



Protocollo 000001070 del 14-02-2023

Cod.Amm. aoum\_079 Cod.AOO aoum\_079



## ***Customer Satisfaction Audit 2023***

### ***AMIU TRANI S.P.A.***

Utenti del servizio di igiene urbana  
Nel comune di Trani

febbraio 2023  
Lavoro realizzato da



## INDICE

| TEMA                               | PAGINA |
|------------------------------------|--------|
| PREMESSA                           | 3/4    |
| NORMATIVA RIFERIMENTO              | 5      |
| COSTRUZIONE INDICE C.S.            | 7/8    |
| SCHEDA TECNICA                     | 9/14   |
| RACCOLTA PORTA A PORTA             | 15/25  |
| ISOLE ECOLOGICHE MOBILI            | 27/30  |
| CENTRO RACCOLTA                    | 31/35  |
| RITIRO INGOMBRANTI                 | 36/39  |
| SPAZZAMENTO DELLE STRADE           | 40/41  |
| DATI COMPARATI SERVIZI             | 44/44  |
| SERVIZIO GLOBALE – PREZZO /QUALITÀ | 46/53  |
| CUSTOMER SATISFACTION INDEX        | 54/59  |
| MAPPA DELLE PRIORITÀ               | 60/62  |
| NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ            | 63/65  |

## PREMESSA

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

### Normativa di Riferimento

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

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

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

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

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

D.Lgs 30 luglio 1999 , n° 286 art. 11

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

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

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

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

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

Per adempiere a tali obbiettivi essenziali, STRATEGICA, per conto di AMIU TRANI S.p.A. ha realizzato il seguente monitoraggio di Customer Satisfaction del servizio di Igiene Urbana erogata dall'azienda.

## 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.

## NORMATIVA DI RIFERIMENTO

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

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

### **"PREMESSA**

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

### **Obbiettivi Strategici e Linee di Intervento 2019-2021**

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

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

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

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

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

### **Documenti ufficiali ARERA**

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

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

# Principali risultati

*customer satisfaction audit  
febbraio 2023*

***AMIU TRANI S.p.A.***

**Utenti del servizio di igiene urbana**  
Nel comune di Trani  
Provincia di Barletta-Andria-Trani

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

ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

ISOLE ECOLOGICHE MOBILI

CENTRO COMUNALE DI RACCOLTA

SERVIZIO RITIRO DI RIFIUTI INGOMBRANTI E RIFIUTI DA SFALCI E POTATURE

SPAZZAMENTO DELLE STRADE

GIUDIZIO GLOBALE

RAPPORTO PREZZO / QUALITÀ

Inoltre, abbiamo approfondito la percezione relativa alla

NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

## Costruzione dell'Indice di Customer Satisfaction

| Fattore                    | Aspetti                                                 | % Utenti soddisfatti      | Soddisfazione BASSA      | Soddisfazione MEDIA      | Soddisfazione ALTA        | Importanza              | Soddisfazione INTENSITA'                    |
|----------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------------------------------|
| RACCOLTA PORTA A PORTA     | Frequenza<br>Orario di ritiro<br>Pulizia aree adiacenti | % voti<br>6 / 10          | % voti<br>1 / 5          | % voti<br>6 / 7          | % voti<br>8 / 10          | % di citazione          | Media dei punteggi riferita ad ogni fattore |
| RITIRO RIFIUTI INGOMBRANTI | Soddisfazione per l'utilizzo del servizio               | % voti<br>6 / 10          | % voti<br>1 / 5          | % voti<br>6 / 7          | % voti<br>8 / 10          | % di citazione          | Media dei punteggi riferita ad ogni fattore |
| CENTRO COMUNALE RACCOLTA   | Soddisfazione per l'utilizzo del servizio               | % voti<br>6 / 10          | % voti<br>1 / 5          | % voti<br>6 / 7          | % voti<br>8 / 10          | % di citazione          | Media dei punteggi riferita ad ogni fattore |
| PULIZIA STRADE             | Soddisfazione generale                                  | % voti<br>6 / 10          | % voti<br>1 / 5          | % voti<br>6 / 7          | % voti<br>8 / 10          | % di citazione          | Media dei punteggi riferita ad ogni fattore |
| ISOLE ECOLOGICHE MOBILI    | Soddisfazione per l'utilizzo del servizio               | % voti<br>6 / 10          | % voti<br>1 / 5          | % voti<br>6 / 7          | % voti<br>8 / 10          | % di citazione          | Media dei punteggi riferita ad ogni fattore |
| RAPPORTO PREZZO / QUALITÀ  | Giudizio globale                                        | Media %<br>voti<br>6 / 10 | Media %<br>voti<br>1 / 5 | Media %<br>voti<br>6 / 7 | Media %<br>voti<br>8 / 10 | Media %<br>di citazione | Media dei punteggi riferita ad ogni fattore |
| Soddisfazione GLOBALE      | Giudizio globale                                        | Media %<br>voti<br>6 / 10 | Media %<br>voti<br>1 / 5 | Media %<br>voti<br>6 / 7 | Media %<br>voti<br>8 / 10 | Media %<br>di citazione | Media dei punteggi riferita ad ogni fattore |

## SCHEDA TECNICA

### Campione e metodologia dell'indagine

Universo dell'indagine: 54.800 residenti utenti (Dati Istat 2021) del servizio di raccolta differenziata

Area geografica delle interviste realizzate: nel Comune di Trani in cui sono erogati i servizi di AMIU TRANI S.p.A.

TOTALE RISPONDENTI: **402**

Margine di errore: + - **4,8%**

Livello di confidenza: **95,0%**

L'indagine si è svolta raccogliendo dati sul campo nel mese di dicembre 2022. Il **75,7%** delle interviste sono state fatte di mattina e il **24,3%** di pomeriggio.

L'attuale Monitoraggio di Customer Satisfaction permette ad AMIU TRANI S.p.A. di avere una valutazione complessiva della percezione della qualità del servizio da parte dell'utenza, una fotografia di alta precisione e una mappatura per **orientare gli interventi correttivi**.

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

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

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

#### **Squadra in Campo**

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

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

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

Capogruppo team intervistatori: **Eugenio de Cesare**.

Intervistatori: **Tina Formica, Martina Tocco, Silvia Rosiello, Candela Gaitàn e Adelina Labella**

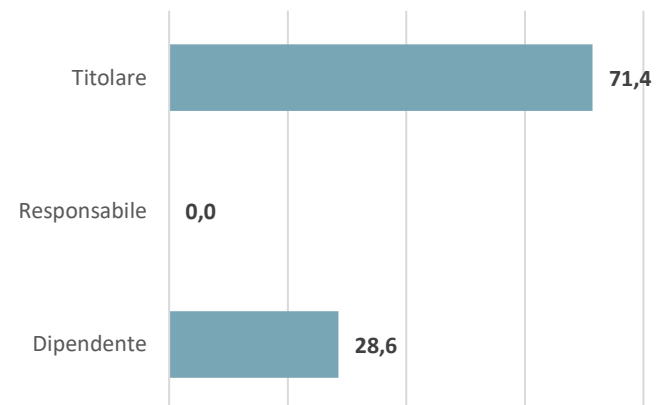
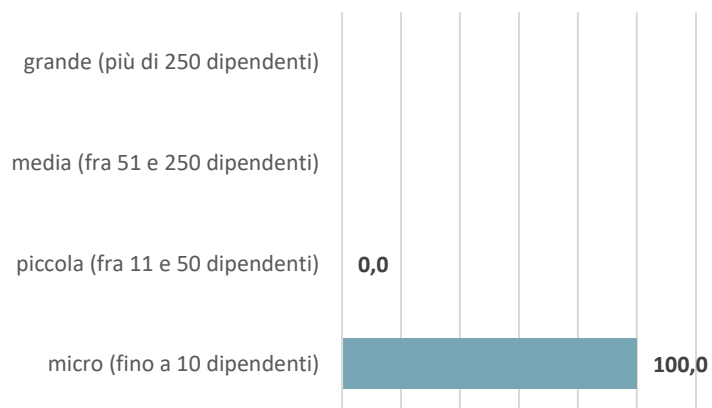
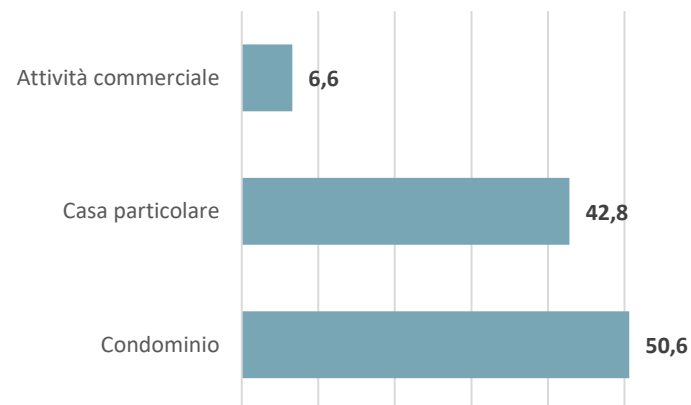
Grafica – **Eduardo Sulpizio**

## SCHEDA TECNICA

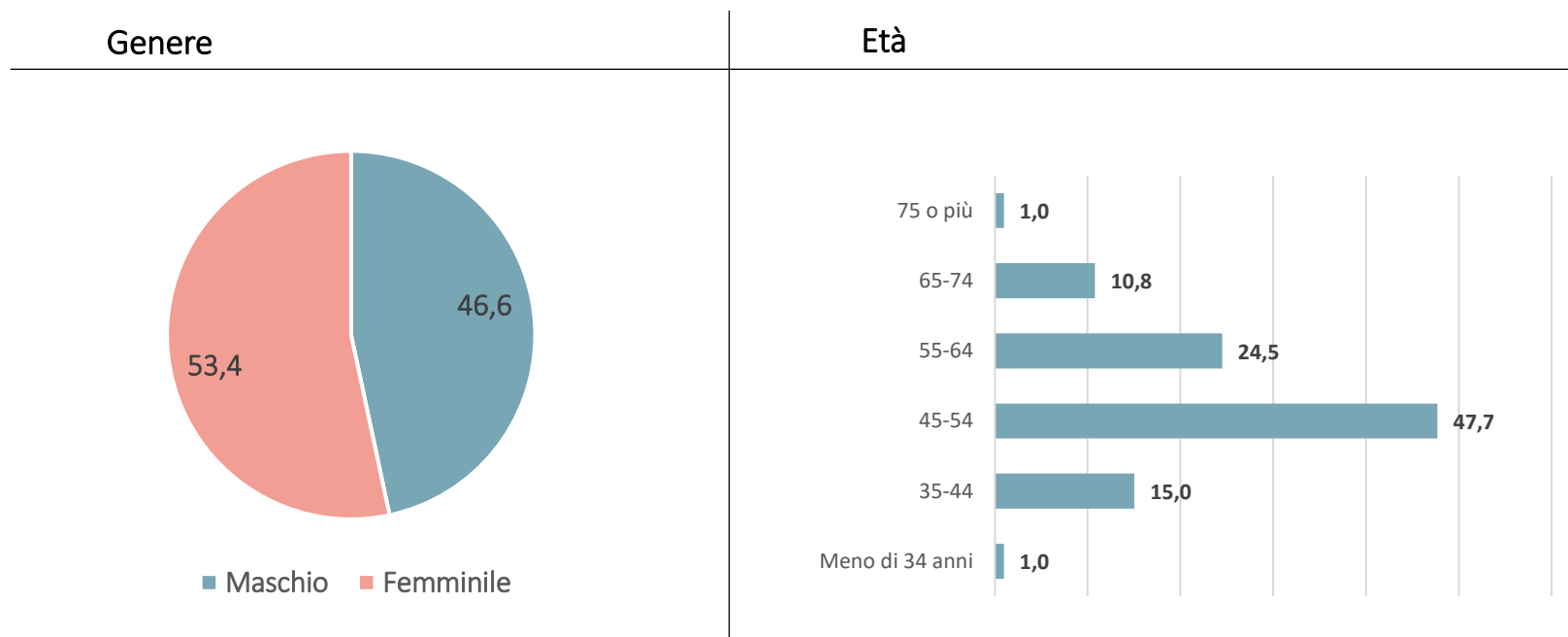
### Campione e metodologia dell'indagine

Abbiamo condotto 402 interviste: il 42,8% ad utenze domestiche con conferimenti singoli con mastelli; il 50,6% ad utenze domestiche appartenenti a condomini con più di 9 utenze ed il 6,6% ad utenze non domestiche (esercizi commerciali).

Il 100% delle attività commerciali intervistate hanno una dimensione micro (sino a 10 dipendenti).  
La maggior parte dei rispondenti (71,4%) sono titolari o soci delle attività, mentre nel 28,6% dei casi ha risposto un dipendente.



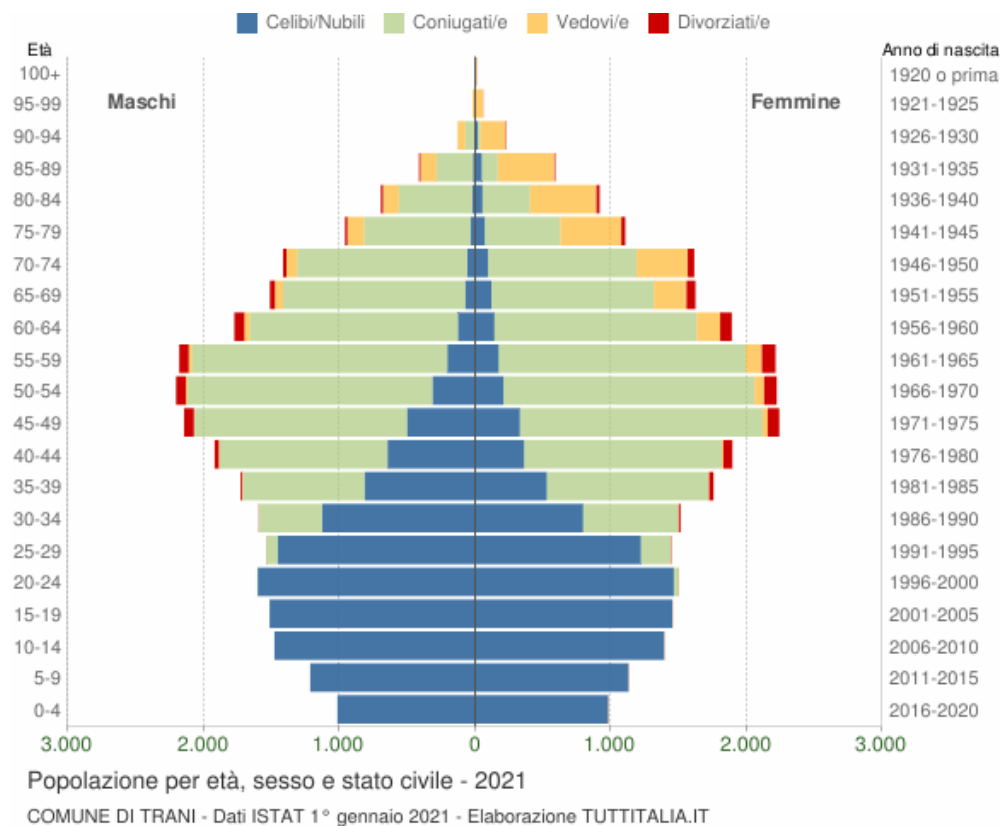
## INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE



L'età dei rispondenti, ovvero quelli che nel nucleo familiare si fanno carico del rapporto con l'azienda, è rappresentata all'**87,2%** da persone di età intermedia, tra 35 e 64 anni. Il dato si verifica in una distribuzione omogenea delle fasce di età. Gli utenti intervistati con più di 65 anni sono stati l'11,8% del totale (a marzo sono stati il 18,3% del totale). Negli estremi delle fasce di età abbiamo registrato la minor quantità di risposte: 1,0% con più di 75 anni e 1,0% con meno di 34 anni.

Le donne sono state un po' più disponibili rispetto agli uomini nel rispondere al questionario, rispecchiando i dati Istat per la composizione demografica in base al sesso.

## INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE



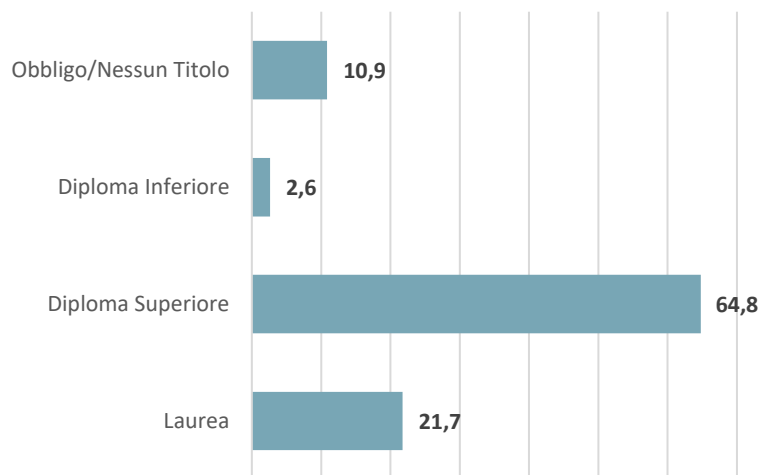
La **Piramide delle Età** rappresenta la distribuzione della popolazione residente nella **Città di Trani**. La conformazione della Piramide, con la base ristretta fino a 29 anni di età, evidenzia «l' invecchiamento progressivo della popolazione».

