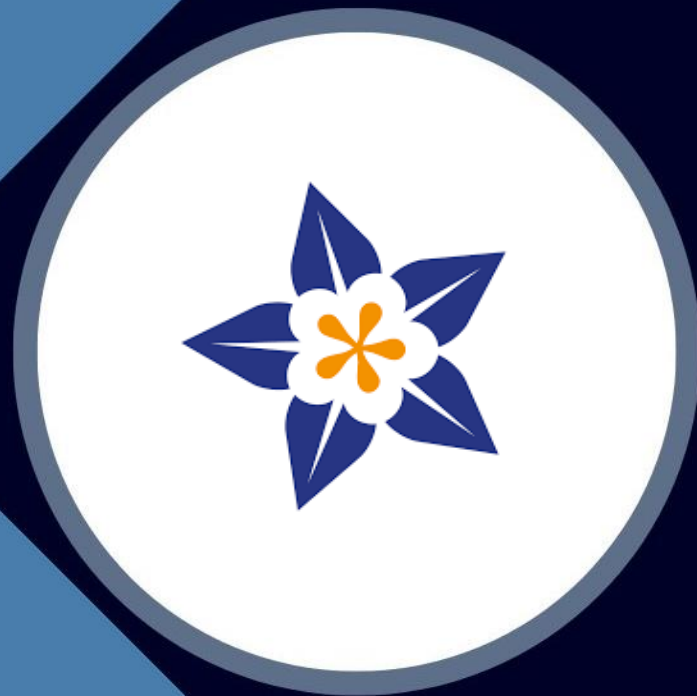


Customer Satisfaction Audit 2024

AMBIENTE S.p.A.

Utenti dei servizi offerti da Ambiente S.p.A.
nel Comune di Pescara



Gennaio 2025
Lavoro realizzato da





DOCUMENTO DI SINTESI

Considerazioni

Strategica S.r.l.s. è stata incaricata, per l'anno 2024, di realizzare l'indagine di Customer Satisfaction per **Ambiente S.p.A.**, apportando importanti novità metodologiche per arricchire l'analisi e ottenere una visione più dettagliata della percezione del servizio da parte degli utenti. In particolare, oltre al tradizionale Customer Satisfaction Index (CSI), abbiamo introdotto l'High Customer Satisfaction Index (HCSI).

Il **Customer Satisfaction Index** (CSI) rappresenta una misura complessiva della soddisfazione degli utenti, calcolata come media ponderata delle percentuali di intervistati che hanno espresso un voto tra 6 e 10 nei diversi fattori che compongono il servizio; questo indicatore fornisce una rappresentazione sintetica del livello generale di soddisfazione. Il secondo indicatore, l'**High Customer Satisfaction Index** (HCSI), offre una visione più selettiva della soddisfazione, considerando soltanto le risposte altamente positive, ossia quelle comprese tra gli 8 e i 10. Anche questo valore è ottenuto tramite una media ponderata delle percentuali relative ai vari fattori di servizio. Entrambi gli indici forniscono uno strumento chiave per monitorare, anno dopo anno, l'evoluzione della soddisfazione dei clienti, consentendo all'azienda di individuare tempestivamente sia i punti di forza che le aree di miglioramento, ottimizzando così le proprie strategie di servizio e fidelizzazione.

I voti da 8 a 10 rappresentano quindi gli utenti «molto soddisfatti», coloro che percepiscono un livello elevato di qualità o soddisfazione rispetto al servizio offerto.

Analisi dei fattori del servizio di raccolta e smaltimento rifiuti di Ambiente S.p.A.

L'analisi dei dati forniti evidenzia un quadro relativamente positivo della soddisfazione degli utenti per i vari servizi offerti, con alcuni settori che si distinguono per punteggi elevati e altri che mostrano margini di miglioramento. In questa sintesi prendiamo in considerazione unicamente i punteggi ricevuti nell'*indice percentuale di soddisfazione media* (utilizzato per la costruzione del CSI).

Servizi di Raccolta e Pulizia Urbana

- **Raccolta Porta a Porta (89,1) e Centro di Raccolta (89,7):** entrambi i servizi registrano punteggi elevati, suggerendo un livello di efficienza e gradimento soddisfacente da parte degli utenti.
- **Raccolta Cassonetti (84,1):** pur rimanendo su valori buoni, mostra un livello di soddisfazione inferiore rispetto alla raccolta differenziata e al centro di raccolta, indicando possibili aspetti da migliorare.
- **Ritiro Ingombranti (82,4):** questo servizio presenta il punteggio più basso tra quelli legati alla gestione dei rifiuti, segnalando un'area su cui potrebbero essere implementate ottimizzazioni per incrementare la percezione di qualità del servizio.
- **Spazzamento Strade e Aree Mercati (84,5):** un valore discreto che potrebbe beneficiare di interventi volti a migliorarne l'efficienza e la percezione da parte dell'utenza.



DOCUMENTO DI SINTESI

Considerazioni

Servizi Digitali e di Assistenza

- **Sito Web (86,6) e App Junker (84,2):** i servizi digitali mostrano livelli di soddisfazione positivi, con il sito web leggermente più apprezzato rispetto all'applicazione. Potrebbe essere utile un'analisi più approfondita sulle funzionalità percepite come critiche dagli utenti.
- **Numero Verde (90,4):** risulta uno dei servizi più apprezzati, segnalando un canale di assistenza efficiente e ben gestito. Tuttavia c'è un ampio margine di miglioramento.
- **Relazione allo Sportello (81,7):** è il servizio con il valore più basso in assoluto, suggerendo un margine di miglioramento nell'esperienza diretta degli utenti con il personale di sportello.

Comunicazione e Giudizio Complessivo

- **Comunicazione (96,5):** si distingue come il servizio con il punteggio più alto, suggerendo una strategia comunicativa efficace e ben percepita dagli utenti.
- **Giudizio Globale (91,5):** conferma un livello generale di soddisfazione elevato, segnalando un apprezzamento diffuso dei servizi offerti.
- **Rapporto Qualità/Prezzo (78,9):** questo è il valore più basso tra quelli analizzati, indicando una percezione meno positiva in termini di bilanciamento tra i costi e il livello del servizio offerto.

Conclusioni

L'analisi mostra un livello di soddisfazione generalmente elevato per la maggior parte dei servizi. Tuttavia, emergono alcune aree di intervento:

- 1. Migliorare il servizio di Ritiro Ingombranti e la Relazione allo Sportello**, che presentano i valori più bassi e potrebbero beneficiare di un'ottimizzazione in termini di efficienza e user experience.
- 2. Intervenire sul rapporto qualità/prezzo**, che rappresenta il punteggio più critico. Ciò potrebbe essere affrontato migliorando la percezione del valore offerto o comunicando meglio gli investimenti e i benefici per l'utente.
- 3. Mantenere l'elevata qualità della comunicazione**, che si distingue come il punto di forza principale del servizio.



INDICE

Premessa e Scheda tecnica	5
Aspetti tecnici Raccolta Porta a Porta	14
Aspetti tecnici Raccolta Cassonetti	23
Isole Ecologiche Informatizzate	31
Centro di Raccolta	34
Ritiro Ingombranti	40
Spazzamento delle Strade	46
Sito Web	52
App Junker	57
Relazione allo Sportello	60
Numero Verde	65
Comunicazione	70
Giudizio complessivo	76
Customer Satisfaction Index	81
Mappa delle Priorità	86
Indice di omogeneità	89
Notorietà della società	90
Incroci dati	93
Commenti dell'utenza	97



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;

Squadra in campo

Statistiche

Simone Mazzaferro

Analisi

Eduardo Sulpizio

Grafica

Michelangelo Vegliò

Capogruppo team intervistatori

Eugenio di Cesare

Relazioni commerciali

Massimiliano Scioli

Intervistatrici

**Barbara Assogna, Adelina Labella,
Candela Gaitàn, Michela Rainone,
Concetta Mastropietro, Tina
Formica, Massimiliana Falcione e
Piera Cimini**

Responsabile generale

David Buccini



PRINCIPALI RISULTATI E FATTORI ANALIZZATI

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

ASPETTI TECNICI DELLA RACCOLTA PORTA A PORTA

ASPETTI TECNICI RACCOLTA CASSONETTI

CENTRO DI RACCOLTA

RITIRO INGOMBRANTI

SPAZZAMENTO STRADE E AREE MERCATI

DERATTIZZAZIONE E DISINFESTAZIONE DEGLI SPAZI PUBBLICI

SITO WEB

APP JUNKER

RELAZIONE ALLO SPORTELLO

NUMERO VERDE

COMUNICAZIONE

SPAZZAMENTO DELLE STRADE

Inoltre, abbiamo indagato sulle percezioni riguardo

GIUDIZIO GLOBALE SUL SERVIZIO

RAPPORTO QUALITA'-PREZZO

NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Customer Satisfaction Audit 2024

Gennaio 2025

Servizio Raccolta e Smaltimento rifiuti

*Nel Comune di Pescara servito da **Ambiente S.p.A.***



SCHEDA TECNICA



UNIVERSO DELL'INDAGINE

Circa **118.879** residenti / utenti nel Comune di Pescara serviti da Ambiente S.p.A.

TECNICA D'INTERVISTA

C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing) – 360 interviste.

C.A.P.I. – Interviste faccia a faccia – Totale 240 interviste



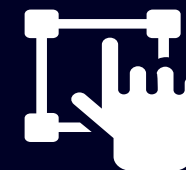
INTERVISTE FINALI

600 risposte

Margine d'errore +/- 3,99%

QUESTIONARIO

Questionario strutturato con domande chiuse e aperte con controllo di coerenza; questionario rivolto a colui/colei che gestisce principalmente il rapporto con l'azienda





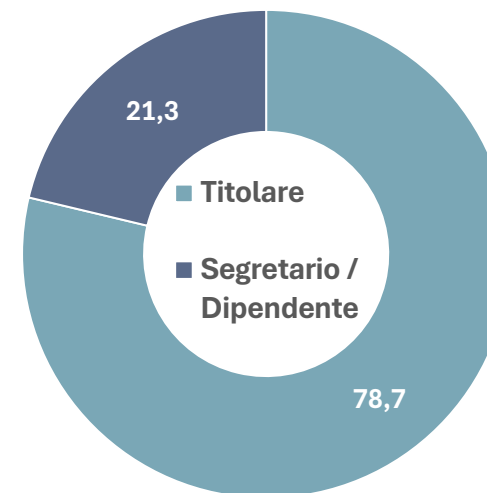
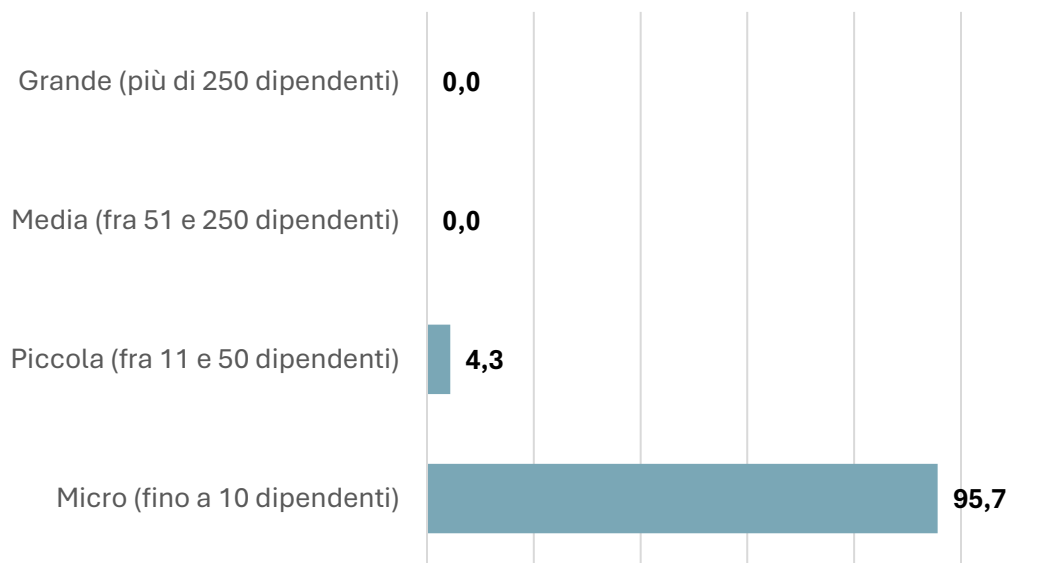
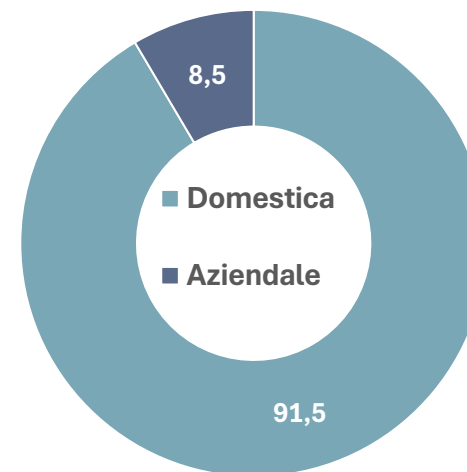
SCHEDA TECNICA

Dati relativi all'indagine svolta

Abbiamo condotto 600 interviste: il 91,5% di utenze domestiche ed l'**8,5%** di **utenze commerciali**.

Il 95,7% delle attività commerciali intervistate ha una dimensione Micro (fino a 10 dipendenti), mentre il 4,3% ha una dimensione Piccola (fra 11 e 50 dipendenti).

Il 78,7% dei rispondenti è titolare dell'attività, mentre l'altro 21,3% è un dipendente o segretario.

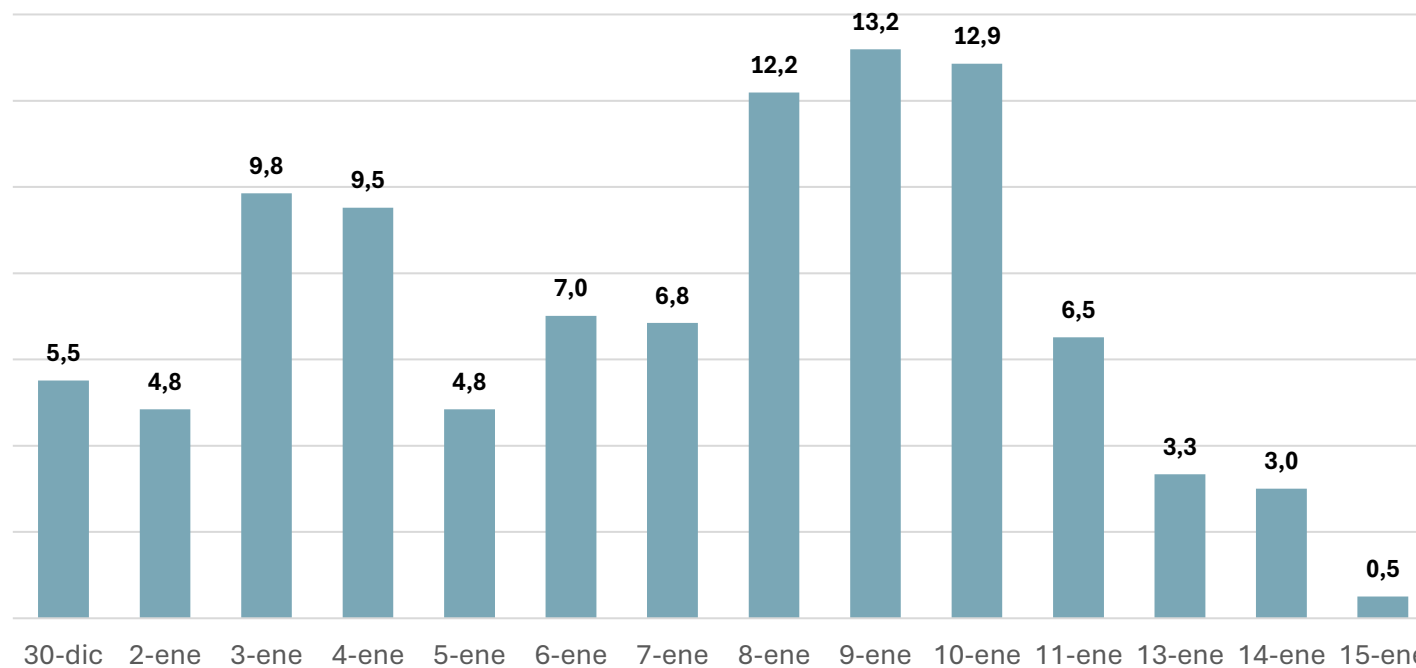
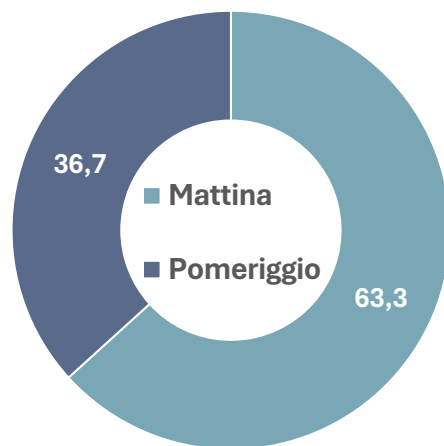




SCHEMA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Dati relativi all'indagine svolta

Giorni ed orari della raccolta dati

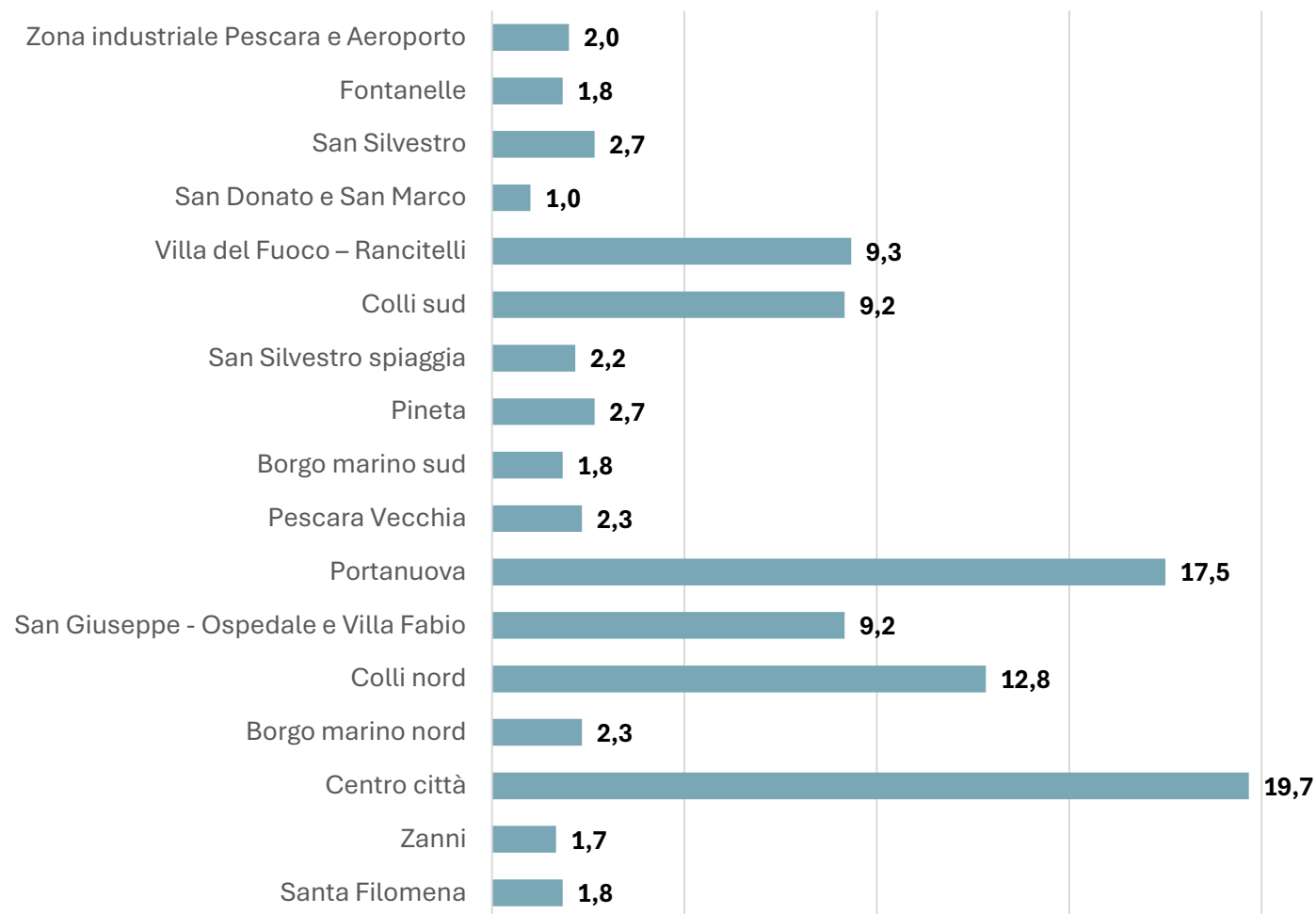




SCHEDA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Dati relativi all'indagine svolta

Interviste totali: 600
Vengono rispettate le percentu
stabilite dal piano campionari

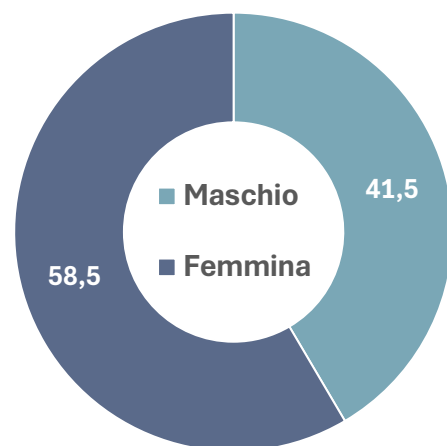




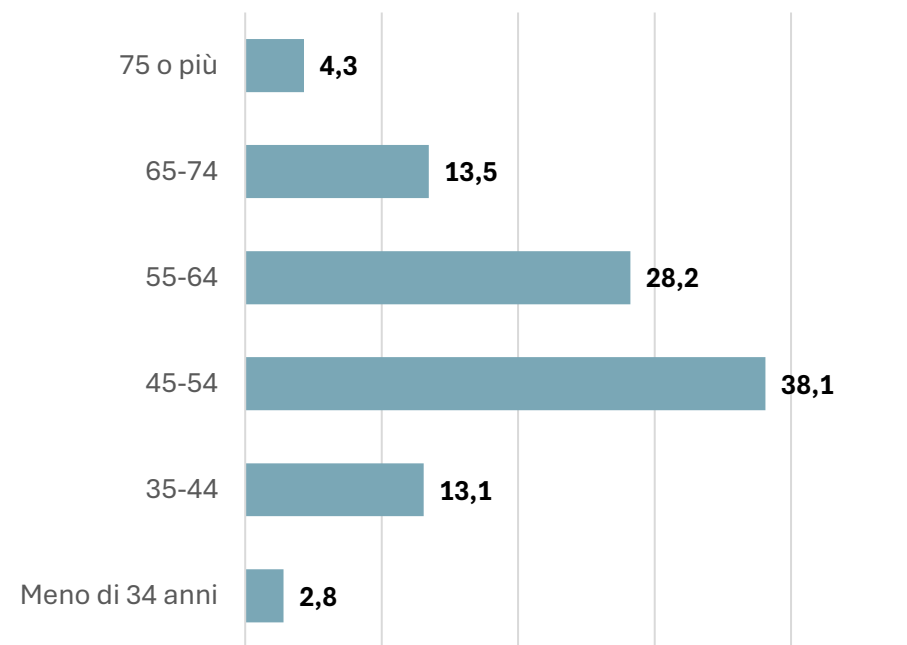
INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Dati relativi all'indagine svolta

Genere



Età

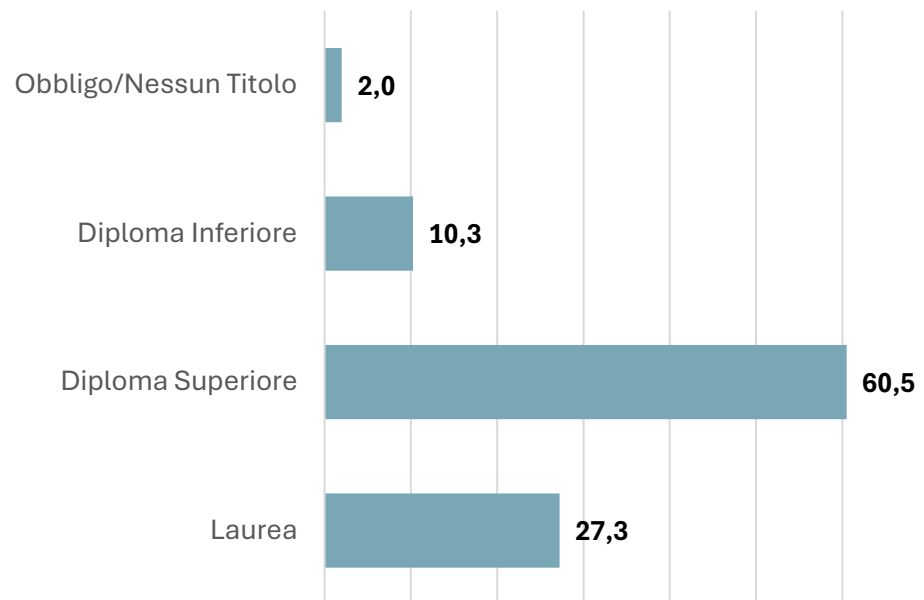




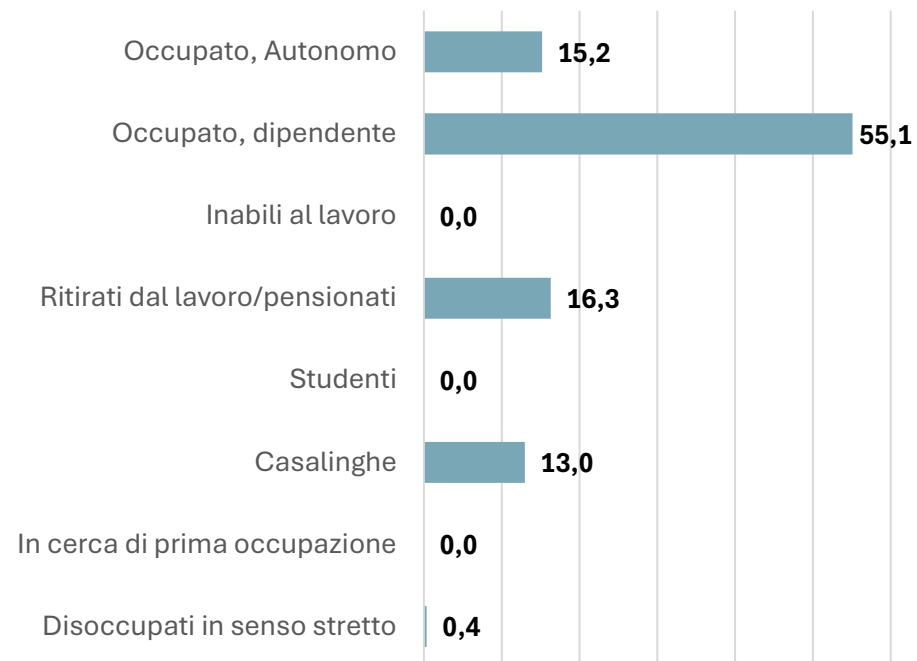
INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Dati relativi all'indagine svolta

Titolo di Studio

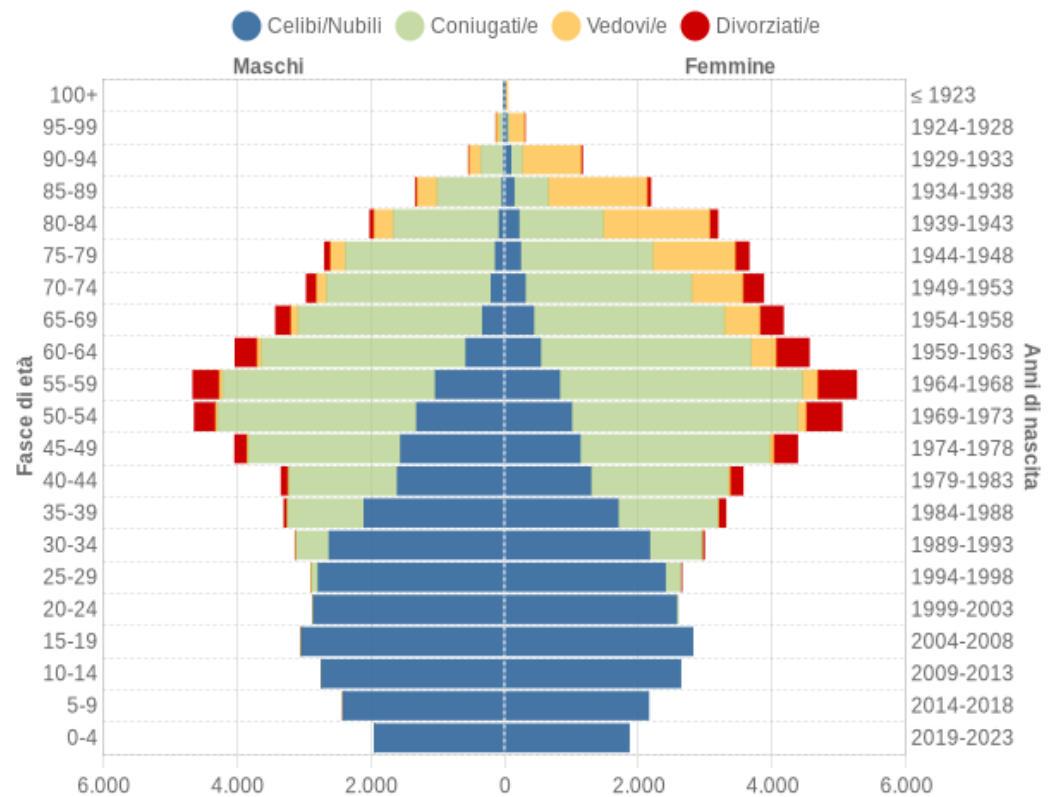


Condizione Lavorativa





INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE – Dati Istat



Popolazione per età, sesso e stato civile - 2024
COMUNE DI PESCARA - Dati ISTAT 1° gennaio 2024 - Elaborazione TUTTITALIA.IT

La Piramide delle Età, rappresenta la distribuzione della popolazione residente a Pescara per età, sesso e stato civile al 1° gennaio 2024. 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 ultrasessantacinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. *Ad esempio, nel 2024 l'indice di vecchiaia per il comune di Pescara dice che ci sono 230,4 anziani ogni 100 giovani.*



