



"DA UTENTE A CITTADINO"

AMIAT SCE - Microcosmos

CUSTOMER SATISFACTION



Aprile 2007



- 1 - OBIETTIVI E TEMI DELLA CUSTOMER SATISFACTION
- 2 - METODOLOGIA
- 3 - NOTE PER L'ANALISI DEI DATI
- 4 - IL CAMPIONE
- 5 - EFFICIENZA AMIAT E ASPETTI STRATEGICI CONNESSI
 - Rifiuti generici
 - Raccolta differenziata
 - Porta a Porta
 - Pulizia della città
 - Comunicazione - relazione con il cittadino
- 6 - LA CONGIUNTURA 2007
 - Rifiuti generici
 - Raccolta differenziata
 - Porta a Porta
 - Pulizia della città
 - Comunicazione - relazione con il cittadino
- 7 - 4 ASPETTI PER UNA VALUTAZIONE INTEGRATA
 - Radicamento
 - Sensibilità ambientale
 - Efficienza
 - Qualità percepita della vita
- 8 - I CLUSTER
- 9 - SINTESI

OBIETTIVI DELLA CUSTOMER SATISFACTION

- ✦ QUALIFICARE LA PERCEZIONE DEL CITTADINO NEI CONFRONTI DELL'AMIAT (IN TERMINI DI FIDUCIA, CONOSCENZA, EFFICACIA, NELL'IMMEDIATO ED IN PROSPETTIVA)
- ✦ VALUTARE L'EFFICACIA DELLE AZIONI DI MARKETING SOCIALE (TUTTE) PROMOSSE NEL TEMPO IN QUESTA DIREZIONE STIMANDONE GLI EFFETTI PRODOTTI
- ✦ SOTTOPORRE AD UNA VERIFICA PREVENTIVA STRUMENTI ED IPOTESI DI LAVORO ALTERNATIVI VOLTI A RAFFORZARE LA RELAZIONE TRA AZIENDA E CITTADINO
- ✦ MISURARE LA SODDISFAZIONE DEI CITTADINI DI TORINO IN MERITO AI SERVIZI AMIAT PROPOSTI

LE AREE TEMATICHE AFFRONTATE:

- ✗ RACCOLTA RIFIUTI GENERICI
- ✗ RACCOLTA DIFFERENZIATA
- ✗ PULIZIA DELLE STRADE
- ✗ ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

INTERVISTA TELEFONICA

AL CAMPIONE DI 1.009 CITTADINI DI TORINO

GIÀ OGGETTO DELLA RILEVAZIONE DI SETTEMBRE-OTTOBRE 2007

STESSI INTERVISTATI DEL MODULO 1

La rappresentatività è allargata dalle variabili strutturali (età, sesso e circoscrizione) a quelle significativamente capaci di descrivere la realtà torinese (professione, territorio di origine, condizione economica e sociale, titolo di studio, frequentazione di associazioni e tempo libero, ecc.)

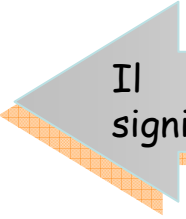
Circ.	MASCHI						FEMMINE					
	18-29	30-39	40-54	55-64	65-80	TOTALE	18-29	30-39	40-54	55-64	65-80	TOTALE
1	6	9	12	7	8	42	6	9	12	8	10	45
2	7	11	15	9	14	56	7	11	15	10	18	61
3	10	16	19	11	14	70	10	15	22	13	19	79
4	8	11	14	8	10	51	7	11	15	9	13	55
5	10	14	18	10	14	66	10	13	18	11	18	70
6	9	12	15	9	12	57	9	11	15	10	15	60
7	7	11	13	7	11	49	7	10	14	8	12	51
8	4	7	9	5	6	31	5	6	9	5	8	33
9	6	8	11	7	9	41	6	8	11	9	12	46
10	3	5	6	3	5	22	3	4	6	5	6	24
Tot.	70	104	132	76	103	485	70	98	137	88	131	524

