

Customer Satisfaction Audit 2023

**ECOLAN S.p.A.**



Agosto 2023  
Lavoro realizzato da

**STRATEGICA**  
digital objective

*Utenti del servizio di raccolta differenziata nei 75 Comuni serviti da ECOLAN S.p.A.*

# INDICE

Premessa e Nota metodologica	3
Aspetti Tecnici Raccolta Porta a porta	13
Servizi Speciali	43
Altri Servizi Speciali	58
Sito Web	79
Sportello Relazioni	91
Numero Verde Attenzione Clienti	104
Comunicazione	116
Giudizio Globale	129
Notorietà della società	138
Customer Satisfaction Index	144
Mappa delle Priorità	153
Incrocio dati per utenza	155
Commenti dell'Utenza	169

## 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  
Settembre 2023*

Servizio di raccolta differenziata  
*Nei 75 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

# SCHEDA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Universo dell'indagine: **200.000** residenti - utenti in 72 Comuni della provincia di Chieti serviti da ECOLAN S.p.A. .

Servizio affidato da ECOLAN S.p.a – Autorità per il servizio di gestione integrata dei servizi ambientali – Ambito Territoriale Ottimale «Chieti».

Quantità interviste finali: **1000**

*Margine di errore: + - 2,4 %*

*Livello di confidenza: 95,0%*

L'indagine si è svolta raccogliendo dati sul campo dal 27 luglio al 15 agosto 2023. L'attuale monitoraggio di Customer Satisfaction permette ad ECOLAN di avere una 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.

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

## ***Squadra in Campo***

---

*Coordinatore Area Tecnica: **Eduardo Sulpizio** – Economia e finanza, Università D'Annunzio di Chieti – Pescara*

*Statistiche: **Michelangelo Vegliò** – Economia e finanza, Università D'Annunzio di Chieti – Pescara*

*Grafica: **Simone Mazzaferro** – Economia e finanza, Università D'Annunzio di Chieti – Pescara*

*Disegno Copertina e controcopertina: **Sara Della Nebbia** – Design, Università degli studi Perugia*

*Capogruppo team intervistatori: **Eugenio di Cesare***

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

*Intervistatori: **Annabarbara Assogna, Tina Fornica, Silvia di Miero, Candela Gaitàn, Anahi Carreira, Adelina Labella, Michela Rainone e Luca Tomasi.***

*Responsabile generale: **David Buccini** – Amministratore Unico Strategica Srls*

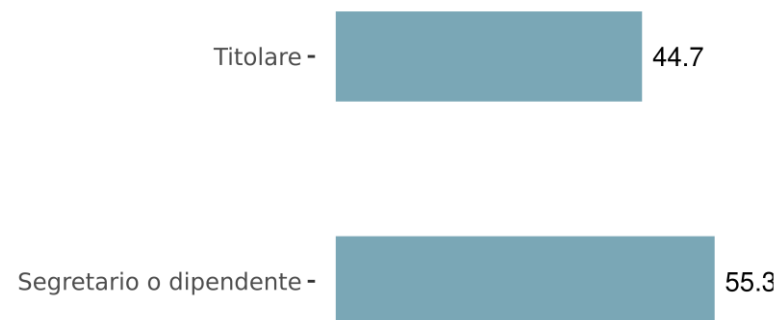
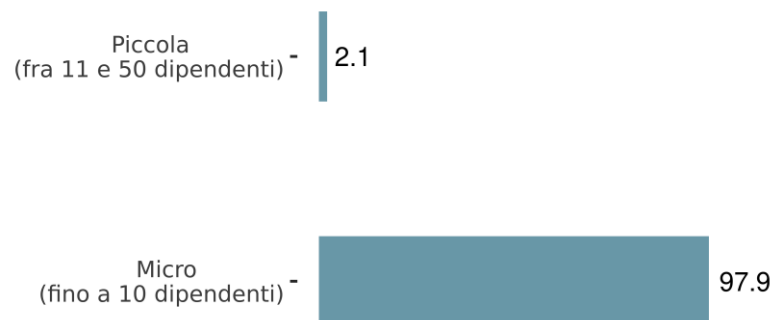
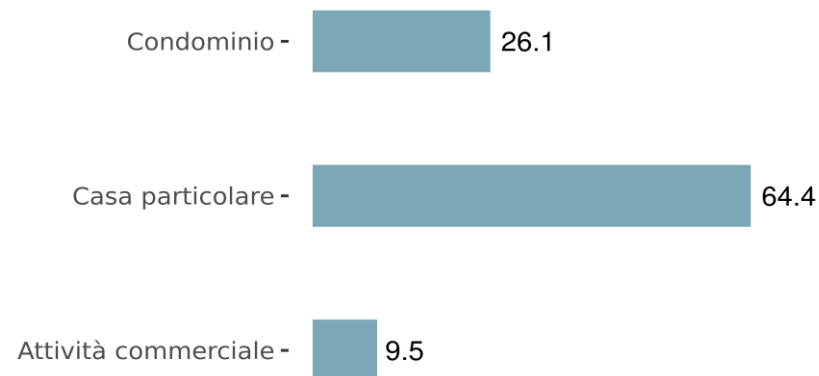
## SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Dati relativi all'indagine svolta

Abbiamo condotto 1000 interviste: il 64,4% di case private, il 26,1% in condomini e circa il **9,5% di utenze commerciali**.

Il 97,9% delle attività commerciali intervistate ha una dimensione Micro (fino a 10 dipendenti), il 2,1% ha una dimensione Piccola (fra 11 e 50 dipendenti).

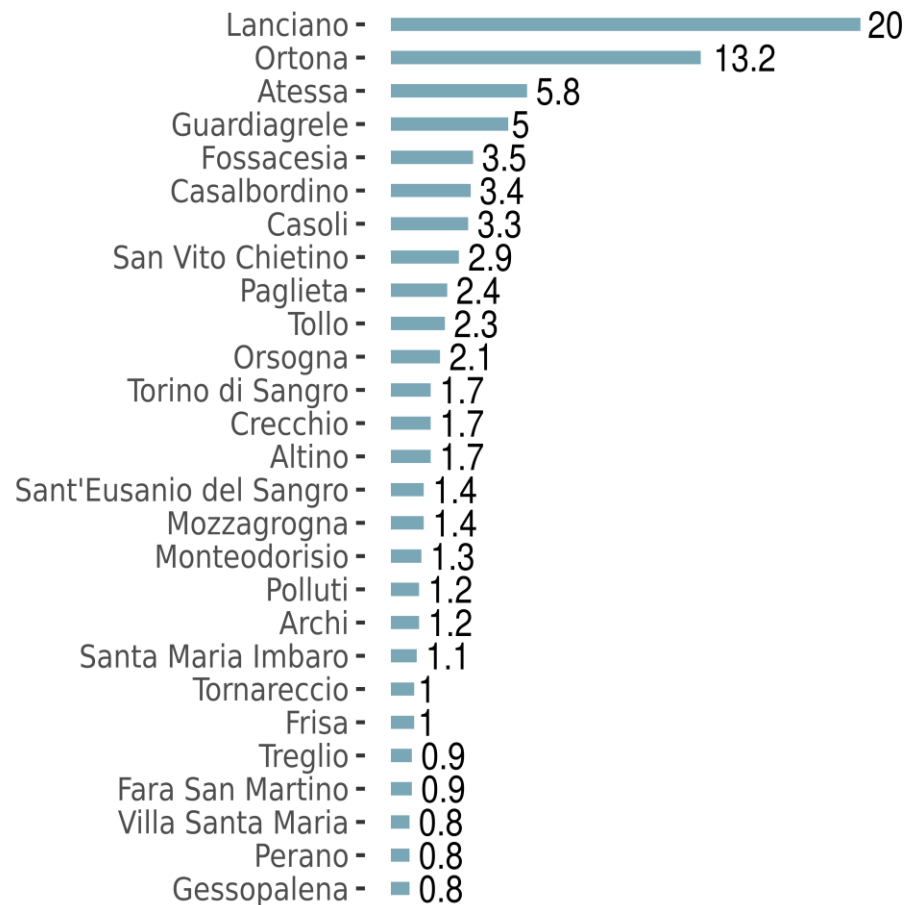
Il 44,7% dei rispondenti è titolare dell'attività, mentre l'altro 55,3% è un dipendente.



# SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Dati relativi all'indagine svolta

Interviste totali: 1000  
 Vengono rispettate le percentuali  
 stabilite dal piano campionario

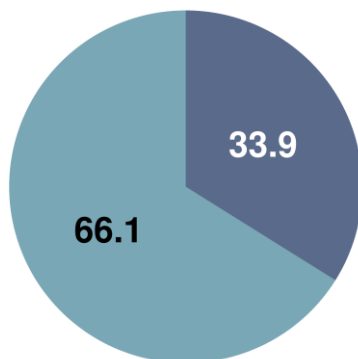




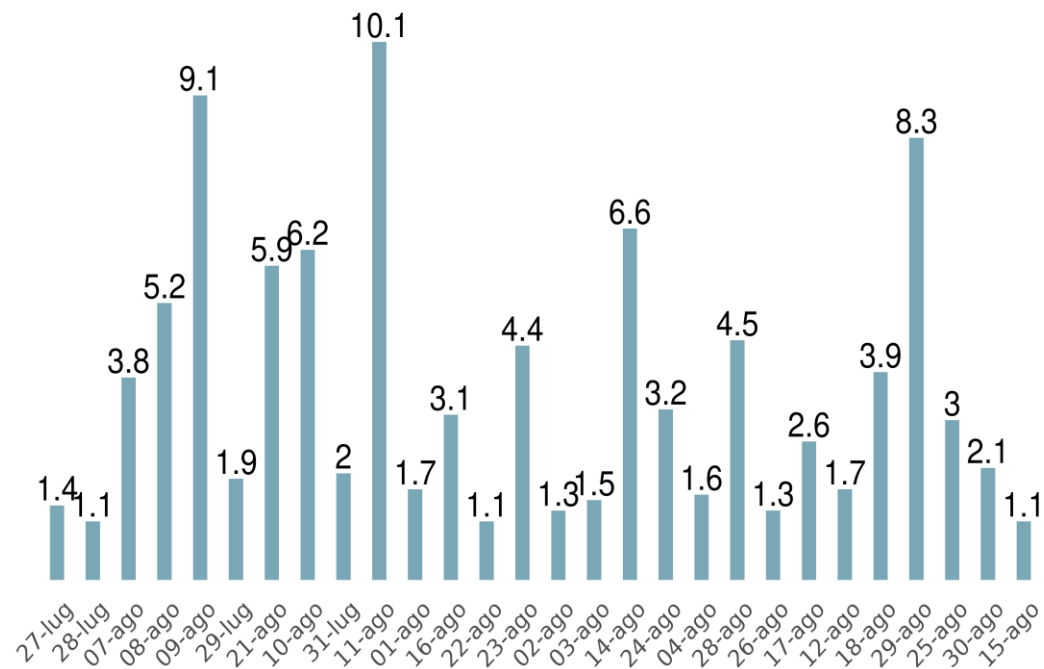
# SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Dati relativi all'indagine svolta

Giorni ed orari della raccolta dati



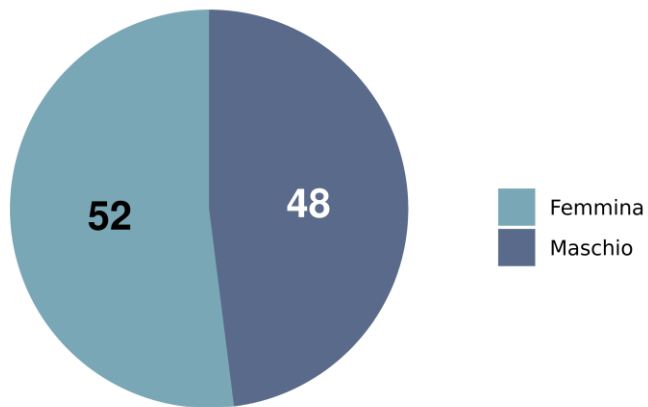
Mattina  
Pomeriggio



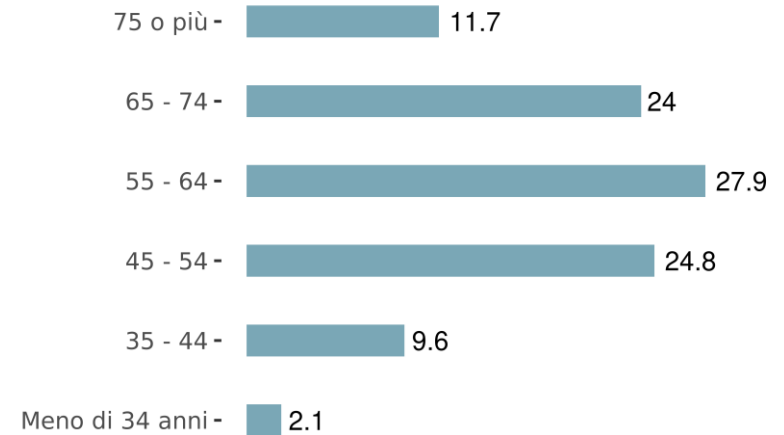
# INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Dati relativi all'indagine svolta

## Genere



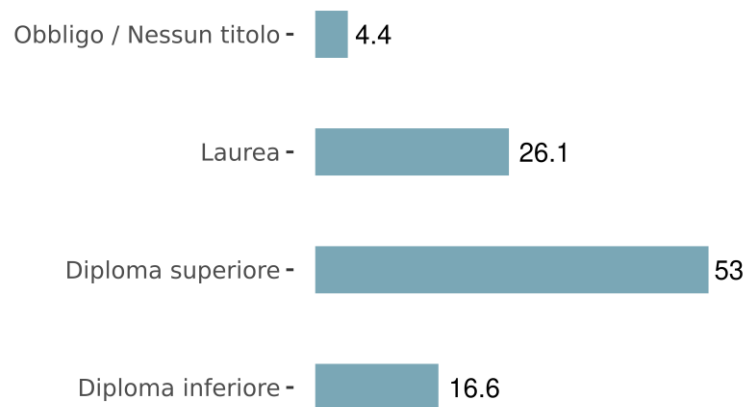
## Età



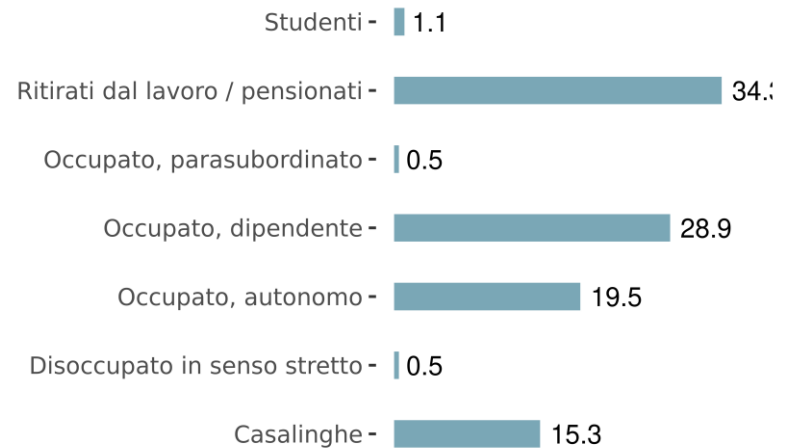
## INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Dati relativi all'indagine svolta

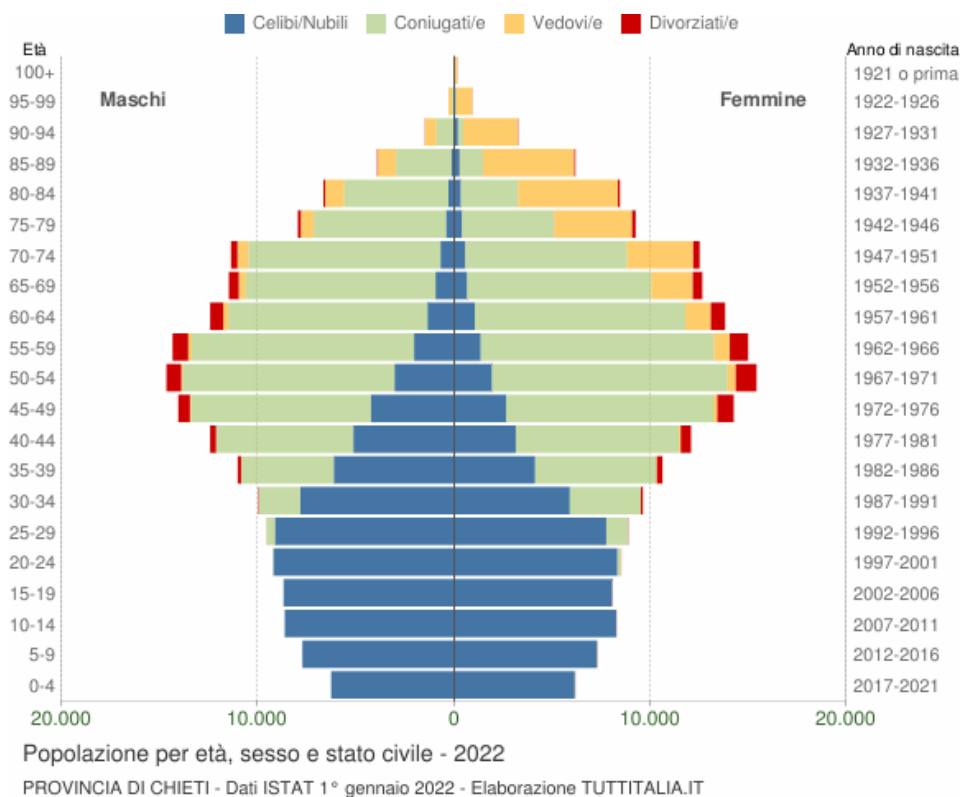
### Titolo di studio



### Condizione lavorativa



# INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE – Dati ISTAT – Comune di Chieti – Gennaio 2022



**La Piramide delle Età** rappresenta la distribuzione della popolazione residente in provincia di Chieti per età, sesso e stato civile al 1° gennaio 2022. I dati tengono conto dei risultati del Censimento permanente della popolazione.

## Indice di vecchiaia

Rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione. È il rapporto percentuale tra il numero degli ultrassessantacinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. *Ad esempio, nel 2022 l'indice di vecchiaia per la provincia di Chieti dice che ci sono 218,0 anziani ogni 100 giovani.*

## Valutazione importanza e soddisfazione ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

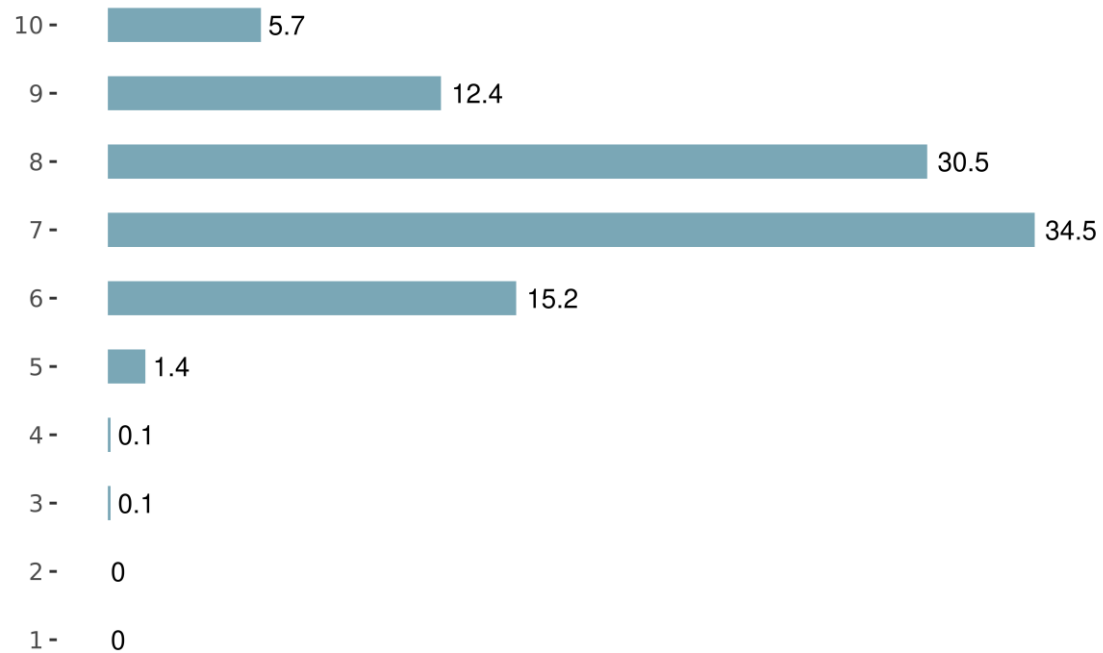
- ✓ Frequenza con cui viene effettuata la raccolta
- ✓ Orari di ritiro della spazzatura
- ✓ Pulizia / Igiene delle aree adiacenti alla raccolta

*Inoltre abbiamo indagato su aspetti relativi alla*

- ✓ Frequenza della raccolta per tipologia di rifiuto
- ✓ Orario di ritiro per ogni tipologia di rifiuto

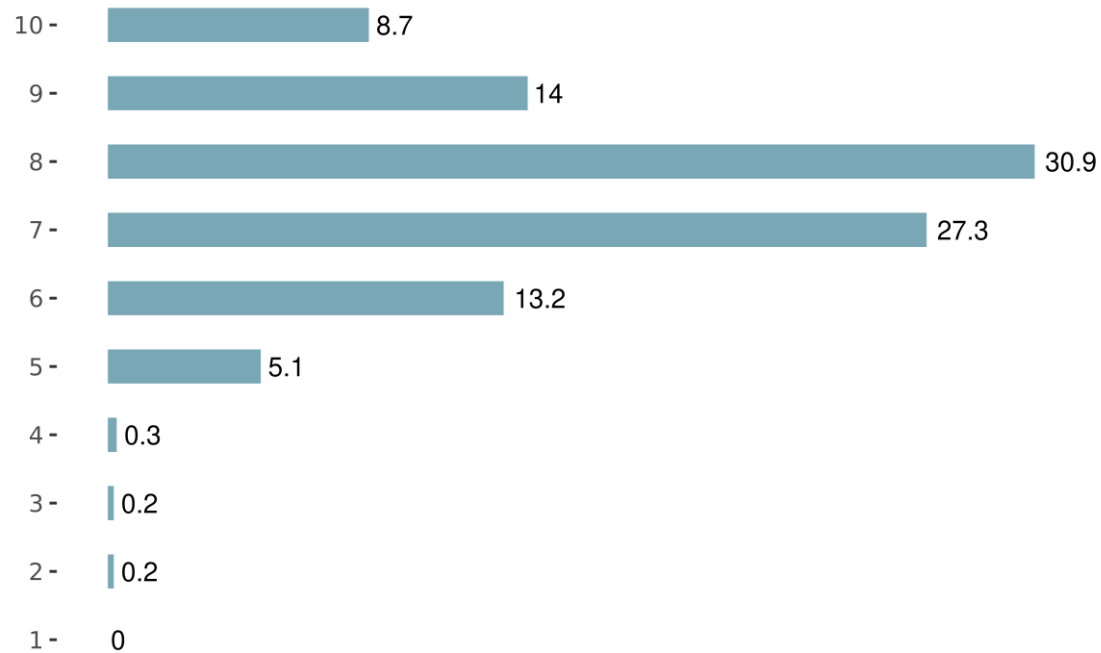
## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta



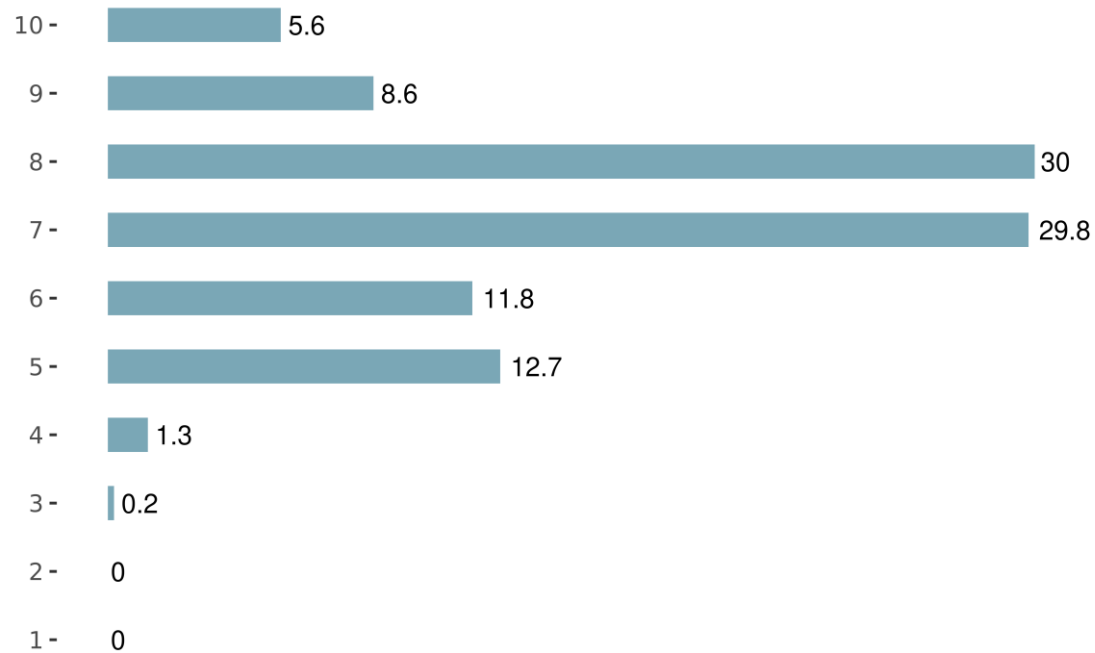
## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

Orari di ritiro della spazzatura



## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

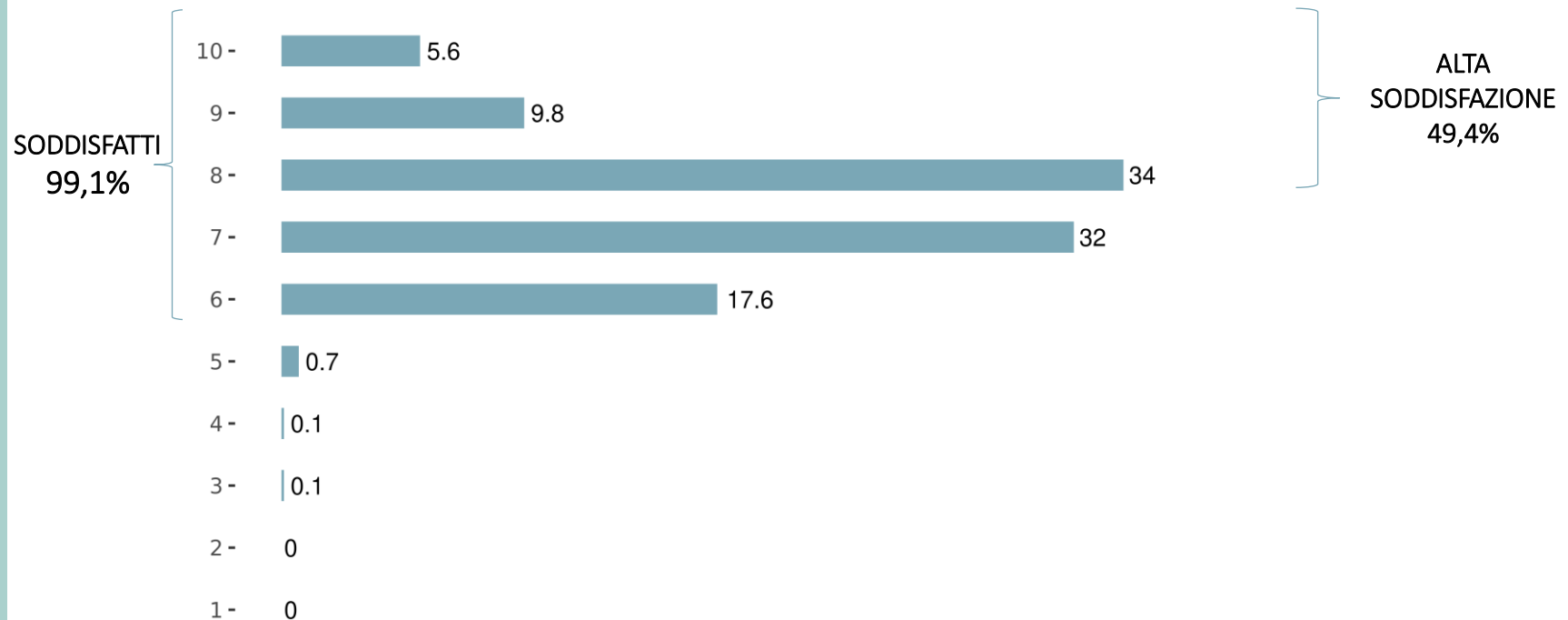
Pulizia e igiene delle aree adiacenti alla raccolta





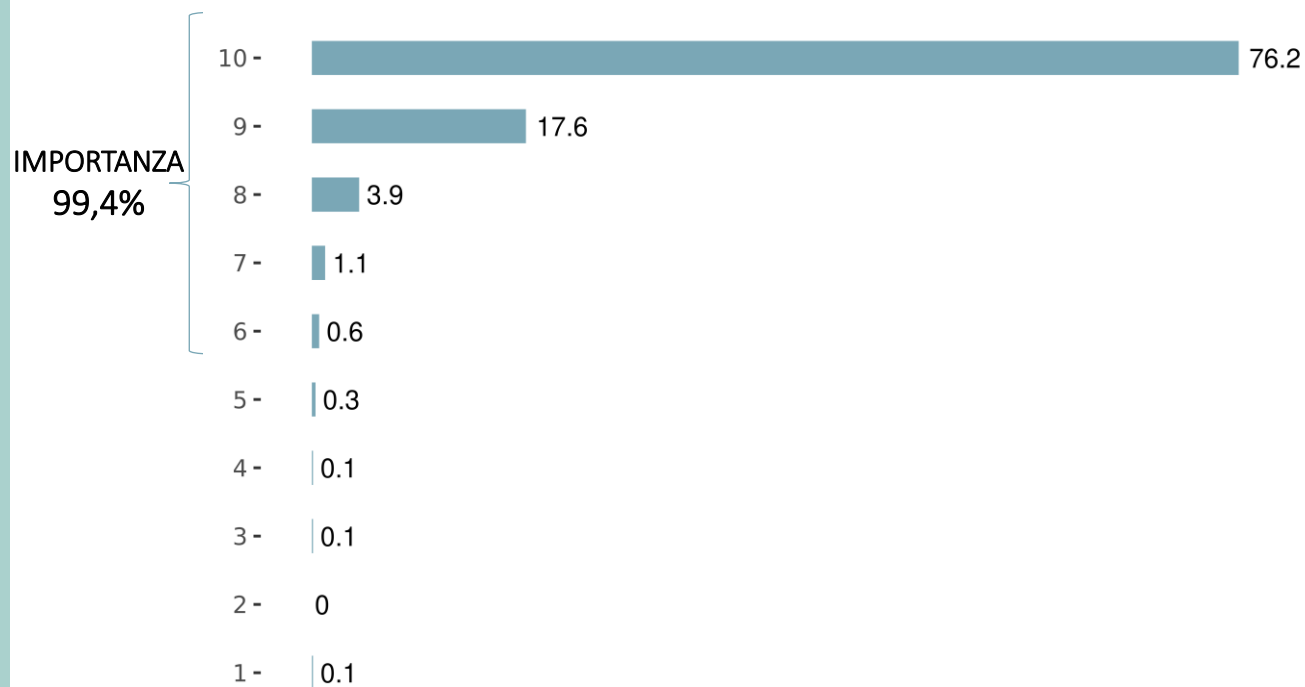
## ASPETTI TECNICI PORTA A PORTA

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



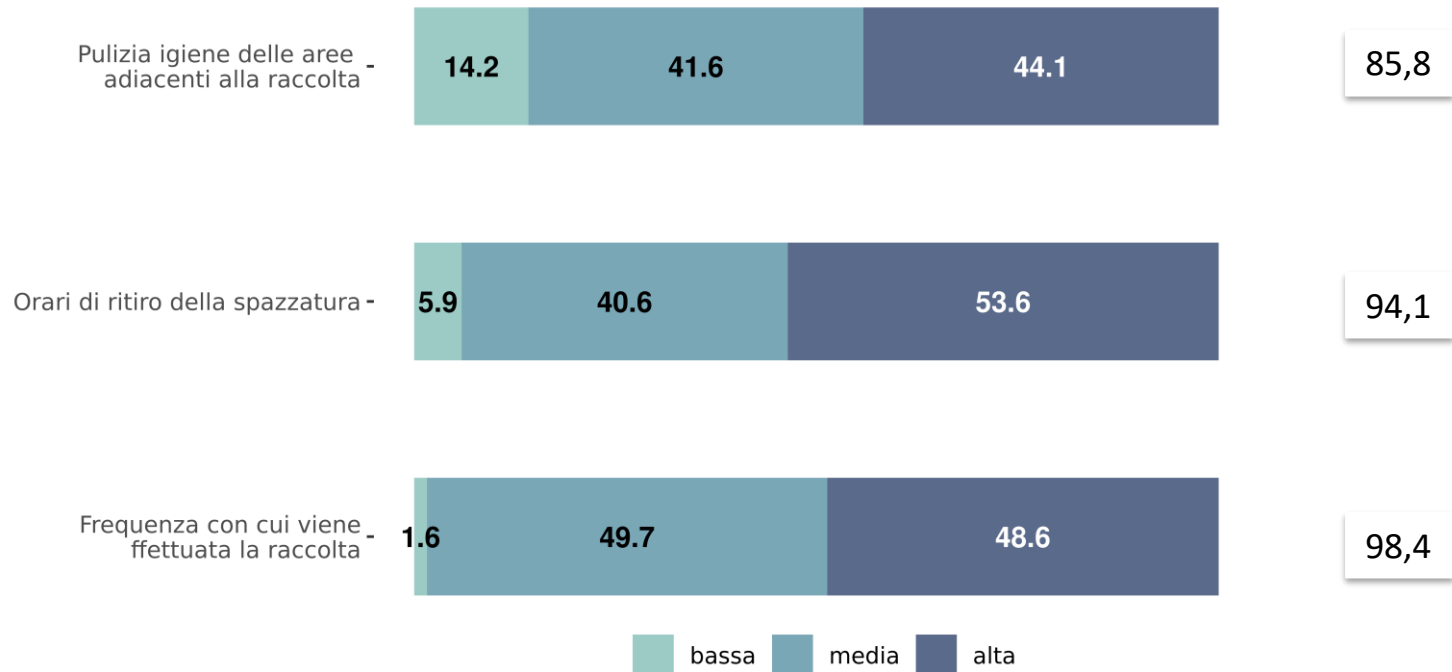
## ASPETTI TECNICI PORTA A PORTA

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

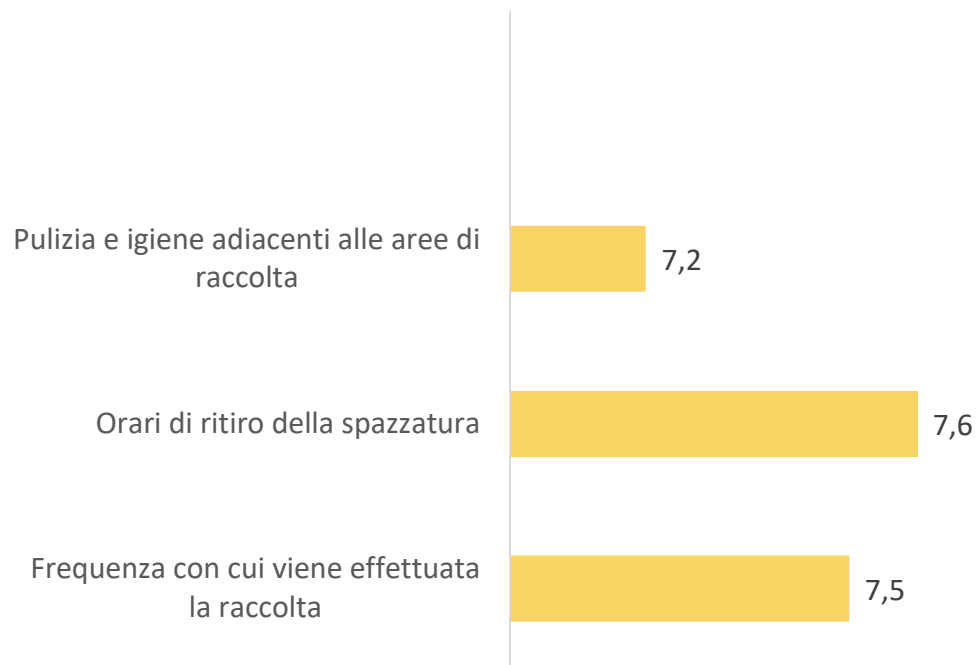


Indice % MEDIA di soddisfazione Raccolta Porta a Porta

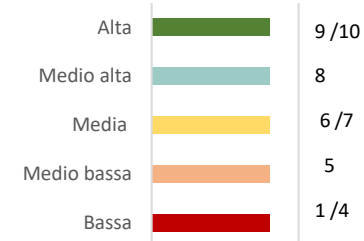
**92,8**

## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

### INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

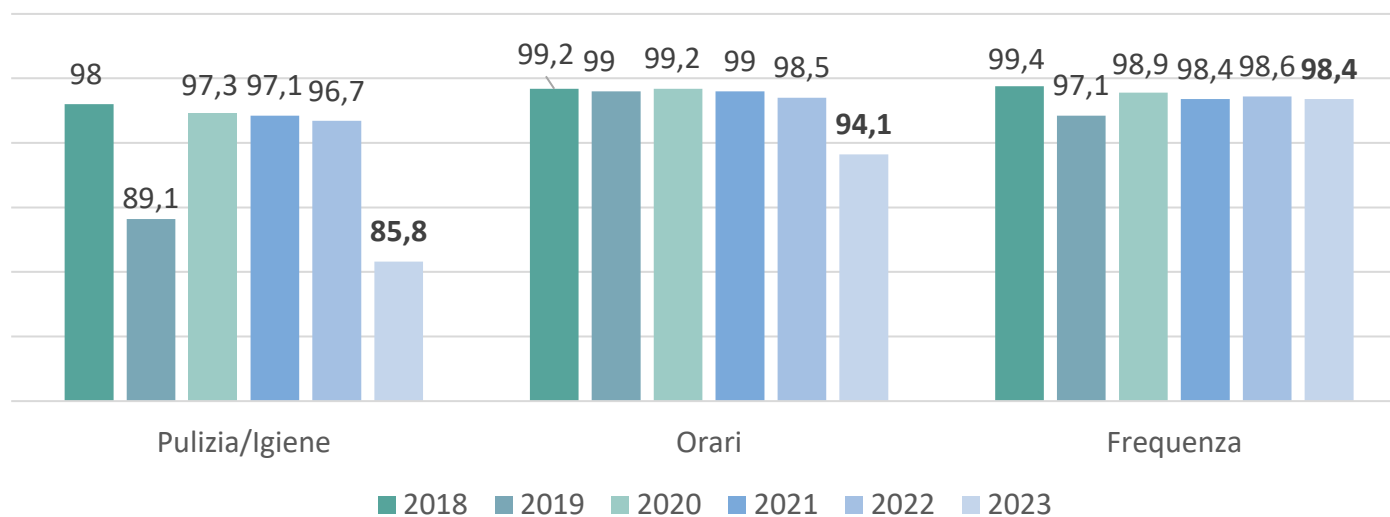


Intensità  
(media dei punteggi)  
Raccolta Porta a Porta



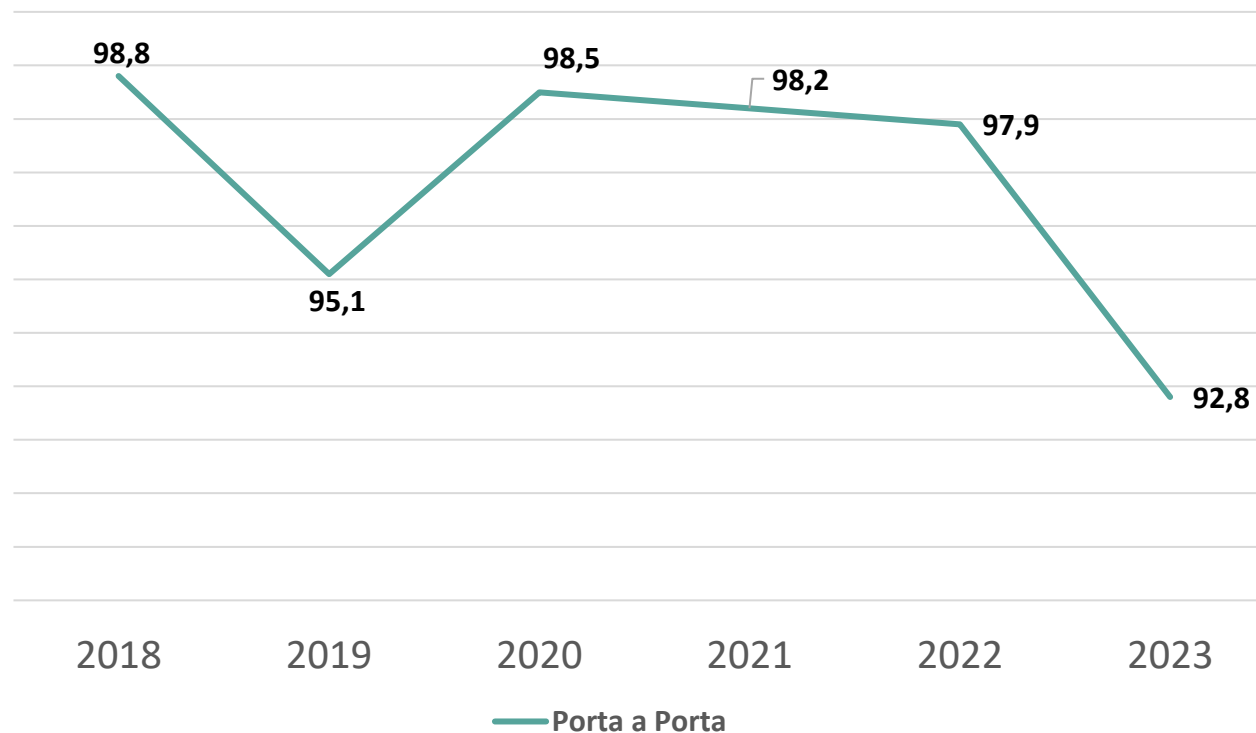
## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA – TREND 2018 / 2023

SODDISFAZIONE TOTALE Raccolta porta a porta



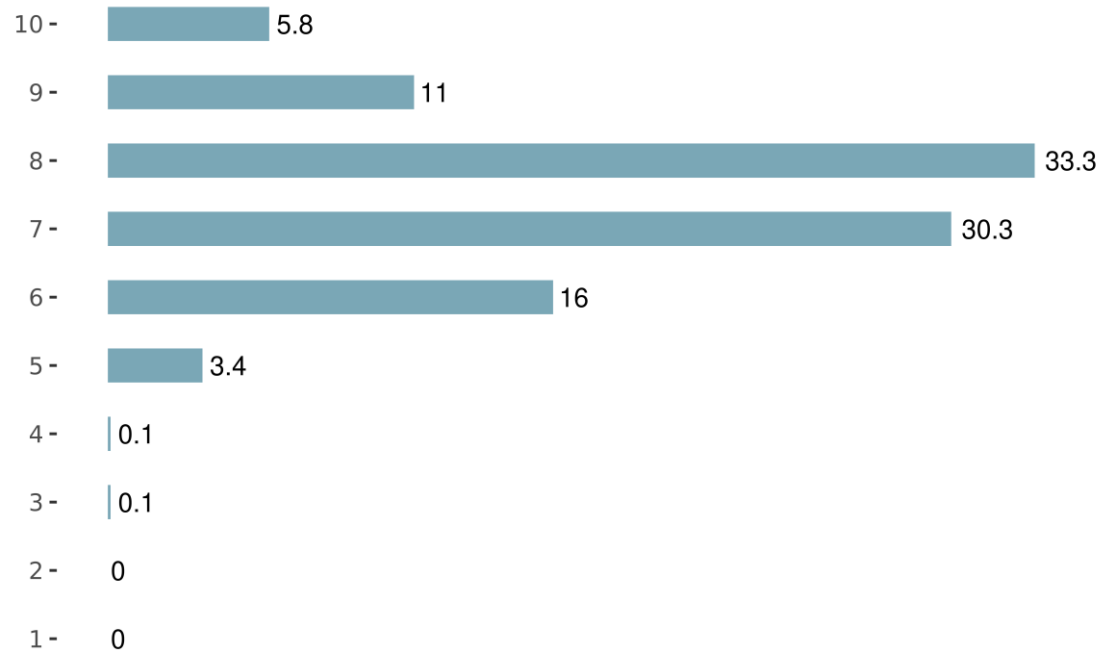
## ASPETTI TECNICI GENERALI – TREND 2018 / 2023

SODDISFAZIONE TOTALE Raccolta porta a porta



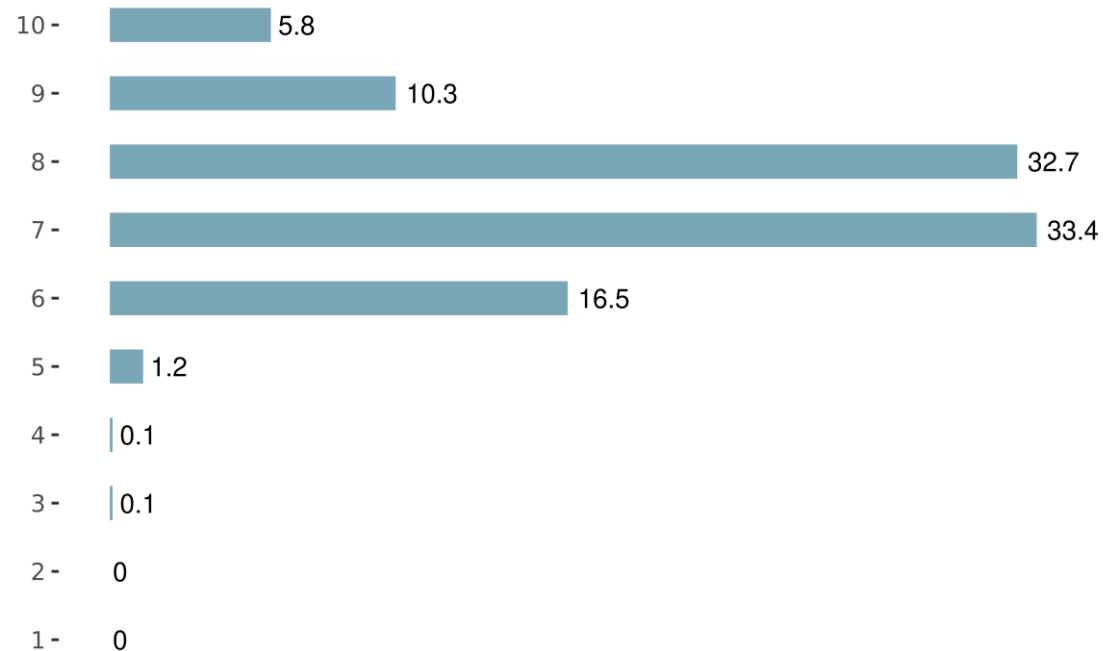
## ASPETTI TECNICI

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



## ASPETTI TECNICI

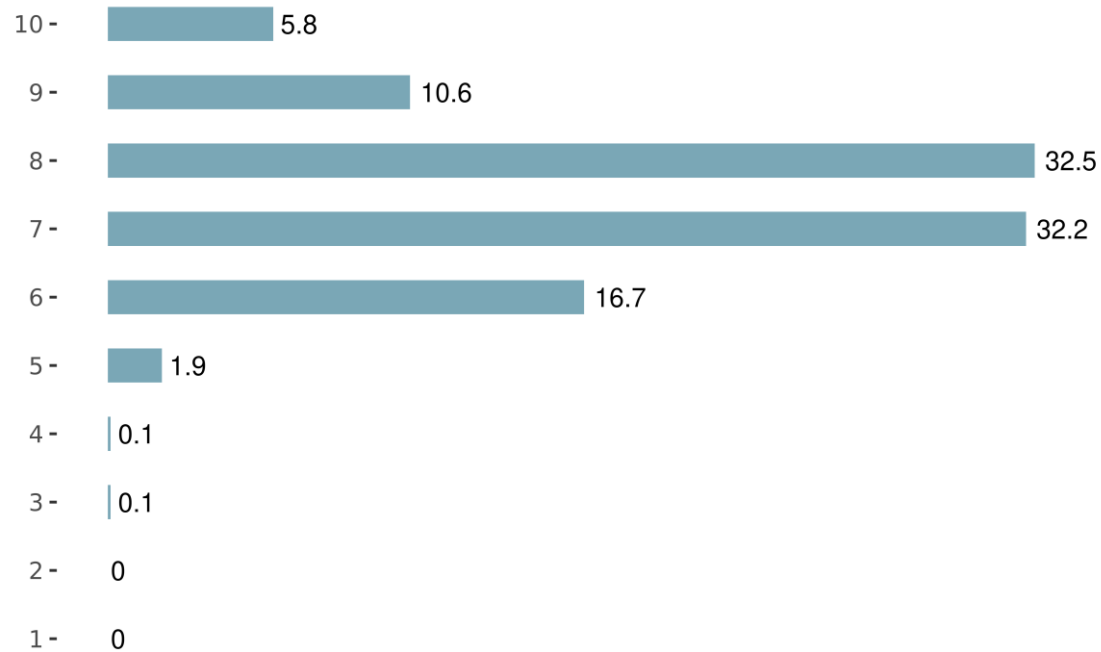
Frequenza con cui viene effettuata la raccolta – Plastica e Metallo





