



*Ruolo del cliente
nei servizi pubblici locali*

Luciano Taborchi
Dirigente Settore Servizi Pubblici Imprenditoriali
Comune di Perugia



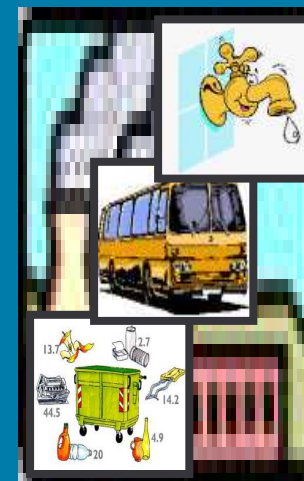
Dalla parte del Cittadino - Il parere degli utenti per migliorare i servizi pubblici locali

SERVIZI PUBBLICI LOCALI = PESO SEMPRE PIU' RILEVANTE NEL TESSUTO INDUSTRIALE ITALIANO

€ 55 MILIARDI: quotazione delle imprese operanti nel settore.

Confservizi: il valore può essere ulteriormente superato con una più adeguata regolazione e politiche tariffarie più orientate alla remunerazione dei capitali investiti.

€ 6,5 MILIARDI ANNUI: trend degli investimenti per i prossimi 10 anni.



Secondo la riforma di cui all'art. 35 della L. 448/2001 i processi di rinnovamento e riorganizzazione dei servizi pubblici locali e di liberalizzazione del mercato vanno affrontati:

- ⇒ ponendo le condizioni di crescita dimensionale delle imprese pubbliche locali
- ⇒ strutturando concreti meccanismi di controllo e regolazione economica/prestazionale
- ⇒ puntando alla qualità del servizio e alla tutela dei consumatori



NORME ISO

- ⇒ Costituiscono il riferimento internazionale più accreditato per la gestione e certificazione della qualità.
- ⇒ Forniscono un linguaggio comune e standard di garanzia accessibili a tutti.

VISION 2000

⇒ Le nuove norme ISO inquadrare nella sigla **VISION 2000** hanno come obiettivo l'allineamento di tutti i processi aziendali alle **prospettive del cliente**

⇒ comprendono:

- ISO 9000: 2000 = Fondamenti e metodologia
- ISO 9001: 2000 = Sistemi di gestione per la qualità. Requisiti.
- ISO 9004: 2000 = Sistemi di gestione per la qualità.

Linee guida per il miglioramento delle prestazioni (volte a soddisfare non solo i clienti ma, più in generale, anche le altre parti interessate = stakeholder)



VISION 2000: sistema di gestione della qualità

Definizione del percorso attraverso il quale l'azienda ascolta i propri clienti, ne comprende i bisogni ed aspettative, ne individua i requisiti