Circ.	TOTALE						COMPOSIZIONE %					
	18-29	30-39	40-54	55-64	65-80	TOTALE	18-29	30-39	40-54	55-64	65-80	TOTALE
1	12	18	24	15	18	87	1,2%	1,8%	2,4%	1,5%	1,8%	8,6%
2	14	22	30	19	32	117	1,4%	2,2%	3,0%	1,9%	3,2%	11,6%
3	20	31	41	24	33	149	2,0%	3,1%	4,1%	2,4%	3,3%	14,8%
4	15	22	29	17	23	106	1,5%	2,2%	2,9%	1,7%	2,3%	10,5%
5	20	27	36	21	32	136	2,0%	2,7%	3,6%	2,1%	3,2%	13,5%
6	18	23	30	19	27	117	1,8%	2,3%	3,0%	1,9%	2,7%	11,6%
7	14	21	27	15	23	100	1,4%	2,1%	2,7%	1,5%	2,3%	9,9%
8	9	13	18	10	14	64	0,9%	1,3%	1,8%	1,0%	1,4%	6,3%
9	12	16	22	16	21	87	1,2%	1,6%	2,2%	1,6%	2,1%	8,6%
10	6	9	12	8	11	46	0,6%	0,9%	1,2%	0,8%	1,1%	4,6%
Tot.	140	202	269	164	234	1.009	13,9%	20,0%	26,7%	16,3%	23,2%	100,0%

Le interviste sono state condotte tra Febbraio e Marzo 2007 con metodologia C.A.T.I. (Computer Aided Telephone Interview) ed effettuate da un Call Center di Torino

- Il questionario (41 domande) tende a favorire il confronto dinamico con le precedenti rilevazioni Customer annuali eseguite da AMIAT dopo il 1999. Il questionario inoltre introduce nuovi elementi funzionali agli obiettivi prefissi dalla Customer stessa e alla progressiva analisi integrata dei profili di utenza dei cittadini emersi dalla prima rilevazione (che condurrà alla Citizen Care)
- La codifica delle opzioni di risposta è stata mantenuta simile alle rilevazioni precedenti ed è espressa sia su una scala quantitativa (voto da 1 a 10) che qualitativa (Molto, Abbastanza, Poco e Per Niente)
- Per esperienza di ricerca sociale, è possibile convertire le due scale adottando una classificazione già ripresa nelle precedenti rilevazioni, sintetizzabile in:

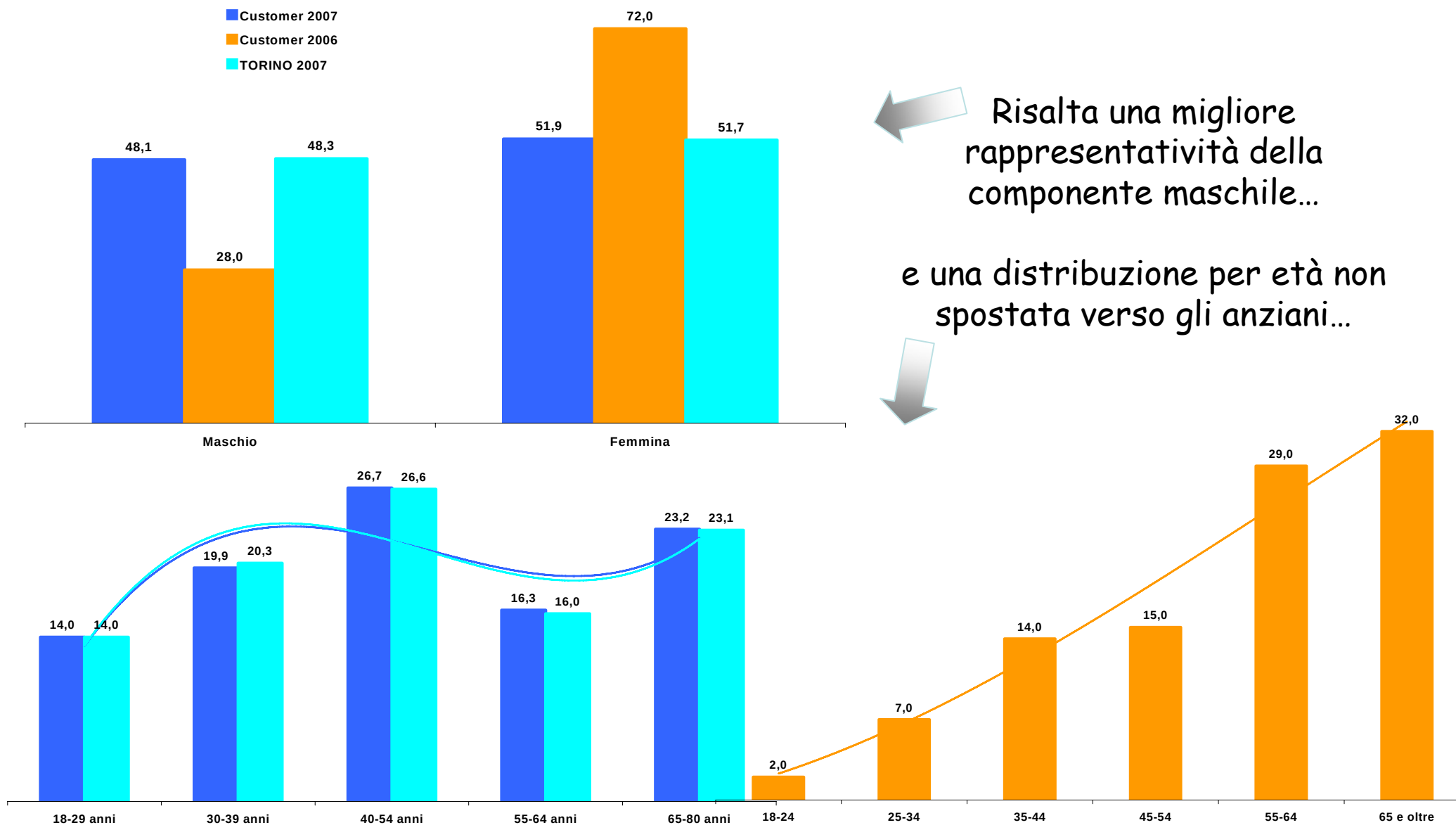
Voto da 1 a 10	Scala di giudizio
1-2	Per nulla
3-4-5	Poco
6-7-8	Abbastanza
9-10	Molto