FREQUENZA DELLA RACCOLTA



ORARI E PUNTUALITA' DI RITIRO



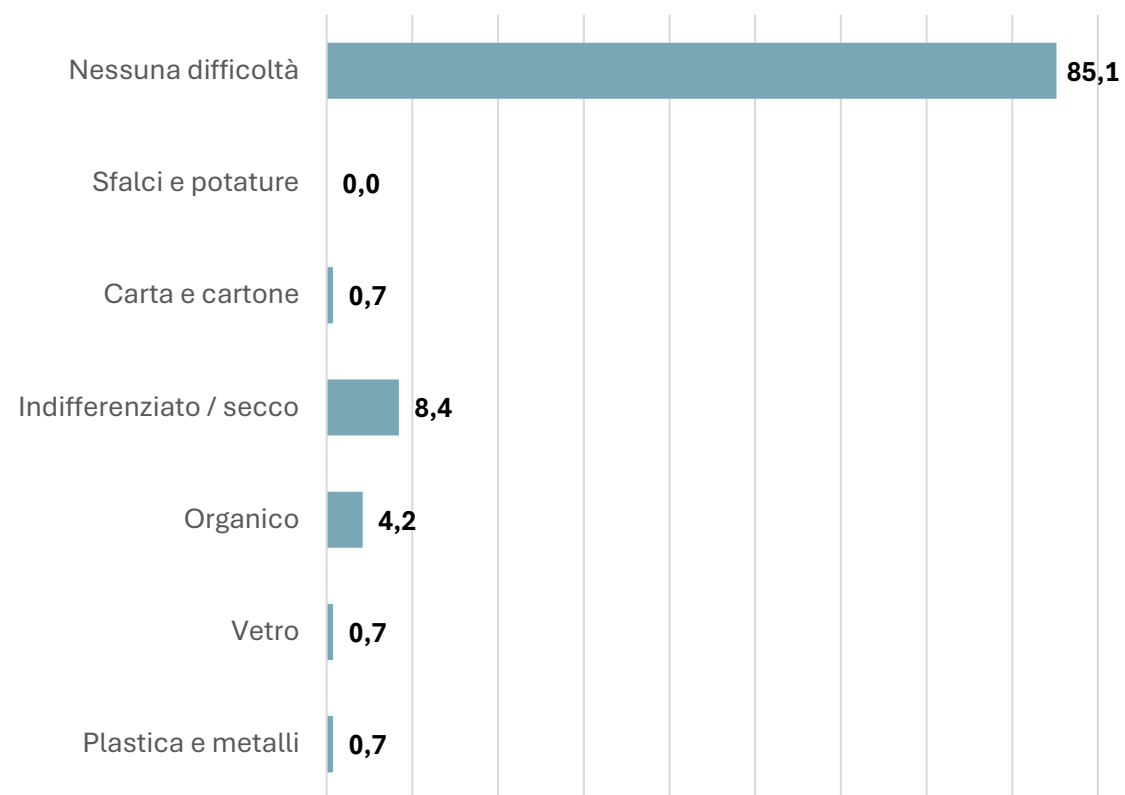
PULIZIA/IGIENE DELLE AREE ADIACENTI ALLA RACCOLTA



ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

Domande all'utenza (68,8% dell'utenza intervistata)

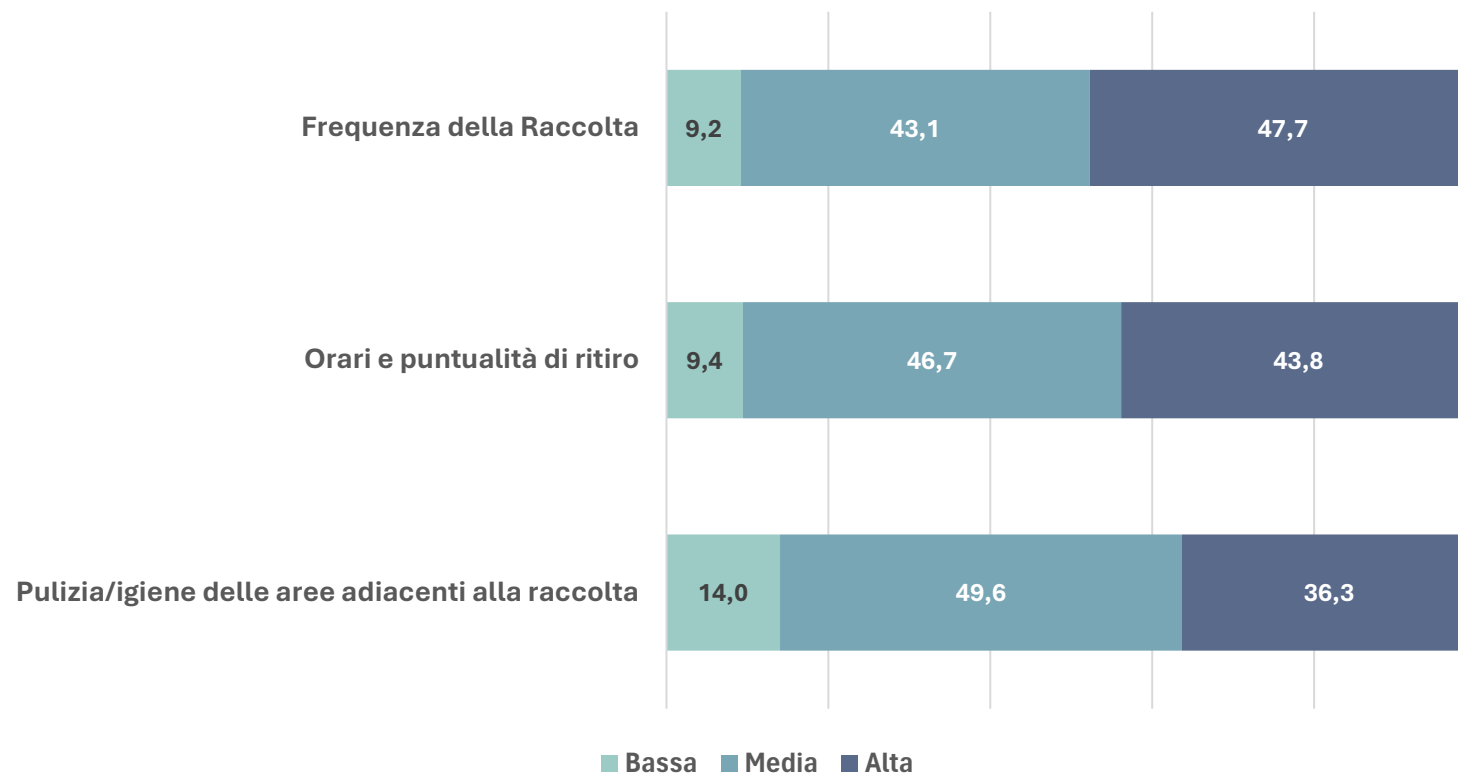
Quale rifiuti le risulta più difficile differenziare?





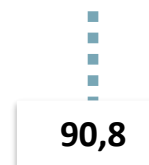
ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

Dati comparati del grado di soddisfazione (68,8% dell'utenza intervistata)



Bassa (voto 1-5); Media (voto 6-7); Alta (voto 8-10)

% di soddisfatti



89,1

Intensità di soddisfazione

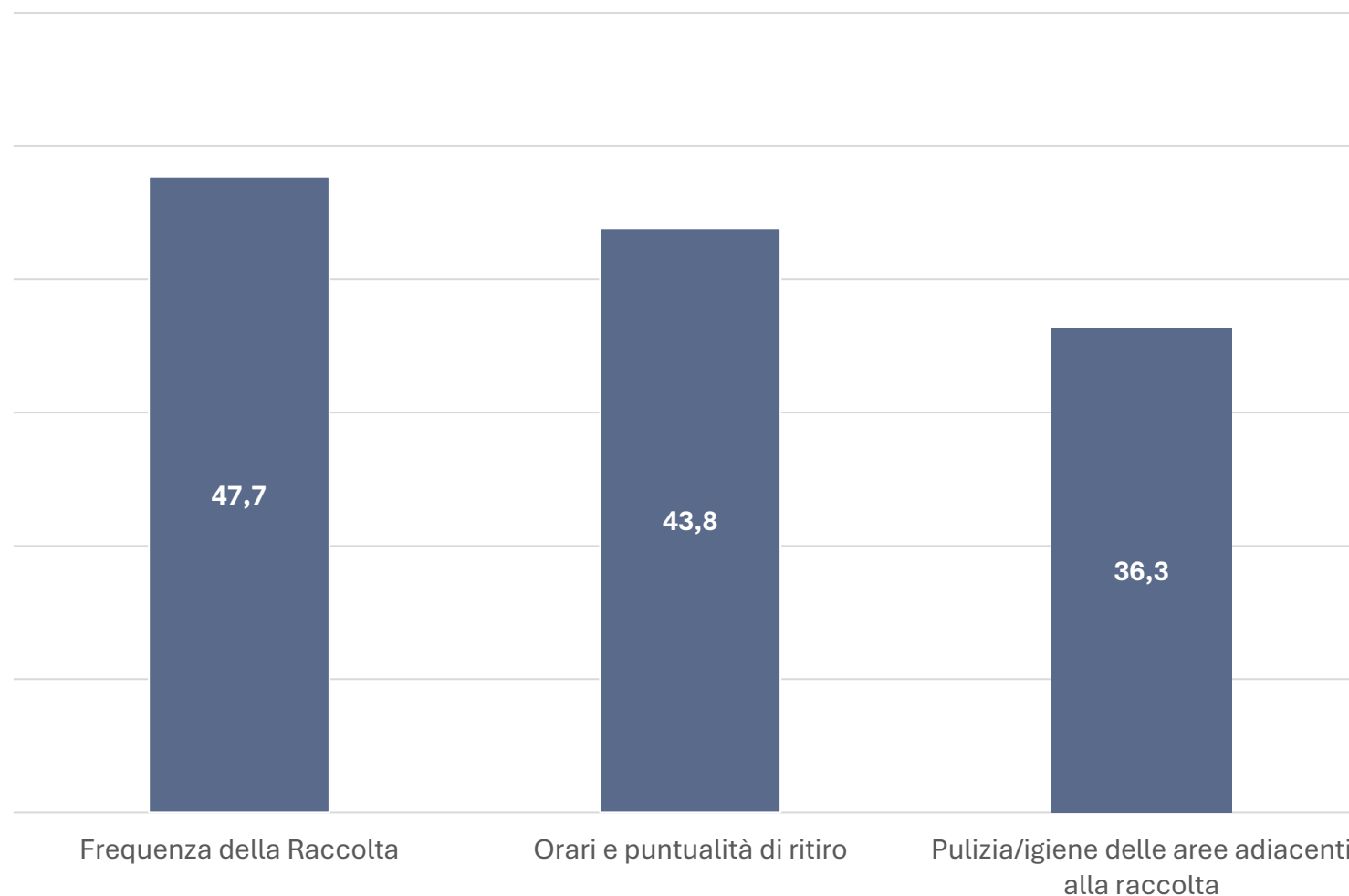


Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione



ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

Dati comparati del grado di alta soddisfazione (68,8% dell'utenza intervistata)



Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

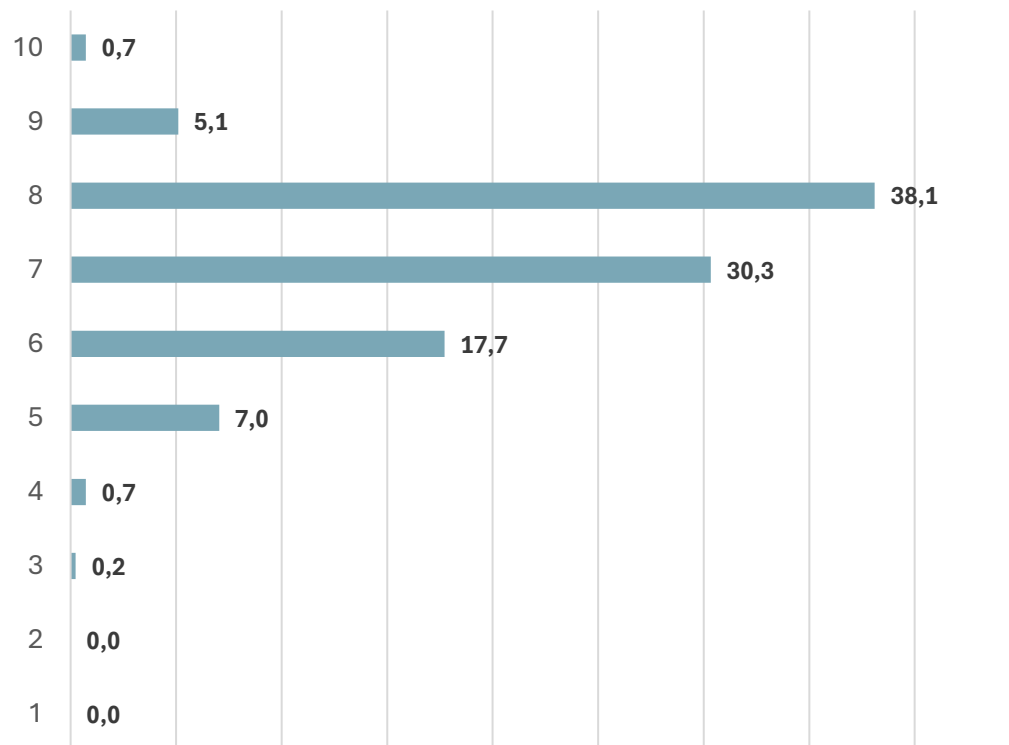
42,6



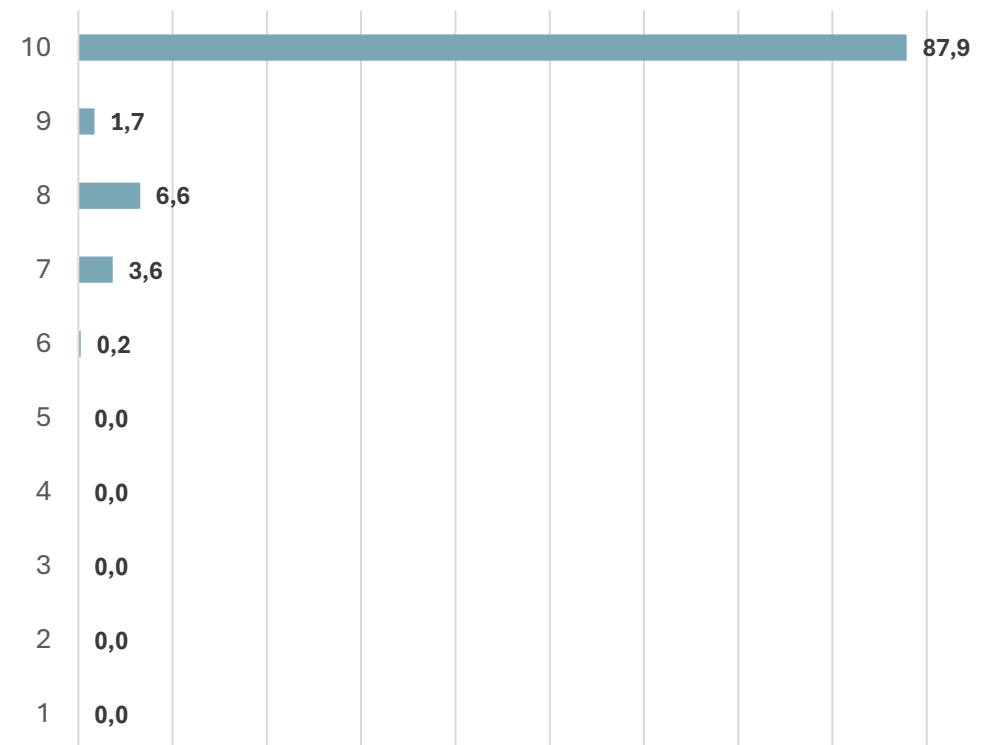
ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

Domanda Overall ed Importanza (68,8% dell'utenza intervistata)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



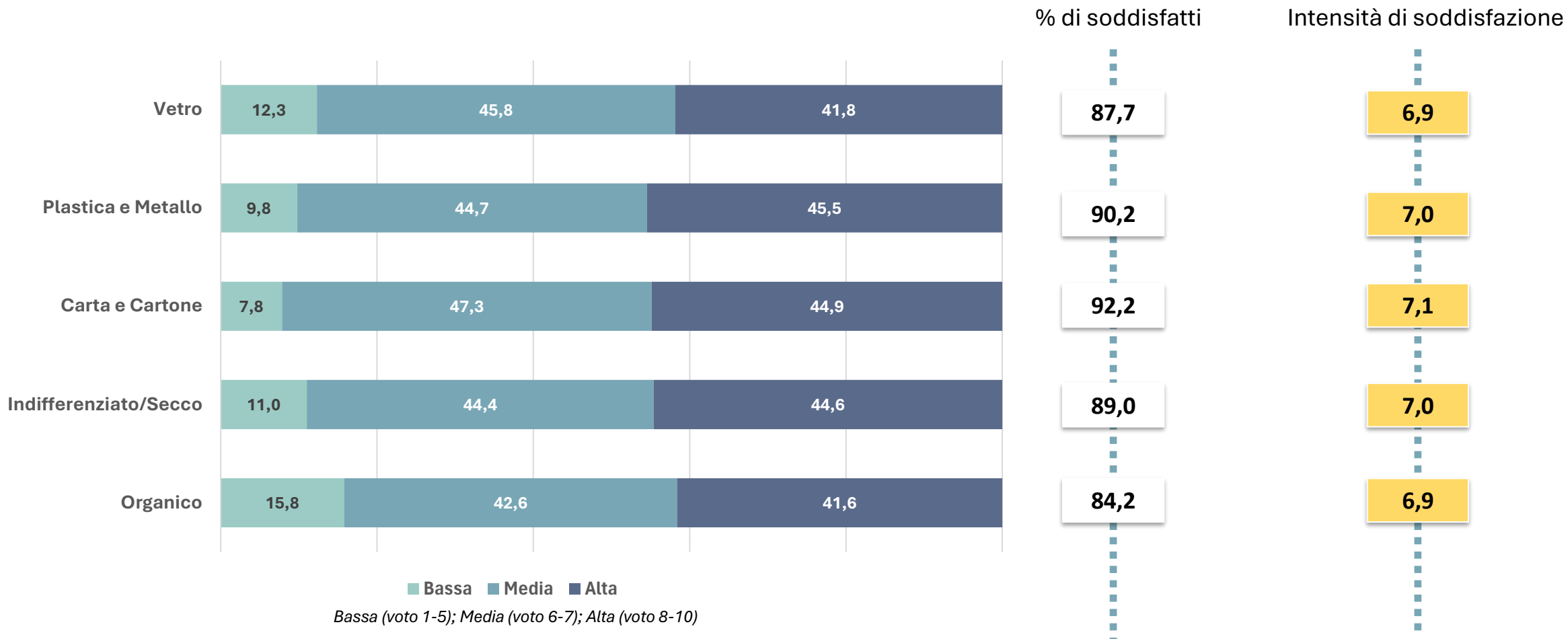
Alta Soddisfazione	43,9%
Soddisfazione	92,0%

Importanza	100%
------------	------



ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA - FREQUENZA

Dati comparati del grado di soddisfazione (68,8% dell'utenza intervistata)



Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

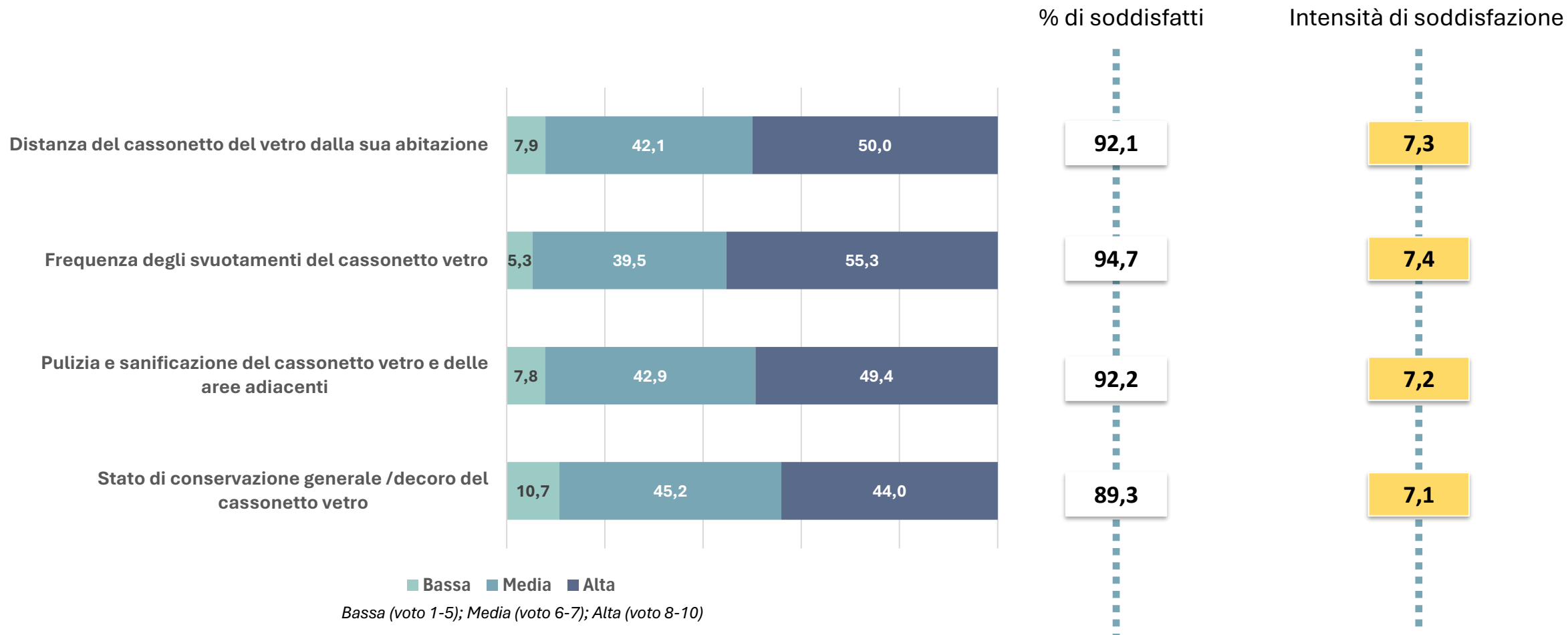
88,6

7,0



ASPETTI TECNICI RACCOLTA CASSONETTO VETRO

Dati comparati del grado di soddisfazione (sul 19% degli utenti che utilizzano il servizio di raccolta porta a porta)



Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

92,1

7,2



RACCOLTA PORTA A PORTA

Considerazioni

Il servizio di raccolta porta a porta viene utilizzato dal 68,6% dell'utenza intervistata.

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** negli aspetti sotto indagine possiamo subito notare come la *pulizia ed igiene delle aree adiacenti alla raccolta* sia il fattore meno apprezzato dall'utenza, registrando un 86% di soddisfatti (voto da 6 a 10). D'altro canto, *frequenza ed orari e puntualità di ritiro* ricevono delle quote leggermente superiori, ricevendo rispettivamente un 90,8% ed un 90,6% di soddisfatti. Complessivamente, *l'indice percentuale di soddisfazione media* raggiunge un 89,1%.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** *l'indice percentuale di alta soddisfazione media* registra un 42,6% influenzato da quote di altamente soddisfatti (voto da 8 a 10) molto differenti. Troviamo, infatti, una differenza più marcata tra *pulizia delle aree adiacenti alla raccolta* e gli altri aspetti: con il suo 36,3% di altamente soddisfatti (voto da 8 a 10) presenta una differenza di 6,6 punti percentuali rispetto alla media del fattore.
- **Intensità di soddisfazione:** l'intensità media rilevata nel fattore è pari a 7,1. Di pari passo con quanto segnalato precedentemente, *pulizia ed igiene delle aree adiacenti alla raccolta* risulta essere l'aspetto meritevole di maggior attenzione essendo l'unico a ricevere un voto inferiore alla media (6,9). *Frequenza della raccolta*, invece, è l'aspetto maggiormente apprezzato (7,2) seguito da *orari e puntualità di ritiro* (7,1).
- **Domanda Overall:** nella domanda *overall* si registra un 92,3% di soddisfatti ed un 43,9% di altamente soddisfatti leggermente superiori all'andamento degli indici. L'importanza segna un netto 100%.



RACCOLTA PORTA A PORTA

Considerazioni

- **Frequenza della raccolta:** i due rifiuti che destano una maggior soddisfazione nella frequenza risultano essere la *plastica e metallo* (90,2% di soddisfatti) e la *carta e cartone* (92,2%). Seguono, seppur con una percentuale di insoddisfatti maggiore, l'*indifferenziato/secco* (89% di soddisfatti) insieme al *vetro* (87,7%). Il rifiuto la cui frequenza di raccolta riceve una quota relativamente inferiore è l'*organico* con un 84,2% di soddisfatti. Complessivamente, la frequenza della raccolta viene ritenuta soddisfacente dall'88,6% dell'utenza intervistata e non si notano importanti differenze nell'alta soddisfazione che registra quote superiori al 41%.
- **Vetro in cassonetto:** il 19% delle persone intervistate che usufruiscono del servizio di raccolta porta a porta conferiscono il vetro nel cassonetto apposito. Le percentuali di soddisfatti variano in un intervallo compreso tra l'89,3% di *stato di conservazione del cassonetto* ed il 94,7% di *frequenza di svuotamento dei cassonetti*. Anche nell'alta soddisfazione notiamo che lo *stato di conservazione dei cassonetti* risulti essere l'aspetto meno apprezzato, registrando il 44% di altamente soddisfatti. L'indice *percentuale di soddisfazione media* registra un 92,1%.



**ASPETTI TECNICI
RACCOLTA
CASSONETTI**



**DISTANZA DEI CASSONETTI DEI
RIFIUTI**



FREQUENZA DEGLI SVUOTAMENTI



PULIZIA E SANIFICAZIONE



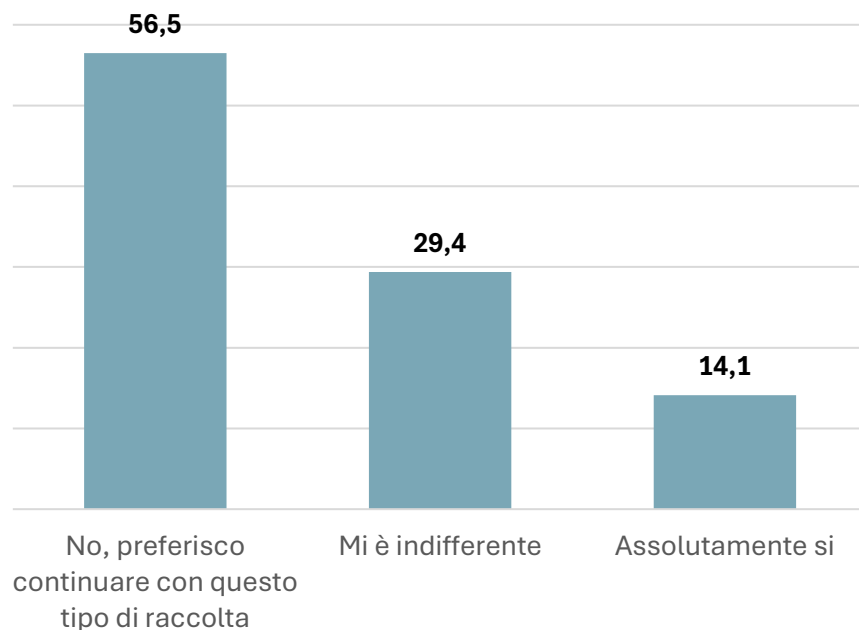
**STATO DI CONSERVAZIONE
GENERALE**



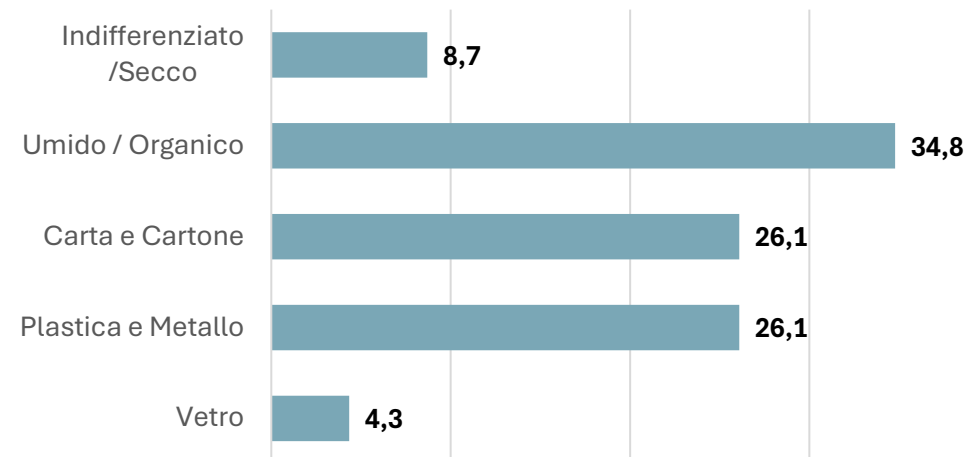
ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

Domande all'utenza (31,2% dell'utenza intervistata)

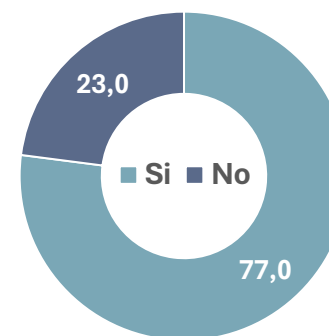
Vorrebbe togliere i cassonetti per strada e avviare nella sua zona il Porta a Porta spinto?



Con quali rifiuti ha avuto problemi?



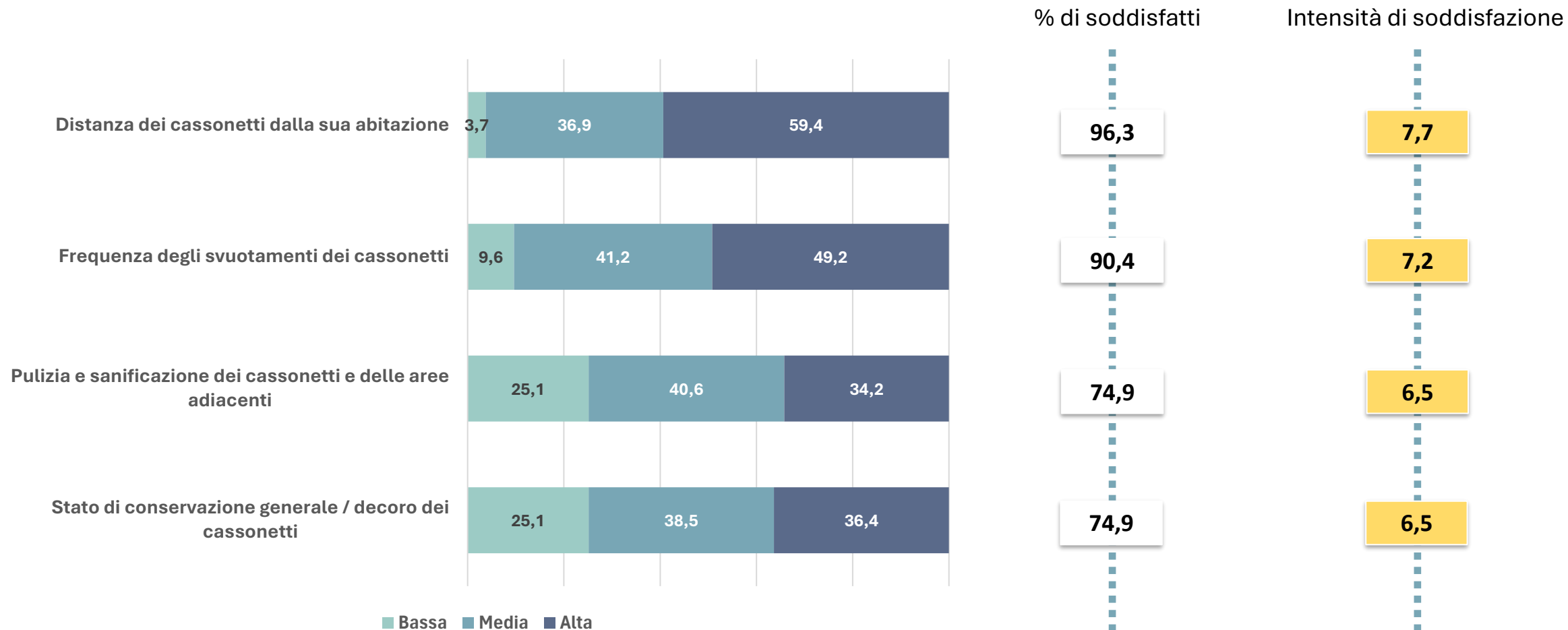
Ritiene che i cassonetti messi a sua disposizione siano funzionali e fruibili (comodi/semplci da utilizzare)?