Definizione di obiettivi sostenibili ed orientati al Cliente



Definizione delle offerte e dei servizi

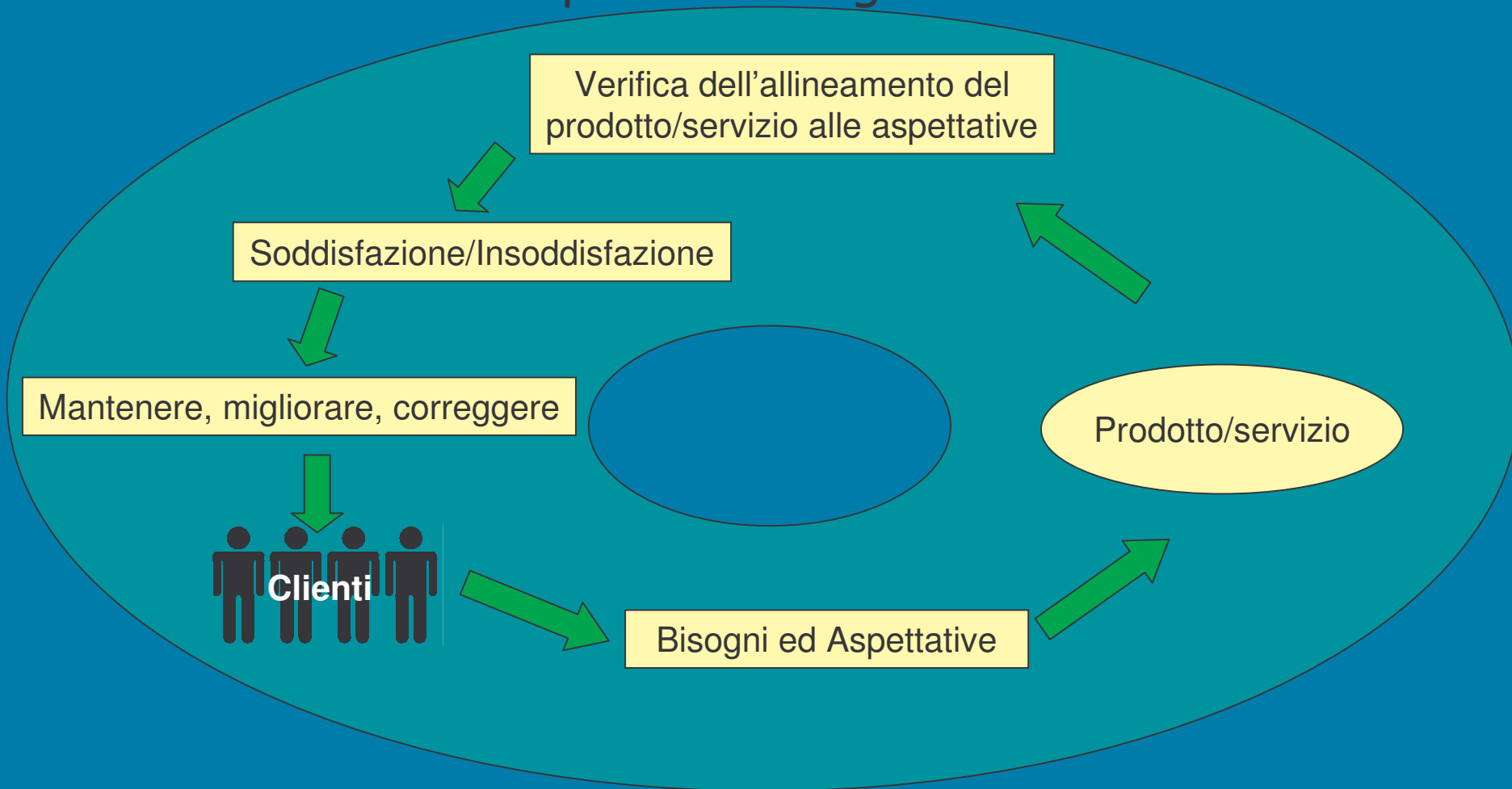


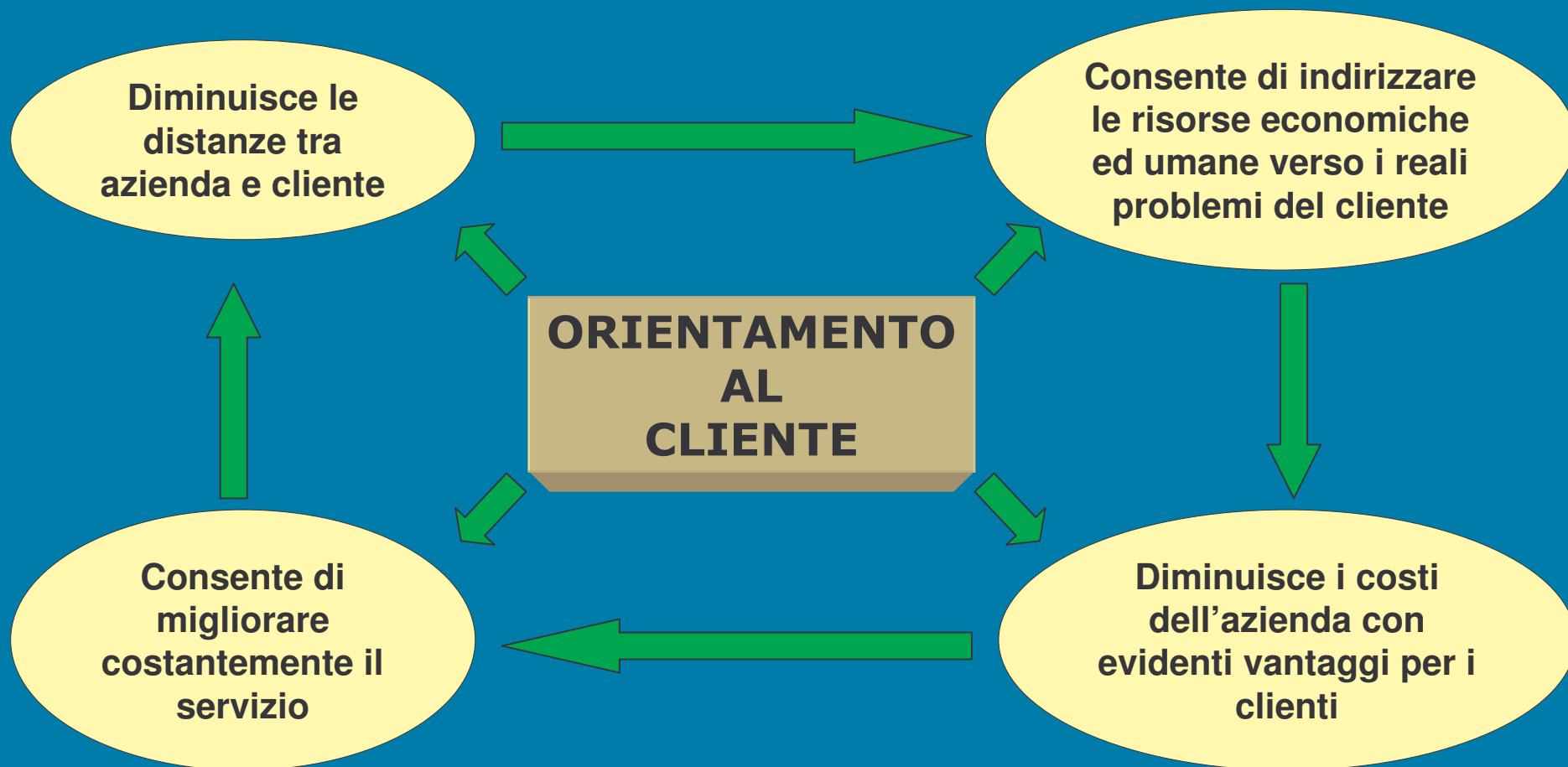
Rilevazione della soddisfazione del Cliente