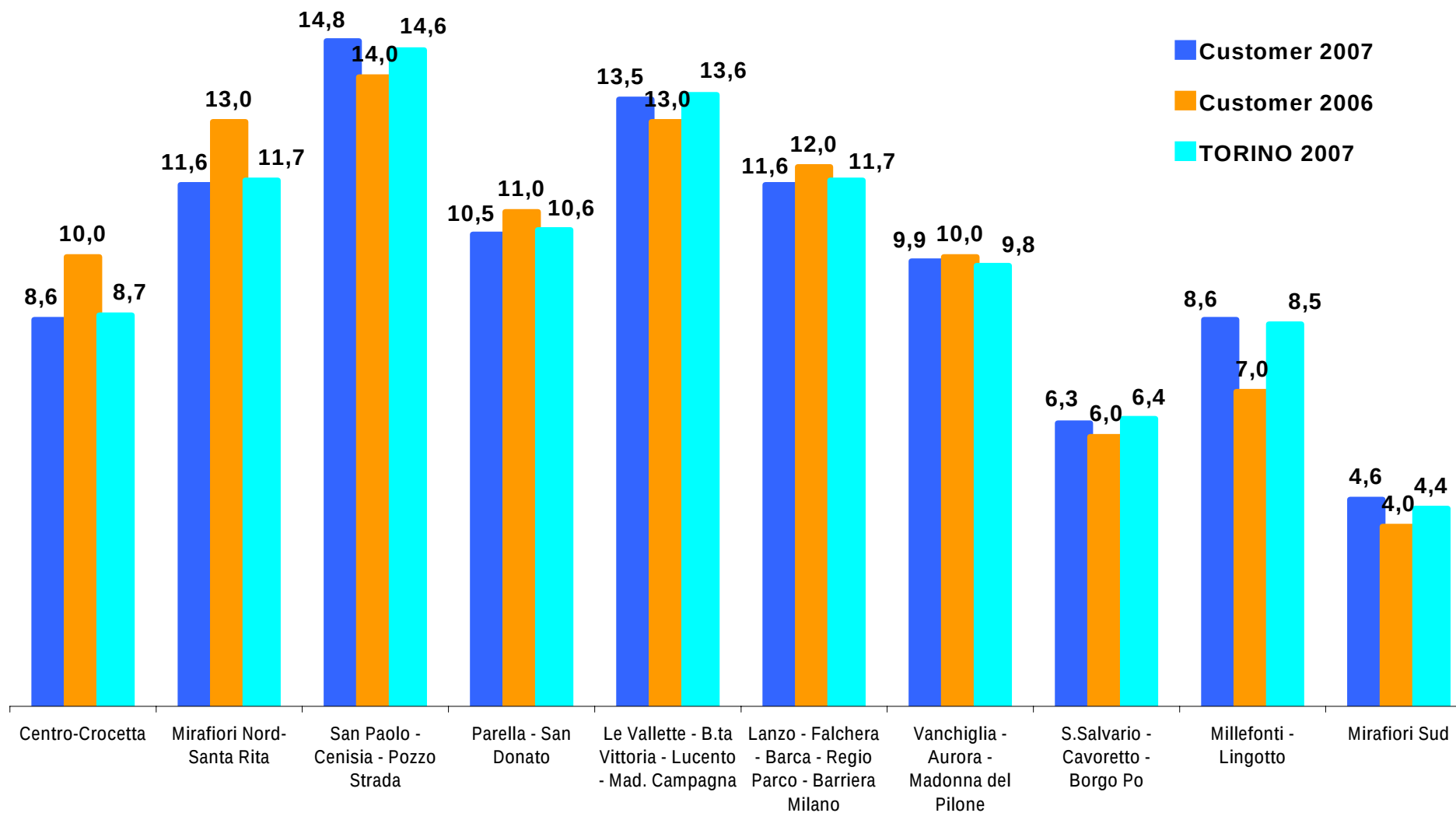
Il voto "6" assume il significato della Sufficienza