ASPETTI TECNICI RACCOLTA CASSONETTI

Dati comparati del grado di soddisfazione (31,2% dell'utenza intervistata)



Bassa (voto 1-5); Media (voto 6-7); Alta (voto 8-10)

Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

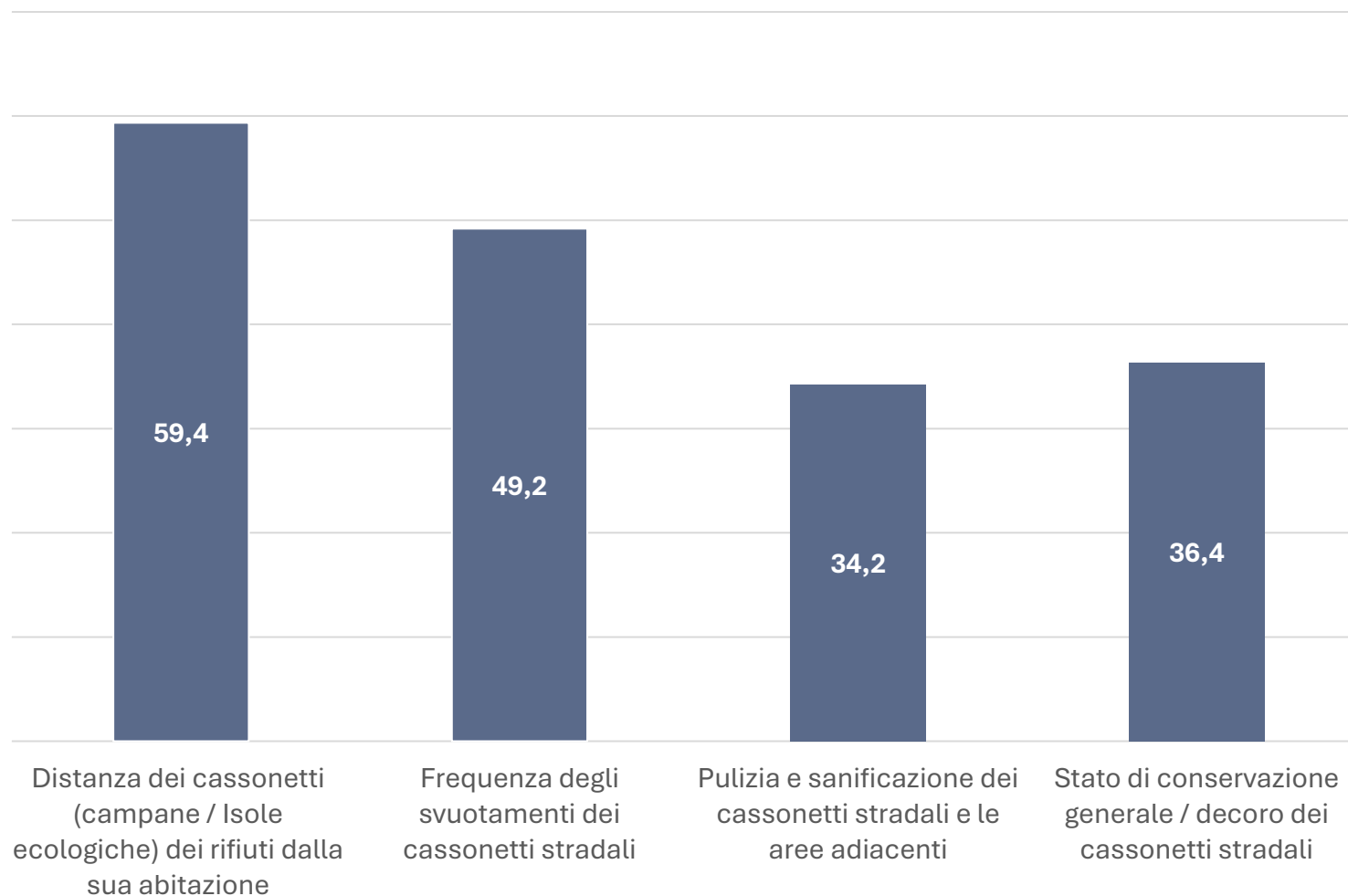
84,1

7,0



ASPETTI TECNICI RACCOLTA CASSONETTI

Dati comparati del grado di alta soddisfazione (31,2% dell'utenza intervistata)



Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

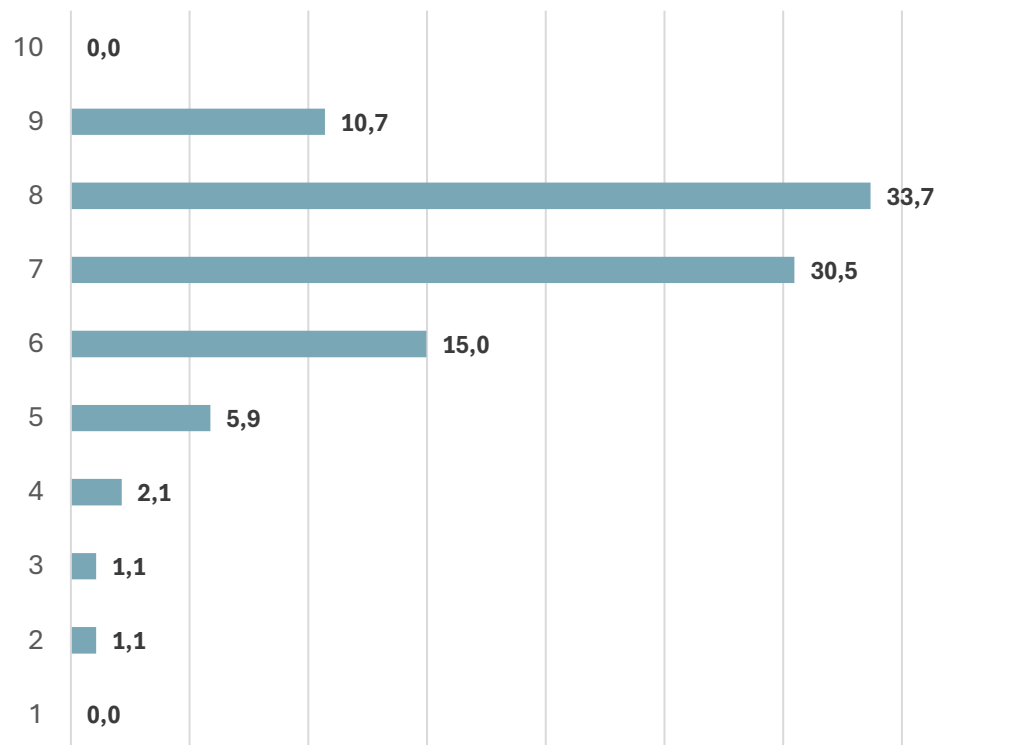
44,8



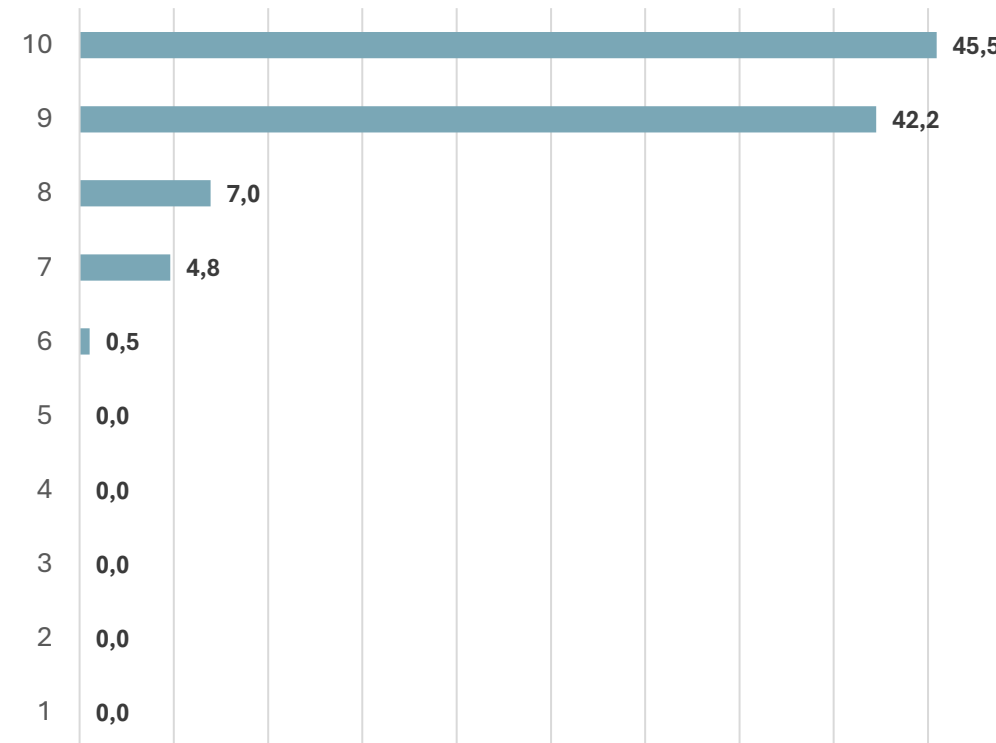
ASPETTI TECNICI RACCOLTA CASSONETTI

Domanda Overall ed Importanza (31,2% dell'utenza intervistata)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Alta Soddisfazione	44,4%
Soddisfazione	89,8%

Importanza	100%
-------------------	-------------

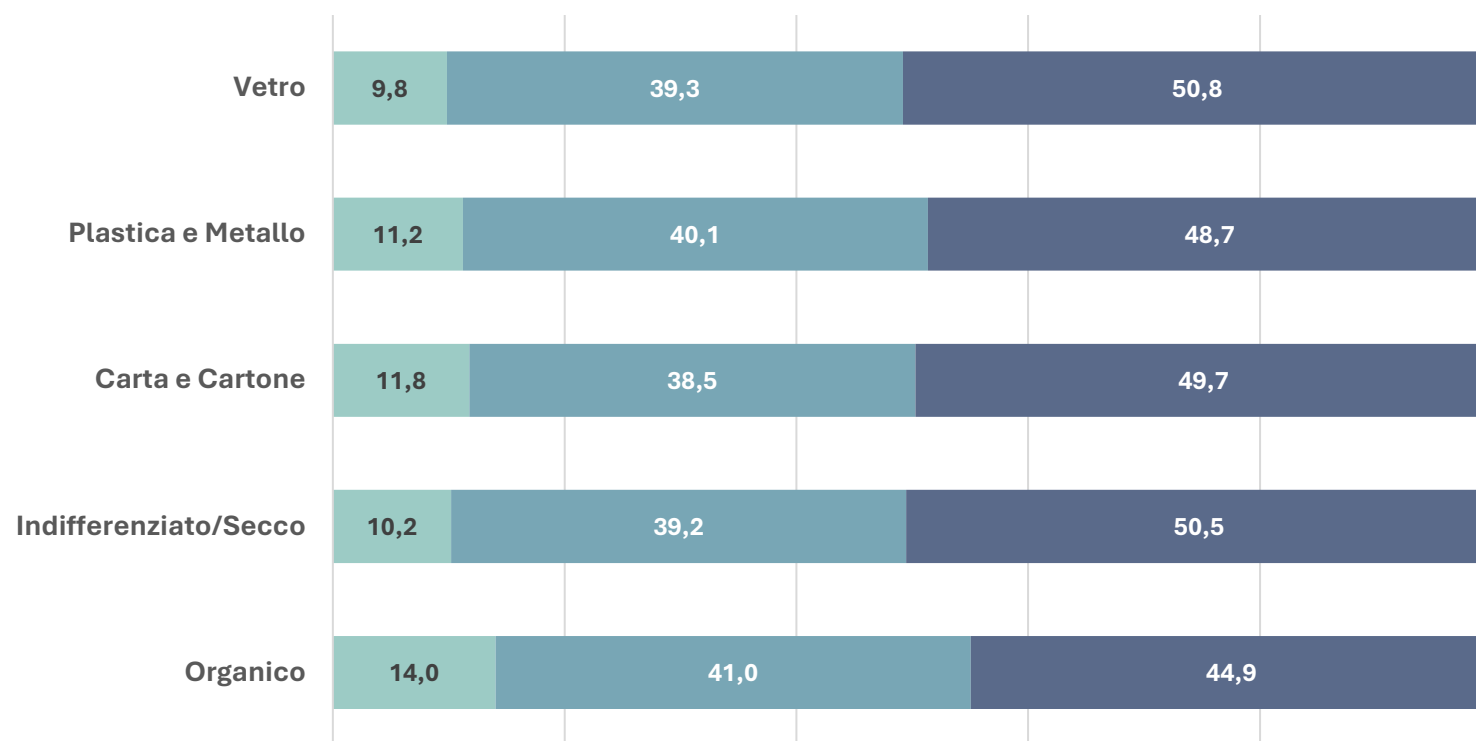


ASPETTI TECNICI RACCOLTA CASSONETTI - FREQUENZA

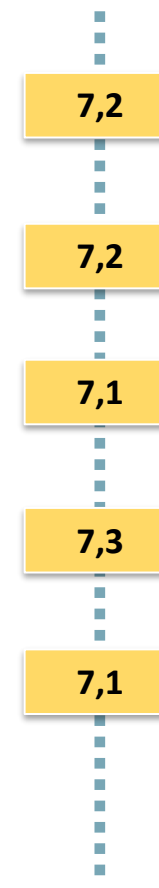
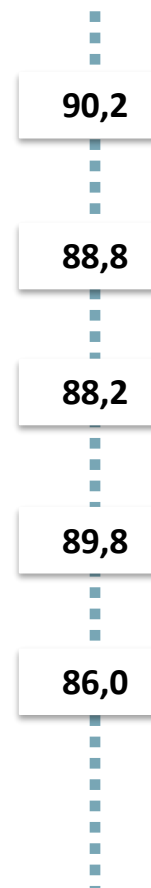
Dati comparati del grado di soddisfazione (31,2% dell'utenza intervistata)

% di soddisfatti

Intensità di soddisfazione



■ Bassa ■ Media ■ Alta
Bassa (voto 1-5); Media (voto 6-7); Alta (voto 8-10)



Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

88,6

7,2



ASPETTI TECNICI RACCOLTA CASSONETTI

Considerazioni

Il servizio di raccolta porta a porta viene utilizzato dal 31,2% dell'utenza intervistata.

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** notiamo una netta divisione in due gruppi tra gli aspetti sotto indagine. Da una parte troviamo la *distanza dei cassonetti* e la *frequenza degli svuotamenti* che registrano rispettivamente il 96,3% ed il 90,4% di soddisfatti (voto da 6 a 10). Dall'altra parte troviamo, invece, *pulizia e sanificazione dei cassonetti* insieme allo *stato di conservazione* che raggiungono delle quote ben più basse, registrando entrambi il 74,9% di soddisfatti. L'*indice percentuale di soddisfazione media* registra un 84,1% che risente notevolmente delle differenze evidenziate.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** l'*indice percentuale di alta soddisfazione media* registra un 44,8% di altamente soddisfatti (voto da 8 a 10). Come rilevato nelle percentuali di soddisfatti, i due fattori che si collocano sopra la media risultano essere *distanza dei cassonetti* (59,4%) e *frequenza di svuotamento* (49,2%); al contrario, i due fattori al di sotto della media sono *pulizia e sanificazione dei cassonetti* e *stato di conservazione* che registrano rispettivamente il 34,2% ed il 36,4% di altamente soddisfatti.
- **Intensità di soddisfazione:** *distanza dei cassonetti* e *frequenza di svuotamento* registrano dei voti superiore al 7, mentre *pulizia e sanificazione dei cassonetti* insieme a *stato di conservazione* raggiungono un 6,5. L'intensità media registra un 7,0 nel pieno della fascia Media.
- **Domanda Overall:** nella domanda *overall* si registra un 89,8% di soddisfatti ed un 44,4% di altamente soddisfatti nettamente superiori all'andamento degli indici; questo risultato ci fa capire che, nonostante ci siano degli aspetti che presentano delle criticità più marcate rispetto alle altre, il servizio viene complessivamente valutato meglio rispetto alla disamina dei singoli aspetti. L'importanza segna un netto 100%.



ASPETTI TECNICI RACCOLTA CASSONETTI

Considerazioni

- **Frequenza della raccolta:** esaminando il grado di apprezzamento riguardo la frequenza di raccolta per tipologia di rifiuto possiamo notare delle percentuali molto più omogenee rispetto all'analisi dei singoli aspetti del servizio. La soddisfazione è compresa in un intervallo tra l'86% di *organico* ed il 90,2% del *vetro*. Complessivamente, si raggiunge un *indice percentuale di soddisfazione media* pari all'88,6%.



DOMANDA OVERALL



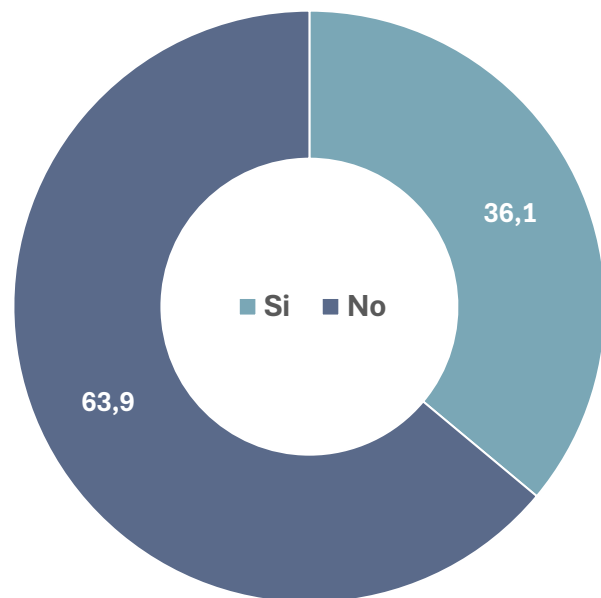
IMPORTANZA



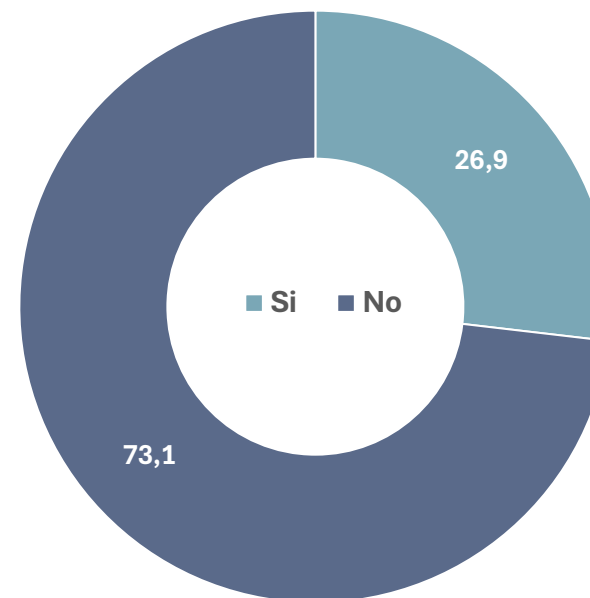
ISOLE ECOLOGICHE INFORMATIZZATE

Domande all'utenza

Ha mai utilizzato l'Isola Ecologica Informatizzata?



Se SI, ha avuto problemi con la ECO-CARD AMBIENTE, necessarie per l'utilizzo dell'Isola?

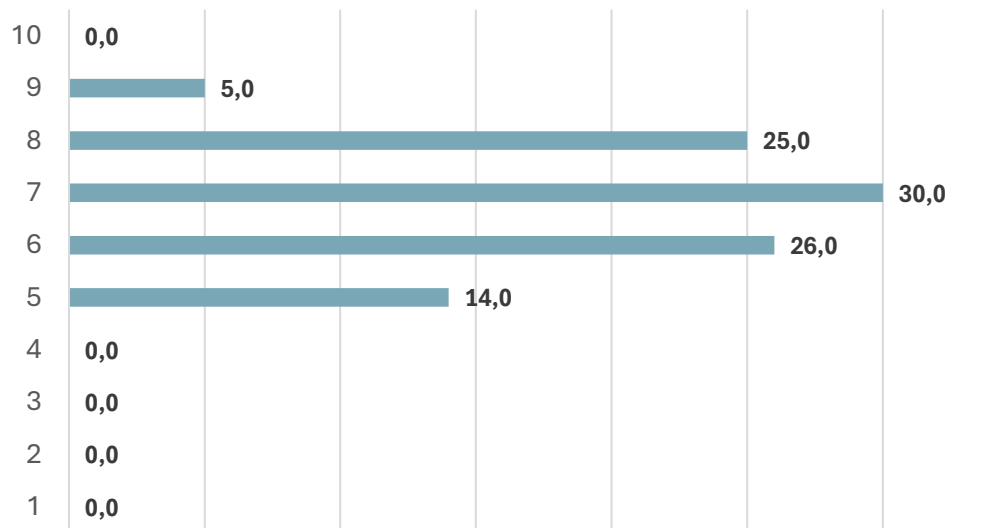




ISOLE ECOLOGICHE INFORMATIZZATE

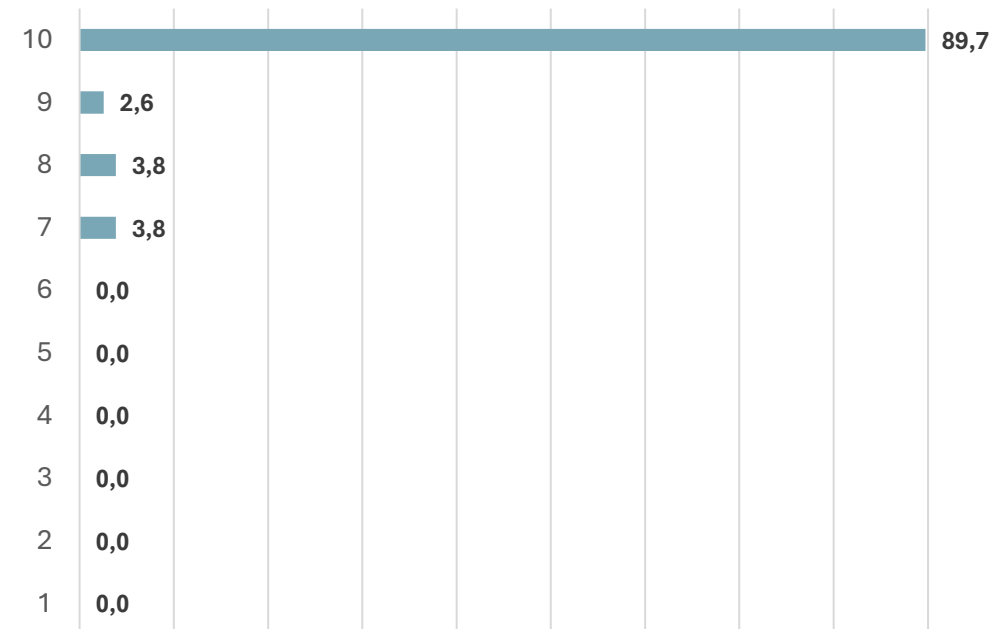
Domanda Overall ed Importanza (sul 36,1% degli utenti residenti nel quartiere Porta Nuova)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



Alta Soddisfazione	60,0%
Soddisfazione	86,0%

IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Importanza	100%
------------	------

Considerazioni Isole Ecologiche Informatizzate

Il 36,1% degli intervistati residenti nel quartiere di Porta Nuova dichiara di aver utilizzato il servizio ed il 26,9% ha avuto problemi con la ECO-CARD AMBIENTE. Tra chi l'ha utilizzata, l'86% si dichiara soddisfatto (con voti tra 6 e 10). Il livello di alta soddisfazione (voti tra 8 e 10) si attesta su un ottimo 60%.



ORARI DI APERTURA



TEMPO DI ATTESA PER IL CONFERIMENTO DEI RIFIUTI



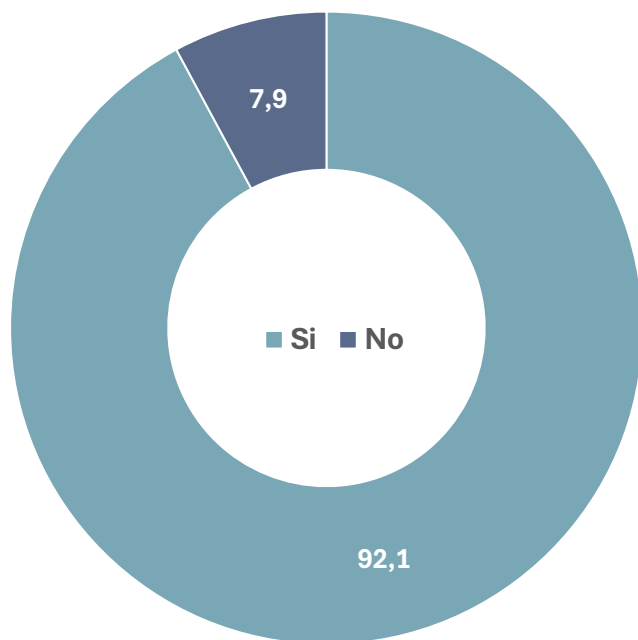
PROFESSIONALITA' DEGLI OPERATORI



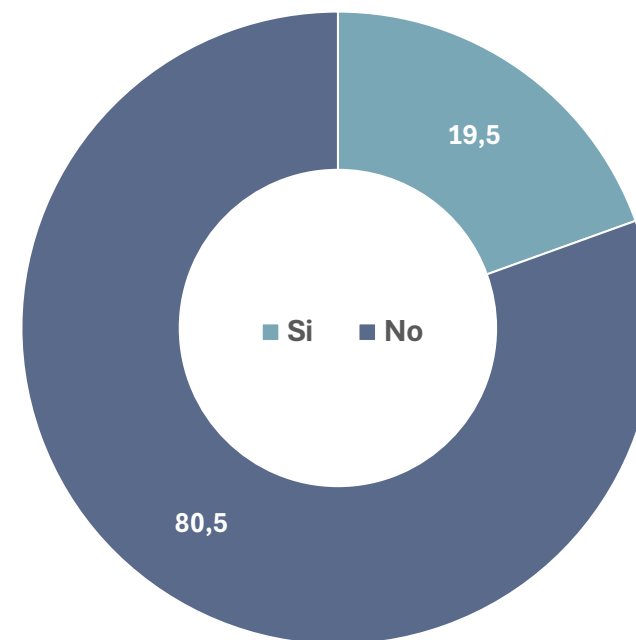
CENTRO DI RACCOLTA

Domande all'utenza

È a conoscenza del fatto che può conferire i suoi rifiuti ingombranti gratuitamente presso la Ricicleria di Via Fiora o il Centro di Raccolta di strada Prati?



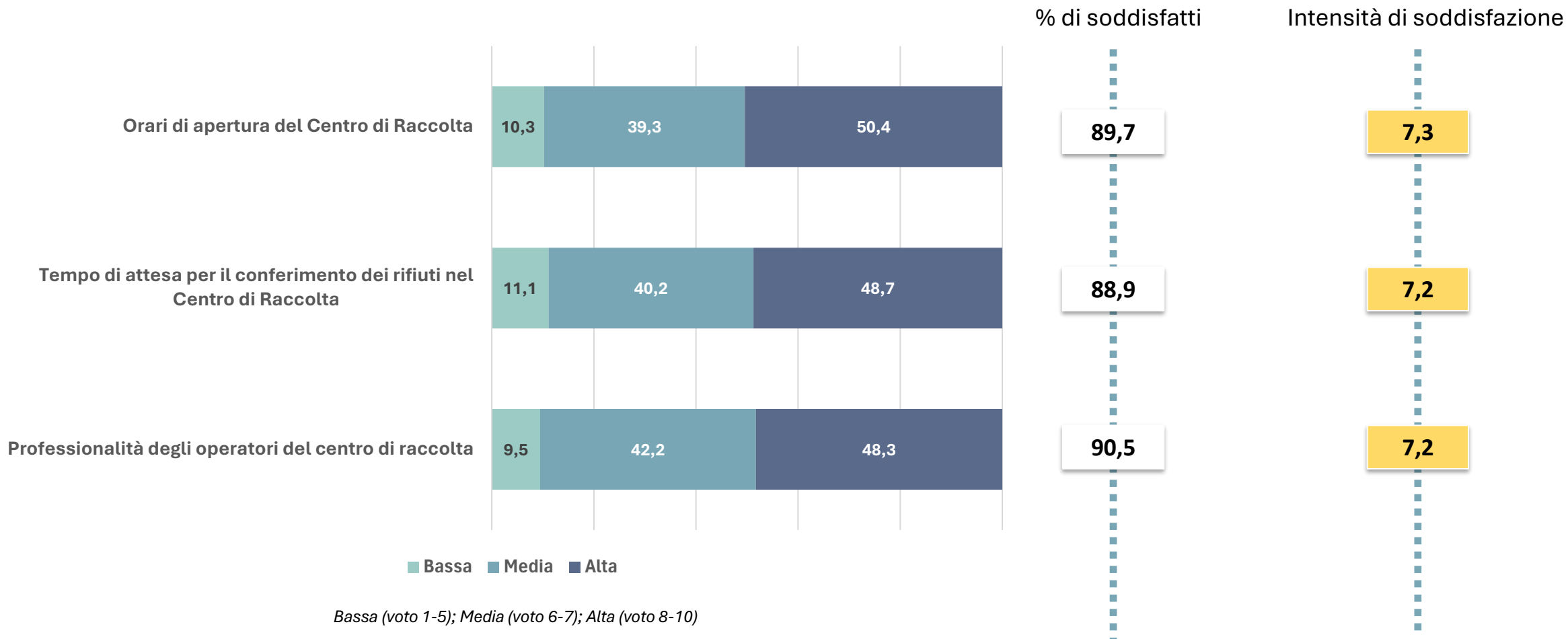
Ha mai utilizzato il centro di raccolta?