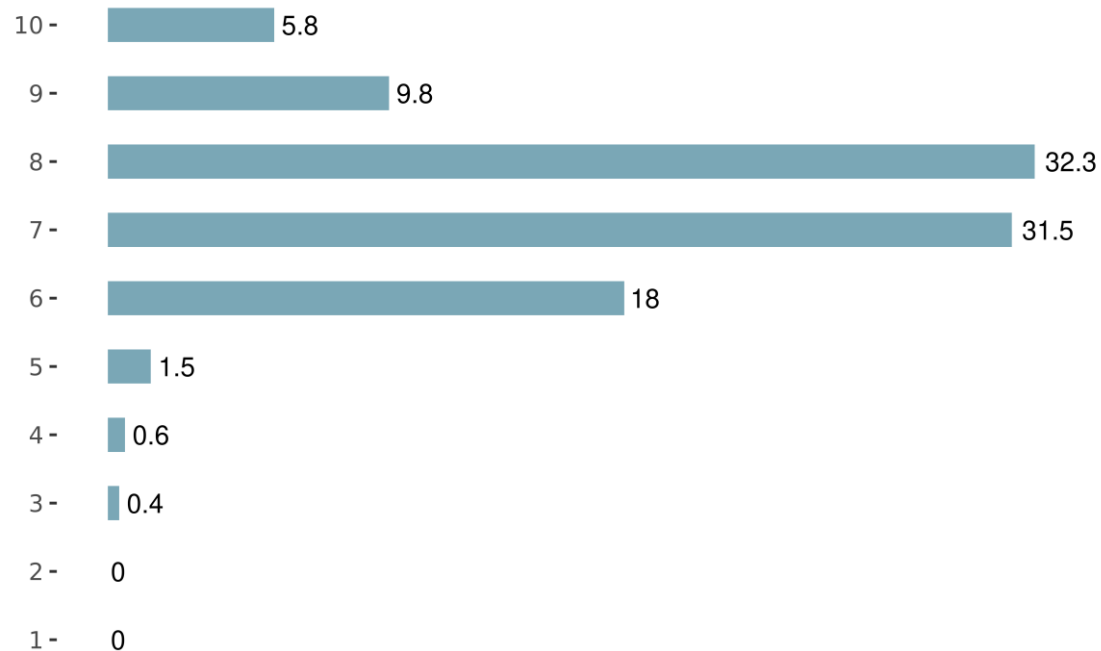
## ASPETTI TECNICI

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta – Carta e Cartone



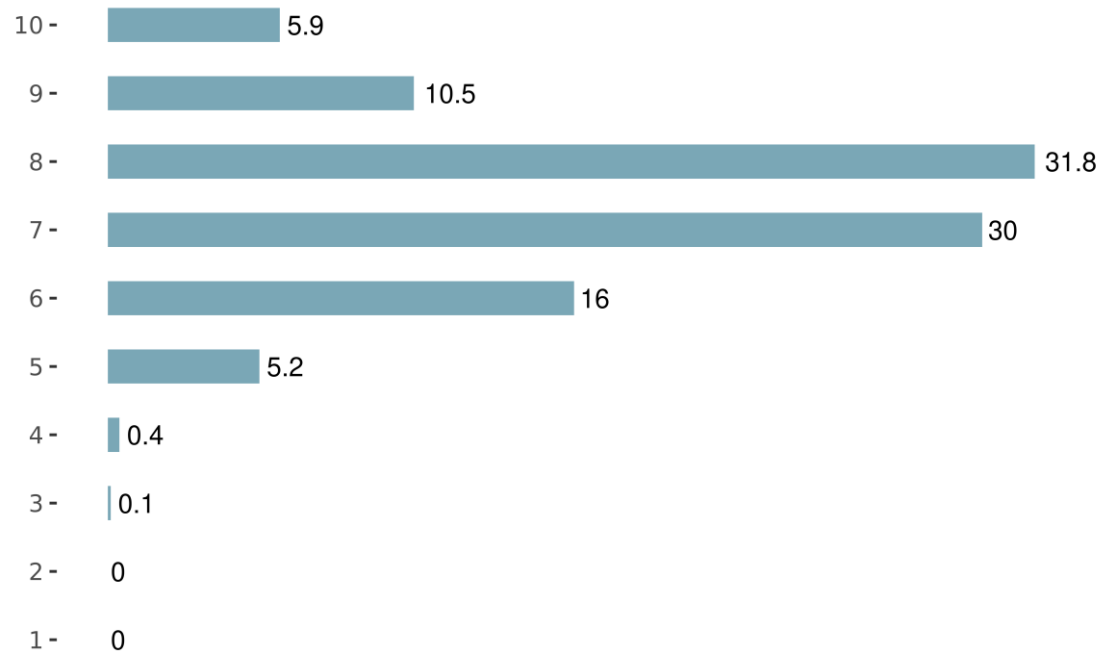
## ASPETTI TECNICI

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta – Indifferenziato



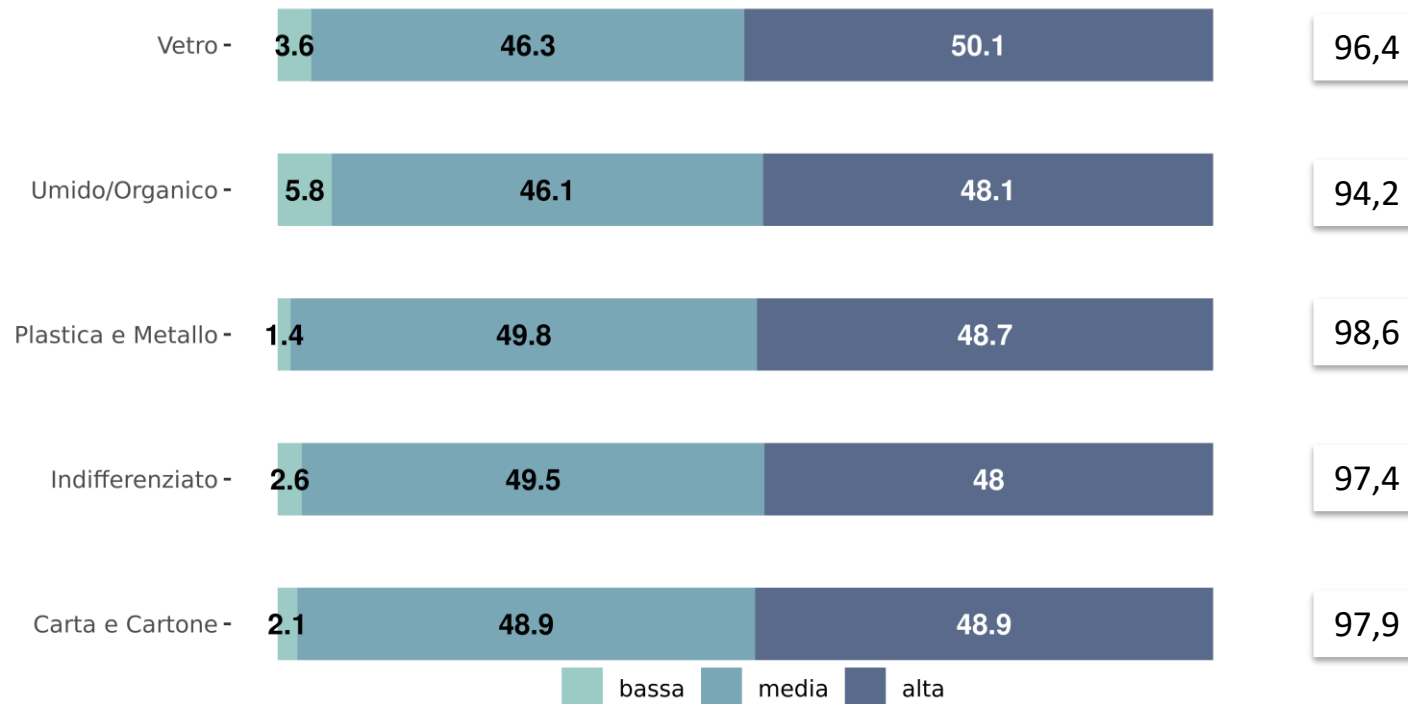
## ASPETTI TECNICI

Frequenza con cui viene effettuata la raccolta – Umido/Organico



## ASPETTI TECNICI

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

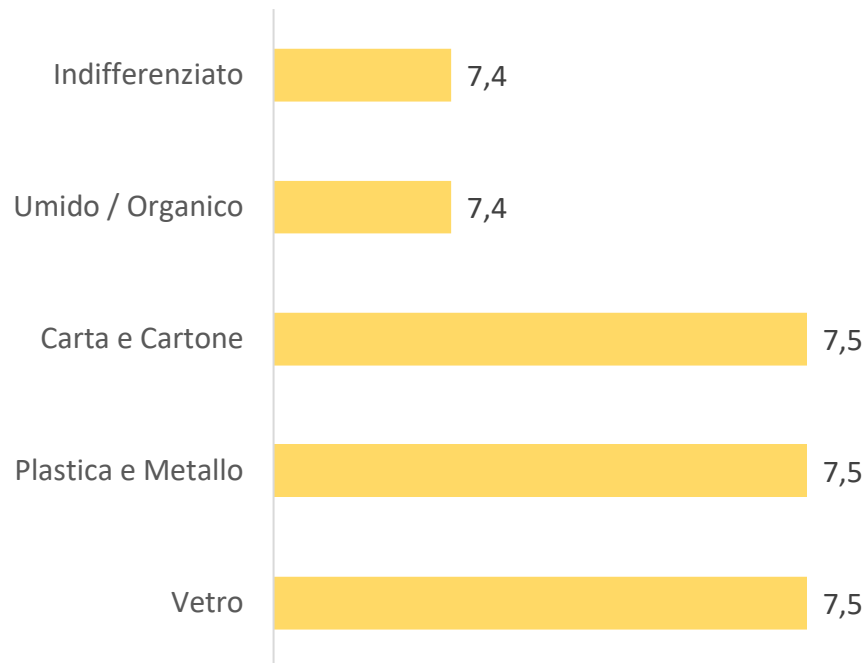


Indice % di Soddisfazione MEDIA Frequenza della raccolta

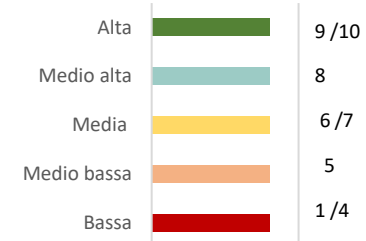
**96,9**

## ASPETTI TECNICI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE – Frequenza per tipologia di rifiuto

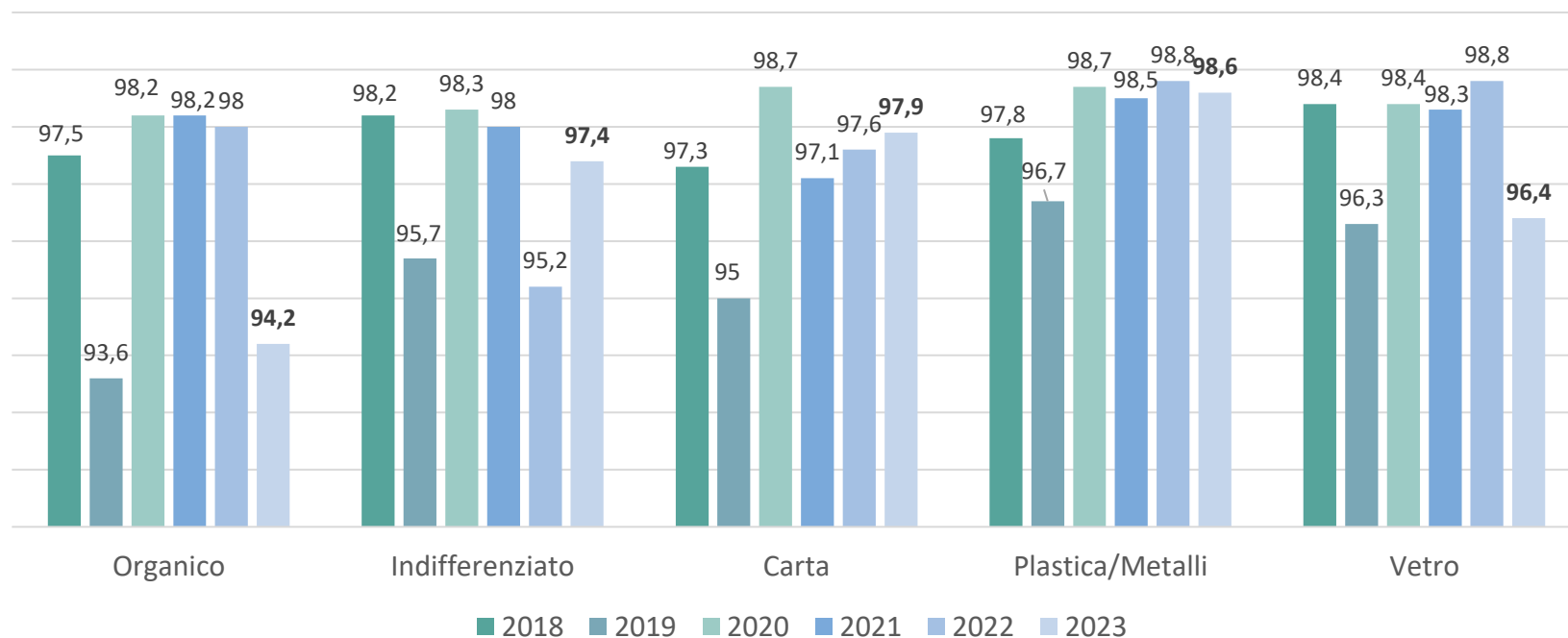


Intensità  
(media dei punteggi)  
Frequenza della Raccolta



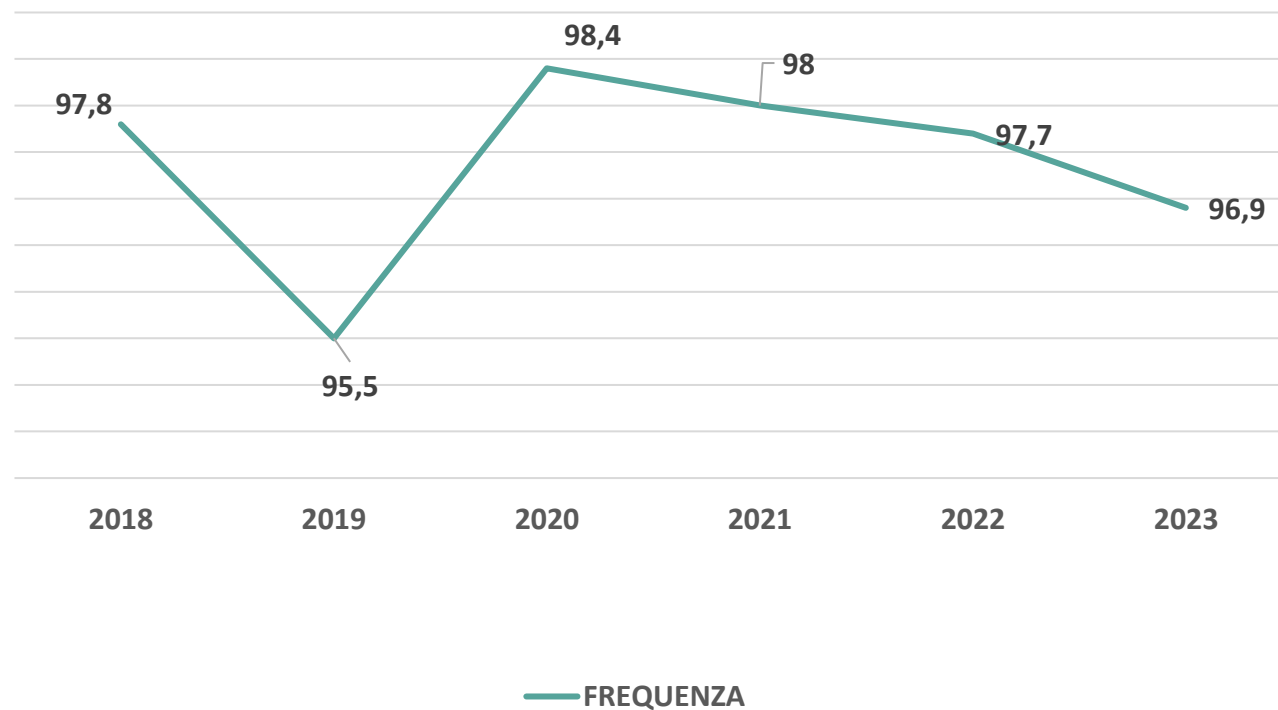
## ASPETTI TECNICI – TREND 2018 / 2023

SODDISFAZIONE TOTALE Frequenza per tipologia di rifiuto



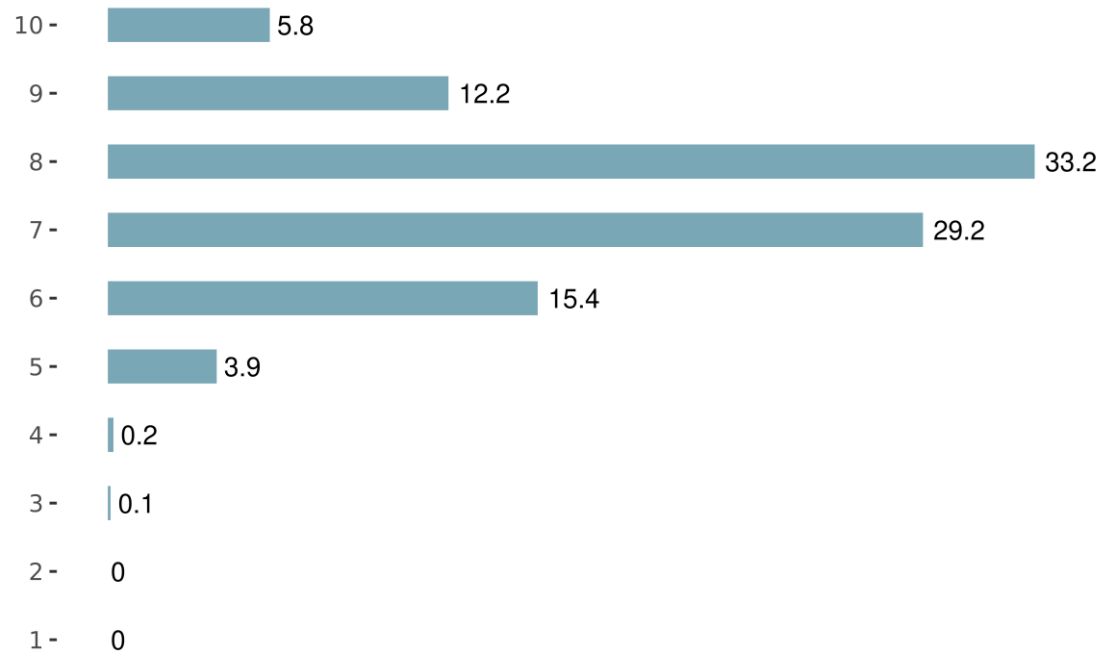
## ASPETTI TECNICI – TREND 2018 / 2023

SODDISFAZIONE TOTALE Frequenza per tipologia di rifiuto



## ASPETTI TECNICI

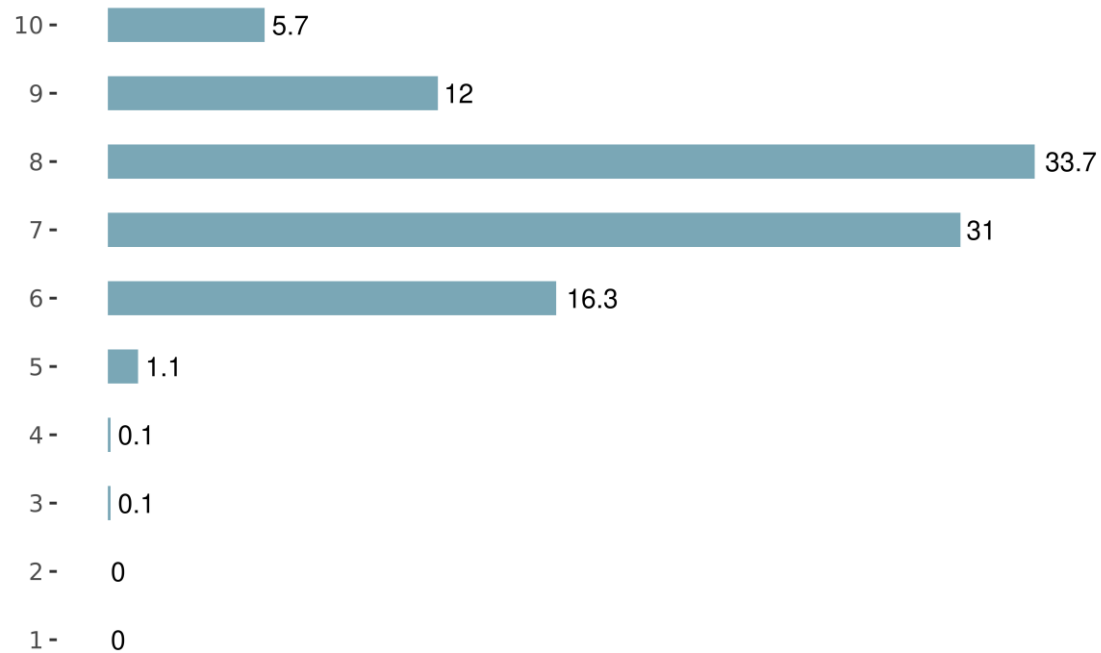
Orari di ritiro per tipologia di rifiuto - **Vetro**





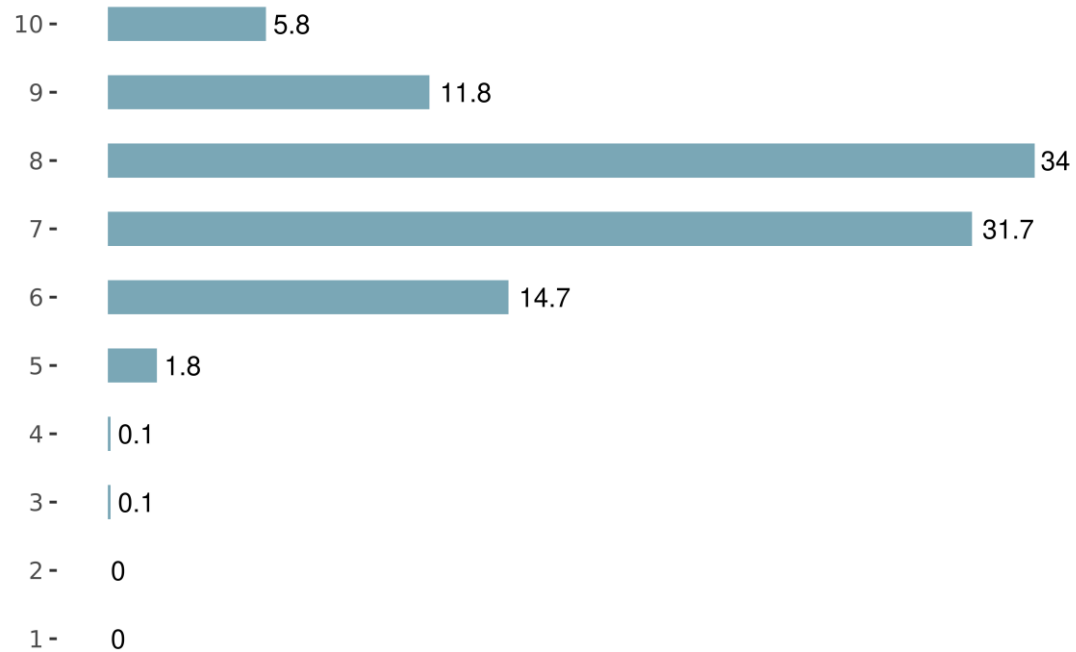
## ASPETTI TECNICI

Orari di ritiro per tipologia di rifiuto – Plastica e Metallo



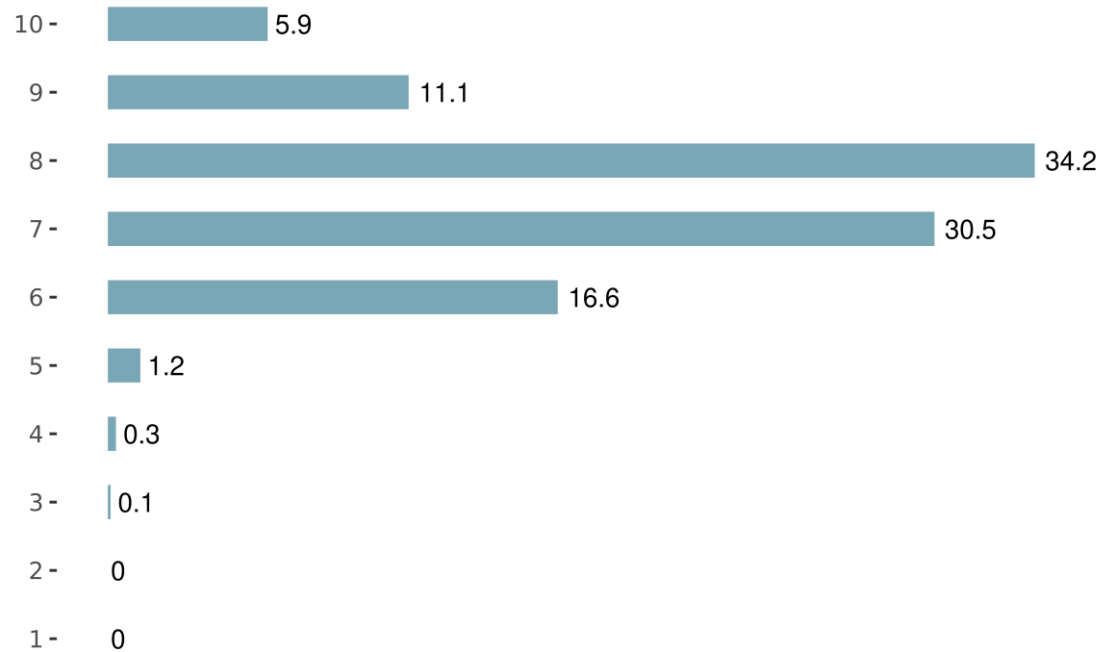
## ASPETTI TECNICI

Orari di ritiro per tipologia di rifiuto – Carta e Cartone



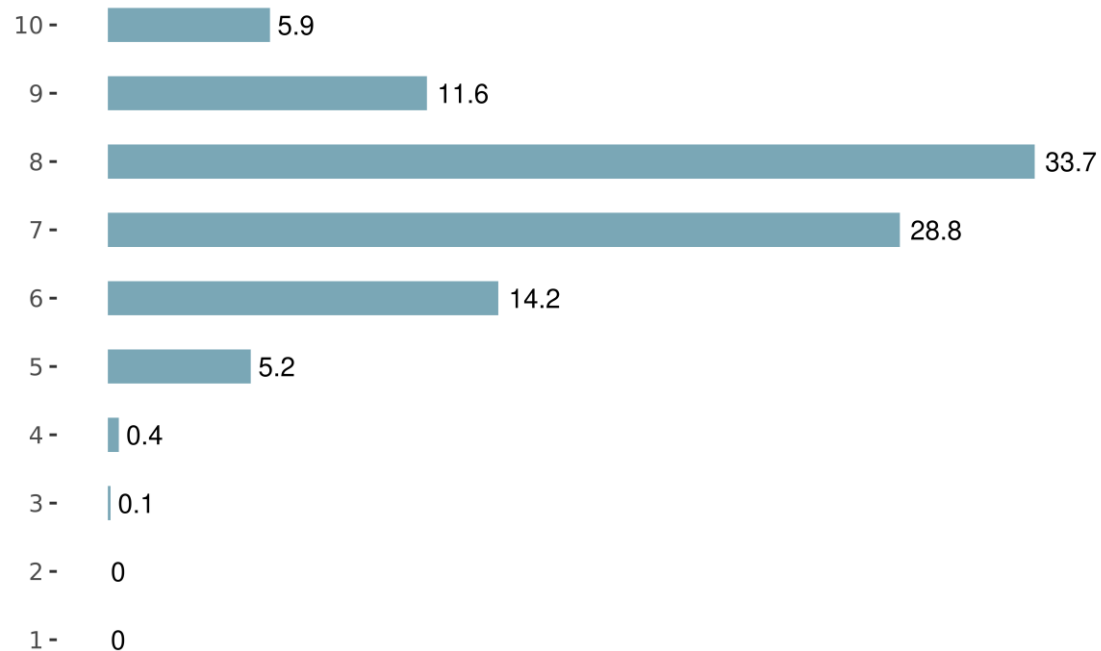
## ASPETTI TECNICI

Orari di ritiro per tipologia di rifiuto- Indifferenziato



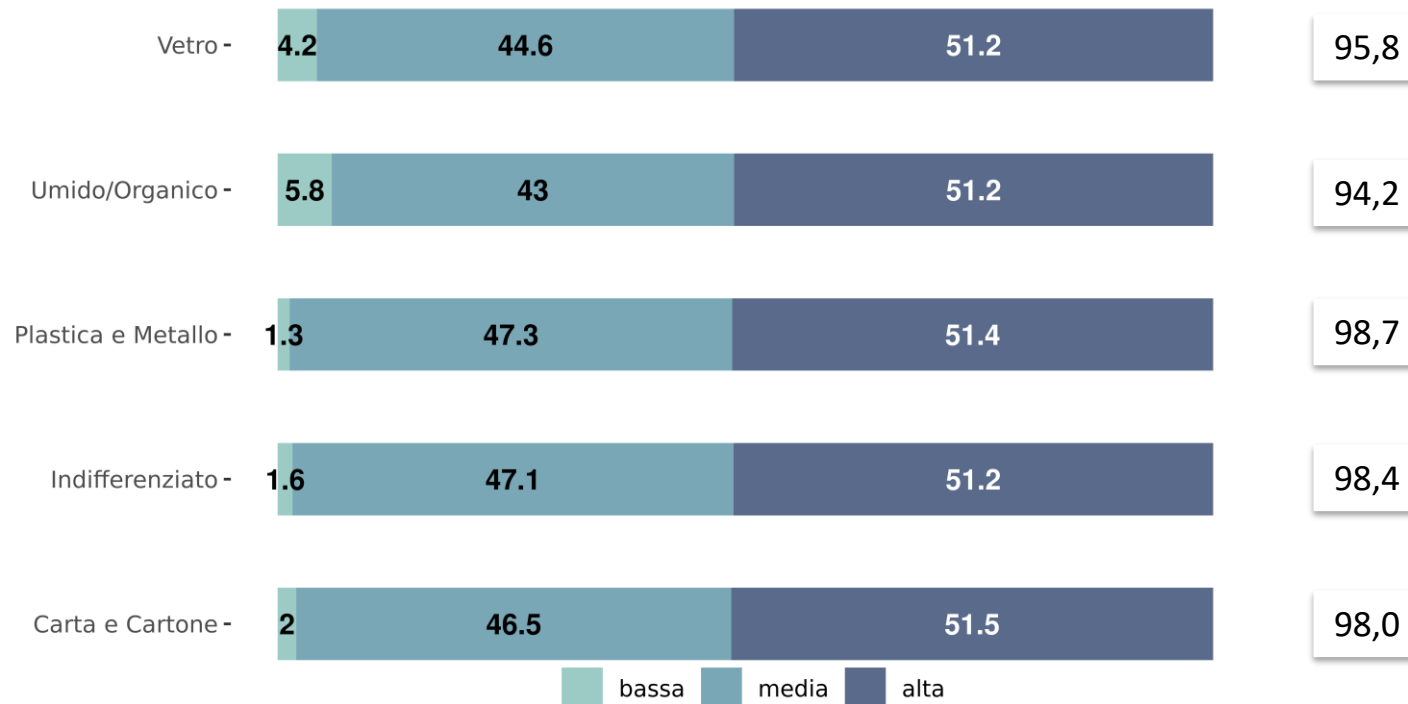
## ASPETTI TECNICI

Orari di ritiro per tipologia di rifiuto – Umido / Organico



## ASPETTI TECNICI

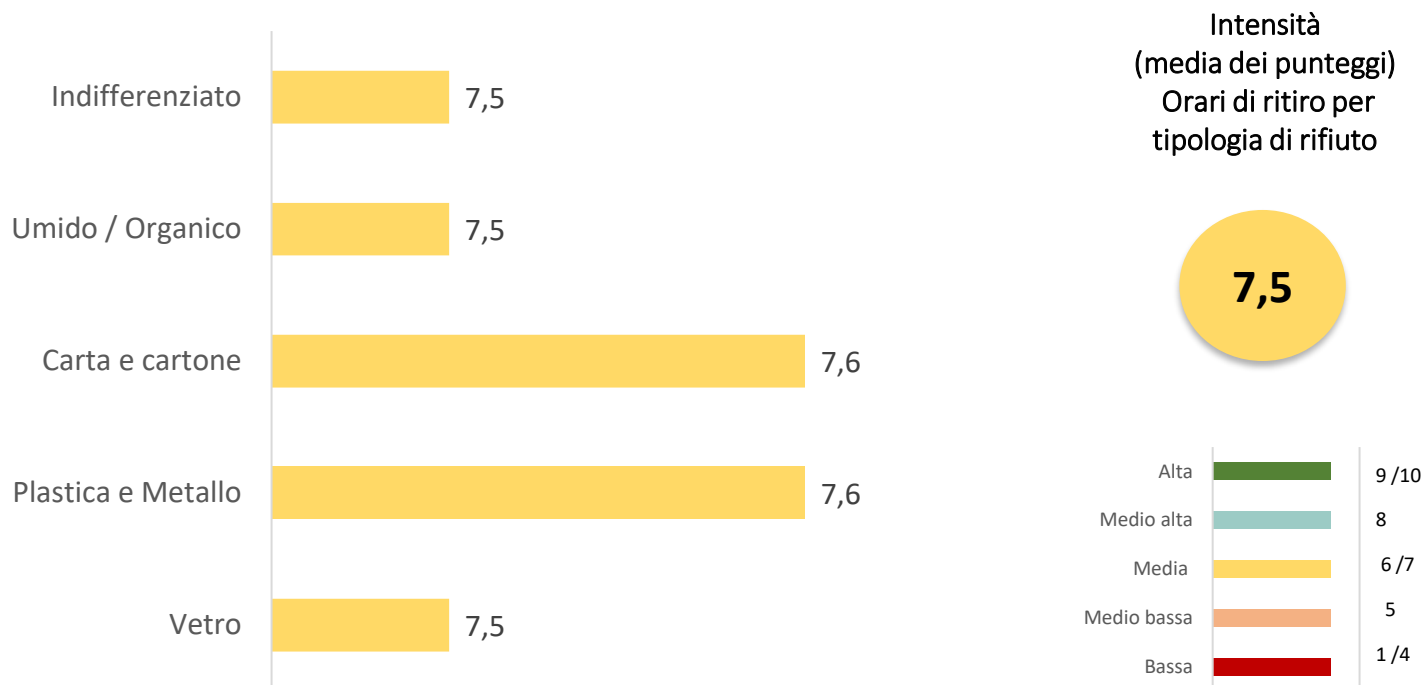
Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE – Orari di ritiro per tipologia di rifiuto



Indice % di Soddisfazione MEDIA Orari di ritiro per tipologia di rifiuto **97,0**

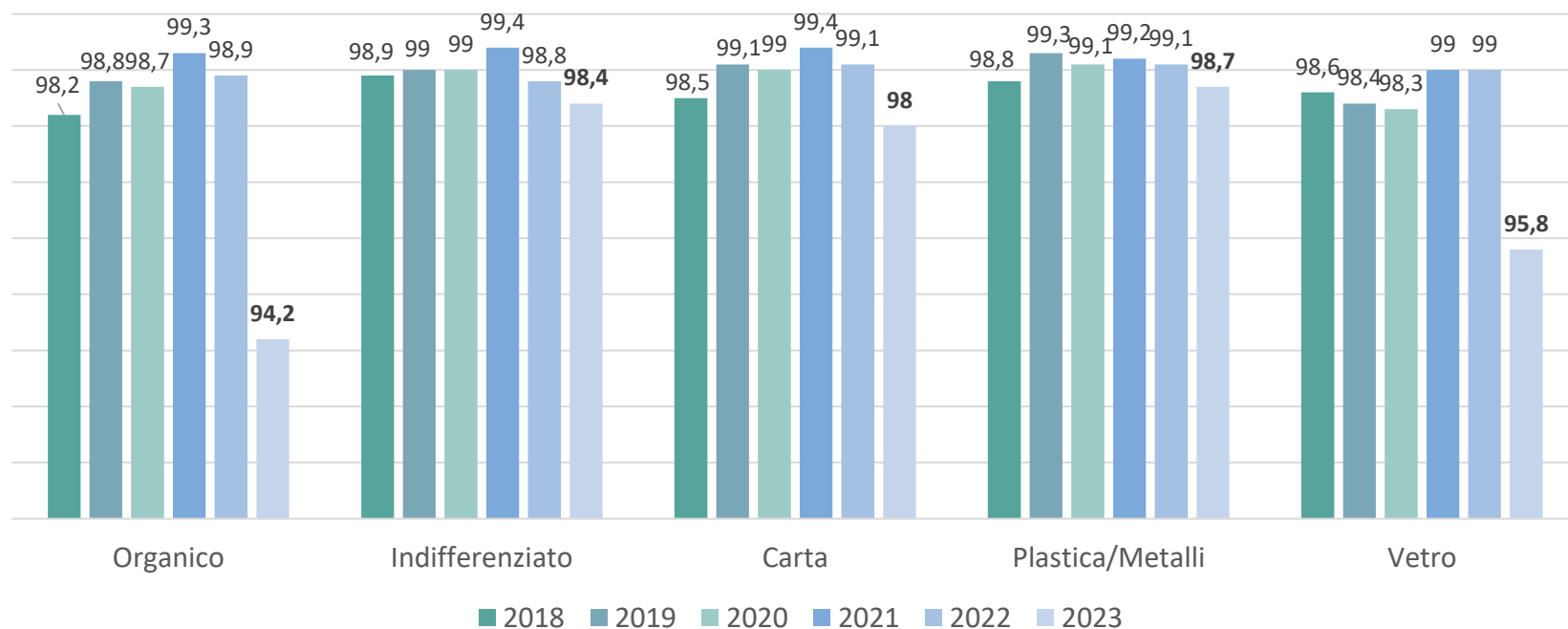
## ASPETTI TECNICI

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE – Orari di ritiro per tipologia di rifiuto



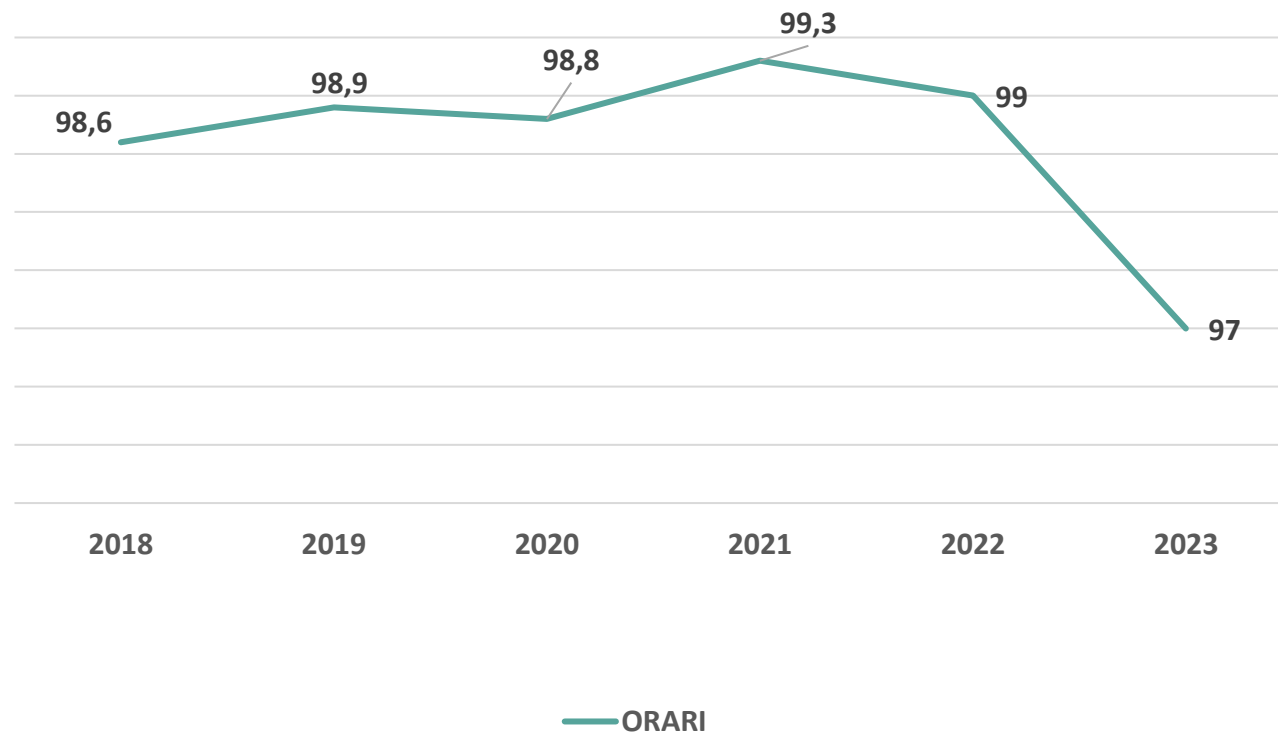
## ASPETTI TECNICI – TREND 2018 / 2023

SODDISFAZIONE TOTALE Orari per tipologia di rifiuto



## ASPETTI TECNICI – TREND 2018 / 2023

SODDISFAZIONE TOTALE Orari per tipologia di rifiuto





## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

### Considerazioni

Iniziamo l'analisi di Customer Satisfaction indagando su uno dei fattori più caratterizzanti del servizio offerto: gli aspetti tecnici della raccolta porta a porta. Osservando i risultati generali del fattore, l'indice percentuale di soddisfazione media raggiunge il 92,8% di soddisfatti. Per quanto riguarda l'intensità della soddisfazione, il servizio si attesta nella parte superiore della fascia Media con un punteggio di 7,4.

Scendendo nello specifico dei singoli fattori, notiamo subito come la "pulizia ed igiene delle aree adiacenti alla raccolta" è il sub-fattore che raccoglie la maggior quota di insoddisfatti (14,2%), trascinando verso il basso una percentuale di soddisfazione media che, altrimenti, sarebbe più elevata. Infatti, gli "orari di ritiro della spazzatura" registrano un 94,1% di soddisfatti (voto da 6 a 10) ed un incoraggiante 53,6% di altamente soddisfatti (voto da 8 a 10); sulla stessa linea troviamo la "frequenza con cui viene effettuata la raccolta" con un 98,4% di soddisfatti ed un solido 48,6% di altamente soddisfatti. L'intensità segue l'andamento dei risultati di soddisfazione, con "orario di ritiro" e "frequenza della raccolta" che ricevono rispettivamente 7,6 e 7,5, mentre "pulizia delle aree adiacenti alla raccolta" registra un 7,2.

Rivolgendo lo sguardo all'andamento annuale (trend 2018 / 2023) possiamo notare come la leggera flessione registrata dal 2020 quest'anno si acuisce, segnando una variazione rispetto al 2022 di -5,1 punti percentuali; nonostante si segni il punto di minimo nella serie storica, la soddisfazione media rimane sopra il 90%, indicando l'ottima qualità del servizio. Notiamo ancora una volta come la "pulizia ed igiene delle aree adiacenti alla raccolta" sia il principale driver della differenza rispetto alla misurazione precedente: nel 2022 raggiungeva un solido 96,7% di soddisfatti, una percentuale più alta del 10,9%.

Passiamo adesso alla "frequenza della raccolta per tipologia di rifiuto"; osserviamo dei risultati molto incoraggianti, con percentuali di soddisfazione che si trovano in un intervallo compreso tra il 94,2% di "umido/organico" ed il 98,6% di "plastica e metallo" ed un'intensità media di 7,5 (parte superiore della fascia Media). Nel trend possiamo notare come si continui a seguire la tendenza di assestamento iniziata nel 2020 con percentuali superiori al 95% di soddisfazione, valori tecnicamente uguali tenendo in considerazione il margine d'errore statistico. Rispetto al 2022 scende la valutazione della "frequenza della raccolta" per "organico" e "vetro", mentre migliora l'"indifferenziato"; "carta" e "plastica/metalli" rimangono tecnicamente invariati.

## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

### Considerazioni

Per concludere, approfondiamo la conoscenza sulla percezione dell'utenza andando ad indagare sugli "orari di raccolta". I due rifiuti che raccolgono la maggior percentuale di insoddisfatti sono "umido / organico" e "vetro", rispettivamente con il 5,8% ed il 4,2% di insoddisfatti. Queste due tipologie di rifiuti fanno sì che l'indice percentuale di soddisfazione media raggiunga il 97%, segnando un calo del 2% rispetto alla misurazione dell'anno 2022. Questa piccola flessione, come nel caso della "frequenza della raccolta per tipologia di rifiuto", è da considerarsi come un assestamento della percezione molto positiva che gli utenti hanno del servizio offerto dall'azienda.

In definitiva possiamo affermare che gli aspetti tecnici del servizio sono ampiamente apprezzati dall'utenza nonostante la flessione registrata; c'è da lavorare con qualche accorgimento sulla "pulizia ed igiene delle aree adiacenti alla raccolta" per riportare l'indice percentuale di soddisfazione media ai valori degli anni precedenti.

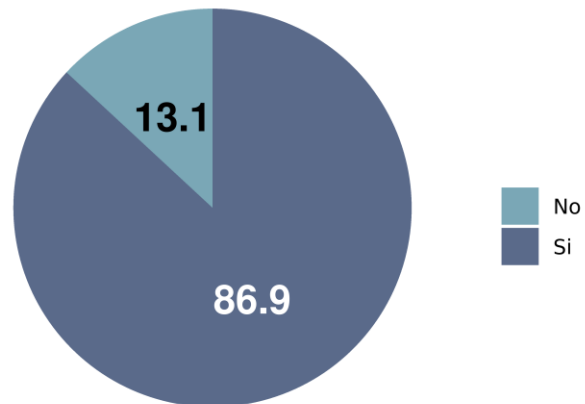
## Valutazione importanza e soddisfazione SERVIZI SPECIALI

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

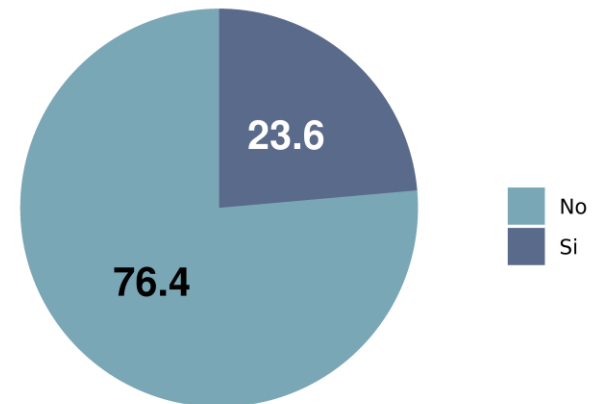
## CENTRO DI RACCOLTA

Conoscenza ed utilizzo

Conosce il Centro di Raccolta?

