDIZIO GLOBALE – TREND 2018 / 2022

Rapporto qualità / prezzo

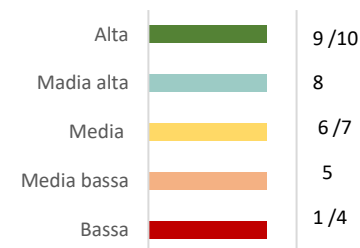


GIUDIZIO GLOBALE

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



**Intensità
(media dei punteggi)
Aspetti Tecnici**



GIUDIZIO GLOBALE

Considerazioni

La domanda «overall» esprime un giudizio generale, senza andare sulle particolarità e serve a fornire un'idea della percezione dell'insieme che l'utente ha sul servizio e sull'azienda.

E' strumento di valutazione della generalità del servizio e della forza del marchio: in questo caso, si ratifica l'andamento sempre crescente, confermando il trend degli anni precedenti, arrivando al 100% di soddisfazione.

La "Soddisfazione Complessiva" supera il precedente 99,7%, arrivando al 100% e segna un interessante massimo, con un ampio spazio da lavorare per l'intensità.

L'anno scorso avevamo visto la difficoltà di condurre un'indagine Customer Satisfaction in tempo di stress per il lavoro aziendale come il mese di Agosto. Era difficile pensare ad una situazione ancora più complicata, come la siccità, gli incendi, la crisi energetica, stagione elettorale, l'inflazione e la guerra; tutte problematiche che, direttamente o indirettamente, influiscono sull'umore sociale.

Nonostante questo, riuscire a far sì che la soddisfazione tenga e cresca, e che gli utenti riescano a esprimere una visione positiva come in questo caso, significa tanto.

Quest'anno la qualità percepita dall'utenza per il «Rapporto Qualità / Prezzo» riprende quota rispetto all'anno scorso, non ancora arrivando al valore 96,8% del 2020, ma superandosi di circa 2,5 punti percentuali rispetto al 2021. Valore sicuramente molto soddisfacente.

GIUDIZIO GLOBALE

Considerazioni

E infatti, oltre a tutte le altre situazioni segnalate in alto, sembra che l'azienda vada al passo con gli eventi e questo viene valutato positivamente dagli utenti.

L'intensità della soddisfazione per il «Rapporto Qualità/Prezzo» si aggira sempre intorno al valore 7 e, anche se tiene, ha uno spazio sempre ampio per la crescita, soprattutto quando si raggiunge un valore così alto di soddisfazione generale, con tanti voti di punteggio 6 e 7.

Si conferma la sensazione di pagare un prezzo giusto per un servizio di qualità.