CENTRO DI RACCOLTA

Dati comparati del grado di soddisfazione (sul 19,5% del totale)



Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

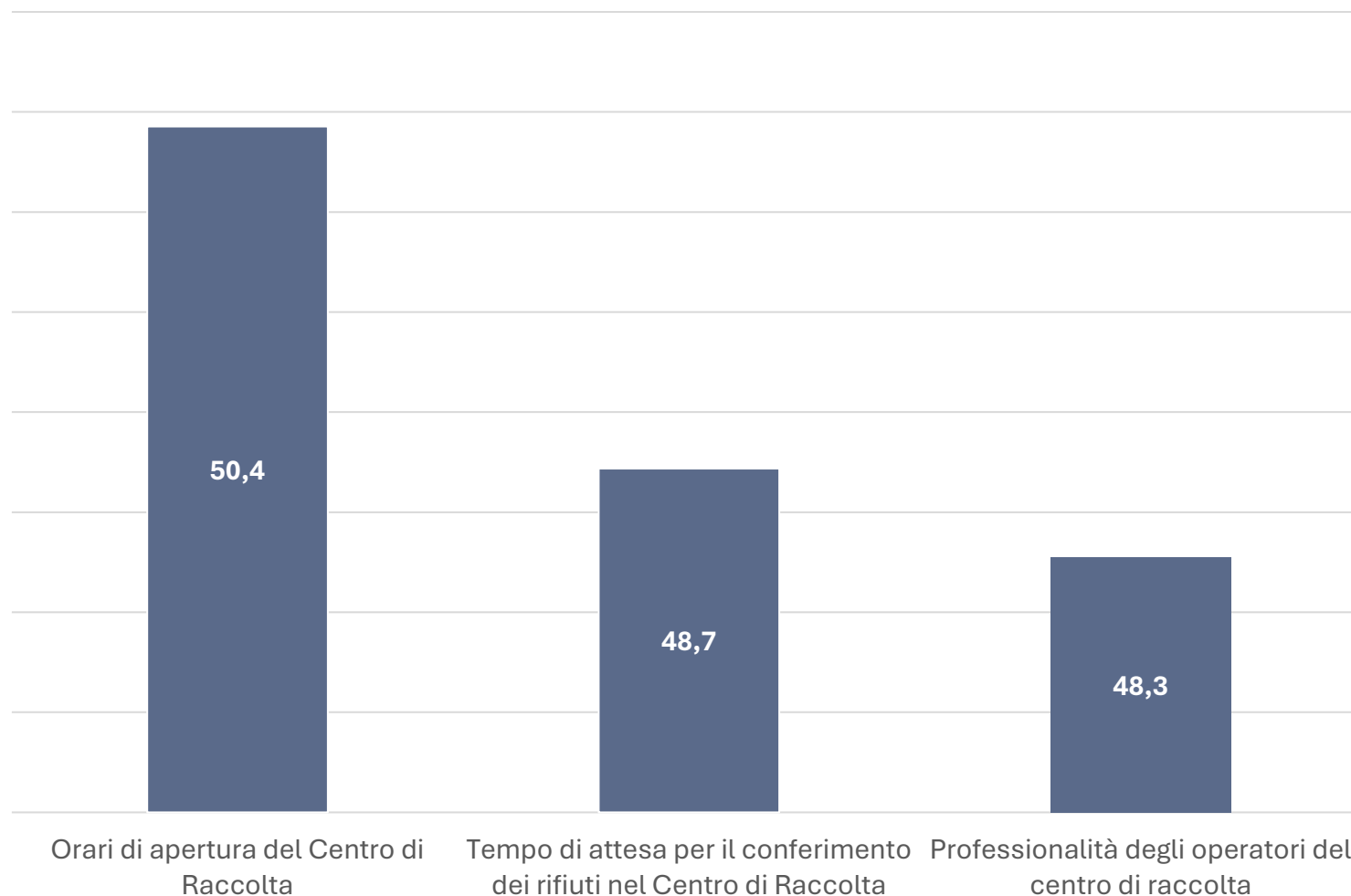
89,7

7,2



CENTRO DI RACCOLTA

Dati comparati del grado di alta soddisfazione *(sul 19,5% del totale)*



Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

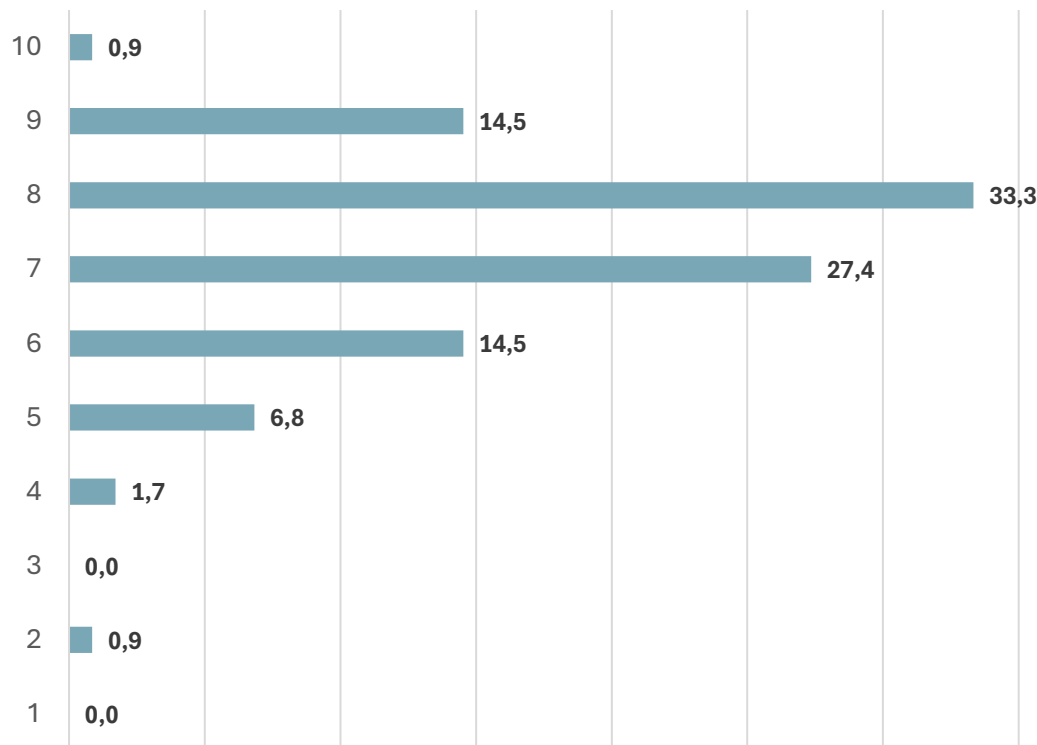
49,1



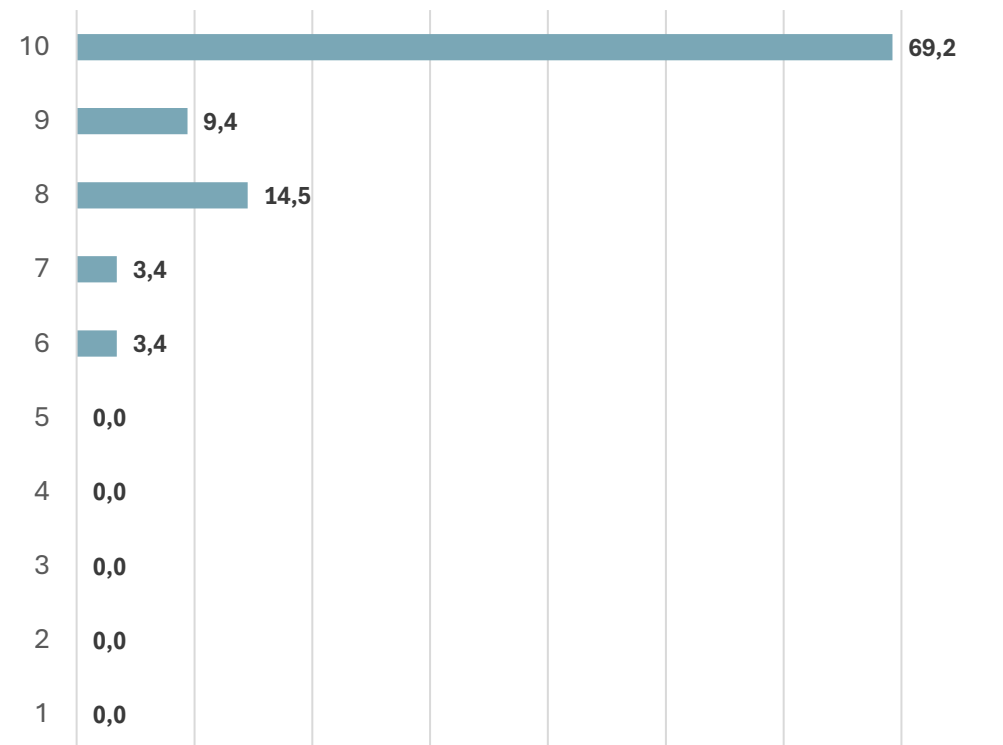
CENTRO DI RACCOLTA

Domanda Overall ed Importanza (sul 19,5% del totale)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Alta Soddisfazione	48,7%
Soddisfazione	90,6%

Importanza	100%
------------	------



CENTRO DI RACCOLTA

Considerazioni

Il centro di raccolta viene utilizzato dal 19,5% dell'utenza intervistata.

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** i livelli di soddisfazione (% di voto da 6 a 10) sono molto omogenei e compresi tra l'88,9% di *tempo di attesa* ed il 90,5% di *professionalità degli operatori*, evidenziando una varianza tra i due estremi di soli 1,6 punti percentuali. L'*indice percentuale di soddisfazione media* registra un 89,7%.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** anche nell'alta soddisfazione non troviamo evidenti differenze, con tutti i fattori che ricevono valutazioni intorno al superiori al 48%, tuttavia gli *orari di apertura* registrano il valore più elevato con il 50,4% di voti da 8 e 10. L'*indice percentuale di alta soddisfazione media* raggiunge il 49,1%.
- **Intensità di soddisfazione:** l'unico sub-fattore che raggiunge una valutazione superiore alla media, che si attesta sul 7,2, è *orari di apertura* che raggiunge il 7,3. Gli altri due aspetti registrano un voto in perfetta media.
- **Domanda Overall:** nella domanda *overall* si raggiunge un 90,6% di soddisfatti ed un 48,7% di altamente soddisfatti. L'importanza segna nuovamente un 100%.



TEMPO DI ATTESA PER PARLARE CON L'OPERATORE



INFORMAZIONI RICEVUTE PER IL RITIRO



TEMPISTICA



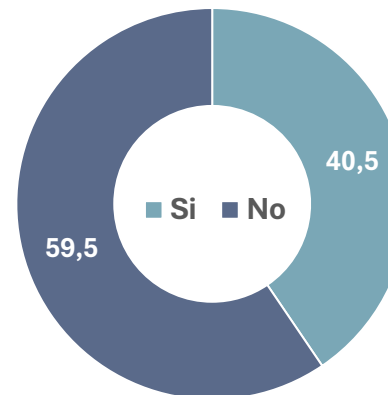
RITIRO INGOMBRANTI

Domande all'utenza

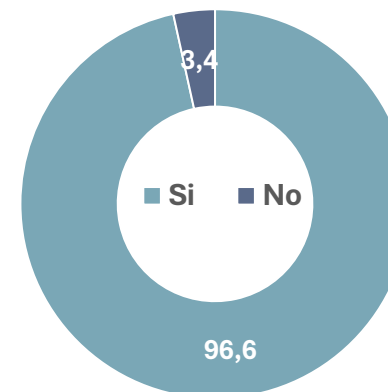
Conosce il servizio di ritiro ingombranti?



Ha mai utilizzato il servizio?



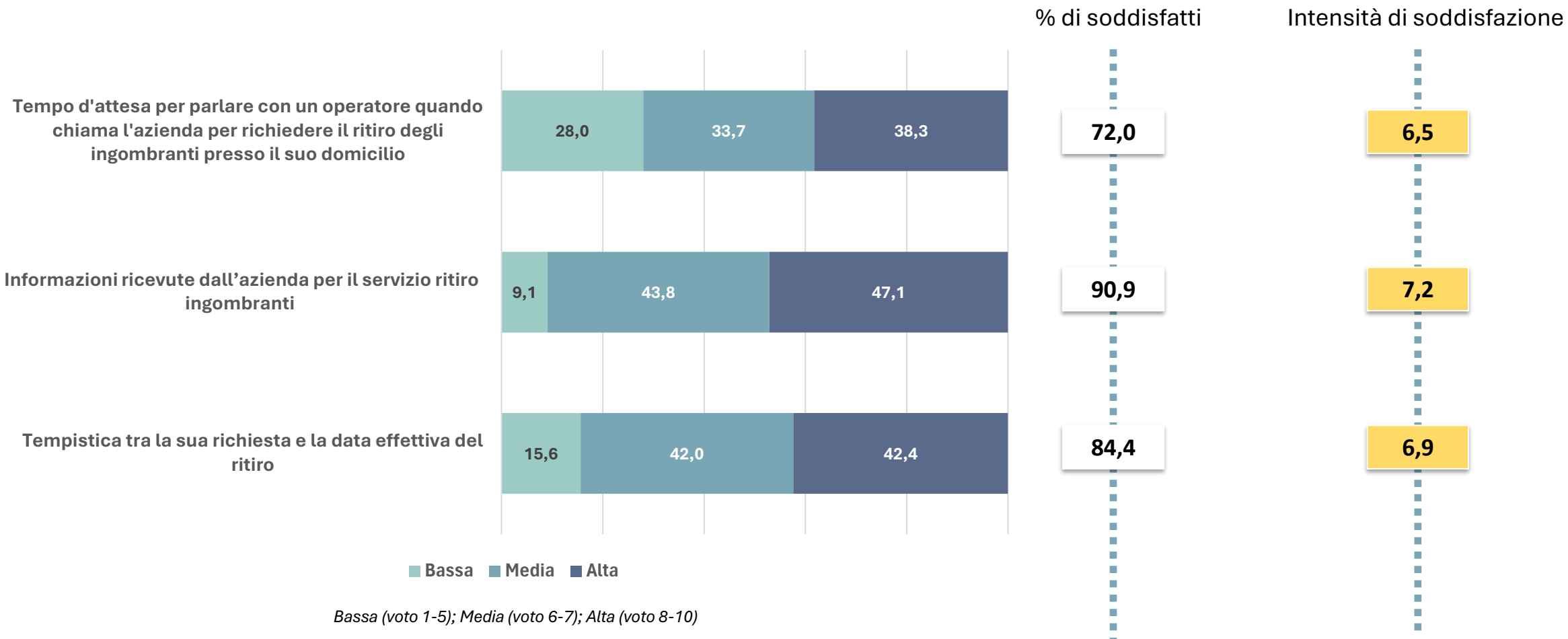
In base alla sua esperienza, il servizio di ritiro è stato effettuato secondo l'appuntamento programmato?





RITIRO INGOMBRANTI

Dati comparati del grado di soddisfazione (sul 40,5% del totale)



Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

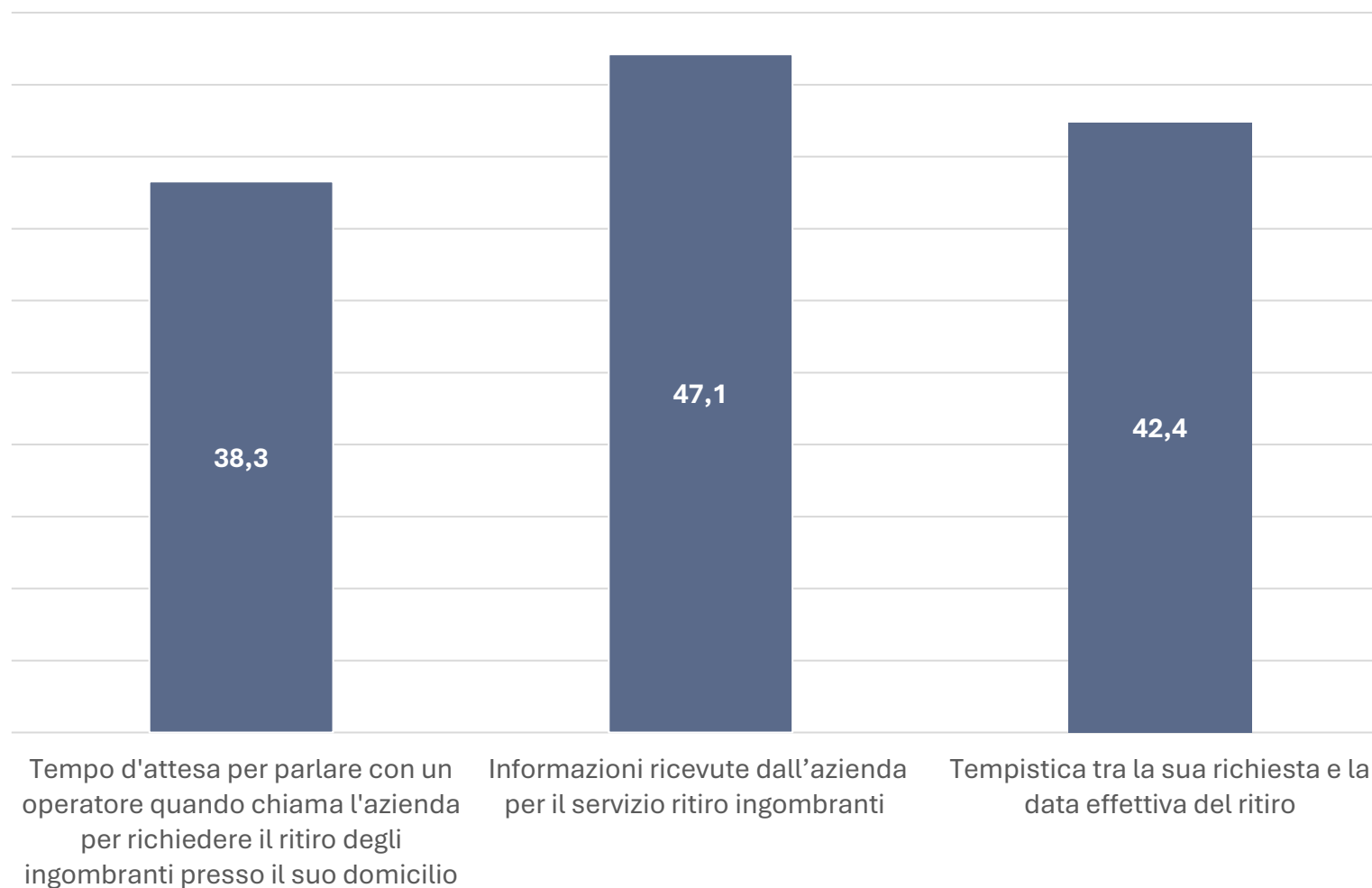
82,4

6,9



RITIRO INGOMBRANTI

Dati comparati del grado di alta soddisfazione *(sul 40,5% del totale)*



Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

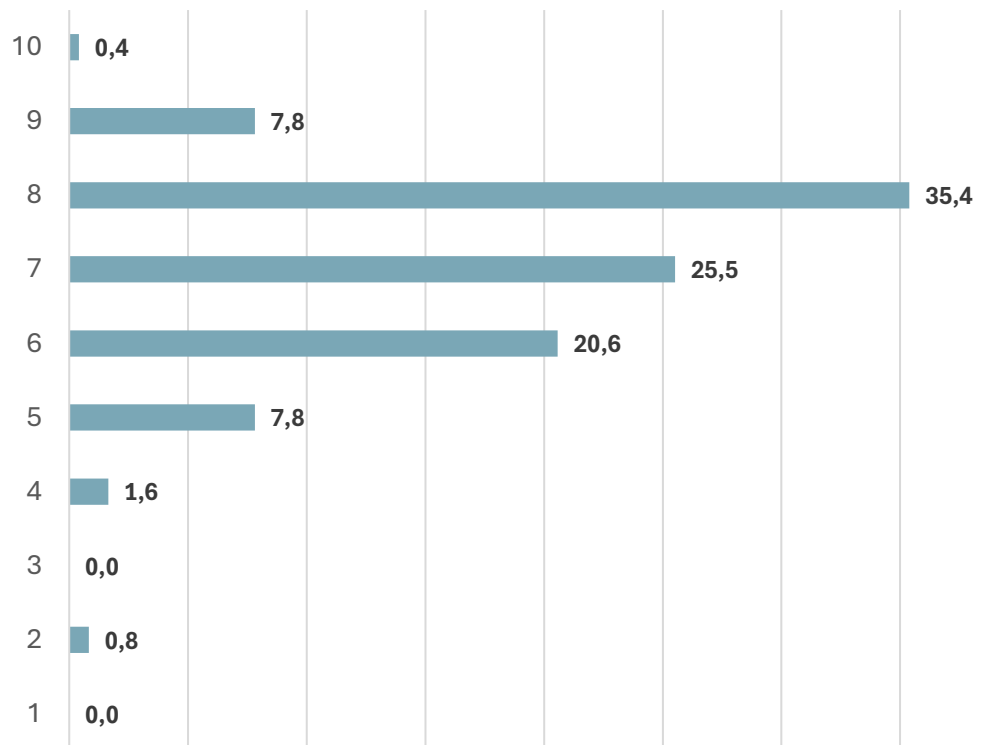
42,6



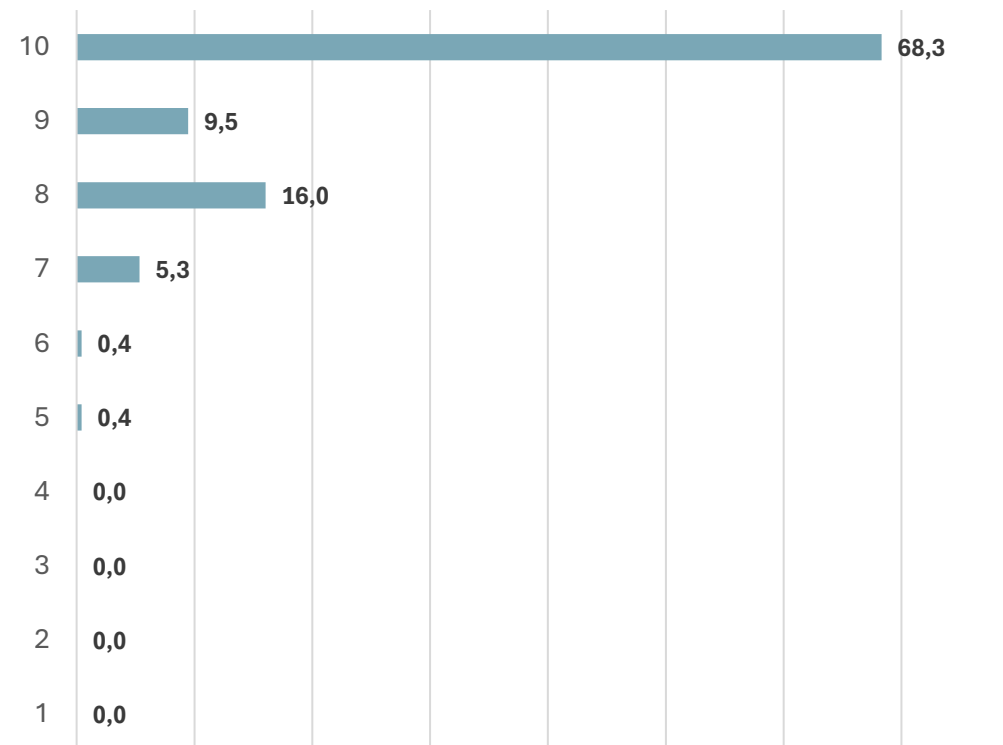
RITIRO INGOMBRANTI

Domanda Overall ed Importanza (sul 40,5% del totale)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Alta Soddisfazione	43,6%
Soddisfazione	89,7%

Importanza	99,6%
-------------------	--------------



RITIRO INGOMBRANTI

Considerazioni

Il servizio di ritiro ingombranti è stato utilizzato dal 40,5% dell'utenza intervistata.

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** il fattore critico del sistema è il *tempo di attesa per parlare con un operatore*, che registra il 28% di insoddisfatti (voto da 1 a 5). Segue la *tempistica tra richiesta e data del ritiro* che riceve un 15,6% di insoddisfatti ed infine troviamo le *informazioni ricevute* che registra una quota relativamente inferiore di insoddisfatti (9,1%). L'*indice percentuale di soddisfazione media* registra un 82,4%.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** nell'alta soddisfazione le percentuali sono leggermente più omogenee ma rimane la distanza tra il *tempo di attesa* (38,3%) e gli altri fattori. Complessivamente, l'*indice percentuale di alta soddisfazione media* registra un 42,6%.
- **Intensità di soddisfazione:** spicca la valutazione media delle *informazioni ricevute* con il suo 7,2, un voto superiore alla media del fattore (6,9) e superiore alle valutazioni ricevute da *tempistica tra richiesta e ritiro* (6,9) e *tempo di attesa per parlare con un operatore* (6,5).
- **Domanda Overall:** nella domanda *overall* si raggiunge un 89,7% di soddisfatti ed un 43,6% di altamente soddisfatti, due valutazioni superiori agli indici medi calcolati. L'importanza segna un 99,6%.



**RUMOROSITA' CON CUI VIENE EFFETTUTA LA
PULIZIA DELLE STRADE**



PULIZIE DELLE PIAZZE



PULIZIA DELLE AREE DEI MERCATI SETTIMANALI

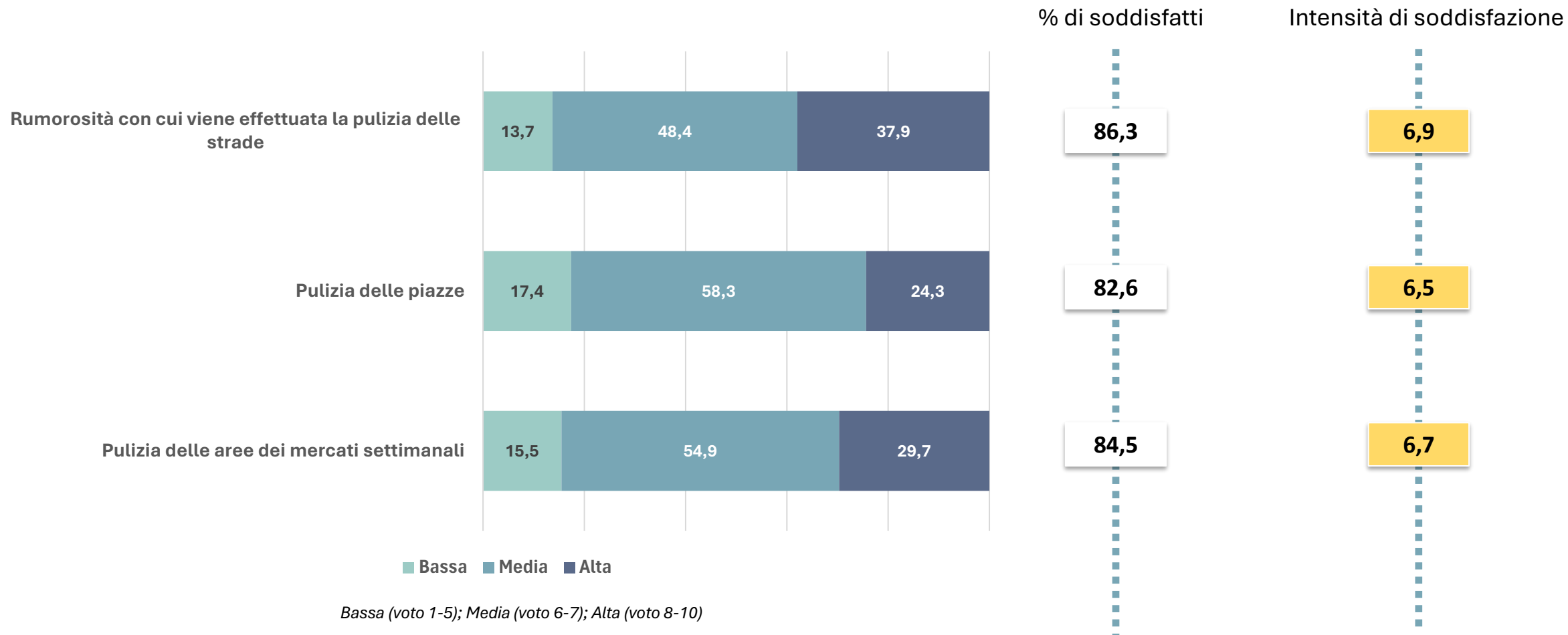


DERATTIZZAZIONE E DISINFESTAZIONE



SPAZZAMENTO DELLE STRADE

Dati comparati del grado di soddisfazione



Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

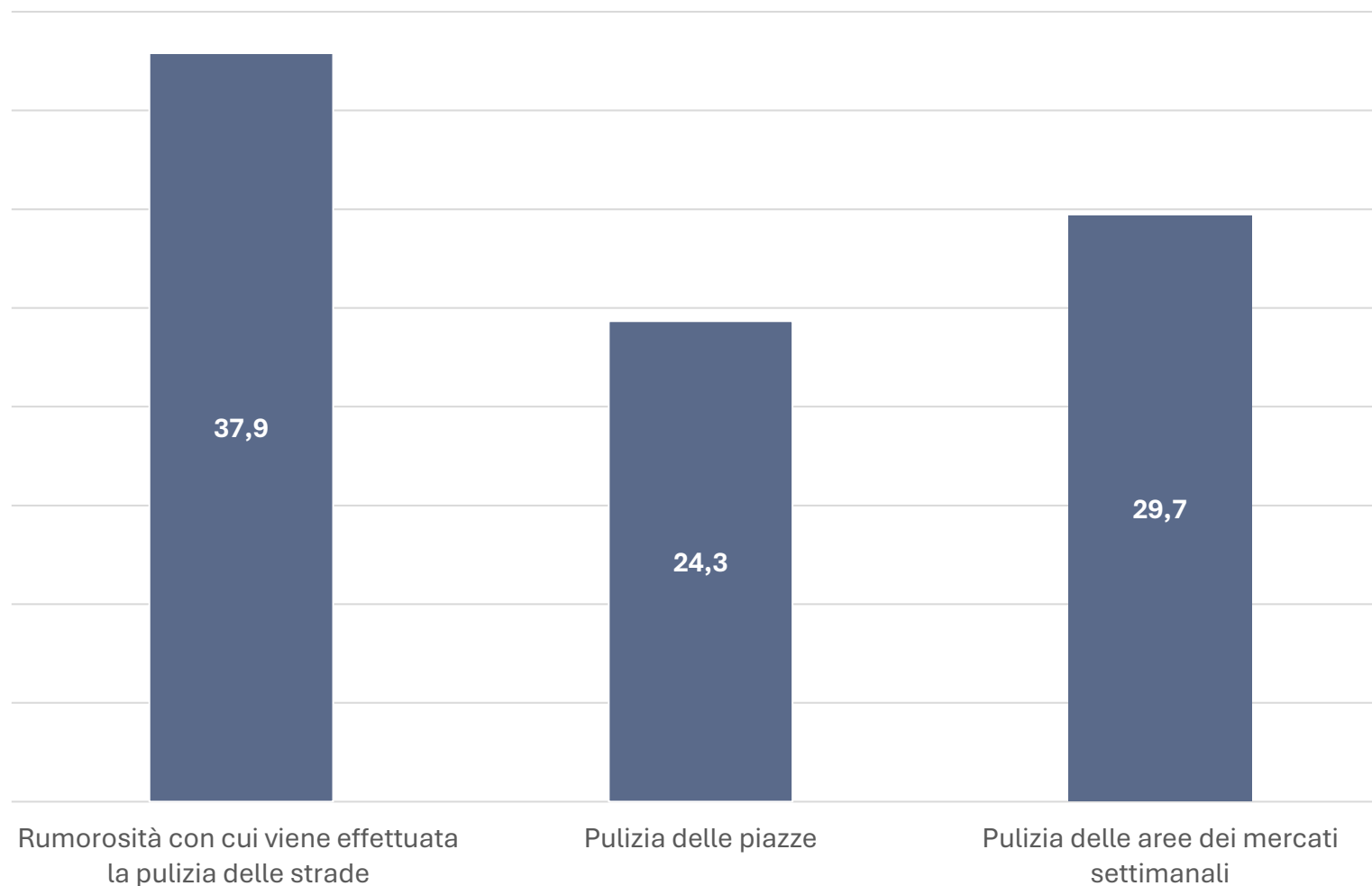
84,5

6,7



SPAZZAMENTO DELLE STRADE

Dati comparati del grado di alta soddisfazione



Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

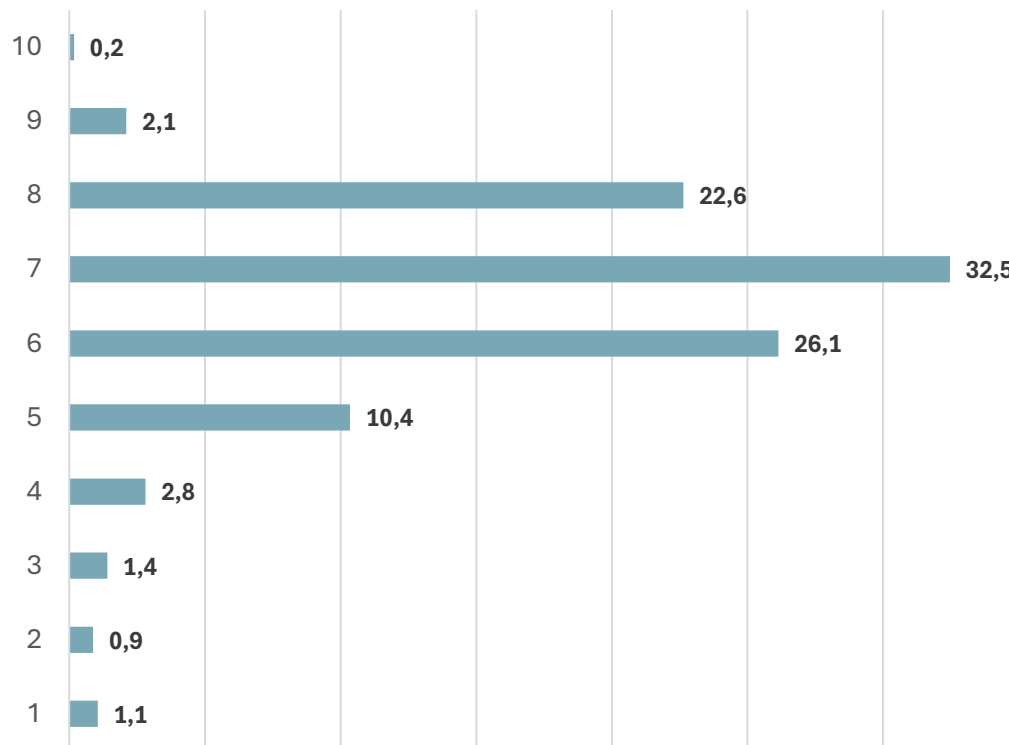
30,6



SPAZZAMENTO DELLE STRADE

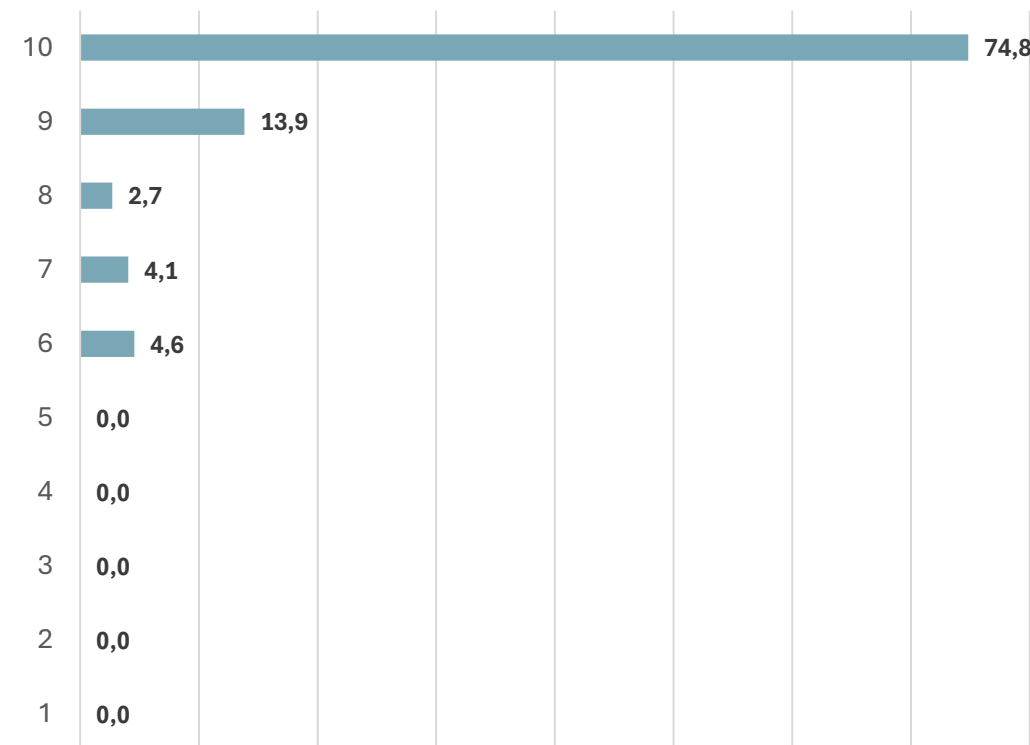
Domanda Overall ed Importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