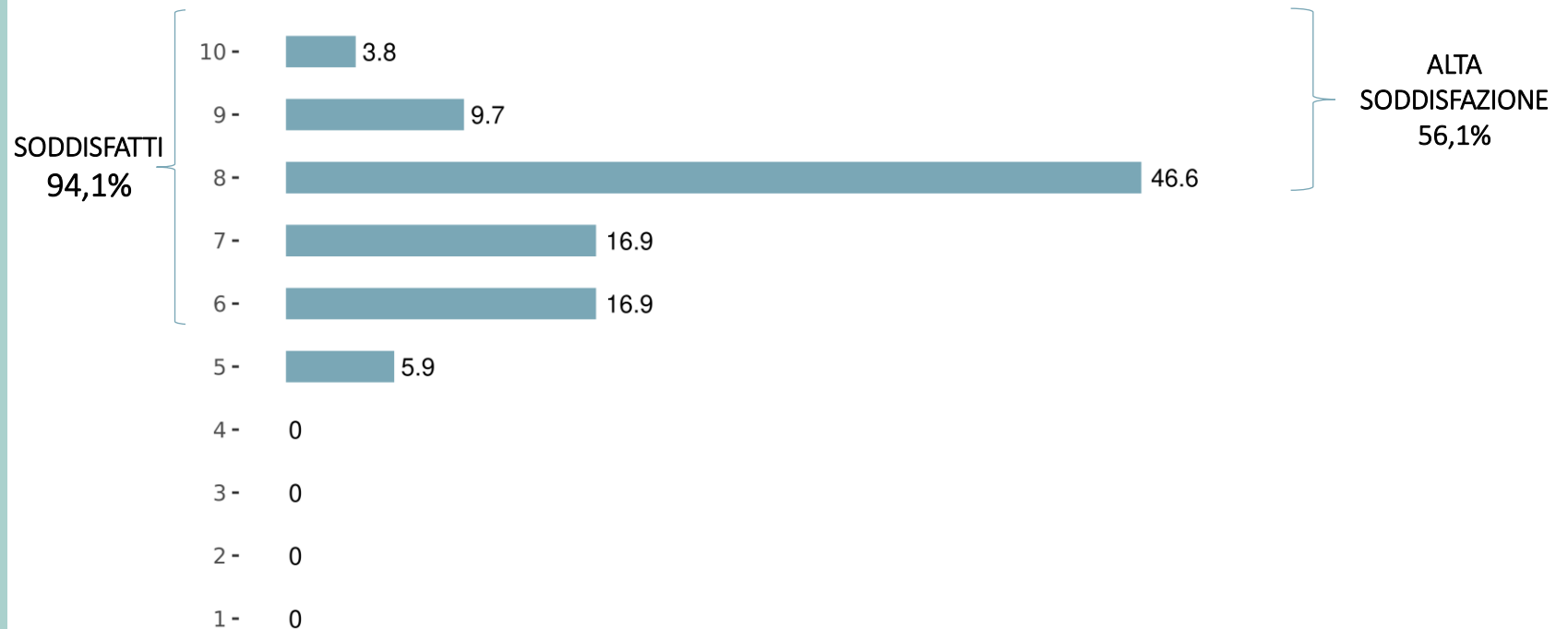


Ha mai utilizzato il Centro di Raccolta?



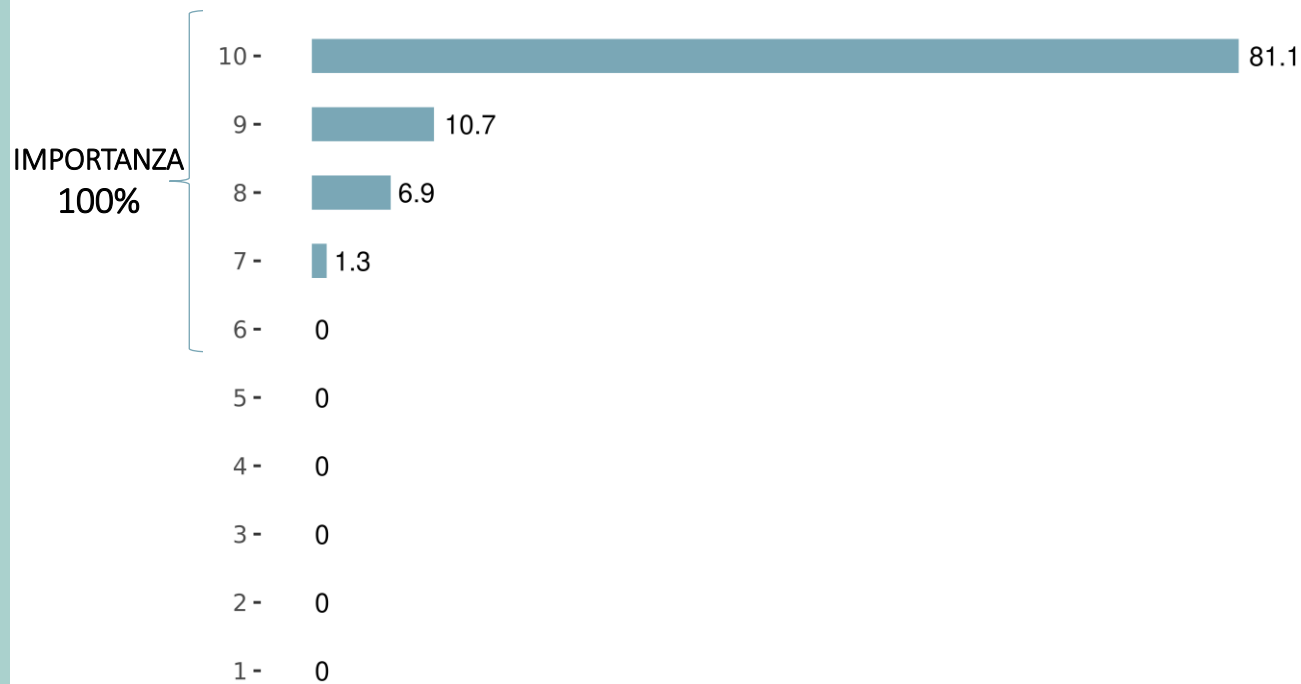
## CENTRO DI RACCOLTA

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



## CENTRO DI RACCOLTA

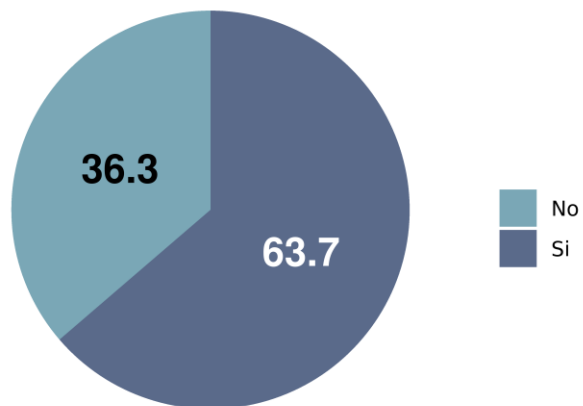
IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



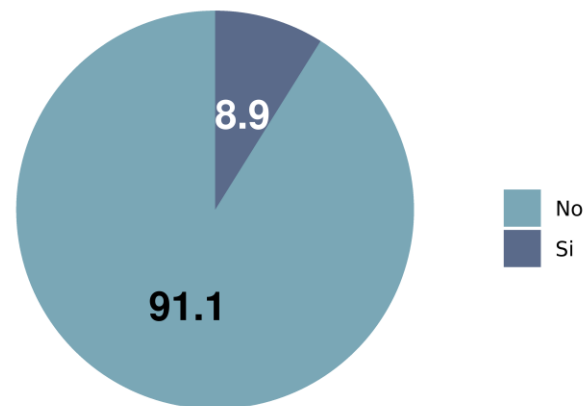
## STAZIONI ECOLOGICHE – ECOBOX

Conoscenza ed utilizzo

Conosce le Stazioni Ecologiche - Ecobox?

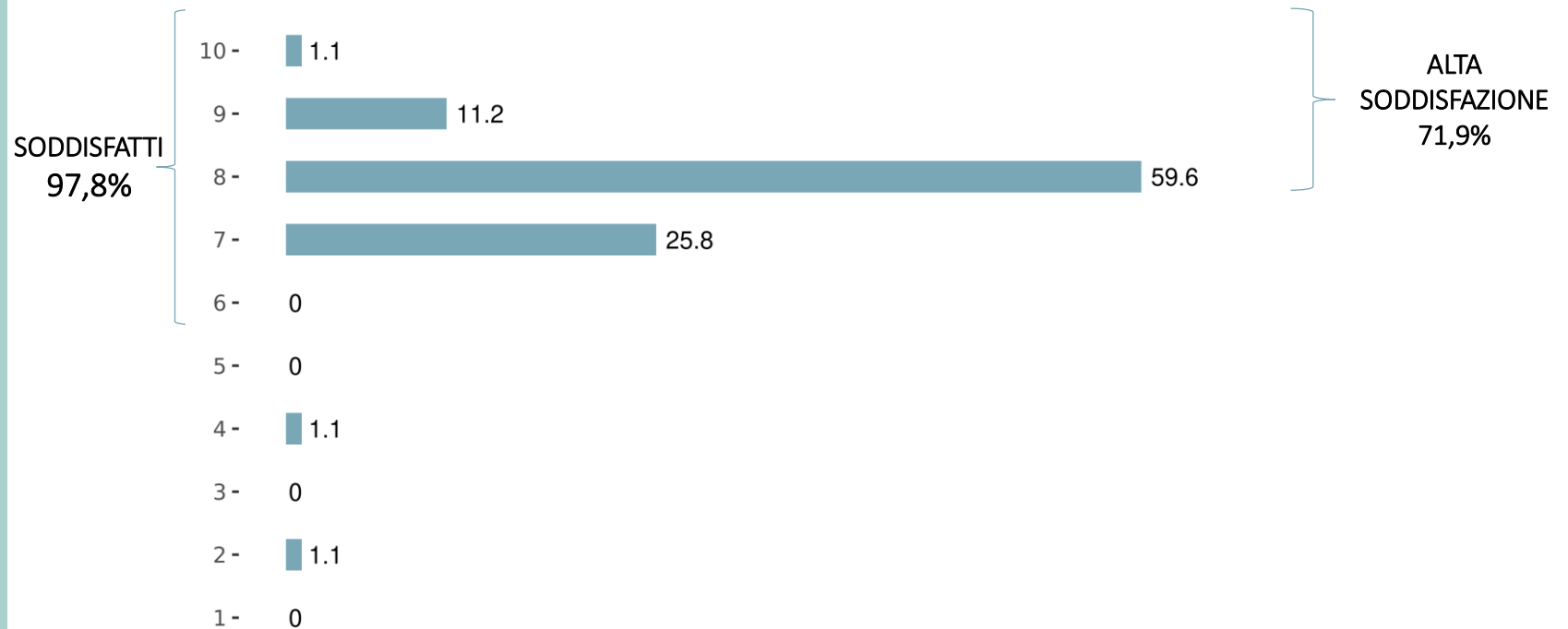


Ha mai utilizzato le  
Stazioni Ecologiche - Ecobox?



## STAZIONI ECOLOGICHE - ECOBOX

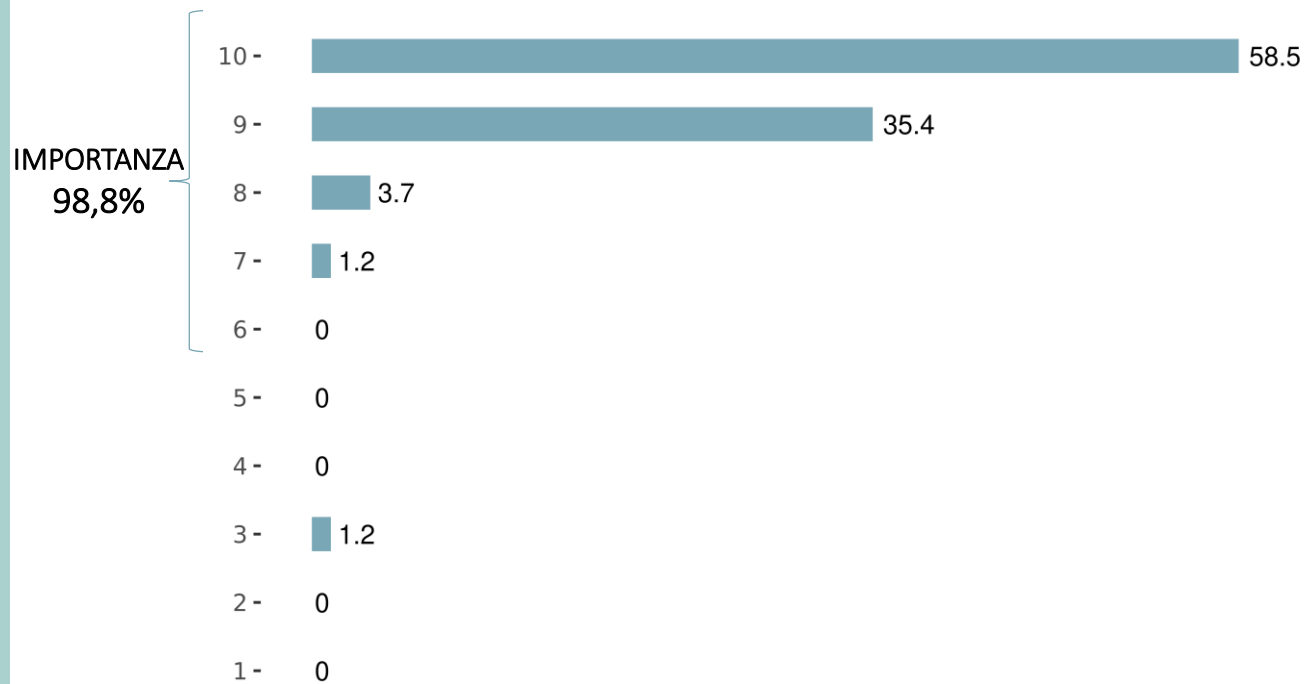
Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*





## STAZIONI ECOLOGICHE - ECOBOX

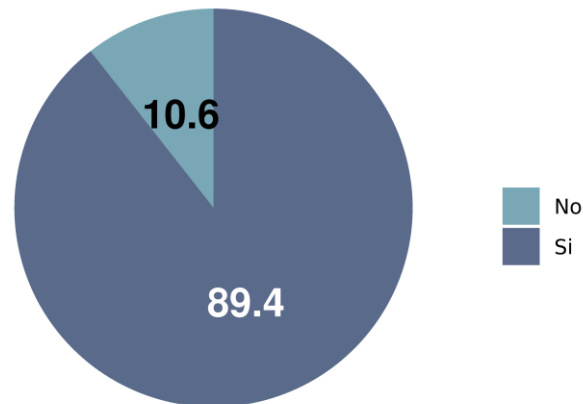
IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



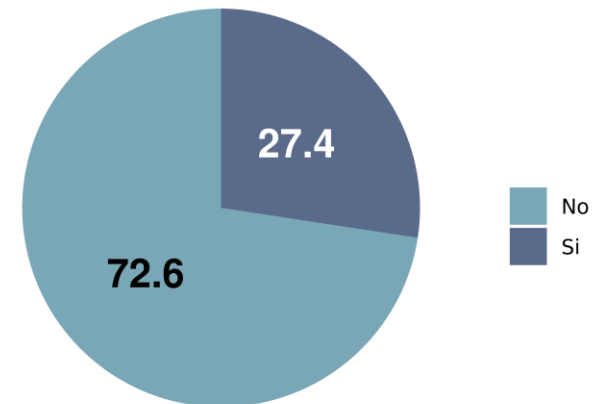
## RITIRO INGOMBRANTI

Conoscenza ed utilizzo

Conosce il Servizio di Ritiro Ingombranti?

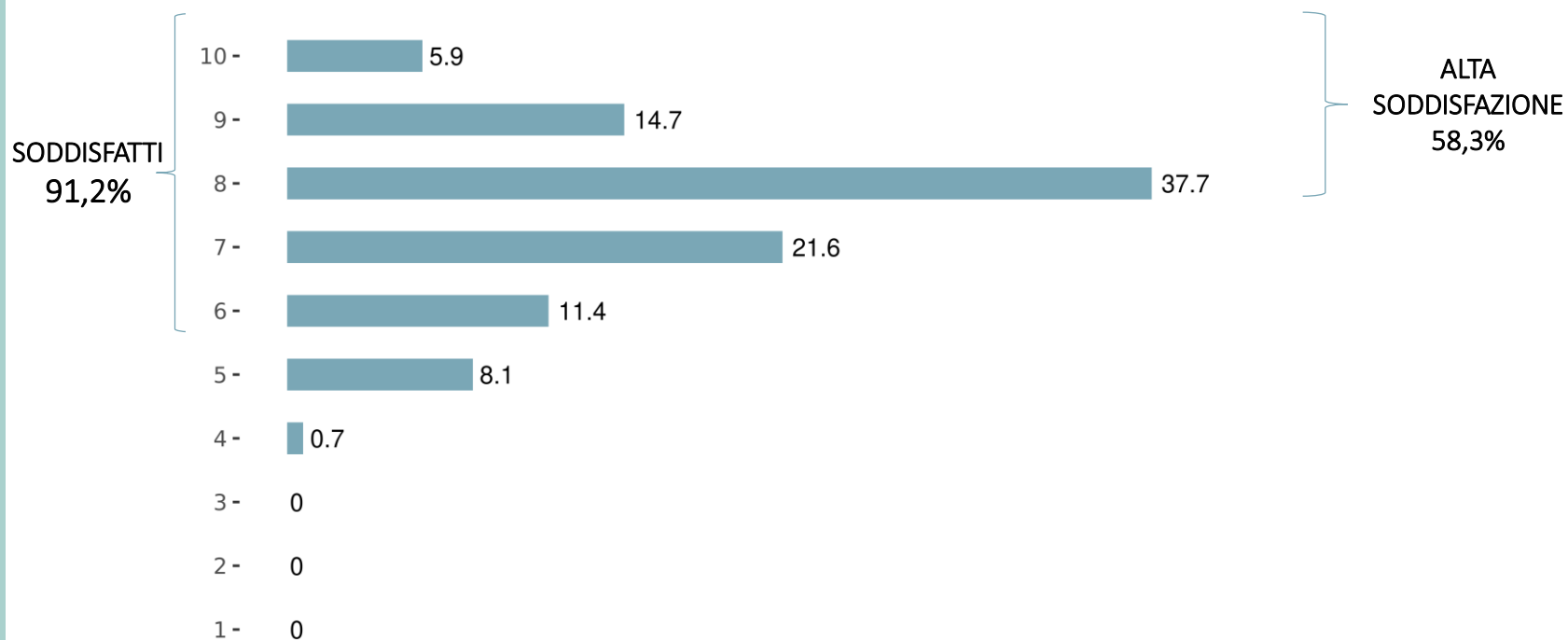


Ha mai utilizzato il Servizio di Ritiro Ingombranti?



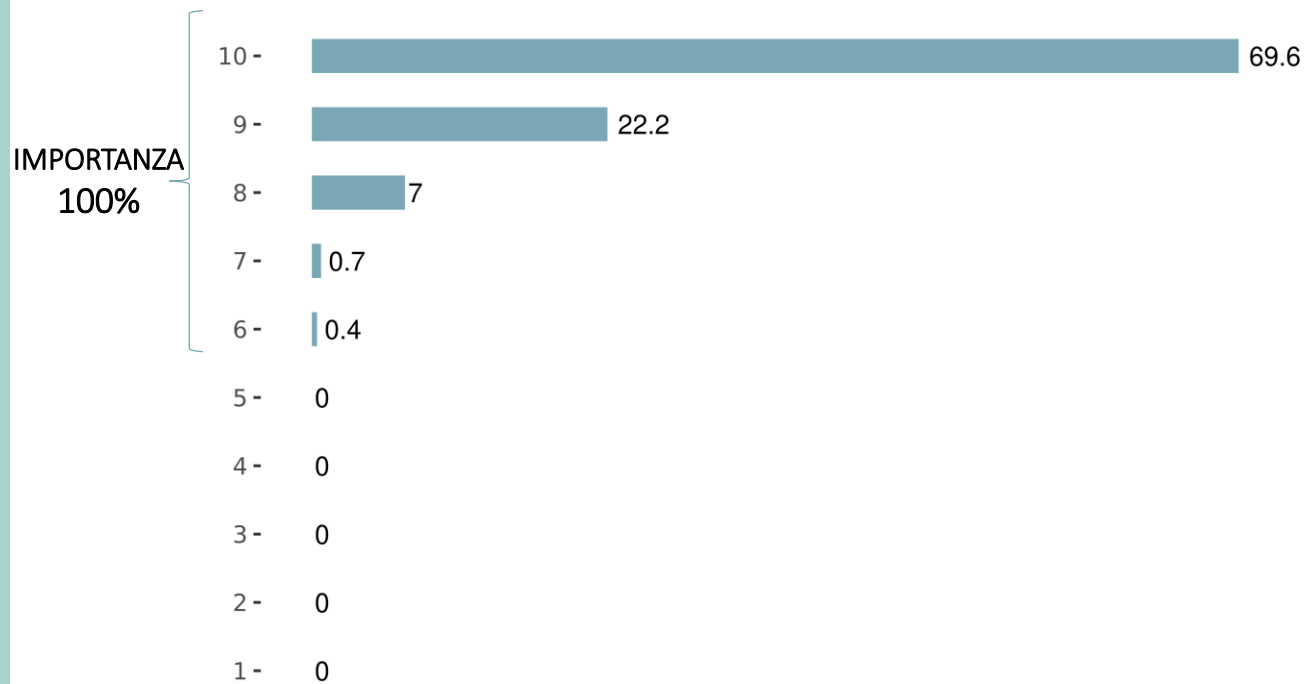
## RITIRO INGOMBRANTI

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



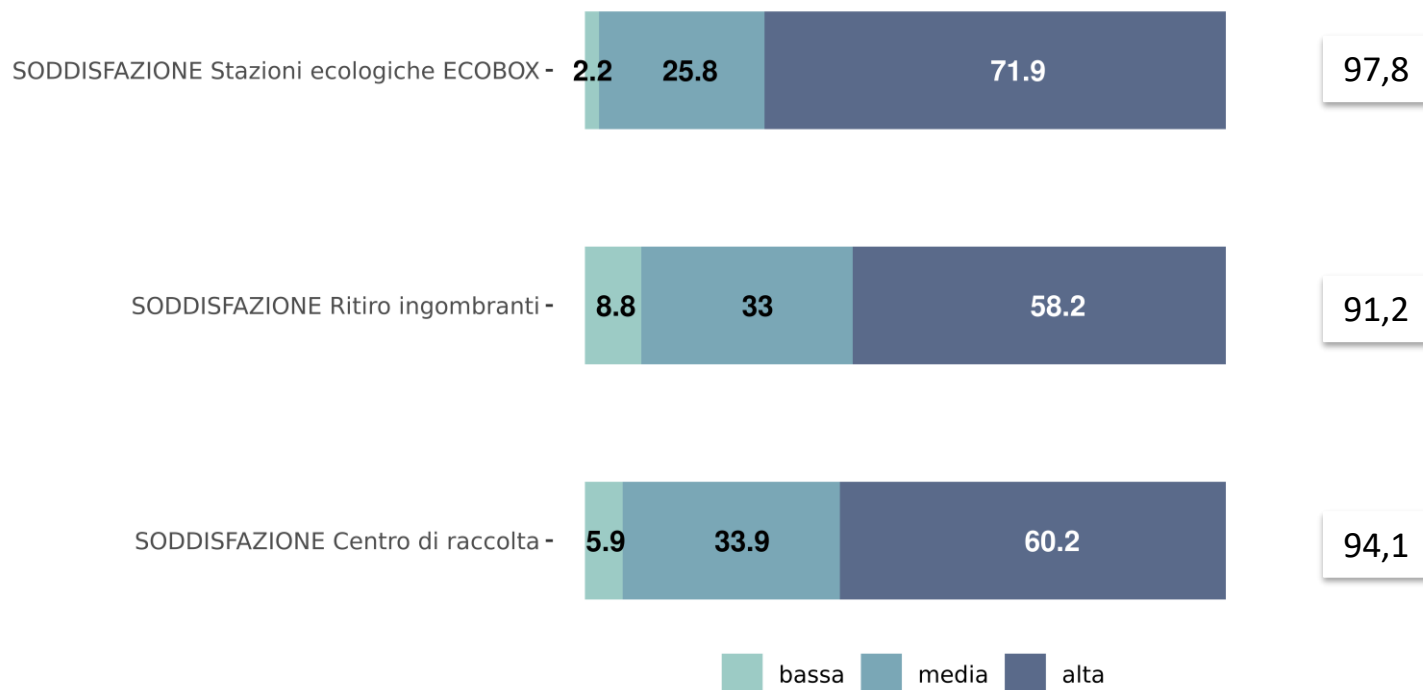
## RITIRO INGOMBRANTI

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



## SERVIZI SPECIALI

Dati comparati IMPORTANZA e grado di SODDISFAZIONE

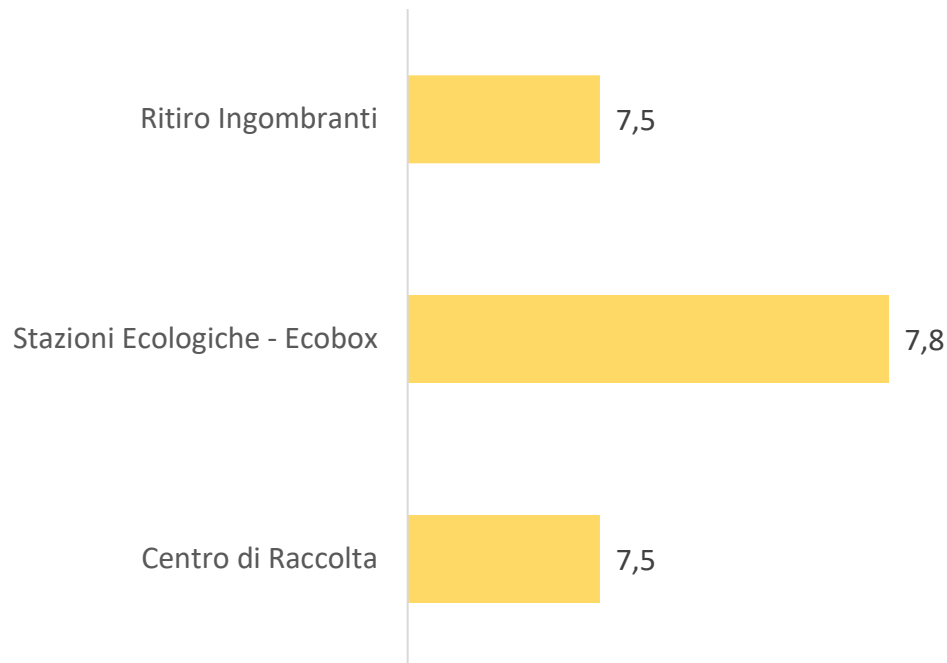


Indice % di Soddisfazione MEDIA Servizi Speciali

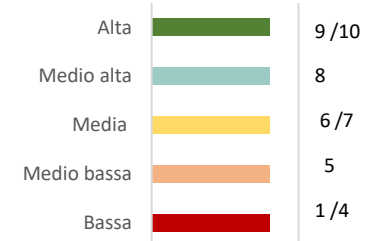
**94,3**

## SERVIZI SPECIALI

### INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

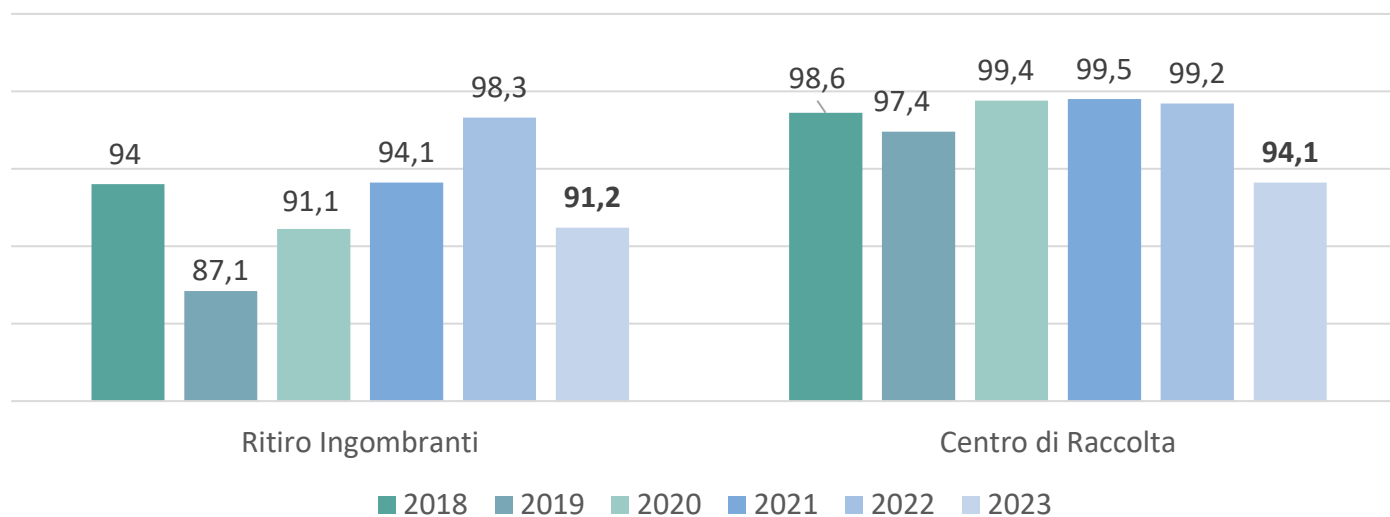


**Intensità  
(media dei punteggi)  
Servizi Speciali**



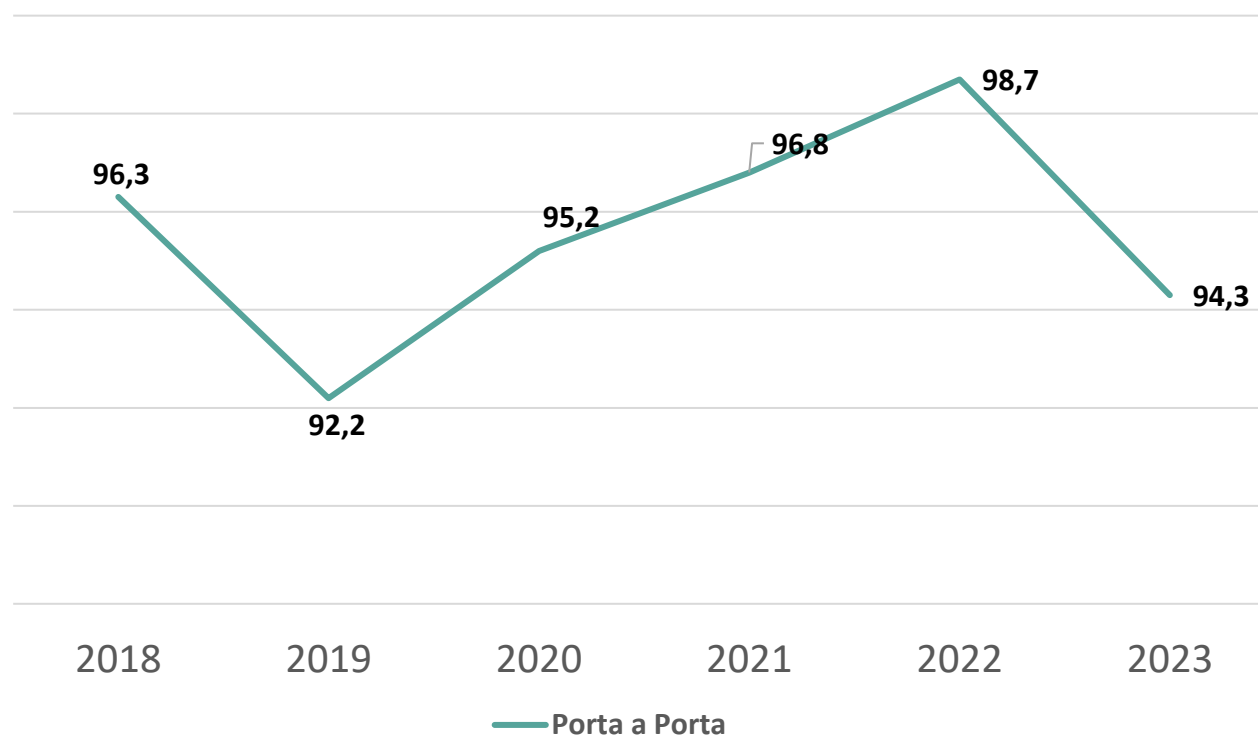
## SERVIZI SPECIALI – TREND 2018 / 2023

Ritiro Ingombranti e Centro di Raccolta



## SERVIZI SPECIALI – TREND 2018 / 2023

Ritiro Ingombranti e Centro di Raccolta





## SERVIZI SPECIALI

### Considerazioni

In questa sezione dell'indagine andiamo ad indagare sulla percezione dell'utenza riguardo il centro di raccolta, le stazioni ecologiche – ecobox ed il servizio di ritiro ingombranti.

**Centro di Raccolta:** è un servizio conosciuto dall'86,9% dell'utenza e, di questi, ne hanno usufruito il 23,6%; rispetto alla misurazione precedente vediamo come vi sia una discesa nella conoscenza del 10,9% (nel 2022 si registrava 97,8%) e, di conseguenza, anche nell'utilizzo (38,5% nel 2022, 23,6% nel 2023). La soddisfazione registra un solido 94,1% di soddisfatti ed un 56,1% di altamente soddisfatti, indicandoci come la metà dell'utenza percepisce il servizio come un'eccellenza.

**Stazioni Ecologiche – Ecobox:** è un servizio conosciuto dal 63,7% dell'utenza ed utilizzato dall'8,9%; abbiamo iniziato ad analizzare questo aspetto del servizio dal 2022, quindi il nostro trend potrà riferirsi unicamente alle valutazioni ricevute l'anno precedente. Nell'unica domanda posta si arriva al 94,1% dei voti positivi (da 1 a 6), raggiungendo il 56,1% di alta soddisfazione. Come nell'aspetto precedente, quest'anno si rileva una flessione nella soddisfazione del 5,4% rispetto al 2022.

**Ritiro ingombranti:** il servizio di ritiro ingombranti è conosciuto dall'89,4% dell'utenza intervistata ed è stato utilizzato dal 27,4%; il 91,2% dei rispondenti è soddisfatto del servizio (voto da 6 a 10) ed il 58,3% è altamente soddisfatto (voto da 8 a 10). Rispetto al 2022 notiamo un calo nella soddisfazione del 7,1%.

Riassumendo i risultati di questi servizi speciali possiamo concludere che vi è una discesa uniforme nella conoscenza, nell'utilizzo e nella soddisfazione: tuttavia, c'è da tenere in considerazione il fatto che il margine d'errore statistico è più elevato rispetto agli altri fattori sotto indagine. Infatti, alla domanda overall relativa ai singoli servizi, rispondono una percentuale d'utenza tale da non donarci certezza statistica, ma un segnale sull'andamento del fattore.

Fatta questa nota metodologica, possiamo concludere che i risultati odierni, nonostante siano in controtendenza rispetto agli anni precedenti, sono sintomo di un assestamento generale della percezione che gli utenti hanno sul servizio. Il centro di raccolta (94,1% di soddisfatti), le stazioni ecologiche (94,1%) ed il servizio di ritiro ingombranti (91,2%) raggiungono percentuali di soddisfatti oltre il 90%, con più della metà di utenti che li valutano come altamente soddisfacenti. Un risultato in linea con l'alta qualità garantita da EcoLan.

## Valutazione importanza e soddisfazione ALTRI SERVIZI SPECIALI

### Pulizia strade pubbliche e mercati:

- ✓ 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 verde pubblico:

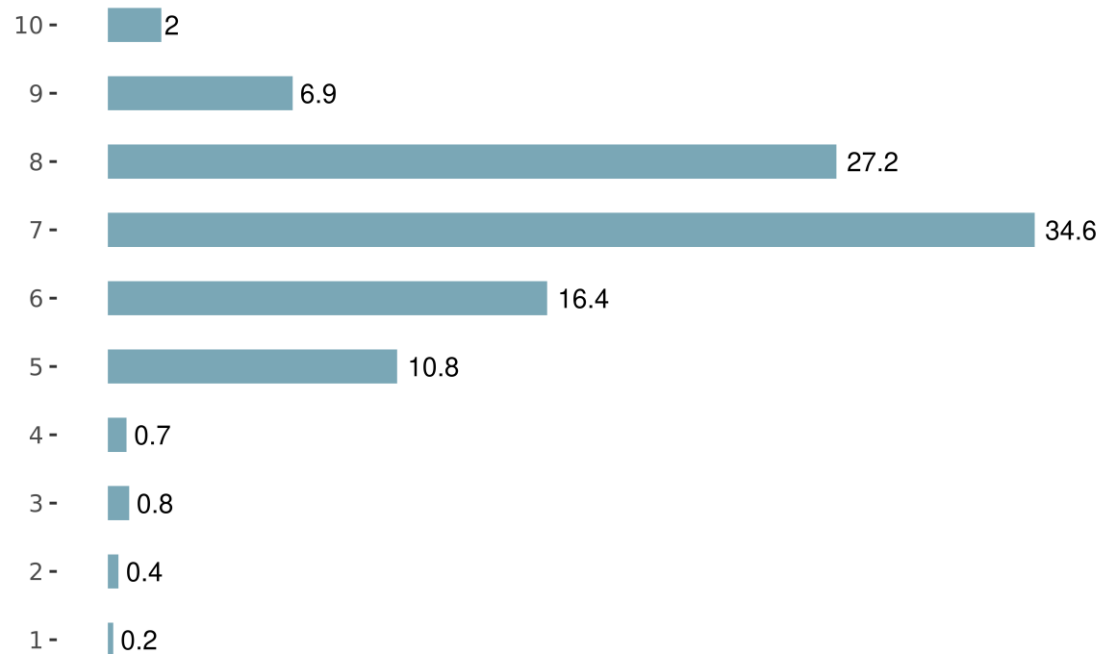
- ✓ Manutenzione e cura dei giardini, parchi pubblici
- ✓ Manutenzione e cura aiuole, potatura degli alberi

*Inoltre abbiamo indagato su aspetti relativi alla*

- ✓ Disinfestazione spazi pubblici
- ✓ Pulizia delle spiagge (*solo residenti nel Comune di Ortona*)

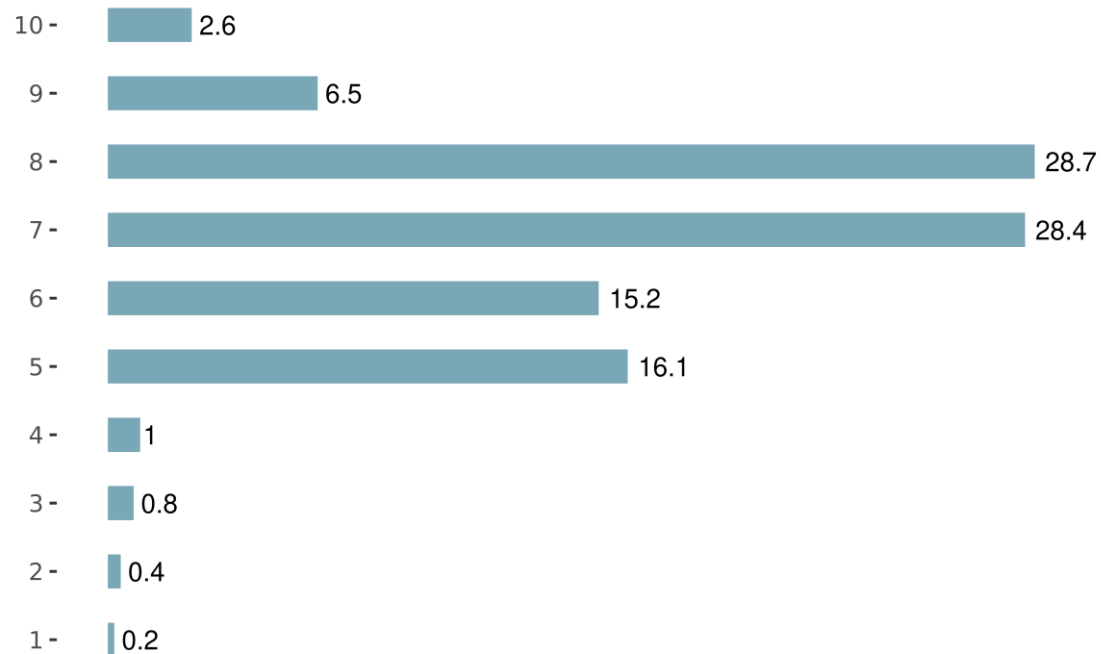
## ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Orari in cui viene effettuata la pulizia delle strade



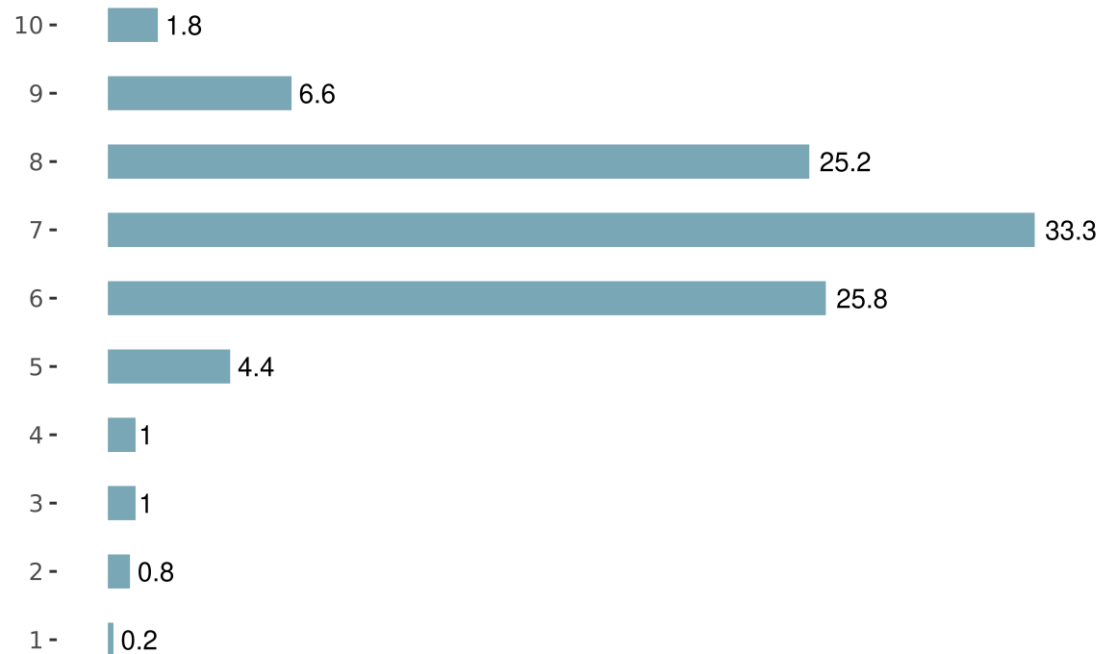
## ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Rumorosità con cui viene effettuata la pulizia delle strade



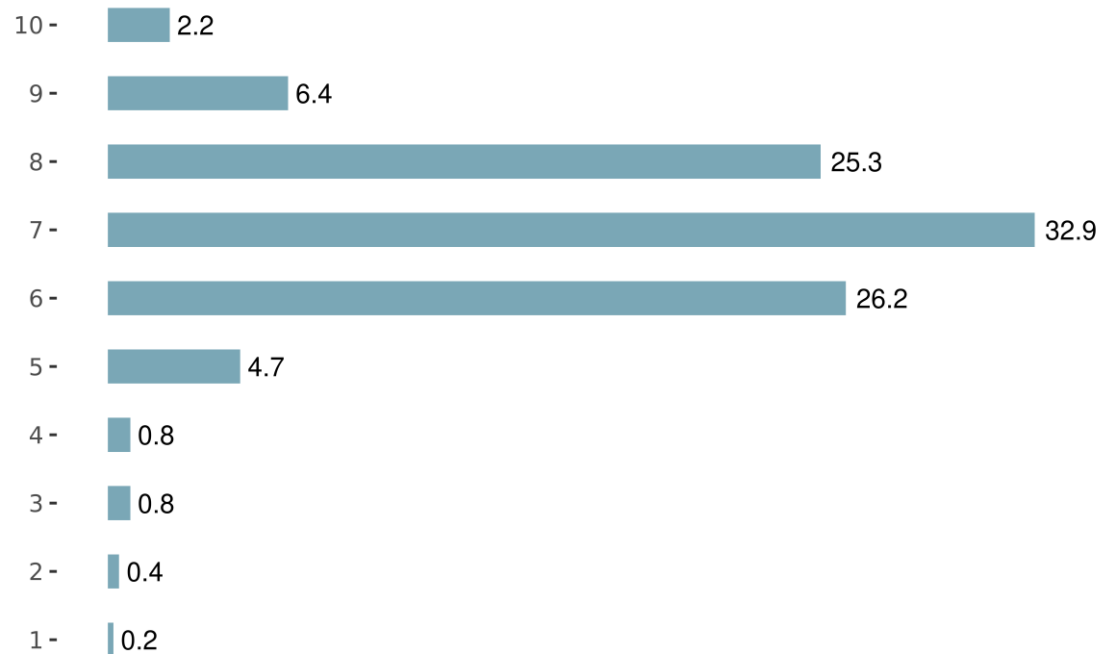
## ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Pulizia delle strade e delle piazze



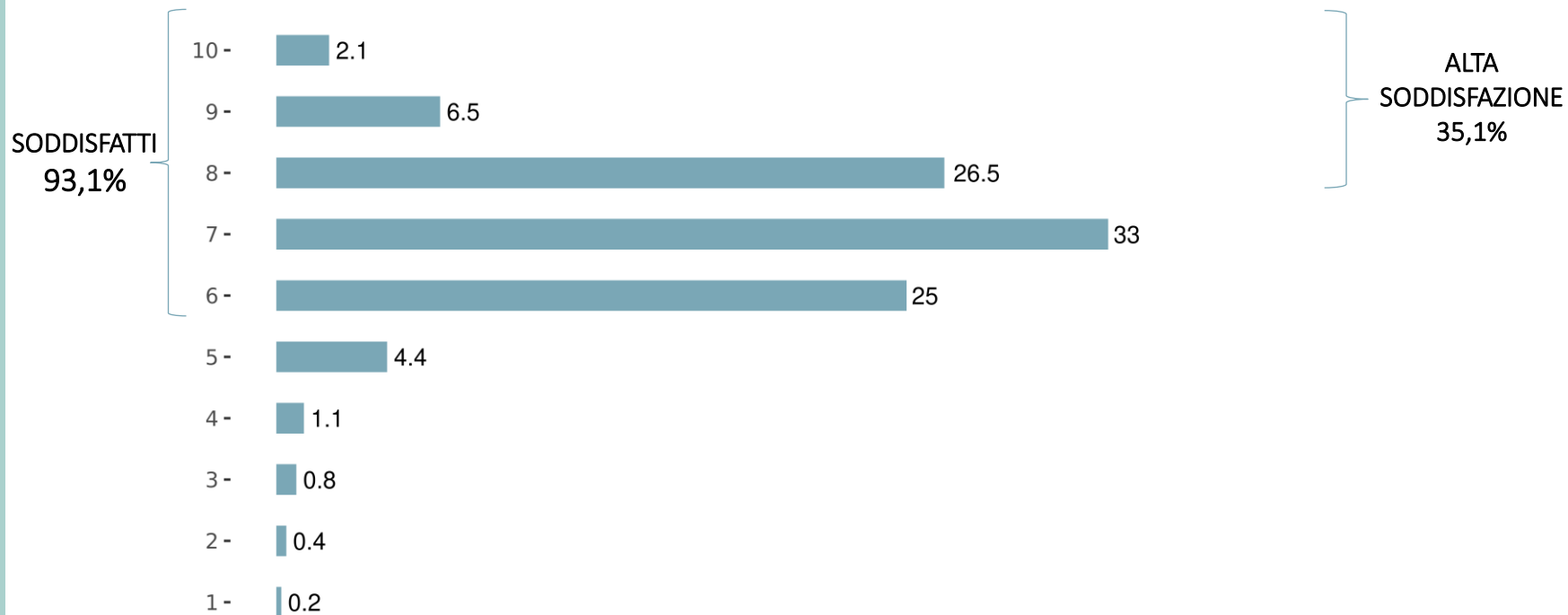
## ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Pulizia aree dei mercati settimanali