Rispetto alle rilevazioni precedenti, la percentuale di Missing (non rispondenti, indecisi, non conoscenti l'aspetto) non superano **MAI** il 6% dei casi contro medie del 30% riscontrate fino al 2006

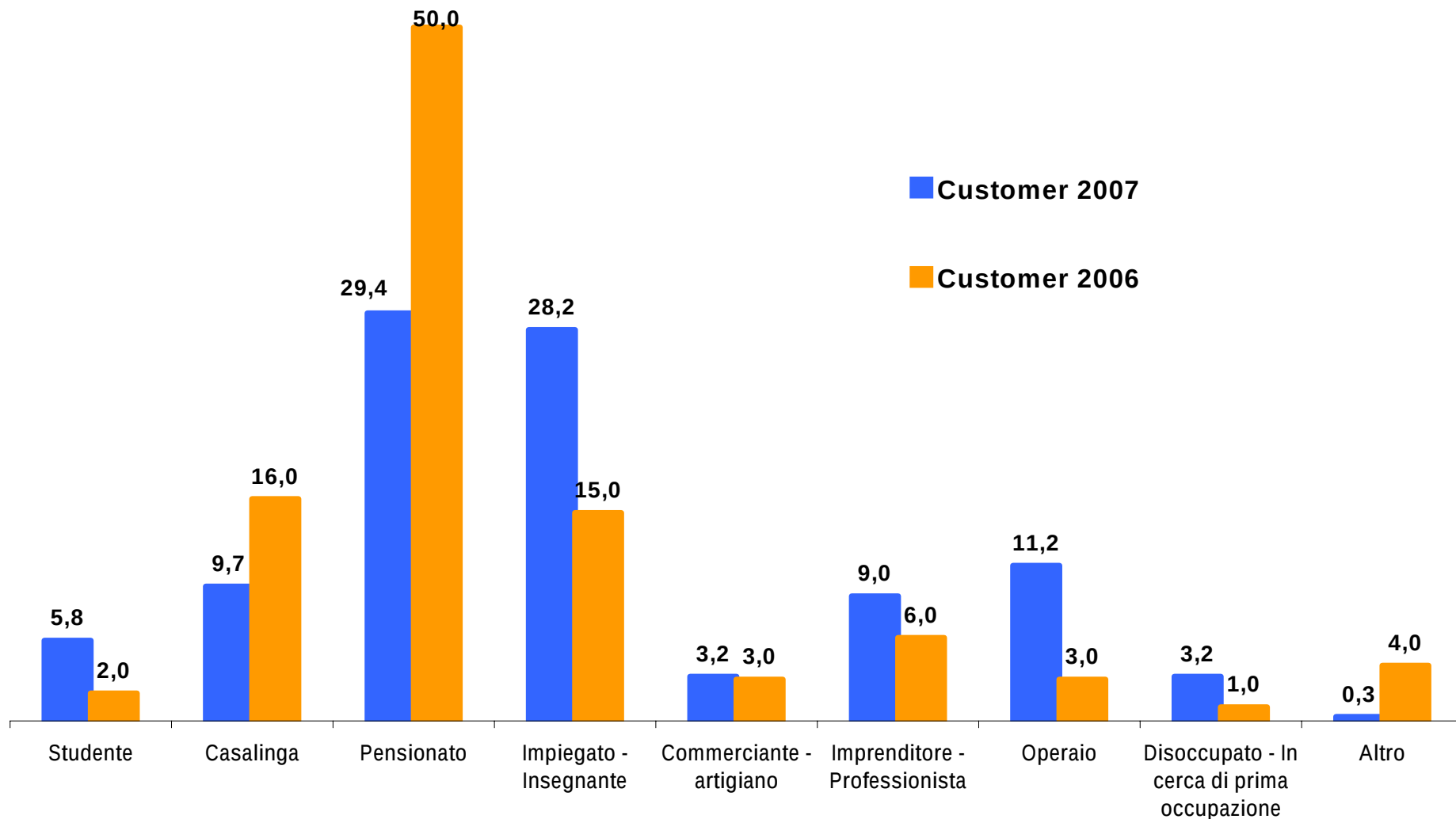
IL CAMPIONE PER SESSO ED ETÀ RISPETTO ALLE INDAGINI PRECEDENTI E ALLA REALTÀ TORINESE...