Alta Soddisfazione	24,9%
Soddisfazione	83,5%

IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



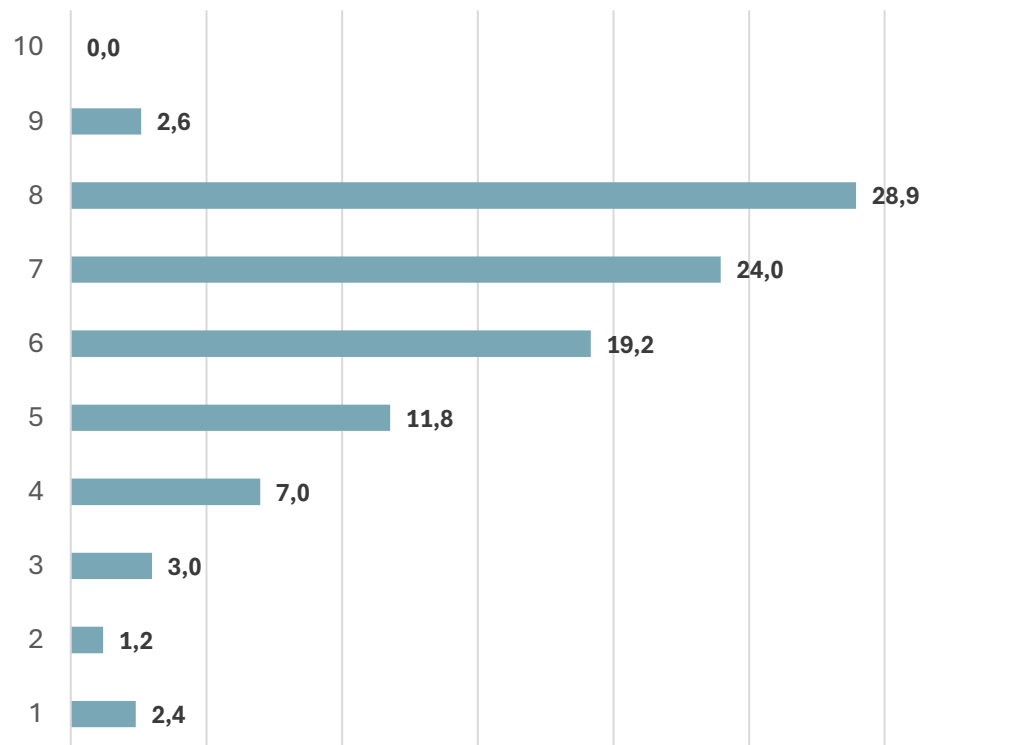
Importanza	100%
------------	------



DERATTIZZAZIONE E DISINFESTAZIONE

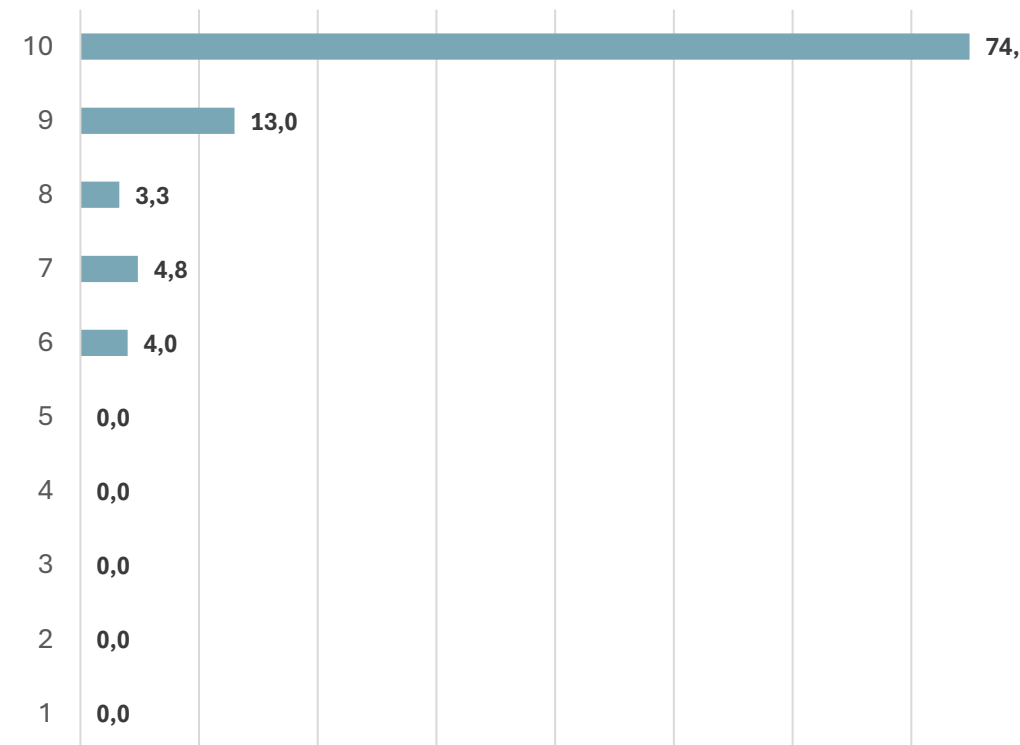
Domanda Overall ed Importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



Alta Soddisfazione	31,5%
Soddisfazione	74,7%

IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Importanza	100%
------------	------



SPAZZAMENTO DELLE STRADE

Considerazioni

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** l'aspetto maggiormente apprezzato risulta essere quello relativo alla *rumorosità con cui viene effettuata la pulizia delle strade* con il suo 86,3% di soddisfatti; a breve distanza seguono *pulizia delle aree dei mercati settimanali* (84,5%) e la *pulizia delle piazze* (82,6%). Posizionandosi come uno dei fattori che necessita di maggior attenzione, l'*indice percentuale di soddisfazione media* registra un 84,5%.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** nell'alta soddisfazione (voto da 8 a 10) si acquiscono le distanze tra i sub-fattori, con percentuali che seguono gli stessi andamenti notati nelle quote di soddisfatti e comprese tra il 29,7% di *pulizia delle piazze* ed il 37,9% di *rumorosità con cui viene effettuata la pulizia delle piazze*. L'*indice percentuale di alta soddisfazione media* registra un 30,6%.
- **Intensità di soddisfazione:** l'intensità media del fattore registra un 6,7. Il fattore che riceve un punteggio superiore è *rumorosità delle operazioni* con 6,9 mentre *pulizia delle piazze* si colloca al di sotto con 6,5. *Pulizia delle aree dei mercati settimanali* è l'unico aspetto che registra un risultato in perfetta media con 6,7.
- **Domanda Overall:** nella domanda *overall* si raggiunge l'83,5% di soddisfatti ed il 24,9% di altamente soddisfatti, evidenziando una percentuale di voti tra 8 e 10 inferiore rispetto all'indice calcolato. L'importanza segna un 100%.
- **Derattizzazione e disinfestazione:** si raggiunge il 74,7% di soddisfatti ed il 31,5% di altamente soddisfatti; sono delle quote che fanno accendere un segnale d'allarme all'interno del sistema e che indicano uno degli aspetti da migliorare nell'immediato.



REPERIBILITA' DELL'INDIRIZZO INTERNET



**FACILITA' DI NAVIGAZIONE ALL'INTERNO DEL
SITO**

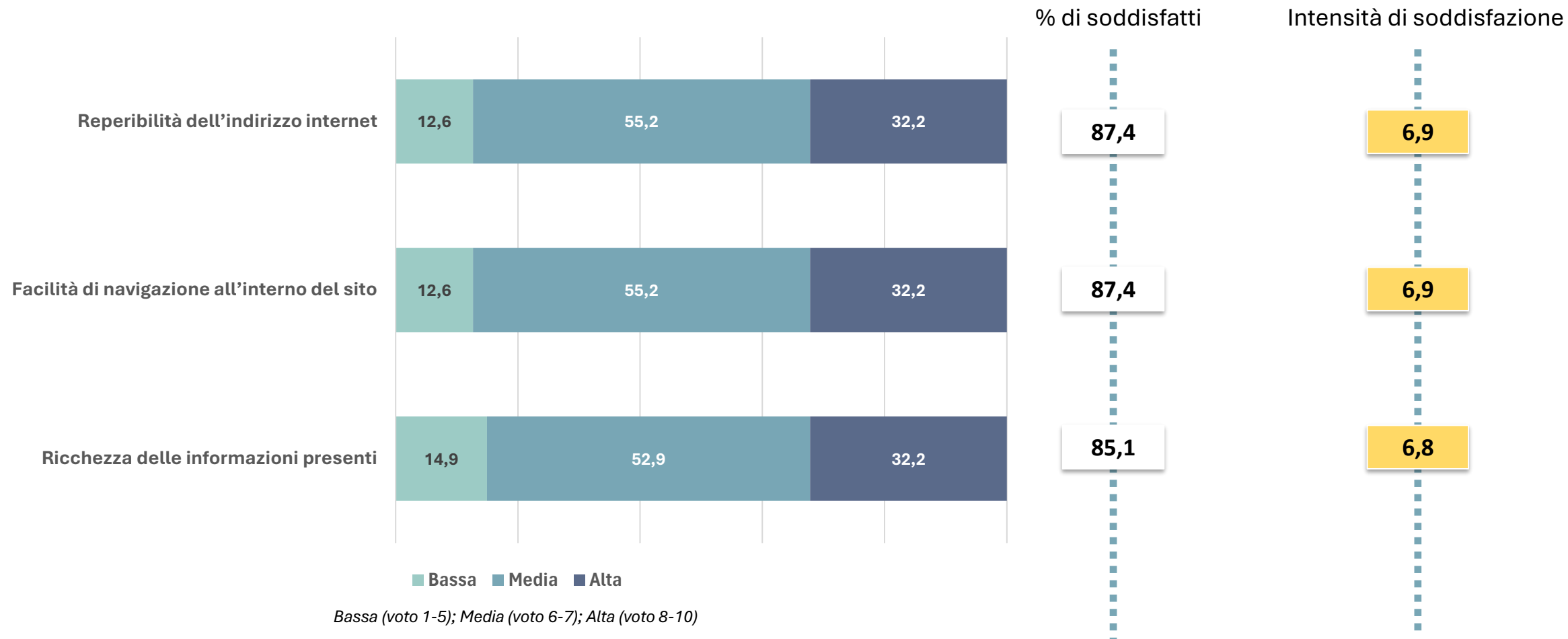


RICCHEZZA DELLE INFORMAZIONI



SITO WEB

Dati comparati del grado di soddisfazione (sul 14,5% del totale)



Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

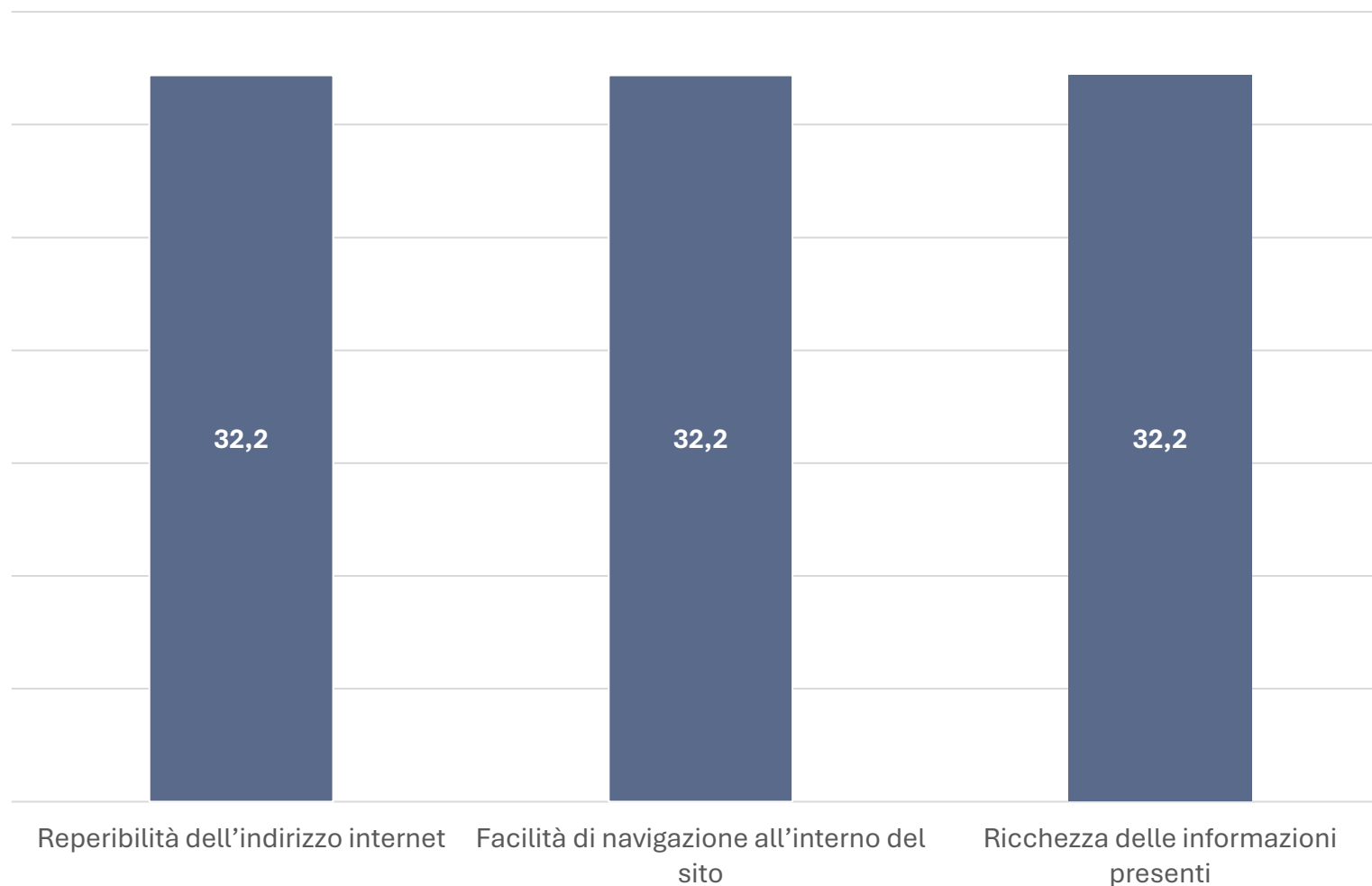
86,6

6,9



SITO WEB

Dati comparati del grado di alta soddisfazione *(sul 14,5% del totale)*



Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

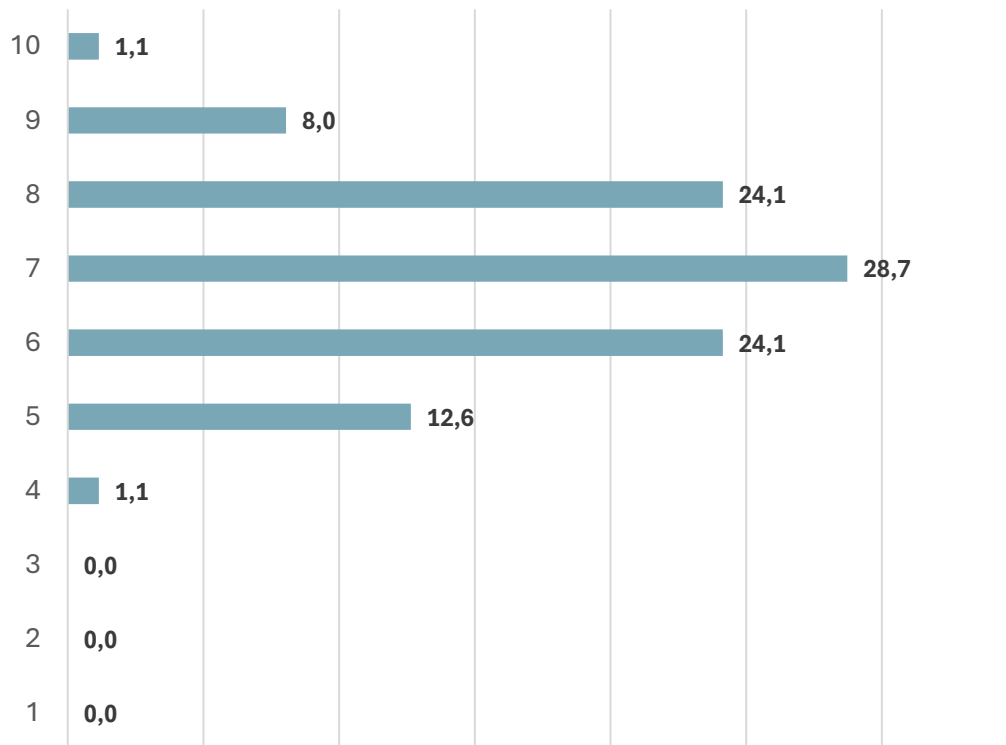
32,2



SITO WEB

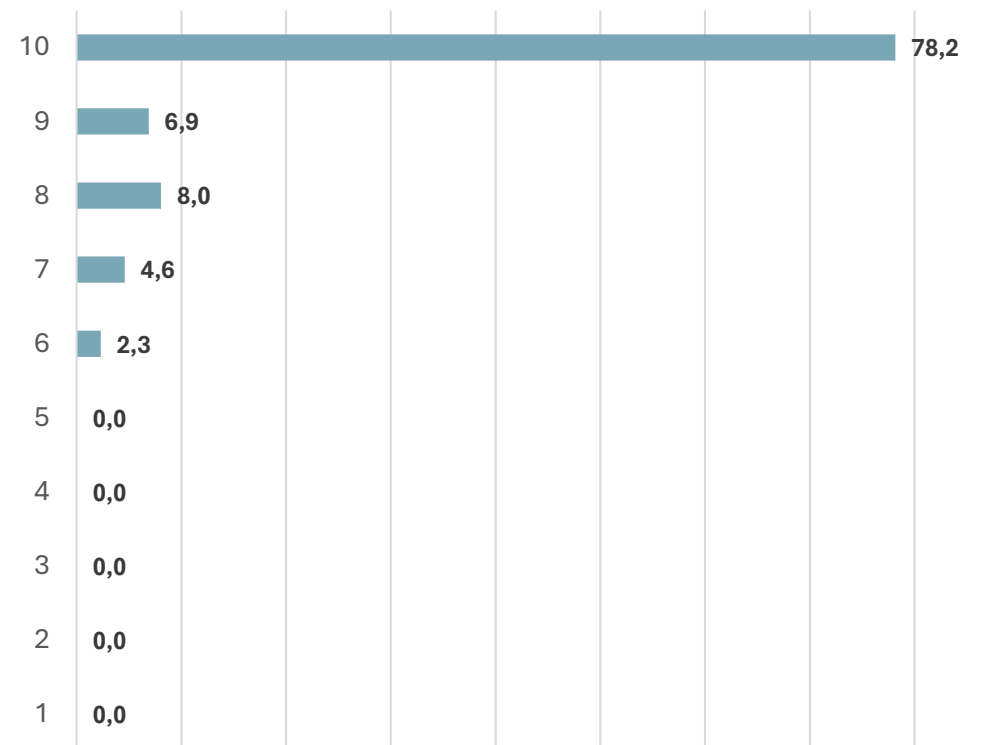
Domanda Overall ed Importanza (sul 14,5% del totale)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



Alta Soddisfazione	33,3%
Soddisfazione	86,2%

IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Importanza	100%
-------------------	-------------



SITO WEB

Considerazioni

Il sito web è stato utilizzato dal 14,6% dell'utenza intervistata. La bassa numerosità non ci offre dei risultati statisticamente validi. Tuttavia, sono indicatori di una tendenza che possiamo considerare.

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** i risultati sono caratterizzati da un'omogeneità dei fattori al'87,4% di soddisfatti. L'unico fattore al di sotto è *ricchezza delle informazioni presenti*, che scende al'85,1%. L'*indice percentuale di alta soddisfazione media* si ferma al'32,2%.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** L'alta soddisfazione sono tutte al'32,2%, con importante margine di crescita.
- **Intensità di soddisfazione:** tutti i sub-fattori raggiungono un punteggio medio di 6,9, ad esclusione di *ricchezza delle informazioni presenti*, (6,8). La media complessiva del fattore registra un 6,9.
- **Domanda Overall ed Importanza:** la *domanda overall* registra dei risultati simili rispetto a quelli degli indici di soddisfazione, con un 86,2% di soddisfatti ed un 33,3% di altamente soddisfatti. L'importanza segna il 100%.
- I dati suggeriscono che lo strumento tecnologico di comunicazione aziendale è ancora sottoutilizzato dagli utenti, i quali necessitano di una maggiore promozione del servizio e, secondo l'opinione di chi lo utilizza, di un arricchimento in termini di informazioni, funzionalità per sbrigare pratiche e possibilità di stabilire un contatto sicuro con l'azienda.



REPERIBILITA' DELL'INDIRIZZO INTERNET



**FACILITA' DI NAVIGAZIONE ALL'INTERNO DEL
SITO**



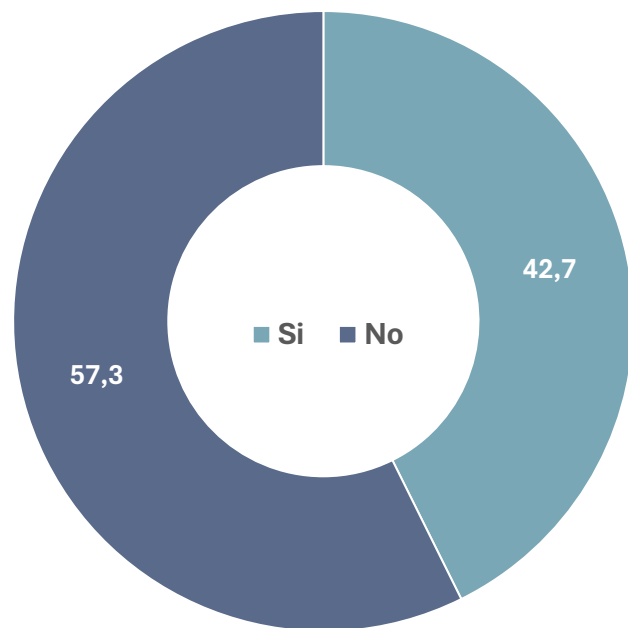
RICCHEZZA DELLE INFORMAZIONI



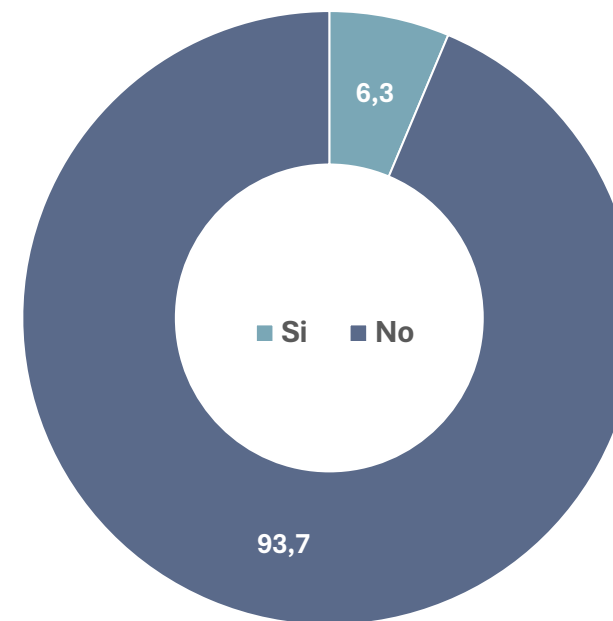
APP JUNKER

Domande all'utenza

Conosce l'App Junker che l'Azienda ha messo a disposizione dell'utenza per informazione?



Ha mai utilizzato l'App Junker dell'Azienda?

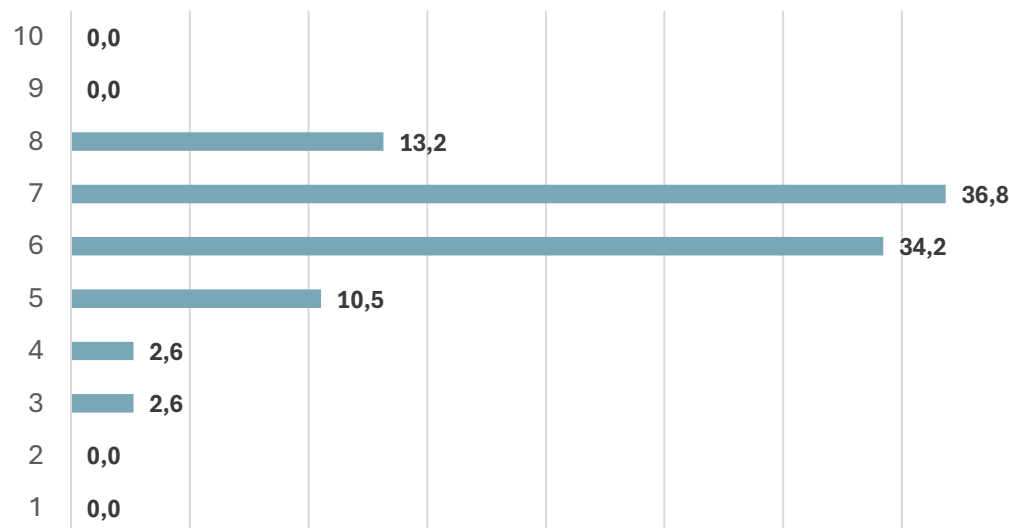




APP JUNKER

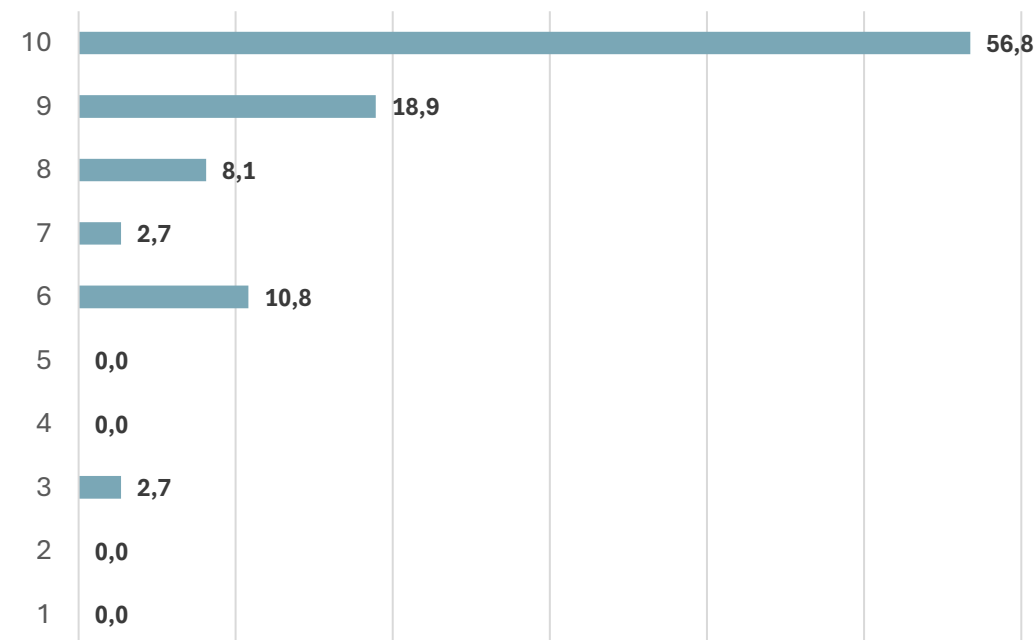
Domanda Overall ed Importanza (sul 6,3% del totale)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



Alta Soddisfazione	13,2%
Soddisfazione	84,2%

IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Importanza	97,3%
------------	-------

Considerazioni App Junker

Il 42,7% degli intervistati dichiara di "conoscerla", tuttavia solo il 6,3% l'ha effettivamente utilizzata, ossia meno di un utente su dieci.

Tra chi l'ha utilizzata, l'84,2% si dichiara soddisfatto (con voti tra 6 e 10). Il livello di alta soddisfazione (voti tra 8 e 10) si attesta su un modesto 13,2%.



