



Databank

**CUSTOMER SATISFACTION AUDIT
SERVIZIO IGIENE AMBIENTALE
NELLA CITTA' DI PERUGIA**
Perugia 15 dicembre 2010

Lorenzo Fanoli



Obiettivi della ricerca

Obiettivo dell'indagine è quello di avviare **un'attività di monitoraggio continuativo del livello di soddisfazione**, presso i cittadini residenti a Perugia, del servizio di igiene ambientale e smaltimento dei rifiuti gestito, nel comune, dalla società Gest Srl.

Gli utenti sono stati chiamati ad esprimersi relativamente a fattori che riguardano la modalità di raccolta utilizzata. Infatti, il conferimento dei rifiuti avviene in città secondo 3 distinte modalità:

- **con cassonetti in strada;**
- **porta a porta presso le abitazioni/condomini;**
- **con conferimento diretto nella stazione ecologica.**

Nel corso dell'analisi i risultati ottenuti sono stati confrontati con gli standard di mercato (nazionale, del Centro - escluso Toscana, e dei centri con 100-250 mila abitanti) derivanti dal **BICSI Barometro Italiano dei Customer Satisfaction Index - edizione 2010, relativo al Servizio di Igiene Ambientale.**

Metodologia d'indagine e campione

La rilevazione delle informazioni è avvenuta tramite **800 interviste telefoniche** (metodologia CATI) realizzate nel mese di Ottobre sulla base di un questionario strutturato concordato insieme al Committente e riportato in allegato. Sono stati contattati il capofamiglia o la persona che all'interno della famiglia si occupa di gestire i rapporti con l'azienda.

	Interviste
Utilizzatori contenitori in strada	392
Utilizzatori sistema porta a porta condominiale	389
Utilizzatori stazione ecologica	19
Totale	800

IL margine di errore è per il Customer Satisfaction Index è pari a $\pm 1,3$, mentre per le percentuali pari a $\pm 3,5$ (nel caso più sfavorevole, con percentuale rilevata pari a 50%) al 95% di probabilità.

CUSTOMER SATISFACTION AUDIT

Fattori di soddisfazione

SISTEMA DI RACCOLTA CON CASSONETTI IN STRADA (fattori sottoposti a chi ha dichiarato di utilizzare il sistema di raccolta con cassonetti in strada – 49% dei clienti)

- La frequenza del servizio di raccolta dei rifiuti solidi urbani
- La frequenza del servizio di svuotamento dei cassonetti e delle campane dei rifiuti differenziati per il vetro, la plastica, la carta e il cartone da imballaggi, le lattine, ecc.
- La numerosità e la dislocazione dei cassonetti per rifiuti solidi urbani
- La numerosità e la dislocazione di campane ed altri raccoglitori per la raccolta differenziata
- La pulizia e l'igiene dei cestini e cassonetti per rifiuti solidi urbani e delle aree circostanti
- La pulizia e l'igiene di campane e contenitori per raccolta differenziata e delle aree circostanti
- Gli orari di raccolta dei rifiuti solidi urbani

SISTEMA DI RACCOLTA PORTA A PORTA (fattori sottoposti a chi ha dichiarato di utilizzare il sistema di raccolta porta a porta – 49% dei clienti)

- La frequenza della raccolta dei rifiuti non differenziati presso le abitazioni/condomini
- La frequenza della raccolta dei rifiuti differenziati presso le abitazioni/condomini
- Gli orari della raccolta dei rifiuti non differenziati presso le abitazioni/condomini
- Gli orari della raccolta dei rifiuti differenziati presso le abitazioni/condomini
- La praticità/facilità d'uso contenitori per la raccolta dei rifiuti non differenziati
- La praticità/facilità d'uso contenitori per la raccolta dei rifiuti differenziati

ASPETTI RELATIVI ALLA STAZIONE ECOLOGICA (fattori sottoposti a coloro che hanno dichiarato di utilizzarla - 50% dei clienti)

- Gli orari di apertura della stazione ecologica
- La cortesia/professionalità del personale addetto alla stazione ecologica
- La qualità complessiva del servizio della stazione ecologica

Fattori di soddisfazione

ALTRI ASPETTI DEL SERVIZIO *(fattori sottoposti a tutti)*

- Gli orari di spazzamento strade
- La frequenza del servizio spazzamento di strade
- La qualità complessiva del servizio pulizia di strade e marciapiedi
- La comunicazione e l'impegno azienda sul tema raccolta differenziata/tutela ambientale
- La gestione delle operazioni di raccolta rifiuti urbani in relazione al traffico
- La chiarezza della bolletta per il pagamento TIA
- Il costo del servizio rapportato alla qualità

ASPETTI DI RELAZIONE *(fattori sottoposti a tutti)*

- Gli orari di apertura degli uffici per la TIA
- La facilità di accesso agli uffici per la TIA
- La disponibilità complessiva dell'azienda all'ascolto delle esigenze di clienti e utenti
- La cortesia/disponibilità personale a contatto con il pubblico
- La professionalità/competenza del personale
- La qualità complessiva degli uffici per la TIA
- La facilità di trovare la linea libera quando si telefona all'azienda (*)
- La capacità dell'azienda di risolvere i problemi/richieste nel minor tempo possibile

(*) fattore sottoposto solo a chi ha contattato l'azienda telefonicamente (22% dei clienti)

Customer Satisfaction Index (CSI)

La soddisfazione complessiva dei clienti è rappresentata in modo sintetico dal CSI, costruito tramite le seguenti fasi:

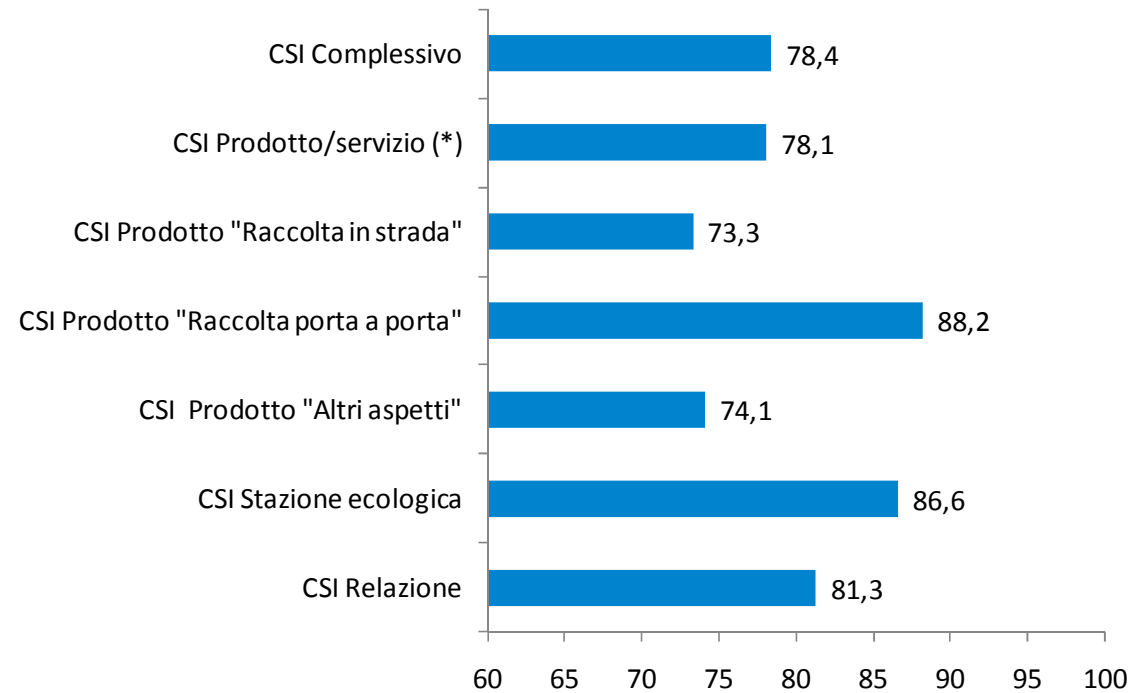
1. Definizione per ciascuna caratteristica/fattore di soddisfazione di un indicatore sintetico di soddisfazione (dato dalla quota di clienti soddisfatti o soddisfatti oltre le aspettative)

2. Ponderazione di tale indicatore con l'importanza del singolo fattore misurata in base alle percezioni dei clienti e con la numerosità delle valutazioni su ciascuno di essi

3. Costruzione del CSI complessivo

Aggregando i fattori di soddisfazione con i giudizi espressi dai clienti si possono definire CSI parziali che sintetizzano le performance di customer satisfaction per aree omogenee, secondo quanto indicato nello schema relativo ai fattori di soddisfazione.

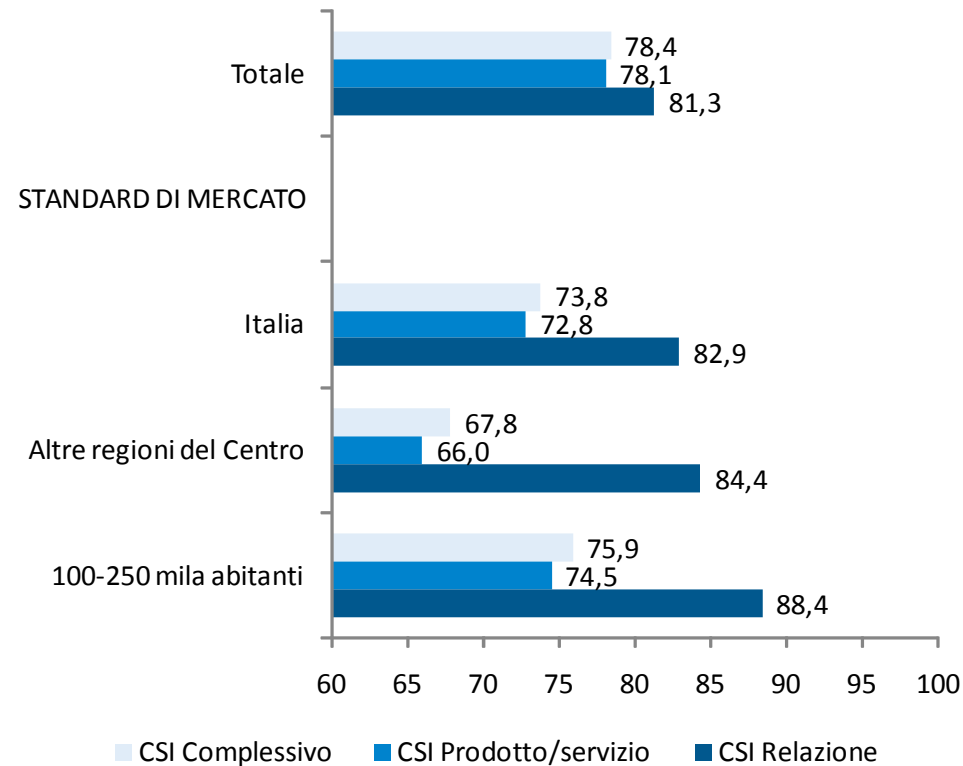
Customer Satisfaction Index (CSI)



(*) Prende in considerazione tutti gli aspetti inerenti il prodotto/servizio cioè quelli specifici della tipologia di raccolta, quelli comuni e quelli relativi alla stazione ecologica

Customer Satisfaction Index (CSI)

Confronto con gli Standard di mercato



Il Csi raggiunto dall'azienda, sia complessivamente sia nel caso del prodotto/servizio, risulta significativamente superiore allo standard di mercato (sia del mercato Italia sia delle regioni del Centro) e in linea con quello rilevato nei centri di medesime dimensioni.