Dalla parte del Cittadino - Il parere degli utenti per migliorare i servizi pubblici locali

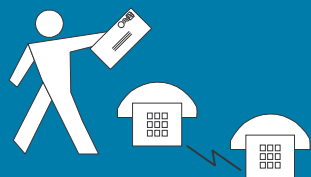
VISION 2000: piano di miglioramento continuo



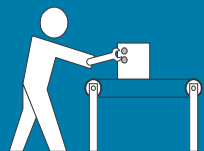




RUOLO DEL CLIENTE nel sistema di erogazione di un pubblico servizio



⇒ è **informatore** (segnala le esigenze, suggerisce modifiche e miglioramenti, fornisce informazioni preziose)



⇒ è **operatore** (prenota, consulta, compila modulistica, agisce sul servizio)



⇒ è **controllore della qualità** (definisce le specifiche del servizio, ne sorveglia l'erogazione, ne evidenzia con i reclami le criticità)



⇒ **incide direttamente** con il suo comportamento sulla sua stessa soddisfazione finale



LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E' ORIENTATA AL CLIENTE?

- ⇒ Con la riforma Bassanini si è avviato un grande processo di trasformazione della P.A. che parla il linguaggio della **qualità**;
- ⇒ Il cambiamento, anche se attivato a macchia di leopardo, con punte di eccellenza e realtà arretrate, si presenta come un **processo irreversibile**;
- ⇒ Diversi enti hanno avviato piani di **qualità totale**, realtà avanzate (es. Bologna, Mantova) stanno adottando **modelli di eccellenza**
- ⇒ Nei Comuni c'è ancora scarsa attenzione alla programmazione e all'impiego di qualsiasi forma di monitoraggio, per conoscere i risultati dell'attività e il livello di soddisfazione dell'utenza (da: "Relazione della Sezione Autonomie della Corte dei Conti sulla gestione degli enti locali anno 2000", presentata recentemente al Parlamento)



L'ORIENTAMENTO AL CLIENTE CONSENTE DI PASSARE:

⇒ dal modello giuridico-istituzionale a quello economico aziendale, in una logica di servizio pubblico che si avvale degli strumenti del marketing

⇒ dalla produzione di atti alla produzione di servizi per finalità pubbliche

⇒ dalla relazione univoca

Potere Pubblico



Cittadino

alla relazione biunivoca

Cittadino



Potere Pubblico

⇒ dall'autoreferenzialità all'utilizzo di indagini e sondaggi quali supporto alle decisioni politiche volte a soddisfare le reali esigenze della popolazione