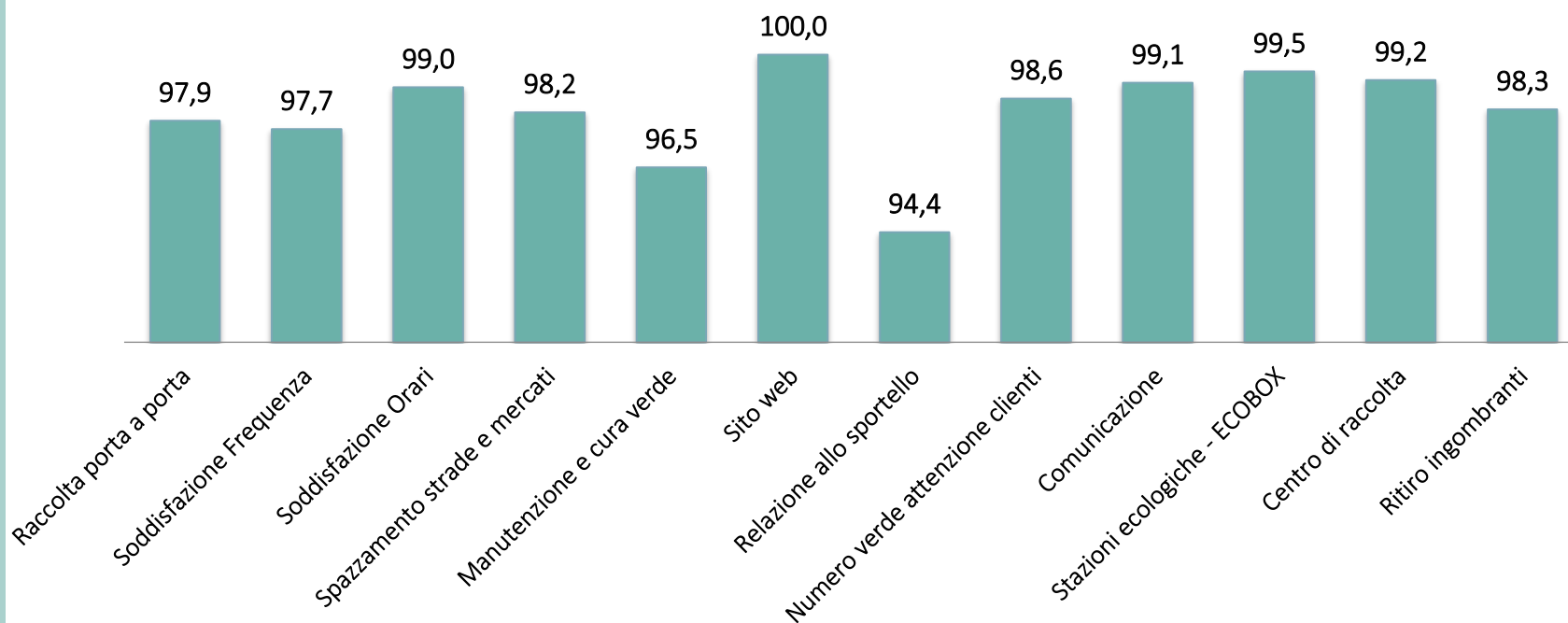
Il servizio globale, in rapporto dinamico con la il «Rapporto Qualità/Prezzo», scende lievemente sotto l'8,1 e conferma ancora necessità di una particolare attenzione per far crescere l'intensità.

All'ascolto c'è una richiesta generalizzata di rivedere le tariffe. Evidentemente, pur ritenendola giusta, sembra che la situazione economica generale influisca nella richiesta di evitare un caro bollette anche in questo settore.

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022

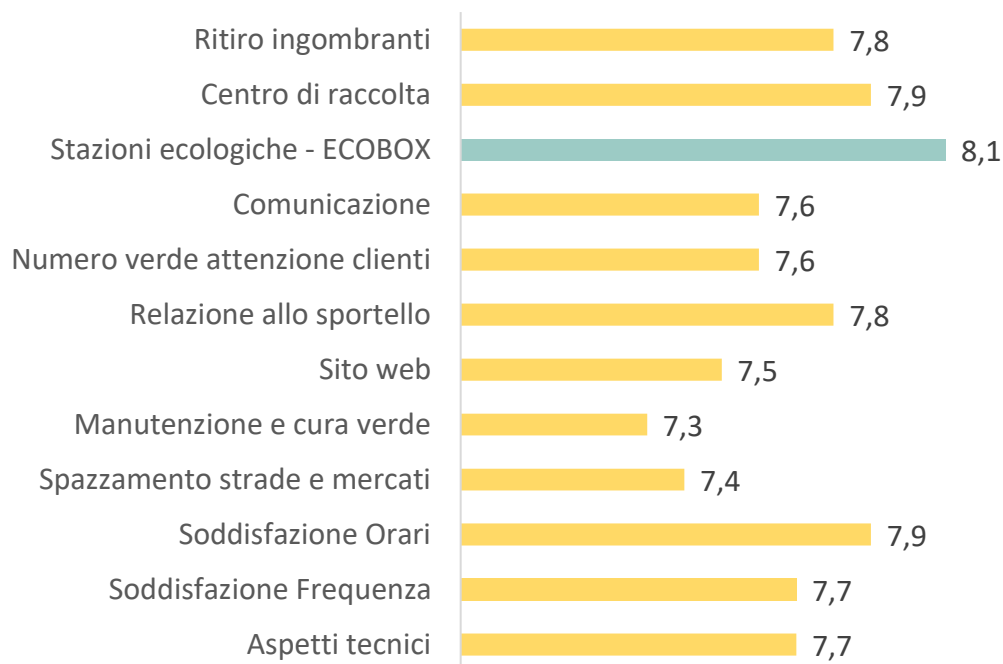
Utenti soddisfatti - Media ponderata della percentuale del voto da 6 a 10 su ogni fattore