### Indice di vecchiaia

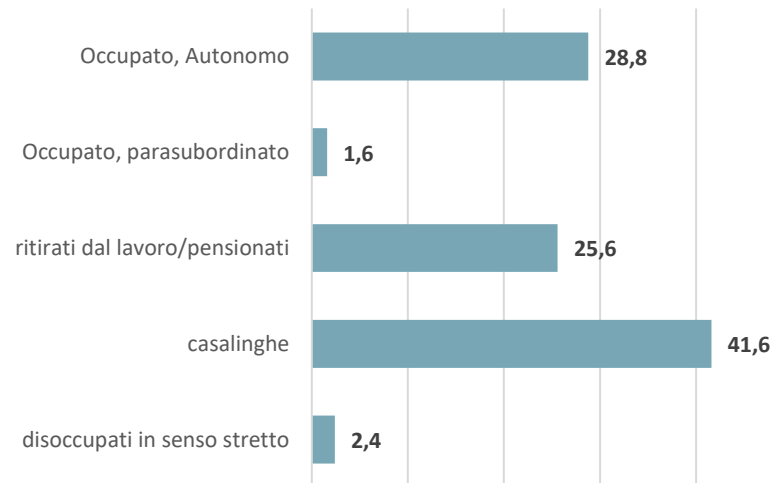
Rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione. È il rapporto percentuale tra il numero degli ultra-sessantacinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. *Ad esempio, nel 2021 l'indice di vecchiaia per il comune di Trani dice che ci sono **156,5 anziani ogni 100 giovani**.*

## INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

### Titolo di studio



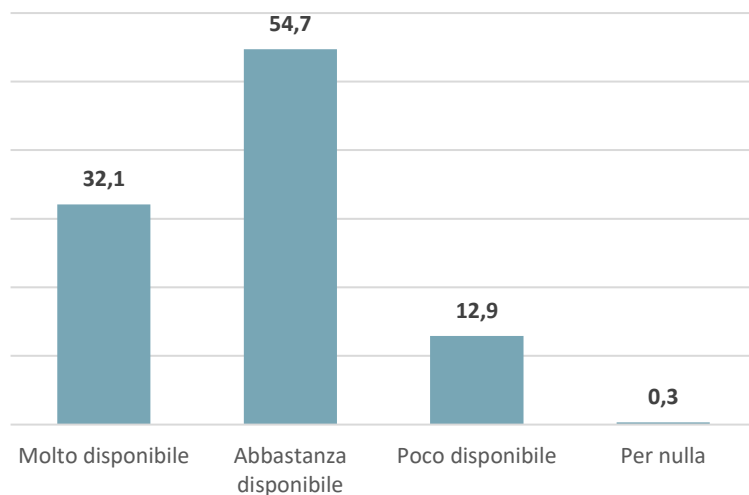
### Condizione lavorativa



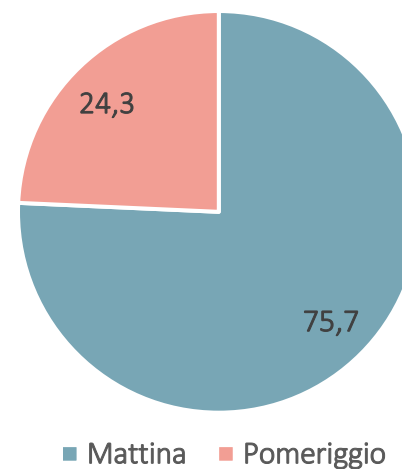
## SCHEDA TECNICA

### Campione e metodologia dell'indagine

Disponibilità



Orario di chiamate



Le percentuali di alta disponibilità dei rispondenti (Molto ed Abbastanza) arrivano all' **86,8%** del totale (85,7% nella precedente indagine), ovvero un'ampia maggioranza quasi nove su dieci intervistati. I dati confermano una **valutazione positiva** della cittadinanza sull'attività di misurazione della qualità voluta dall'azienda. La «poca» e «nulla» disponibilità sono valori che, d'accordo con i dati dell'esperienza in campo, tenderanno a scendere nel tempo con la continuità dell'attività d'ascolto.

Per quanto riguarda l'orario delle interviste fatte abbiamo riscontrato più disponibilità a rispondere al questionario durante la mattina che nel pomeriggio.

## *Aspetti tecnici Raccolta Porta a Porta*

FREQUENZA

ORARI

PULIZIA/IGIENE DELLE AREE ADIACENTI

Nel dettaglio – Frequenza / Orari / Pulizia aree adiacenti

VETRO

PLASTICA / METALLI

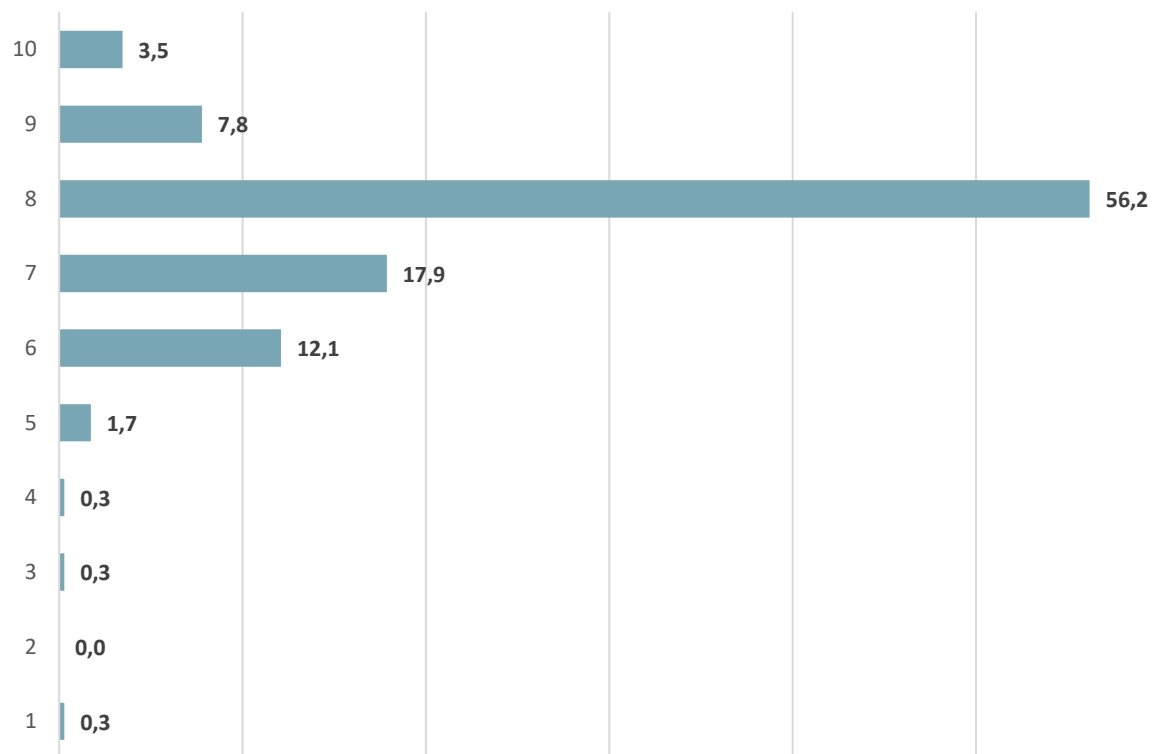
CARTA E CARTONCINO

NON RICICLABILE (INDIFFERENZIATO)

ORGANICO

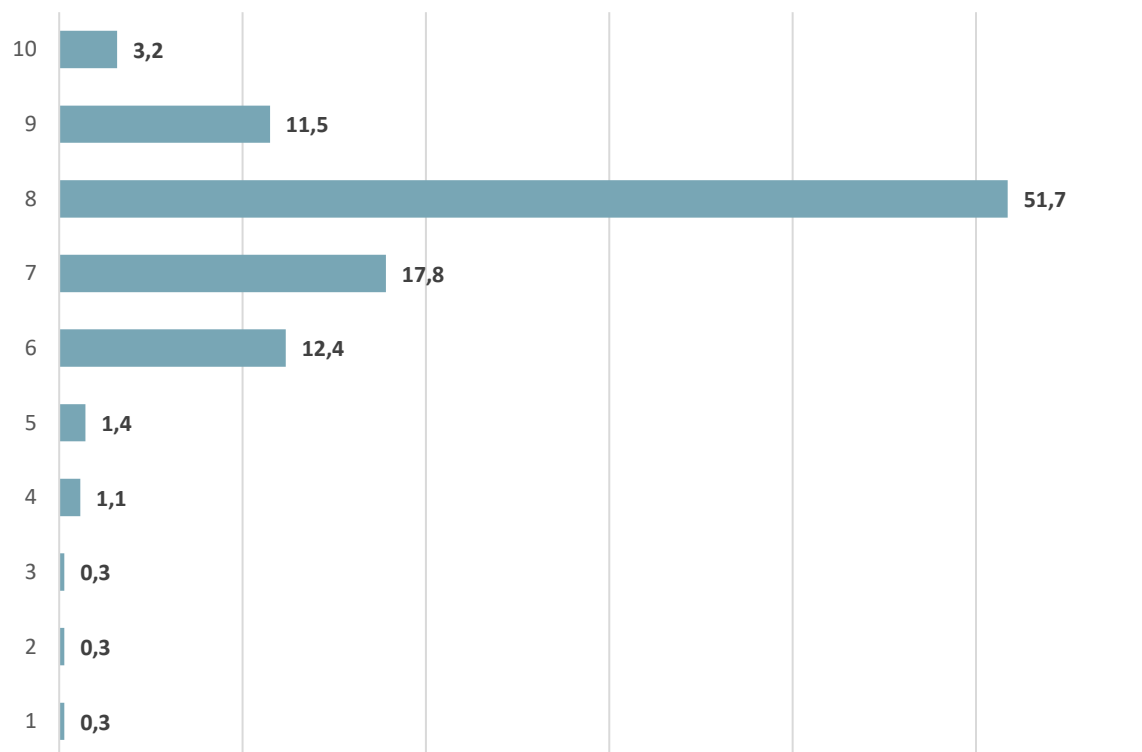
## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

### Frequenza della raccolta



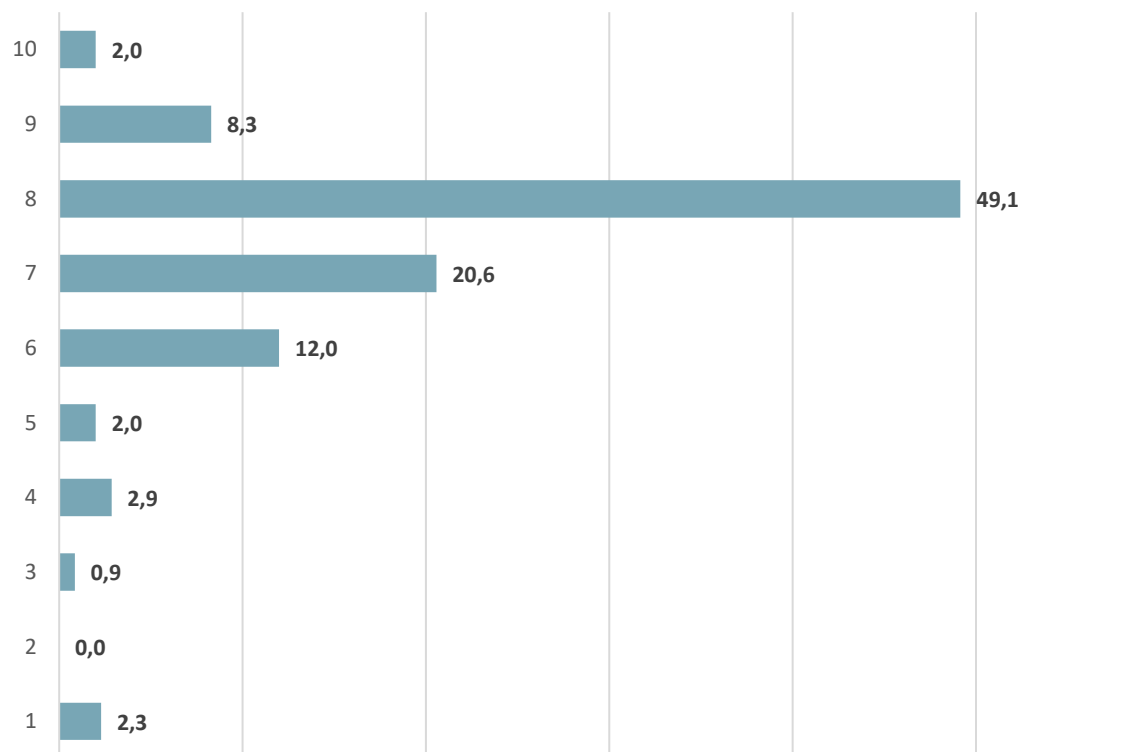
## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

### Orari di ritiro dei rifiuti



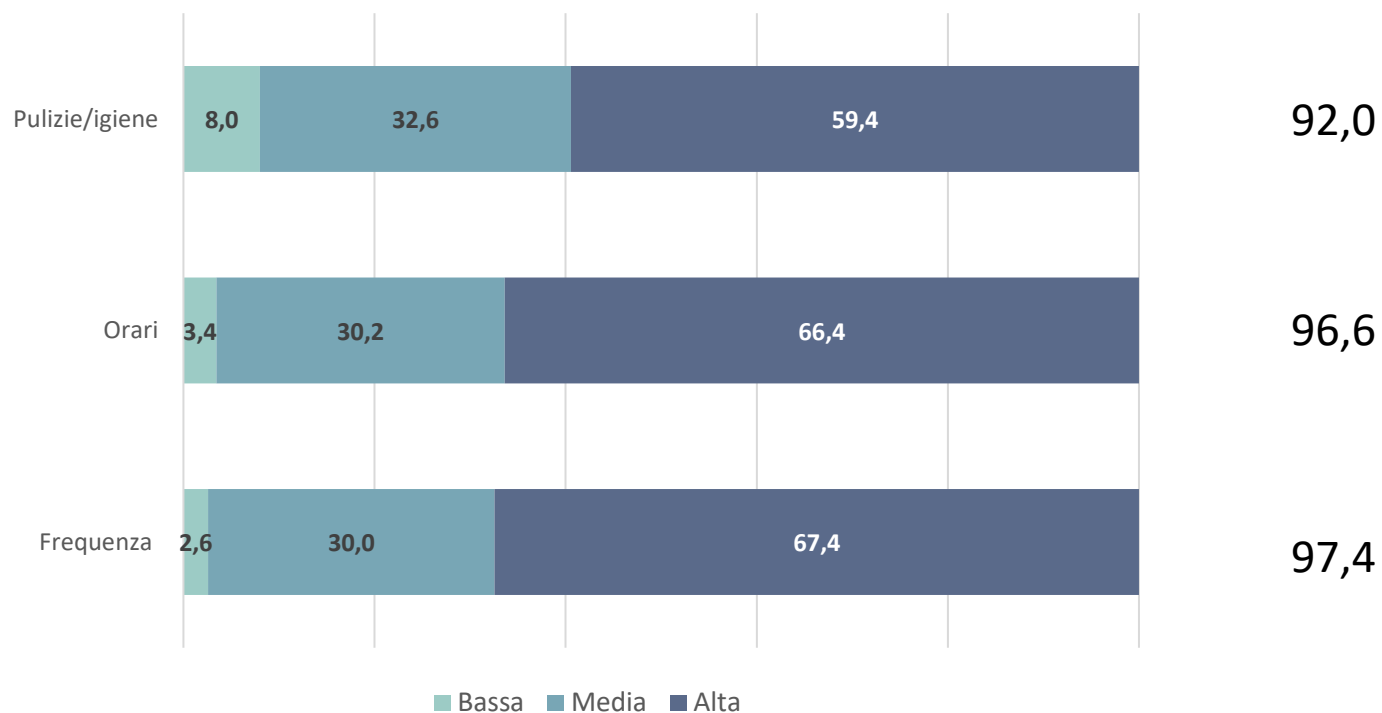
## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

### Pulizia/igiene delle aree adiacenti alla raccolta



## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

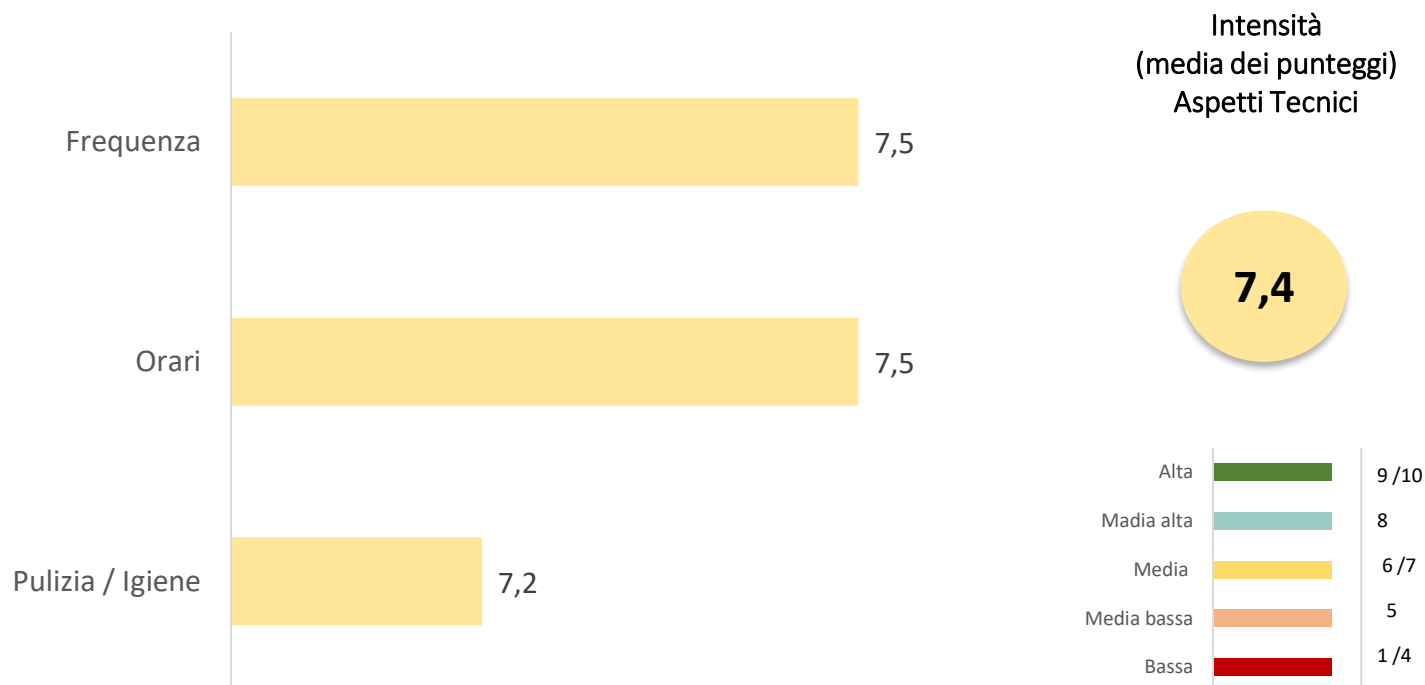
Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