**TEMPO DI ATTESA PER PARLARE
CON L'OPERATORE**



ORARI DI APERTURA



CORTESIA DELL'OPERATORE

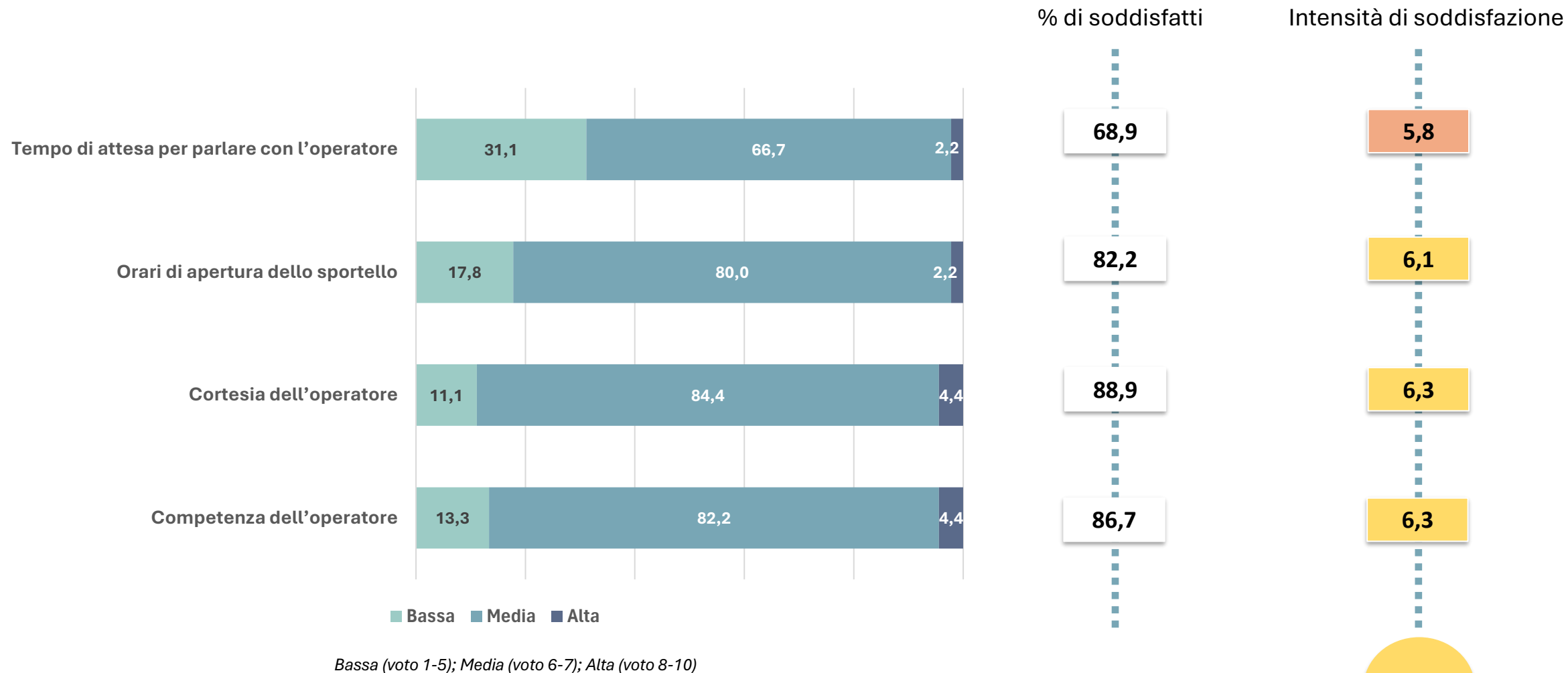


COMPETENZA DELL'OPERATORE



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Dati comparati del grado di soddisfazione (sul 7,5% del totale)



Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

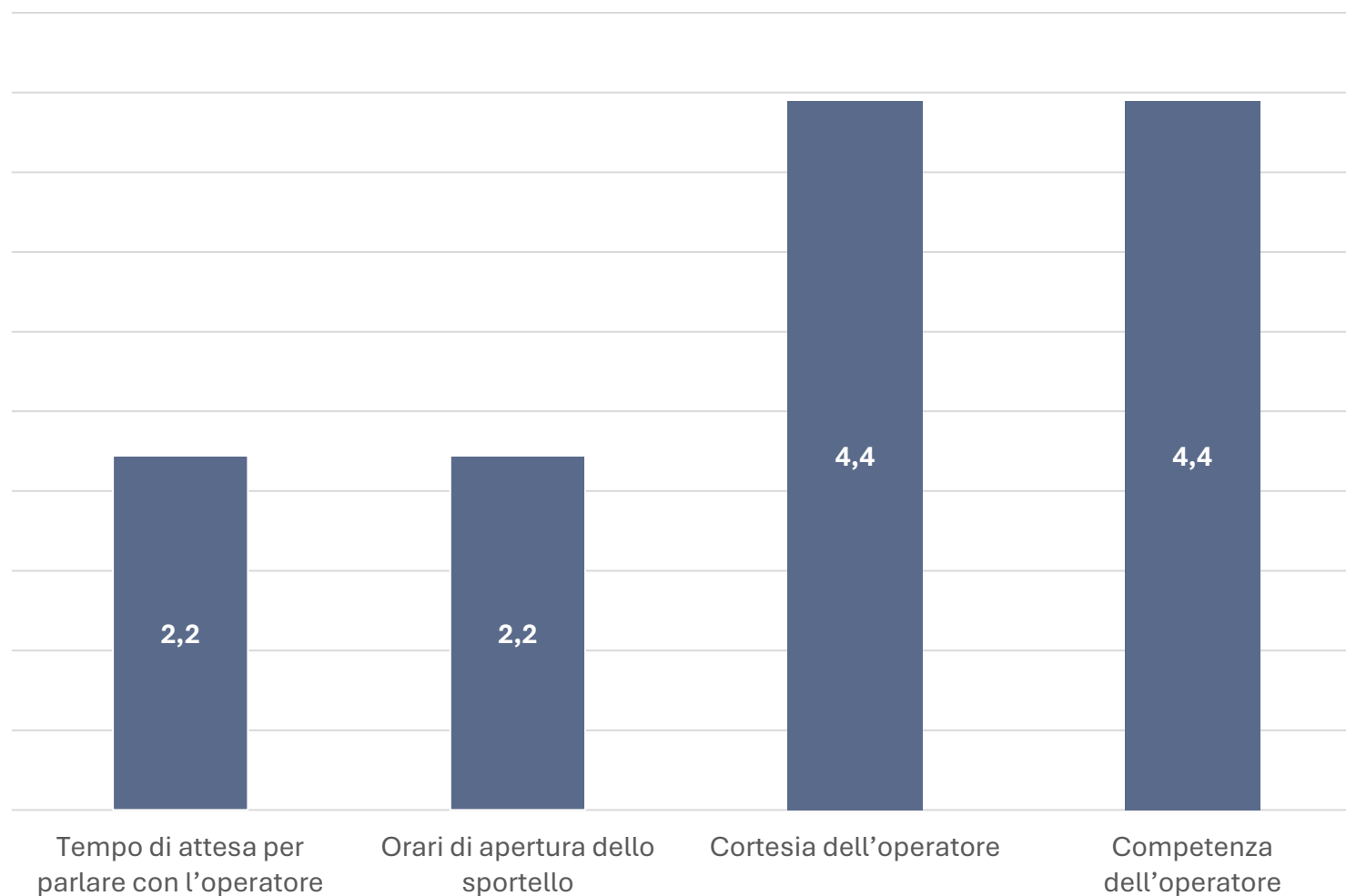
81,7

6,1



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Dati comparati del grado di alta soddisfazione *(sul 7,5% del totale)*



Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

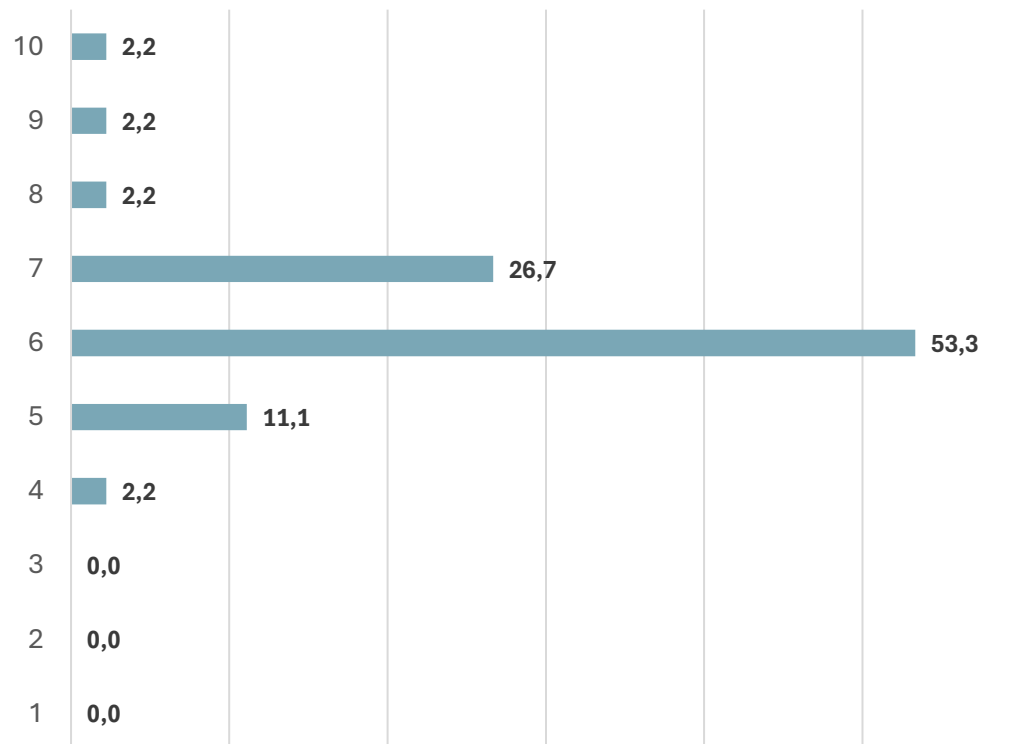
3,3



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

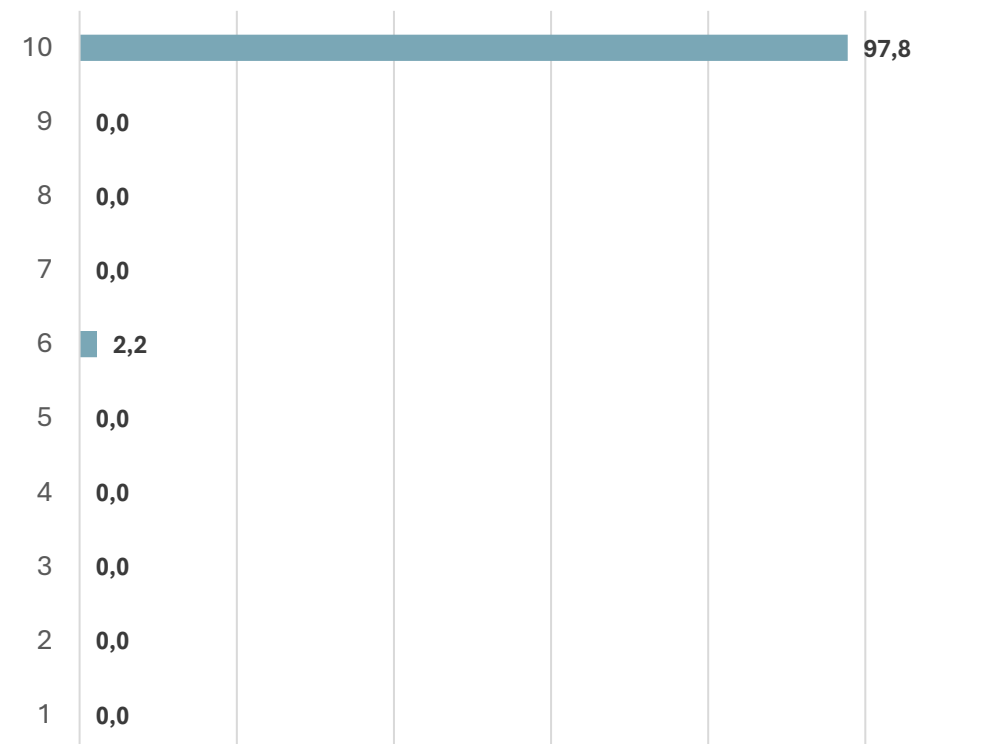
Domanda Overall ed Importanza (sul 7,5% del totale)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



Alta Soddisfazione	6,7%
Soddisfazione	86,7%

IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Importanza	100%
------------	------



RELAZIONE ALLO SPORTELLO

Considerazioni

Lo Sportello non sembra essere utilizzato dalla maggior parte dell'utenza. La bassa numerosità degli intervistati che si sono recati allo Sportello non ci permette di avere dati statisticamente validi. Tuttavia ci offre delle chiare tendenze d'opinione che possiamo considerare.

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** Gli aspetti umani risultano essere i più apprezzati, con la competenza e la cortesia degli operatori che raggiungono rispettivamente una soddisfazione (voti da 6 a 10) dell'86,7% e dell'88,9%. Gli orari di apertura dello sportello registrano invece il 17,8% di insoddisfatti (voti da 1 a 5) e una soddisfazione che si ferma all'82,2%. Diversa è la situazione relativa ai tempi di attesa per parlare con un operatore, che ottengono il 68,9% di soddisfatti, lasciando un 31,1% di utenti insoddisfatti. Questo risultato, nettamente inferiore alla media, compromette il risultato finale del fattore. Di conseguenza, l'indice percentuale di soddisfazione media si ferma all'81,7%
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** La criticità del fattore risulta evidente analizzando i valori dell'Alta Soddisfazione (voti 9 e 10), che registrano una media deludente di appena il 3,3% dei rispondenti.
- **Intensità di soddisfazione:** L'intensità media si attesta sul limite inferiore della fascia media, con un voto di 6,1, trainato verso il basso dal 5,8 relativo al tempo di attesa per parlare con l'operatore. Questo rappresenta il punteggio più basso tra tutti i sub-fattori analizzati. Al limite dell'approvazione troviamo anche gli orari di apertura, che raggiungono una media di 6,1 punti. Migliorando questi aspetti si potrebbe assistere a un vero e proprio salto qualitativo.
- **Domanda Overall ed Importanza:** la *domanda overall* rispecchia le criticità segnalata precedentemente, segnando un 86,7% di soddisfatti e solo un 6,7% di altamente soddisfatti, di fronte ad un'importanza aggiudicata dall'utenza al 100%.



**TEMPO DI ATTESA PER PARLARE
CON L'OPERATORE**



**SEGUIRE FACILMENTE LE INDICAZIONI DEL
RISPONDITORE AUTOMATICO**



CAPACITA' DI TROVARE SOLUZIONI EFFICACI



**LA COMPLETEZZA E L'ESAUSTIVITA' DELLE
RISPOSTE**



CORTESIA DELL'OPERATORE

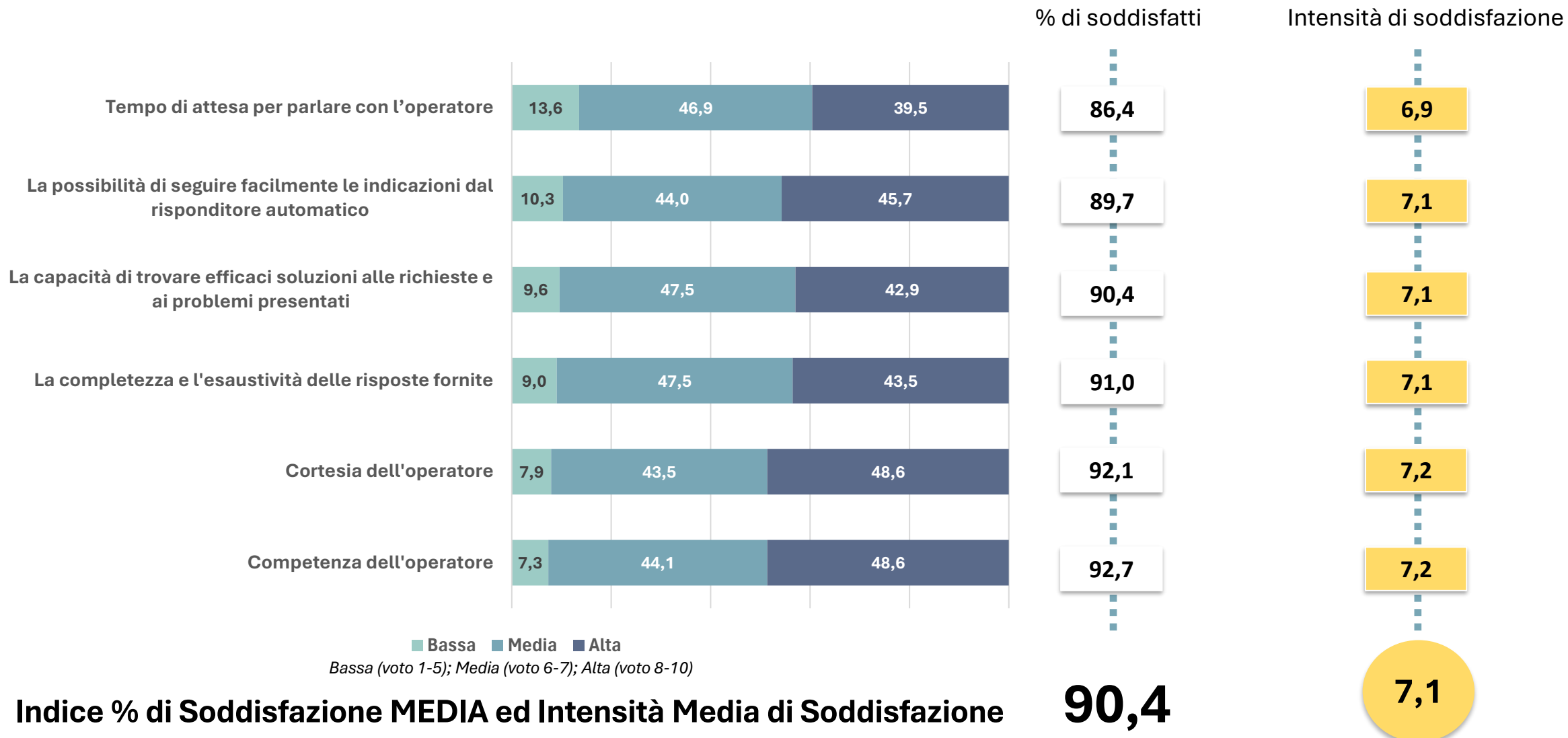


COMPETENZA DELL'OPERATORE



NUMERO VERDE

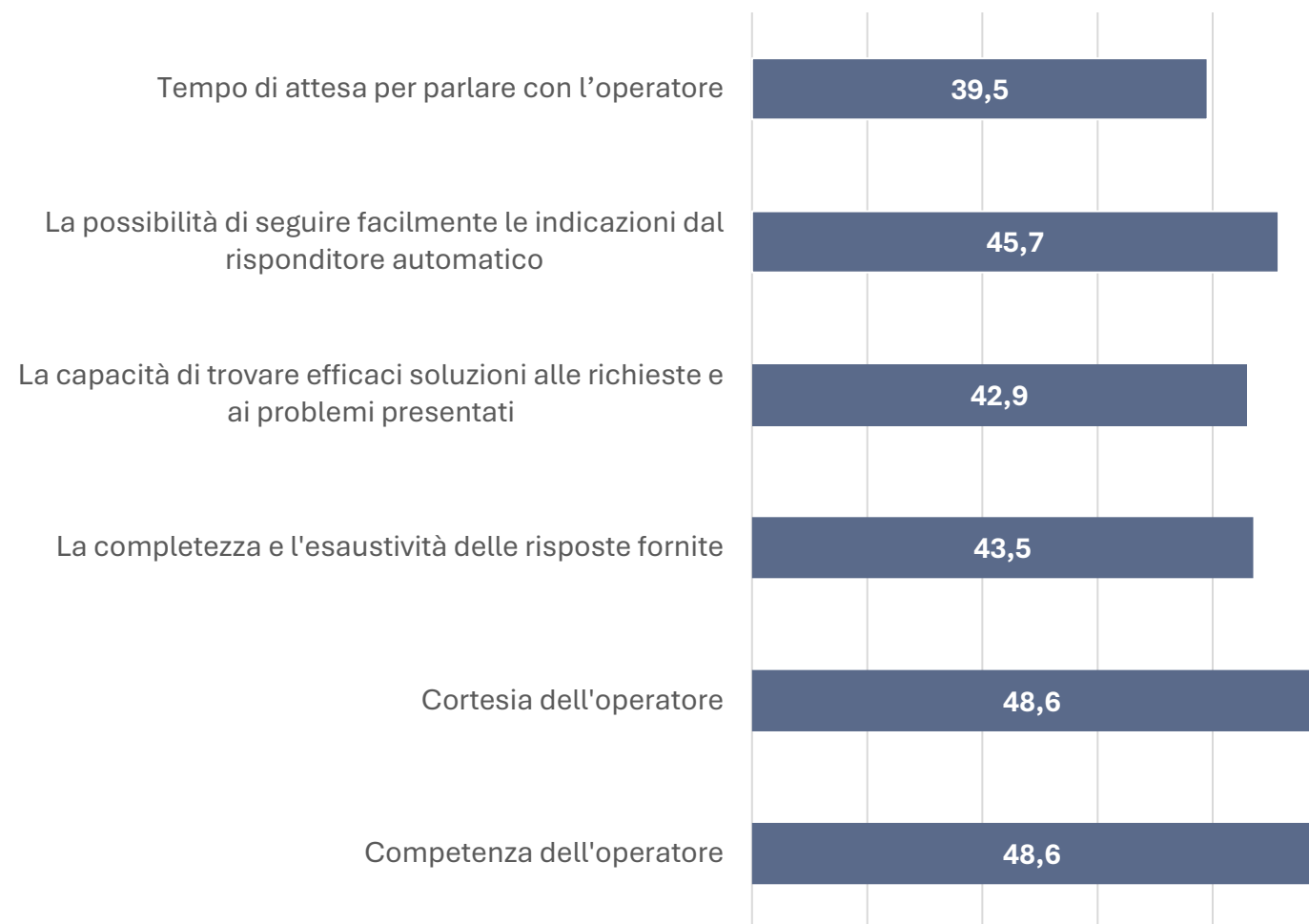
Dati comparati del grado di soddisfazione (sul 29,5% del totale)





NUMERO VERDE

Dati comparati del grado di alta soddisfazione *(sul 29,5% del totale)*



**Indice % di Alta
Soddisfazione MEDIA**

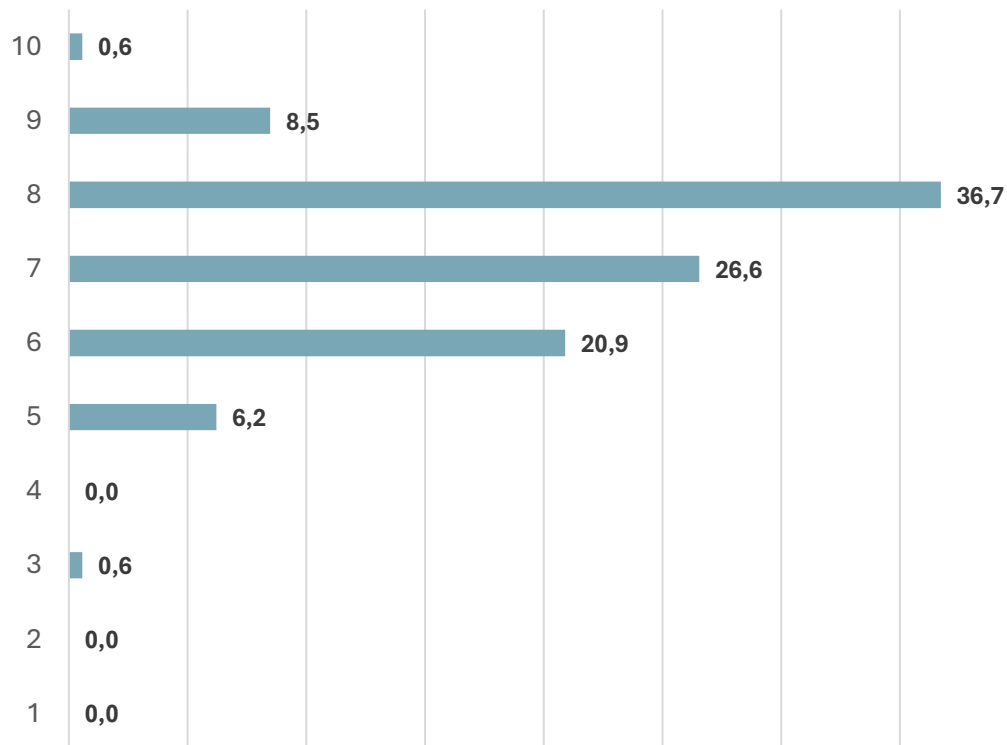
44,8



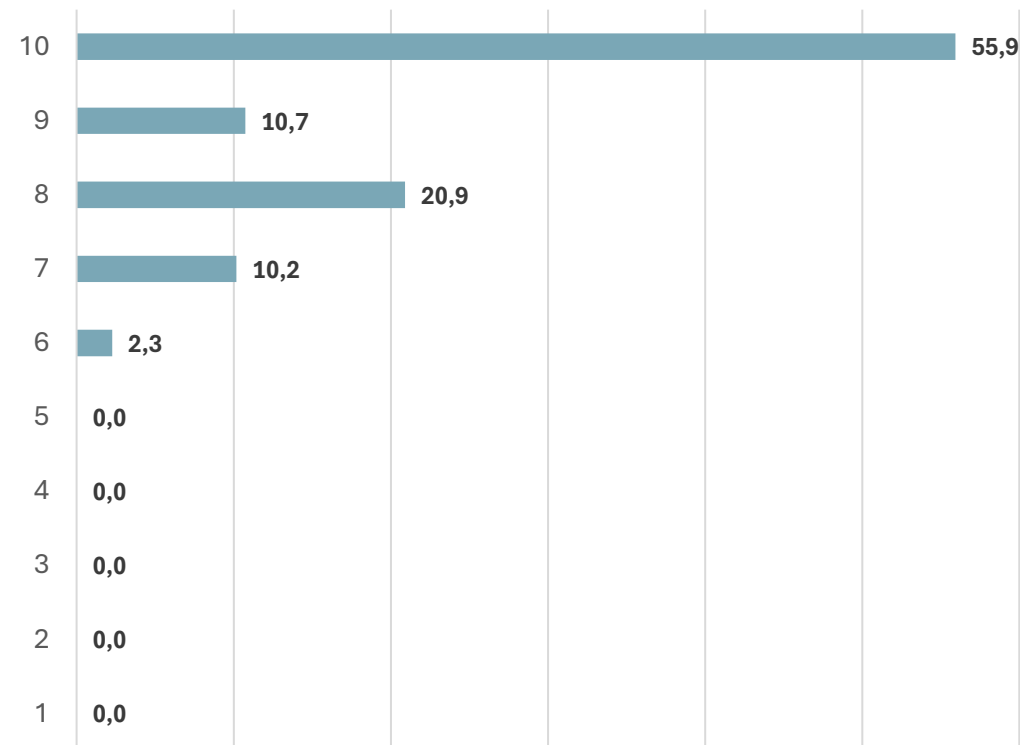
NUMERO VERDE

Domanda Overall ed Importanza (sul 29,5% del totale)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Alta Soddisfazione	45,8%
Soddisfazione	93,2%

Importanza	100%
------------	------



NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Considerazioni

Il 29,5% degli intervistati ha dichiarato di aver contattato l'Azienda attraverso il Numero Verde, una percentuale più significativa rispetto a quella dello Sportello, che consente di ottenere risultati più attendibili dal punto di vista statistico.

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** sebbene i valori siano generalmente migliori per questo canale di comunicazione, l'aspetto più critico rimane il *tempo di attesa per parlare con l'operatore*, che registra un risultato inferiore alla media: l'86,4% di soddisfatti e il 13,6% di insoddisfatti (voti da 1 a 5). *Competenza e cortesia dell'operatore* ricevono invece valutazioni più positive, raggiungendo rispettivamente il 92,7% e il 92,1% di soddisfatti (voti da 6 a 10). Nonostante il margine d'errore statistico sia più elevato, il segnale fornito dall'utenza appare chiaro. L'indice percentuale di soddisfazione media si attesta al 90,4%. Tuttavia, questo valore risente fortemente di due fattori critici: il *tempo di attesa* e l'aspetto tecnologico, in particolare *il risponditore automatico*, che registra un'insoddisfazione del 10,3% (voti da 1 a 5). Infine, *la capacità di trovare soluzioni alle richieste e ai problemi presentati* si posiziona a metà tra tutti i fattori analizzati, con una soddisfazione del 90,4% e un'insoddisfazione del 9,6%.
- **Intensità di soddisfazione:** l'intensità media viene influenzata negativamente *dal tempo di attesa per parlare con l'operatore*, che registra un valore di 6,9. Gli altri due aspetti analizzati si collocano a metà della fascia media: *competenza del personale* e *cortesia del personale*, che raggiungono il punteggio più elevato del fattore con 7,2. L'Alta soddisfazione complessiva si attesta a un modesto 44,8%, con un picco del 48,6% nei sub-fattori legati agli aspetti umani e il punto più basso registrato per il *tempo di attesa*, fermo al 39,5%.
- **Domanda Overall ed Importanza:** la *domanda overall* segna il 93,2% di soddisfatti ed un 45,8% dei voti 8-10. L'importanza segna un 100%.



CHIAREZZA DEL CALENDARIO DI RACCOLTA



CHIAREZZA OPUSCOLO ESPLICATIVO



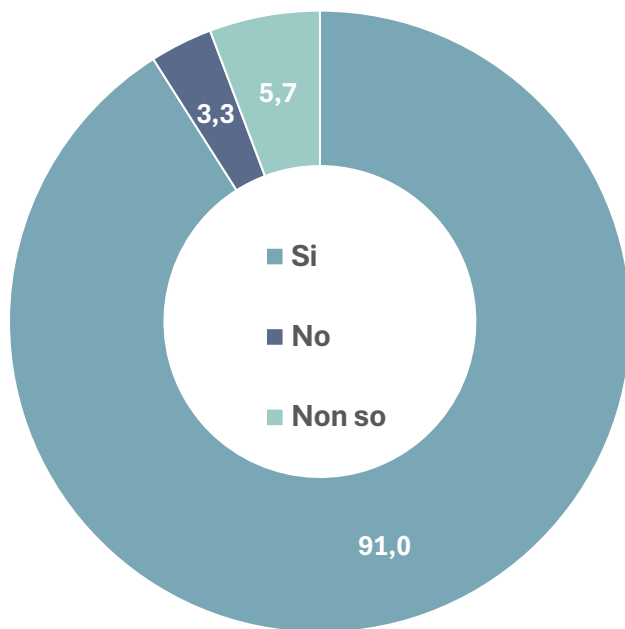
**INFORMAZIONI FORNITE SULLE MODALITA'
DI SVOLGIMENTO DEL SERVIZIO**



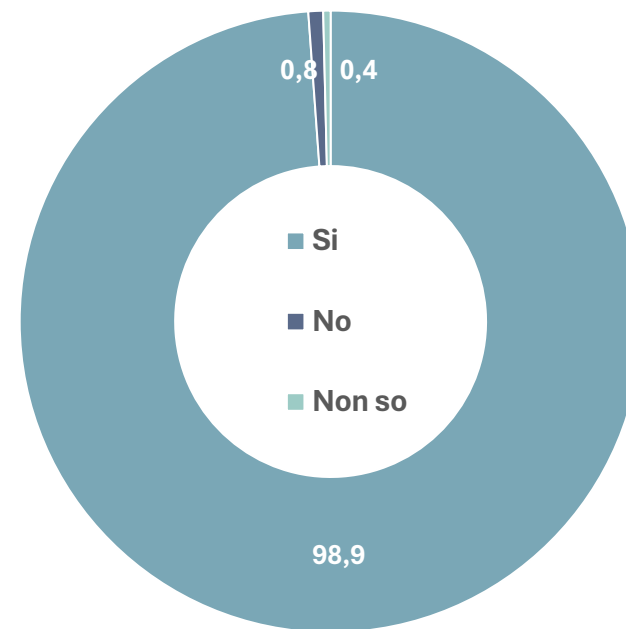
COMUNICAZIONE

Domande all'utenza

Ritiene necessario inasprire controlli e sanzioni?