98,2

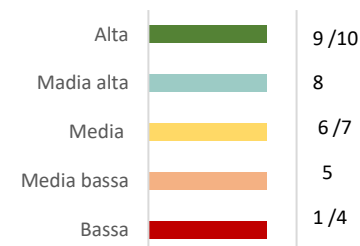


CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



**Intensità
(media dei punteggi)
TOTALE**



CUSTOMER SATISFACTION INDEX

Nota metodologica

NOTA METODOLOGICA: *Per costruire un Indice di Customer Satisfaction (sintetico) abbiamo assegnato ad ogni Fattore un peso specifico relativo all'importanza che ognuno ha all'interno del sistema.*

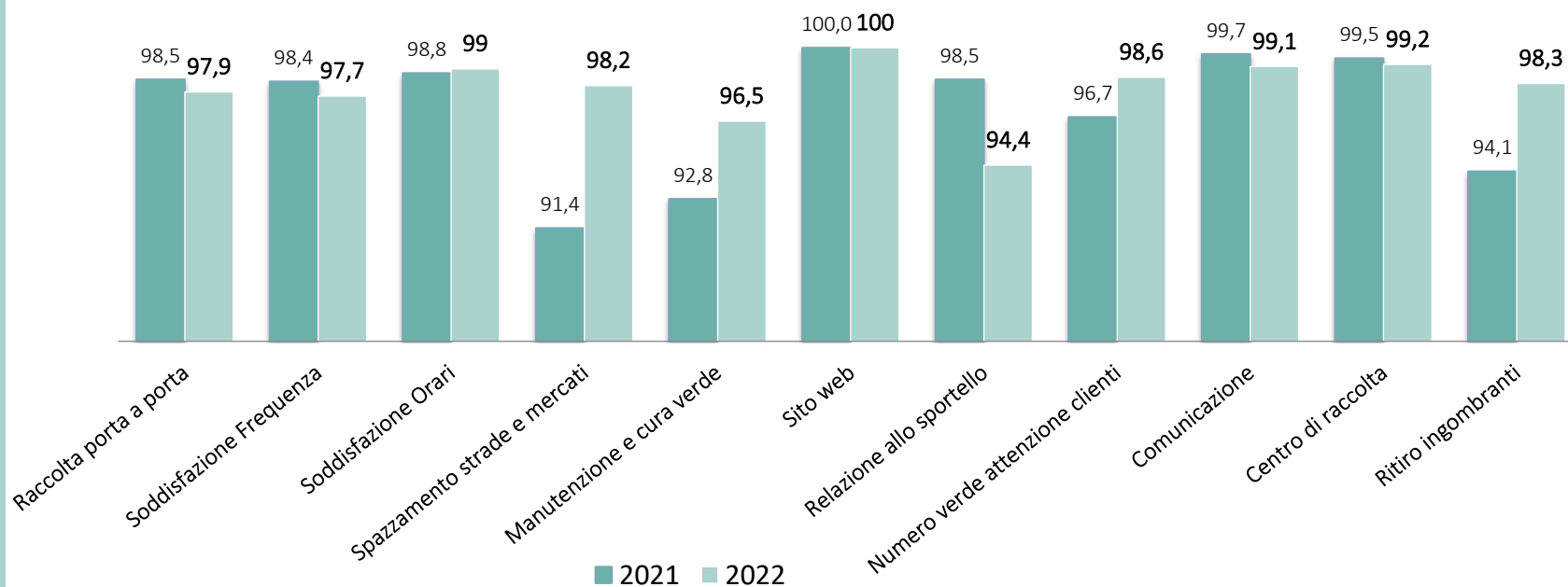
FATTORE	PESO
Aspetti Tecnici	0,2
Soddisfazione frequenza	0,2
Soddisfazione orari	0,2
Spazzamento strade e mercati	0,1
Manutenzione e cura verde	0,05
Sito web	0,05
Relazione allo sportello	0,03
Numero verde attenzione clienti	0,04
Comunicazione	0,04
Stazioni ecologiche – Ecobox	0,03
Centro di raccolta	0,03
Ritiro ingombranti	0,03
TOTALE	1