Clienti Soddisfatti, Insoddisfatti, Deliziati

L'analisi di Customer Satisfaction rileva il livello di soddisfazione espresso in merito a ciascun fattore su una scala a 3 (il servizio percepito è peggiore, uguale o migliore rispetto alle proprie aspettative) che permette di distinguere i clienti del servizio in analisi in tre gruppi:

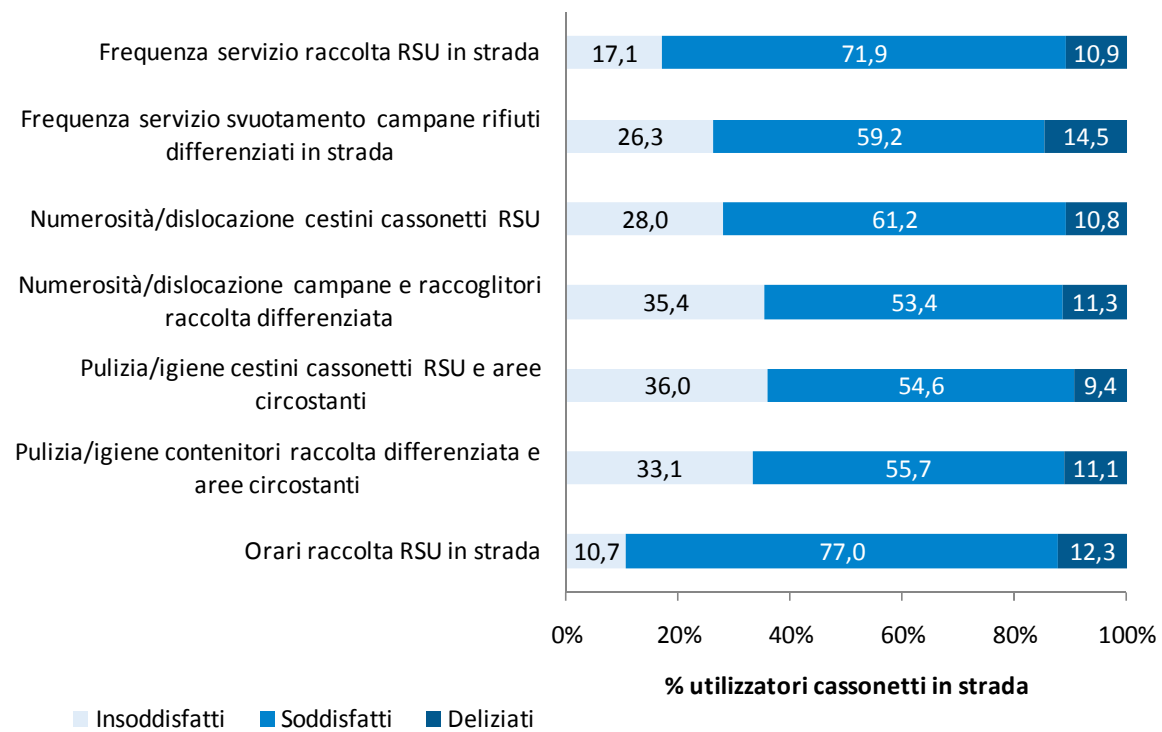
***insoddisfatti**, percepiscono il fattore in analisi peggiore rispetto a quanto si aspettavano*