QUADRO NORMATIVO

- ⇒ **D.Lgs. n° 29/93** – Art. 12: istituzione dell'Ufficio per le relazioni con il pubblico e disciplina dell'attività di comunicazione di pubblica utilità
- ⇒ **Direttiva Pres. Cons. Min. 27/1/94**
- ⇒ **D.L. 163/1995 conv. nella L. 273/95** } Carta del Servizio e standard di qualità dei servizi pubblici
- ⇒ **D. Lgs. n° 112/98**: sportello unico delle imprese
- ⇒ **D. Lgs. n° 286/99** Capo III: "Qualità dei servizi pubblici e carte dei Servizi":
Art. 11, comma 1°: *"I servizi pubblici nazionali e locali sono erogati con modalità che promuovono il miglioramento della qualità e assicurano la tutela dei cittadini e degli utenti e la loro partecipazione nelle forme, anche associative, riconosciute dalla legge, alle inerenti procedure di valutazione e definizione degli standard qualitativi"*.
- ⇒ **L. 448/2001** - art. 35, comma 14: *"Nell'esercizio delle loro funzioni, gli enti locali, anche in forma associata, individuano gli standard di qualità e determinano le modalità di vigilanza e controllo delle aziende esercenti i servizi pubblici, in un quadro di tutela prioritaria degli utenti e dei consumatori"*.

Con il D.Lgs, 286/99 per la prima volta si parla in modo chiaro ed esplicito di standard qualitativi e tutela degli utenti.



QUADRO NORMATIVO

⇒ **L. n° 281/1998**: “Disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti”

Finalità:

- riconosce e garantisce i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti
- promuove la tutela dei diritti ed interessi in sede nazionale e locale anche in forma collettiva ed associativa
- favorisce iniziative rivolte a perseguire tali finalità anche attraverso la disciplina dei rapporti tra le associazioni dei consumatori e degli utenti e le pubbliche amministrazioni

Tra i fondamentali diritti riconosciuti:

- quello relativo alla erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e di efficienza

⇒ **L. n° 150/2000**: “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”



Piano di Miglioramento Continuo: modalità

Potenziamento strumenti di ascolto dei bisogni e desideri dei clienti
Valutazione delle prestazioni/servizi forniti



CENTRALITA' DEL CLIENTE



Definizione precisi impegni (standard operativi) concordati tra Ente regolatore ed associazioni dei consumatori dichiarati nella

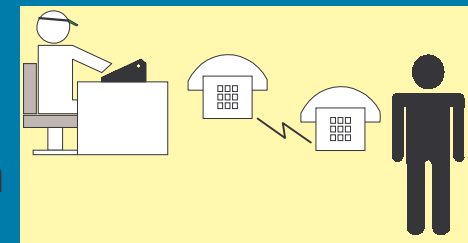
CARTA DEL SERVIZIO



CUSTOMER SATISFACTION

COSA E' ?

⇒ Fondamentale strumento di un sistema di conoscenza del cliente orientato al supporto delle decisioni



⇒ Ricerca quantitativa per misurare la percezione del cliente

A COSA SERVE ?

⇒ a ottenere un quadro strutturato, la fotografia del livello di soddisfazione del cliente per mettere a fuoco le linee di forza e di debolezza del prodotto/servizio

⇒ a identificare i principali driver di soddisfazione

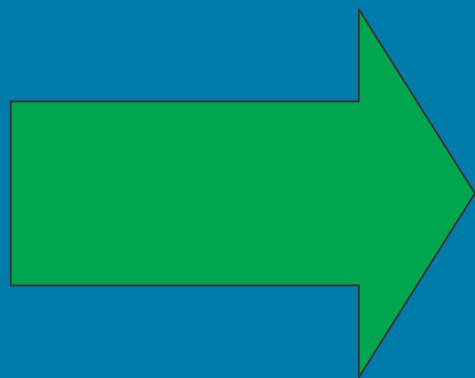
⇒ a creare con il cliente un canale di comunicazione alternativo e complementare di quelli esistenti (linea verde, telefono amico, ecc..)