...MINORI LE DIFFERENZE PER CIRCOSCRIZIONE...



...MA EVIDENTI LE DIFFERENZE PER PROFESSIONE



...dove casalinghe e pensionati sembrano rientrare in un peso plausibile che fa emergere le altre categorie produttive e quelle inattive provvisorie (studenti, in cerca di prima occupazione, disoccupati)

Il giudizio sull'efficienza di AMIAT è determinato come media dei giudizi espressi sulle 7 aree tematiche in esame (inclusa la pulizia di marciapiedi = **Indice LORDO**) ponderati con l'importanza assegnata ad ognuna di esse dal cittadino intervistato. Il valore 2007 è stimato pari a **2,76** nel range utilizzato fino alla Customer 2006 da 1 a 4; Nella scala in voti da 1 a 10 il valore si traduce in un più che sufficiente **6,28**. Il dato appare in forte calo rispetto al 3,67 registrato nel periodo olimpico ma non si presenta molto dissimile rispetto alle indicazioni degli anni antecedenti la straordinarietà 2006 (2,76 nel 2005 e 2,88 nel 2004).

Non si evidenzia dunque una tendenza negativa di questo indice.

E' infatti dimostrabile (si veda la tabella seguente) la maggiore criticità di giudizio delle componenti per età e professionali del campione rappresentativo oggetto di questa analisi (meno anziani e pensionati, tradizionalmente benevoli nelle valutazioni sui servizi ambientali) rispetto a quelli utilizzati fino al 2006. Questo fatto appare inoltre consolidato dal fatto che per oltre i tre quarti dei cittadini l'AMIAT nel tempo tende a migliorare e solo per il 4% a peggiorare.