STANDARD DI MERCATO: *Elaborato con dati propri dei lavori svolti entro il 2021 / 2022 Aziende di Servizio Ambientale, per un totale di 5.200 interviste.*

	Standard di Mercato	ECOLAN
CSI Sintetico	94,7	98,2

CUSTOMER SATISFACTION INDEX – TREND 2021 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE



CUSTOMER SATISFACTION INDEX – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE



CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022 – UTENZA

Utenti soddisfatti – Media della percentuale del voto da 6 a 10 su ogni fattore

UTENZA	Aspetti Tecnici	Frequenza raccolta	Orari raccolta	Pulizia aree adiacenti	Soddisfazione globale	Rapporto qualità / prezzo
PRIVATO	99,6	98,5	98,4	96,6	100	90,8
COMMERCIALE	99,2	100	99,2	97,6	100	87,3
TOTALE	97,9	97,7	99,0	96,6	100	91,6

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022

Considerazioni finali

La valutazione cresce ancora: dopo la piccola miglioria del 2021, ora vediamo il ratificarsi di un 0,4% nel nostro Customer Satisfaction Index, anche quando certi fattori oggi misurati quali le Ecobox -che non erano stati votati l'anno scorso-, contribuiscono ad innalzare il voto per il buon risultato che offrono.

I fattori che richiamavano attenzione l'anno scorso hanno tutti ripreso quota, sono migliorati, e rimane soltanto basso il «Ritiro Ingombranti», che comunque cresce di 4 punti percentuali rispetto all'anno scorso.

Si aggiungono ad una valutazione relativamente più bassa il calo di circa 4 punti percentuali nella «Relazione allo sportello». Un fattore che spinge sul basso il risultato generale, con un sub-fattore di alta criticità («tempo di attesa per parlare con l'operatore»).

La «Manutenzione del Verde Pubblico» e «Pulizia di Strade e Mercati» erano l'anno scorso le principali criticità del sistema. Questo anno, sebbene ancora con margine di crescita, possiamo considerarle due importanti Indicatori che l'Azienda ha riportato, con azioni mirate, ai livelli di soddisfazione in linea con la eccellenza generale del sistema percepito dall'utenza.

Per quanto riguarda la soddisfazione degli utenti commerciali, risulta sempre maggiore di quella degli utenti domestici, ribaltando la situazione dell'anno scorso, quando in tre fattori rimaneva al di sotto della valutazione dei privati. Ora supera la soddisfazione in tutti gli aspetti sotto considerazione. Per l'utenza commerciale la valutazione è molto alta. Risulta interessante che, per chi è abituato a gestire i fattori economici, come un commercio, il «Rapporto Qualità/Prezzo» sia più altamente votato che per le utenze domestiche. Significa che a livello economico, fra quelli che se ne intendono di più, la situazione è buona ed il prezzo giusto. In questo aspetto particolare, il divario è di 5 punti percentuali tra una e l'altra utenza.

L'intensità della soddisfazione, anche se colpita dalla stagione estiva, o forse a causa di questo, scende lievemente da Medio-Alta a Media, ma con voto 7,8 nel limite.

«Centro raccolta», «Orari di raccolta», «sito web» e «Comunicazione» sono quest'anno i fattori più altamente votati.

Per quanto riguarda il «Ritiro Ingombranti», la valutazione cresce di 4 punti percentuali rispetto all'anno scorso (quando era già salito di altri 4 punti percentuali).

Rimangono con la stessa quantità di soddisfazione gli altri fattori analizzati. Crescono comunque, lievemente, l'Indice generale e quello Sintetico.

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022

Confronto: INDICE GENERALE / INDICE SINTETICO

L'INDICE GENERALE DI SODDISFAZIONE (*overall*) è la risposta a una **domanda unica fatta alla fine della valutazione** del servizio e dopo che l'intervistato ha appena ripassato tutti gli aspetti componenti del servizio.