***soddisfatti**, percepiscono il fattore in analisi uguale a quanto si aspettavano*

***deliziati**, percepiscono il fattore in analisi migliore rispetto a quanto si aspettavano*

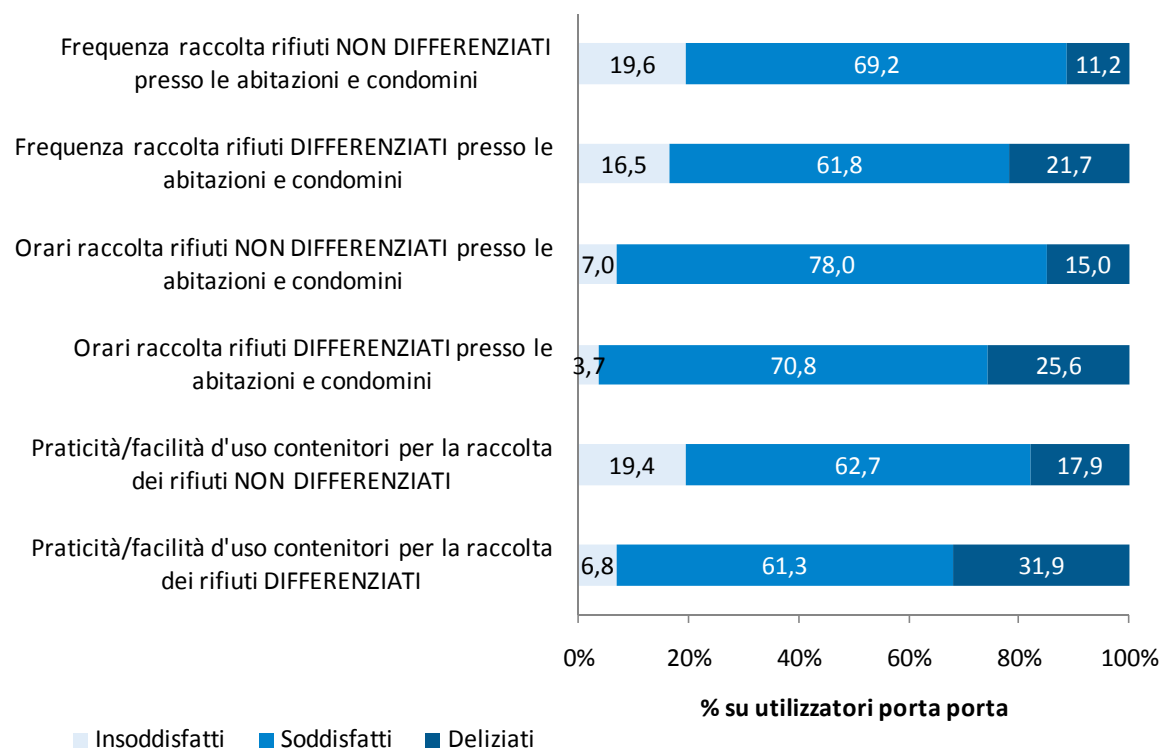
Clienti Soddisfatti, Insoddisfatti, Deliziati

Raccolta in strada



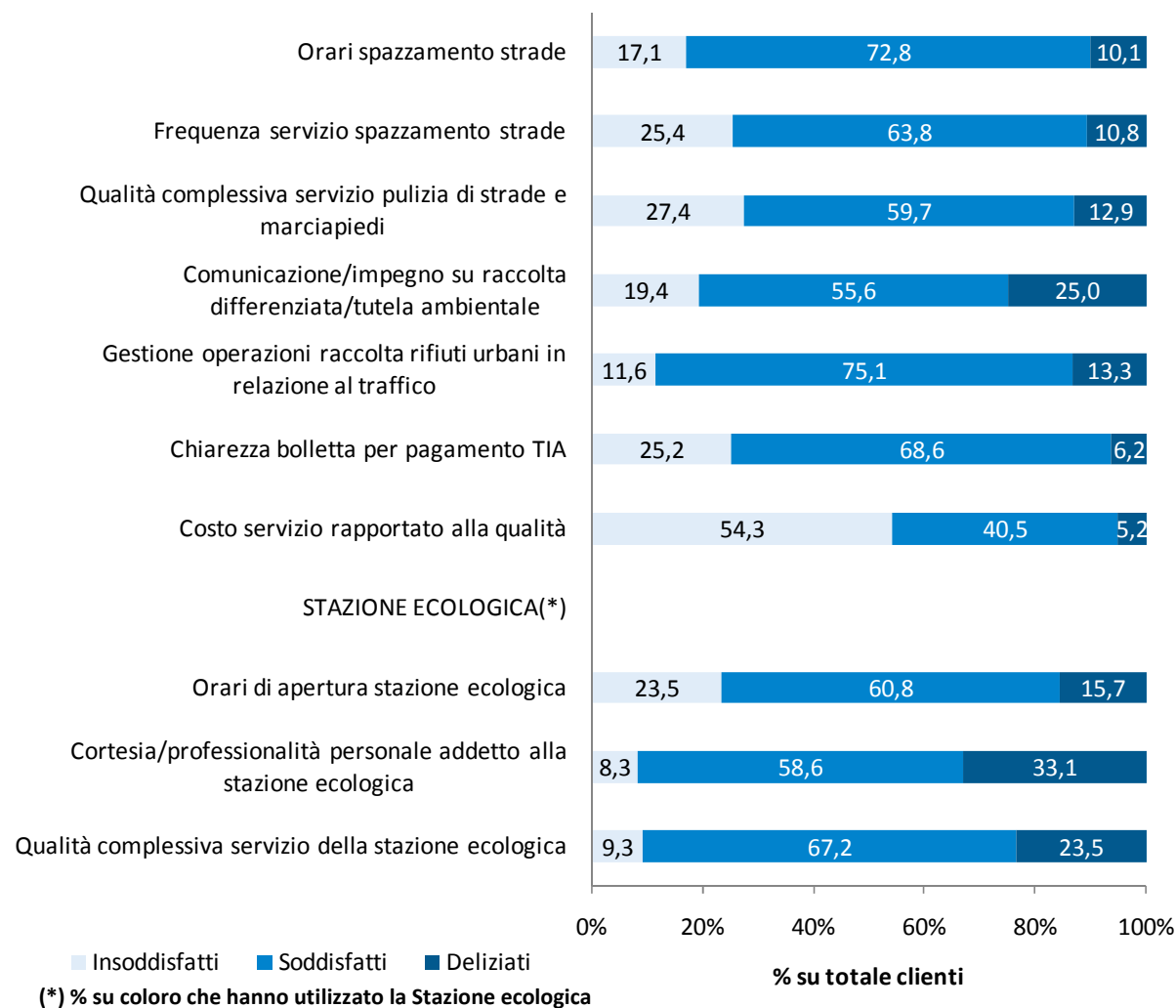
Clienti Soddisfatti, Insoddisfatti, Deliziati