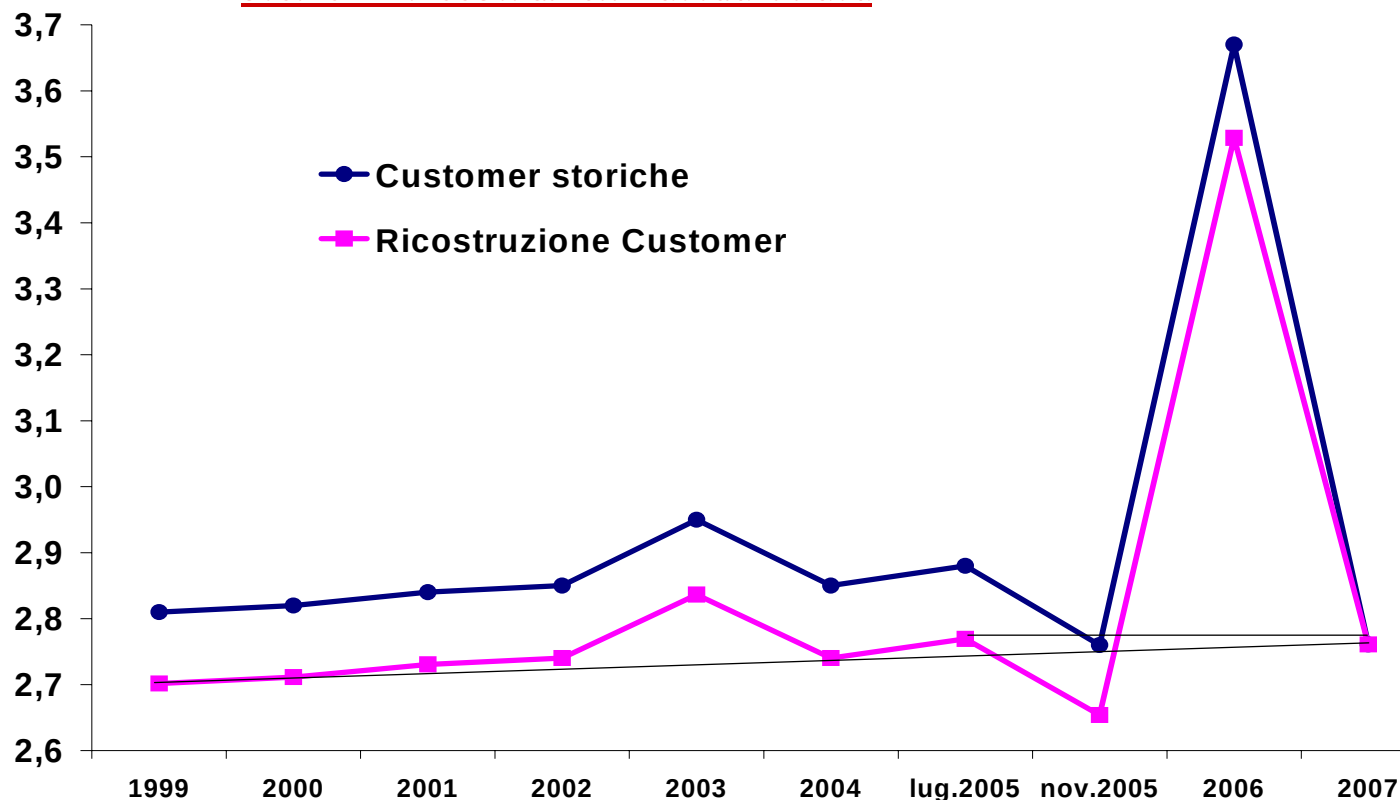
TAB - Indice di efficienza AMIAT per Servizio e professione dell'intervistato

E la sua professione	Raccolta di rifiuti generici	Raccolta Differenziata	"Porta a Porta"	Pulizia di Strade	Pulizia di Marciapiedi	Pulizia di Aree verdi	Efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti	EFFICIENZA LORDA (Voto ponderato tra 7 voci)
Imprenditore	7,00	7,33	7,00	6,67	6,40	7,00	5,25	6,81
Pensionato	7,39	7,34	7,86	6,25	5,73	5,95	6,60	6,48
Commerciante/artigiano	7,40	7,21	7,33	6,35	5,75	5,89	6,83	6,45
Impiegato	7,14	6,96	7,32	6,32	5,53	5,97	6,06	6,26
Operaio	7,19	7,12	6,89	5,97	5,51	5,52	6,64	6,20
Casalinga	7,36	7,51	8,29	5,80	5,07	5,61	6,44	6,19
Professionista	7,34	7,02	7,06	5,84	5,40	5,42	6,35	6,15
Studente	7,24	7,13	7,27	5,72	5,15	5,38	6,40	6,05
Insegnante	7,26	7,26	7,57	5,46	4,84	5,74	6,38	6,00
Disoccupato	6,91	6,74	5,00	6,04	4,96	5,14	5,67	5,73
Altro	6,67	5,00	5,00	6,00	5,33	3,50	8,00	5,23
In cerca di prima occupaz	6,50	6,33	8,00	5,50	3,50	3,00	6,33	4,89
TOTALE	7,26	7,16	7,37	6,08	5,44	5,73	6,37	6,28

L'analisi dell'efficienza per professione consente di stimare la distorsione sull'indice complessivo delle due strategie campionarie; il "solo" fatto che i pensionati incidano il 50% circa nel 2006 contro un più corretto 29% attuale, induce un surplus di valutazione sui dati 2006 stimabile in circa **0,12** punti (nella scala in voti da 1 a 4, pari a **0,3** in termini tra 1 e 10) che si traduce in un eccesso di circa il **4%** nella stima dei giudizi positivi (molto e abbastanza soddisfatti del servizio).

La sensazione ricostruita nella linea di tendenza "rosa" è la conferma della crescita di lungo periodo (dal 1999 in poi) dell'efficienza AMIAT e la sostanziale stabilità anche rispetto al luglio 2005, rilevazione già assai positiva per AMIAT.