GIUDIZIO GLOBALE: **In totale, considerando tutti gli aspetti del servizio, quanto è soddisfatto?**

L'INDICE SINTETICO è il valore della **media ponderata** dove ogni singolo Fattore ha un peso relativo all'interno dell'insieme in base alla sua importanza. L'Indice Sintetico è **quello da considerare come risultato finale** della misurazione della qualità del servizio.

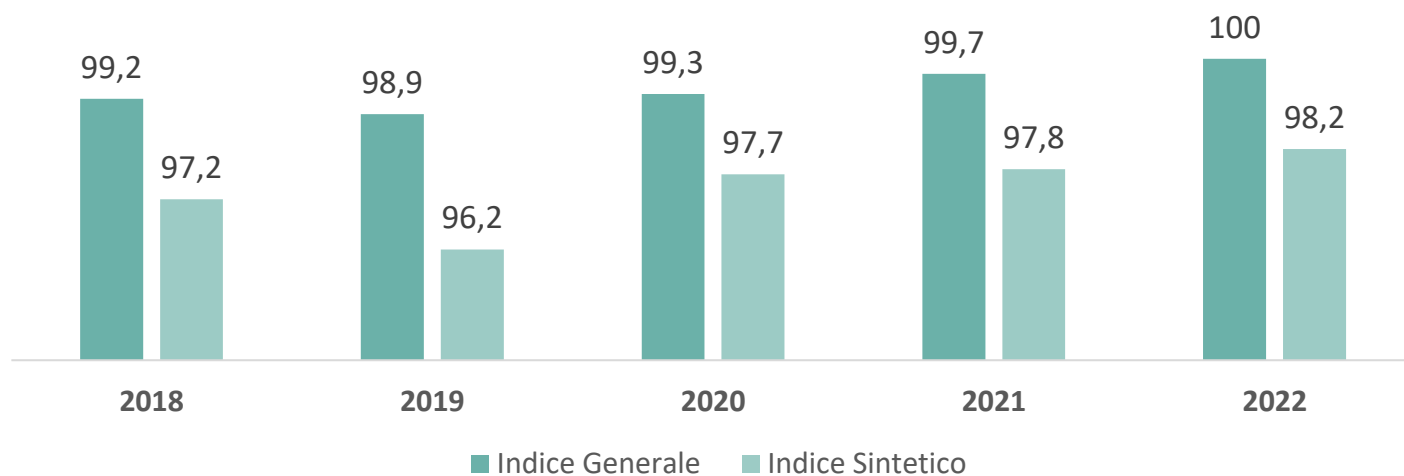
INDICE GENERALE	100
INDICE SINTETICO	98,2

Dall'esame dei Fattori emerge come l'INDICE SINTETICO di SODDISFAZIONE (**98,2**) sia **positivo e superiore** alla soglia convenzionale di alta soddisfazione (90,0).

L'INDICE GENERALE di SODDISFAZIONE (**100**) è **superiore a quello Sintetico di 1,8 punti percentuali**, cioè che il BRAND aziendale, l'immagine del marchio ECOLAN, viene percepito positivamente dagli utenti e **genera un valore aggiunto** rispetto alla performance diretta del servizio considerato. Il valore del marchio ECOLAN, nel territorio in cui opera, è **al massimo livello della scala di valutazione nella considerazione della cittadinanza**. Un vero traguardo per una azienda di servizio pubblico.

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2022

INDICE GENERALE / INDICE SINTETICO – TREND 2018 / 2022



MAPPA DELLE PRIORITA'

Il significato della mappa delle priorità

La mappa rappresenta un primo strumento di analisi che fornisce una immediata e chiara rappresentazione del posizionamento degli item e consente di orientare il processo di decisione con particolare riferimento agli item a maggiore fabbisogno di attenzione. Ciò nonostante, è bene prendere atto che essa va considerata come un mezzo di supporto alle decisioni e non come produttore di decisioni intrinsecamente valide. Già a questo livello, occorre pertanto essere consapevoli che il ruolo del management non viene assolutamente meno, ma anzi grazie allo strumento vede enfatizzata la possibilità di valutazione critica dei risultati emersi dall'indagine.