Raccolta porta a porta



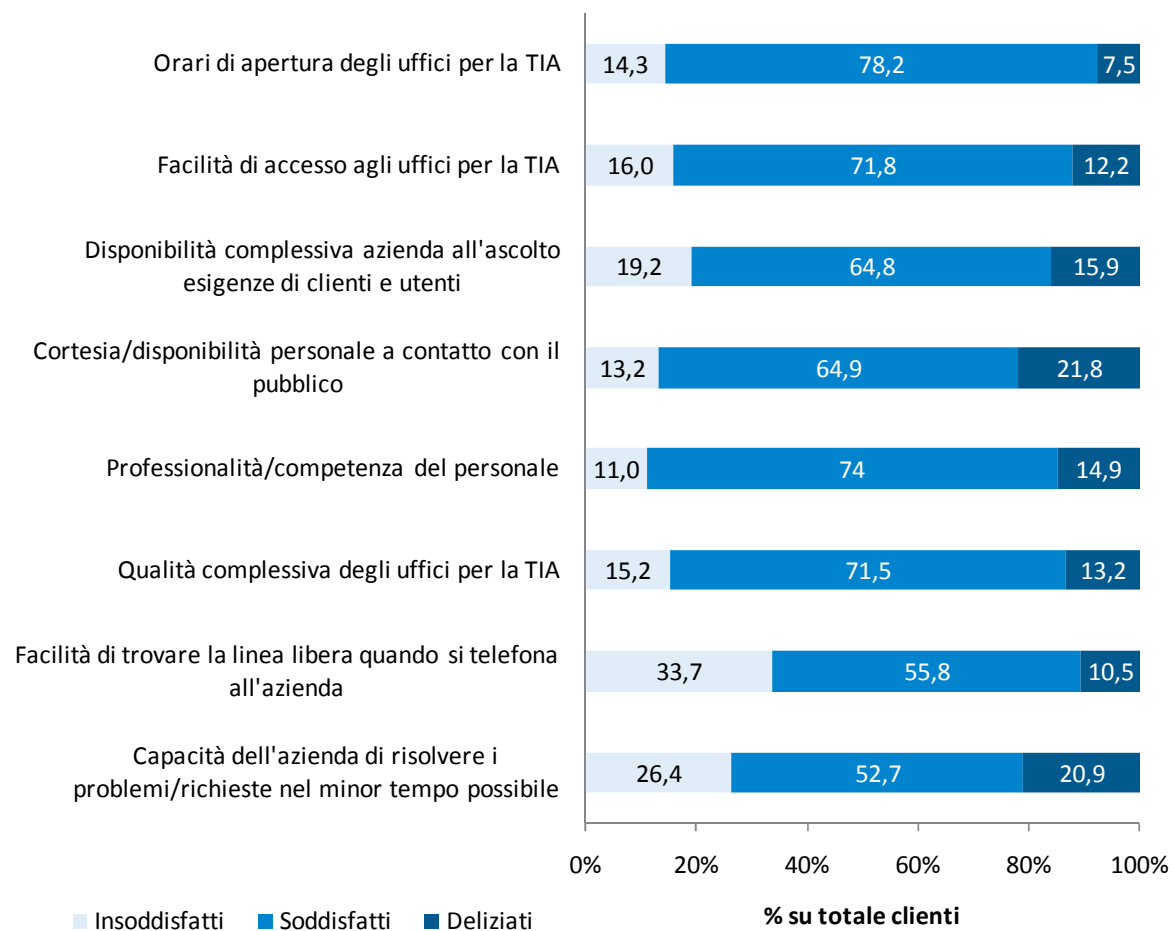
Clienti Soddisfatti, Insoddisfatti, Deliziati