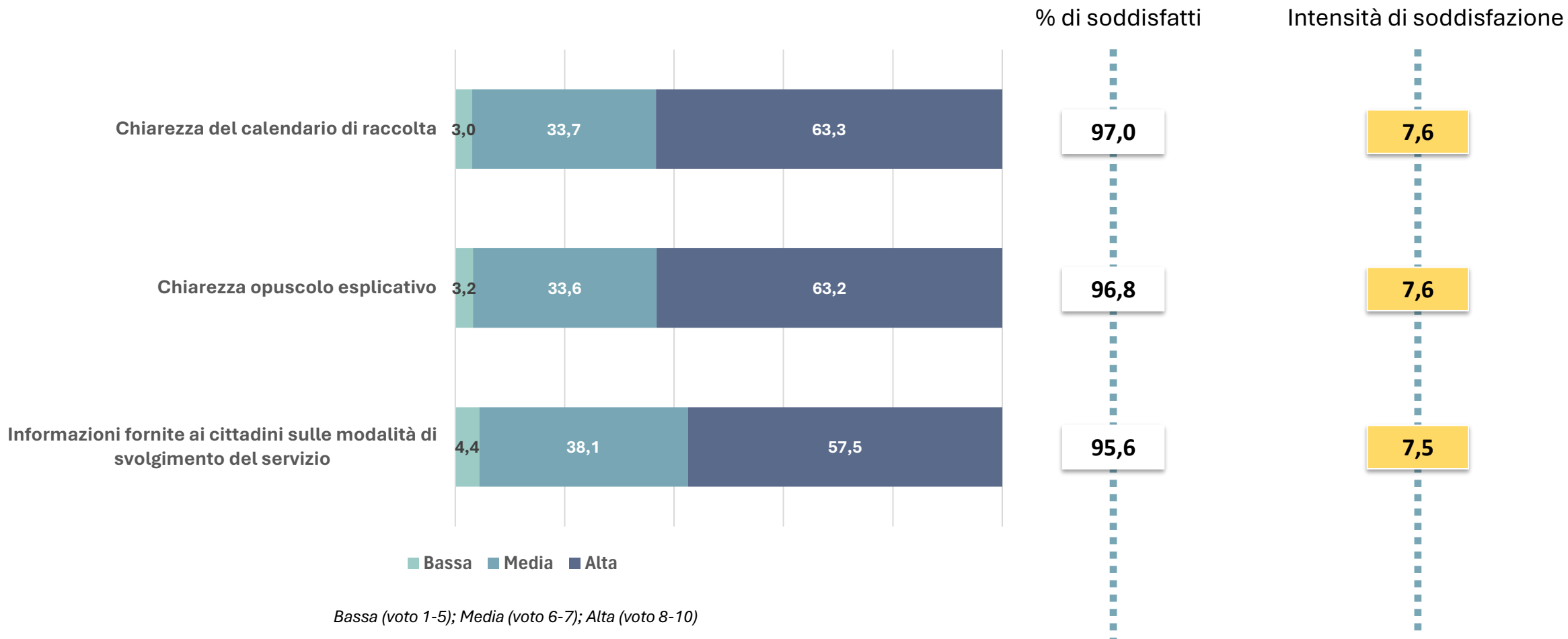
Ritiene necessario fare campagne educative (nelle scuole ad esempio)?





COMUNICAZIONE

Dati comparati del grado di soddisfazione



Indice % di Soddisfazione MEDIA ed Intensità Media di Soddisfazione

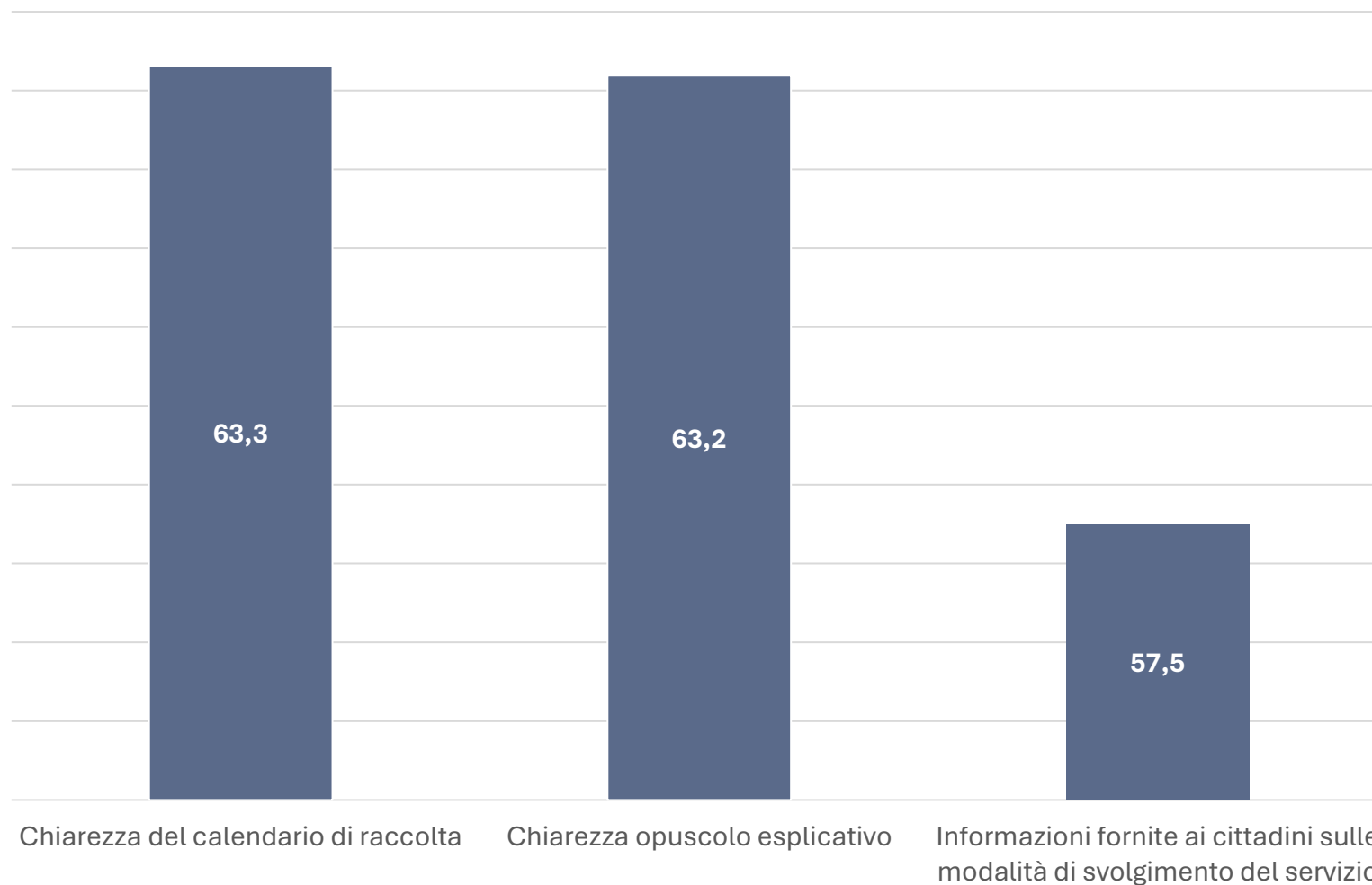
96,5

7,5



COMUNICAZIONE

Dati comparati del grado di alta soddisfazione



Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

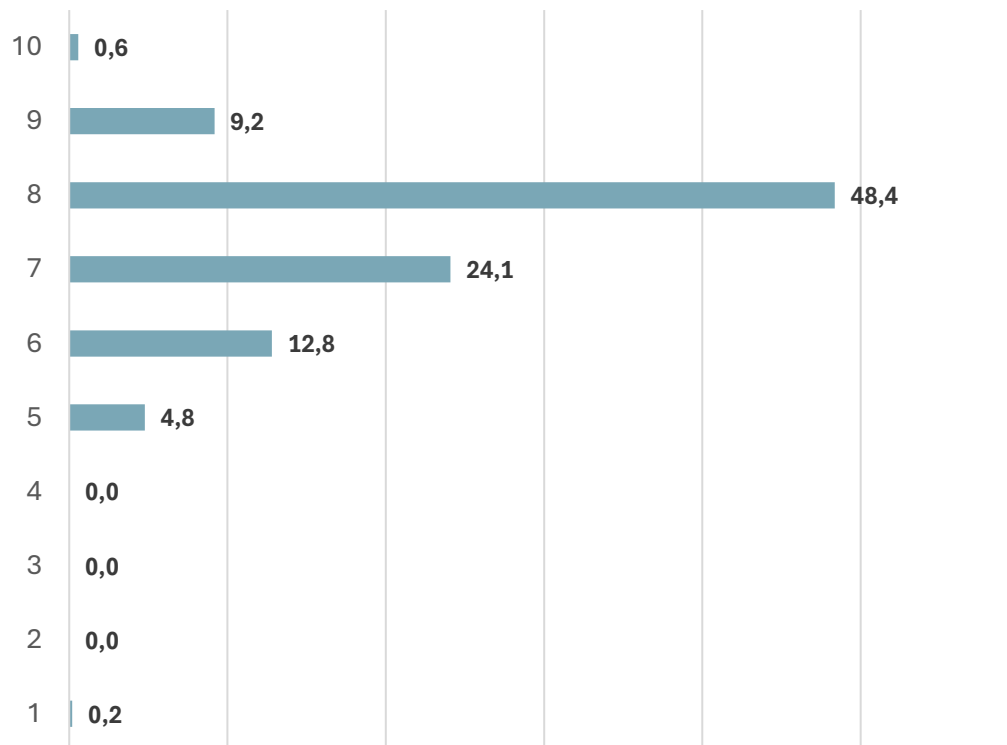
61,3



COMUNICAZIONE

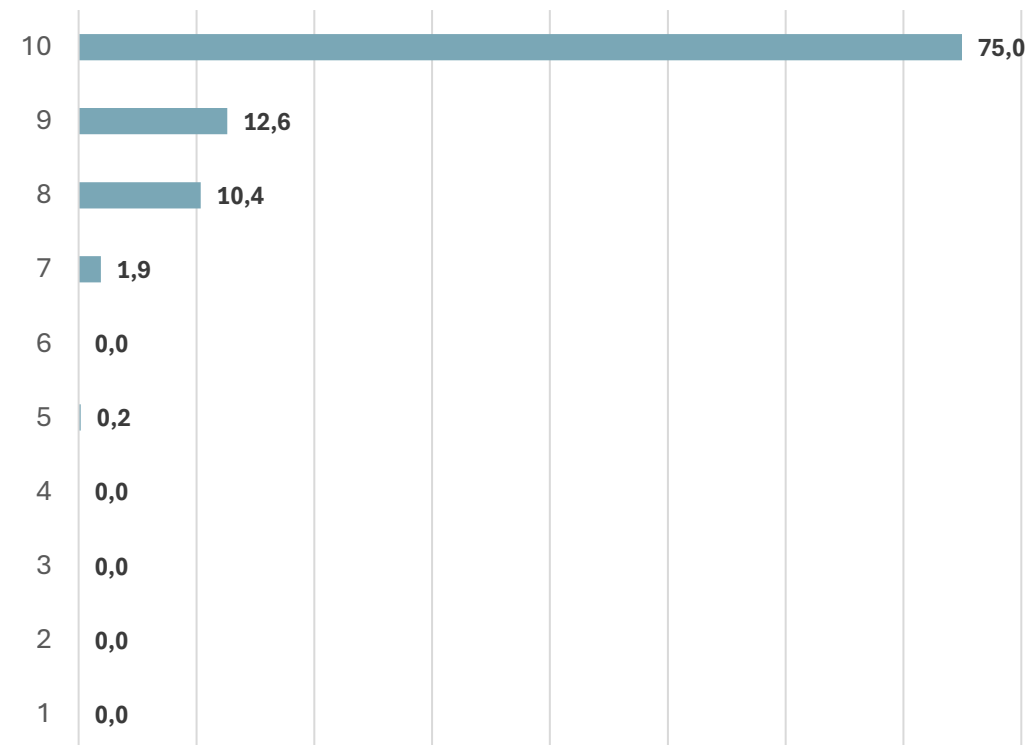
Domanda Overall ed Importanza (sul 93,5% del totale)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



Alta Soddisfazione	58,1%
Soddisfazione	95,0%

IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Importanza	99,8%
-------------------	--------------



COMUNICAZIONE

Considerazioni

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** Il fattore ottiene un indice percentuale di soddisfazione media pari al 96,5%. Nell'Alta soddisfazione (voti da 8 a 10), si distinguono la *chiarezza del calendario di raccolta* (63,3%) e la *chiarezza dell'opuscolo esplicativo* (63,2%), con una valutazione superiore di circa 5,7 punti percentuali rispetto alle *informazioni fornite ai cittadini sullo svolgimento del servizio* (57,5%). Le percentuali di insoddisfazione restano contenute, variando tra il 3,0% per la *chiarezza del calendario* e il 4,4% per le *informazioni sulla modalità di raccolta*. I dati confermano che il fattore è generalmente apprezzato dall'utenza.
- **Intensità di soddisfazione:** l'intensità di soddisfazione media raggiunge voto 7,5, nella fascia media e con ampio margine di miglioramento; troviamo *chiarezza dell'opuscolo esplicativo* e *chiarezza del calendario di raccolta* che registrano dei voti leggermente superiori alla media (7,6).
- **Domanda Overall ed Importanza:** la *domanda overall* riceve quote di soddisfatti al 95,0% e di altamente soddisfatti per il 58,1%. L'importanza raggiunge di nuovo un 99,8%.
- Il fattore **Comunicazione**, fondamentale per il corretto svolgimento del servizio, risulta essere il più apprezzato dall'utenza, raggiungendo il valore più alto di soddisfazione tra tutti i fattori analizzati.



GIUDIZIO GLOBALE



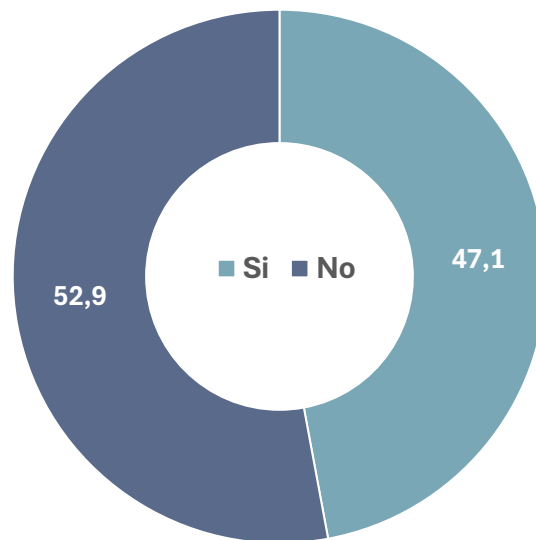
IMPORTANZA



GIUDIZIO GLOBALE

Domande all'utenza

Lei è a conoscenza dei costi che comportano tutte le operazioni complessive del servizio igienico nella sua città?



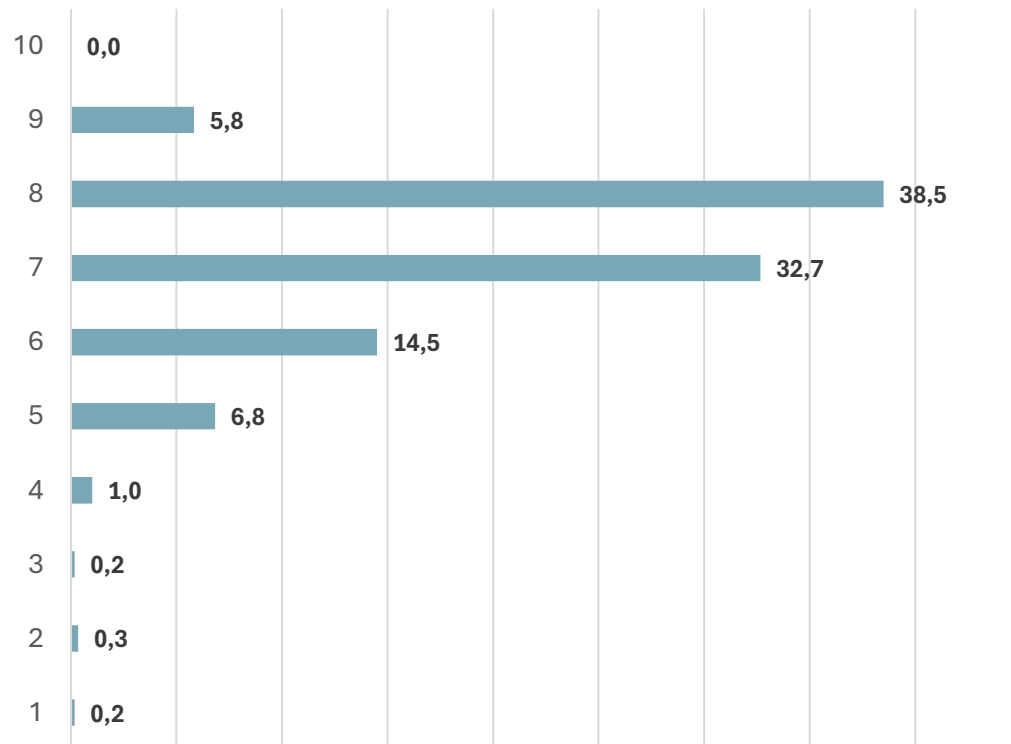
Il dato suggerisce che una campagna di comunicazione mirata a spiegare i costi associati all'attività potrebbe contribuire a migliorare la valutazione finale riguardo al rapporto tra qualità del servizio erogato dal Gestore e prezzo pagato dall'utenza



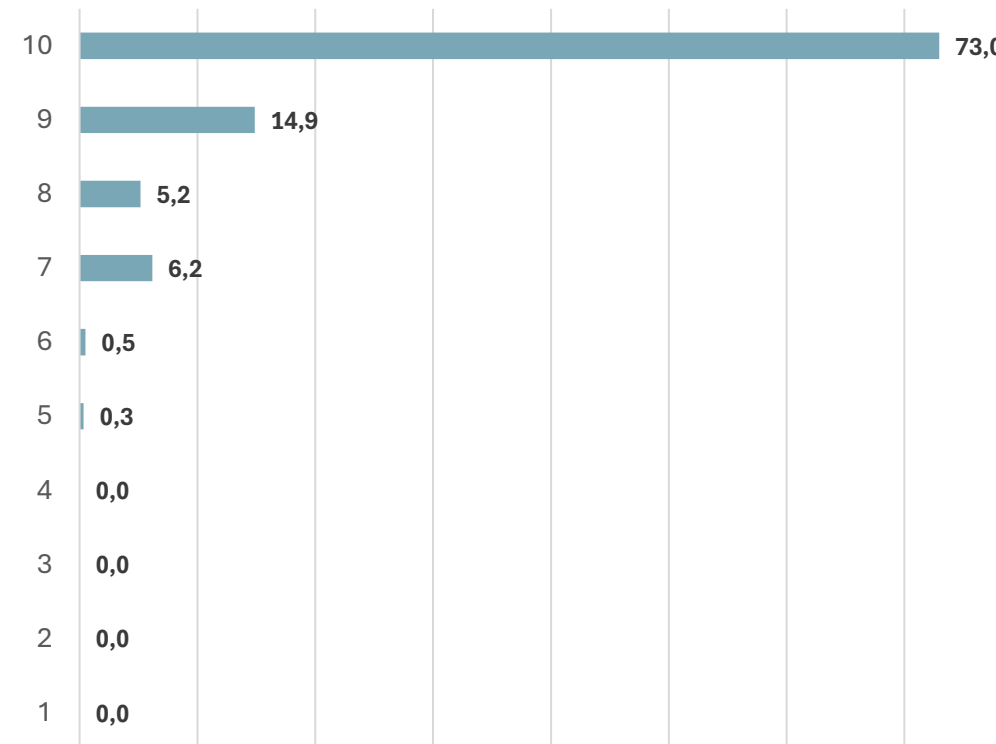
GIUDIZIO GLOBALE

Domanda Overall ed Importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Alta Soddisfazione	44,3%
Soddisfazione	91,5%

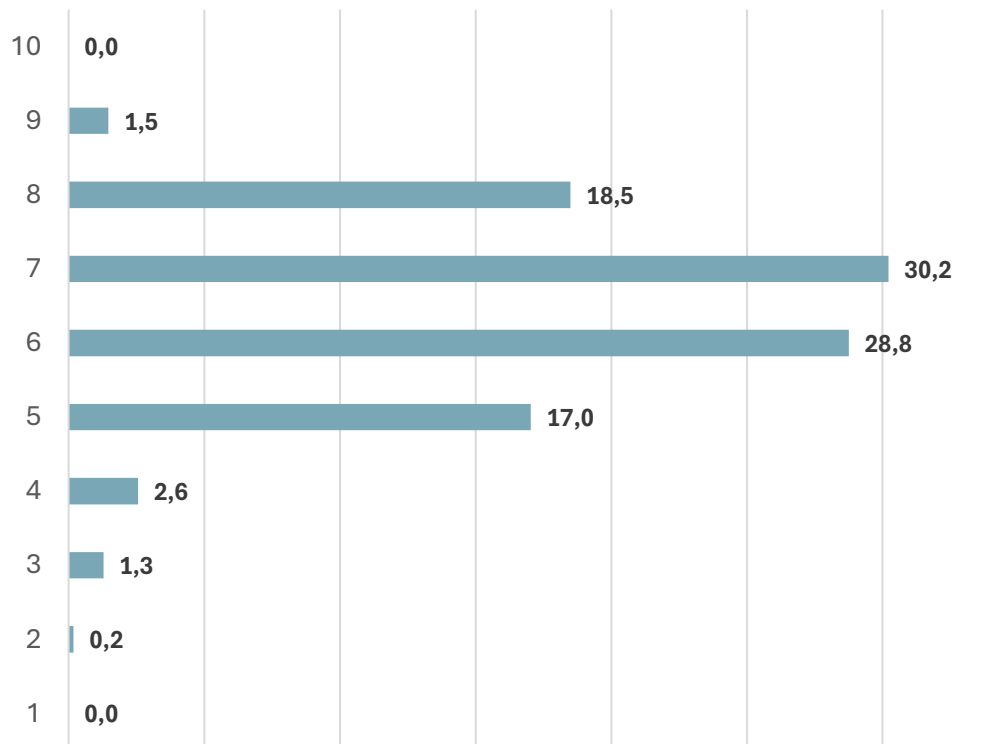
Importanza	99,7%
------------	-------



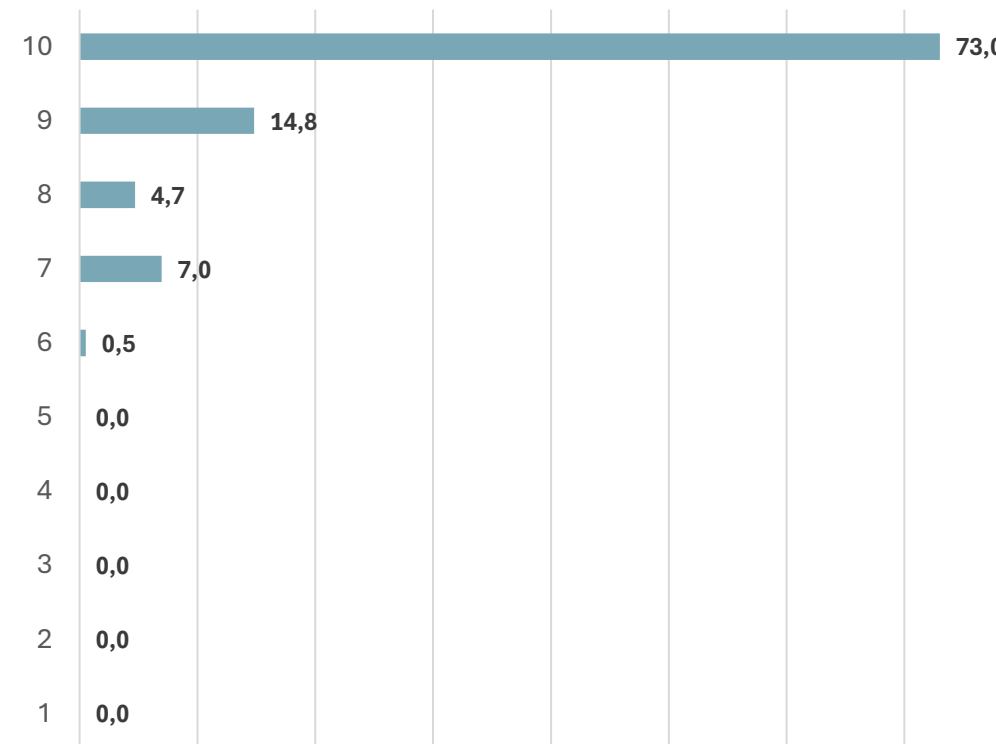
RAPPORTO QUALITÀ - PREZZO

Domanda Overall ed Importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Alta Soddisfazione	20,0%
Soddisfazione	78,9%

Importanza	100%
------------	------



GIUDIZIO COMPLESSIVO

Considerazioni

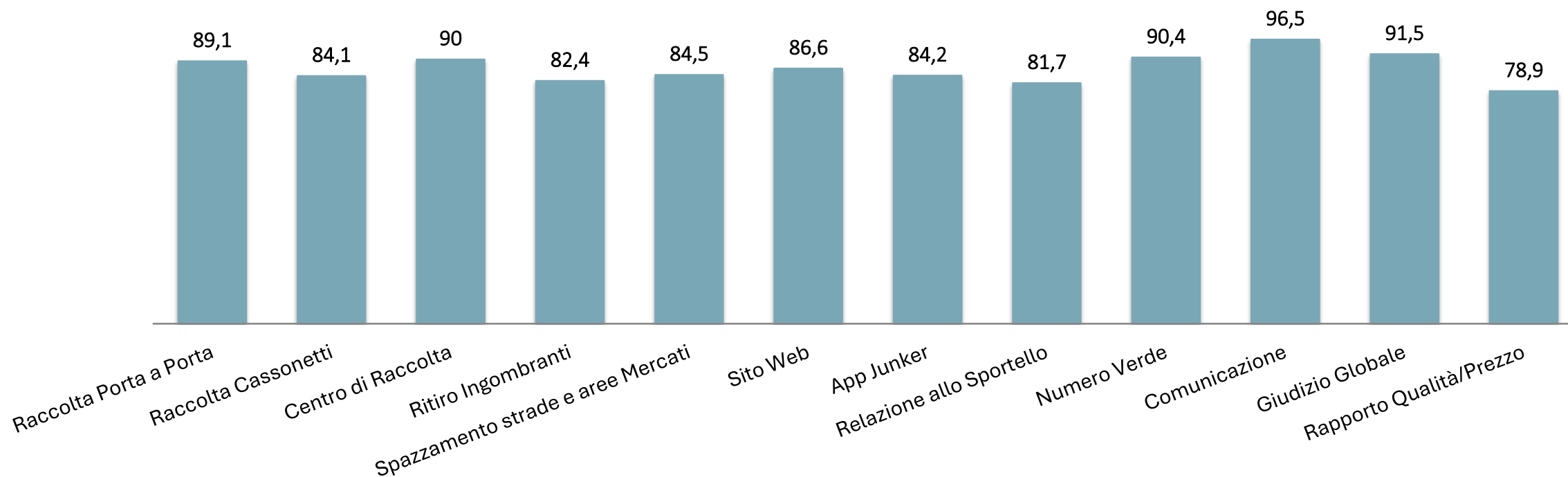
- **Giudizio globale:** a conclusione dell'indagine viene posta una domanda a carattere generale, che abbraccia tutti gli aspetti del servizio, un “giudizio complessivo” sulla qualità offerta da Ambiente S.p.A.: con un 91,5% di soddisfatti ed un 44,3% di altamente soddisfatti, si rilevano delle valutazioni superiori a quelle registrate lungo tutta l'indagine facendoci capire che, nonostante le criticità, l'immagine aziendale riesce a controbilanciare la singola percezione degli aspetti del servizio.
- **Rapporto qualità / prezzo:** nell'aspetto economico della relazione troviamo un 78,9% di soddisfatti ed un 20% di altamente soddisfatti. Nonostante la valutazione non sia ampiamente positiva, possiamo notare come questo tipo di aspetto è altamente influenzato da fattori macro-economici che non riguardano direttamente l'azienda.



CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2025

Utenti soddisfatti - Media ponderata dell'indice percentuale di soddisfazione media su ogni fattore

86,5

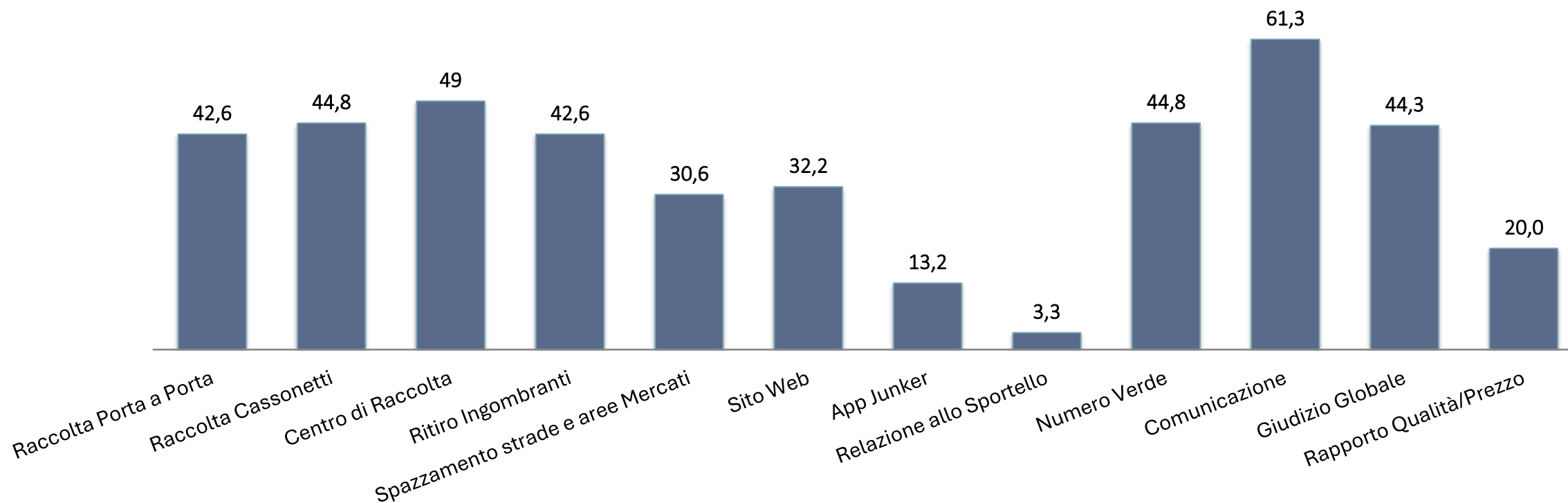




HIGH CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2025

Utenti soddisfatti - Media ponderata dell'indice percentuale di **ALTA** soddisfazione media su ogni fattore

37,4





CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2025

Nota Metodologica

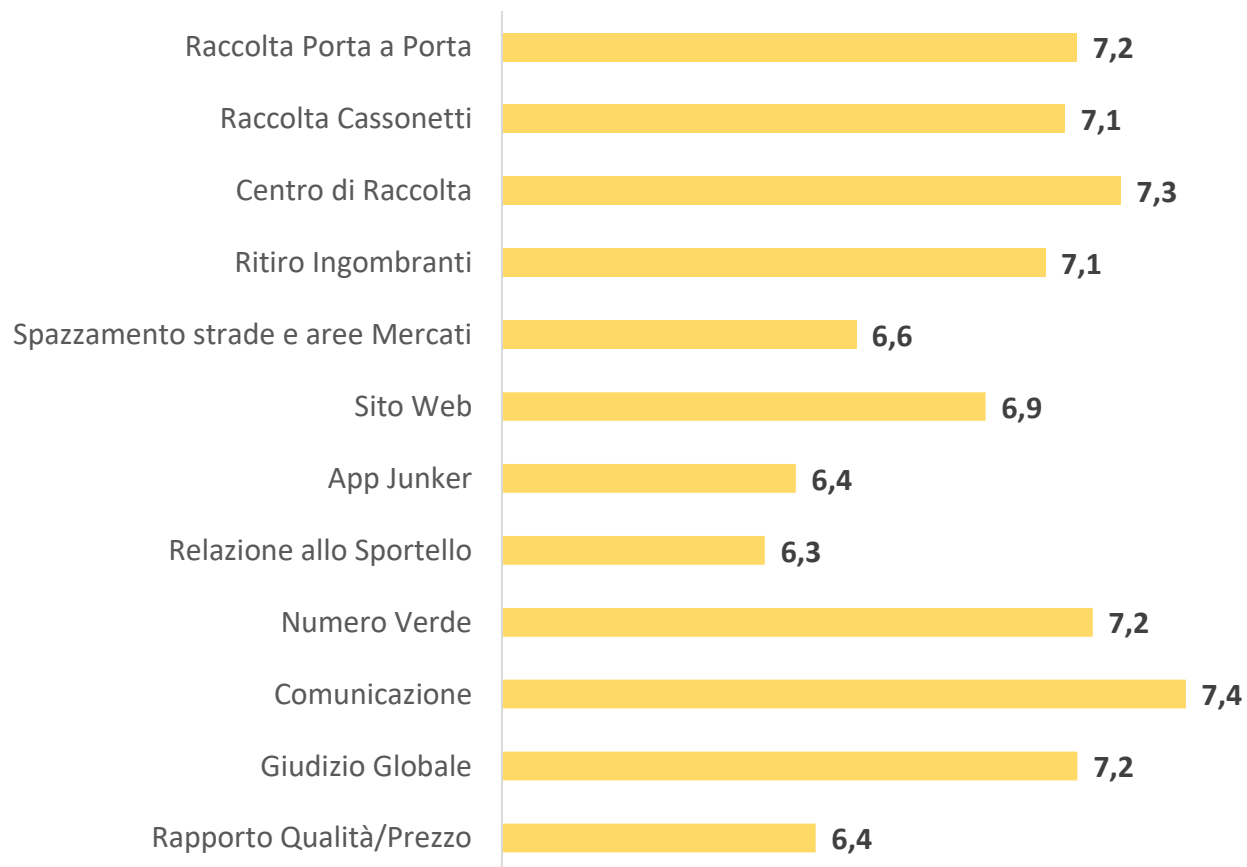
NOTA METODOLOGICA: Per costruire un Indice di Customer Satisfaction (sintetico) abbiamo assegnato ad ogni Fattore un peso specifico relativo all'importanza che ognuno ha all'interno del sistema.