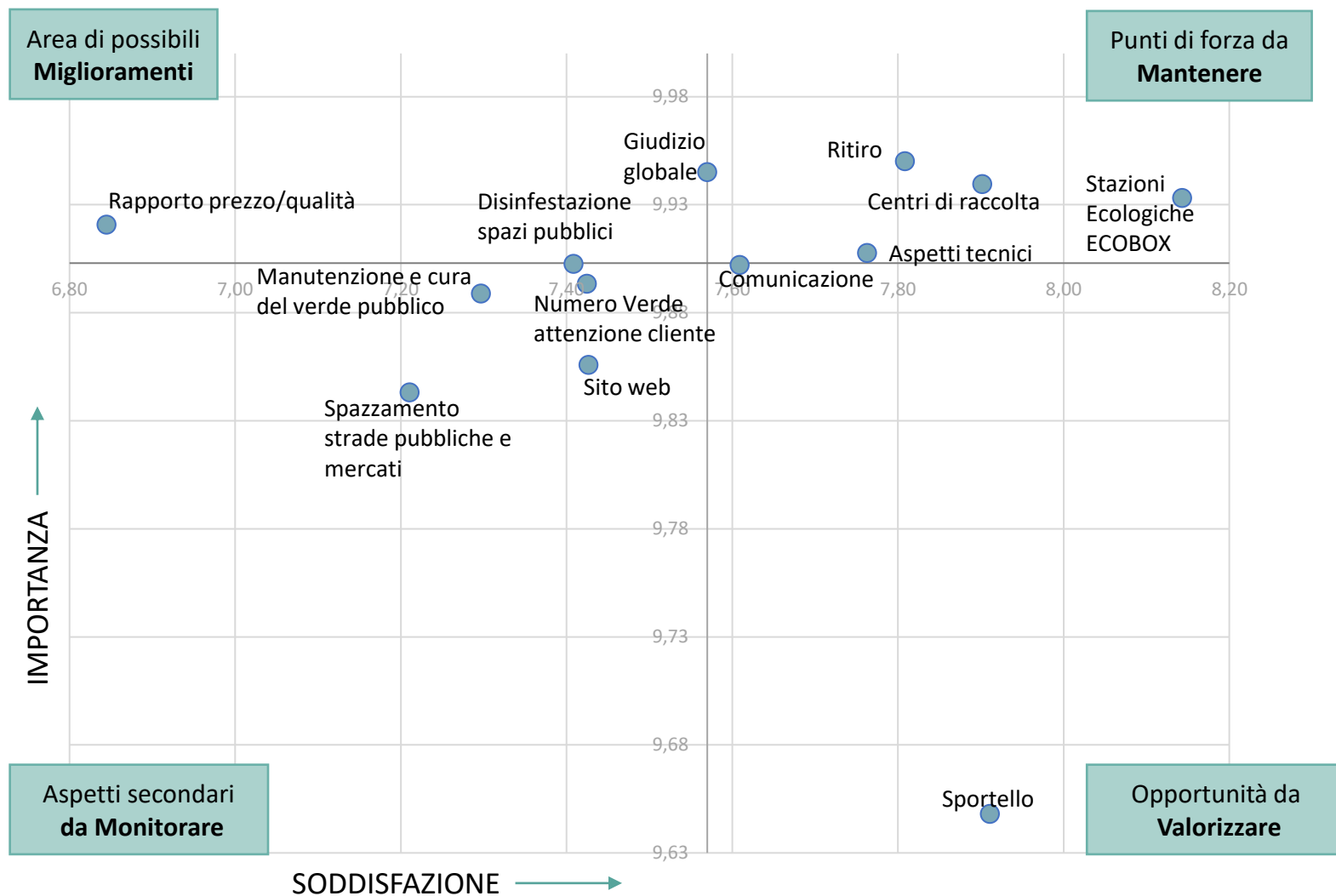
Letture della Mappa

Intanto va specificato che l'obiettivo della mappa è quello di facilitare la lettura dei dati e favorire la presa di decisioni consentendo di individuare eventuali ambiti prioritari di intervento (ossia quelli ove si presentano contemporaneamente un alto livello di importanza per il cittadino e un basso livello di soddisfazione). La mappa può essere letta considerando le seguenti aree: 1. area in alto a sinistra ("delle criticità") – bassa soddisfazione e alta importanza - che raccoglie gli elementi del servizio maggiormente suscettibili di miglioramento, su cui intervenire con priorità più elevata; 2. area in basso a sinistra ("del monitoraggio") – bassa soddisfazione e bassa importanza – caratterizzata da elementi del servizio da controllare nel tempo, per verificare che le aspettative degli utenti non crescano; 3. area in alto a destra ("della competitività") – alta soddisfazione e alta importanza - comprendente gli item che qualificano il valore del servizio in modo positivo e devono essere mantenuti. 4. area in basso a destra ("delle illusioni") – alta soddisfazione bassa importanza – la quale induce a ritenere che sulle relative componenti del servizio si stia approfondendo un impegno inutile nell'assicurare agli utenti standard elevati di qualità; si potrebbe pertanto considerare di dirottare risorse nell'accrescere il livello di soddisfazione di altri aspetti.

Fonte: Linee Guida del Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione

	Giudizio di soddisfazione sul singolo indicatore	
Importanza del singolo indicatore	BASSO	ALTO
ALTA	Area della criticità Priorità Alta	Area della competitività Priorità Media
BASSA	Area del monitoraggio Priorità Media	Area delle illusioni Priorità Alta

MAPPA DELLE PRIORITA'



MAPPA DELLE PRIORITA'

Considerazioni finali

Vediamo qui come si posizionano i diversi aspetti in considerazione, a seconda dell'intensità della soddisfazione e l'importanza assegnata dagli utenti a ciascuno di essi.

Si considera il risultato come un «Sistema Chiuso». Per la costruzione della Mappa si tiene conto della media dei punteggi dati (Intensità) e non della percentuale di utenti che votano tra 6 e 10, quelli considerati «soddisfatti».