Altri aspetti relativi al servizio e alla Stazione ecologica

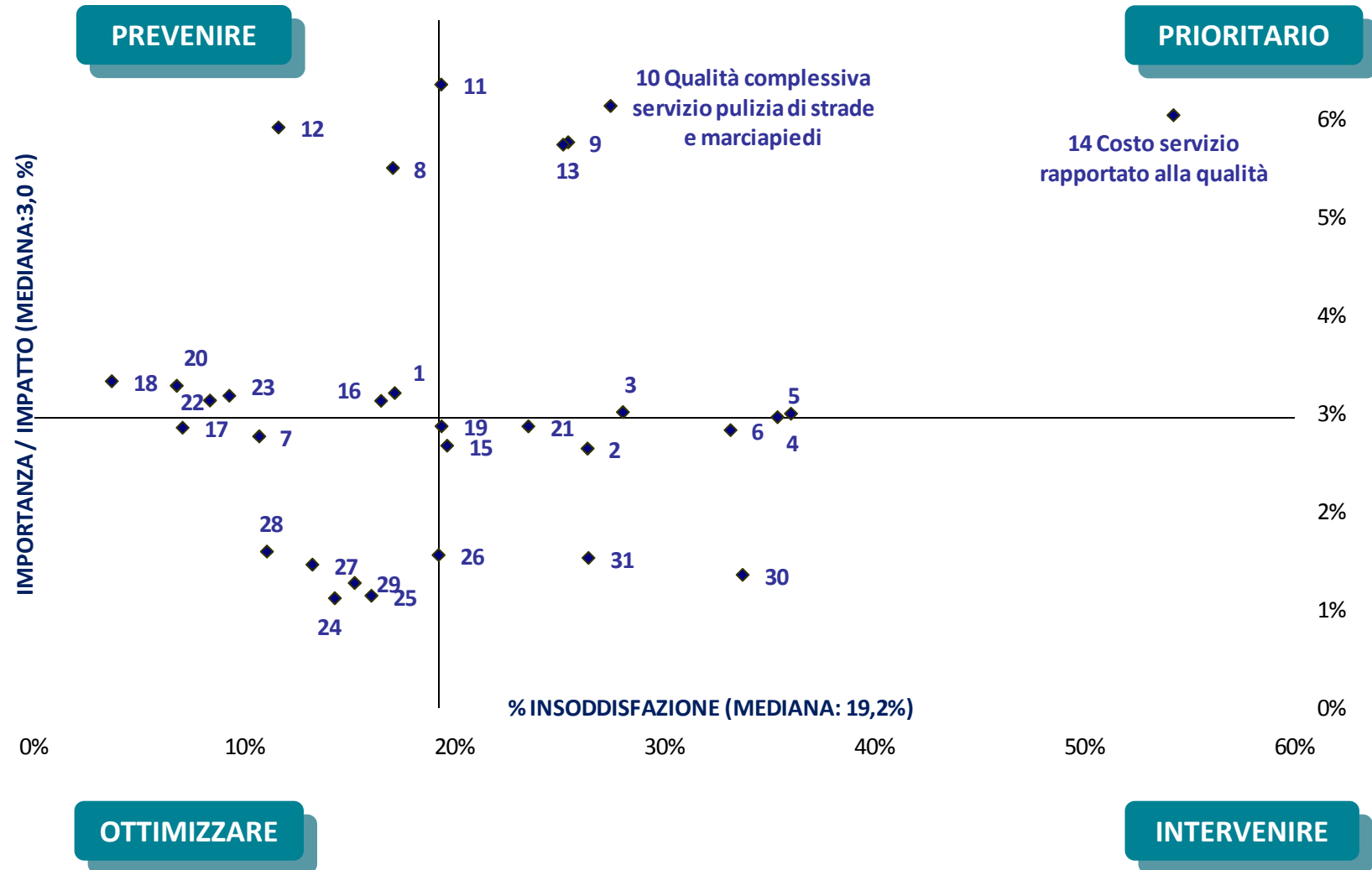


Clienti Soddisfatti, Insoddisfatti, Deliziati

Aspetti di relazione



Mappa delle priorità di intervento



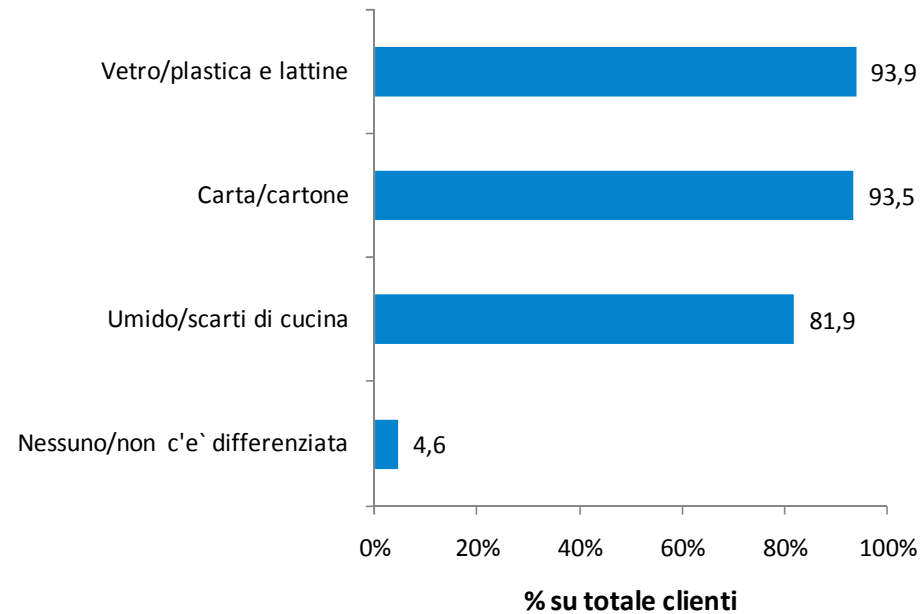
Mappa delle priorità di intervento

Legenda fattori

- 1 = Frequenza servizio raccolta RSU in strada
- 2 = Frequenza servizio svuotamento campane rifiuti differenziati in strada
- 3 = Numerosità/dislocazione cestini cassonetti RSU
- 4 = Numerosità/dislocazione campane e raccoglitori raccolta differenziata
- 5 = Pulizia/igiene cestini cassonetti RSU e aree circostanti
- 6 = Pulizia/igiene contenitori raccolta differenziata e aree circostanti
- 7 = Orari raccolta RSU in strada
- 8 = Orari spazzamento strade
- 9 = Frequenza servizio spazzamento strade
- 10 = Qualità complessiva servizio pulizia di strade e marciapiedi
- 11 = Comunicazione e impegno azienda sul tema raccolta differenziata/tutela ambientale
- 12 = Gestione operazioni raccolta rifiuti urbani in relazione al traffico
- 13 = Chiarezza bolletta per pagamento TIA
- 14 = Costo servizio rapportato alla qualità
- 15 = Frequenza raccolta rifiuti NON DIFFERENZIATI presso le abitazioni e condomini
- 16 = Frequenza raccolta rifiuti DIFFERENZIATI presso le abitazioni e condomini
- 17 = Orari raccolta rifiuti NON DIFFERENZIATI presso le abitazioni e condomini
- 18 = Orari raccolta rifiuti DIFFERENZIATI presso le abitazioni e condomini
- 19 = Praticità/facilità d'uso contenitori per la raccolta dei rifiuti non differenziati
- 20 = Praticità/facilità d'uso contenitori per la raccolta dei rifiuti differenziati
- 21 = Orari di apertura stazione ecologica
- 22 = Cortesia/professionalità personale addetto alla stazione ecologica
- 23 = Qualità complessiva servizio della stazione ecologica
- 24 = Orari di apertura agli uffici per la TIA
- 25 = Facilità di accesso agli uffici per la TIA
- 26 = Disponibilità complessiva azienda all'ascolto esigenze di clienti e utenti
- 27 = Cortesia/disponibilità personale a contatto con il pubblico
- 28 = Professionalità/competenza del personale
- 29 = Qualità complessiva degli uffici per la TIA
- 30 = Facilità di trovare la linea libera quando si telefona all'azienda
- 31 = Capacità dell'azienda di risolvere i problemi/richieste nel minor tempo possibile