Indice % di soddisfazione TOTALE **Aspetti Tecnici**

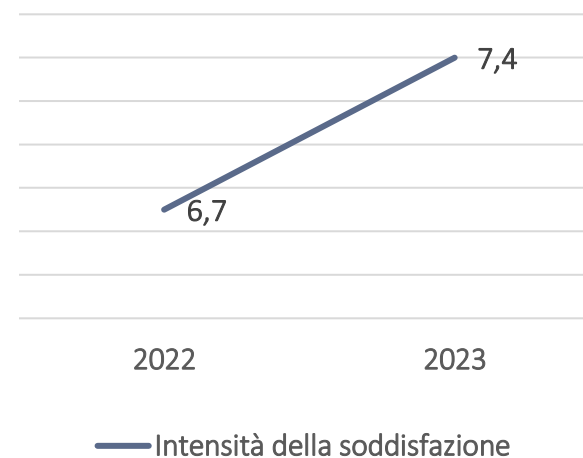
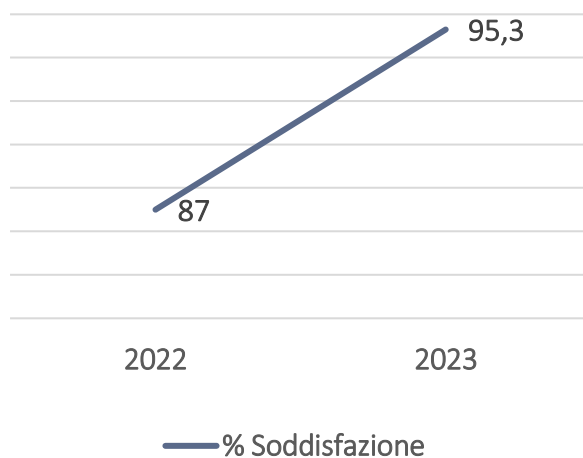
**95,3**

## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA INTENSITA' DELLA SODDISFAZIONE



## Aspetti Tecnici RACCOLTA PORTA A PORTA – TREND 2022/23

SODDISFAZIONE TOTALE (voto 6 a 10) e INTENSITÀ (media dei punteggi dati)



## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA

### Considerazioni

Nel Report dell'anno 2022 abbiamo specificato che «gli Aspetti Tecnici della raccolta porta a porta sono il cuore del servizio ambientale, quelli da tenere particolarmente in considerazione al momento del monitoraggio della soddisfazione dell'utenza».

Nell'indagine odierna, dell'anno 2023, rimane chiaro, alla luce dei risultati, che l'Azienda ha messo in campo, con grande successo, le azioni correttive suggerite dalla propria utenza.

Così vediamo oggi, in tutti gli aspetti valutati, una forte crescita della soddisfazione (percentuale d'intervistati che vota da 6 a 10), che passa da uno scarso 87,0% del 2022 ad un 95,3% nel 2023, una crescita netta di 8,3 punti percentuali.

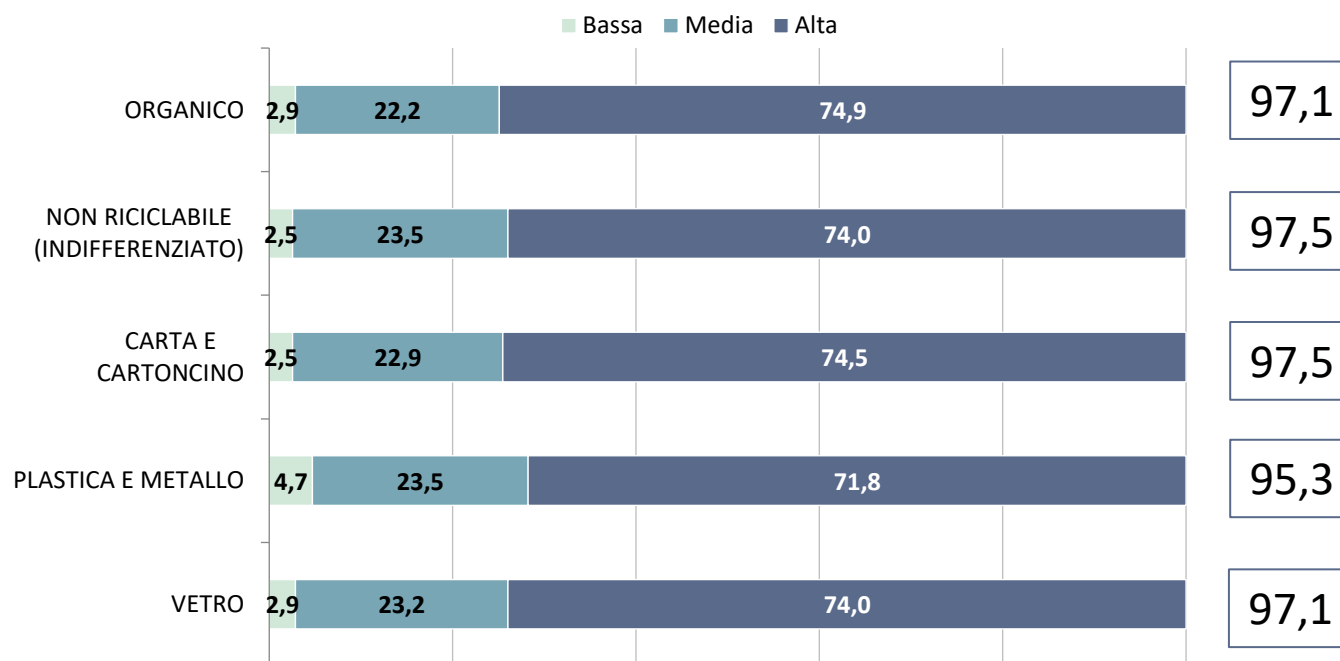
In parallelo è cresciuta, anche, la media dei punteggi con cui l'utenza ha espresso la valutazione in ogni caso, passando da un «6,7» ad un «7,4» per il totale dei fattori tecnici. Sebbene ancora con ampio margine di crescita per arrivare ai punteggi di «Alta Soddisfazione» (8 a 10) si conferma una tendenza positiva.

Finalmente vediamo che, sebbene con un miglioramento sostanziale, anche nel 2023 il punto di debolezza all'interno degli «Aspetti Tecnici» del servizio si conferma la «Pulizia delle aree adiacenti». I dati ci segnalano che le azioni correttive al riguardo hanno ancora un importante margine di miglioramento, ma che la strada intrapresa è quella giusta.

|                        | INTENSITÀ (media dei punteggi) |      | Soddisfazione (% voto 6 a 10) |      | Soddisfazione differenza Mar/Dic. |
|------------------------|--------------------------------|------|-------------------------------|------|-----------------------------------|
|                        | 2022                           | 2023 | 2022                          | 2023 | Punti percentuali                 |
| Frequenza              | 6,9                            | 7,5  | 90,9                          | 97,4 | + 6,5                             |
| Orari                  | 6,8                            | 7,5  | 85,9                          | 96,6 | + 10,7                            |
| Pulizia aree adiacenti | 6,6                            | 7,2  | 84,1                          | 92,0 | +7,9                              |

## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA - ORARI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per tipo di rifiuto

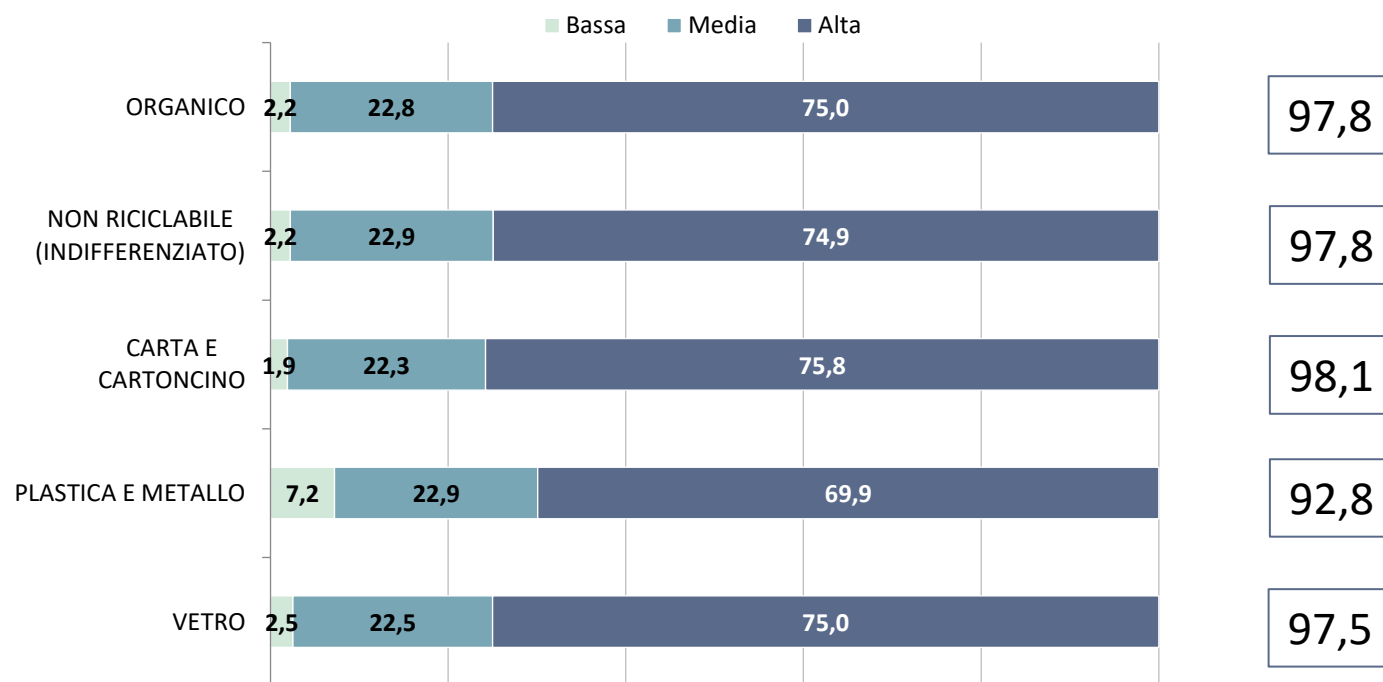


Indice % di soddisfazione **Aspetti Tecnici - ORARI**

**96,9**

## ASPETTI TECNICI RACCOLTA PORTA A PORTA - FREQUENZA

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per tipo di rifiuto



Indice % di soddisfazione Aspetti Tecnici - **FREQUENZA**

**96,8**

## Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE per tipo di rifiuto

### Considerazioni

La valutazione degli «Orari» e della «Frequenza» della raccolta, per ogni tipo di rifiuto in modo indipendente, ci offre una fotografia molto più dettagliata, che ci permette di capire se ci sono diverse percezioni da parte dell'utenza.

Nei due grafici precedenti rimane chiara una parità della valutazione per quasi tutti i tipi di rifiuti, con la sola eccezione della raccolta di «Plastica e Metalli», che in entrambi i casi viene valutata con una percentuale minore del resto.

Riguardo gli «Orari» di raccolta la soddisfazione generale si aggira sul 97,0% di soddisfazione, essendo la media di tutti i sub-fattori analizzati di 96,9%.

«Plastica e Metalli» scende al 95,3%, quasi due punti percentuali in meno.

La differenza tra «Plastica e Metalli» e il resto dei materiali si fa più nota al momento di valutare la «Frequenza» della raccolta.

In questo fattore la valutazione dell'«Organico», «Non riciclabile», «Carta e Cartone» e «Vetro» crescono anche in confronto ai punteggi che ricevono per gli «Orari» e si aggirano in torno al 98,0% di soddisfazione. Però, la performance al ribasso di «Plastica e Metalli», che scende al 92,8%, fa calare, sebbene di poco, la media generale del fattore a 96,8%.

Sempre dentro una crescita notevole nel miglioramento della percezione della qualità del servizio, verificata in tutti i fattori nel confronto con i dati di marzo 2022, resta la sfida di capire come migliorare il servizio della raccolta di «Plastica e Metalli», con l'obiettivo di portarlo al livello di soddisfazione raggiunto dagli altri materiali raccolti.

Infine, tanto per gli «Orari» come per la «Frequenza» della raccolta, con la sola eccezione della «Plastica e Metalli», il dato da mettere in evidenza è l'Alta Soddisfazione registrata (voti da 8 a 10), con circa il 75,0% dei cittadini che si manifestano «Molto soddisfatti».

*Aspetti tecnici*  
*Servizi offerti*

ISOLE ECOLOGICHE MOBILI

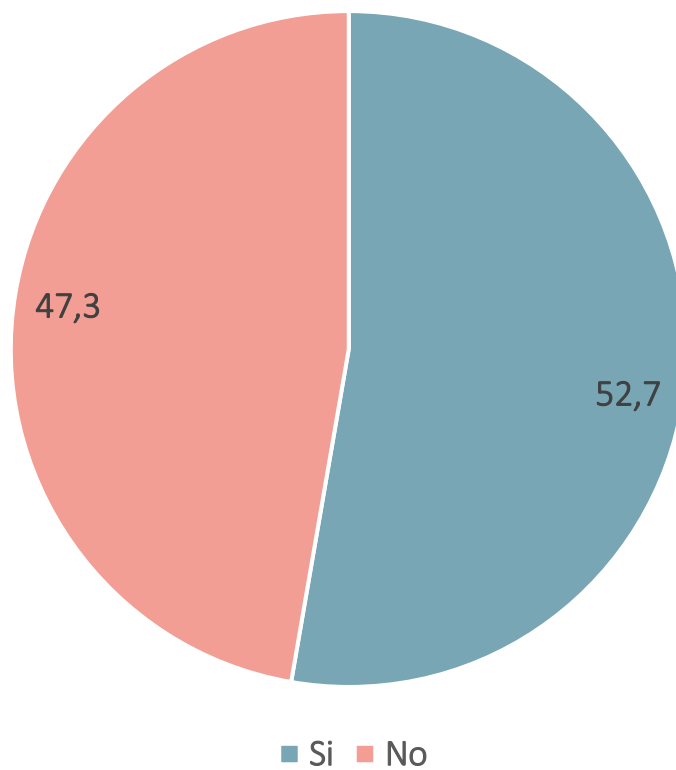
CENTRO COMUNALE DI RACCOLTA

RITIRO INGOMBRANTI / RAEE / RIFIUTI VERDI

SPAZZAMENTO DELLE STRADE

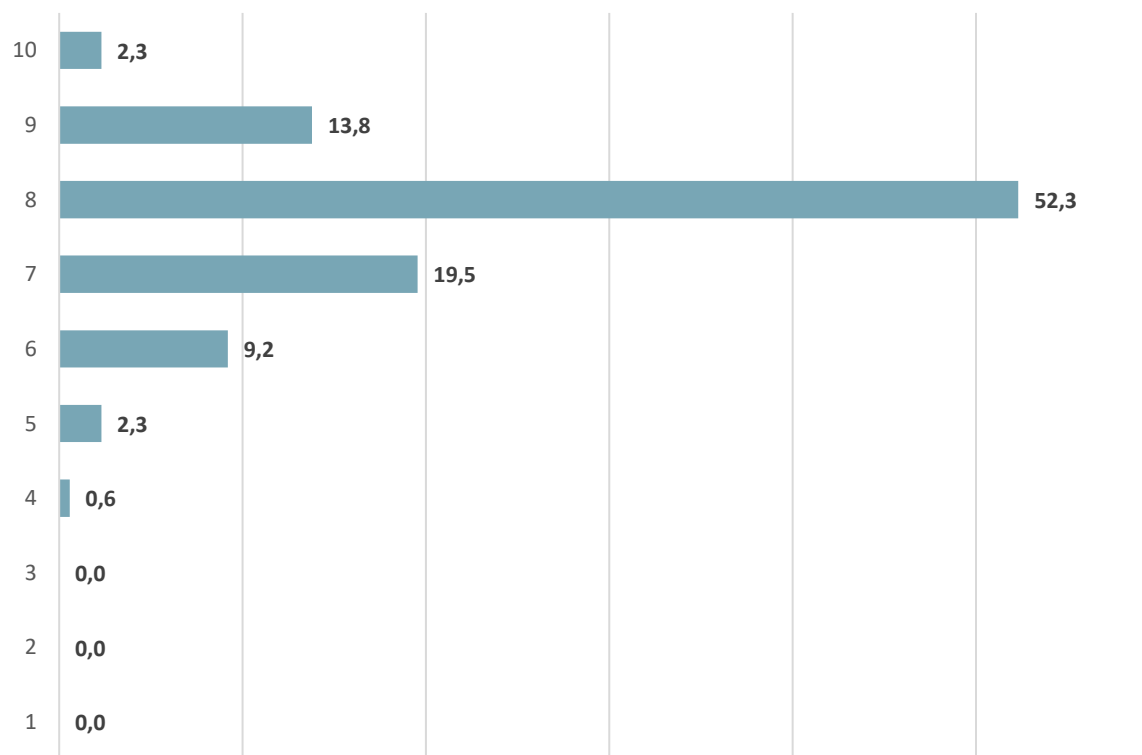
## SERVIZI OFFERTI

Ha mai utilizzato le Isole Ecologiche mobili?