Ci sono quelli più in alto, che dimostrano maggiore importanza (asse verticale: Importanza); quelli più a destra segnalano maggiore soddisfazione (asse orizzontale: Soddisfazione).

Tenendo conto dell'intensità della soddisfazione (o media dei punteggi dati), se tanti argomenti sono valutati intorno al punteggio 6-7 (intensità «media» come dall'indagine per ciascuno dei Fattori), risulta logico che la maggior parte degli aspetti ruotino intorno all'incrocio degli assi.

Opportunità da VALORIZZARE: Il quadro in basso a destra rivela che i punti di Alta Soddisfazione e Importanza relativa, in questo caso, sono «Comunicazione» (era un punto di forza anni scorsi, trovandosi adesso al limite dell'area) e «Relazioni allo sportello», che riceve un cambio di situazione dal passato quando era in zona da monitorare, ma dimostra ancora minore intensità.

Punti di Forza da MANTENERE: Si concentrano a destra ed in alto, nella zona di sicurezza per maggior soddisfazione e maggior importanza. «Ritiro Ingombranti», «Centri di Raccolta», «Ecobox» e sulla parità gli «Aspetti Tecnici» dunque, tutto il maggior comparto operativo si trova in zona di sicurezza.

Aspetti secondari da MONITORARE: In basso a sinistra, una zona dove l'importanza è minore e la soddisfazione bassa - zona di controllo -. Si deve monitorare l'andamento del «Sito Web» (come in anni passati), rimasto come altri in questa zona: «Pulizia di Strade e Mercati» e «Manutenzione del verde Pubblico», che ancora possono migliorare. Il «Numero Verde», come analizzato, alloggia nella zona da monitorare.

Area di possibili MIGLIORAMENTI: Finalmente la zona che desta preoccupazione perché considerata importante e poco soddisfacente, in alto a sinistra. Qui troviamo questi argomenti: «Disinfestazione spazi pubblici», il più complicato «Rapporto Qualità/Prezzo» e, sulla zona di parità con gli aspetti più virtuosi, come di frontiera da Monitorare, il «Giudizio Globale», che sebbene con una soddisfazione totale (100% di voti da 6 a 10), può ancora crescere nella intensità (media dei punteggi dati).