Differenziazione dei rifiuti

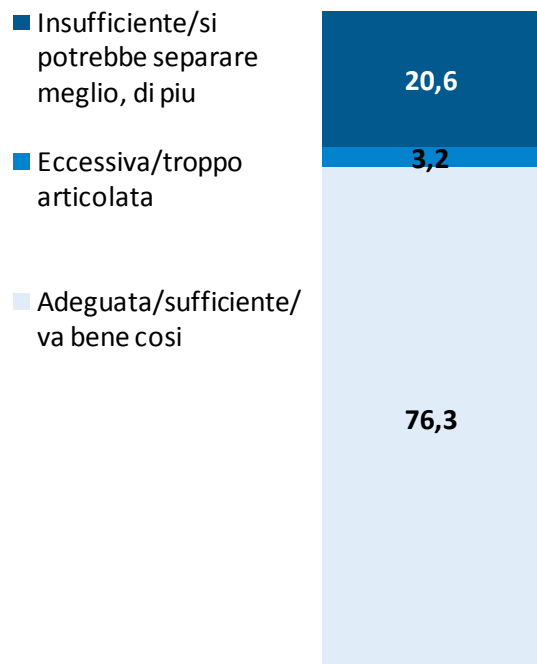
Nel suo comune fra le seguenti tipologie di rifiuti, quali vengono raccolti in maniera differenziata?



La percentuale dei rifiuti differenziati è sensibilmente maggiore nel caso della raccolta porta a porta rispetto ai cassonetti in strada

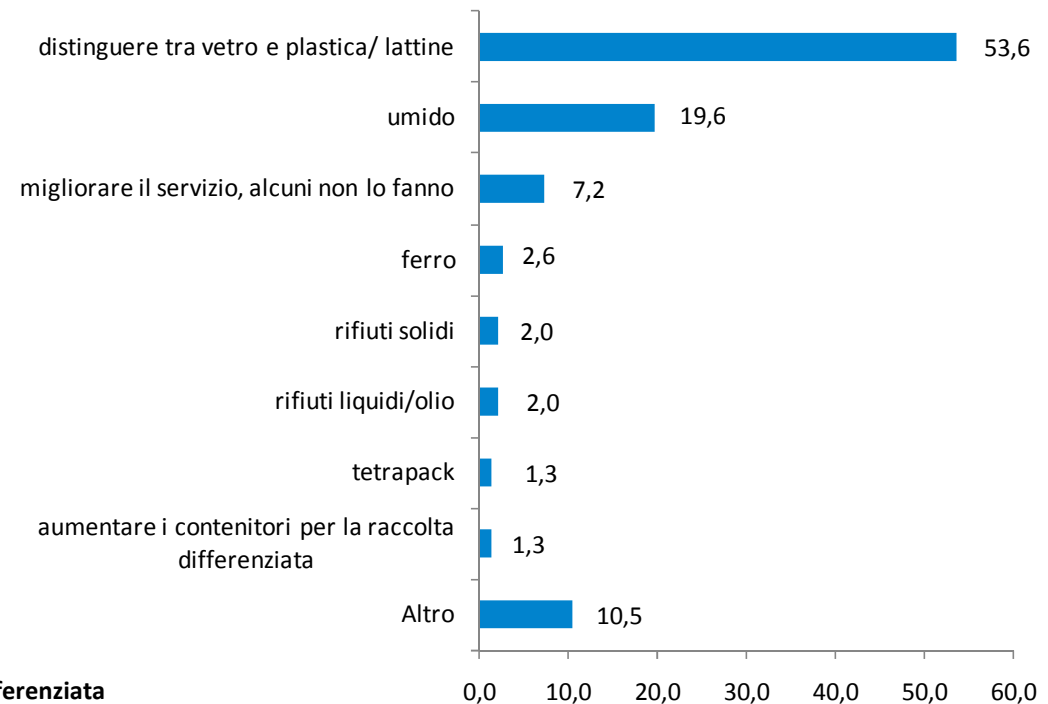
Diversificazione nella raccolta dei rifiuti

Ritiene che la divisione tra le diverse tipologie di rifiuti sia...