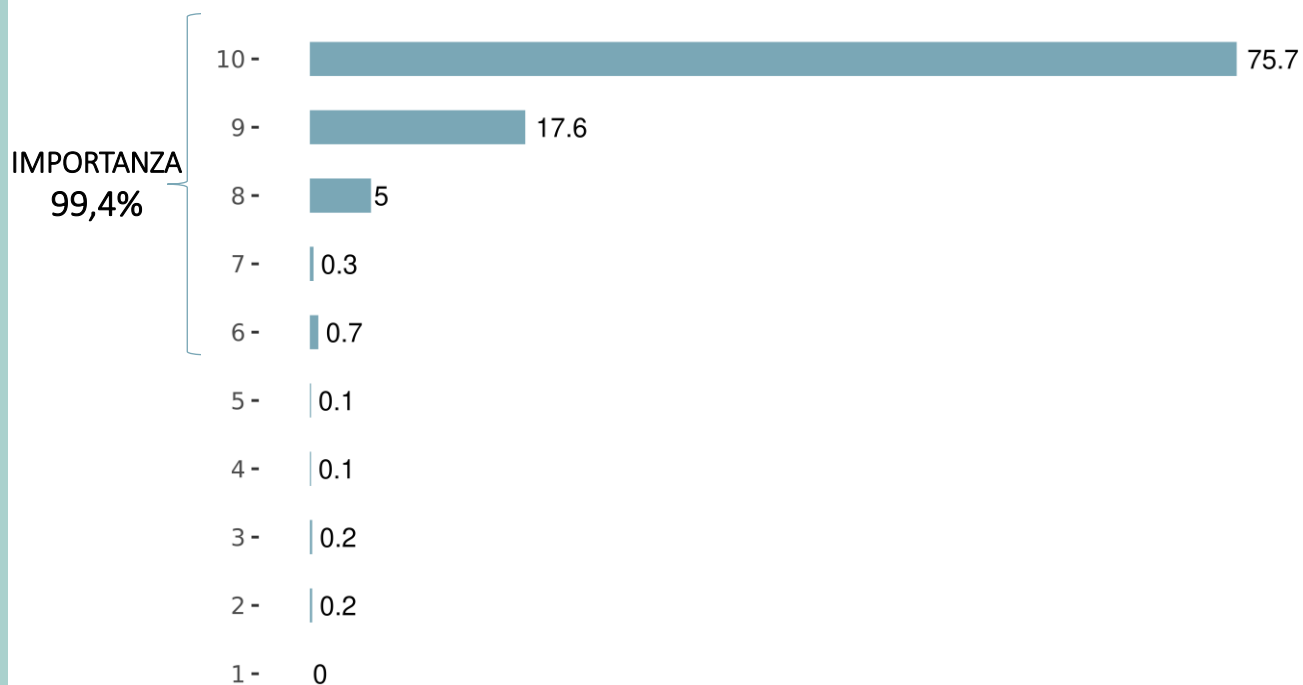
# ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

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



## ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

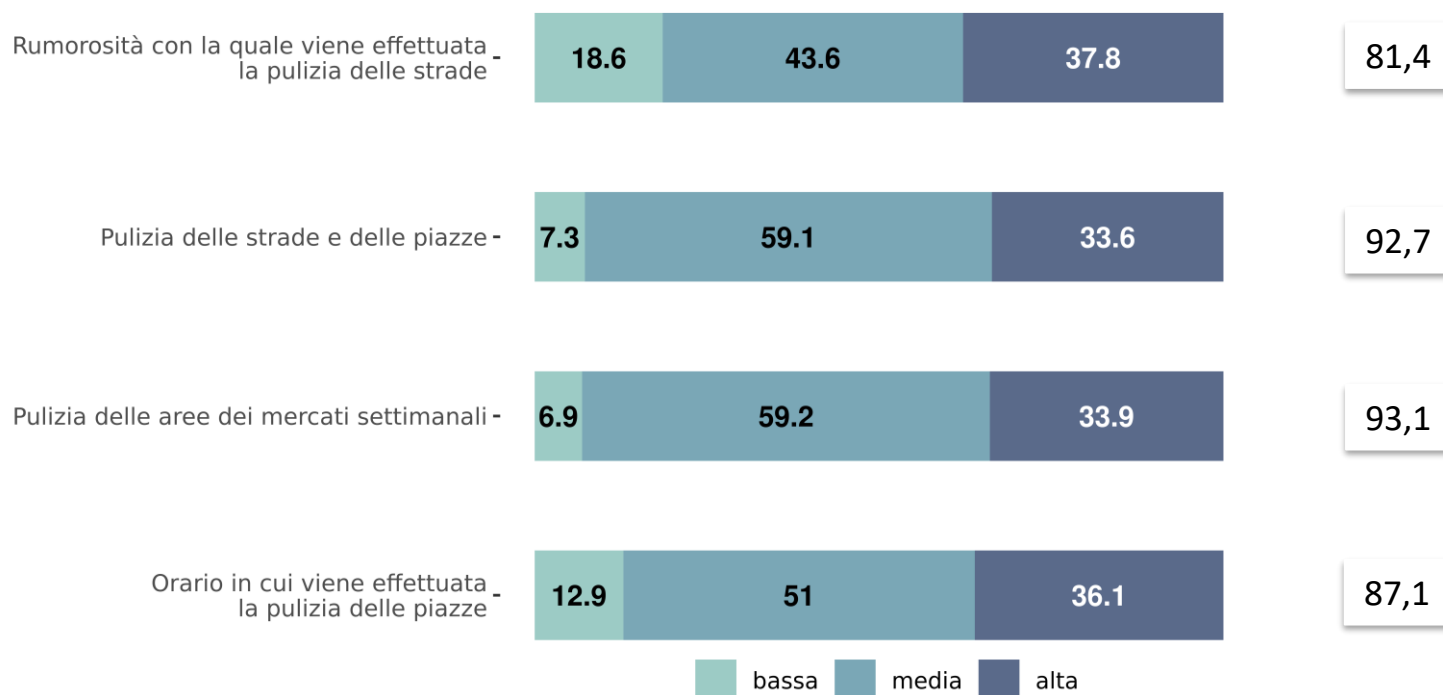
Pulizia strade, piazze e mercati settimanali – IMPORTANZA





## ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

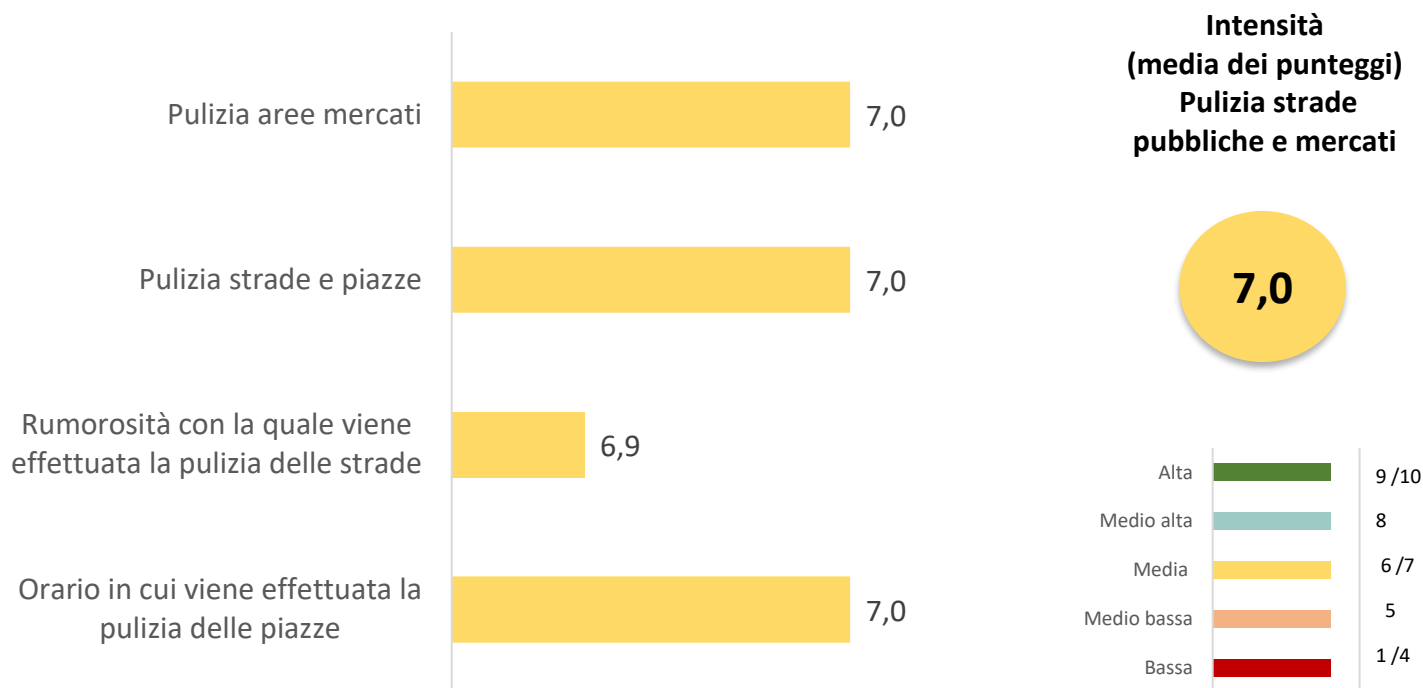


Indice % di Soddisfazione MEDIA Spazzamento strade e mercati

**88,6**

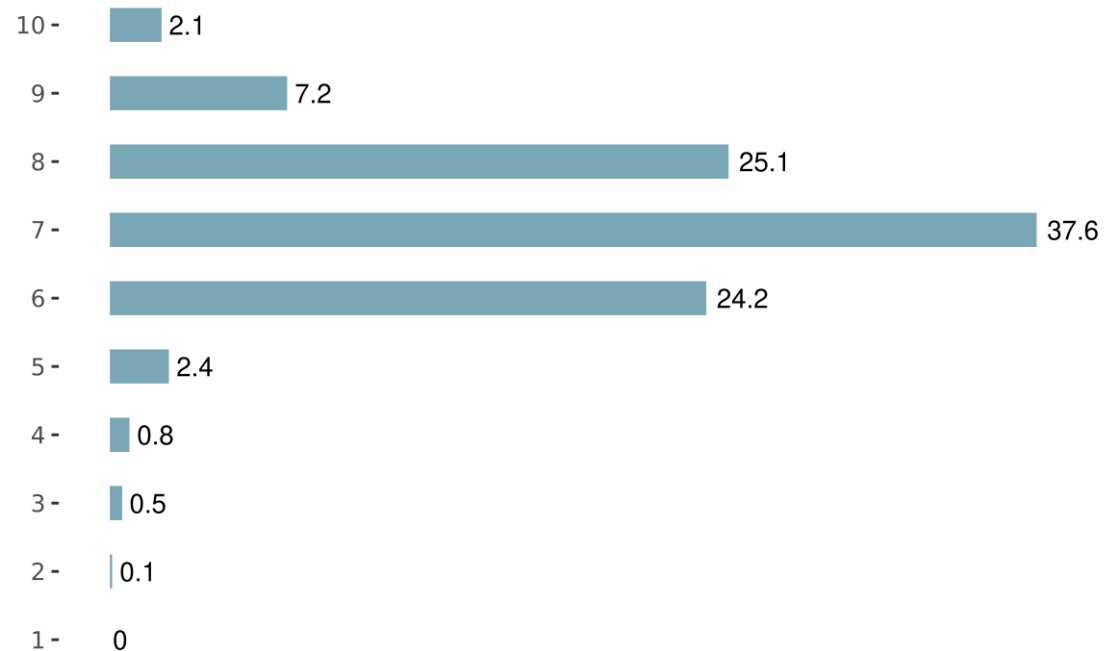
## ALTRI SERVIZI SPECIALI – PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

### INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



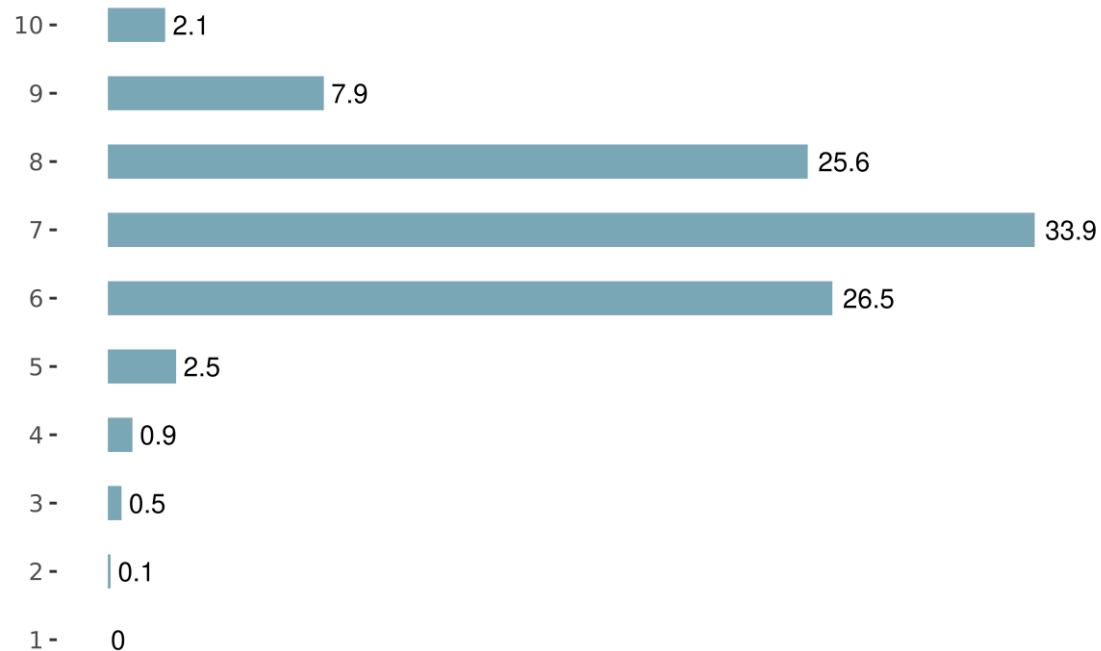
## ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Manutenzione e cura dei giardini, parchi pubblici



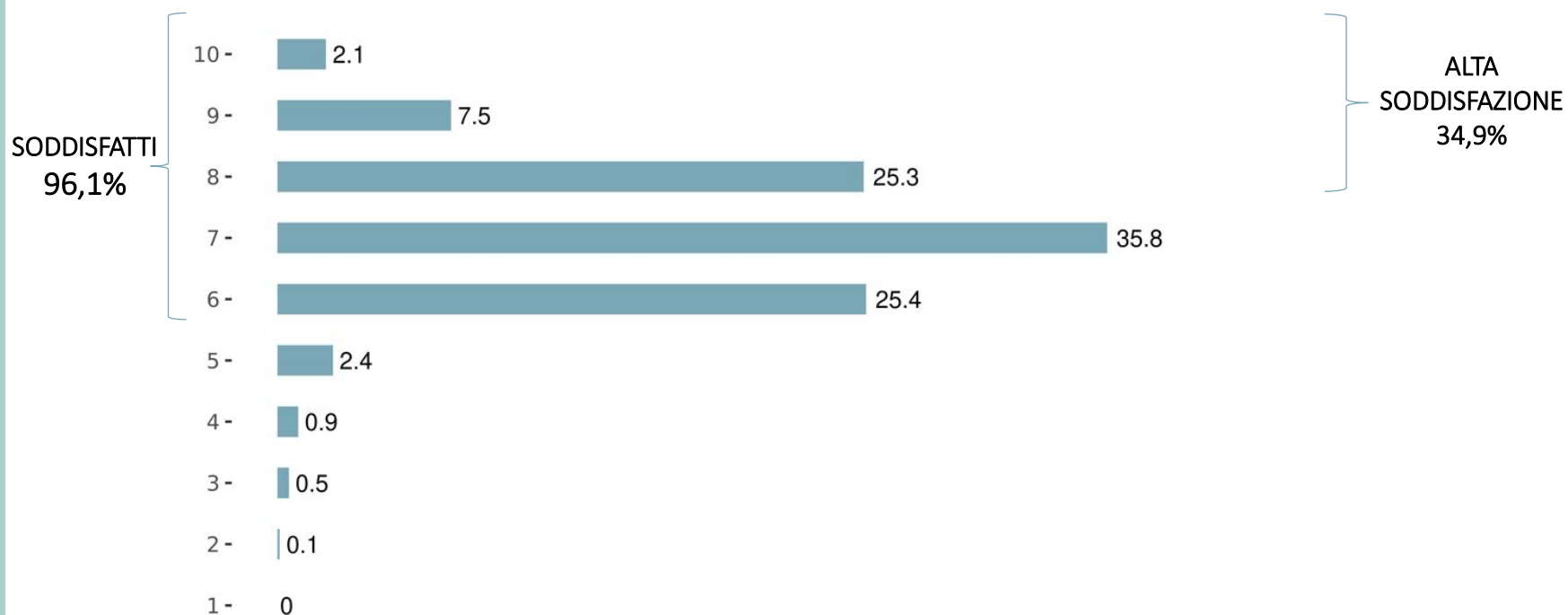
## ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Manutenzione e cura delle aiuole, potatura degli alberi



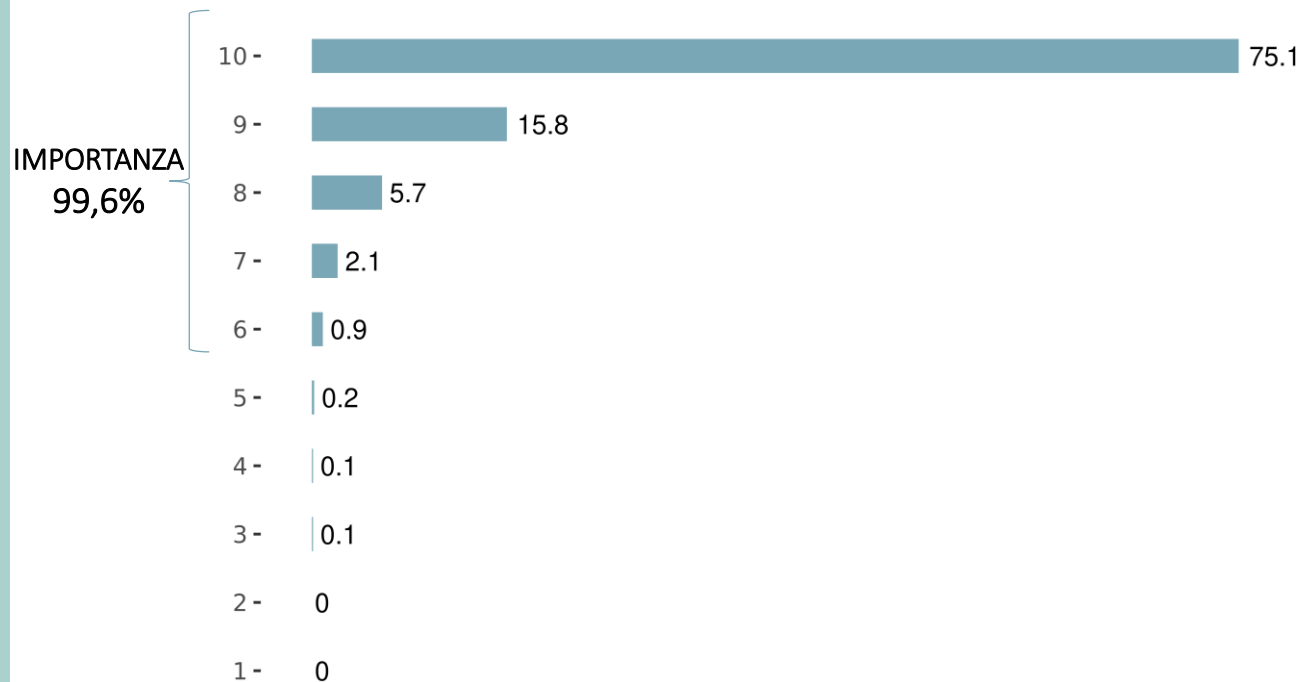
## ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Manutenzione e cura verde pubblico – *Domanda Overall*



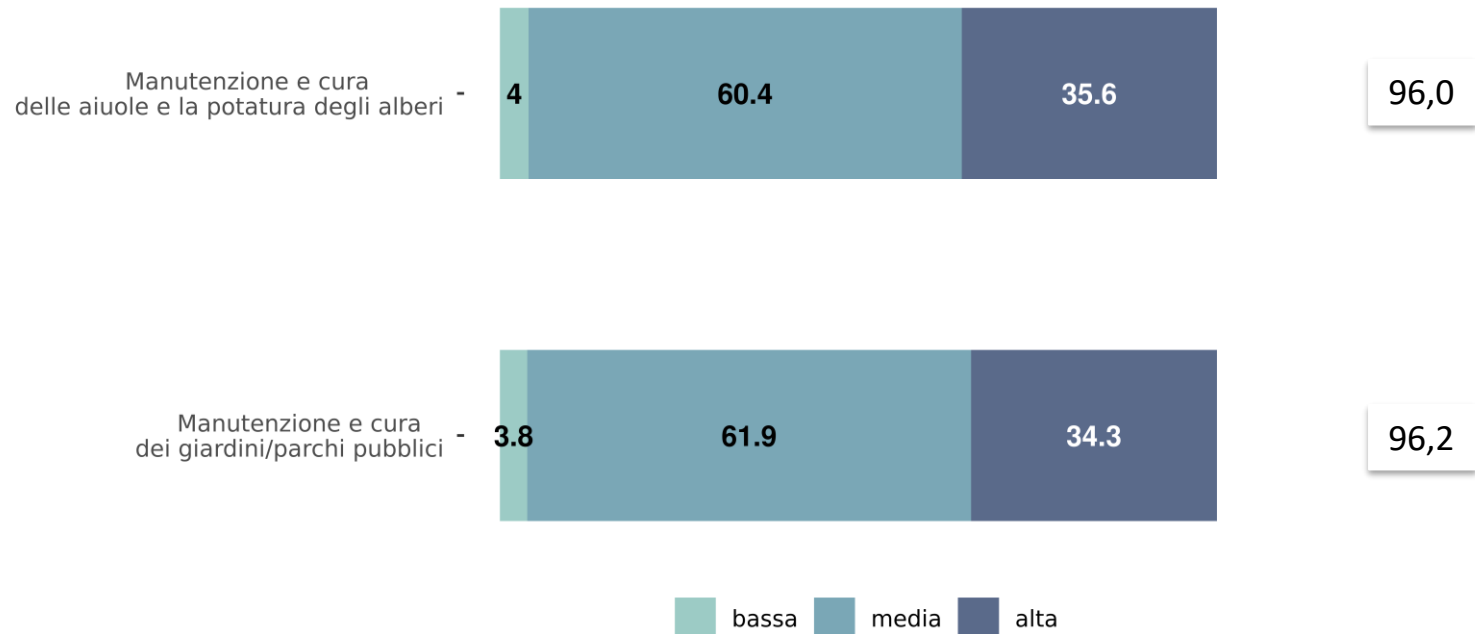
## ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Manutenzione e cura verde pubblico – IMPORTANZA



## ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

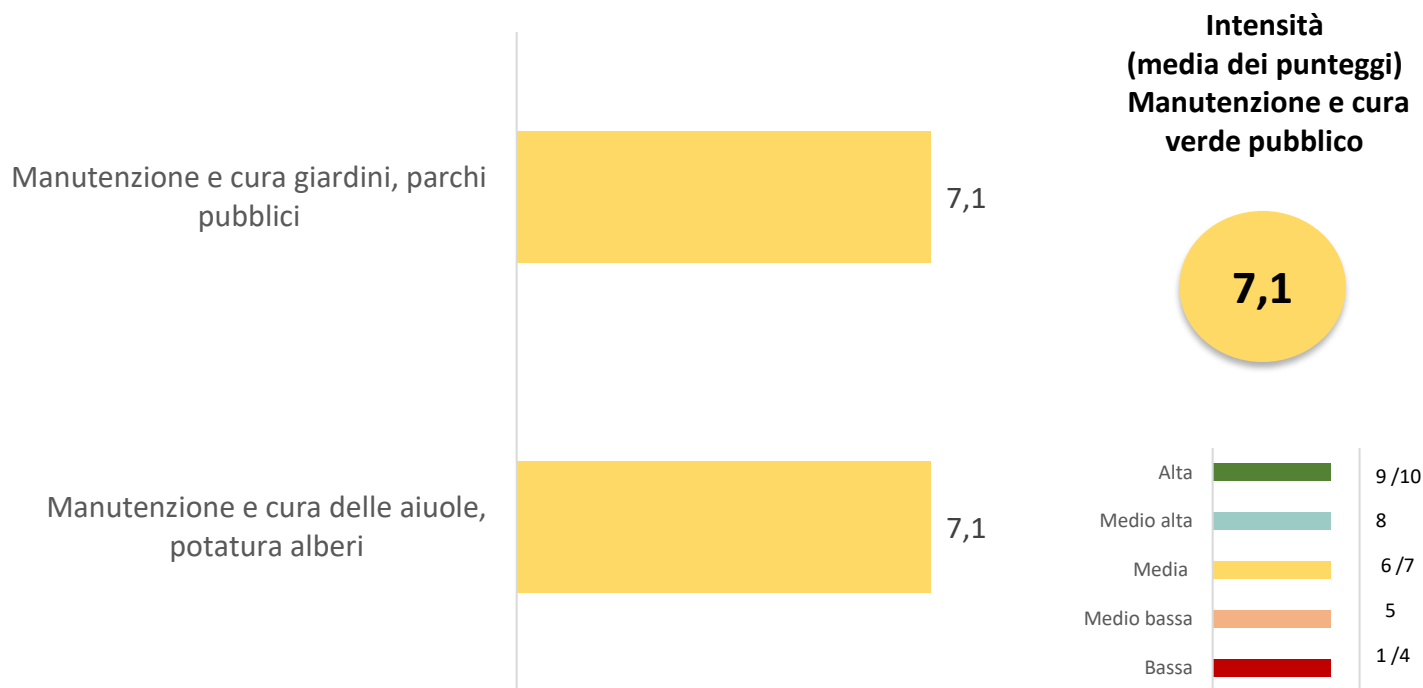


Indice % di Soddisfazione media Manutenzione e cura verde

**96,1**

# ALTRI SERVIZI SPECIALI – MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

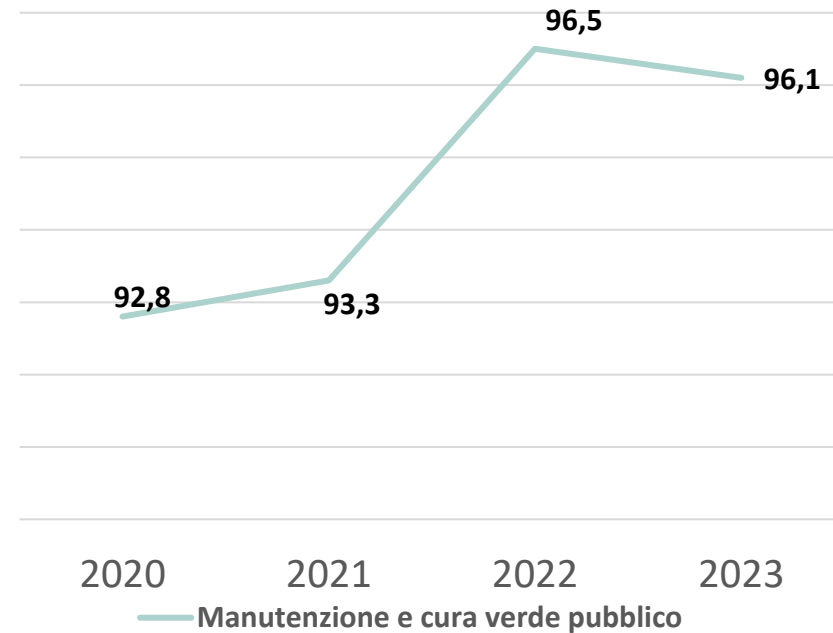
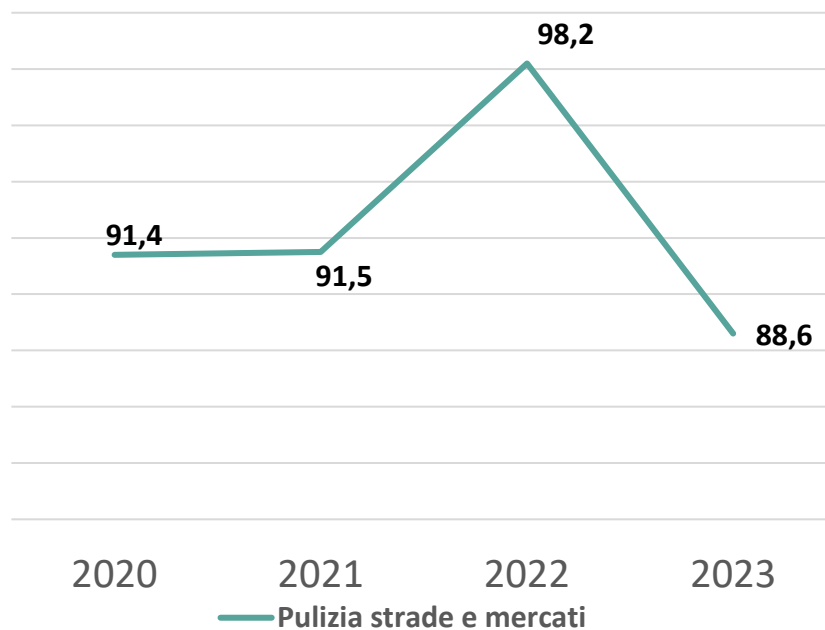
## INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE





## ALTRI SERVIZI SPECIALI – TREND 2020 / 2023

### SODDISFAZIONE TOTALE



## ALTRI SERVIZI SPECIALI

### Considerazioni

Andiamo ad analizzare alcuni degli aspetti del servizio a maggior impatto visivo: la pulizia delle strade e mercati e la manutenzione e cura del verde pubblico.

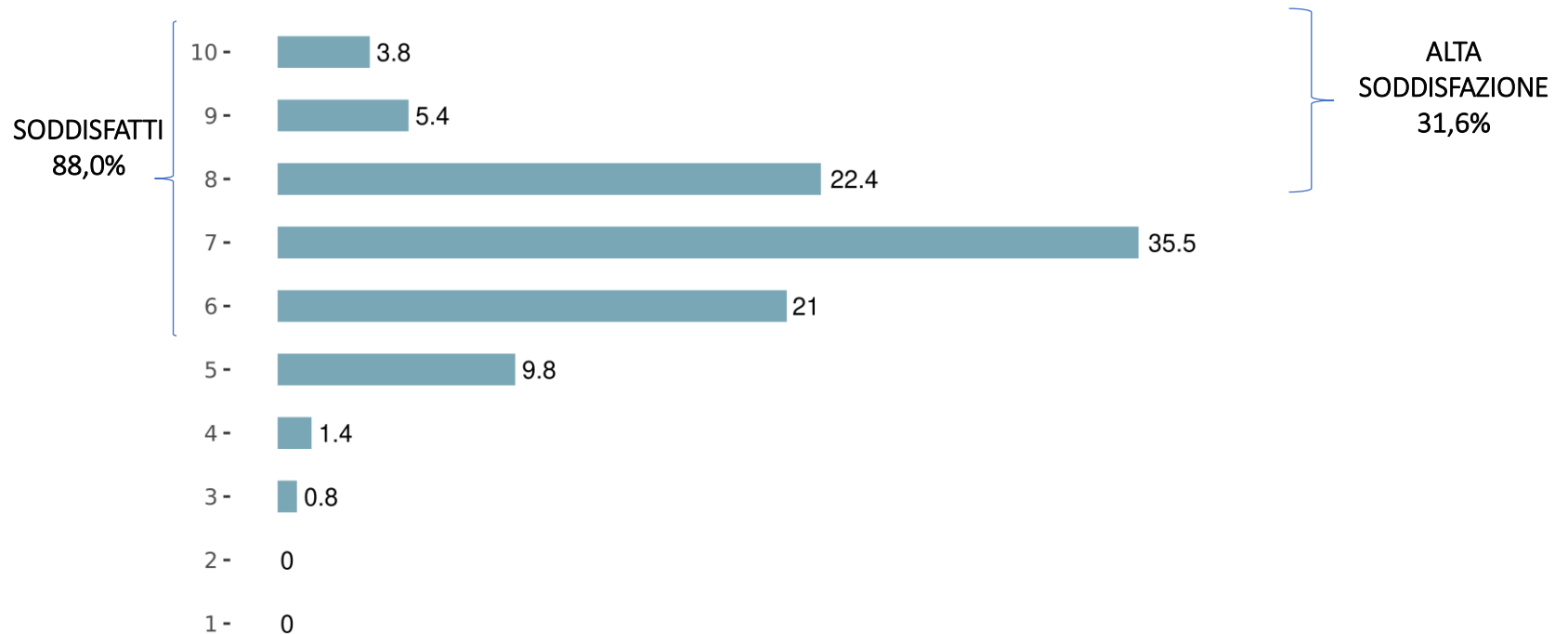
**Pulizia strade e mercati:** l'indice percentuale di soddisfazione media registra un 88,6%, mentre l'intensità della soddisfazione media del fattore si ferma a 7, nel pieno della fascia Media. Scendendo nello specifico dei singoli sub-fattori, notiamo come i due sub-fattori meno convincenti per l'utenza siano "orario in cui viene effettuata la pulizia delle piazze" e la "rumorosità con la quale viene effettuata la pulizia stradale", che registrano rispettivamente il 12,9% ed il 18,6% di insoddisfatti. Questi due aspetti sono strettamente correlati fra di loro: le pulizie vengono effettuate in prima mattinata e questo può causare disturbo agli abitanti che dormono, di conseguenza avvertiranno i rumori come più fastidiosi. Nell'intensità della soddisfazione quasi tutti i sub-fattori ricevono voto 7, con l'unica differenza nella "rumorosità" che riceve voto 6,9. Nel trend annuale notiamo come ci sia una discesa del 9,6% rispetto al 2022, con il risultato odierno che si avvicina alle percentuali registrate nel 2020 e nel 2021.

**Manutenzione e cura del verde pubblico:** l'indice percentuale di soddisfazione media raggiunge il 96,1% dell'utenza e l'intensità della soddisfazione segna un medio 7,1. Notiamo subito come questo aspetto del servizio sia ampiamente apprezzato dall'utenza, un sentimento in perfetta linea con la misurazione del 2022, dove si registrava un 96,5%. Tuttavia, ci sono dei cambiamenti nell'intensità della soddisfazione dovuti alla minor percentuale (in questo 2023) degli altamente soddisfatti (voto da 8 a 10). L'utenza è sicuramente soddisfatta, ma è diminuito quell'entusiasmo rilevato negli anni precedenti.

Complessivamente, per la "pulizia delle strade e mercati" possiamo affermare che i sub-fattori relativi agli "orari" e alla "rumorosità" siano quelli ancorano verso un punteggio più basso l'indice percentuale di soddisfazione media, segnando una chiara differenza rispetto alle misurazioni precedenti. Migliorando questi due aspetti strettamente correlati si può arrivare ai medesimi risultati di soddisfazione precedenti. Il discorso cambia per la "manutenzione e cura del verde pubblico", che ha una percentuale di soddisfazione tecnicamente uguale al 2022, ma un'intensità inferiore: in questo caso, come negli aspetti tecnici, è un chiaro segnale dell'assestamento generale della percezione che gli utenti hanno del servizio.

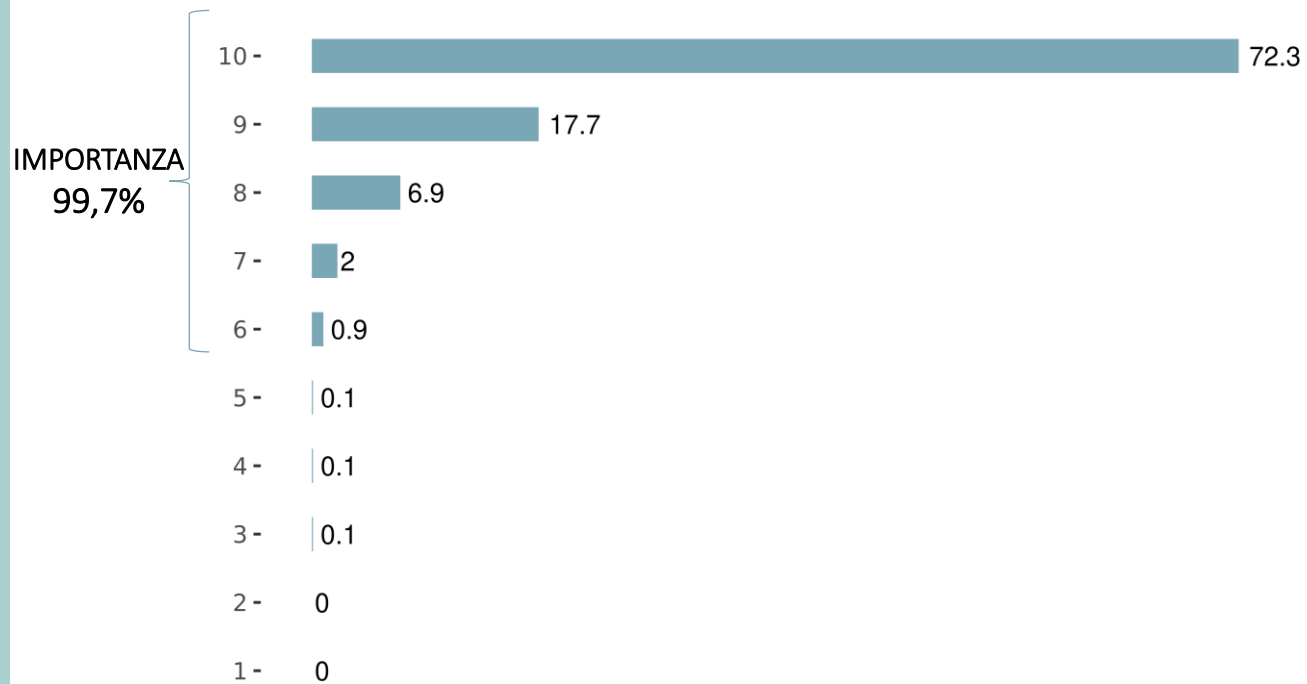
## ALTRI SERVIZI SPECIALI

Disinfestazione spazi pubblici – SODDISFAZIONE



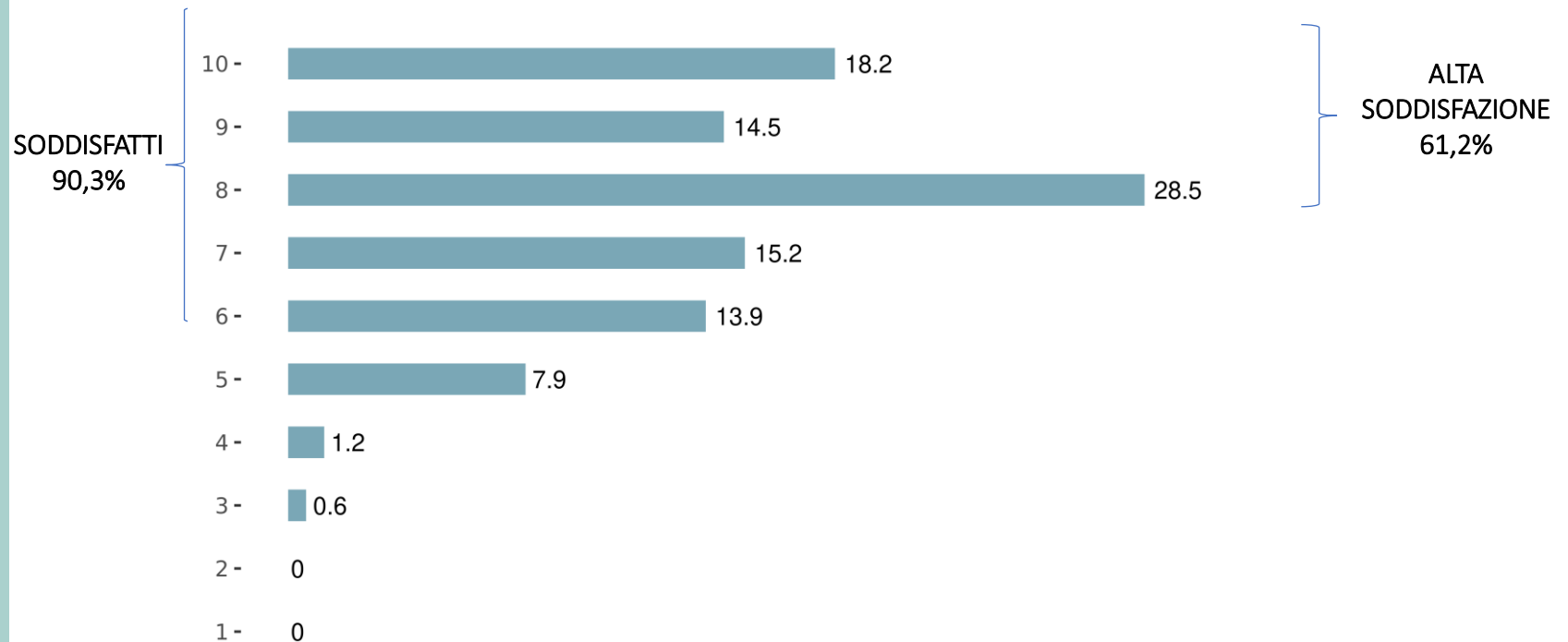
## ALTRI SERVIZI SPECIALI

Disinfestazione spazi pubblici – IMPORTANZA



## ALTRI SERVIZI SPECIALI

Pulizia delle spiagge (*solo residenti nel Comune di Ortona*)



## ALTRI SERVIZI SPECIALI

### Considerazioni

Per concludere, abbiamo posto due domande relative alla “disinfestazione degli spazi pubblici” ed alla “pulizia delle spiagge” (solo nel Comune di Ortona).

Per quanto riguarda la prima domanda, notiamo che la soddisfazione arriva ad un tondo 88% e l’alta soddisfazione raggiunge il 31,6%; rispetto al 2022, vi è anche in questo caso un calo, ma la motivazione può esser ricercata in fattori che vanno fuori dalla competenza aziendale e che riguardano il clima manifestatosi durante quest’estate: le piogge atipiche riscontrate nella stagione estiva hanno permesso il proliferare di insetti e zanzare, di conseguenza, le misure adottate in precedenza, possono esser state meno efficienti.

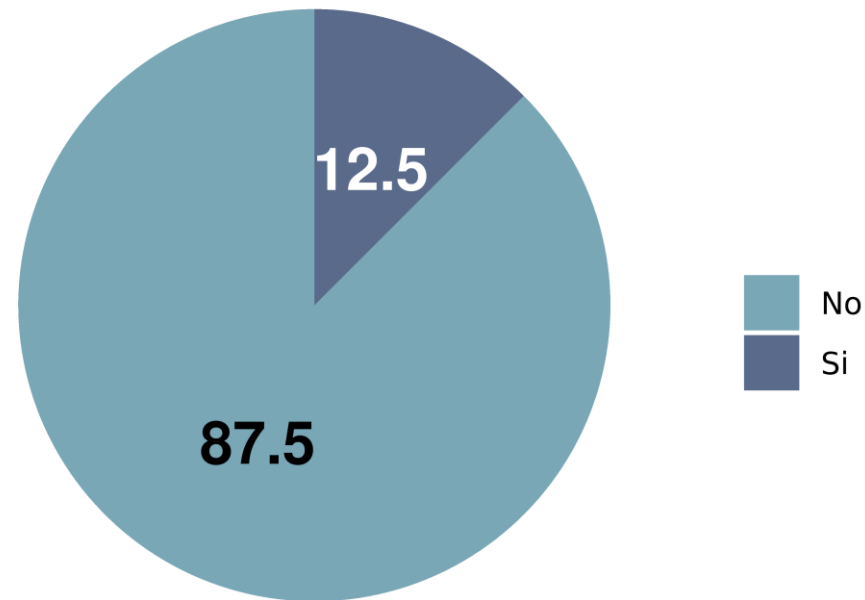
La domanda relativa alla “pulizia delle spiagge” somministrata agli abitanti del Comune di Ortona ha raggiunto degli ottimi risultati: un solido 90,3% di soddisfatti ed un’alta soddisfazione pari al 61,2%. Più della metà dell’utenza, quindi, considera in maniera eccellente questo aspetto del servizio.