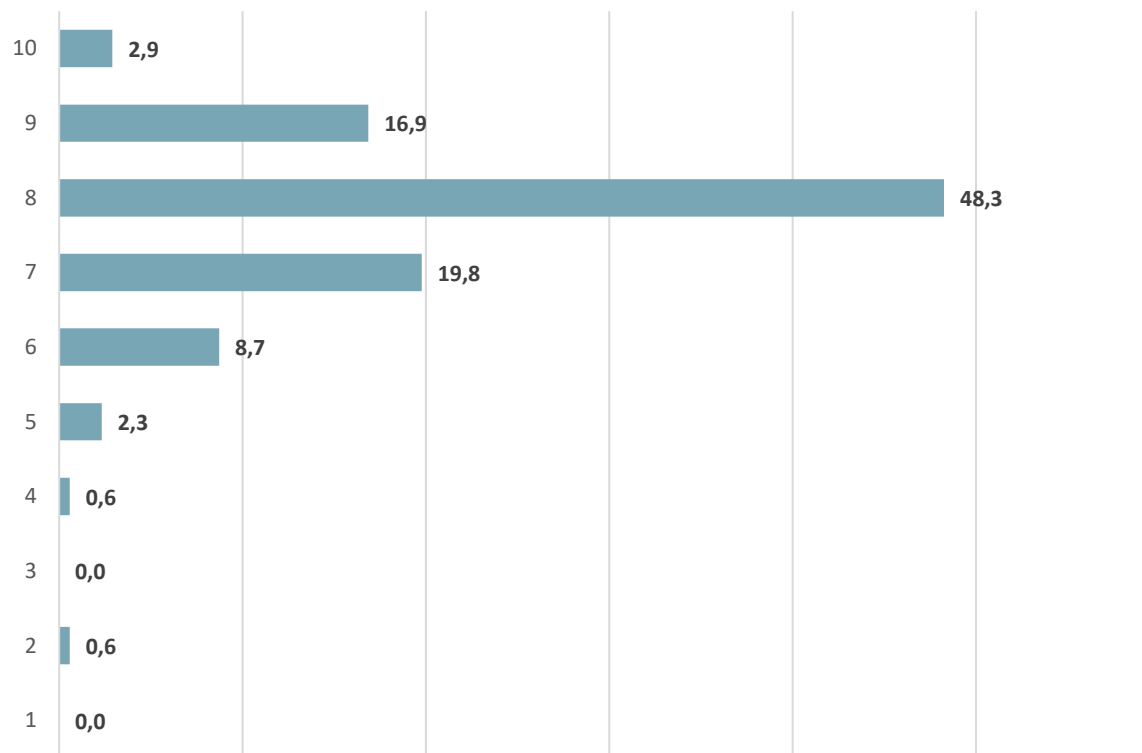
## SERVIZI OFFERTI

### Orari di apertura Isole Ecologiche mobili



## SERVIZI OFFERTI

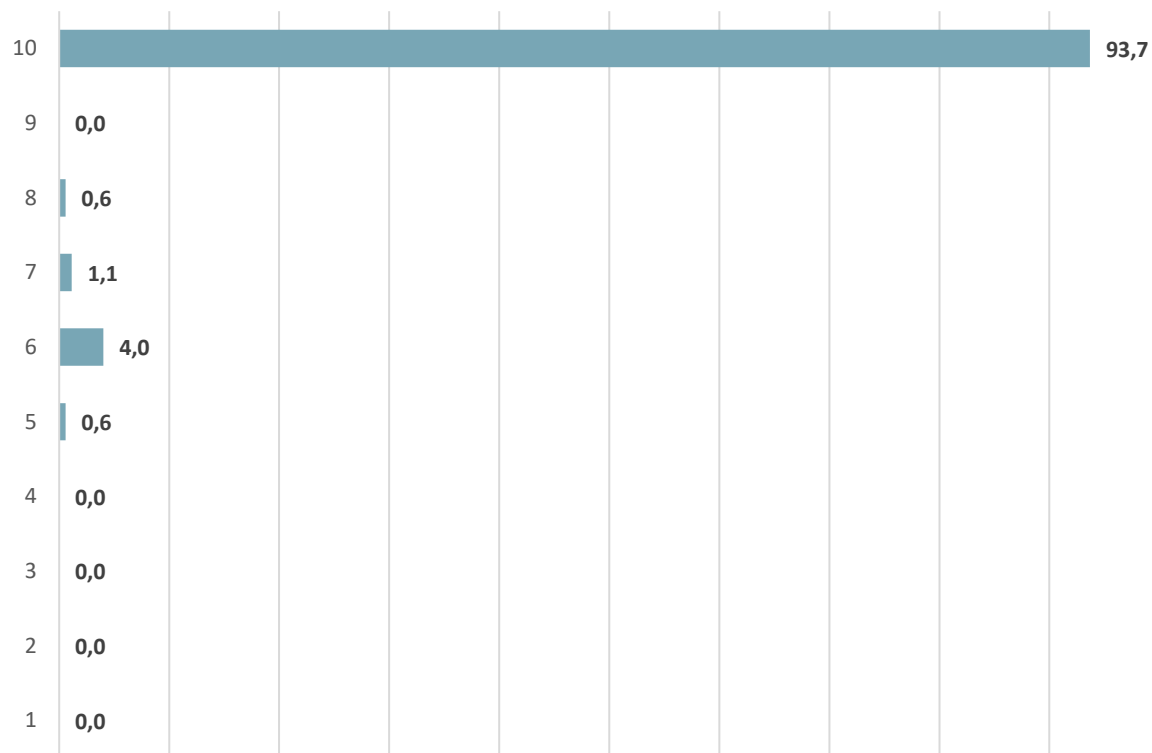
Soddisfazione Isole Ecologiche mobili – Domanda *Overall*



## SERVIZI OFFERTI

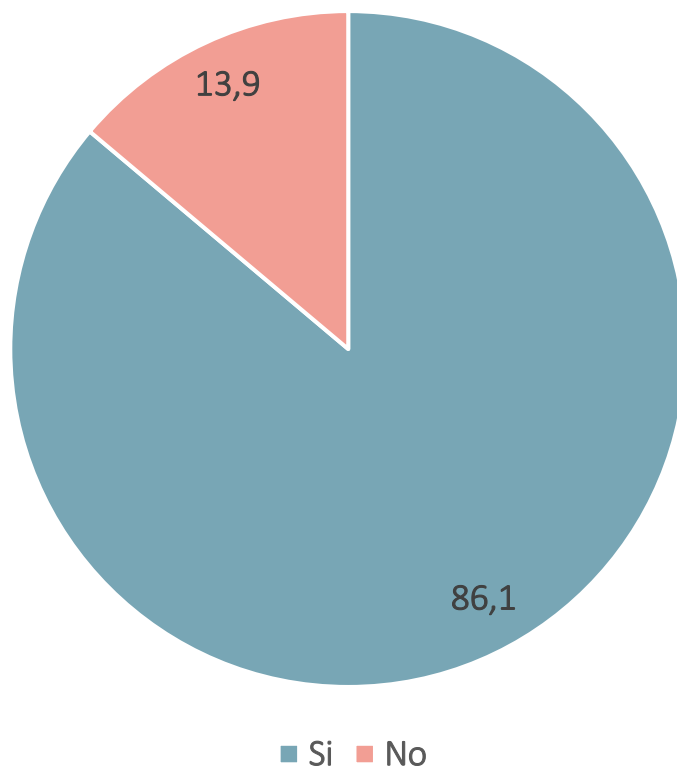
### IMPORTANZA Isole Ecologiche mobili

*Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



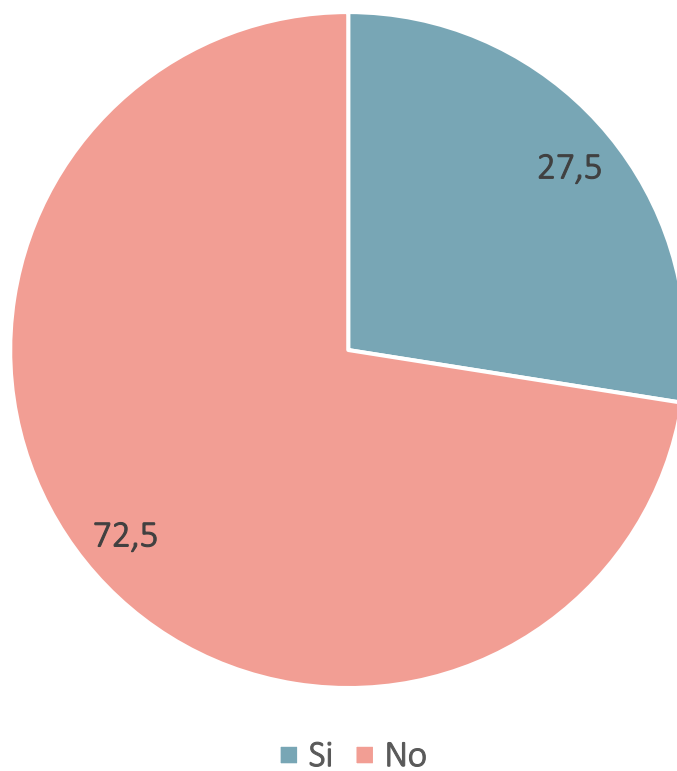
## SERVIZI OFFERTI

Conosce il Centro comunale di raccolta?



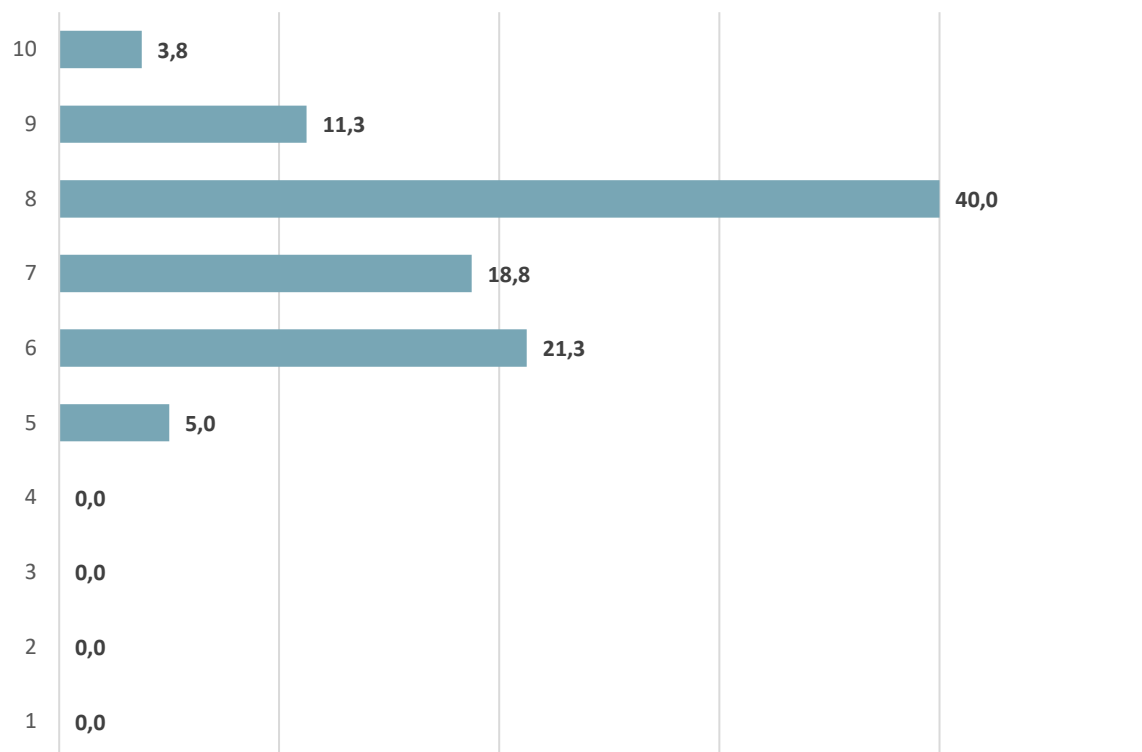
## SERVIZI OFFERTI

Ha mai utilizzato il Centro comunale di raccolta?



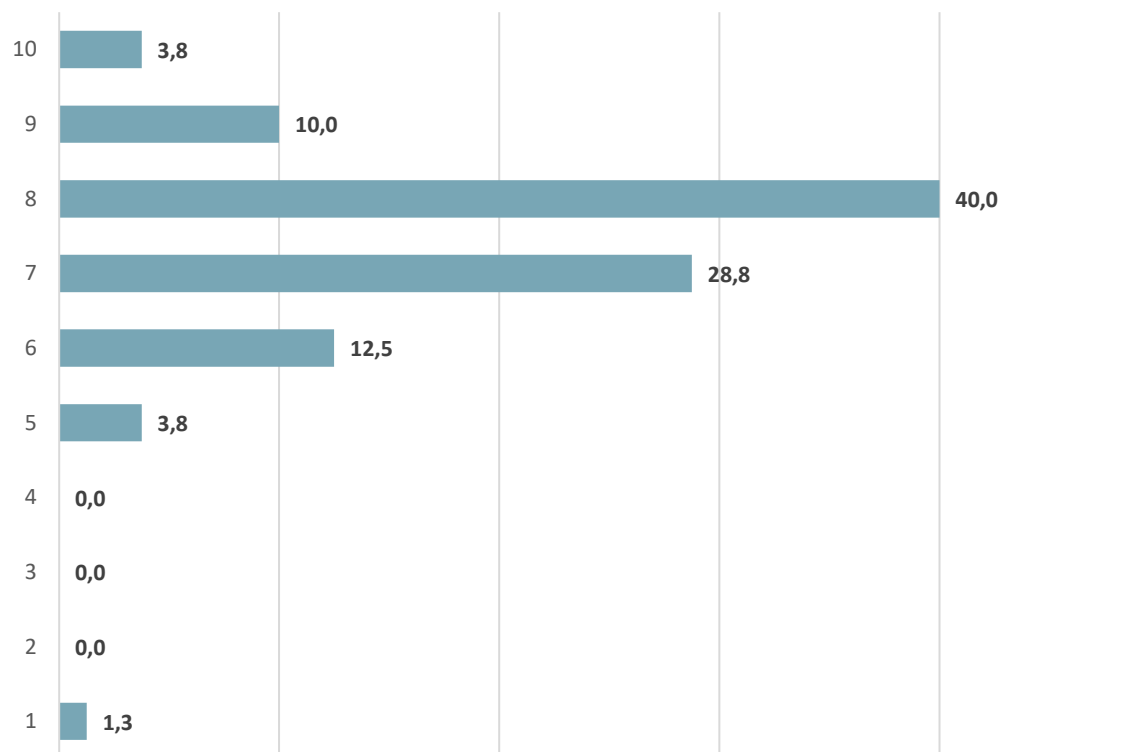
## SERVIZI OFFERTI

Orari di apertura Centro comunale di raccolta — Sul 72,5% che lo ha utilizzato



## SERVIZI OFFERTI

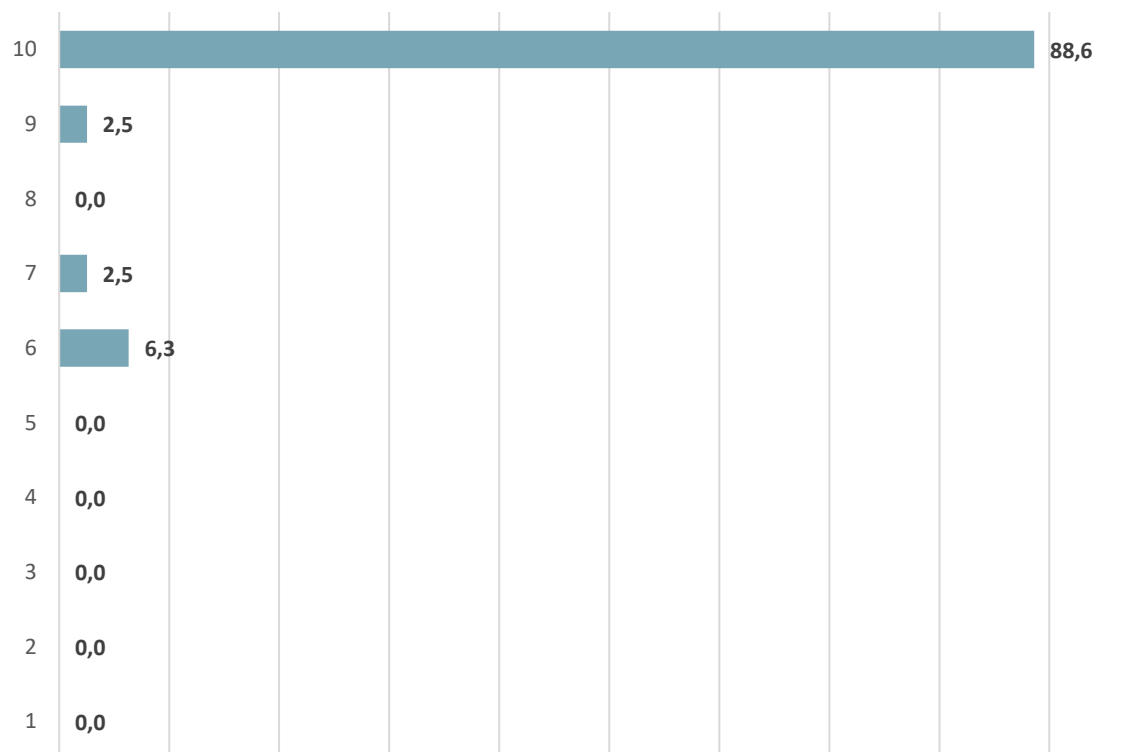
Soddisfazione Centro comunale di raccolta – Domanda *Overall*