GRAFICO - Indice lordo di efficienza AMIAT 1999-2007 con campioni storici e ricostruzione attualizzata



L'indice di soddisfazione complessivo risulta pari al **69,6%**, contro il **78,4%** dello scorso anno, ma solo in lieve contrazione rispetto al **72%** pre-olimpico, che scenderebbe intorno al **68%** in una ritaratura significativa del campione 2005, tale da far emergere la reale crescita 2007

	%
Rifiuti generici	89,1%
Raccolta Differenziata	84,0%
"Porta a Porta"	82,2%
Pulizia di Strade	69,6%
Pulizia di Marciapiedi	54,1%
Pulizia di Aree verdi	60,3%
Efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti	71,7%
Soddisfazione lorda	69,6%
Soddisfazione netta (di marciapiedi)	75,9%

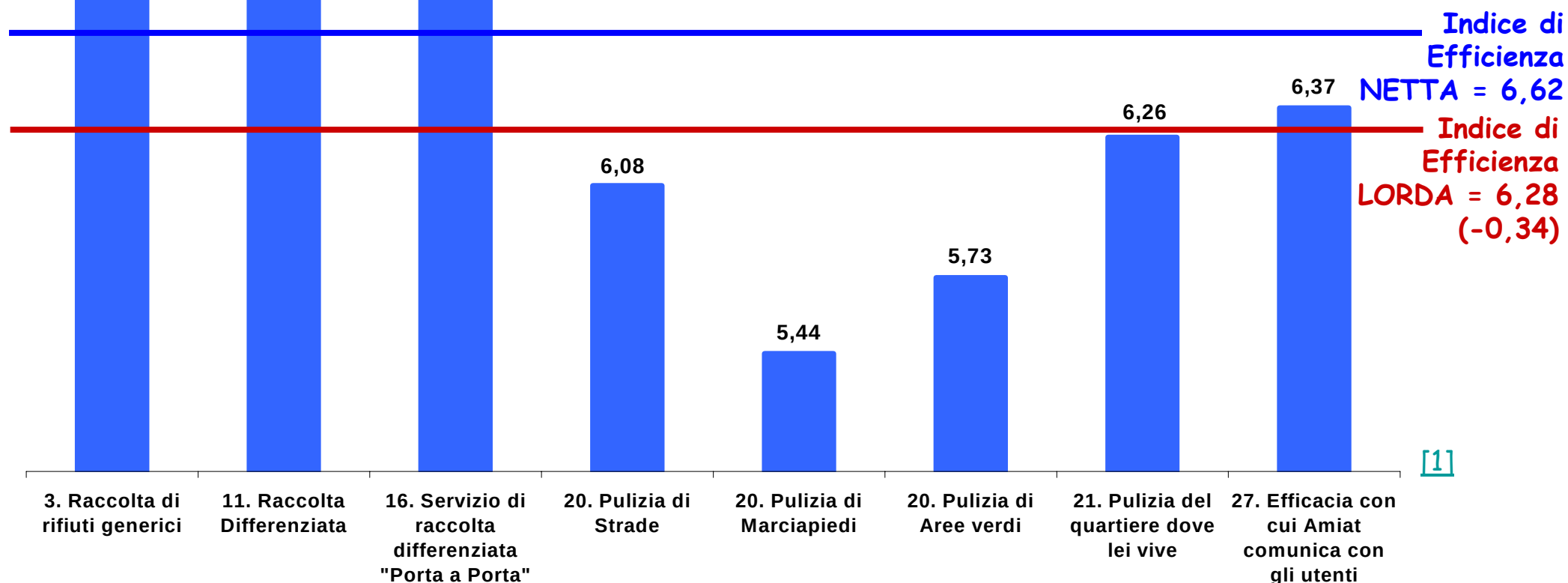
Quale è il suo giudizio su Dom. 3., 11., 16., 20., 21. e 27. con voto in scala da 1 a 10

Indice di Efficienza complessivo AMIAT

Media dei giudizi sulle 7 aree tematiche in esame ponderate con l'importanza assegnata ad esse dal singolo cittadino intervistato (Netto=senza Marciapiedi).