## 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?

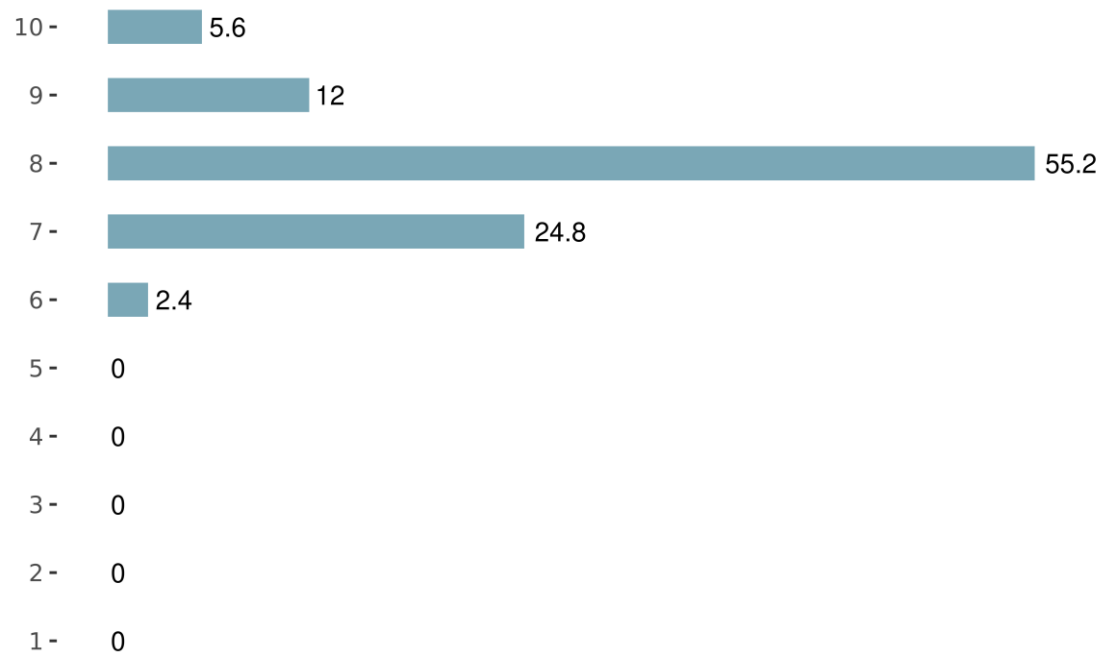




## SITO WEB

Reperibilità dell'indirizzo internet

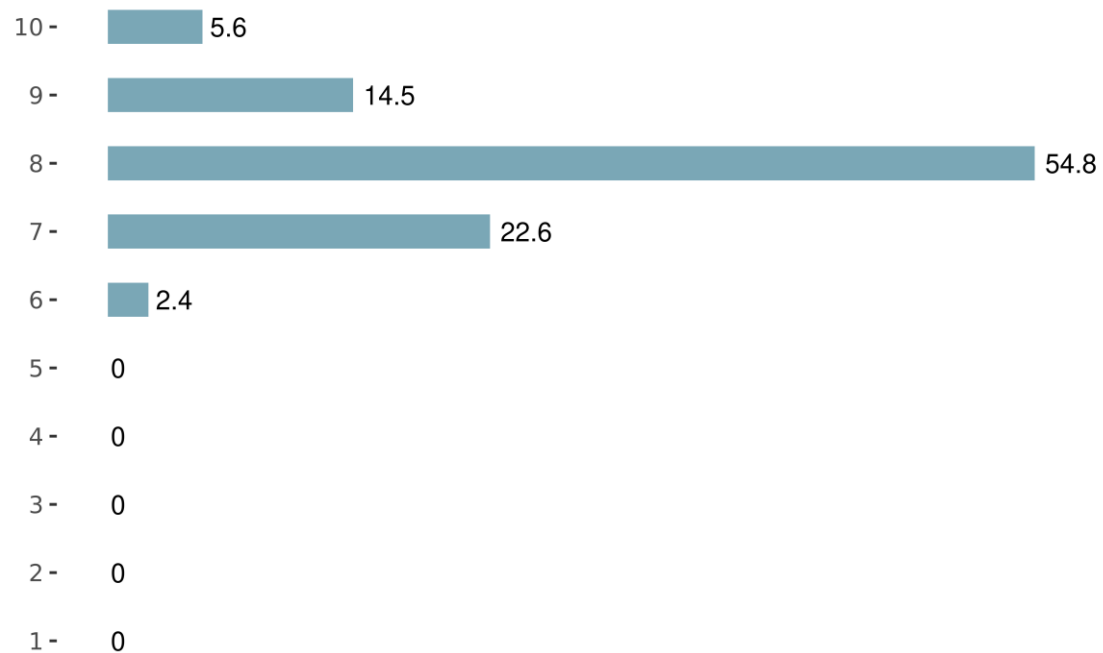
*Sul 12,5% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend*



## SITO WEB

Facilità di navigazione all'interno del sito

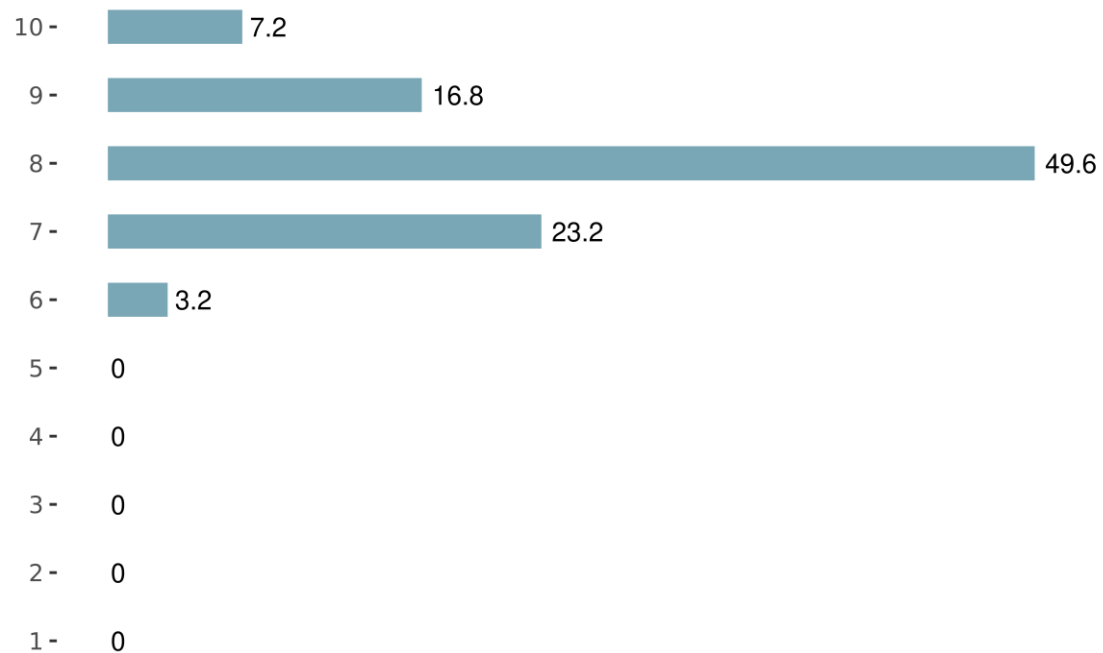
*Sul 12,5% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend*



## SITO WEB

Ricchezza informazioni presenti

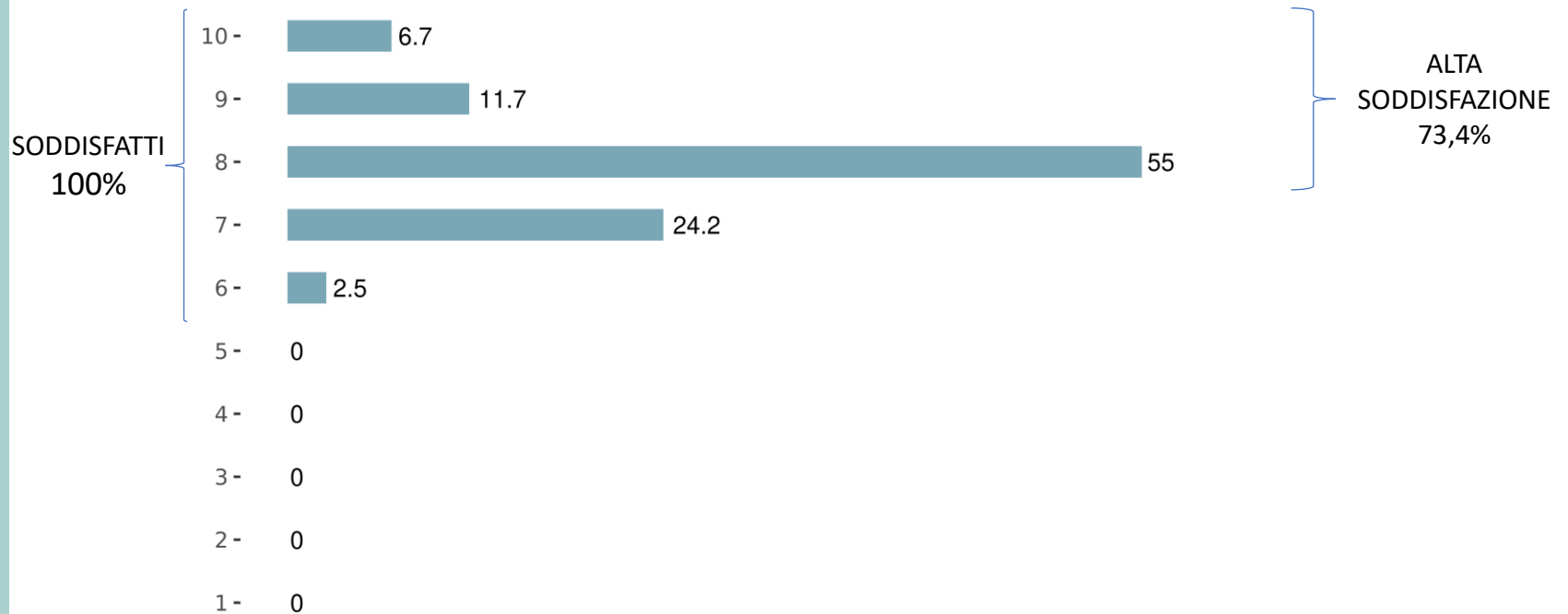
*Sul 12,5% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend*



## SITO WEB

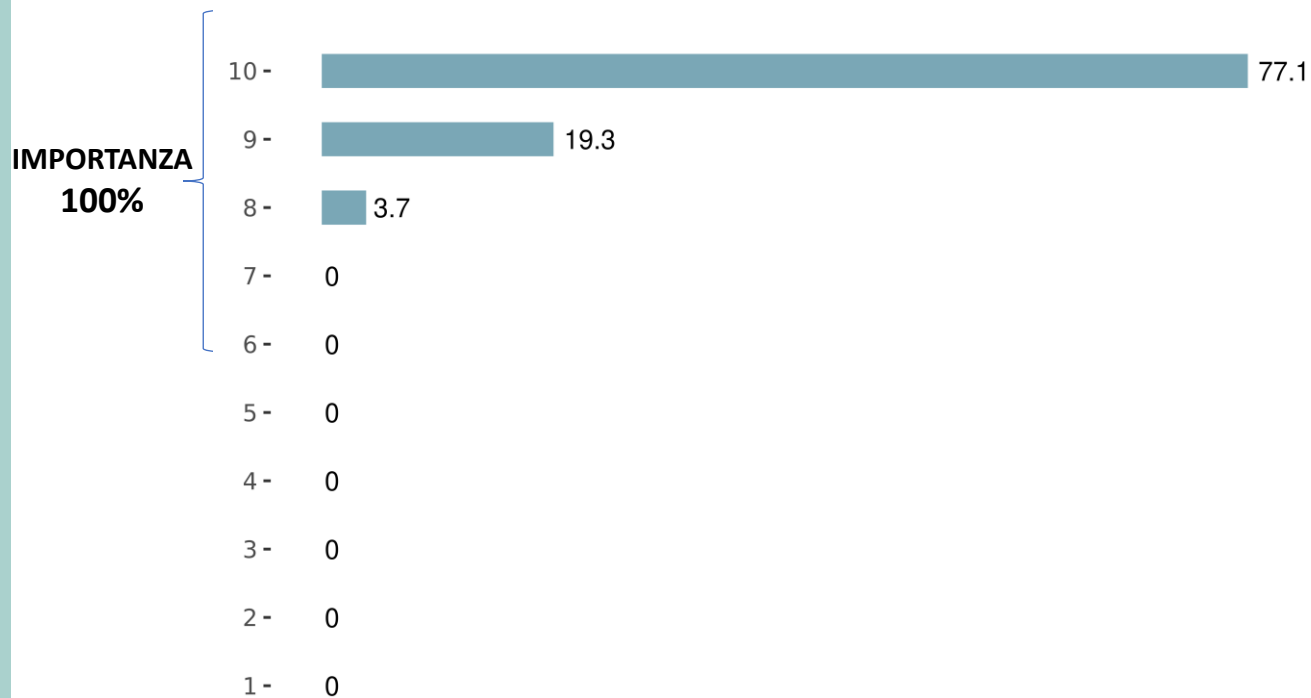
Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*

*Sul 12,5% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend*



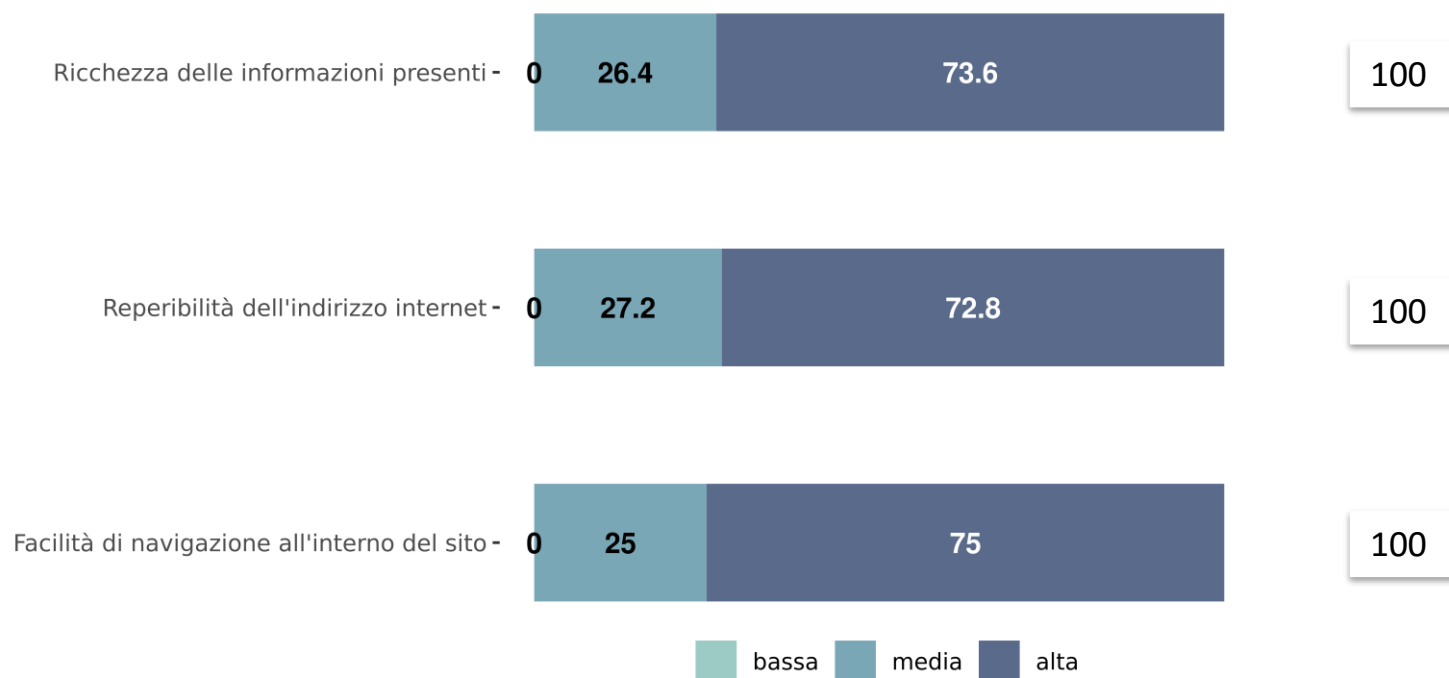
## SITO WEB

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità  
Sul 12,5% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



## SITO WEB

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

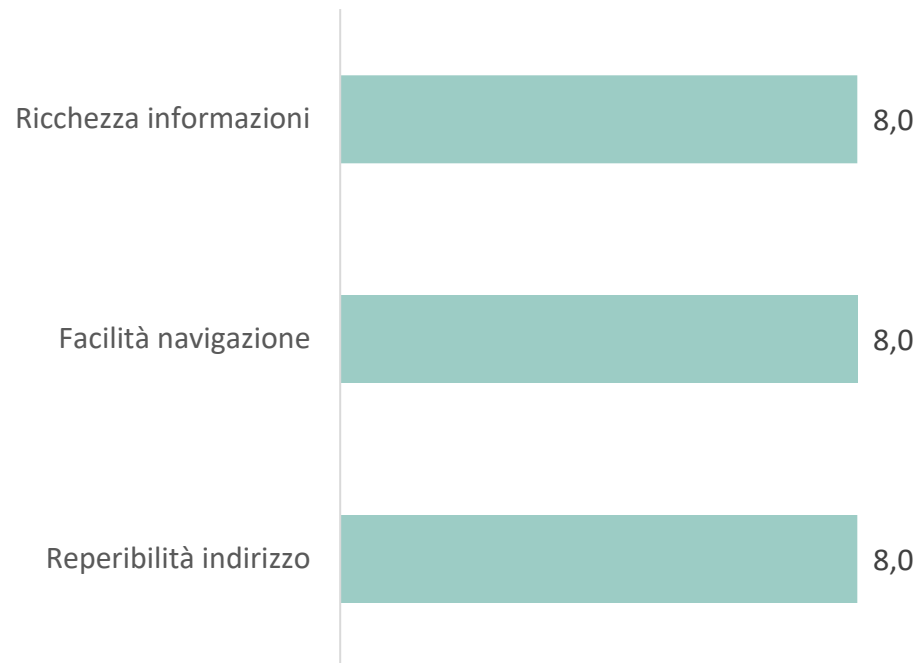


Indice % di Soddisfazione MEDIA Sito Web

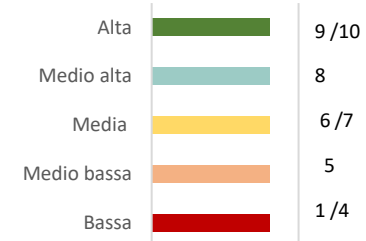
**100**

## SITO WEB

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

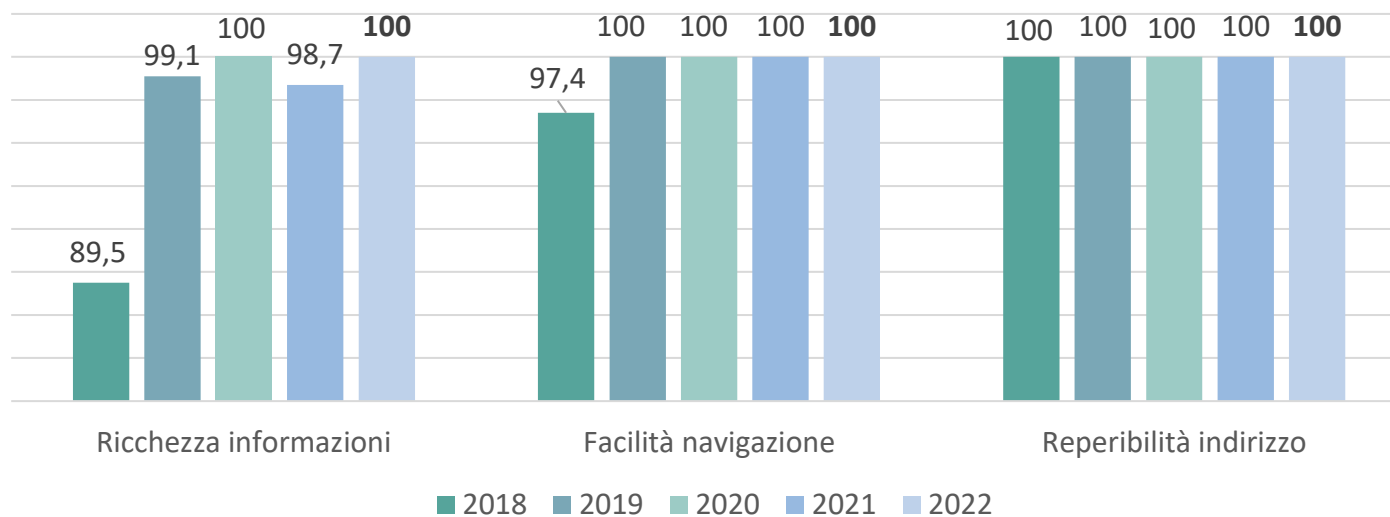


**Intensità  
(media dei punteggi)  
Sito web**



# SITO WEB – TREND 2018 / 2023

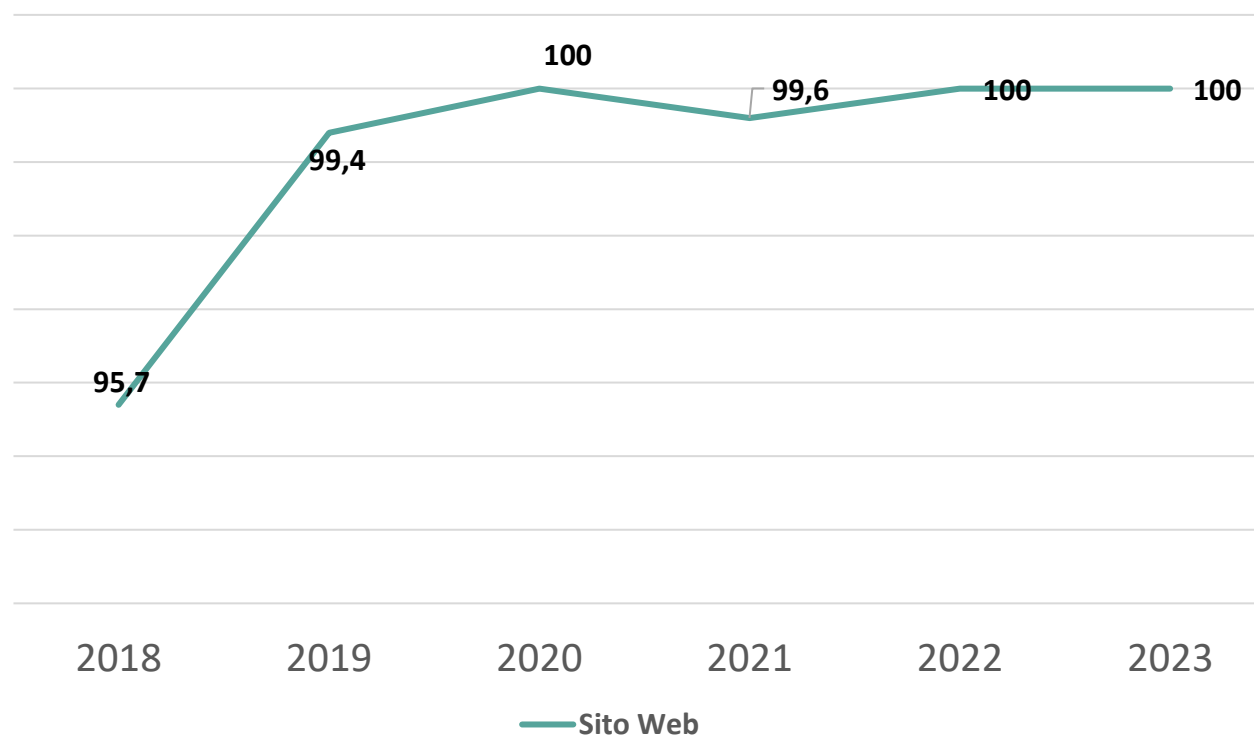
## SODDISFAZIONE





## SITO WEB – TREND 2018 / 2023

### SODDISFAZIONE TOTALE



## SITO WEB

### Considerazioni

Analizziamo il canale di comunicazione tecnologico dell'azienda, il sito web, che viene utilizzato dal 12,5% dell'utenza intervistata: questo campione ridotto non ci permette di avere risultati che garantiscano certezza statistica, bensì una tendenza nella percezione dell'utenza.

Come nel 2022, si raggiunge il 100% di soddisfazione nei tre sub-fattori che compongono il sito web: le percentuali di altamente soddisfatti superano il 70%, indicando indiscutibilmente l'alta qualità del servizio offerto. L'intensità della soddisfazione nei tre sub-fattori "ricchezza delle informazioni", "facilità della navigazione" e "reperibilità dell'indirizzo internet" sono tutte sul voto 8, nella fascia Medio alta.

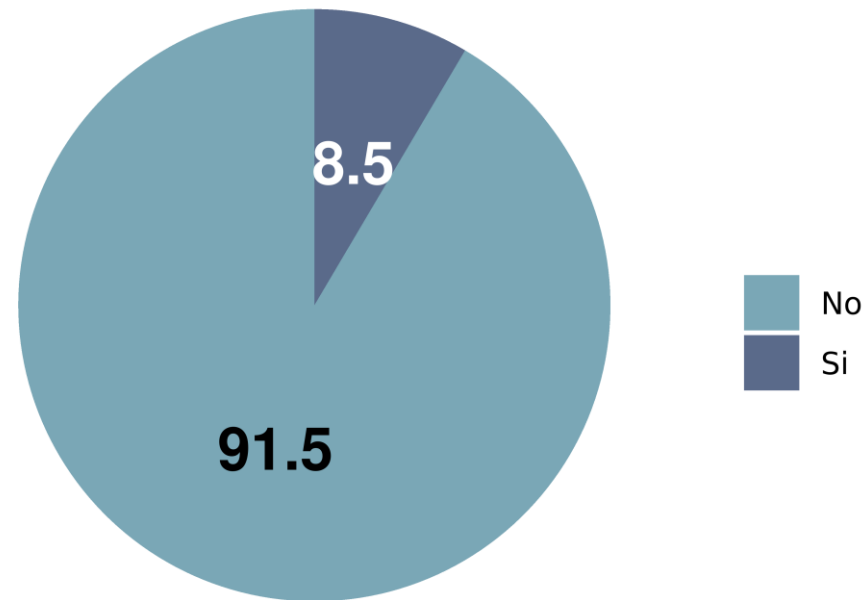
Essendo una dell'eccellenze del servizio, si potrebbero considerare delle iniziative comunicative per ampliare la percentuale di utilizzatori del servizio, magari attraverso una campagna promozionale mirata su questo strumento tecnologico. Avvicinare l'utenza ad un aspetto così efficiente farebbe sicuramente aumentare la considerazione complessiva del servizio e permetterebbe alle analisi future una maggior certezza statistica.

## 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

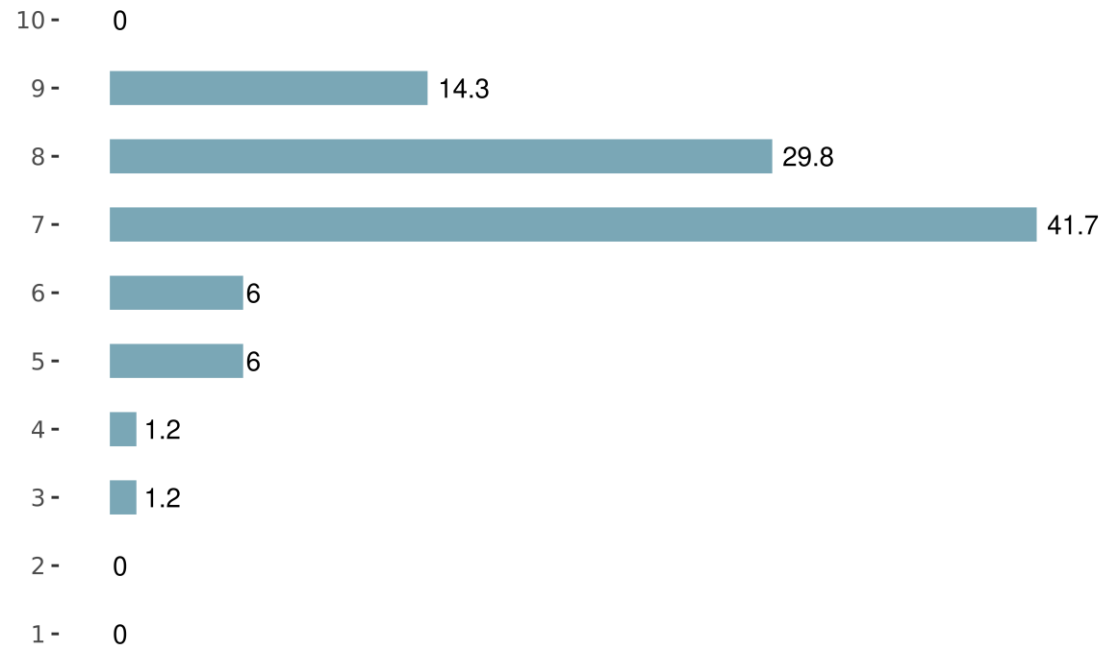
Ha mai usufruito dello sportello relazioni?



## SPORTELLI RELAZIONI

Tempo di attesa per parlare con l'operatore

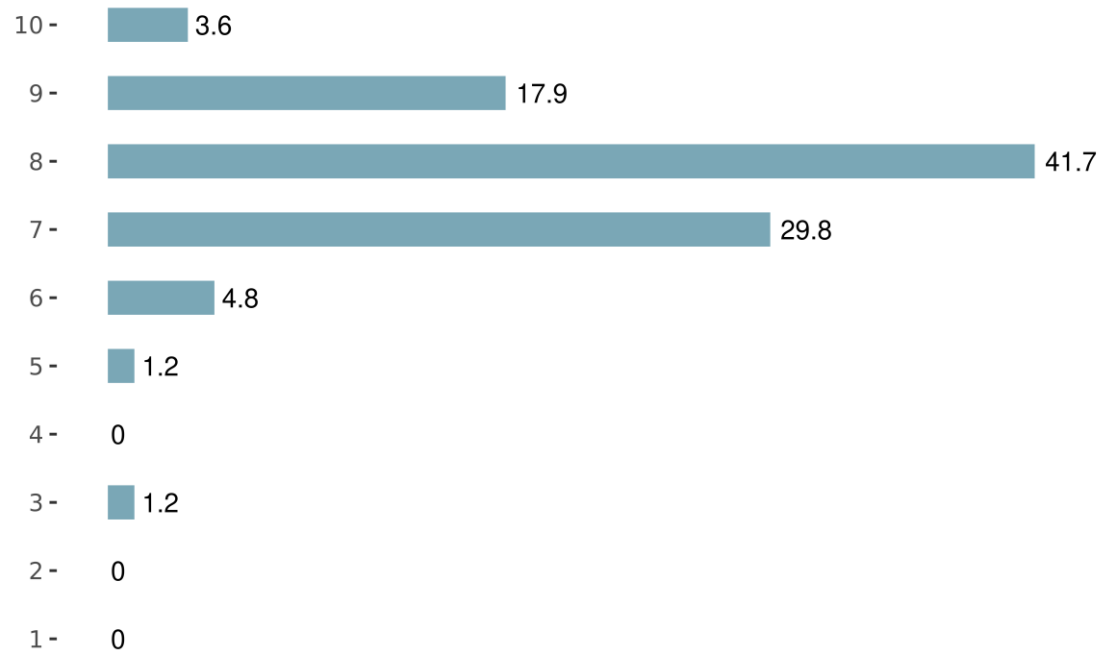
Sul 8,5% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



## SPORTELLI RELAZIONI

Cortesia dell'operatore

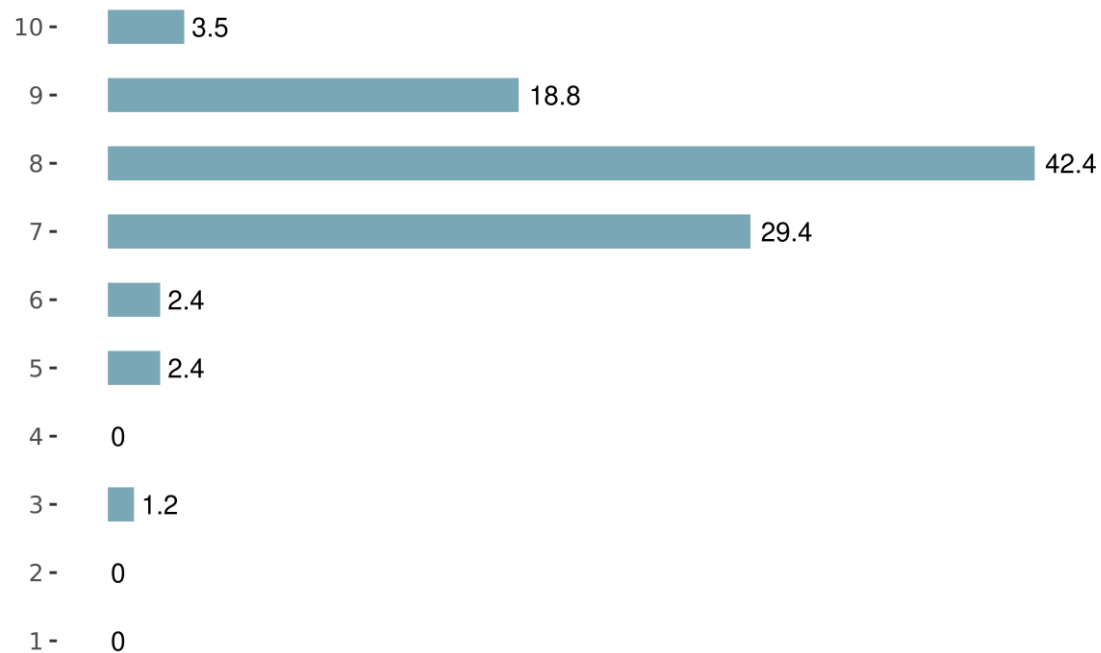
Sul **8,5%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



## SPORTELLO RELAZIONI

Competenza dell'operatore

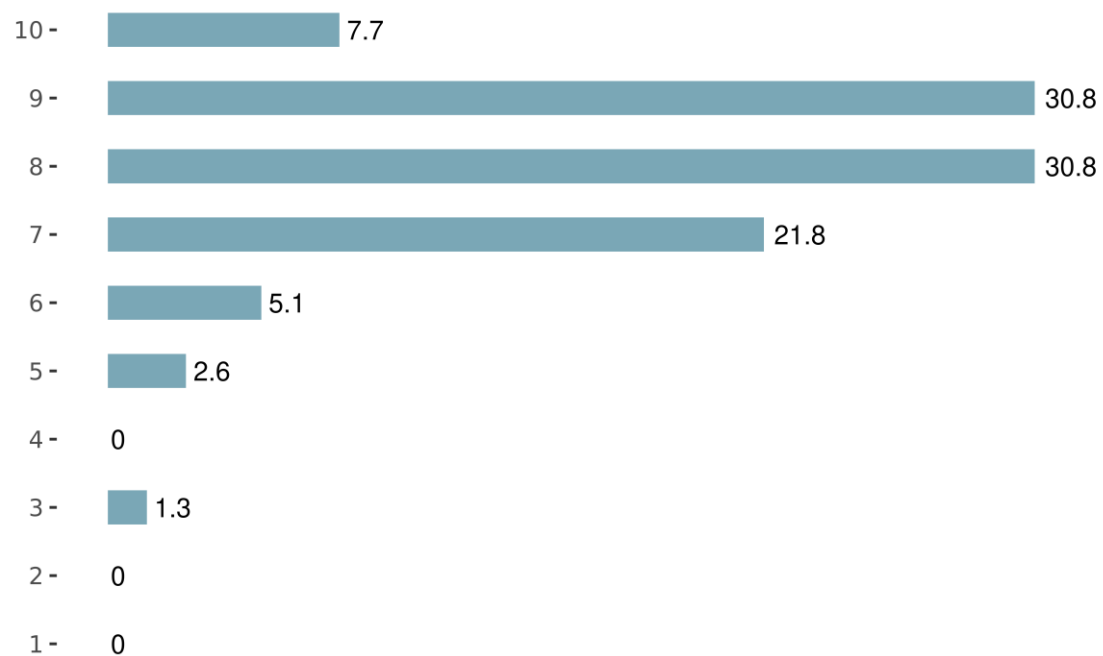
*Sul 8,5% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend*



## SPORTELLI RELAZIONI

### Orari di apertura dello sportello

Sul **8,5%** del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend

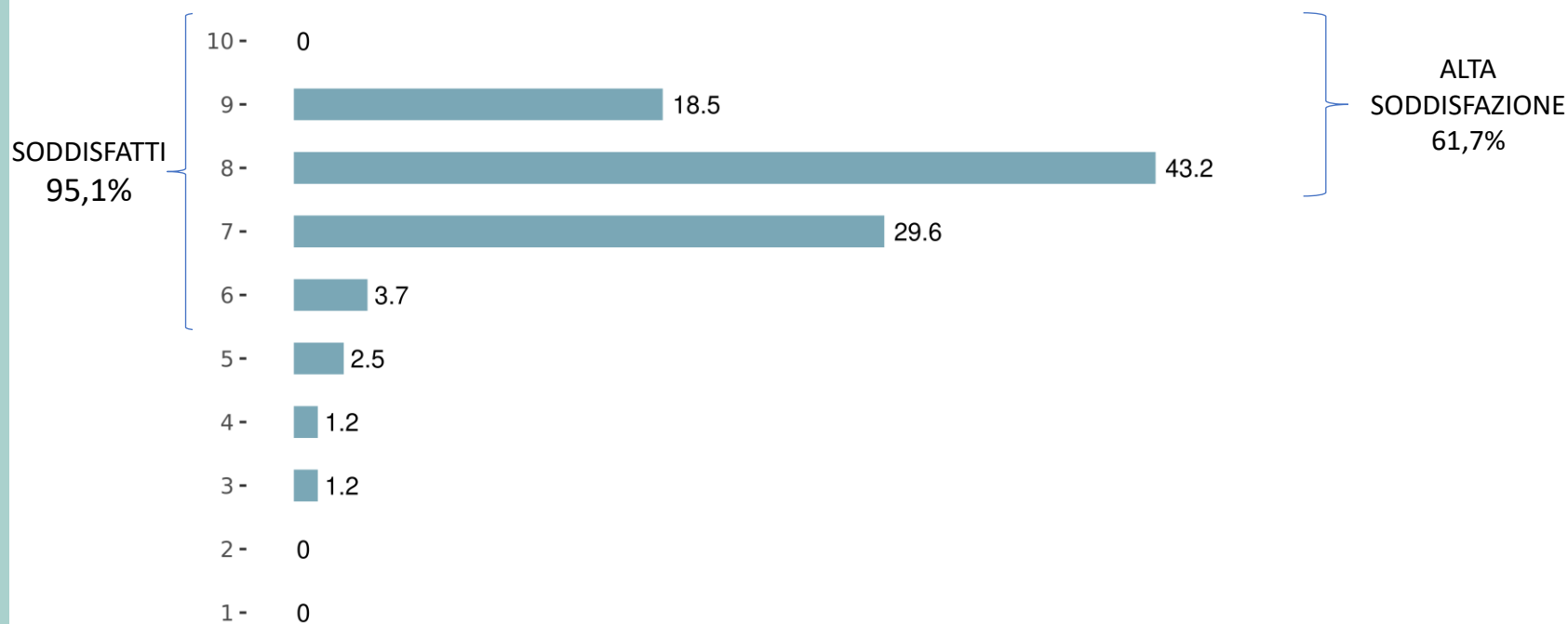




## SPORTELLI RELAZIONI

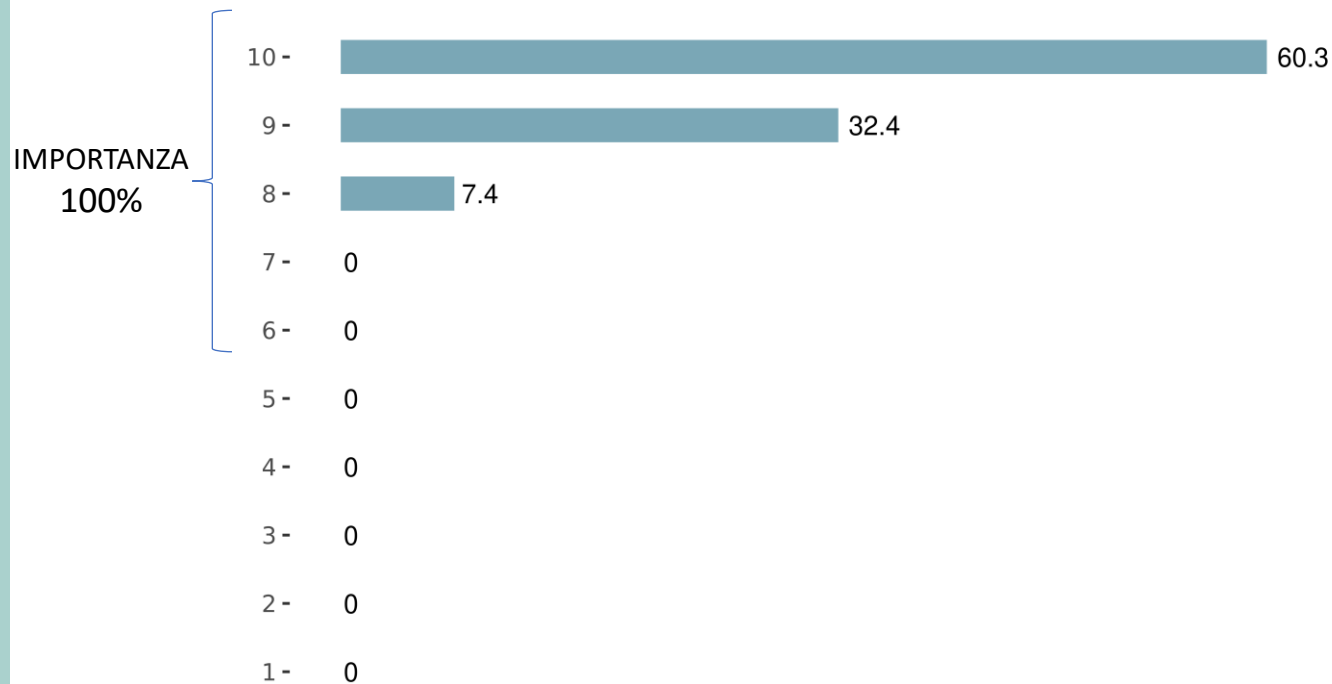
Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*

Sul 8,5% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



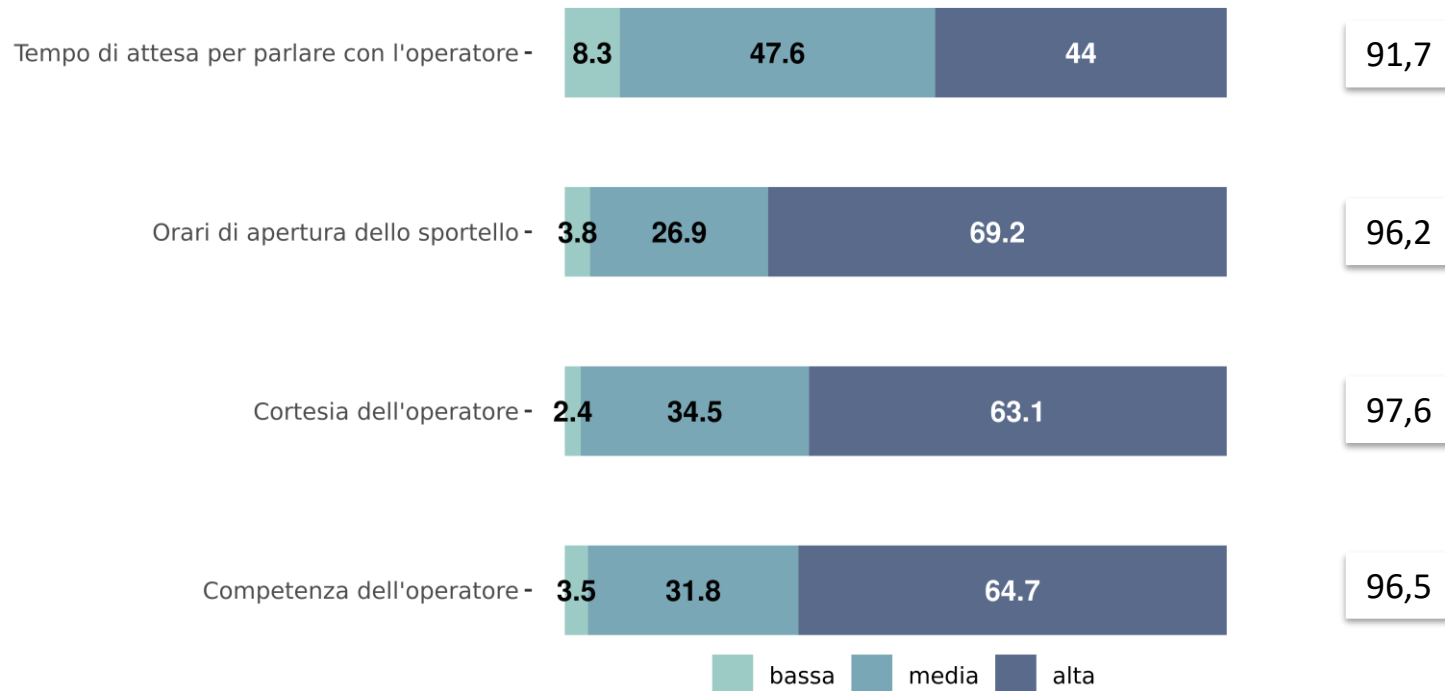
## SPORTELLO RELAZIONI

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità  
Sul 8,5% del totale. Valore statistico dei risultati: attendibili come dati indicatori di un possibile trend



## SPORTELLO RELAZIONI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

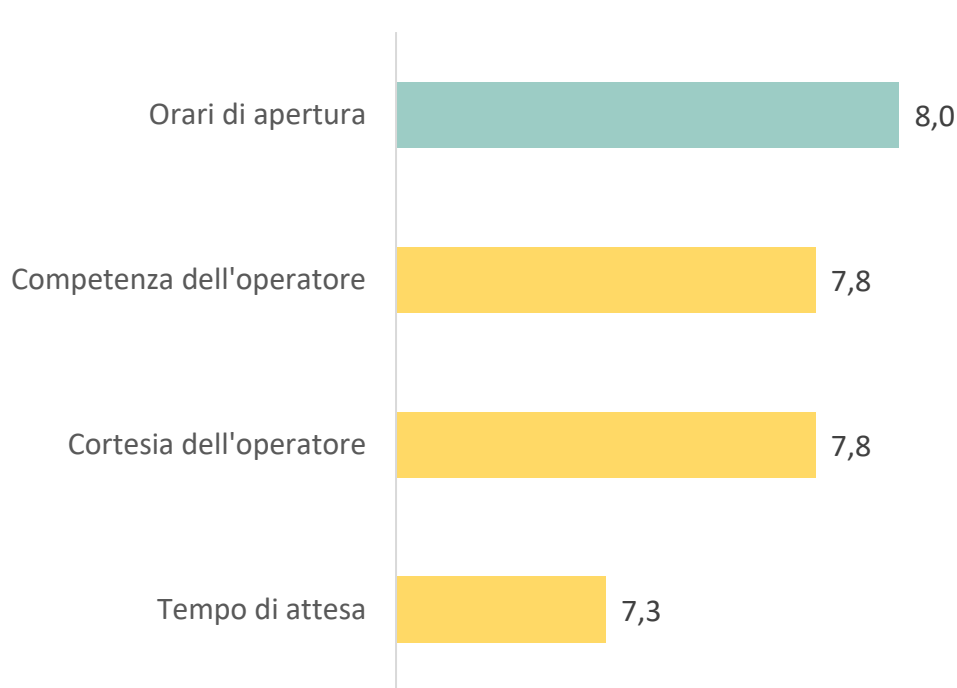


Indice % di Soddisfazione MEDIA Sportello Relazioni

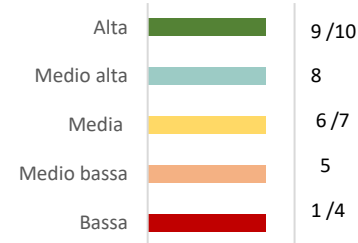
**95,5**

# SPORTELLI RELAZIONI

## INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

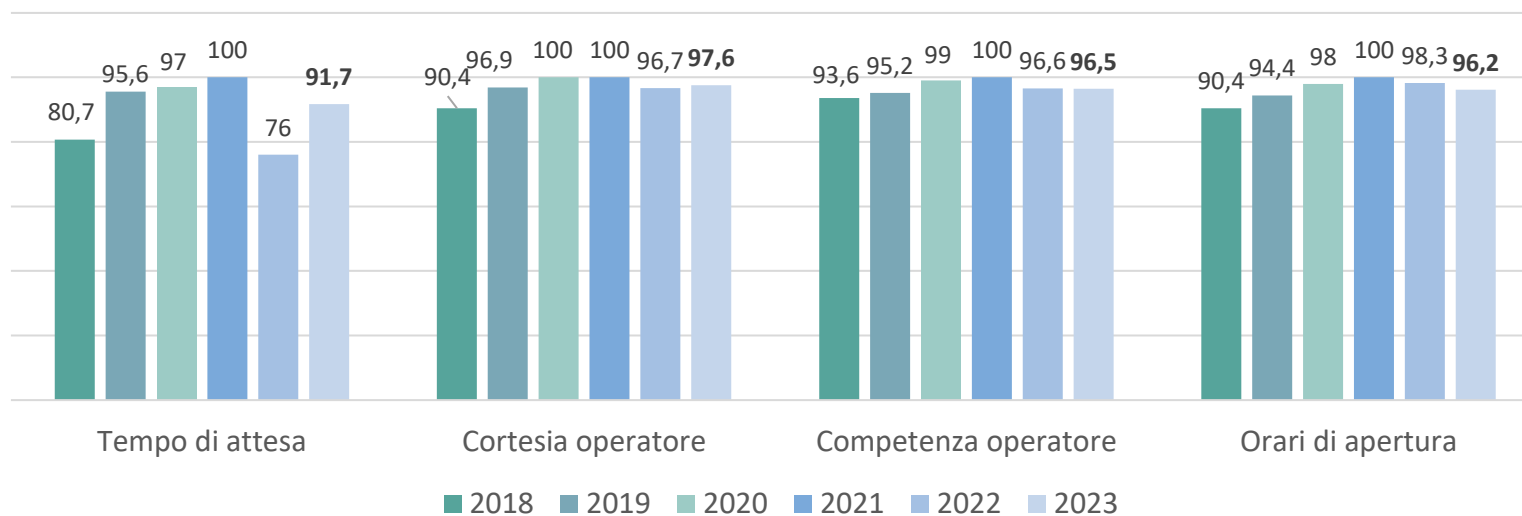


**Intensità  
(media dei punteggi)  
Sportello relazioni**



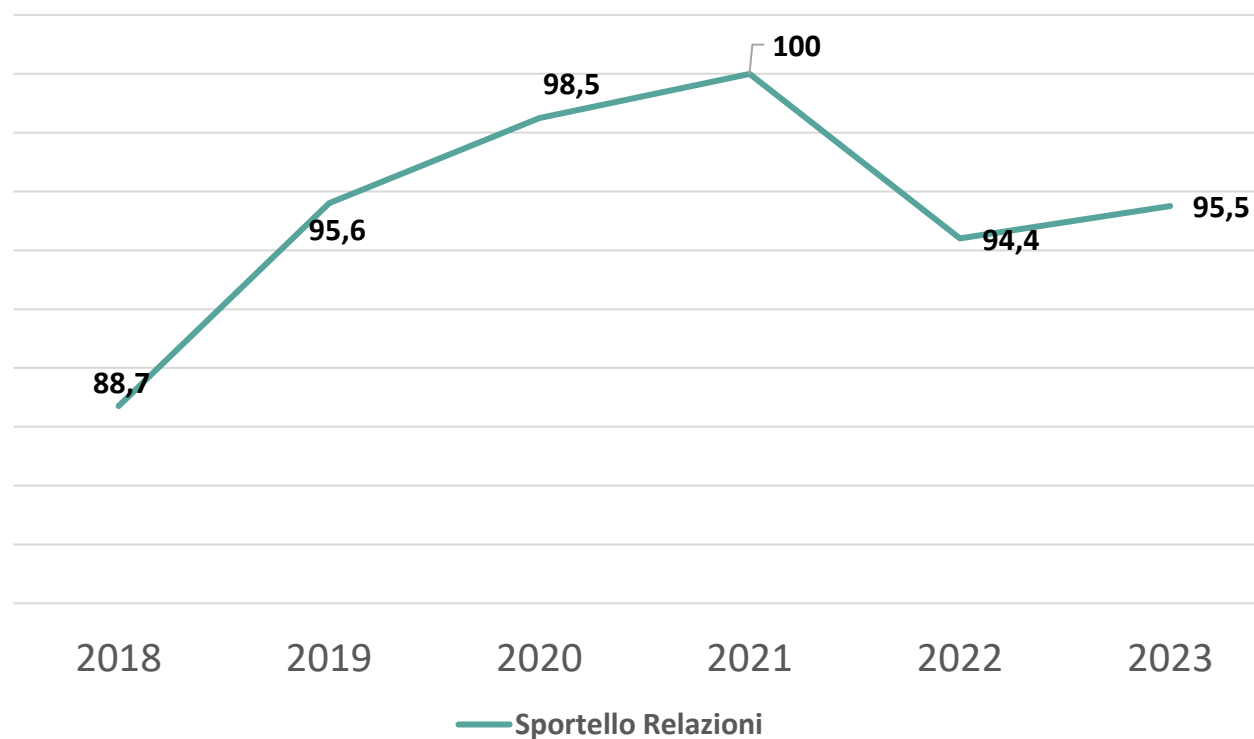
# SPORTELLI RELAZIONI – TREND 2018 / 2023

## SODDISFAZIONE



## SPORTELLO RELAZIONI – TREND 2018 / 2023

### SODDISFAZIONE TOTALE



## SPORTELLI RELAZIONI

### Considerazioni

Passiamo ad analizzare uno dei servizi a diretto contatto con l'utenza, lo sportello relazioni. Nonostante solo l'8,5% del totale dichiara di aver usufruito dello sportello, riusciamo comunque ad avere un indicatore di una possibile tendenza sulla performance del fattore.