Fattore	Peso
Raccolta Porta a Porta	0,15
Raccolta Cassonetti	0,15
Centro di Raccolta	0,10
Ritiro Ingombranti	0,05
Spazzamento strade e aree Mercati	0,10
Sito Web	0,05
App Junker	0,05
Relazione allo Sportello	0,05
Numero Verde	0,05
Comunicazione	0,05
Giudizio Globale	0,10
Rapporto Qualità/Prezzo	0,10
TOTALE	1

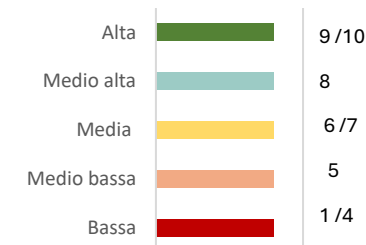


CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2025

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



Intensità
(media dei punteggi)
TOTALE





CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2025

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	91,5
INDICE SINTETICO	86,5

Dall'analisi dei fattori emerge che l' **Indice Sintetico di Soddisfazione** (86,5) risulta **inferiore** alla soglia convenzionale di alta soddisfazione (90,0).

L' **Indice Generale di Soddisfazione** (91,5), invece, supera l'Indice Sintetico di 5 punti percentuali. Ciò indica che il "brand aziendale", ovvero l'immagine complessiva di **AMBIENTE S.p.A.** come fornitore di servizi, è percepito più positivamente dagli utenti, generando un valore aggiunto rispetto alla performance diretta del servizio valutato



MAPPA DELLE PRIORITÀ

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

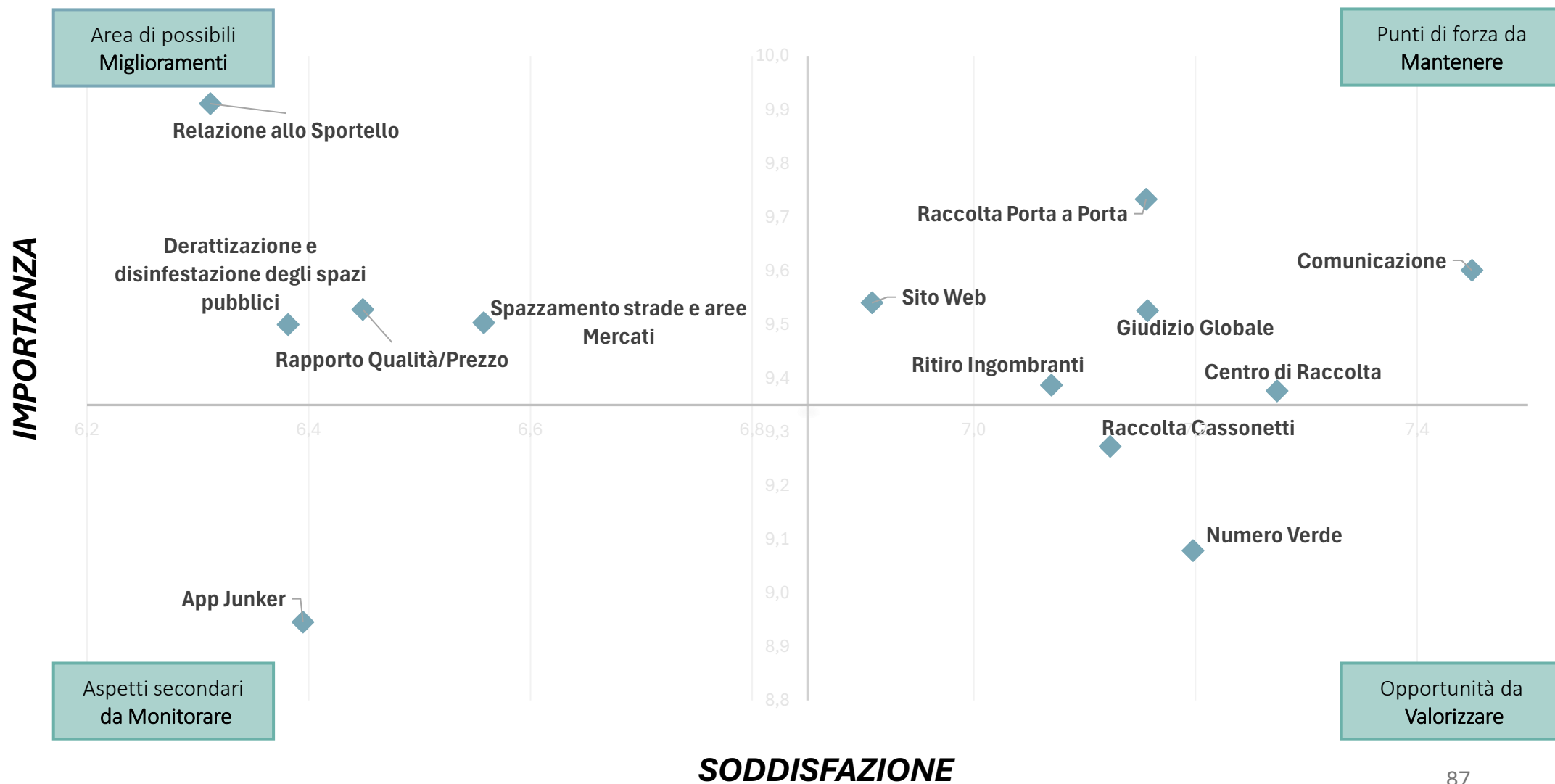
Intanto va specificato che l'obiettivo della mappa è quello di facilitare la lettura dei dati e favorire la presa di decisioni consentendo di individuare eventuali ambiti prioritari di intervento (ossia quelli ove si presentano contemporaneamente un alto livello di importanza per il cittadino e un basso 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 PRIORITÀ





MAPPA DELLE PRIORITÀ

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», con riferimento ad i risultati della domanda *Overall* di ogni fattore. Ci sono quelli più in alto, che dimostrano maggiore importanza (asse verticale: Importanza); quelli più a destra segnalano maggiore soddisfazione (asse orizzontale: Soddisfazione).

Area di possibili miglioramenti

- Relazione allo Sportello
- Derattizzazione e Disinfestazione
- Spazzamento delle Strade e aree Mercati
- Rapporto Qualità-Prezzo

Punti di forza da mantenere

- Raccolta Porta a Porta
- Sito Web
- Comunicazione
- Giudizio Globale
- Ritiro Ingombranti
- Centro di Raccolta

Aspetti secondari da monitorare

- App Junker

Opportunità da valorizzare

- Raccolta Cassonetti
- Numero Verde



INDICE DI OMOGENEITÀ

Il significato dell'indice di omogeneità

L'indice di omogeneità sviluppato offre una misura robusta della coerenza nella valutazione della soddisfazione dei sub-fattori rispetto alla media complessiva di soddisfazione. Calcolato come rapporto della deviazione standard delle percentuali di soddisfazione dei sub-fattori rispetto all'indice medio di soddisfazione, l'indice fornisce un'indicazione della consistenza relativa delle valutazioni. Un valore più basso dell'indice suggerisce una maggiore uniformità nella soddisfazione tra i sub-fattori rispetto alla media complessiva, mentre un valore più alto riflette una maggiore variazione nella soddisfazione tra i sub-fattori. La soglia d'omogeneità è pari al margine d'errore statistico (3,5).

I risultati

Si nota una buona omogeneità nella soddisfazione dei vari fattori ed una bassa omogeneità nelle percentuali di alta soddisfazione. Questo fenomeno suggerisce che il servizio è apprezzato dall'utenza, ma al contempo pone una sfida nell'esaltare la totalità dell'utenza. L'obiettivo finale è garantire una completa elevata omogeneità nella valutazione del servizio al fine di massimizzare la Customer Satisfaction complessiva.

Fattori del servizio	Raccolta Porta a Porta	Raccolta Cassonetti	Centro di Raccolta	Ritiro Ingombranti	Spazzamento Strade	Sito Web	Relazione allo Sportello	Numero Verde	Comunicazione
Indice di omogeneità (% soddisfazione)	3,1	13,0	0,9	11,6	2,2	1,5	11,0	2,4	0,7
Indice di omogeneità (% alta soddisfazione)	13,6	26,2	2,3	10,4	22,3	0,0	38,5	7,9	5,4

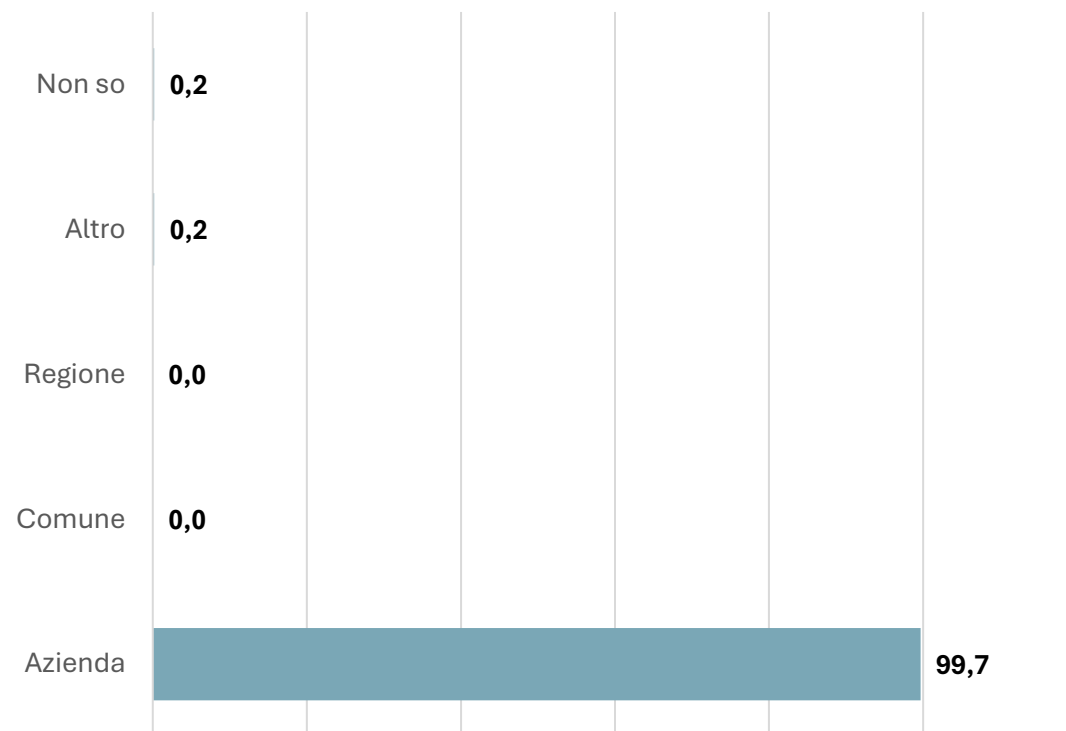
La soglia d'omogeneità è pari al margine d'errore statistico (3,99)



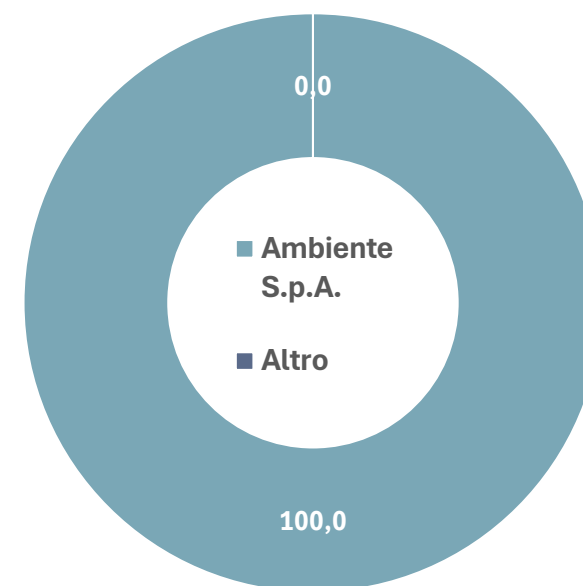
NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

Considerazioni

Sa chi fornisce il servizio di raccolta differenziata?



Saprebbe indicare il nome dell'azienda?

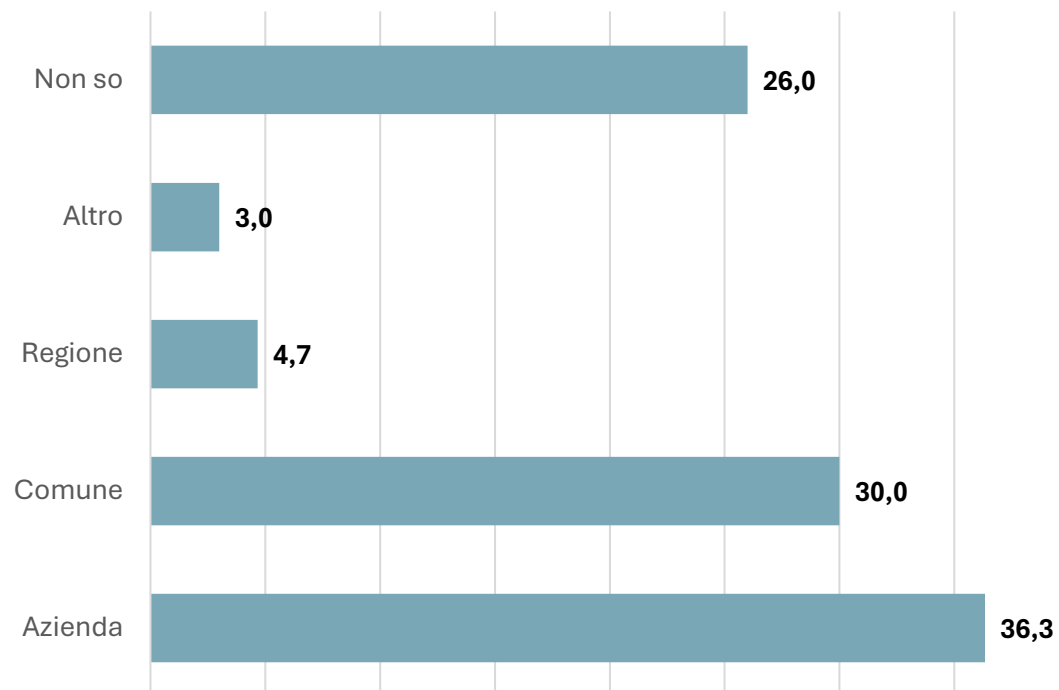




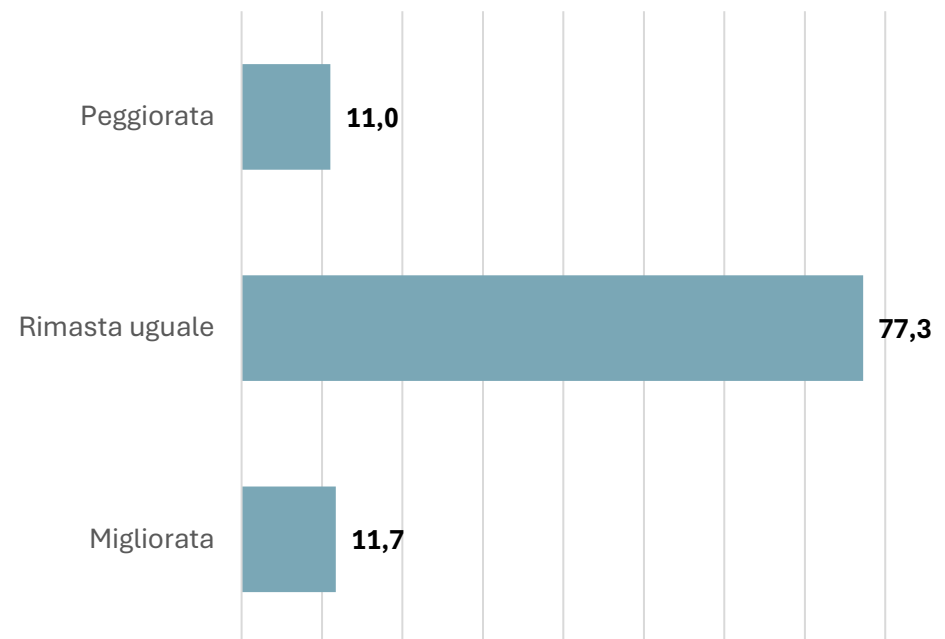
NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

Considerazioni

Sa chi determina la tariffa?



Ritiene che la qualità del servizio di Raccolta Differenziata offerto da AMBIENTE S.p.A. negli ultimi due anni, sia?

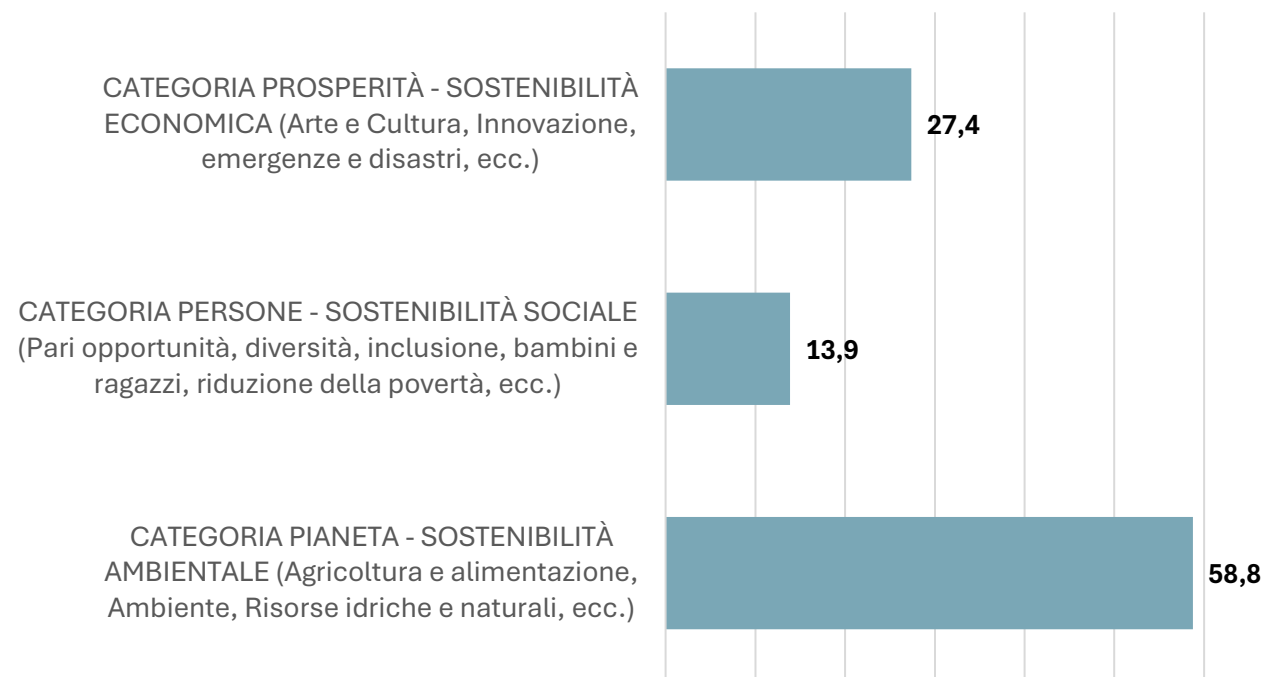




NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

Considerazioni

Pensando alle azioni concrete che l'Azienda potrebbe sviluppare a beneficio del territorio, e tenendo in considerazione i Suoi valori, su quali temi pensa il gestore del servizio di raccolta differenziata dovrebbe focalizzarsi?





INCROCIO DATI

Dati comparati del grado di soddisfazione per tipologia d'utenza

Fattore	Utenza Domestica		Utenza aziendale	
	Soddisfazione	Alta Soddisfazione	Soddisfazione	Alta Soddisfazione
Raccolta Porta a Porta	93,2	44,2	78,1	40,6
Raccolta Cassonetti	91,1	45,0	77,8	38,9
Centro di Raccolta	91,7	49,1	77,8	44,4
Ritiro Ingombranti	89,3	44,4	94,4	33,3
Spazzamento strade e aree Mercati	83,5	25,1	83,7	22,4
Sito Web	85,5	33,7	100,0	25,0
App Junker	82,4	14,7	100,0	0,0
Relazione allo Sportello	87,8	4,9	75,0	25,0
Numero Verde	92,9	46,7	100,0	25,0
Comunicazione	92,9	46,7	89,7	53,8
Giudizio Globale	92,3	44,3	82,4	45,1
Rapporto Qualità/Prezzo	79,4	20,0	73,3	20,0





INCROCIO DATI - BENCHMARKING


Dati comparati del grado di soddisfazione e Alta Soddifazione per Circostrizione

Nelle seguente tabelle abbiamo raggruppato e messo a confronto i risultati del Benchmarking tra le diverse aree geografica / Circostrizione servite, in modo di poter individuare, molto sinteticamente, quali sono quelle con i valori percentuali di **Alta Soddifazione (voti 8 a 10)** più bassi e più alti registrati per ogni Indicatore del sistema.

La lettura delle Tabelle

L'Alta Soddifazione più bassa dell'Indicatore viene segnalata in color rosa scuro 

La seconda Alta Soddifazione più bassa dell'Indicatore viene segnalata in color giallo 

L'Alta Soddifazione più alta per ogni Indicatore viene segnalata in color verde 



INCROCIO DATI - BENCHMARKING

Dati comparati del grado di soddisfazione e Alta Soddisfazione per Circoscrizione

Fattore	Castellamare		Portanuova		Colli	
	Soddisfazione	Alta Soddisfazione	Soddisfazione	Alta Soddisfazione	Soddisfazione	Alta Soddisfazione
Raccolta Porta a Porta	93,4	54,1	92,3	39,4	91,3	47,8
Raccolta Cassonetti	83,7	40,2	97,1	46,4	100,0	68,8
Centro di Raccolta	100,0	66,7	86,8	32,1	87,5	62,5
Ritiro Ingombranti	95,0	53,3	88,1	41,6	87,8	40,5
Spazzamento strade e aree Mercati	74,3	21,6	89,0	30,1	81,7	15,9
Sito Web	92,3	46,2	82,4	23,5	89,5	42,1
App Junker	66,7	0,0	89,3	14,3	50,0	0,0
Relazione allo Sportello	100,0	0,0	85,0	5,0	90,5	9,5
Numero Verde	100,0	50,9	87,2	43,6	95,0	47,5
Comunicazione	100,0	73,2	93,1	49,8	95,4	62,6
Giudizio Globale	88,9	39,2	92,4	43,1	94,7	53,8
Rapporto Qualità/Prezzo	76,3	28,1	78,1	16,2	86,4	23,6



INCROCIO DATI - BENCHMARKING

Dati comparati del grado di soddisfazione e Alta Soddisfazione per Circoscrizione

La **media non ponderata dell'Alta Soddisfazione** (voti 8-10) su tutti i fattori analizzati vede al primo posto, con il 39,6%, i residenti della circoscrizione Colli, dove il giudizio globale raggiunge il 53,8% di utenti molto soddisfatti. Al secondo posto per media di alta soddisfazione, con una differenza di appena 0,2 punti percentuali, troviamo i residenti di Castellamare (39,4%). Infine, a circa 7,5 punti percentuali di distanza, si posizionano i residenti della circoscrizione Porta Nuova, la cui alta soddisfazione si ferma al 32,1% del totale. Tuttavia, nell'alta soddisfazione del giudizio globale (domanda posta alla fine del questionario), Porta Nuova sale al secondo posto con il 43,1% di voti 8-10, seguita da Castellamare, con il 39,2% di utenti molto soddisfatti.

Aspetti tecnici

Oltre alla media complessiva, emergono alcune particolarità all'interno dei fattori analizzati. Sebbene con un numero limitato di risposte (61), la *raccolta porta a porta* risulta essere maggiormente apprezzata nella circoscrizione Castellamare, con il 54,1% di voti 8-10. Al contrario, nella circoscrizione Porta Nuova, l'alta soddisfazione per questo tipo di raccolta si ferma al 39,4%, segnando il punteggio più basso.

In modo inverso, la raccolta tramite cassonetti stradali ottiene il risultato migliore nella circoscrizione Colli, con un 68,8% di alta soddisfazione, anche se si tratta di un campione molto ridotto (solo 16 risposte). Al secondo posto troviamo Porta Nuova, dove, su un totale di 69 casi, il 46,4% degli intervistati esprime un'alta soddisfazione.

Infine, nella circoscrizione Castellamare, che registra il maggior numero di rispondenti (177), l'alta soddisfazione per la raccolta tramite *cassonetti stradali* si ferma al 40,2%. Castellamare, inoltre, si distingue come l'area geografica della città che apprezza maggiormente i servizi del *Centro di Raccolta* (66,7% di voti 8-10) e del *ritiro ingombranti*, con il 53,3% di alta soddisfazione.

Lo *spazzamento delle strade*, servizio comune a tutte le circoscrizioni, riscuote maggiore soddisfazione a Porta Nuova, dove il 30,1% degli intervistati si dichiara molto soddisfatto e la soddisfazione complessiva (voti 6-10) raggiunge l'89%. Nella circoscrizione Colli, l'alta soddisfazione scende al 15,9%, mentre a Castellamare si attesta al 21,6% di voti alti. Relativamente agli aspetti tecnici, lo spazzamento delle strade risulta l'indicatore meno apprezzato e rappresenta un possibile punto di criticità, poiché la pulizia generale della città incide significativamente, in positivo o in negativo, sull'opinione complessiva degli utenti riguardo al servizio di raccolta differenziata.

Canali di contatto

Riguardo ai canali di contatto, emerge come lo *sportello* rappresenti una criticità significativa nel sistema di rapporto con l'utenza. I valori di alta soddisfazione (voti 8-10) sono al minimo: 9,5% nella circoscrizione Colli, 5,0% a Porta Nuova e addirittura 0% tra i residenti di Castellamare. L'opinione degli utenti su questo aspetto, fondamentale per il rapporto con il servizio, evidenzia un punto critico da considerare come altamente prioritario nel definire azioni correttive.

Le valutazioni sul numero verde risultano decisamente migliori, pur senza raggiungere l'eccellenza e con margini di miglioramento ancora ampi. L'alta soddisfazione si attesta al 50,9% per Castellamare, al 47,5% per i residenti del Colli e al 43,6% per Porta Nuova.



COMMENTI DELL'UTENZA

Raccolta rifiuti

- Vetro dentro i bidoni che quando c'è tanto vento cadono e pezzi di vetro si spargono ovunque, bisogna installare campane.
- Bidoni della differenziata buttati alla rinfusa.
- Bidoni dell'umido dei condomini che occupano interi marciapiedi.
- Assenza dei cestini per strada.
- Isola ecologica con troppa burocrazia dato che l'utente è stato mandato via poiché non aveva la delega dell'intestatario della tari.
- A volte buste di plastica e umido abbandonati per strada
- Problemi centro raccolta in via Prati (orari poco chiari, numero troppo limitato di oggetti da portare).
- Rione dei gesuiti non vengono ritirati a volte umido nell'attività commerciali.
- Ultima casa, non arrivano fino in fondo a ritirare la spazzatura.
- Fessura del cassonetto cartone troppo piccola
- Ritiro rumoroso
- Portanuova lamenta la mancanza del porta a porta del vetro e il mal funzionamento delle isole ecologiche che quasi sempre non sono usufruibili in particolare la plastica.



COMMENTI DELL'UTENZA

Numero verde

- Le segnalazioni per la sostituzione dei cassonetti fatte da sito, social e numero verde non vengono prese in considerazione.
- Difficoltà a prendere le linea al Numero Verde.
- Numero verde inefficiente, tempi lunghi di attesa per parlare con l'operatore.
- Molti utenti sostengono di fare segnalazioni sia al Numero Verde e tramite email, e queste non vengono prese in considerazione.
- Difficile prendere la linea al Numero Verde.
- Ritiro delle erbacce saltato per ben 4 volte, ore e ore al telefono per avere risposte, saltano passaggio pannolini anche dopo aver chiesto un passaggio in più a settimana per il ritiro.
- Attesa di un mese e mezzo per il ritiro ingombranti, a natale hanno saltato il ritiro dell'umido e a capodanno quello della carta, impossibile contattarli per telefono.

Ritiro ingombranti

- Per ritiro ingombranti a volte capita di dover sollecitare.
- Tempo di attesa per il servizio di ritiro ingombranti lungo (20 GG)
- Il servizio ritiro ingombranti richiede troppo tempo di attesa per i ritiri (due mesi sono ritenuti troppi).
- Oggetti ingombranti buttati per strada.



COMMENTI DELL'UTENZA

Pulizia strade

- Pescara centro lamentale sulla pulizia igiene conservazione dei cassonetti e pulizia delle strade laterali. Non cambierebbero con il porta a porta.
- Tombini sporchi.
- Strade molto sporche.
- Zona Santa Filomena molto sporca.
- Sui marciapiedi molte foglie.
- Marciapiedi sporchi per inciviltà dei padroni di cani.

Cassonetti

- Cassonetti rotti, sporchi e maleodoranti.
- Orari ritiro cassonetti preferibile di notte, crea disagio nel traffico
- Cassonetti obsoleti e poco puliti, con lamiere rotte e taglienti in via Firenze.
- Cassonetti posizionati troppo al ridosso alla fermata dell'autobus in via Bovio.



COMMENTI DELL'UTENZA

Mastelli

- Mastelli buttati ovunque, non riposti.
- Gli studi legali, non essendo muniti di mastelli, sono costretti a lasciare i sacchi dei rifiuti per strada.
- Mastelli vetro a volte non svuotati.
- Mastelli lasciati capovolti dopo raccolta rifiuti
- Gli operatori ecologici si limitano a svuotare i Mastelli, ma non puliscono le aree adiacenti (buste rotte che lasciano detriti e residui).
- Mastelli assenti per alcune attività commerciali.
- Residenti in Via del Santuario 105 lamentano il fatto che trovandosi in una stradina, sono costretti a trascinare loro i Mastelli nella strada principale e chiedendo di farlo agli operatori questi rispondono in mal modo.

Derattizzazione

- Topi in via Bovio
- Gli utenti delle varie aree intervistate lamentano mancanza di derattizzazione e pulizia delle aree periferiche.
- Disinfestazione e derattizzazione fatta poco e niente in alcune zone.
- Segnalati scarafaggi in via Rigopiano.
- Notati molti ratti nella zona vicina al Conservatorio.



strateg!ca

“Dritto all’ Obiettivo”.

Strategica SRLS

Amministratore unico -
David Buccini

Sede Legale

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

CF/P.IVA: 02739110696

www.strategicaweb.com

Area Commerciale

Massimiliano Scioli

Area Tecnica

Eduardo Sulpizio

Team Leader

Eugenio Di Cesare