## SERVIZI OFFERTI

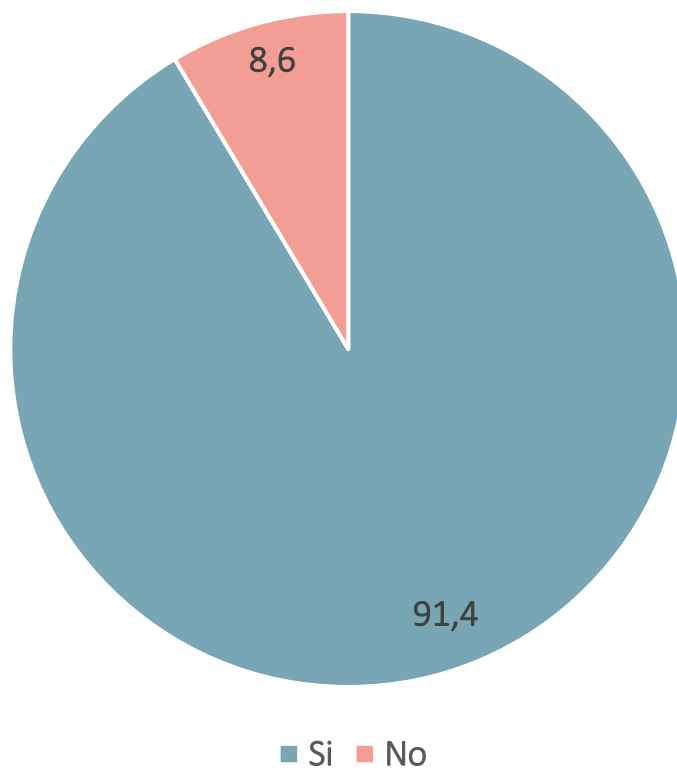
### IMPORTANZA Centro comunale di raccolta

*Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



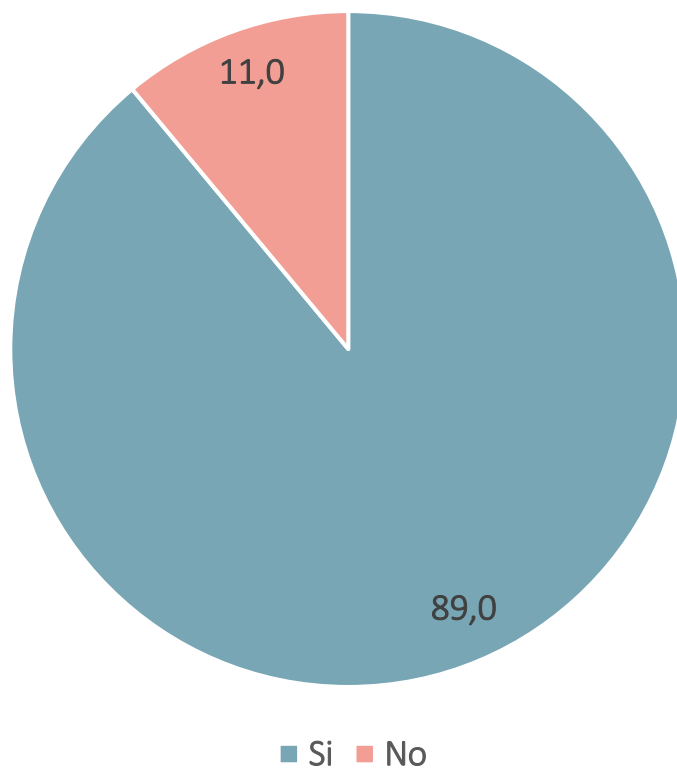
## SERVIZI OFFERTI

Conosce il servizio di Ritiro Ingombranti?



## SERVIZI OFFERTI

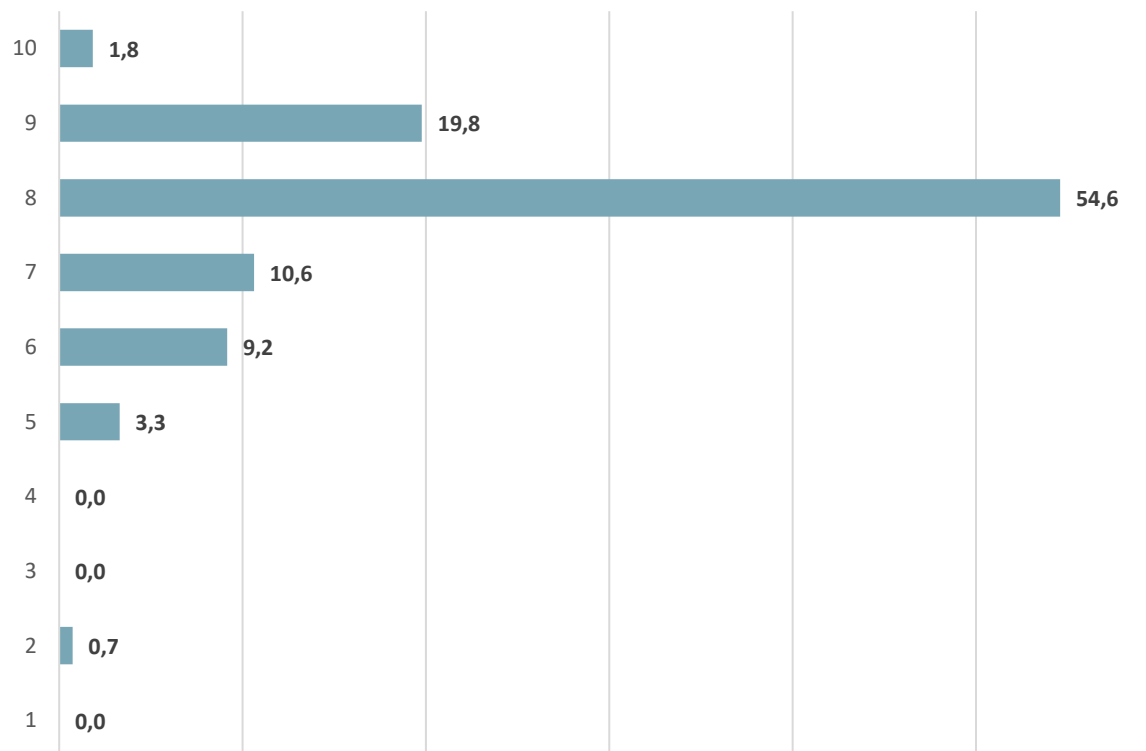
Ha mai utilizzato il servizio di Ritiro Ingombranti?



## SERVIZI OFFERTI

Soddisfazione servizio di Ritiro Ingombranti – Domanda *Overall*

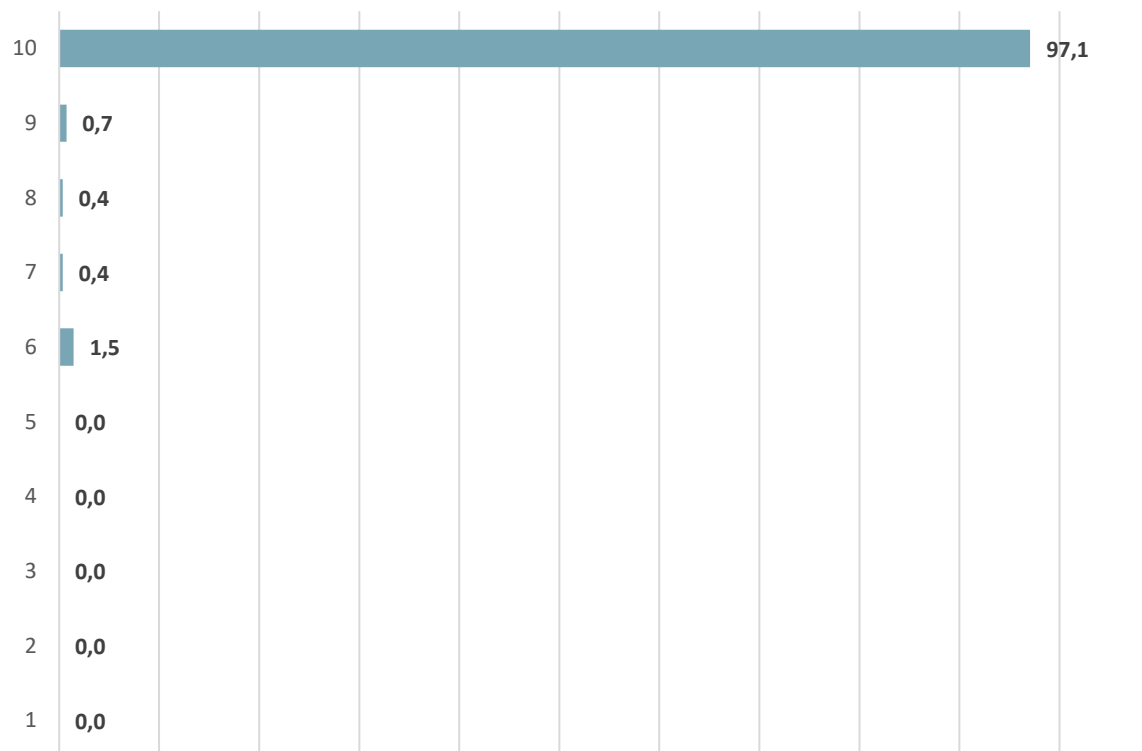
*Sul 89,0 % che lo ha utilizzato*



## SERVIZI OFFERTI

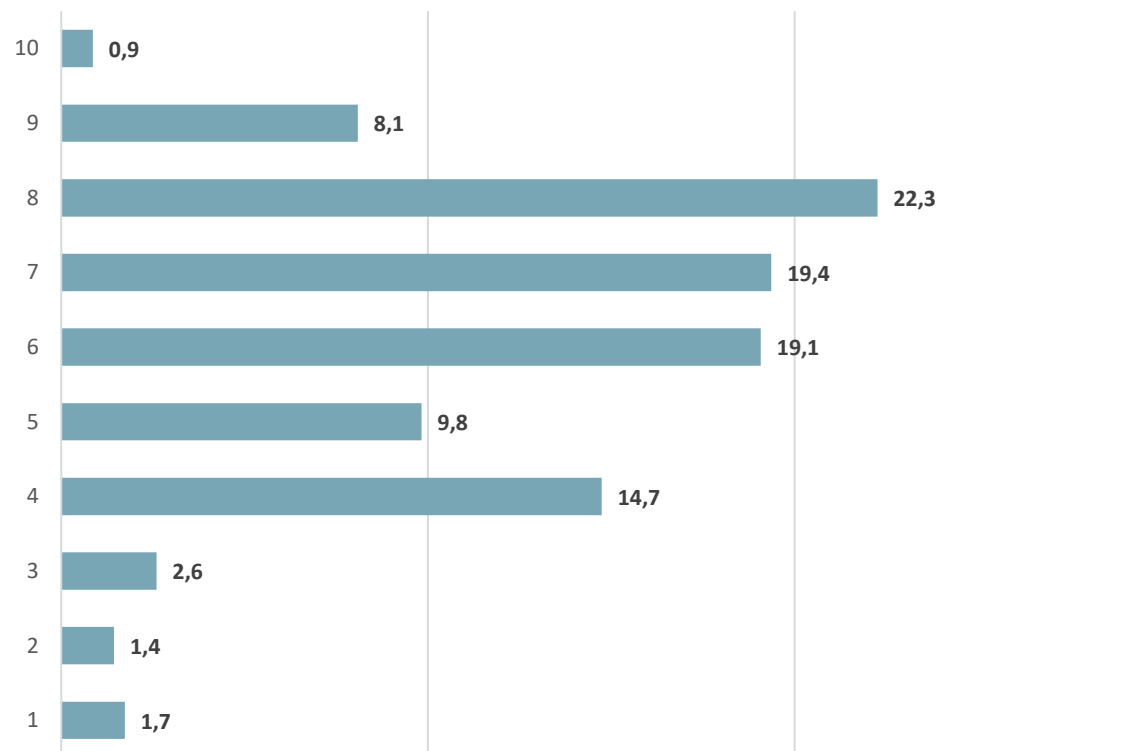
### IMPORTANZA Ritiro Ingombranti

*Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



## SERVIZI OFFERTI

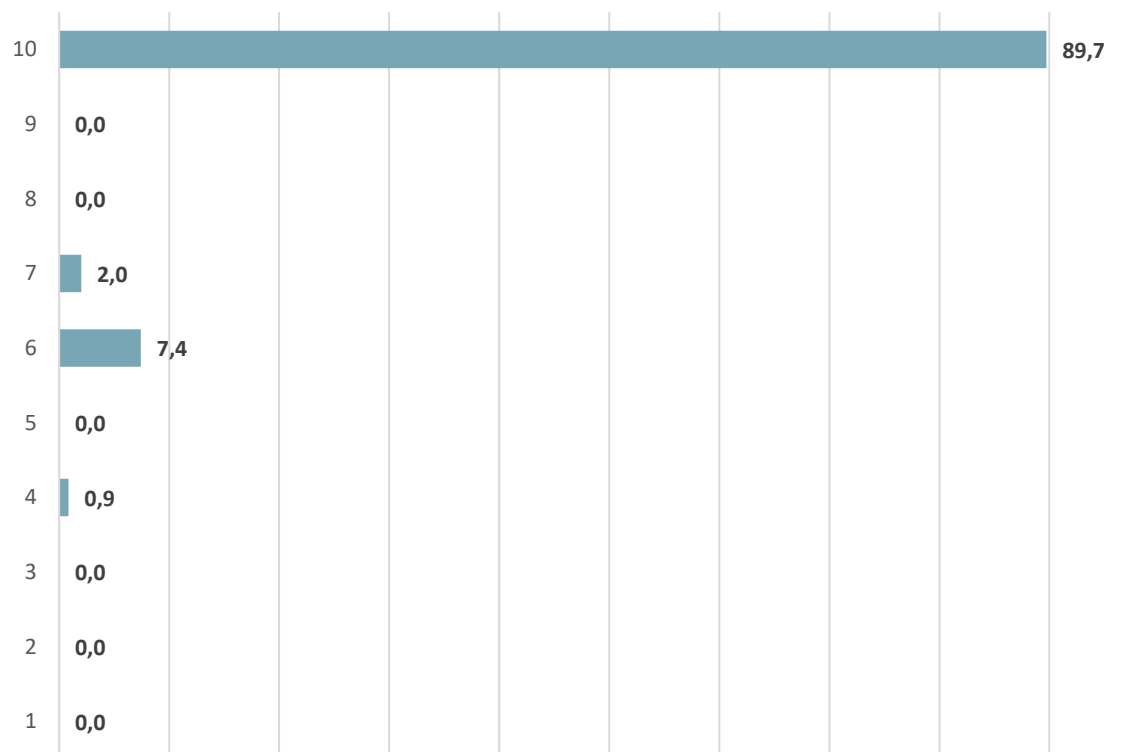
Soddisfazione Spazzamento delle strade – Domanda *Overall*