L'indice percentuale di soddisfazione media raccoglie il 95,5% di soddisfatti ed un'intensità media di 7,7. L'alta soddisfazione superiore al 60% nel caso di "orari di apertura" (69,2%), "cortesia" (63,1%) e "competenza dell'operatore" (64,7%) e pari al 44% di insoddisfatti nel "tempo di attesa per parlare con l'operatore". Quest'ultimo risulta essere anche il sub-fattore che raccoglie la maggior quota di soddisfatti (8,3%), un numero che comunque non supera il 10% e non rappresenta un allarme concreto. Per quanto riguarda l'intensità della soddisfazione dei singoli sub-fattori, notiamo come orari di apertura, con il suo 8, si colloca all'interno della fascia medio alta; "competenza" e "cortesia dell'operatore", entrambi con 7,8, e "tempo di attesa", con 7,3, si collocano nella parte superiore della fascia media.

Dando uno sguardo all'andamento annuale, notiamo come ci sia una leggera ripresa rispetto al 2022, con un aumento del 1,1%. La principale differenza si trova nell'aumento della percentuale di soddisfatti proprio nel "tempo di attesa per parlare con gli operatori", che passa da un 76% di soddisfatti nel 2022 ad un 91,7% nell'anno corrente, un balzo del 15,7%. Considerando che i risultati sono alterati da un margine d'errore più elevato rispetto al resto dell'indagine, data la grande differenza nella percezione dell'utenza, possiamo comunque affermare che l'azienda ha recepito il segnale dell'anno precedente ed ha cercato di mettere in atto le misure possibili. I dati ci invitano quindi a continuare su questa strada di miglioramento iniziata l'anno scorso.

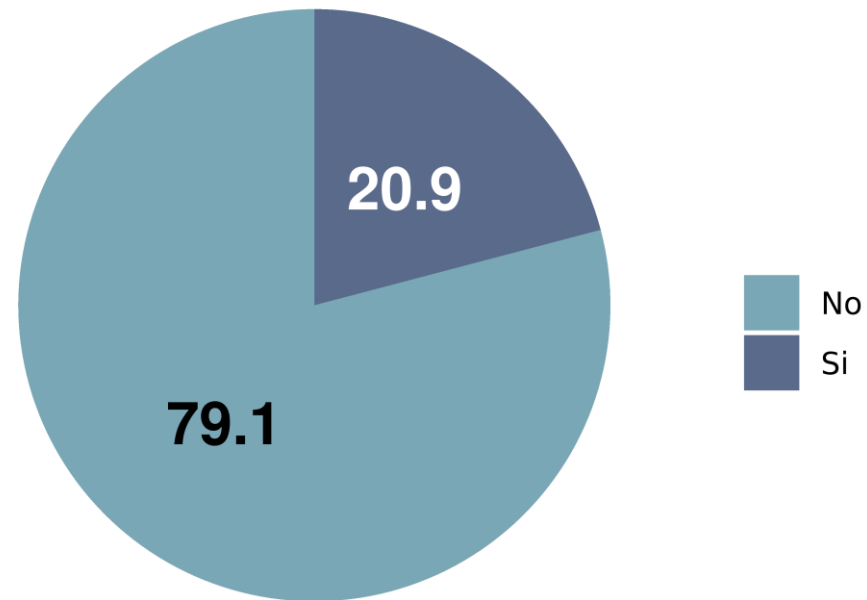
## Valutazione importanza e soddisfazione NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

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



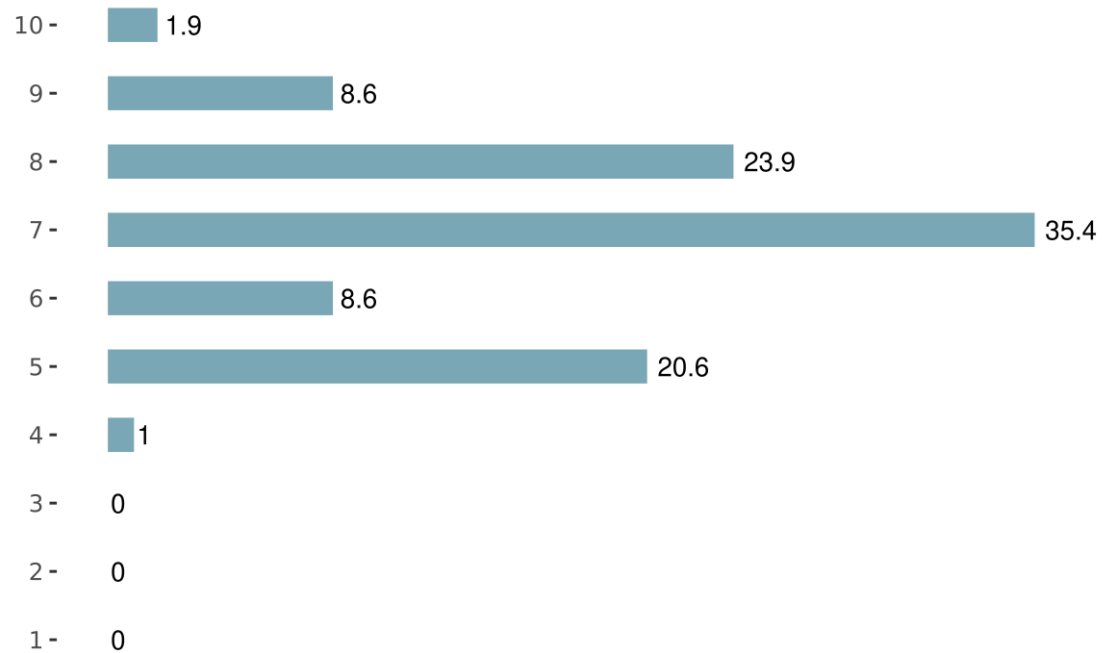
## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Ha mai chiamato il numero verde per la raccolta?



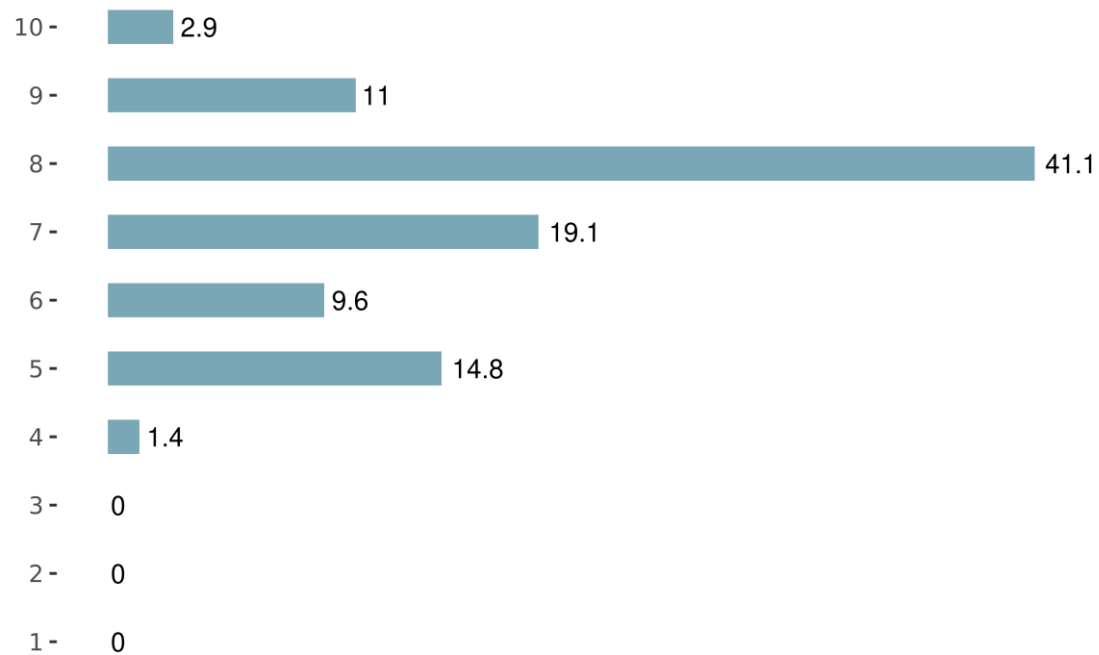
## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Tempo di attesa per parlare con l'operatore



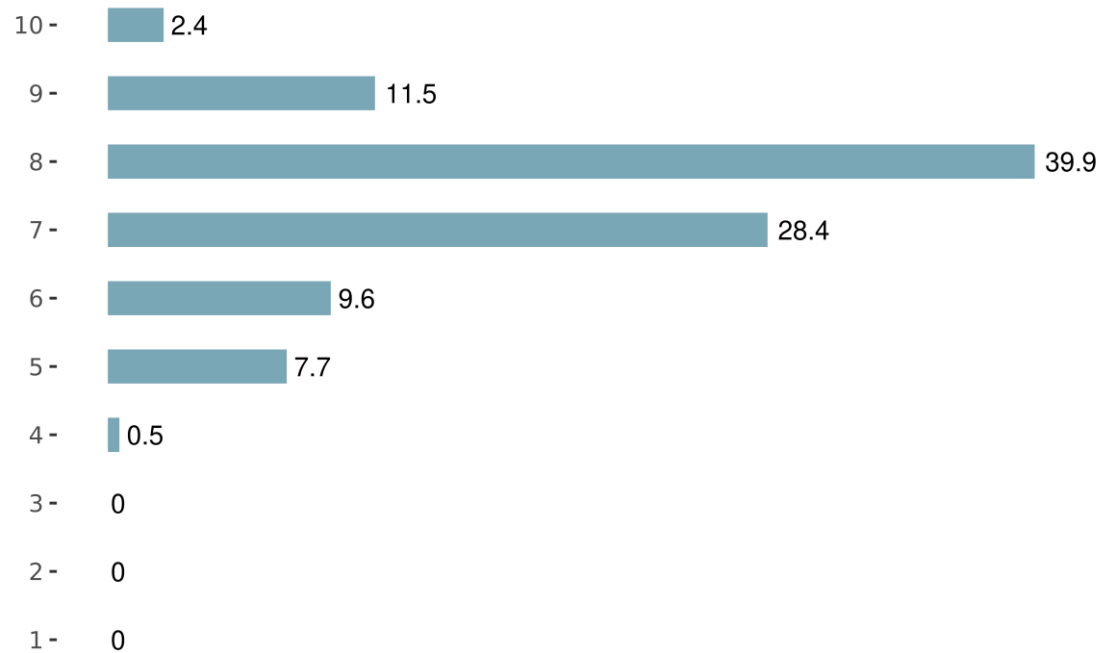
## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Cortesia dell'operatore



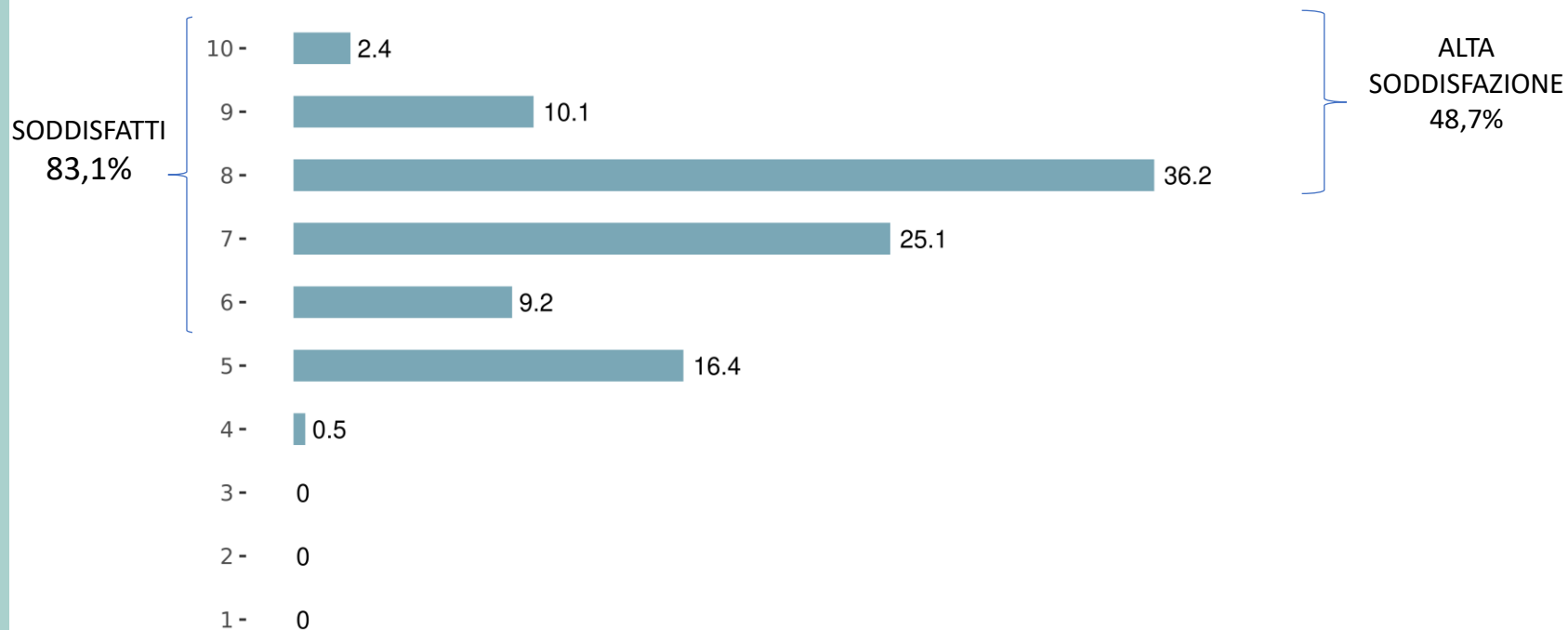
## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Competenza dell'operatore



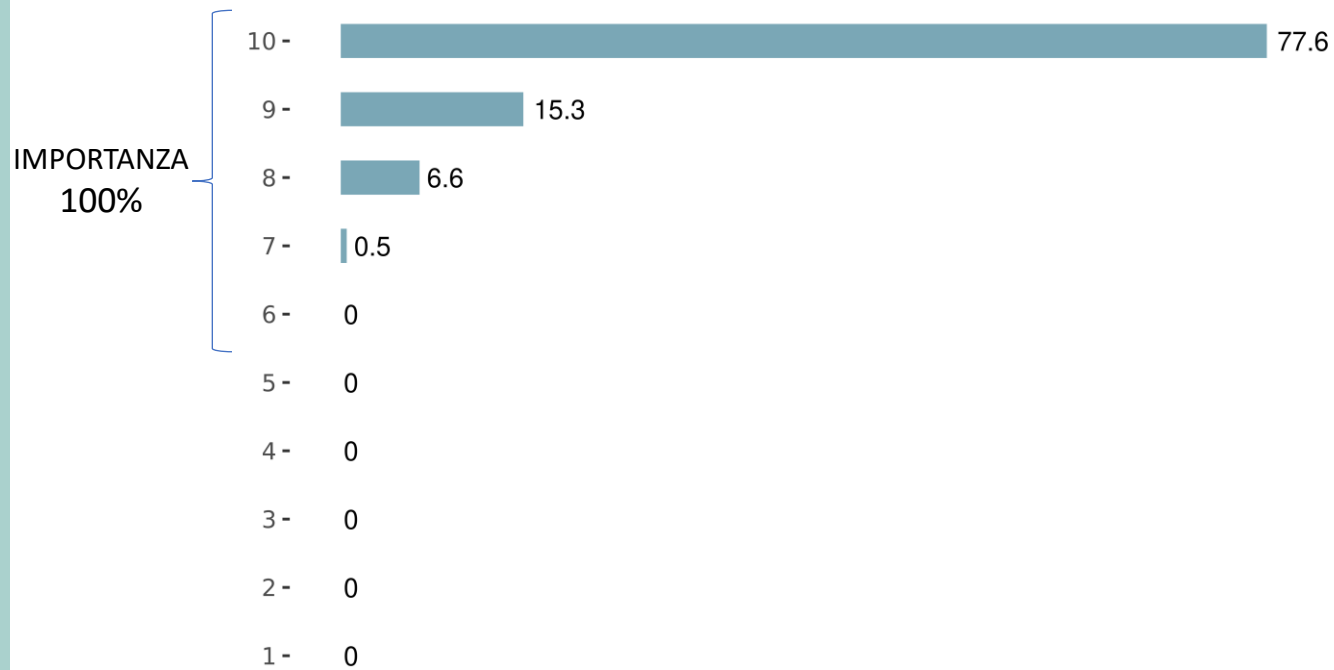
## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



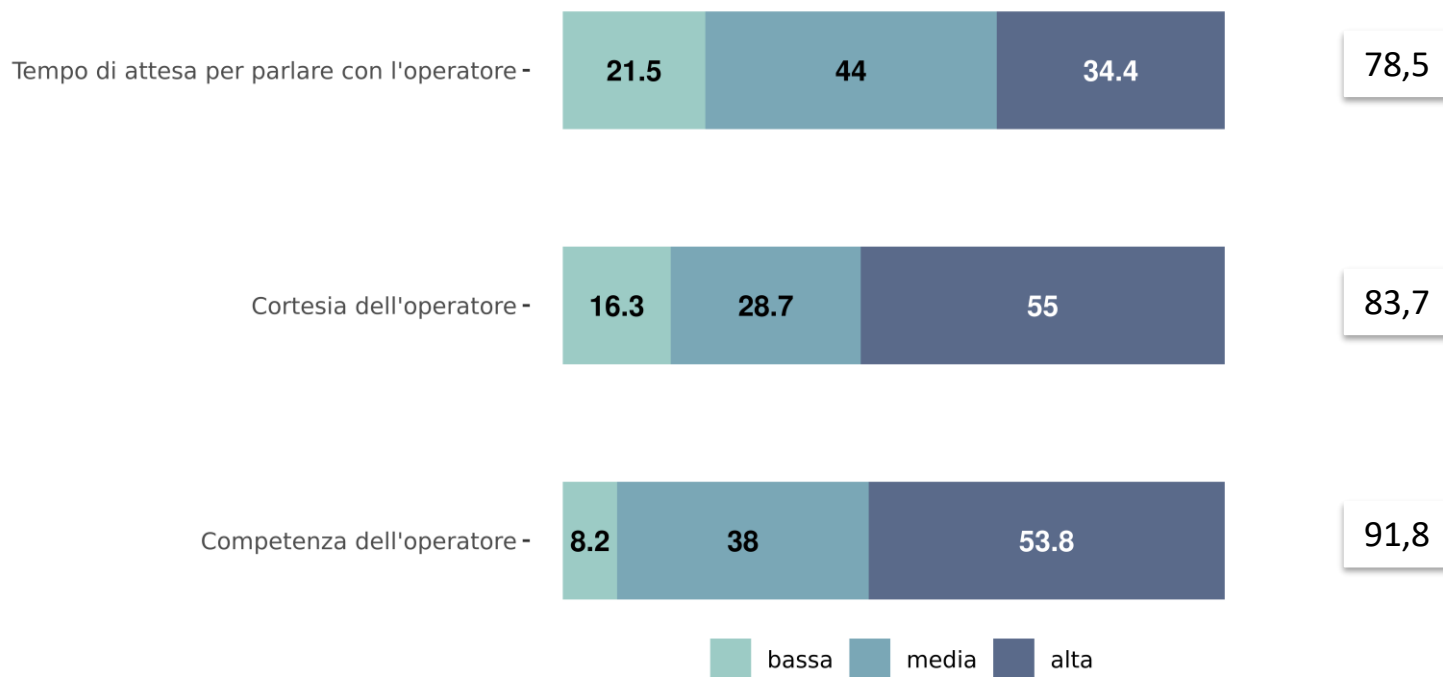
## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

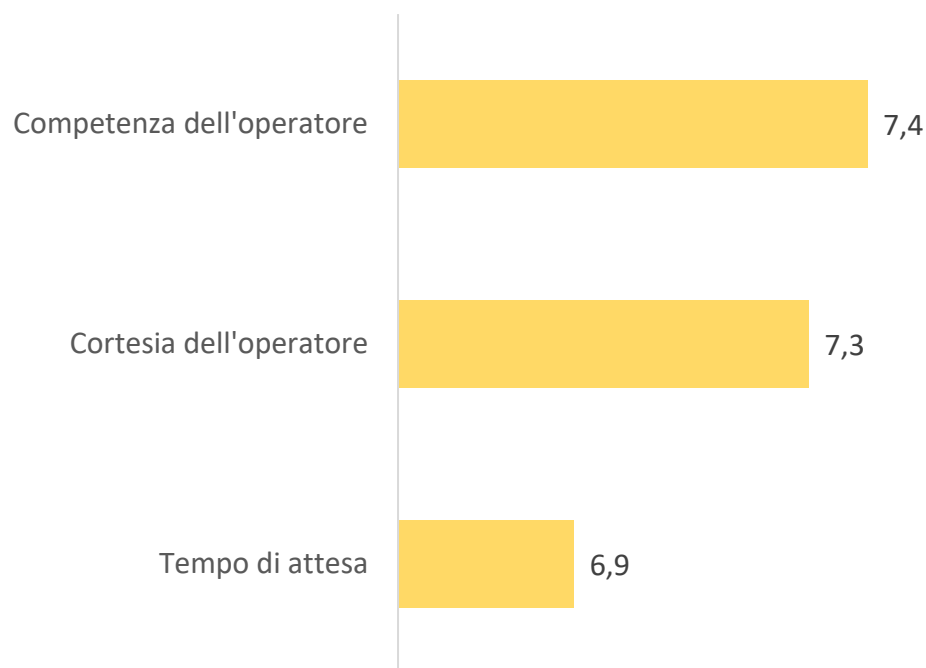


Indice % di Soddisfazione MEDIA Numero verde

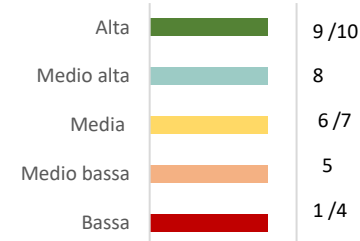
**84,7**

# NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

## INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



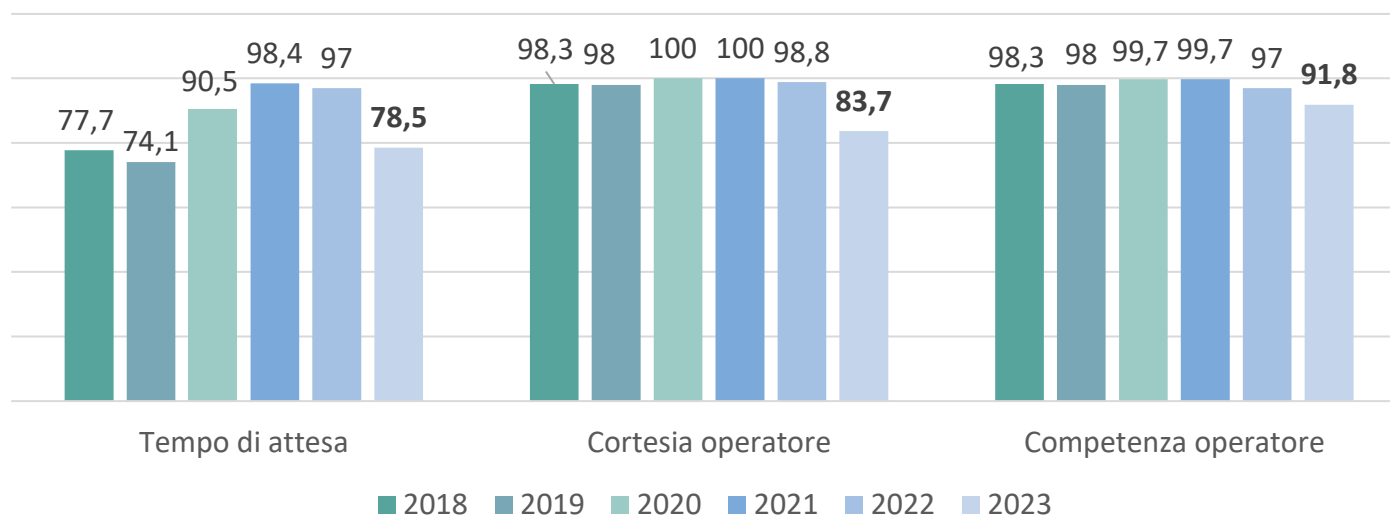
**Intensità  
(media dei punteggi)  
Numero verde  
Attenzione Clienti**





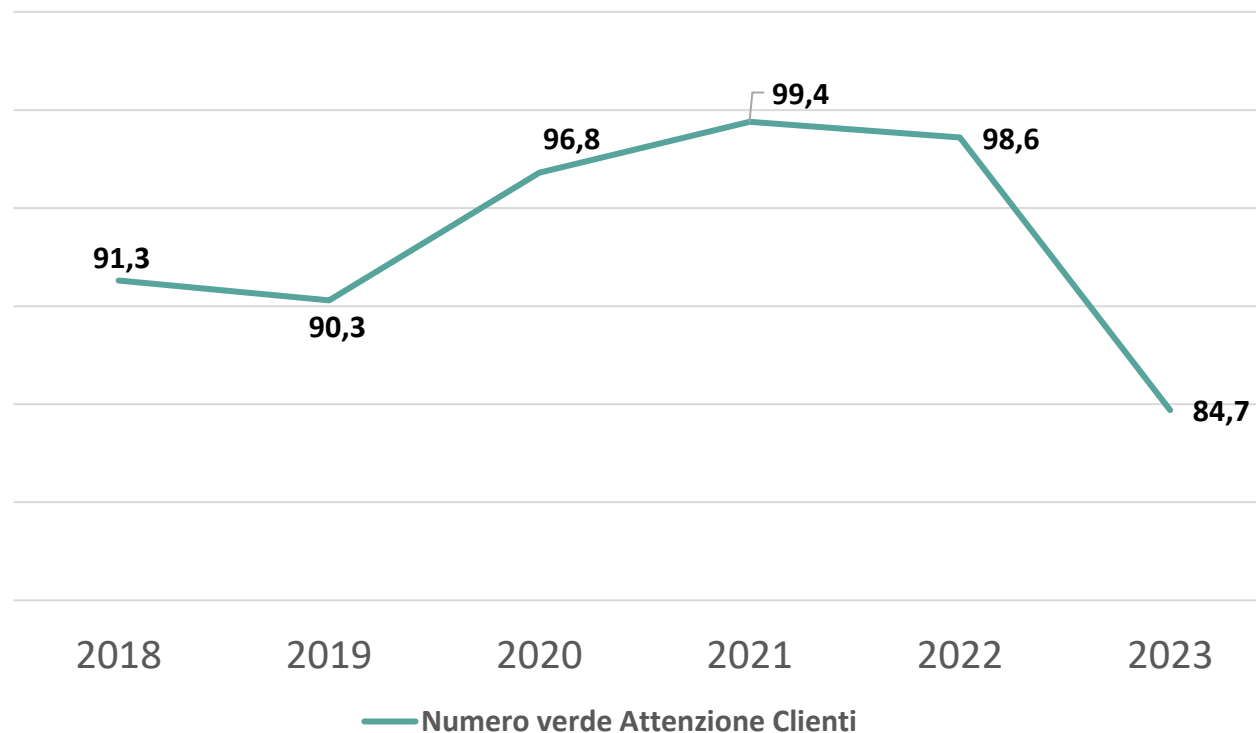
# NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI – TREND 2018 / 2023

## SODDISFAZIONE



## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI – TREND 2018 / 2023

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

I rispondenti alle domande relative a questo fattore sono il 20,9%, una quota che ci dona una certezza statistica molto simile a quella registrata nel 2022, dove dichiaravano di aver fatto uso del servizio il 26,9%. L'indice percentuale di soddisfazione media segna 84,7% e l'intensità della soddisfazione media raggiunge voto 7,2.

Nel grafico relativo ai dati comparati, balza subito all'occhio il 21,5% di insoddisfatti rilevati nel sub-fattore "tempo di attesa per parlare con l'operatore": di questi, il 20,6% valuta l'aspetto con voto 5, quindi riusciamo a capire dai dati che ci sono delle lacune da colmare, ma che non sono altamente sgradite dall'utenza. Il secondo sub-fattore che desta qualche dubbio è la "cortesia dell'operatore", un aspetto che solitamente viene gradito dall'utenza; in questo caso raggiunge il 16,3% di insoddisfatti. Nonostante questo, pare sia un argomento dicotomico, poiché davanti a questa percentuale di insoddisfatti abbiamo anche il 55% di altamente soddisfatti, la quota più elevata rilevata nel fattore. La "competenza dell'operatore" è l'unico sub-fattore che supera il 90% di soddisfatti (91,8%), con un'alta soddisfazione (voto da 8 a 10) pari al 53,8%.

L'intensità della soddisfazione segue l'andamento delle percentuali analizzate fin'ora, con "tempo di attesa" che riceve il voto più basso (6,9), "cortesia" che riceve 7,3 per via dell'elevata percentuale di altamente soddisfatti e "competenza dell'operatore" che riceve 7,4.

Guardando il trend possiamo notare come ci sia una caduta del 13,9% rispetto al 2022: questa differenza è risultante dalle grandi variazioni che hanno subito tutti i sub-fattori. Il "tempo di attesa" passa dal 97% del 2022 al 78,5% del 2023 (18,5% in meno); "cortesia dell'operatore" passa dal 98,8% all'83,7% (15,1% in meno); "competenza dell'operatore" passa dal 97% al 91,8% (5,2% in meno). Il principale driver rimane quindi il "tempo di attesa", un sub-fattore che condiziona gli altri due: se un utente aspetta molto per una risposta da parte dal centralino, arriverà alla conversazione con l'operatore con un atteggiamento meno propenso al dialogo e, di conseguenza, potrà essere più suscettibile alla cortesia e alla competenza dell'operatore.

Riguardo il "tempo di attesa", nel 2022 segnalavamo:

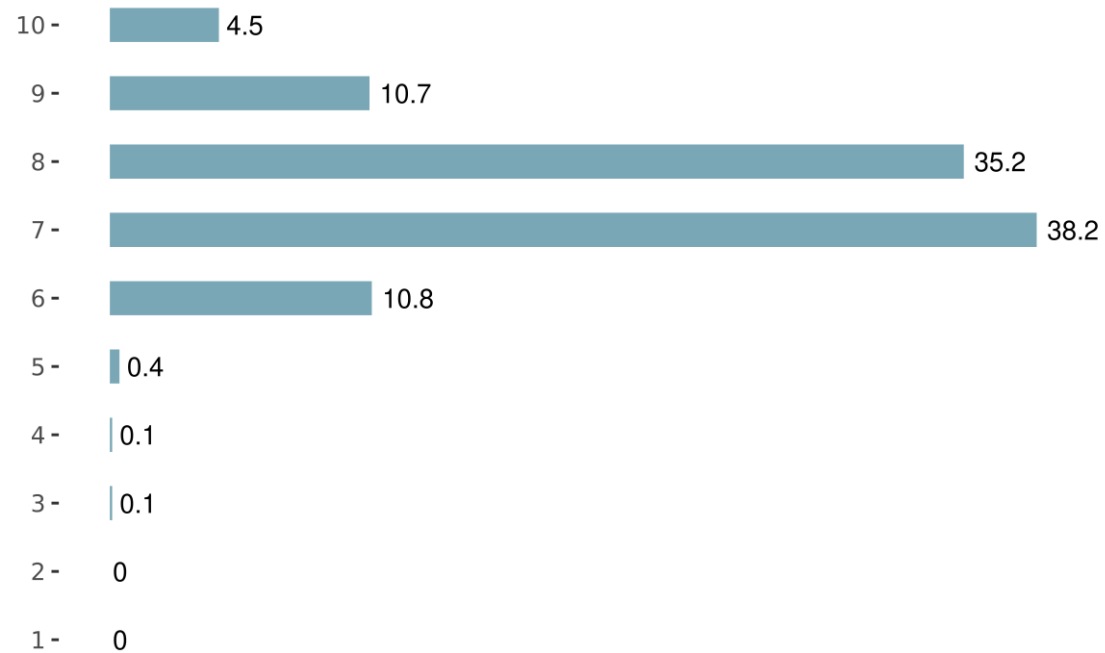
"Rimane quindi un punto interrogativo che deve richiamare l'attenzione per prevenire possibili futuri problemi, nel caso la domanda diventi più forte e si debbano affrontare quelle situazioni." Quest'anno si segna un minimo storico: il numero verde attenzione clienti è un fattore che necessita un deciso miglioramento nel "tempo di attesa", aspetto che potrebbe risanare la percezione dell'utenza su tale argomento.

## 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

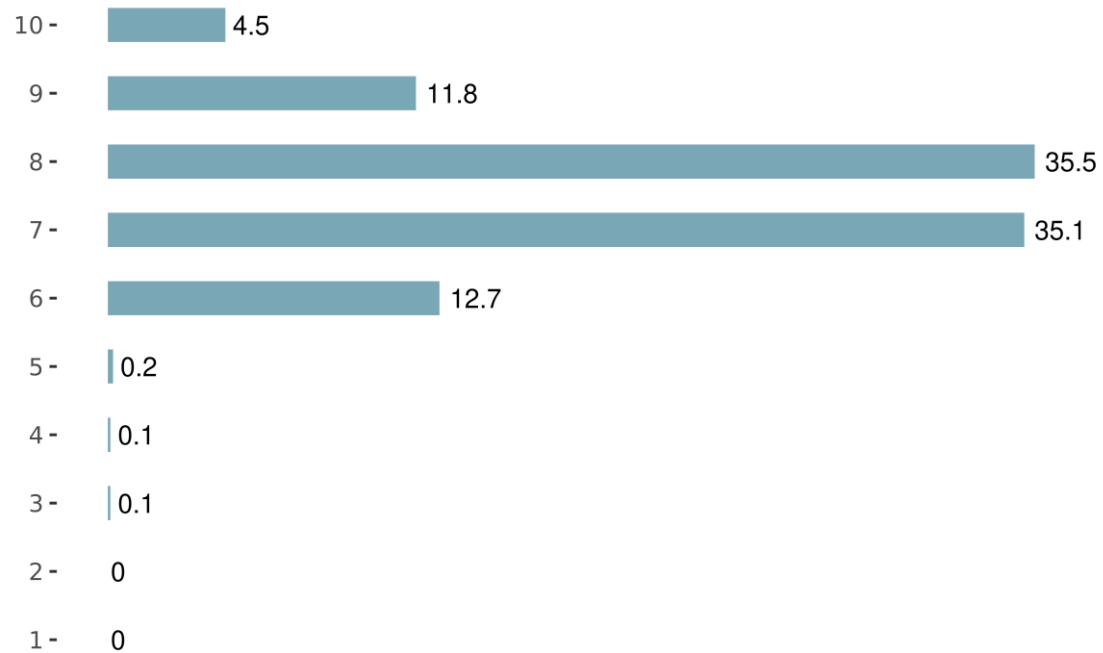
## COMUNICAZIONE

Chiarezza calendario di raccolta



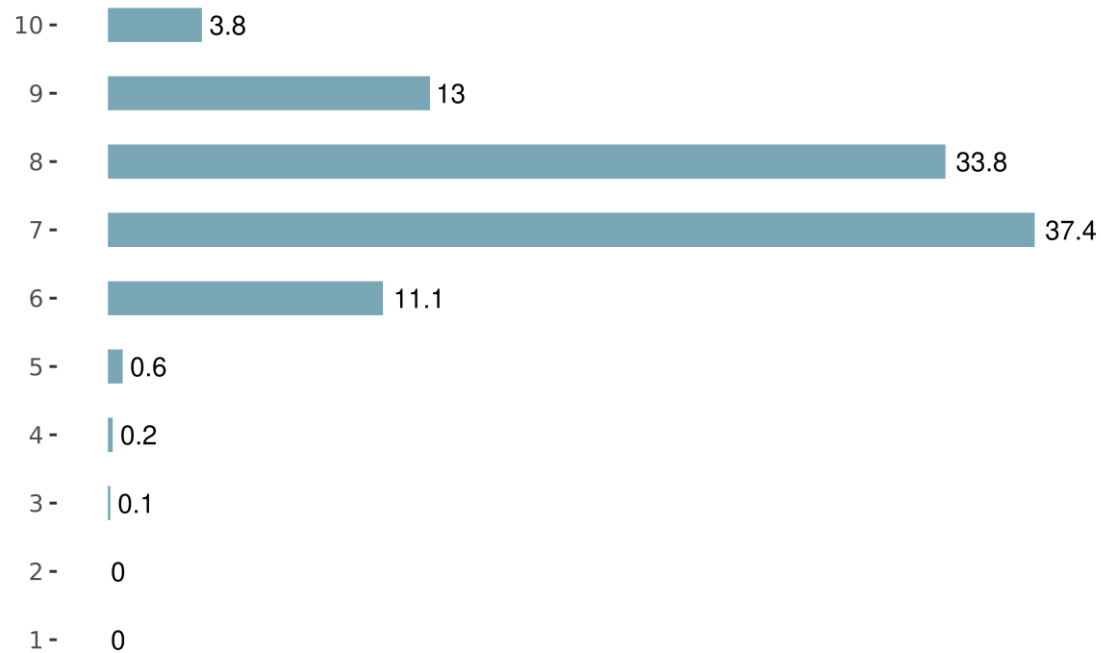
## COMUNICAZIONE

Chiarezza opuscolo esplicativo



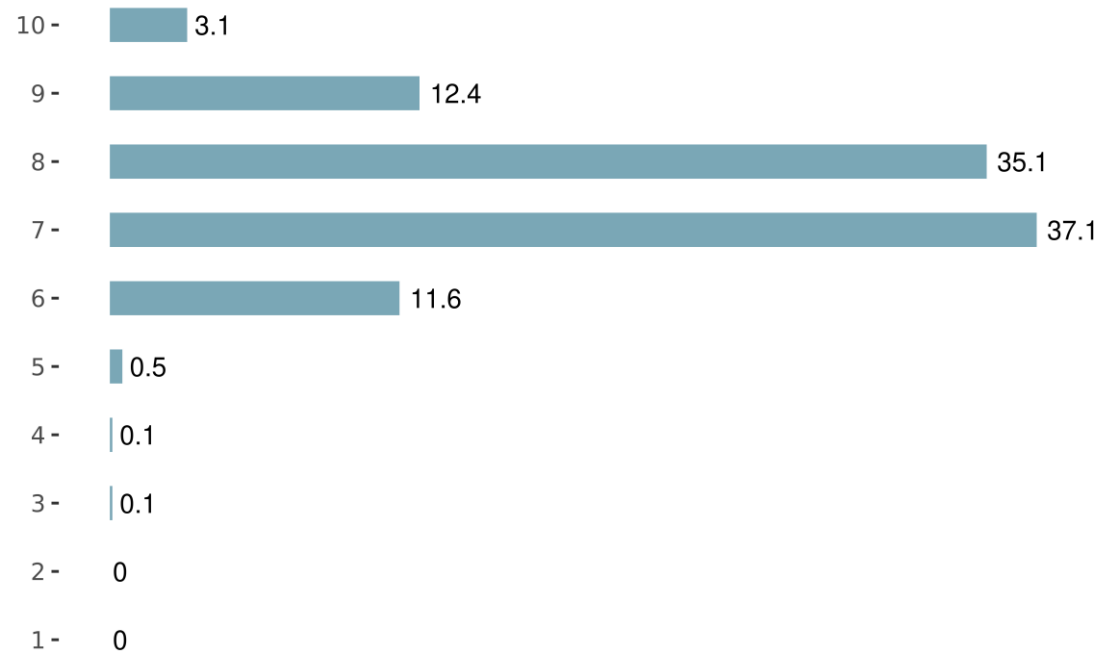
## COMUNICAZIONE

Informazioni generali fornite sulla raccolta differenziata



## COMUNICAZIONE

Informazioni fornite ai cittadini sulle modalità di svolgimento del servizio

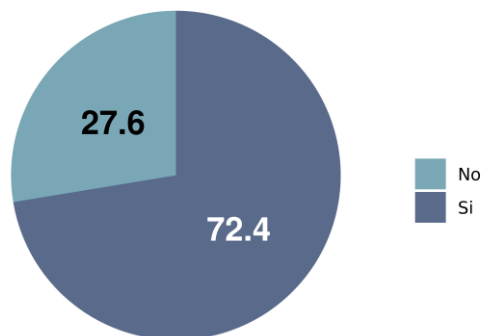




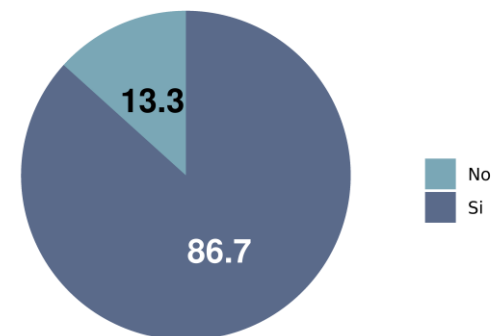
## COMUNICAZIONE

Domanda all'intervistato

Ritiene necessario inasprire i controlli?

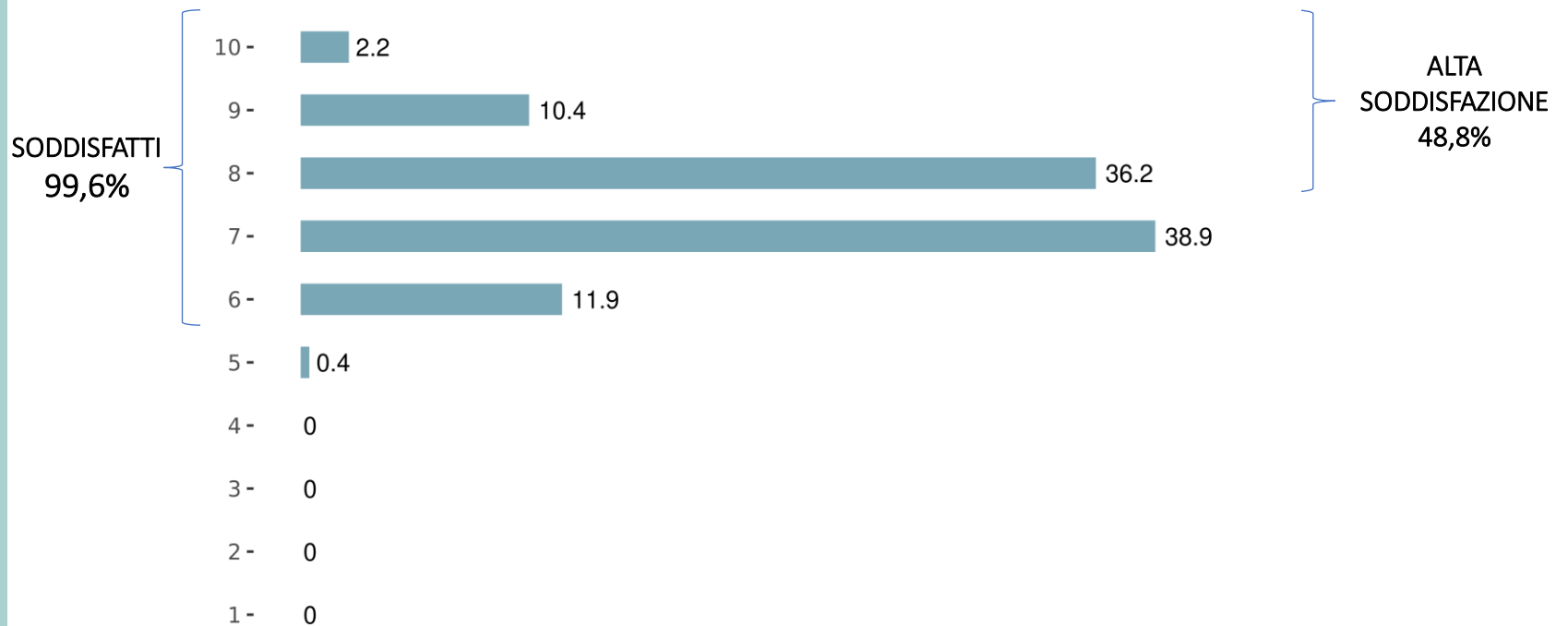


Ritiene necessario fare campagne educative?