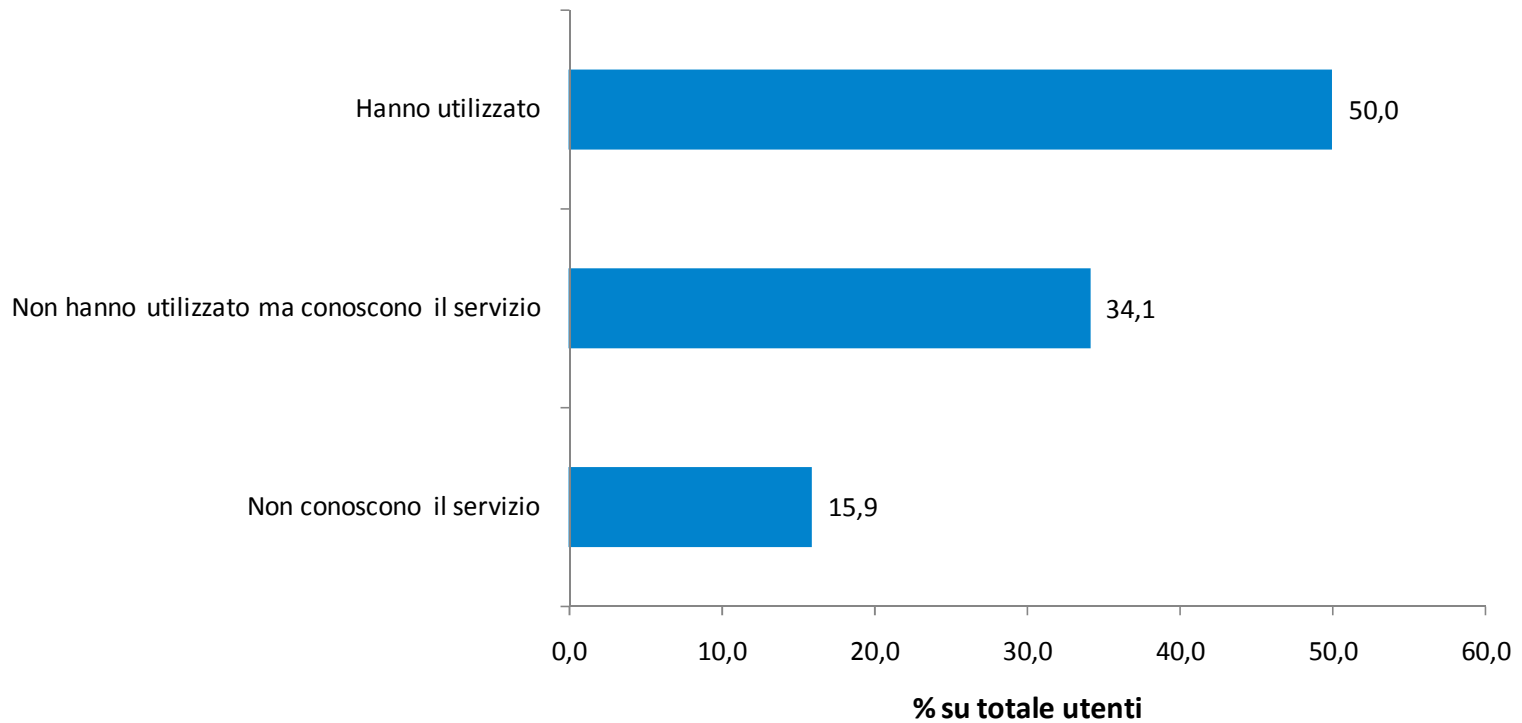
Base: utenti che effettuano raccolta differenziata

Cosa si potrebbe separare di più?



Conoscenza e utilizzo delle stazioni ecologiche

Conoscenza e utilizzo delle stazioni ecologiche



CONSIDERAZIONI FINALI

Buona la soddisfazione complessiva così come emerge dagli indici sintetici, **CSI e Overall (rispettivamente pari a 78,4/100 e 82%)**, che pongono Gest al di sopra delle performance degli operatori nazionali e delle regioni del centro Italia, in particolare sugli aspetti di prodotto/servizio.

I fattori relativi **al sistema di raccolta porta a porta**, come spesso accade, soddisfano di più rispetto alla raccolta con cassonetti in strada.

Entrando nel dettaglio, oltre 9 utenti su 10 sono soddisfatti degli **orari di raccolta dei rifiuti, indifferenziati e non**, oltre che della **praticità/facilità d'uso dei contenitori per i rifiuti differenziati**.

Al contrario, l'indicatore di soddisfazione non arriva al 70% sulla **numerosità/dislocazione campane della raccolta differenziata in strada e sul fattore pulizia/igiene, sia dei cassonetti per la differenziata che per la raccolta dei RSU**.

Tra gli aspetti meno soddisfacenti, da segnalare anche la **qualità complessiva del servizio pulizia strade e marciapiedi** (27% di insoddisfatti), **la frequenza del servizio di spazzamento delle strade** (25%), oltre che il **costo del servizio rapportato alla qualità** (54%).

Nell'area di relazione, margini di miglioramento **sull'accessibilità telefonica all'azienda e sul problem solving**.

CONSIDERAZIONI FINALI

I tre quarti circa degli utenti che effettuano la raccolta differenziata ritengono adeguata la divisione tra le diverse tipologie di rifiuti.

Chi pensa sia insufficiente (21%), vorrebbe principalmente distinguere fra vetro, plastica e lattine e separare l'umido.

Buona la "visibilità" dell'azienda presso l'utenza in tema di raccolta differenziata: infatti, 8 cittadini su 10 ricordano di aver visto o letto comunicazioni dell'azienda e del Comune in merito.

L'84% circa dei cittadini di Perugia è a conoscenza delle stazioni ecologiche; di questi 6 su 10 (la metà sul totale) le utilizza.



Centrale dei Bilanci Cerved *LINCE* Databank *FINSERVICE* Consit Pitagora