## SERVIZI OFFERTI

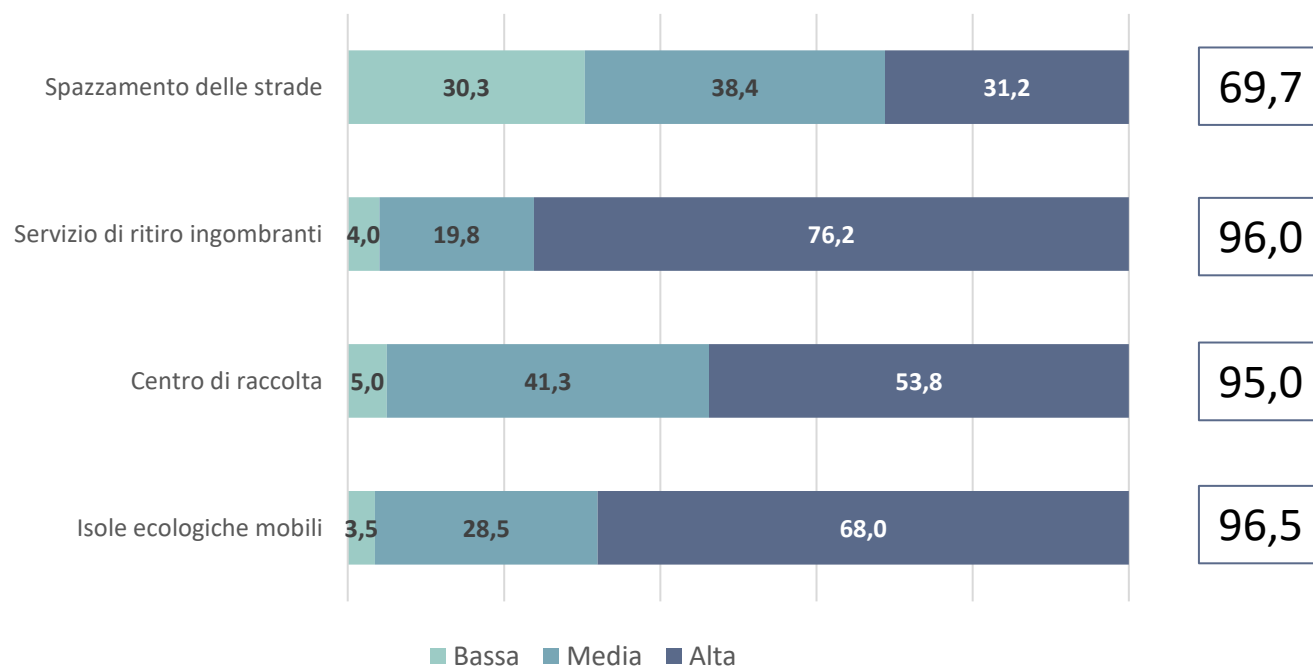
### IMPORTANZA Spazzamento delle strade

*Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità*



## SERVIZI OFFERTI

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE

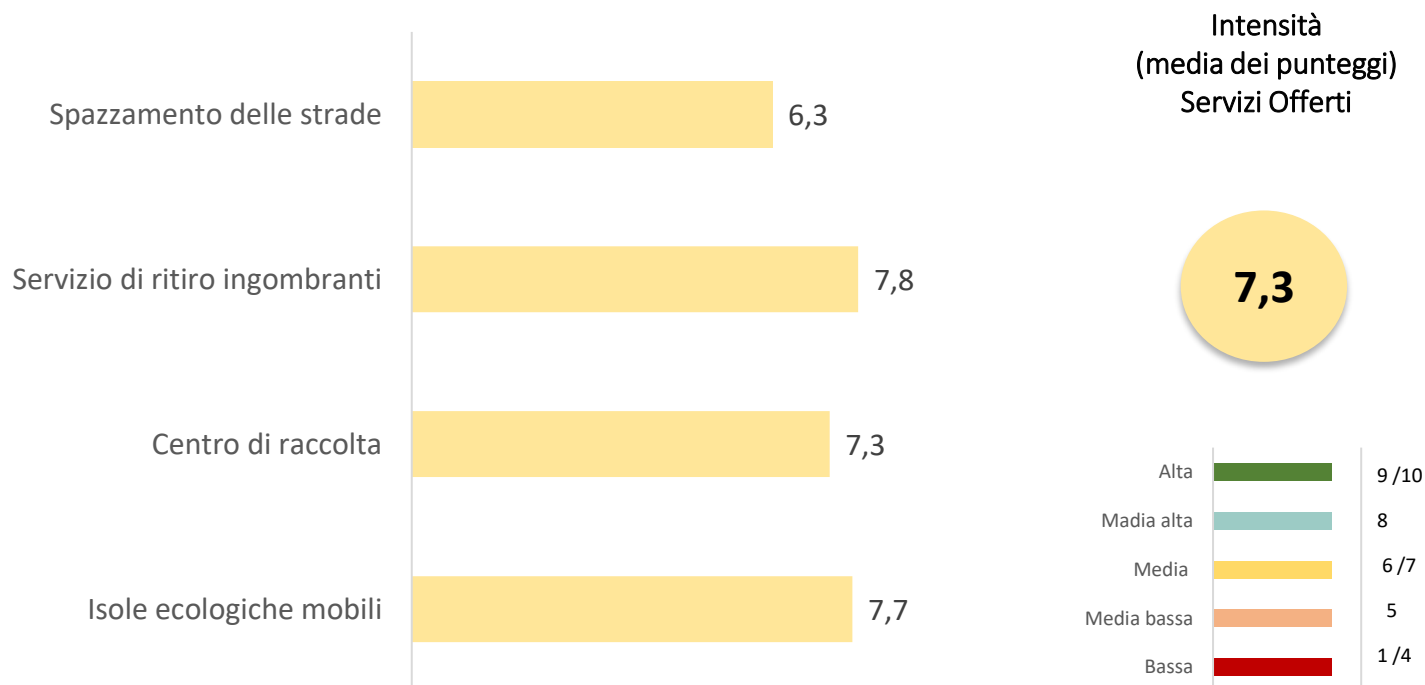


Indice % di soddisfazione TOTALE Servizi Offerti

**89,3**

## SERVIZI OFFERTI

### INTENSITA' DELLA SODDISFAZIONE



## SERVIZI OFFERTI

### Considerazioni

In questo capitolo vediamo con molta chiarezza quali sono i servizi più e meno apprezzati da parte dell'utenza, oltre al servizio di «Raccolta porta a porta» precedentemente analizzato.

Le «Isole Ecologiche mobili» continuano ad essere al top della valutazione, raggiungendo un 96,5% di soddisfazione, in linea con il 96,4% di soddisfazione registrato nel 2022 ovvero nella valutazione dello scorso anno. È cresciuta, invece, la media dei punteggi dati (Intensità della Soddisfazione) passando da un 7,1% al 7,7% del 2023. La differenza (in positivo) emerge con chiarezza quando si confronta l'Alta Soddisfazione (voti da 8 a 10 tra il 2022 quando abbiamo registrato un 33,3% e l'Alta Soddisfazione del 2023 che è arrivata al 68,0% segnando un importante passo qualitativo in avanti con più del doppio di utenti altamente soddisfatti

Il «Centro di Raccolta» segna, nell'andamento da tra i due anni, un'altra positività, passando dal 92,8% al 95,0% guadagnando più di due punti percentuali, tutti concentrati sull'Alta Soddisfazione, che dal 51,4% del 2022 è salita al 53,8% del 2023.

Nella continuità dell'analisi vediamo anche la ripetizione di un fenomeno positivo quando osserviamo che, nel servizio di «Ritiro Ingombranti», cresce di poco la soddisfazione totale, ma cresce di tanto, all'interno di essa, l'Alta Soddisfazione.

Vediamo allora che, nella precedente indagine (anno 2022), erano soddisfatti (voto da 6 a 10) il 94,6% del totale e che, oggi, i soddisfatti sono il 96,0% 1,4% punti percentuale in più. Ma quando rivolgiamo lo sguardo verso l'Alta Soddisfazione (voti da 8 a 10), vediamo che dal 59,8% dell'anno scorso si passa ad un 76,2% quest'anno ovvero 16,4 punti percentuali in più.

L'Intensità (media dei voti dati) è un elemento molto importante da tenere in conto, perché la loro crescita significa che l'approvazione del servizio offerto è più forte e convinta da parte dell'utenza.

Riguardo alla Soddisfazione sullo «Spazzamento delle strade», sebbene in crescita dal 64,7% del 2022 al 69,7% del 2023 è un fattore che cala in modo significativo in comparazione con gli altri servizi offerti. C'è un miglioramento di 3 punti percentuali e, più importante, una crescita dell'Alta Soddisfazione (12,7% nel 2022, 31,2% nel 2023 così come una decrescita della «bassa soddisfazione» (voti 1 a 5 che è passata dal 35,3% al 30,3% in questo 2023. È un miglioramento, ma ancora insufficiente, che fa calare la valutazione generale dei servizi offerti

## *Valutazioni complessive*

GIUDIZIO GLOBALE

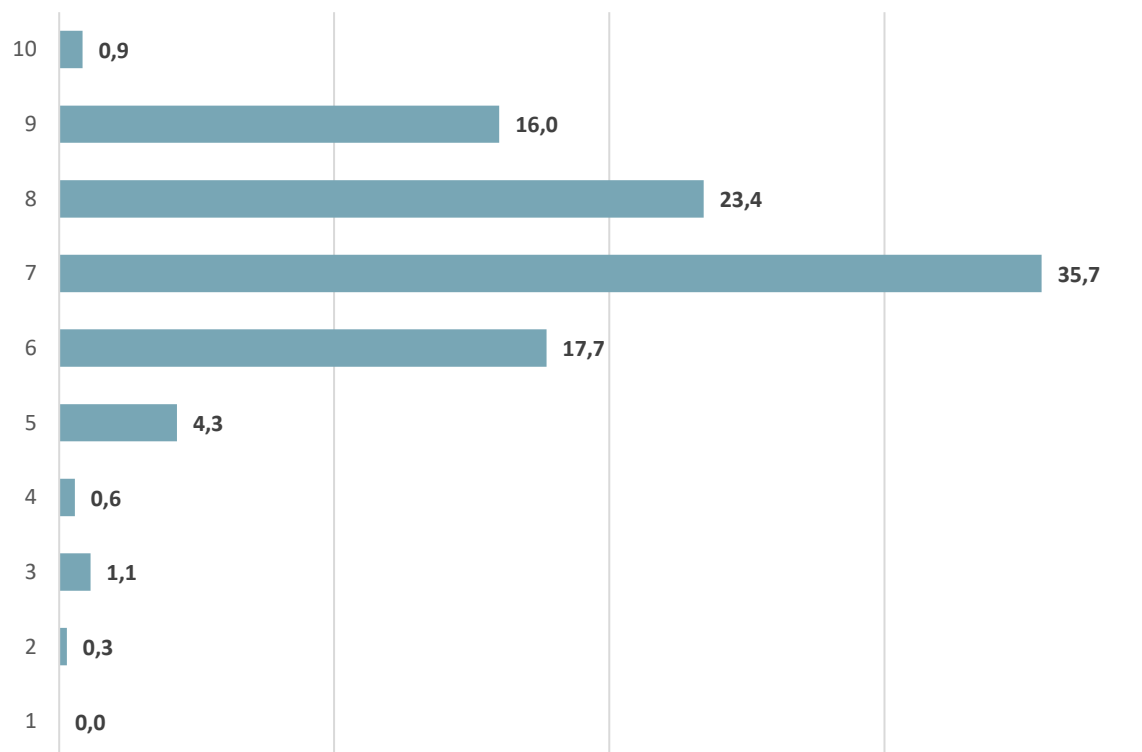
RAPPORTO QUALITÀ / PREZZO

CUSTOMER SATISFACTION INDEX

NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

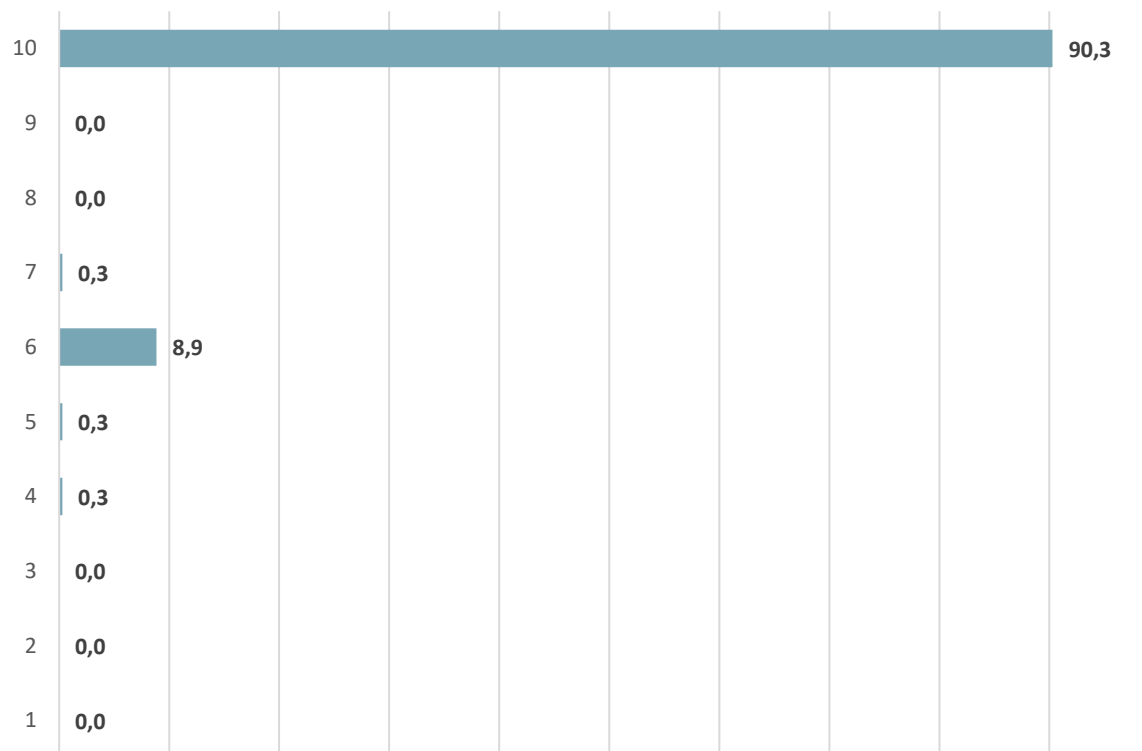
## GIUDIZIO GLOBALE

Soddisfazione generale, considerando **tutti gli aspetti** del servizio – Domanda *Overall*