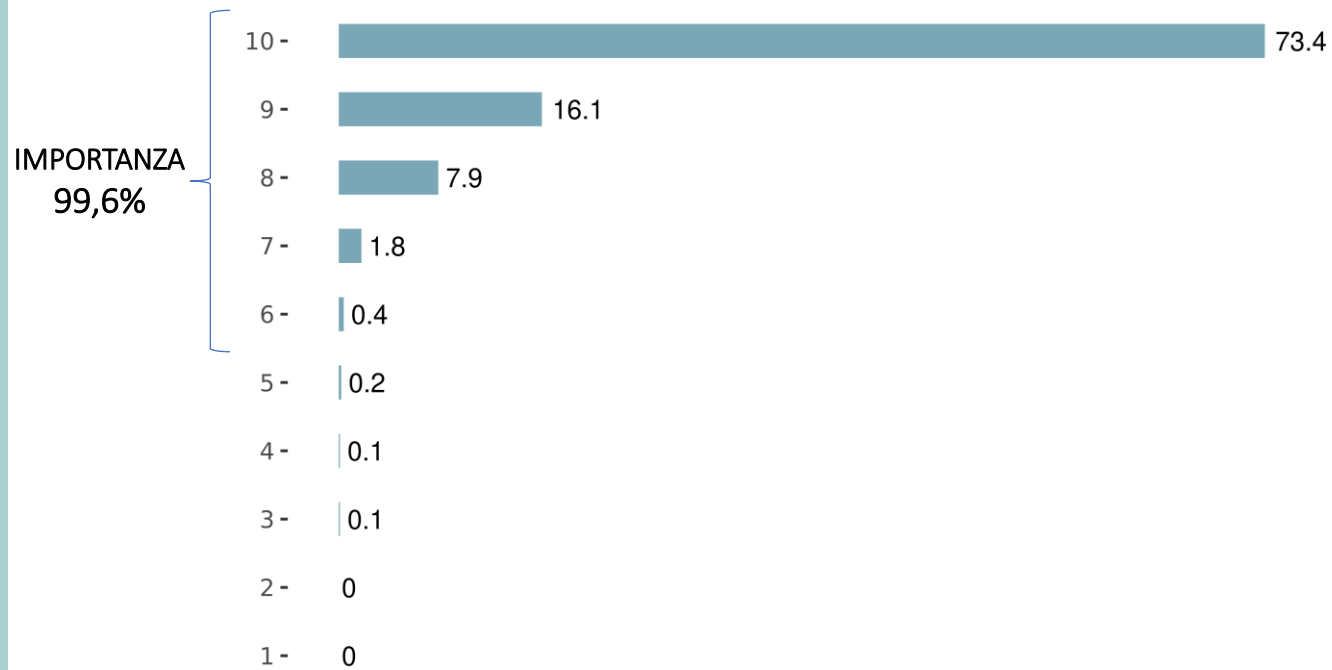
# COMUNICAZIONE

Soddisfazione generale dell'indicatore – *Domanda Overall*



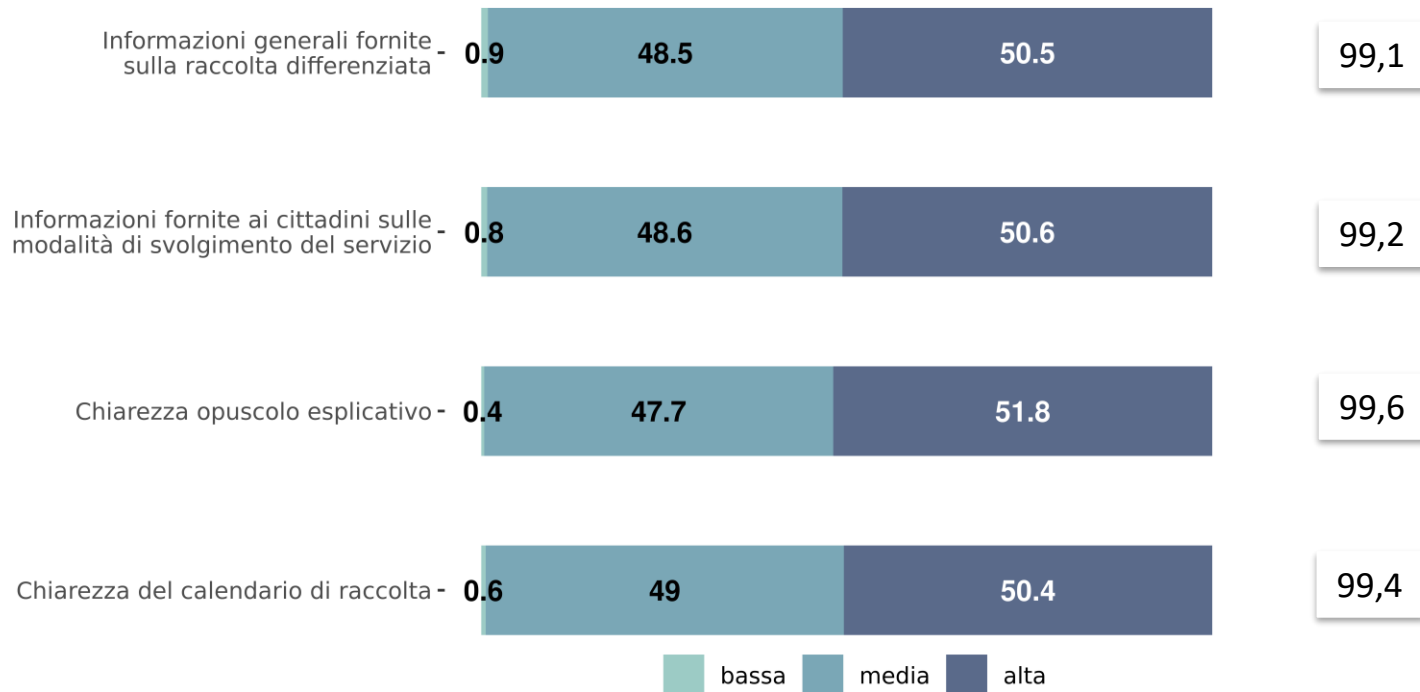
## COMUNICAZIONE

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



# COMUNICAZIONE

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

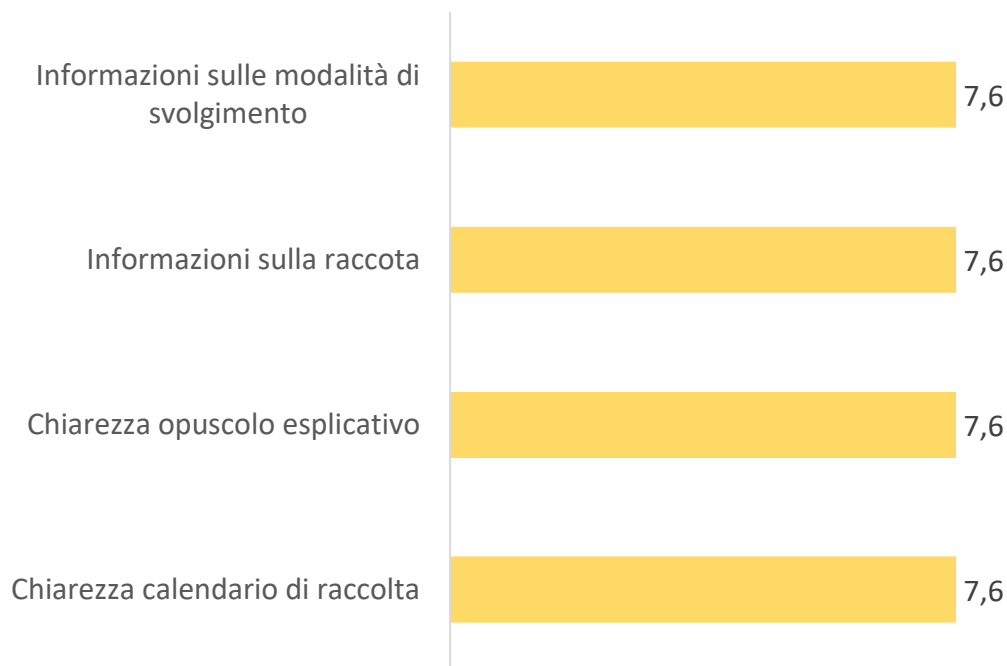


Indice % di Soddisfazione MEDIA Comunicazione

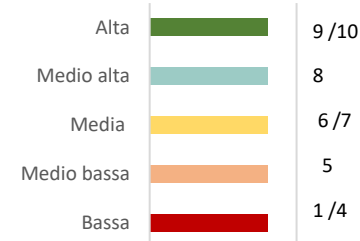
**99,3**

# COMUNICAZIONE

## INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE

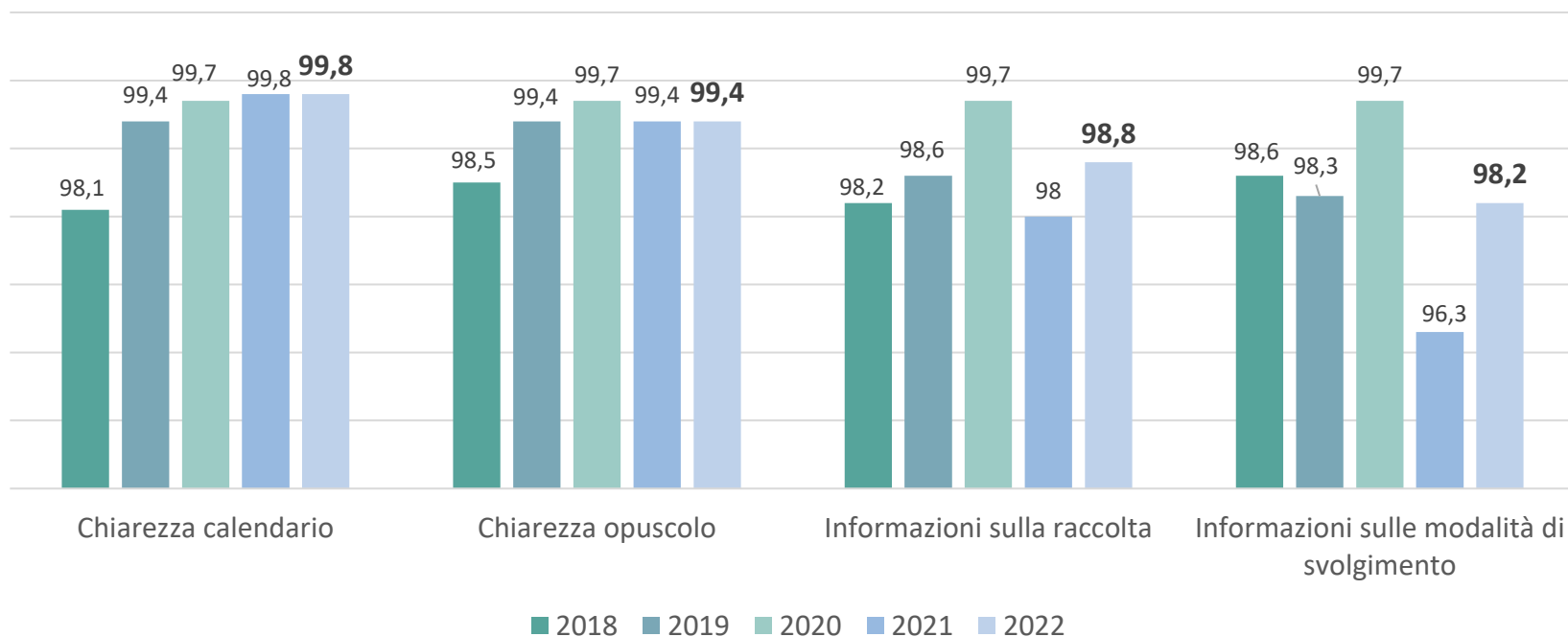


**Intensità  
(media dei punteggi)  
Comunicazione**



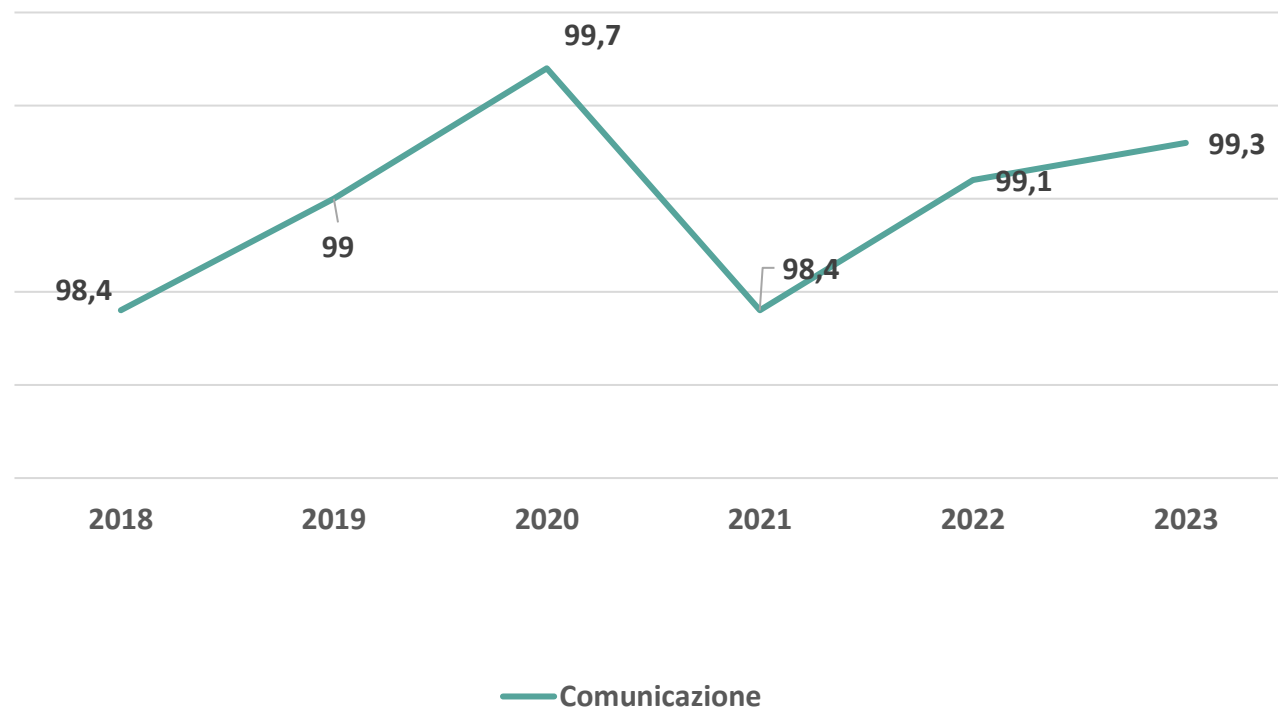
## COMUNICAZIONE – TREND 2018 / 2023

### SODDISFAZIONE



## COMUNICAZIONE – TREND 2018 / 2023

### SODDISFAZIONE TOTALE



## COMUNICAZIONE

### Considerazioni

La comunicazione risulta essere uno dei fattori maggiormente apprezzati dall'utenza: l'indice percentuale di soddisfazione media raggiunge il 99,3%, mentre l'intensità si afferma uniformemente sul 7,6 (parte superiore della fascia Media).

La soddisfazione registrata nei sub-fattori si muove in un intervallo tra il 99,1% di "informazioni generali fornite sulla raccolta differenziata" ed il 99,6% di "chiarezza dell'opuscolo esplicativo"; le percentuali di alta soddisfazione (voto da 8 a 10) superano il 50% in tutti i sub-fattori.

Nel trend possiamo osservare come nel 2023 si continui la crescita iniziata nel 2022 a seguito della flessione nell'anno precedente: l'obiettivo, quindi, è quello di arrivare il più vicino possibile, se non superare, il 99,7% di soddisfatti del 2020.

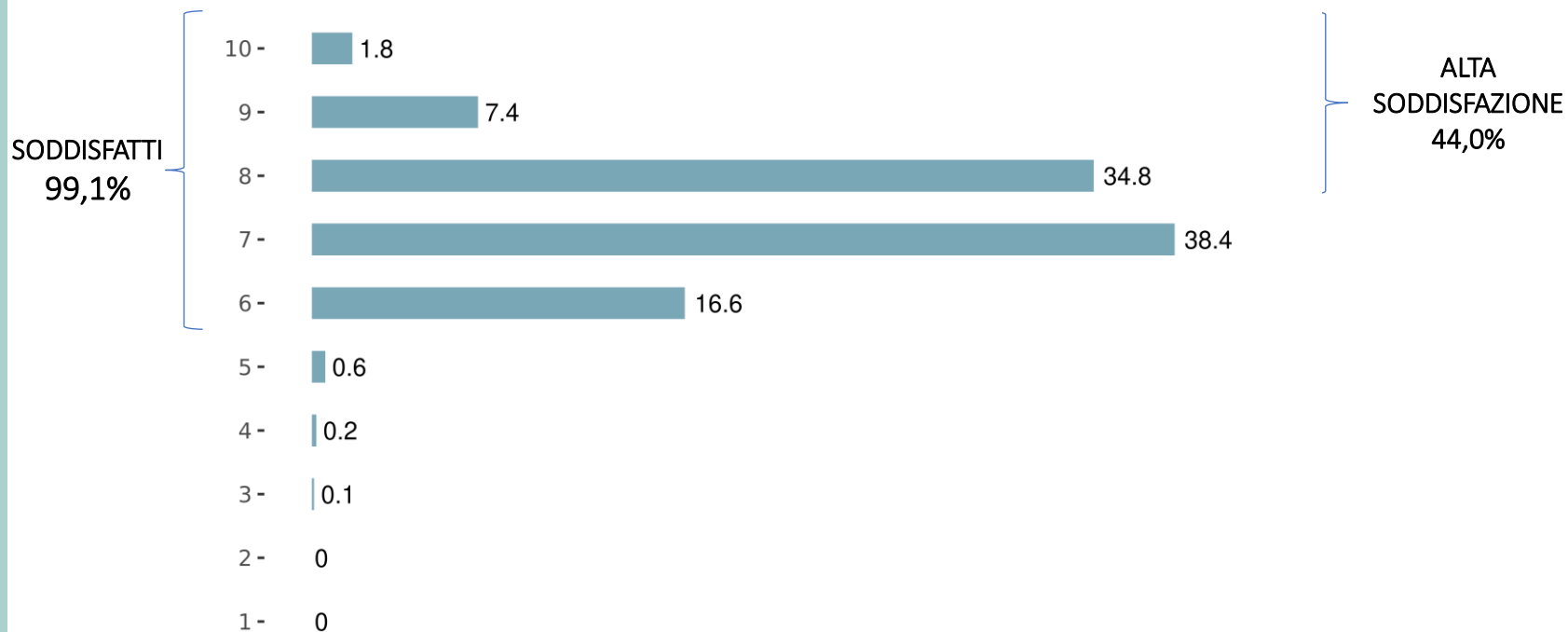


## Valutazione importanza e soddisfazione GIUDIZIO GLOBALE

- ✓ Giudizio complessivo
- ✓ Rapporto qualità prezzo

## GIUDIZIO GLOBALE

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

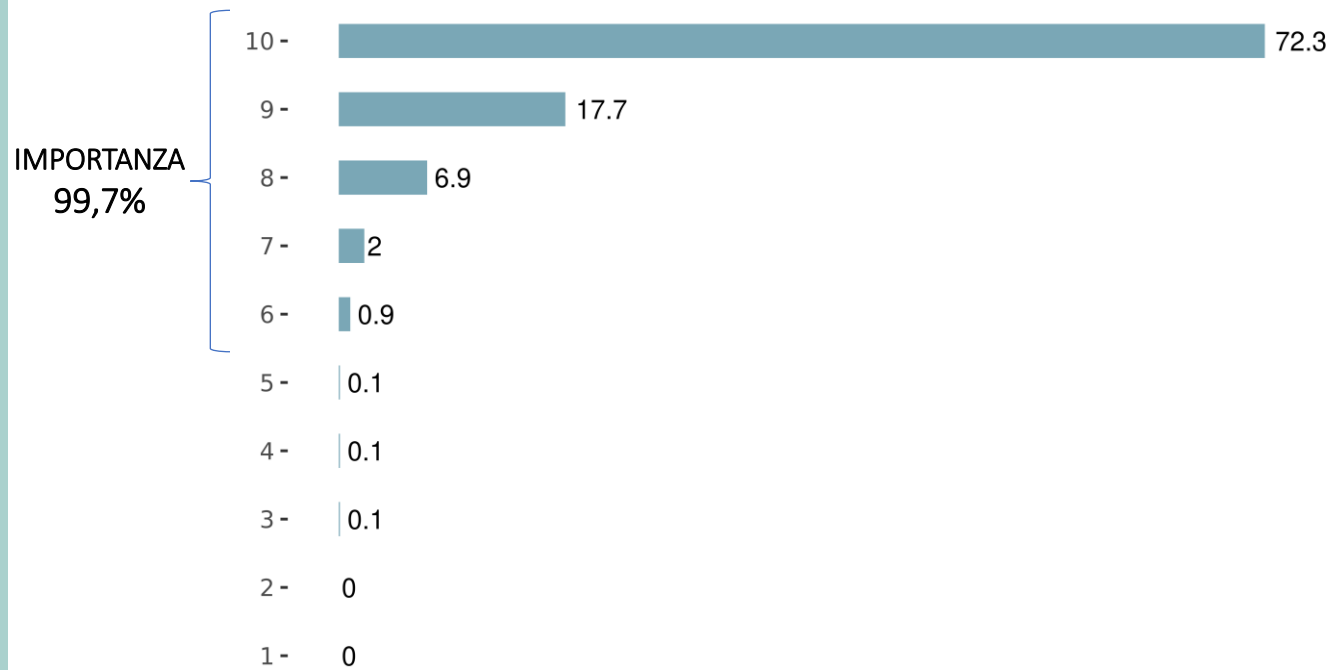


Soddisfazione complessiva (voto da 6 a 10, domanda unica a fine del questionario)

**99,1**

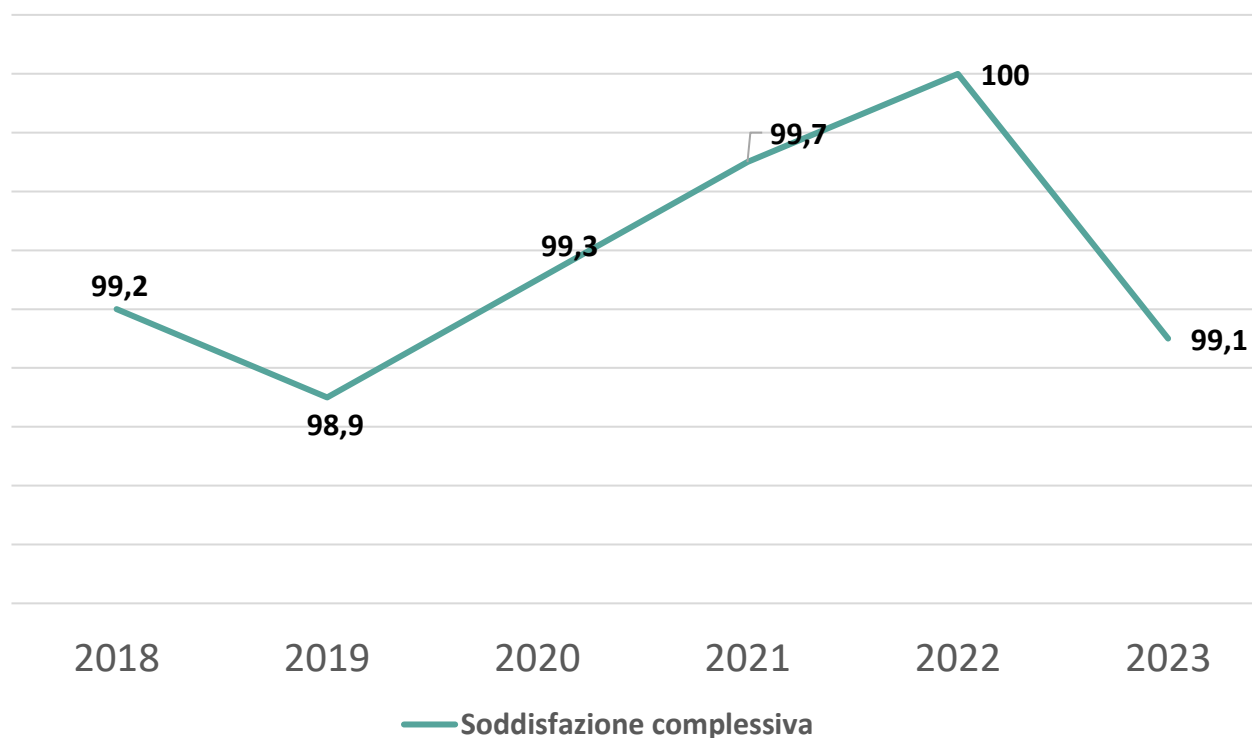
## GIUDIZIO GLOBALE

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



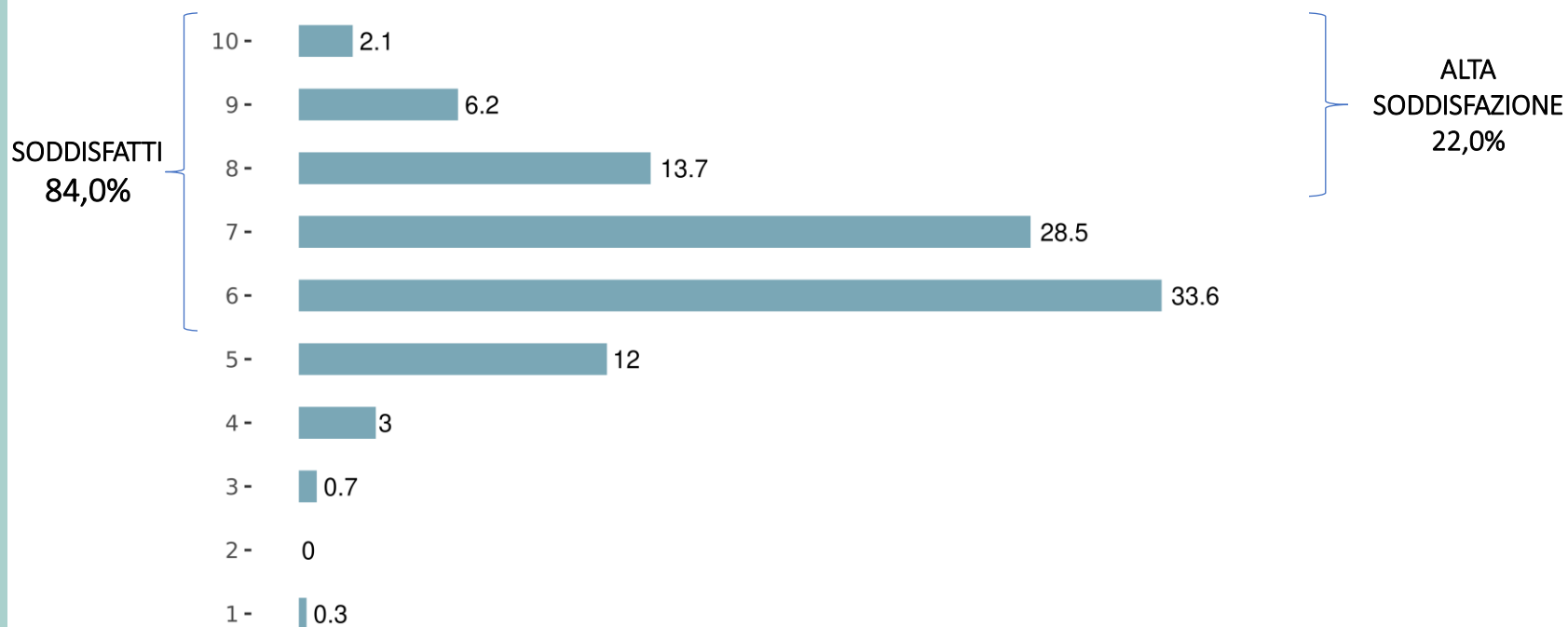
## GIUDIZIO GLOBALE – TREND 2018 / 2023

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



## GIUDIZIO GLOBALE

Rapporto qualità / prezzo – SODDISFAZIONE

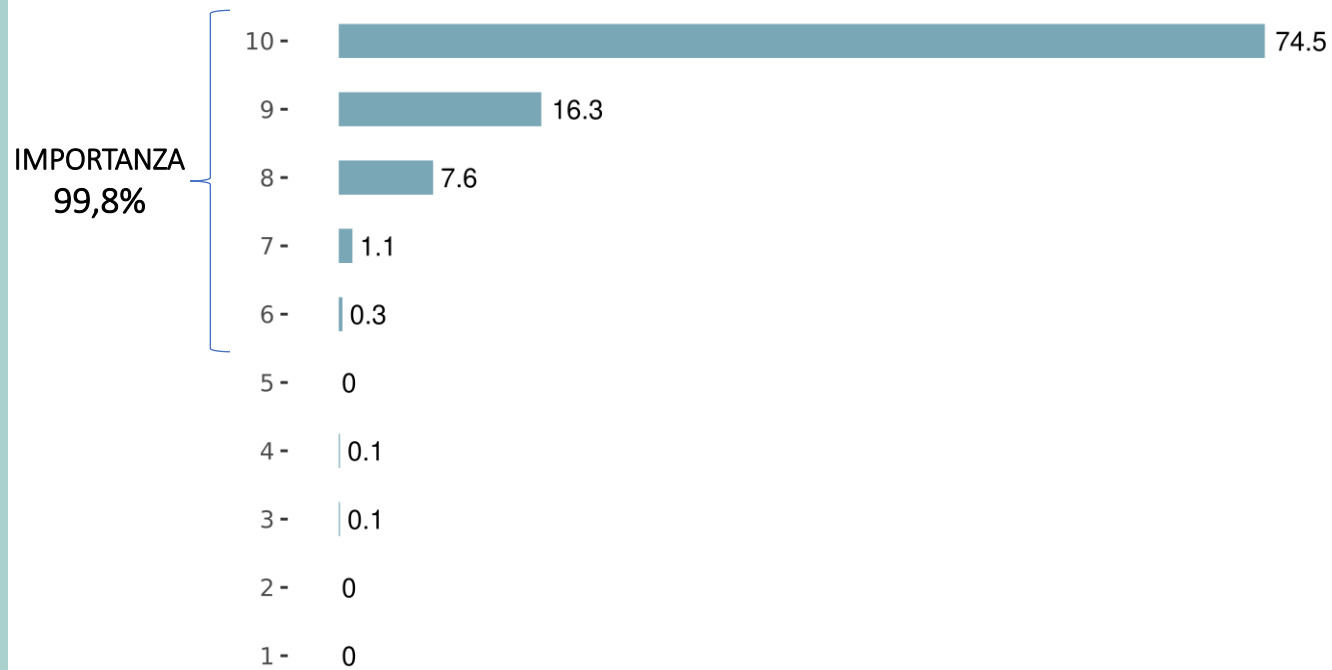


Rapporto qualità / prezzo (voto da 6 a 10, domanda unica a fine del questionario)

**84,0**

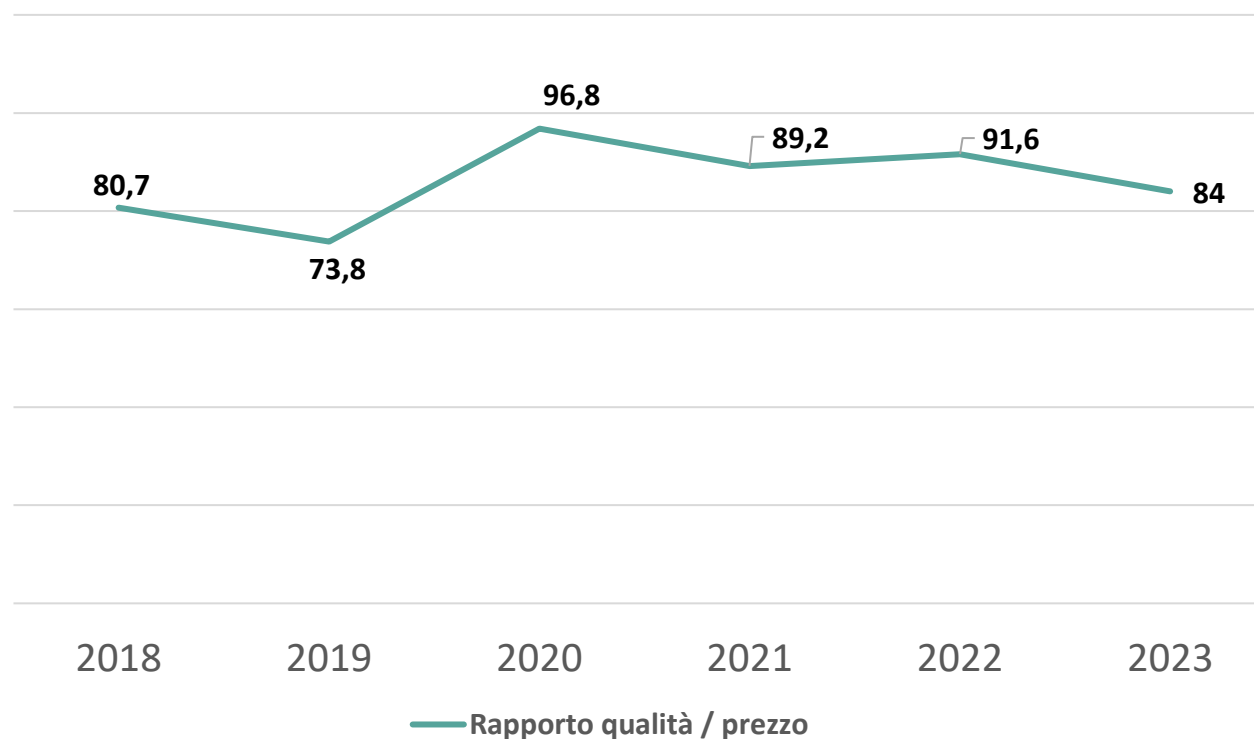
## GIUDIZIO GLOBALE

Rapporto qualità / prezzo – IMPORTANZA



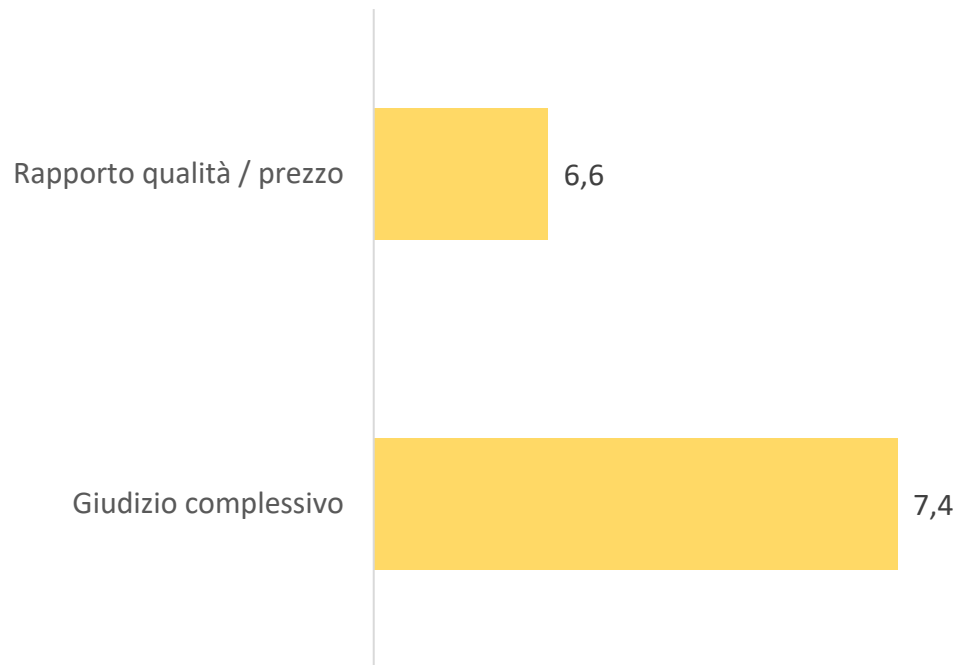
## GIUDIZIO GLOBALE – TREND 2018 / 2023

Rapporto qualità / prezzo

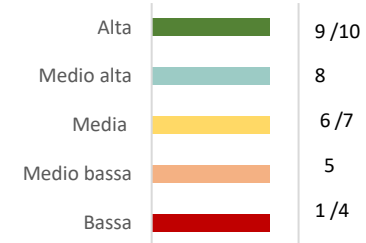


# GIUDIZIO GLOBALE

## INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



**Intensità  
(media dei punteggi)  
Giudizio Globale**





## GIUDIZIO GLOBALE

### Considerazioni

A conclusione dell'indagine viene posta una domanda a carattere generale, che abbraccia tutti gli aspetti del servizio, un "giudizio complessivo" sulla qualità offerta da Ecolan S.p.A.: il risultato è molto incoraggiante, con un 99,1% di soddisfatti.

Gli utenti, nonostante ci possano essere alcune imperfezioni da limare, sanno che l'azienda riesce ad offrire un servizio efficiente e all'altezza delle aspettative. È un sentimento che rimane costante dal 2018, fluttuando tra il 99% ed il 100%, e contraddistingue l'azienda come un'eccellenza del settore.

La seconda domanda complessiva riguarda il "rapporto qualità / prezzo". Come sappiamo, essendo un rapporto economico, si vuol sempre qualcosa in più rispetto al prezzo pagato; quest'anno si registra un 84% di soddisfatti. Questa domanda tocca un aspetto molto delicato della relazione e, come in un qualsiasi rapporto commerciale, vi è la generale tendenza a volere qualcosa di più rispetto a quanto viene pagato. È una percentuale che nel 2023, a livello nazionale, ha subito un generale calo: i driver sono riconducibili a fattori esogeni all'azienda, come l'inflazione ed il generale clima di tensione politica. L'attenzione dell'utenza, ora più che mai, è rivolta verso l'aspetto economico del rapporto: seppur i costi non siano cambiati, in un periodo storico come questo si percepiscono più pesanti.

Notiamo nell'andamento annuale che non è il risultato storicamente più basso: nel 2019 si registrava un 74,8% di soddisfatti, una percentuale molto lontana da quella attuale. Al contempo, vi è un calo del 7,6% rispetto al 2022, un dato che non desta preoccupazioni poiché fortemente influenzata da fattori esterni all'azienda previamente descritti.

L'intensità della soddisfazione registra risultati molto simili all'anno precedente, con il "rapporto qualità / prezzo" che si ferma a 6,6 ed il "giudizio complessivo" che registra voto 7,4. Il voto 7, risultante dalla media dei due sub-fattori, che racchiude il voto medio sul giudizio globale, è indicatore di un assestamento generale della qualità percepita, come è stato evidenziato in altri fattori.

## Valutazione importanza e soddisfazione NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

- ✓ Sa chi fornisce il servizio di raccolta differenziata?
- ✓ Sa indicare il nome dell'azienda?
- ✓ Sa chi determina la tariffa?

## NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Sa chi fornisce il servizio di raccolta differenziata?



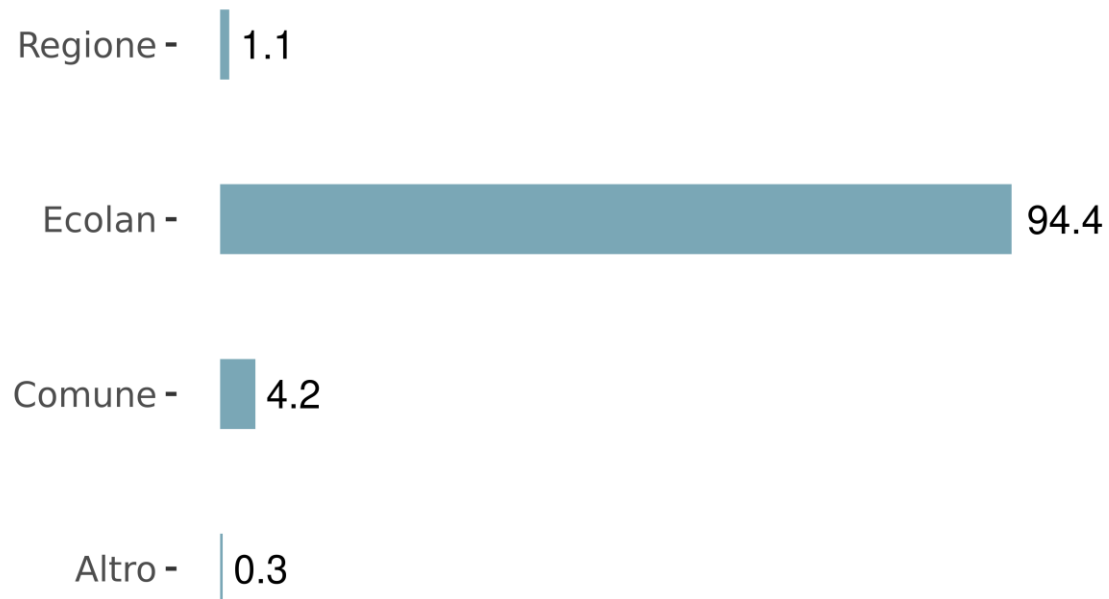
## NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Sa indicare il nome dell'azienda?



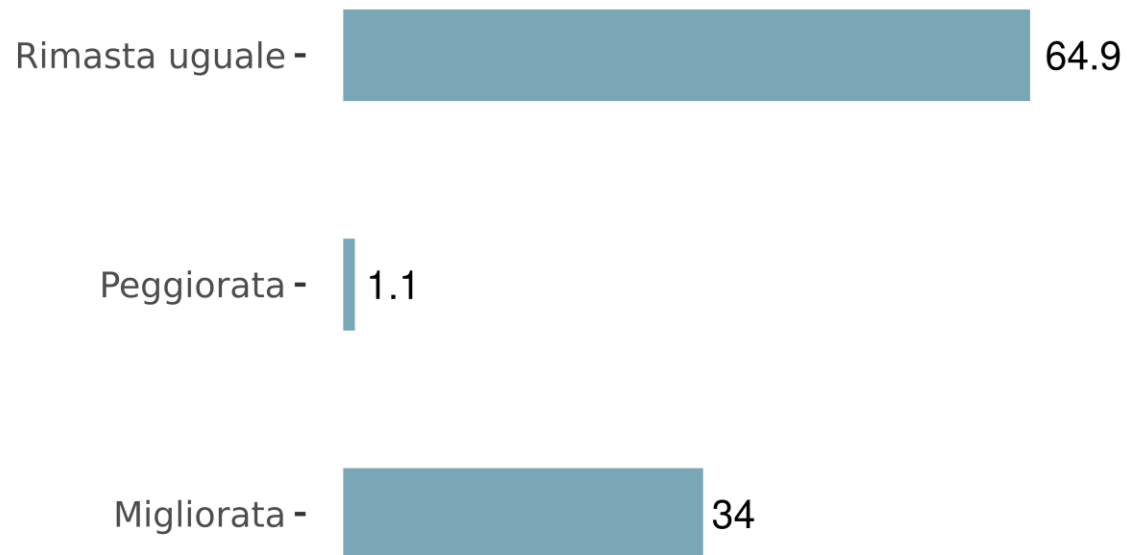
## NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Sa chi determina la tariffa?



## NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Andamento della qualità del servizio



## NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

### Considerazioni

A conclusione dell'intervista abbiamo posto alcune domande all'utenza relative alla notorietà della società e all'andamento del servizio.

Per iniziare, abbiamo domandato se effettivamente l'utente «sa chi fornisce tutti questi servizi». Il risultato è molto chiaro, con la stragrande maggioranza che indica l'azienda (99,7%) e solo una piccolissima percentuale che risponde il «comune» (0,3%). Della maggioranza che riconosce l'azienda come responsabile del servizio, il 99,2% indica correttamente il nome dell'azienda.

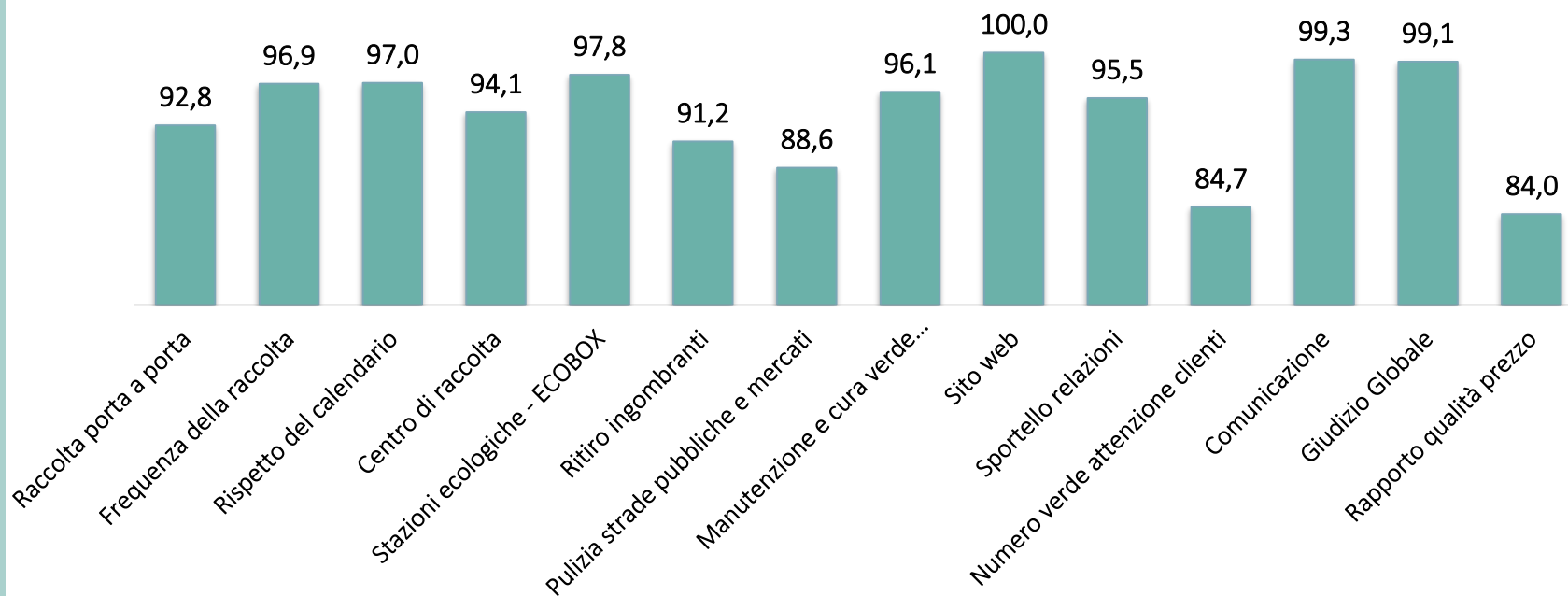
Per ultimo, abbiamo domandato all'utenza se sapesse «chi determina la tariffa»: la maggioranza, il 94,4%, afferma sia l'azienda, mentre l'1,1% dichiara che sia l'«ARERA» ed il 4,2% il «Comune».

Per ultimo, abbiamo chiesto all'utenza una valutazione sull'andamento del servizio nel corso degli anni: il 64,9% afferma che sia rimasto uguale, a conferma dell'assestamento generale rilevato in precedenza nell'indagine. Una nota positiva proviene da quel 34% di utenti che ritengono sia migliorata nel corso degli ultimi anni.

## CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2023

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

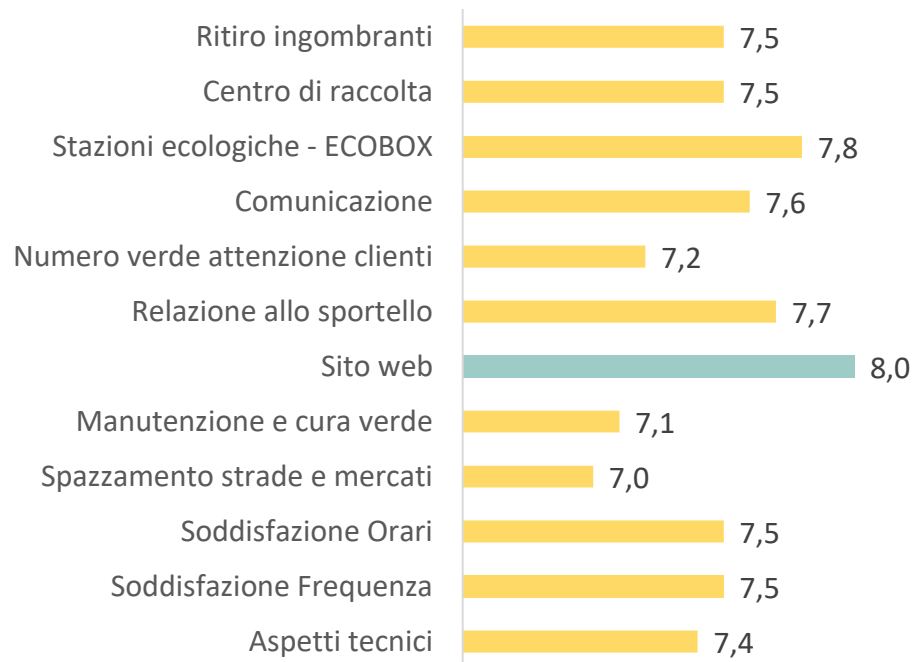
# 94,1



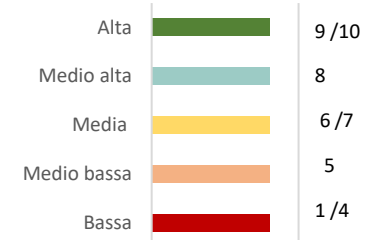


# CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2023

## 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

## 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.

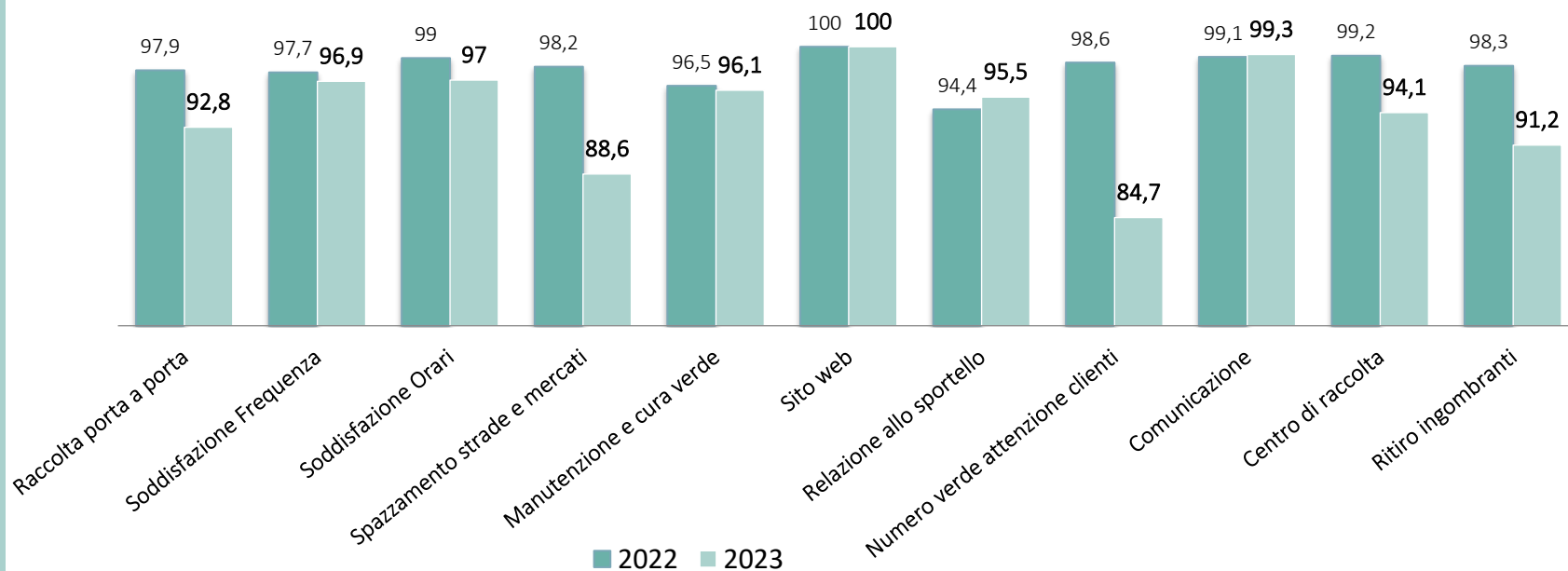
INDICE GENERALE	99,1
INDICE SINTETICO	94,1

Dall'esame dei Fattori emerge come l'INDICE SINTETICO di SODDISFAZIONE (**94,1**) sia **positivo e superiore** alla soglia convenzionale di alta soddisfazione (90,0).