⇒ a misurare i progressi conseguiti con azioni specifiche di miglioramento



REQUISITI DI QUALITA' DELL'INDAGINE

- ⇒ **l'affidabilità:** la ripetizione della stessa indagine alle stesse condizioni produce gli stessi risultati
- ⇒ **la significatività:** le domande devono riguardare i veri elementi di soddisfazione/insoddisfazione del rispondente
- ⇒ **la sincerità:** della risposta garantita dall'assenza di interferenze o di creazione di preconcetti rispetto al rispondente
- ⇒ **la confrontabilità:** quando uno degli obiettivi è la misura del processo rispetto a precedenti rilevazioni ottenere un quadro strutturato, la fotografia del livello di soddisfazione del cliente per mettere a fuoco le linee di forza e di debolezza del prodotto/servizio



LIMITI:

È ancora intesa come un atto prevalentemente interno alla P. A.

⇒ Il 20% dei cittadini dichiara di essere a conoscenza dell'esistenza delle carte dei servizi

⇒ Il 10% dei cittadini dichiara di avere concretamente letto o visto una carta dei servizi

(da indagine commissionata dall'Autorità per l'energia elettrica ed il gas)

- ⇒ **Sancisce gli impegni dell'Ente verso i cittadini attraverso la definizione e pubblicizzazione degli standard di qualità del servizio**
- ⇒ **Ricomprende il concetto di sanzione in caso di non rispetto degli standard dichiarati**
- ⇒ **Promuove il miglioramento della offerta in ragione delle verifiche sul rispetto degli standard e sul grado di soddisfazione degli utenti**
- ⇒ **E' uno strumento di partecipazione dei cittadini all'interno dei servizi pubblici**



Dalla parte del Cittadino - Il parere degli utenti per migliorare i servizi pubblici locali

INDAGINE DI "CUSTOMER SATISFACTION" SUI SERVIZI DI IGIENE URBANA E ACQUA POTABILE

- ⇒ Una delle prime indagini condotte in Italia direttamente da un Comune sui servizi di prioritaria rilevanza inerenti l'igiene urbana e l'acqua potabile
- ⇒ Valuta l'impatto che detti servizi hanno sugli utenti, le aspettative e i punti critici che necessitano di interventi migliorativi.
- ⇒ Si basa su due moduli:
 - 1) rilevazione di customer satisfaction index presso un campione di cittadini residenti nel territorio comunale rappresentativo di tutta la popolazione (n° 800 intervistati). Oggetto della rilevazione è stata:
 - l'area "Prodotto/Servizio"
 - l'area di "Relazione con gli Utenti";
 - 2) confronto dei risultati con gli standard rilevati a livello nazionale
- ⇒ Il questionario base è stato interamente ridefinito per raccogliere le valutazioni dei cittadini anche su servizi innovativi quali:
 - la raccolta differenziata della FOU
 - il ritiro gratuito a domicilio dei rifiuti ingombranti
 - l'uso delle stazioni ecologiche
 - le motivazioni della raccolta differenziata
 - la conoscenza ed efficacia delle campagne informative



GLI STAKEHOLDER



CHI SONO ?

- ⇒ secondo le norme ISO 9004: *"persone o gruppi di persone aventi interesse nelle prestazioni o nel successo dell'organizzazione"* comprendono *"i clienti, il personale, la proprietà, i fornitori e i partner, la società"*
- ⇒ non sono solo clienti generici con i quali il rapporto si esaurisce a livello di transazione economica, ma **clienti strategici** (società ai vari livelli) con cui sussiste un rapporto di collaborazione e di cui si deve tenere conto.
- ⇒ nel processo di produzione-erogazione il rapporto non è solo bilaterale, ma ha connotazioni etico-sociali per l'impatto sulla società, considerata il principale stakeholder.





Dalla parte del Cittadino - Il parere degli utenti per migliorare i servizi pubblici locali

Clienti:

- cittadini fruitori dei servizi

Stakeholder: tutti i cittadini, senza distinzione, che contribuiscono, con la tassazione generale, alla copertura del costo del servizio, nonché le loro rappresentanze qualificate



SERVIZI PUBBLICI

- ⇒ Il cittadino è parte integrante
- ⇒ La centralità e la fiducia
- ⇒ Stabilire, mantenere, r
- delle politiche di erogazio
- ⇒ Il monitoraggio e l'inter
- percorso migliore per ele
- ⇒ In caso di sua insoddisf
- credibilità e di democrazia



la della P.A.
per renderli parteci
o della P.A.
aspettative dei cittadini è il
vere il cliente protagonista.
verde, ma è un pezzo di