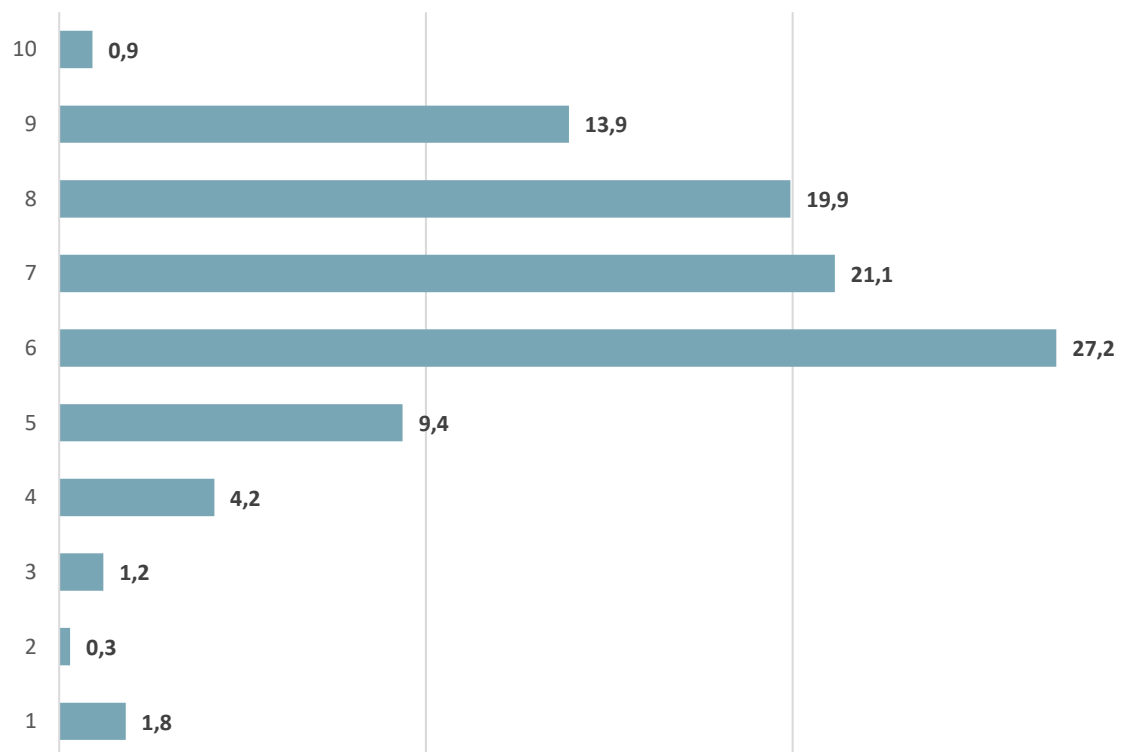
## GIUDIZIO GLOBALE

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



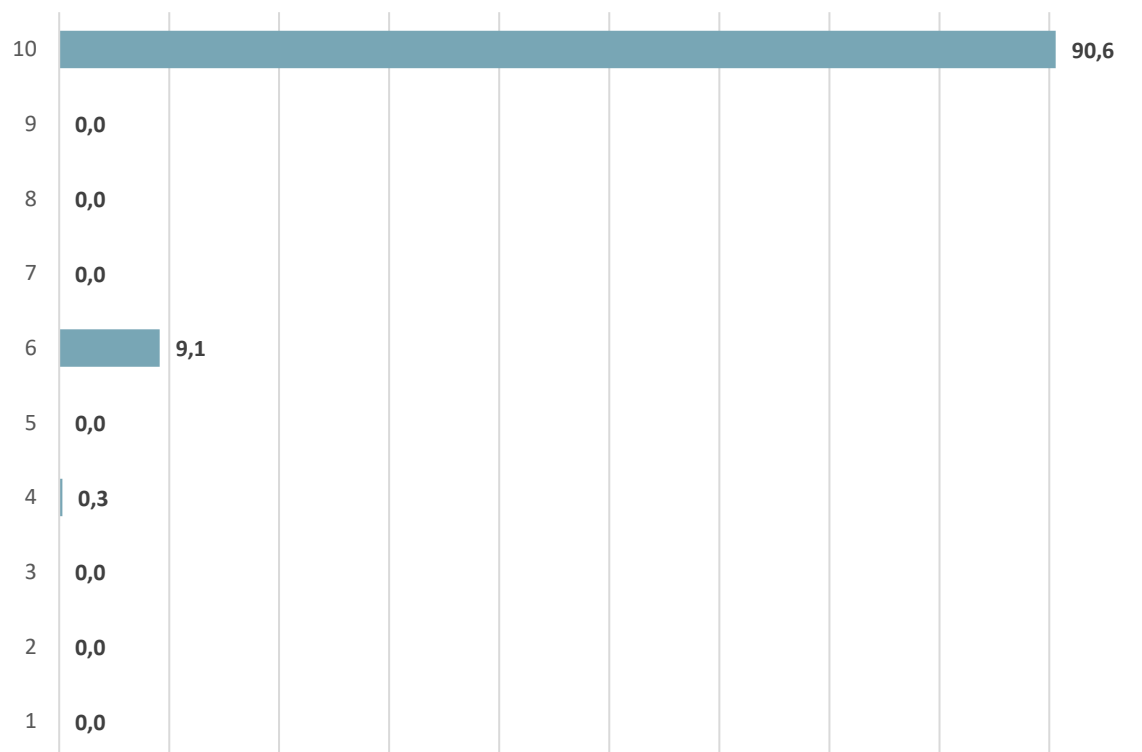
## RAPPORTO QUALITA' / PREZZO

Soddisfazione generale – Domanda *Overall*



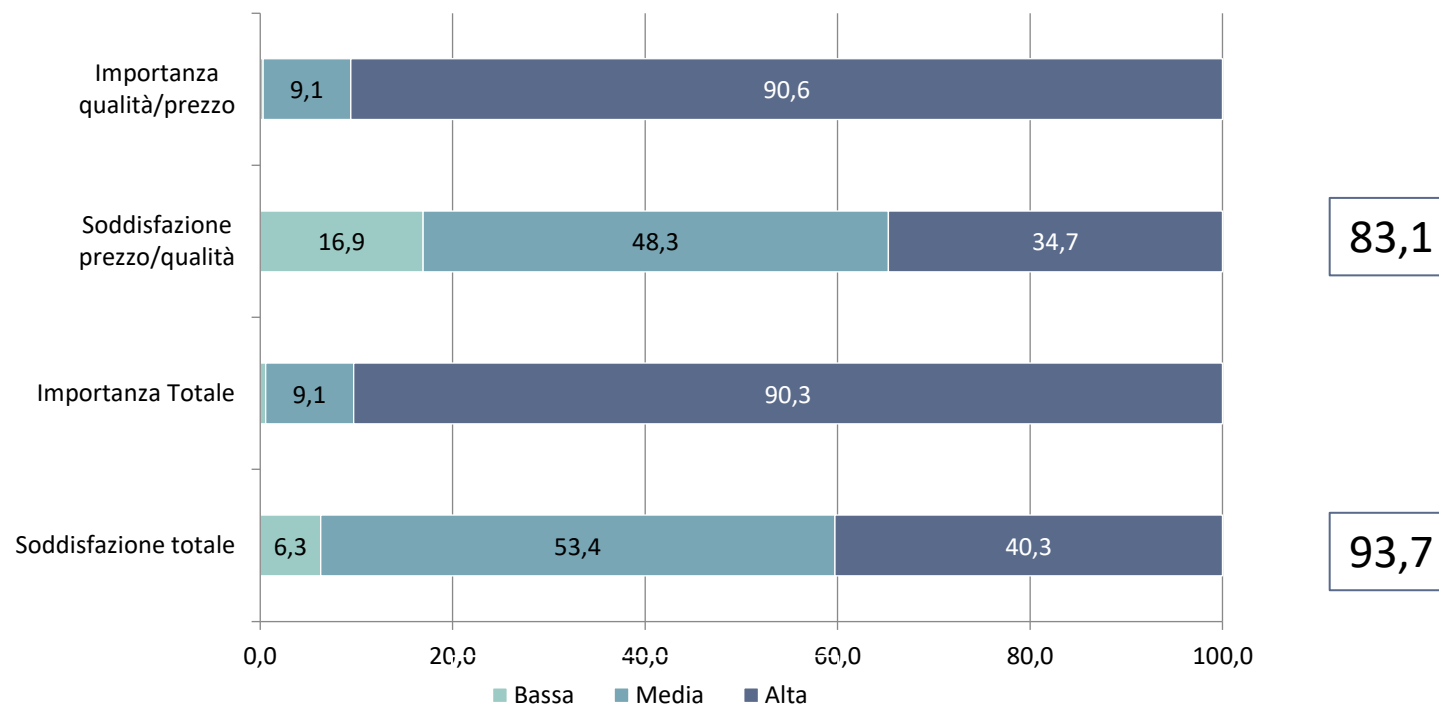
## RAPPORTO QUALITA' / PREZZO

IMPORTANZA – Risultato considerato per la costruzione della Mappa delle Priorità



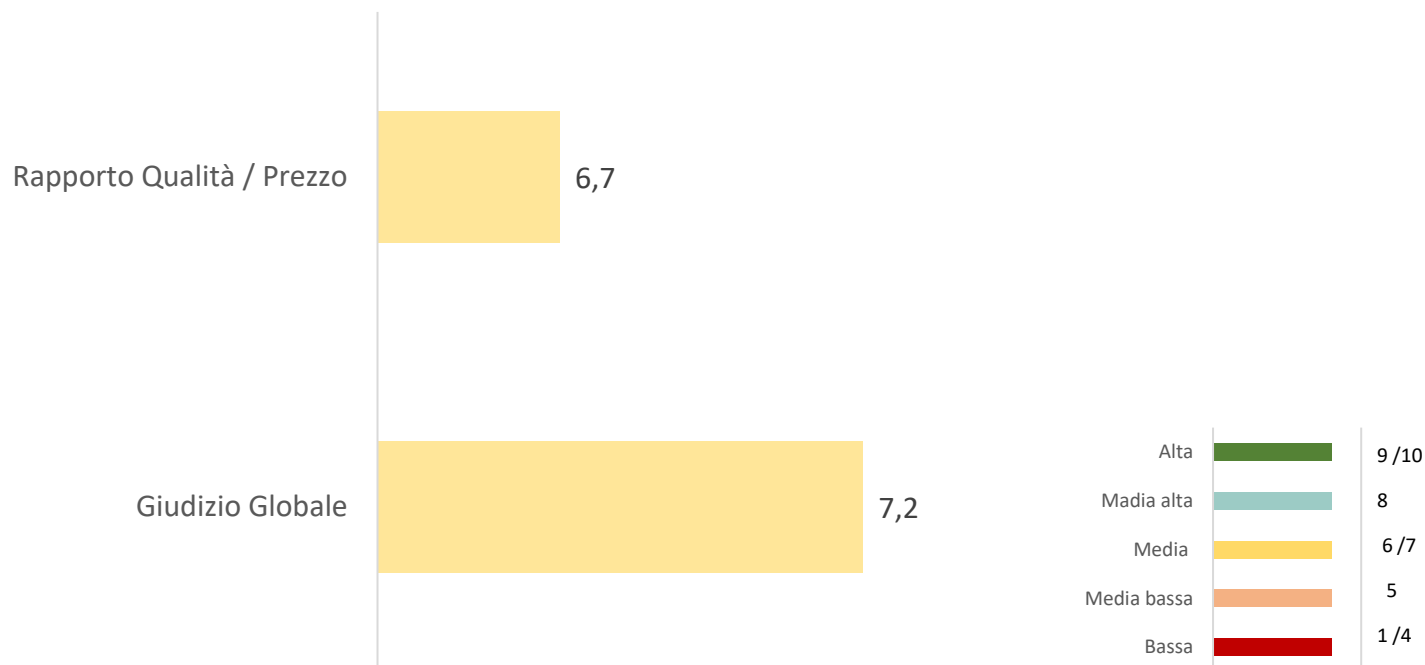
## GIUDIZIO GLOBALE - RAPPORTO QUALITA' / PREZZO

Dati comparati del grado di SODDISFAZIONE



## GIUDIZIO GLOBALE - RAPPORTO QUALITA' / PREZZO

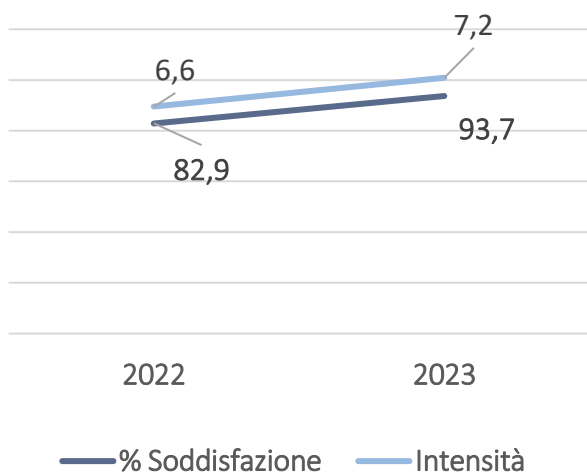
### INTENSITA' DELLA SODDISFAZIONE



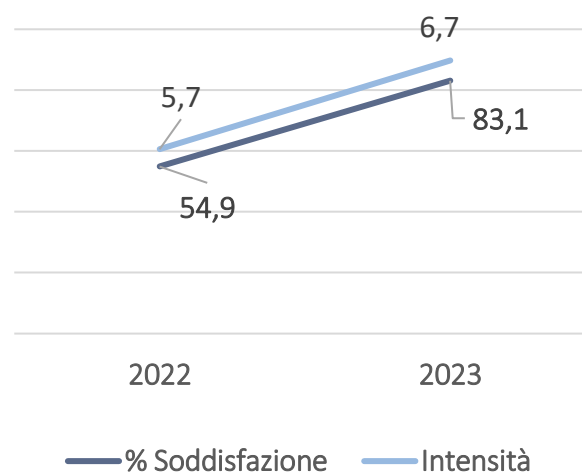
# GIUDIZIO GLOBALE - RAPPORTO QUALITÀ / PREZZO TREND 2022/23

SODDISFAZIONE TOTALE (voto 6 a 10) e INTENSITÀ (media dei punteggi dati)

GIUDIZIO GLOBALE



RAPPORTO QUALITÀ / PREZZO



## GIUDIZIO GLOBALE - RAPPORTO QUALITA' / PREZZO

### Considerazioni

Il «Giudizio Globale» e il «Rapporto Qualità/Prezzo» sono due domande secche che vengono poste alla fine del questionario, dopo che l'intervistato ha ripassato, attraverso le diverse domande, gli aspetti più importanti del servizio ambientale. Sono, perciò, indicatori importanti perché si tratta di valutazioni fatte in modo consapevole, non improvvisate.

Il dato più sorprendente, che viene a confermare quanto visto in ogni capitolo, è la crescita della positività nella valutazione complessiva, tanto nel «Giudizio Globale» del servizio come nel «Rapporto Qualità / Prezzo».

Sebbene ci sono ancora importanti margini di crescita, la situazione registrata quest'anno, in confronto con il 2022, dona dei risultati più incoraggianti, certificando che la strada intrapresa da AMIU S.p.A. al momento di valutare la propria performance, per andare incontro alle aspettative dell'utenza, è stata una decisione manageriale giusta e accertata. I risultati sono palesi.

Nel concreto, vediamo che l'Intensità (media dei punteggi) si trova ancora nella zona di «Media Soddisfazione», con una maggior positività al momento di valutare il servizio «Globale» (93,7% di soddisfatti e 7,2 d'intensità). Scende di più di 10 punti percentuali la soddisfazione per il «Rapporto Qualità / Prezzo», con un'Intensità «Medio-Bassa» (6,7).

La strada è lunga ancora per arrivare a colmare le aspettative che crea il servizio. Lo vediamo orientando lo sguardo all'interno dei dati, dove l'importanza assegnata dall'utenza nei due fattori è ancora molto lontana dalla loro soddisfazione.

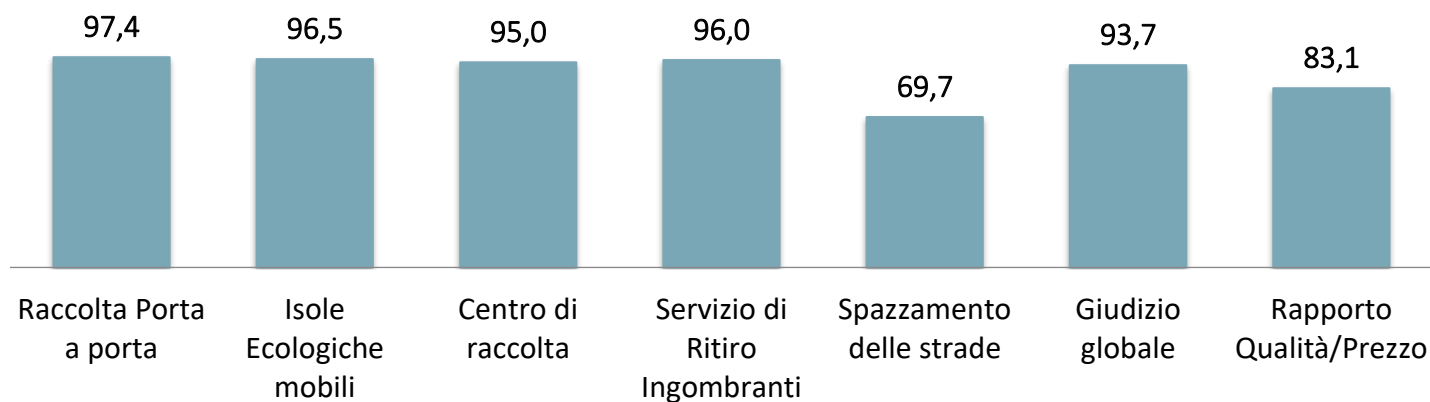
Dicevamo a marzo 2022: *«In conclusione è possibile affermare che l'insieme dei risultati possono essere interpretati come punto di partenza per un costante miglioramento del servizio»*

Seppur ci sia ancora un evidente margine di crescita, vediamo oggi un risultato dell'andamento molto positivo, che conferma l'orientamento aziendale verso un miglioramento permanente della qualità dei servizi offerti.

## CUSTOMER SATISFACTION INDEX

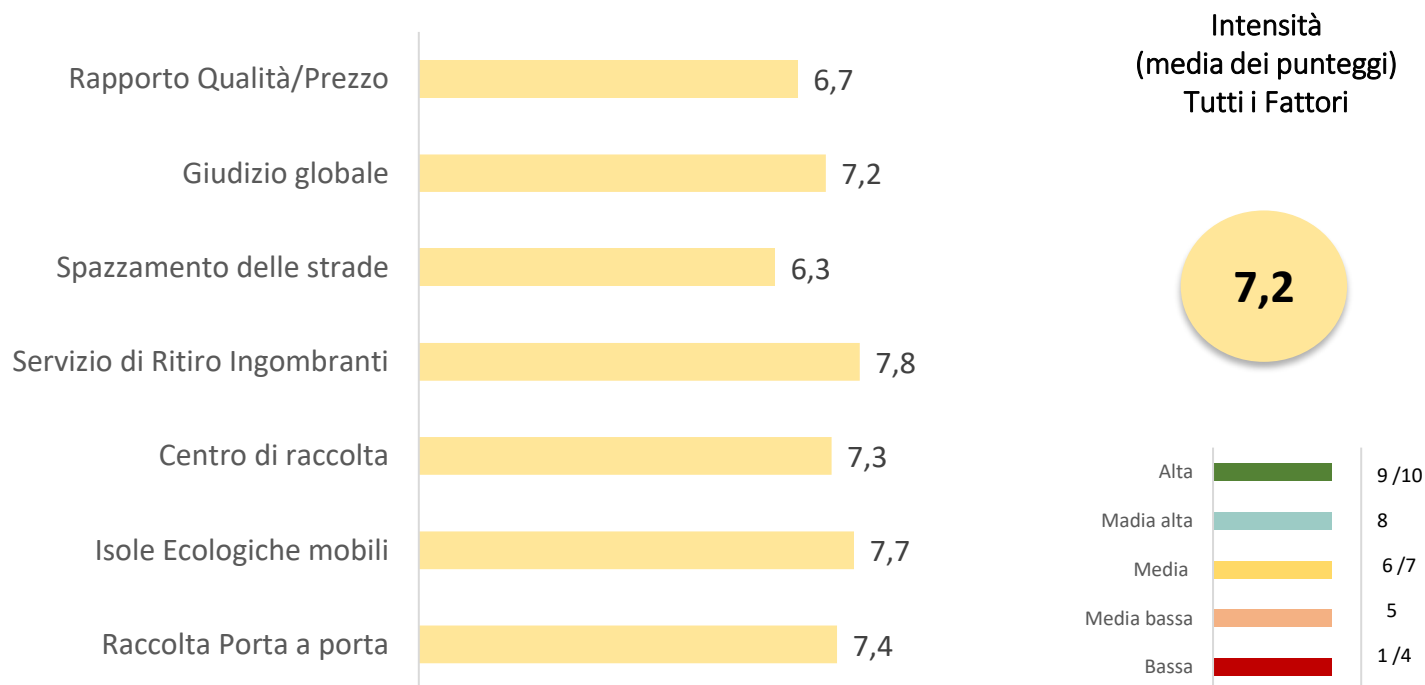
Utenti soddisfatti - Media ponderata della percentuale del voto da 6 a 10 su ogni fattore

# 90,4



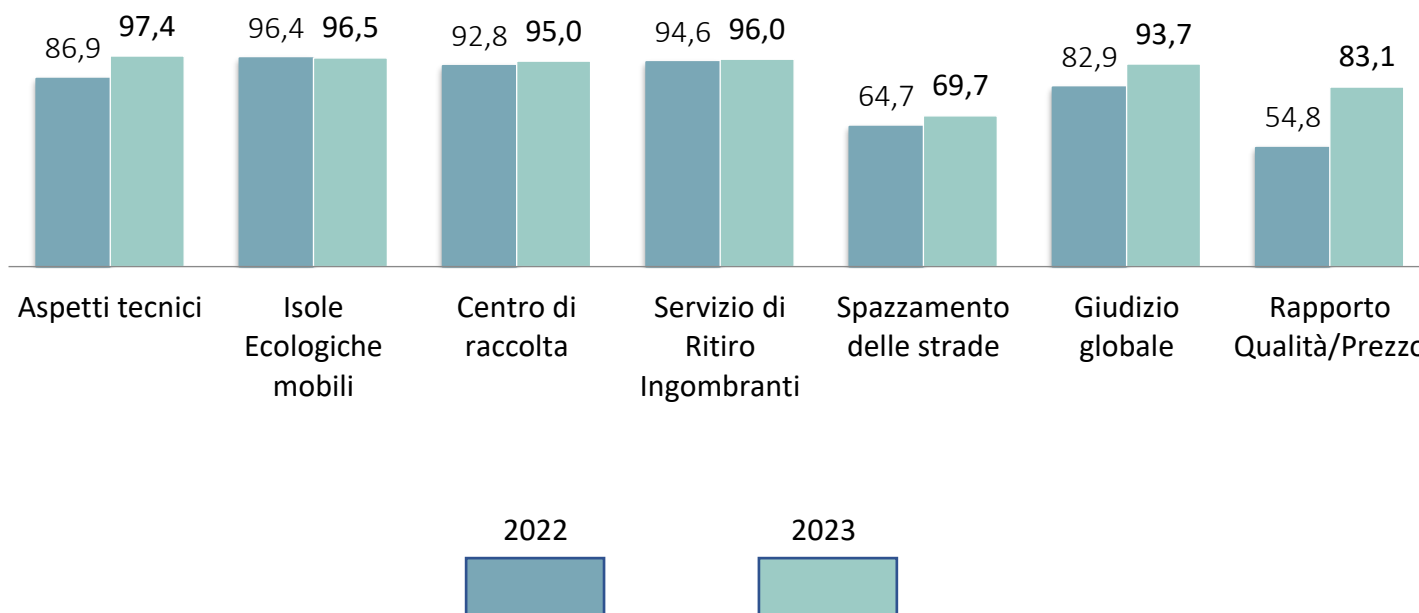
## CUSTOMER SATISFACTION INDEX

Dati comparati dell'INTENSITA' DELLA SODDISFAZIONE



## CUSTOMER SATISFACTION INDEX – TREND 2022/23

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



# CUSTOMER SATISFACTION INDEX

## Nota metodologica

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

| FATTORE                        | PESO  |
|--------------------------------|-------|
| Aspetti Tecnici                | 0,18  |
| Isole Ecologiche mobili        | 0,115 |
| Centro di raccolta             | 0,115 |
| Servizio di Ritiro Ingombranti | 0,115 |
| Spazzamento delle strade       | 0,115 |
| Giudizio complessivo           | 0,18  |
| Rapporto Qualità / Prezzo      | 0,18  |
| TOTALE                         | 1,00  |

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

|               | Standard di Mercato | AMIU TRANI |
|---------------|---------------------|------------|
| CSI Sintetico | 93,7                | 90,4       |

## CUSTOMER SATISFACTION INDEX

### Nota metodologica

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  | 93,7 |
| INDICE SINTETICO | 90,4 |

Dall'esame dei Fattori emerge come l'INDICE SINTETICO di SODDISFAZIONE (90,4) sia **positivo e abbia raggiunto** la soglia convenzionale d'Alta soddisfazione (+ 90,0 %).