L'INDICE GENERALE di SODDISFAZIONE (**99,1**) è **superiore a quello Sintetico di 5,0 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 – TREND 2022 / 2023

## SODDISFAZIONE TOTALE



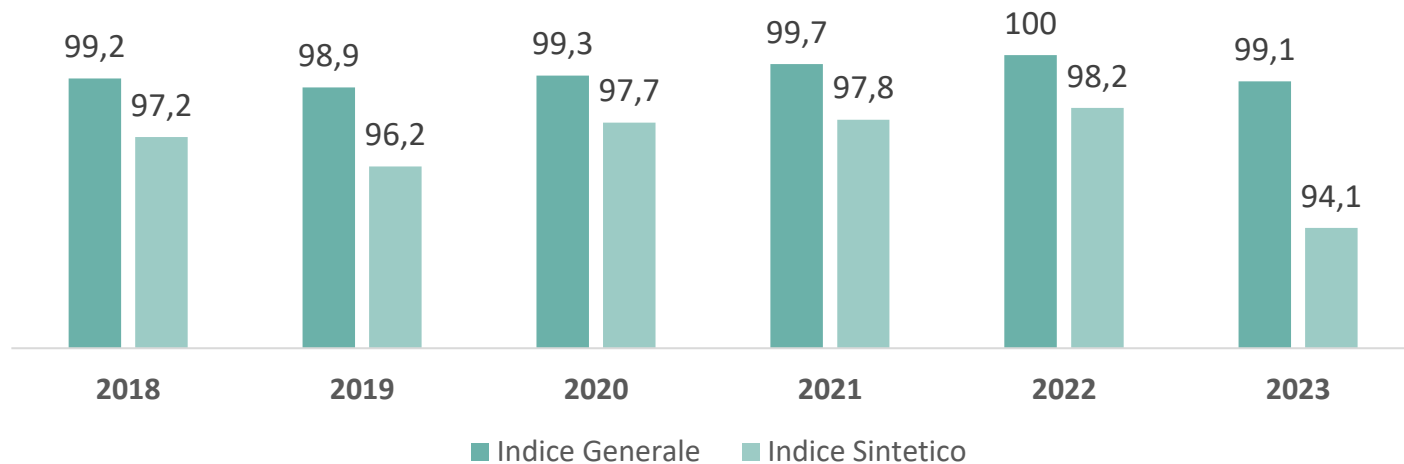
## CUSTOMER SATISFACTION INDEX – TREND 2018 / 2022

SODDISFAZIONE TOTALE



## CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2023

INDICE GENERALE / INDICE SINTETICO – TREND 2018 / 2023



## CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2023

### Considerazioni finali

Dopo aver indagato sui vari fattori che compongono il servizio offerto dall'azienda, costruiamo il CSI (Customer Satisfaction Index), un indicatore da considerare come risultato finale nella misurazione della qualità del servizio.

La valutazione, a seguito della sostenuta (seppur minima) crescita nel triennio 2020/22, scende a valori inferiori, attestandosi sul 94,1%. Nell'esame di tutti i risultati comparati con l'anno precedente, nonostante siano scese la maggior parte delle percentuali, vediamo che i principali driver di questa differenza sono riconducibili allo "spazzamento strade e mercati" ed al "numero verde attenzione clienti", due fattori che presentano delle problematiche già trattate nel relativo capitolo.

Si acuisce la differenza tra l'indice generale e l'indice sintetico, che negli anni si è mantenuto tra il 2% del 2018 e l'1,6% del 2020, registrando un netto 5%. Il brand aziendale, l'immagine che hanno gli utenti di Ecolan, genera un valore aggiuntivo rispetto alla performance diretta del servizio considerato.

## 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

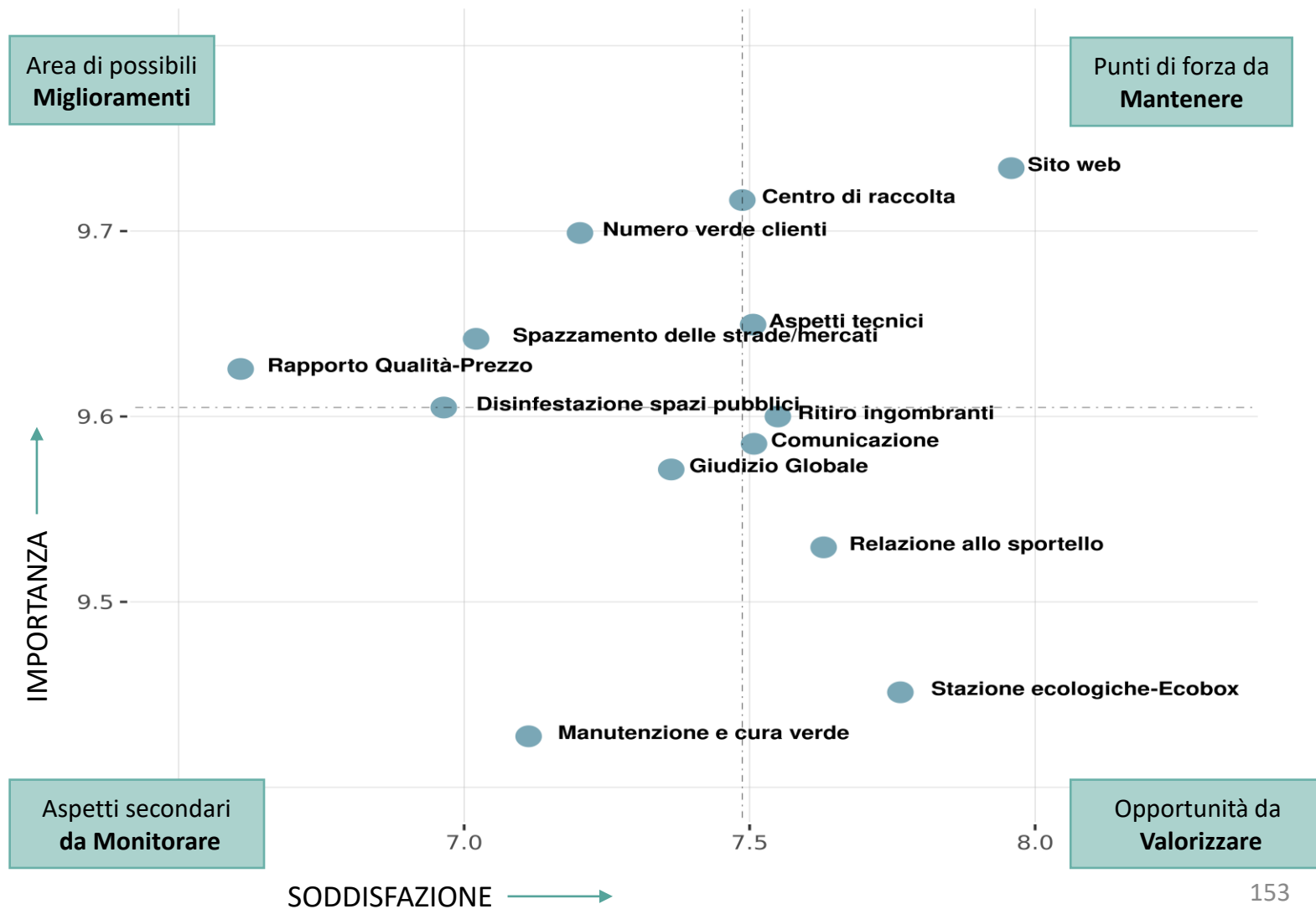
Intanto va specificato che l'obiettivo della mappa è quello di facilitare la lettura dei dati e favorire la presa di decisioni consentendo di individuare eventuali ambiti prioritari di intervento (ossia quelli ove si presentano contemporaneamente un alto livello di importanza per il cittadino e un basso livello di soddisfazione). La mappa può essere letta considerando le seguenti aree: 1. area in alto a sinistra ("della 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 <b>Priorità Alta</b>	Area della competitività <b>Priorità Media</b>
BASSA	Area del monitoraggio <b>Priorità Media</b>	Area delle illusioni <b>Priorità Alta</b>



# 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 troviamo «Comunicazione», «Ritiro ingombranti» (trovandosi adesso al limite dell'area) e «Relazioni allo sportello», che riceve un cambio di situazione rispetto al passato, quando era in zona da monitorare, ma dimostra ancora minore intensità. Per concludere troviamo «Stazioni ecologiche - Ecobox», che sono ben valutata, ma ancora relativamente poco utilizzate.

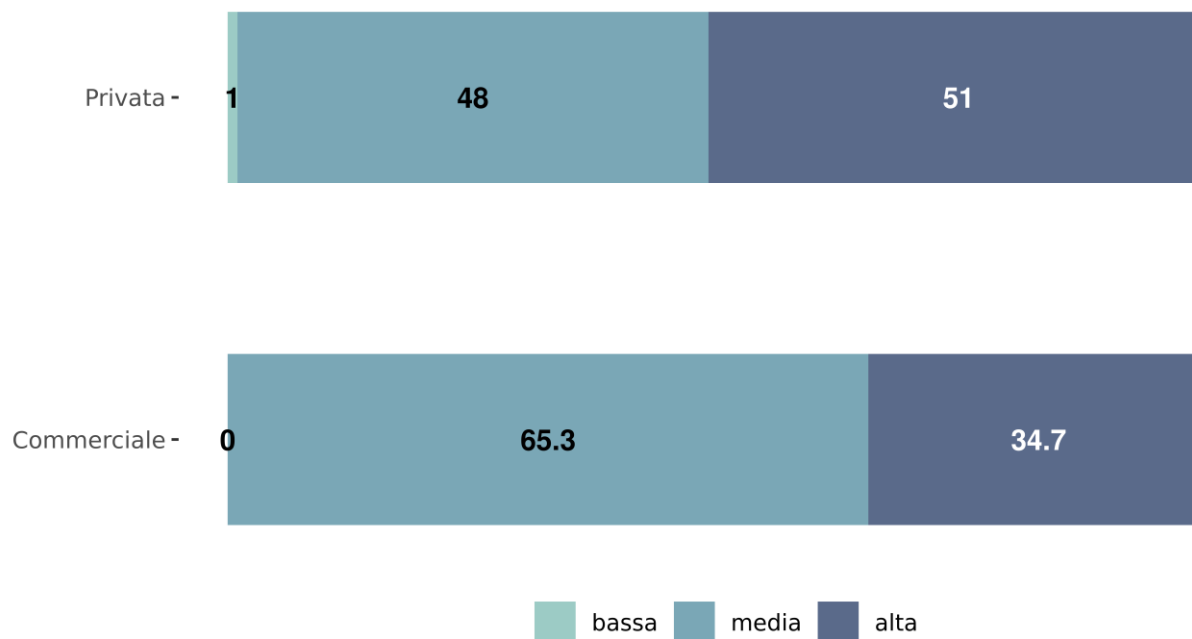
**Punti di Forza da MANTENERE:** Si concentrano a destra ed in alto, nella zona di sicurezza per maggior soddisfazione e maggior importanza. Troviamo il «Centro di Raccolta» al limite dell'area e gli «Aspetti Tecnici» della raccolta Porta a Porta; gli aspetti fondamentali del comparto operativo si trovano dunque 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). Troviamo «Manutenzione del verde Pubblico» e «Giudizio globale» che è più vicino ai «punti di forza»

**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» (al limite dell'area), il più complicato «Rapporto Qualità/Prezzo», «Spazzamento delle strade» e «Numero verde» che sono in sintesi i fattori più critici rilevati nell'indagine.

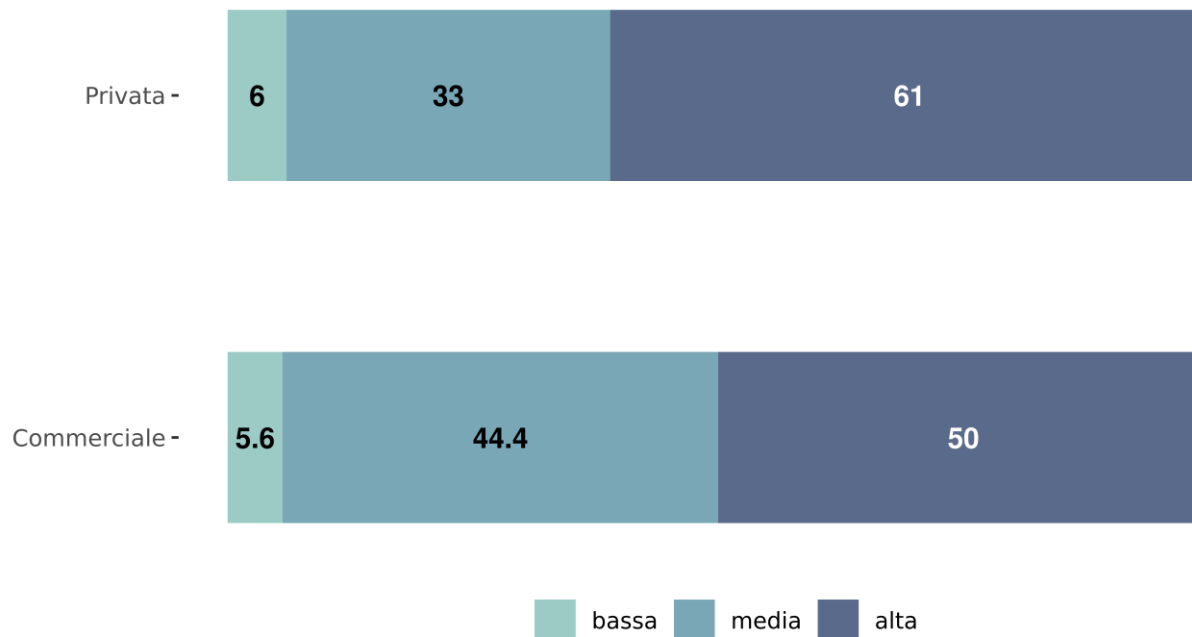
## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



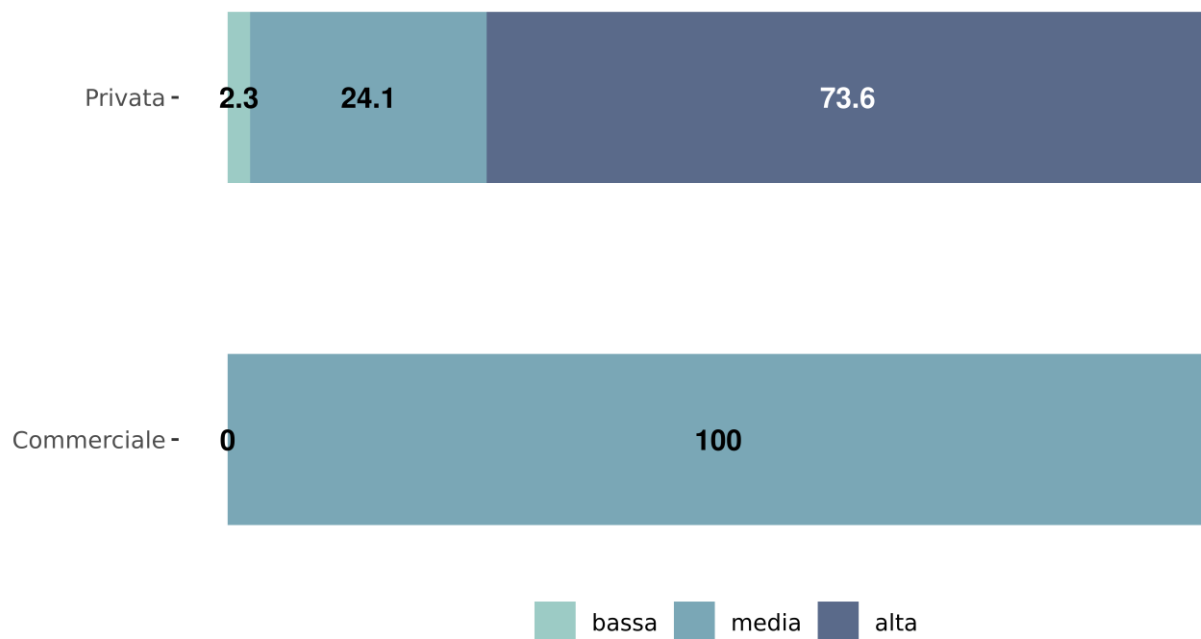
## CENTRO DI RACCOLTA

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



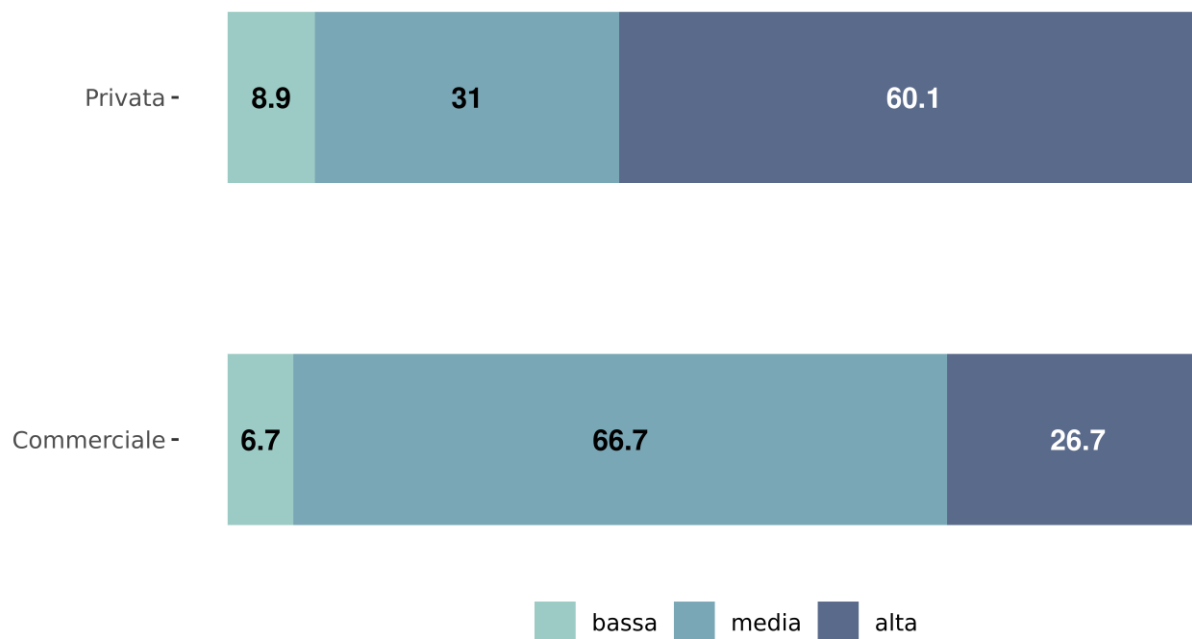
## STAZIONI ECOLOGICHE - ECOBOX

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



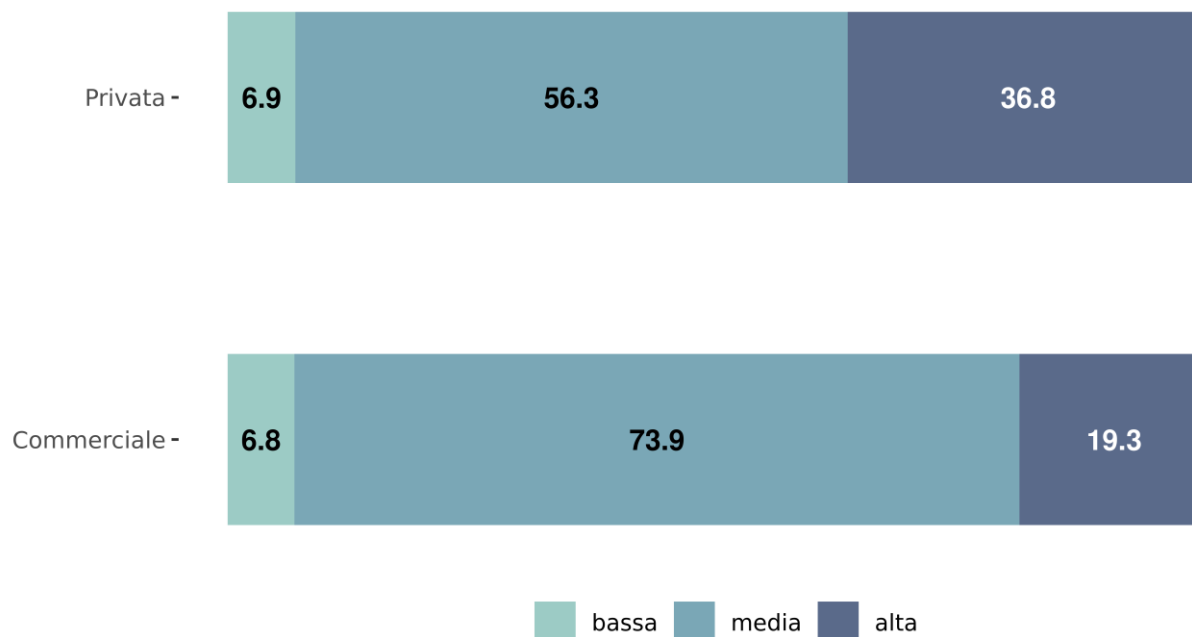
## RITIRO INGOMBRANTI

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



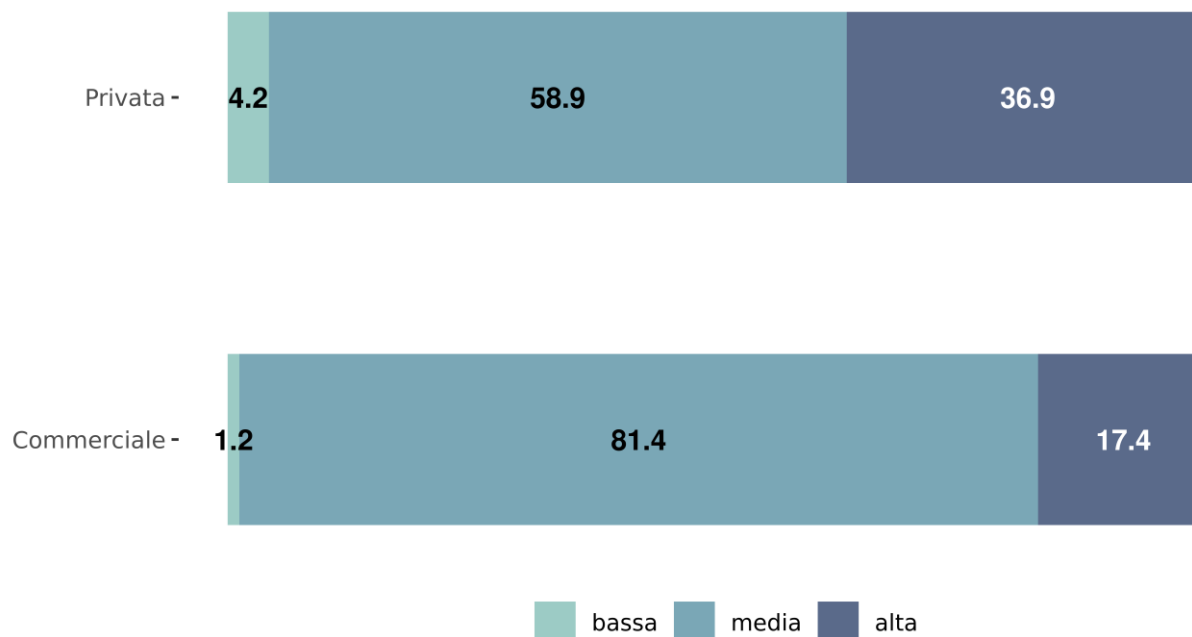
## PULIZIA STRADE PUBBLICHE E MERCATI

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



## MANUTENZIONE E CURA VERDE PUBBLICO

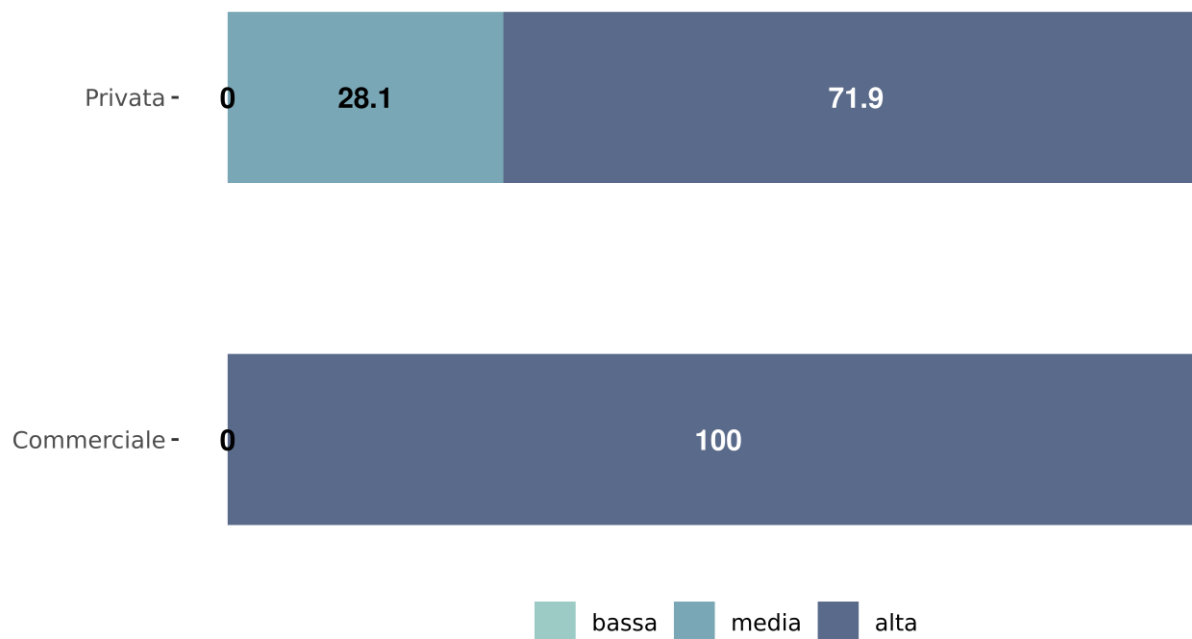
Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore





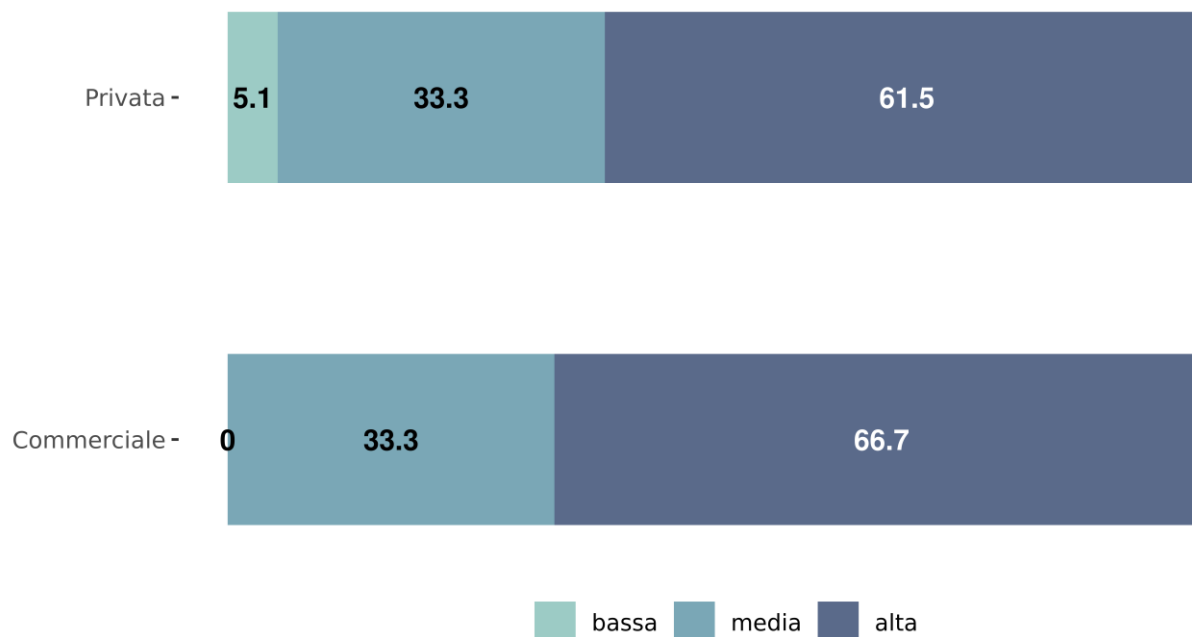
## SITO WEB

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



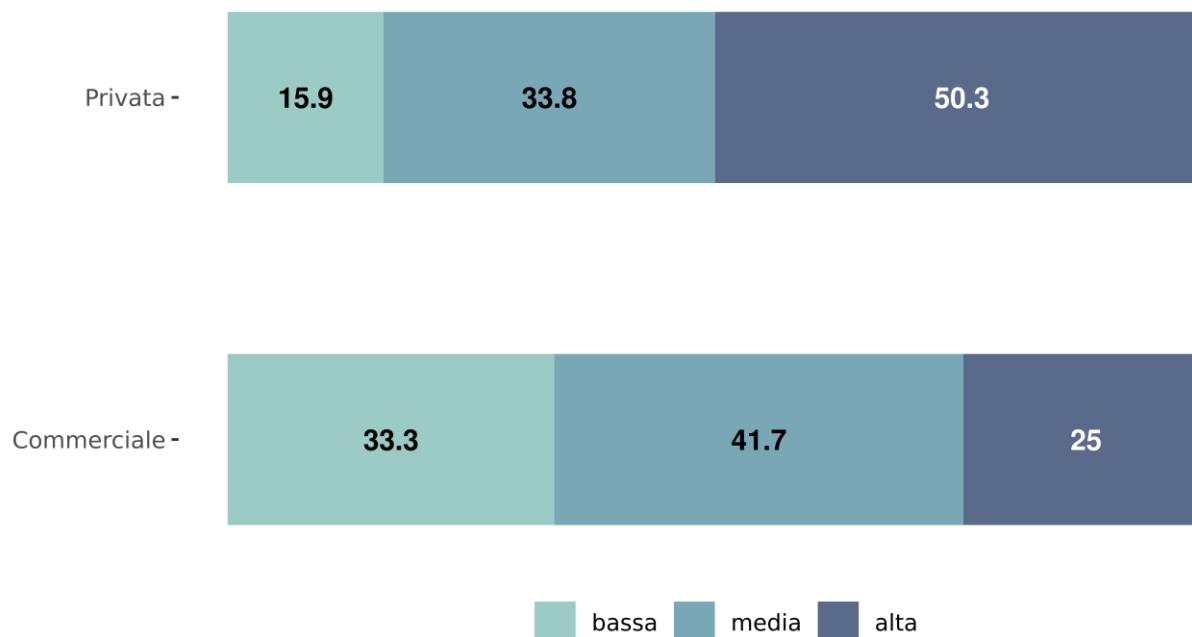
## SPORTELLO RELAZIONI

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



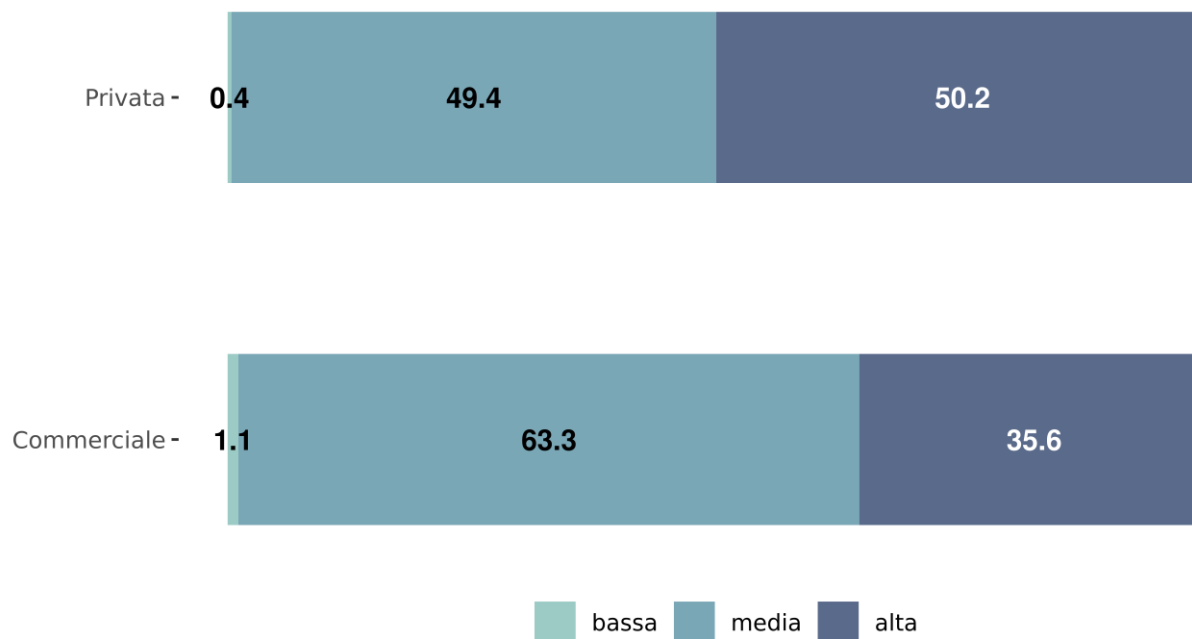
## NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



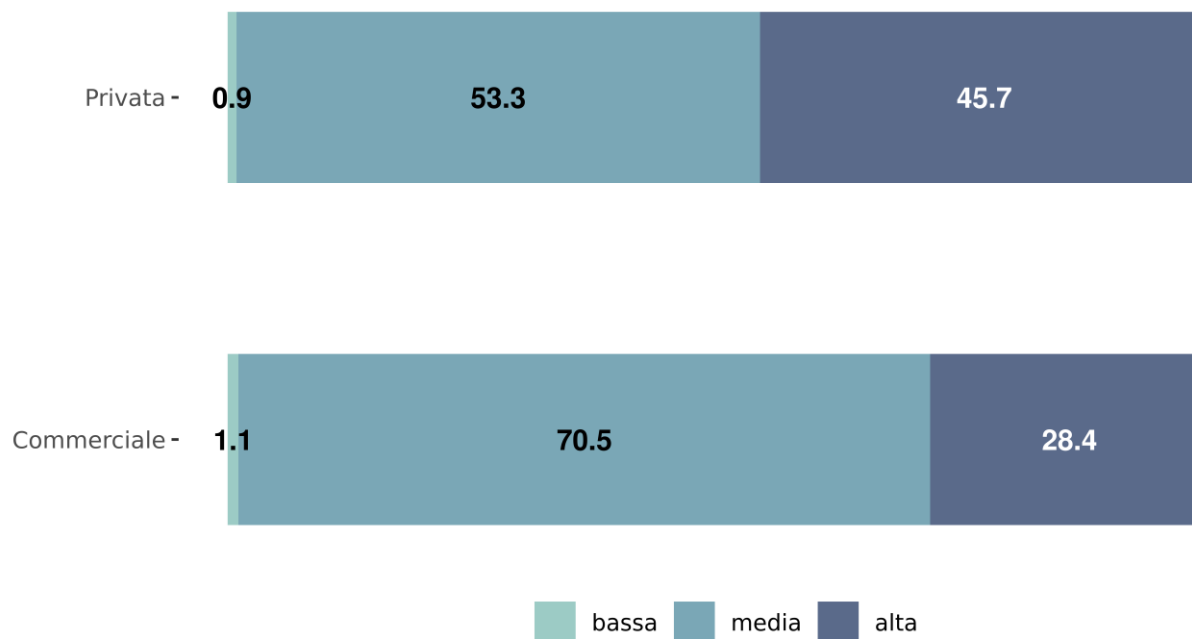
## COMUNICAZIONE

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



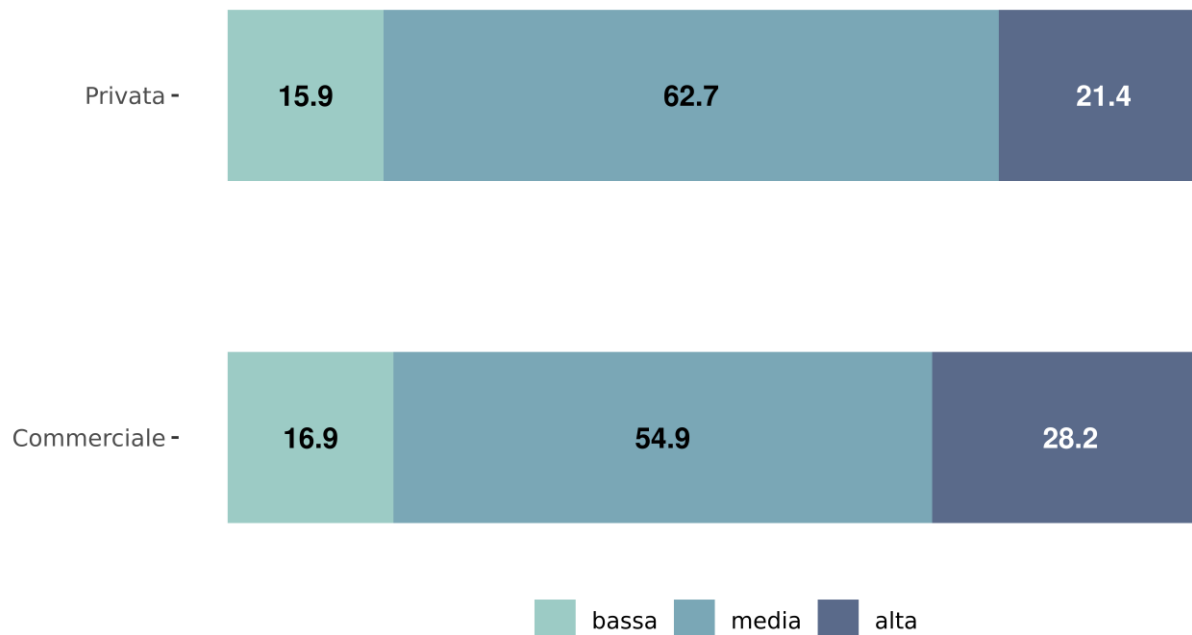
## GIUDIZIO GLOBALE

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



## RAPPORTO QUALITA' / PREZZO

Dati comparati per tipo d'utenza relativi alla domanda *Overall* del fattore



# DATI COMPARATI PER TIPO D'UTENZA

## Considerazioni

A conclusione dell'indagine riportiamo i risultati relativi alle domande overall di ogni fattore. Ricordiamo che la domanda overall è una valutazione complessiva su ogni aspetto del servizio, senza entrare nello specifico dei singoli sub-fattori. Questi risultati vengono comparati per tipologia d'utenza.

- **Aspetti tecnici della raccolta porta a porta:** nella domanda overall si raggiunge il 99,1% di soddisfazione ed il 49,4% di alta soddisfazione; non si notano grandi differenze tra l'utenza privata e quella commerciale, tranne per l'alta soddisfazione, che si manifesta in percentuali superiori nell'utenza privata. È un fattore che, complessivamente, viene apprezzato dalla totalità dell'utenza;

- **Centro di Raccolta:** nell'unica domanda posta notiamo un 94,1% di soddisfatti ed un 56,1% di altamente soddisfatti; le percentuali di insoddisfatti sono equidistribuite in entrambe le tipologie d'utenza, 6% per quella privata e 5,6% per quella commerciale, mentre nell'alta soddisfazione si registra una percentuale maggiore dell'11% nell'utenza privata. Complessivamente possiamo dire che è un fattore ampiamente apprezzato in maniera omogenea da tutta l'utenza;

- **Stazioni Ecologiche – Ecobox:** la soddisfazione arriva al 100% per l'utenza commerciale e al 97,7% per l'utenza privata. Quest'ultima però registra una percentuale di alta soddisfazione notevole (voti 8 a 10) del 73,6%.

- **Ritiro ingombranti:** nella domanda overall si raggiunge il 91,2% di soddisfatti ed un'alta soddisfazione del 58,3%, un chiaro segnale di elevata qualità. Si registrano più insoddisfatti nell'utenza privata (8,9%) rispetto all'utenza commerciale (6,7%); al contempo, troviamo una percentuale di altamente soddisfatti nell'utenza domestica (60,1%), quasi il triplo di quella registrata nella controparte commerciale (26,7%). Poco più di nove utenti su dieci approvano il servizio, mentre sei su dieci lo considerano d'alta qualità: un buon risultato;

- **Pulizia strade pubbliche e mercati:** nonostante il fattore registri una decrescita del 10,4% rispetto al 2022 nell'indice percentuale di soddisfazione media, nella domanda overall si ottengono risultati più favorevoli: registriamo il 93,1% di soddisfatti ed un incoraggiante 35,1% di altamente soddisfatti. Il servizio presenta alcune imperfezioni già segnalate nel capito dedicato, ma "complessivamente" risulta soddisfacente per nove utenti su dieci;

# DATI COMPARATI PER TIPO D'UTENZA

## Considerazioni

- **Manutenzione e cura del verde pubblico:** viene approvato dal 96,1% dell'utenza e si registra un'alta soddisfazione da parte del 34,9%. È un fattore ampiamente apprezzato dall'utenza;
- **Comunicazione:** nella domanda overall si raggiunge il 99,6% di soddisfazione ed il 48,8% di altamente soddisfatti. Tutti gli utenti approvano complessivamente le modalità di comunicazione messe in atto dall'azienda e la metà al ritengono di alta qualità: un ottimo risultato;
- **Giudizio globale:** si registrano percentuali di soddisfazione molto vicine al 100%, segnale di un'ottima percezione complessiva del servizio che ha l'utente. L'alta soddisfazione è più elevata nell'utenza privata che in quella commerciale, rispettivamente con percentuali rispettivamente pari al 45,7% ed al 28,4%;
- **Rapporto qualità / prezzo:** le percentuali di insoddisfatti sono tecnicamente uguali in entrambe le tipologie d'utenza, con l'1% di differenza che è statisticamente irrilevante tenendo conto del margine d'errore. Nonostante questo, si registra una maggior percentuale di altamente soddisfatti nell'utenza commerciale (28,2%) rispetto alla controparte privata (21,4%).





## COMMENTI DELL'UTENZA

### Guardiagrele, Monteisidoro, Orsogna:

- Gli utenti hanno mostrato soddisfazione indicando un miglioramento del servizio
- Richiesta di aumentare in alcune zone la frequenza di raccolta e maggiore pulizia delle strade e delle zone adiacenti alla raccolta
- maggiore pulizia soprattutto per comportamenti non corretti degli utenti

### Ortona:

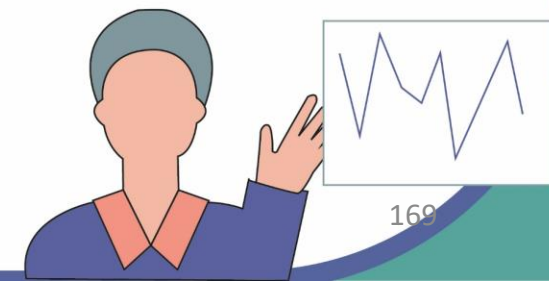
- nessuna lamentela per il servizio di raccolta
- Lamentela per il prezzo troppo alto calcolato in base ai metri quadri dell' abitazione e per la spiaggia zona Saraceni tenuta malissimo
- pochi svuotamenti dell' indifferenziato e strade sporche

### Paglieta:

- Anche qui lamentele a causa del calcolo della tariffa

### Lanciano:

- La maggioranza ha chiesto di abbassare il prezzo delle bollette, più pulizia delle strade e manutenzione dei giardini e parchi.
- Conoscono le stagioni ecologiche ma non le frequentano così spesso.
- Uno dei punteggi più bassi è per l' efficacia della disinfestazione.
- In generale, sono al corrente dei costi di tutte le operazioni del servizio igienico.





## COMMENTI DELL'UTENZA

### Altino:

- Tempi lunghi di attesa per il ritiro ingombranti
- Non rispondono mai al numero verde

### Archi:

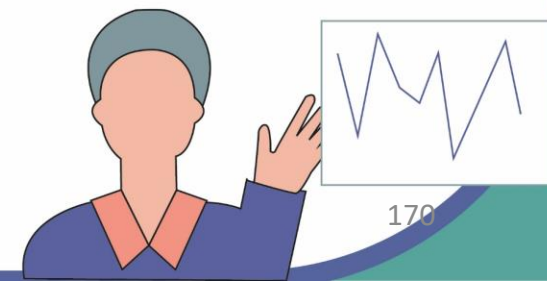
- Orario inaccettabile per la pulizia delle strade
- Macchinari troppo rumorosi

### Arielli:

- Operatori poco professionali e con poca voglia di lavorare
- Spazio adiacente i mastelli sporco di spazzatura

### Atessa:

- Pulizia poco adeguata delle strade
- Abbandono rifiuti
- Vetro rimasto a terra per più giorni a causa di un bidone pieno
- Tempi lunghi di attesa per prenotare un ritiro ingombrante





## COMMENTI DELL'UTENZA

### Bomba:

- Il vetro viene ritirato troppo presto, creando molto rumore
- Spesso i bidoni non vengono lasciati al loro posto una volta svuotati

### Casalbordino:

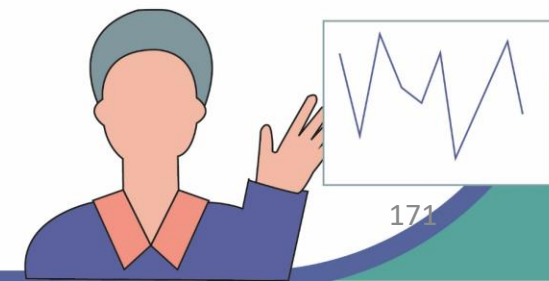
- Pochi cestini sul marciapiede del lungomare. Spesso vengono riempiti anche di sacchi della spazzatura
- Immondizia lasciata ovunque
- Spesso capita che i rifiuti (soprattutto verde e non riciclabile) non vengano ritirati
- Non spazzano le aree adiacenti la raccolta

### Casoli:

- In estate troppo rumore nel mattino a causa dei veicoli Ecolan
- Troppe buste buttate alla rinfusa per strada
- Secchi lasciati aperti sui marciapiedi e se piove si riempiono d'acqua e arriva un cattivo odore.
- Richiesta di ritiro ingombranti più frequente anche dopo i mesi estivi

### Castiglione M. Marino:

- L'indifferenziato passa ogni 14 giorni
- Abbandono rifiuti frequente nel mese di Agosto
- Non rispondono né a mail né a pec





## COMMENTI DELL'UTENZA

### Civitaluparella:

- Non raccolgono spesso

### Civitella M. Raimondo:

- Tassa dei rifiuti aumentata

### Colle di Macine e Colle di Mezzo:

- Non passano spesso

### Crecchio:

- Calendari non distribuiti a tutti
- Non rispondono al numero verde
- Strade spesso non pulite

### Fara S. Martino:

- Non sempre puntuali nella raccolta
- Troppo abbandono dei rifiuti nel periodo estivo

### Fuletto:

- La comunicazione delle disinfestazioni avviene solo sui social e quindi questo genera un problema per gli anziani

### Fossacesia:

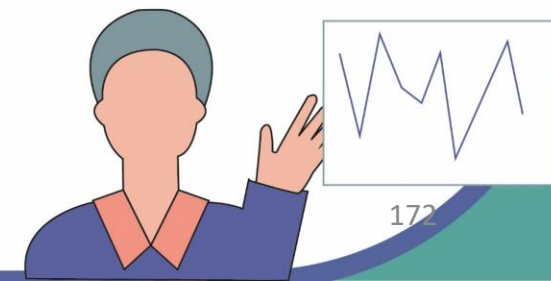
- Aggiungere dei cestini sulle spiagge
- Migliorare l'attenzione riguardo la pulizia delle aree circostanti durante la raccolta
- Numero verde non rispondono
- Spesso non ritirano gli ingombranti perché non hanno posto

### Roio, Rosello e Taranta:

- Non sanno dell'ecobox
- Non sanno chi fa le strade

### S. Maria Imbarco:

- Vogliono più svuotamenti della carta





## COMMENTI DELL'UTENZA

### S. Eusanio:

- Non sanno cosa sono le ecobox
- Non ci sono parchi
- Poco svuotamento della carta

### San Vito:

- Non sanno cosa sono le ecobox
- Poca pulizia dei vicoli
- Non ci sono parchi

### Ortona:

- Pochi svuotamenti indifferenziato
- Strade sporche

### Torrebruna:

- Strade sporche

### Torricella Peligna:

- Disinfestazione più frequente

### Tollo:

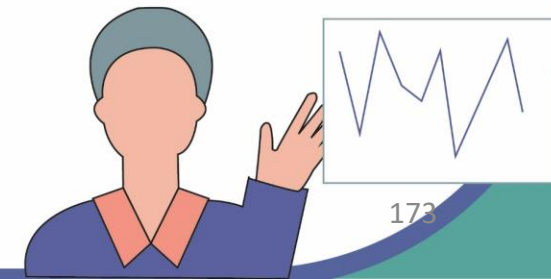
- Scarsa pulizia delle strade e poca frequenza
- Operatori lasciano masselli sulla strada
- L'ecobox è posizionato vicino al campo da calcio, non molto decoroso
- Deiezione canili

### Tornareccio:

- Richiesta di una disinfestazione più frequente
- Mettere i masselli fuori nelle ore serali è un disagio
- Richiesta una maggior frequenza riguardo l'indifferenziato

### Villa Santa Maria:

- L'orario dello svuotamento del vetro è troppo presto, e molto rumoroso
- Numero limitato di operatori e molto lenti
- Operatori lasciano i masselli in modo disordinato



# STRATEGICA

dritti all'obiettivo ●

## **Strategica SRLS**

Amministratore unico-David Buccini

## **Sede Legale**

Via Borgo Forno, 31 (66010) Miglianico (CH)

CF: 02739110696- P.IVA: 02739110696

## **Area Commerciale**

Massimiliano Scioli

## **Area Tecnica**

Eduardo Sulpizio

## **Team Leader**

Eugenio Di Cesare

[www.strategicaweb.com](http://www.strategicaweb.com)