L'INDICE GENERALE di SODDISFAZIONE (93,7) è **superiore a quello Sintetico di 3,3 punti percentuali**, cioè che il BRAND aziendale, **l'immagine del marchio AMIU TRANI**, viene percepito positivamente dagli utenti e **genera un valore aggiunto** rispetto alla performance diretta del servizio considerato.

## CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2023

### Considerazioni finali

I dati dell'indagine segnano un importante passo in avanti, superando la soglia minima dell'Alta Soddisfazione, con un INDEX al 90,4%.

Gli «Aspetti Tecnici» - «orari», «frequenza» e «pulizia delle aree adiacenti alla raccolta» - che sono quelli più essenziali all'interno del sistema, ricevono il massimo punteggio relativamente a tutti gli Indicatori misurati, segnando un 97,4% di soddisfazione, molto superiore a quanto registrato nel 2022, quando si era fermato ad un scarso 86,9%.

In parallelo si sono sostenuti con alti numeri, o addirittura migliorati, i servizi relativi agli «Aspetti tecnici» come la soddisfazione sulle «Isole Ecologiche», che, tecnicamente, si mantiene invariato; il «Centro di Raccolta», che passa dal 92,8% del 2022 ad un 95,0% tondo nel 2023; il servizio di «Ritiro Ingombranti» che cresce ancora dal 94,6% all'96,0%.

Di questi quattro Indicatori, la differenza, in positivo, più ampia è quella degli «Aspetti Tecnici» che sale di 10,5 punti percentuali dal 2022 al 2023: un miglioramento decisivo e di grande influenza sul risultato finale del CSI, che è una media ponderata dove gli «Aspetti Tecnici», insieme al «Giudizio Globale» e il «Rapporto Qualità/Prezzo» hanno il peso relativo più importante di tutti gli Indicatori analizzati.

Tra i servizi diretti che offre AMIU S.p.A. resta ancora l'elemento più critico, sebbene migliorato durante l'anno, lo «Spazzamento delle Strade», che con una crescita di 5 punti percentuali dal 2022 (64,7%) al 2023 (69,7%), si conferma un'area d'importanza strategica che bisogna essere migliorata. Non si tratta solo del servizio in se stesso, ma anche della sua capacità di creare un'immagine negativa sull'operato aziendale, tenendo conto che le strade non pulite a regola d'arte sono un elemento che la cittadinanza tiene fortemente in considerazione, indipendentemente degli altri aspetti del servizio.

Come conseguenza del miglioramento della qualità percepita sui fattori tecnici del servizio, cresce di 10,8 punti percentuali il «Giudizio Globale» (82,9% nel 2022 – 93,7% nel 2023).

Cresce anche il valore relativo al «Rapporto qualità/prezzo», che segna il salto qualitativo più alto in assoluto, passando dal 54,8% del 2022 (un risultato assai critico) ad un 83,1% nel 2023: 28,3 punti percentuali in più. Questo può considerarsi il dato più importante dell'andamento registrato, perché si tratta di un valore che misura la «fiducia» che l'utenza ha sull'operato dell'Azienda, considerando (adesso sì) che si paga un prezzo abbastanza giusto e coerente con il servizio che si riceve.

In tutte le linee ci sono margini di crescita, non solo nella dimensione degli utenti soddisfatti, ma anche dell'Intensità della soddisfazione, che in media generale si ferma a «7,2», più vicina al punto ottimale. Sulla strada imboccata –evidenziata nella forte crescita di consensi dal 2022 ad oggi- AMIU S.p.A. deve insistere per offrire ogni volta un servizio in permanente miglioramento qualitativo.

## MAPPA DELLE PRIORITA'

### Il significato della mappa delle priorità

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

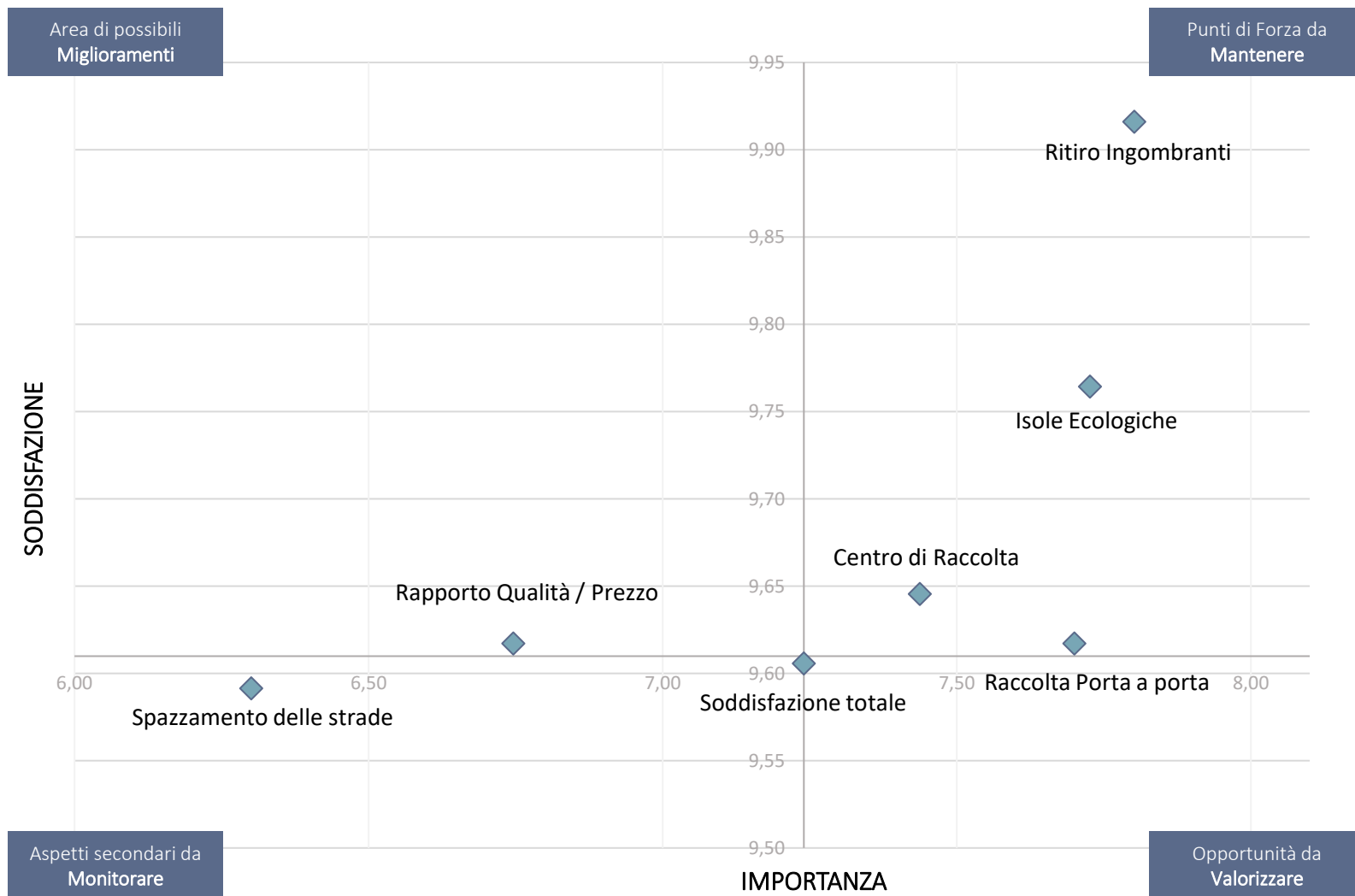
### Lettura della Mappa

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 e 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*

| Importanza del singolo indicatore | Giudizio di soddisfazione sul singolo indicatore |                                            |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------|
|                                   | BASSO                                            | ALTO                                       |
| ALTA                              | Area Delle criticità<br>Priorità Alta            | Area della competitività<br>Priorità Media |
| BASSA                             | Area del Monitoraggio<br>Priorità Media          | Area delle illusioni<br>Priorità Alta      |

## MAPPA DELLE PRIORITA'



## CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2023

### Considerazioni finali

Nella Mappa delle Priorità osserviamo i valori delle «Intensità» di ciascun fattore e le relative importanze.

Non ci soffermiamo, quindi, sulla quantità numerica dei soddisfatti, ma vediamo come l'intensità ed il peso di ciascun fattore ci dona una posizione relativa per ogni argomento, permettendoci di capire **come e dove agire per rafforzare o mantenere la valutazione**.

**Le debolezze** che avevamo scoperto e analizzato, come si evince sulla mappa, sono quelle che necessitano una miglioria immediata: lo «Spazzamento delle strade», ad esempio, ha un'alta importanza e meno soddisfazione relativa, cioè il più ampio divario tra le aspettative degli utenti e la loro valutazione concreta. In minor misura vediamo la «Soddisfazione totale» perché ritenuta importante e si colloca già al confine positivo. Un'ubicazione non ideale derivata dal peso delle aree relative alla «Pulizia/Igiene – Spazzamento delle strade».

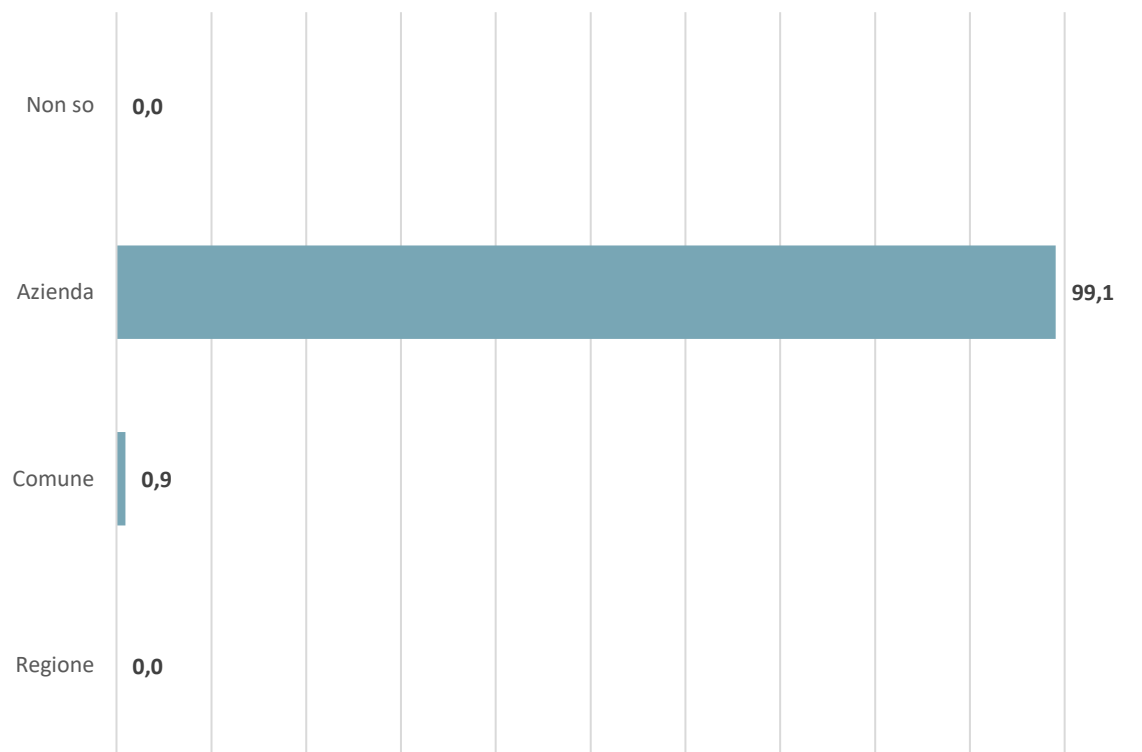
**Per i punti di forza**, in zona di eccellenza si trova il servizio di «Ritiro Ingombranti», servizio ben valutato e noto da un'ampia maggioranza. Anche le «Isole Ecologiche mobili» sono ben posizionate, così come il «Centro raccolta» e, al limite, la «Raccolta Porta a Porta», che ha un importante margine di crescita perché deve ancora migliorare i sub-fattori relativi alla «Pulizia delle aree adiacenti alla raccolta», che fa scendere la media dell'Indicatore.

**Gli argomenti da potenziare/valorizzare** essendo all'incrocio degli assi di «Soddisfazione» e «Importanza», sono la «Soddisfazione totale» e gli aspetti tecnici della «Raccolta porta a porta».

**Da Monitorare** «Rapporto Qualità/Prezzo» come elemento per migliorare ulteriormente il gradimento complessivo delle attività di AMIU S.p.A. da parte dei cittadini-utenti.

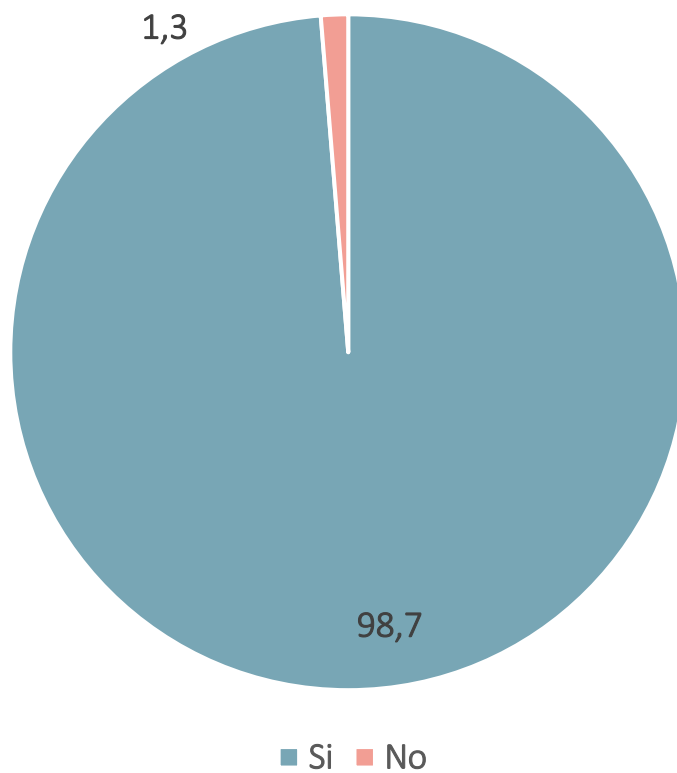
## NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Sa chi fornisce il servizio di raccolta differenziata?



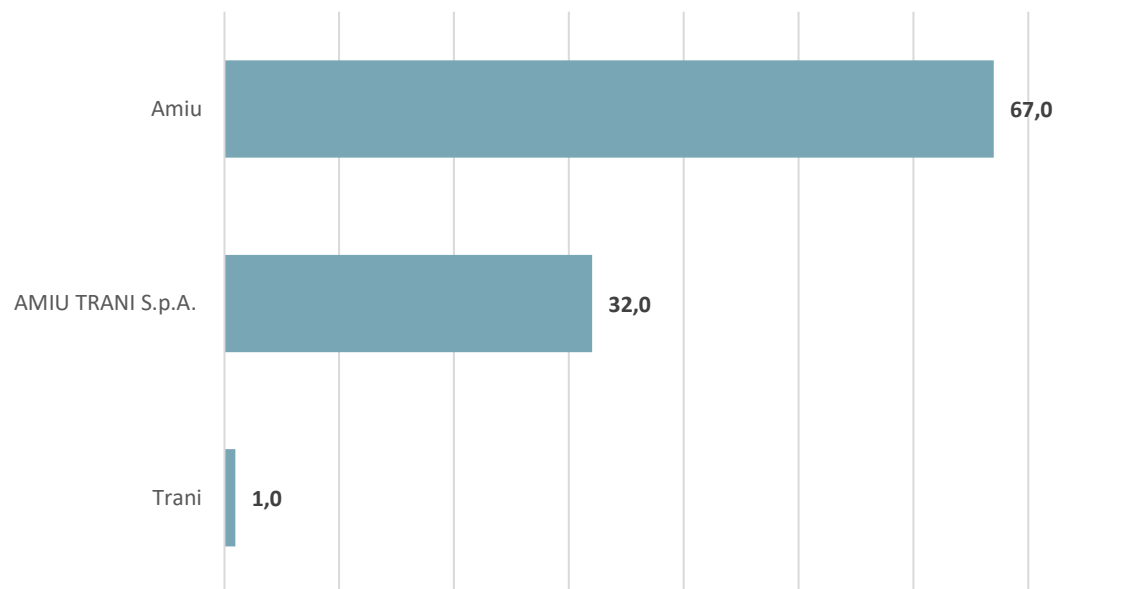
## NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Sa indicare il nome dell'azienda?



## NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

Sa indicare il nome dell'azienda?



AMIU Trani o, più sintetico, AMIU, viene riconosciuta come l'Azienda responsabile del Servizio Ambientale in città da parte del 99,0% dei cittadini, praticamente la totalità della cittadinanza.

Una conoscenza totale del 99,0%, combinata con un'immagine positiva del 93,7% (Indice Generale), distante l'una dall'altra di solo 5,3 punti percentuali, ci da un'idea della «potenza del marchio» AMIU nel campo del servizio ambientale, che ha ancora margine di crescita, ma ogni volta più vicino alla parità tra «utenti serviti» e «utenti soddisfatti».