*Valori di 6,28 (tra 1 e 10) e 2,76 (tra 1 e 4) **LORDA***

*Valori di 6,62 (tra 1 e 10) e 2,87 (tra 1 e 4) **NETTA***

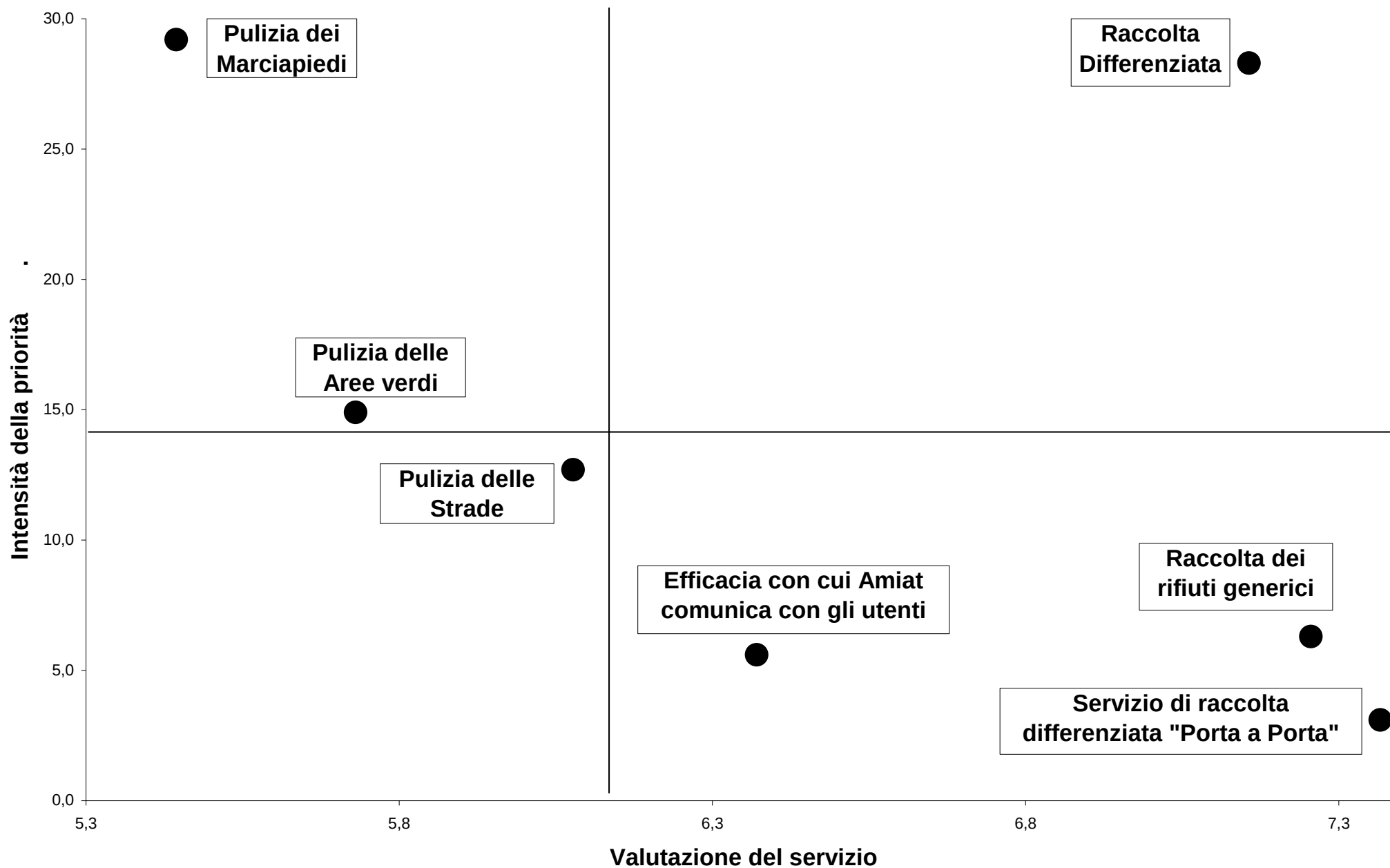


[1]

30. Tra i vari aspetti del servizio che abbiamo esaminato finora, lei personalmente quale considera il più importante



SCATTER: Un mix tra i Giudizi e la Priorità assegnata ai servizi AMIAT...



PRIORITÀ E GIUDIZI

- ✦ Le priorità percepite dai cittadini ribadiscono la centralità della pulizia dei marciapiedi e della raccolta differenziata
- ✦ Mentre la questione dei marciapiedi domanda un intervento di qualche tipo (presumibilmente si tratta di informarli che la responsabilità è loro) l'indicazione di un maggiore sforzo verso la differenziata si presenta come una disponibilità ad un maggiore impegno anche da parte del cittadino
- ✦ Il riscontro di questa interpretazione risalta dall'incrocio tra giudizi e priorità che evidenzia come la differenziata non sia riferita ad un deficit del servizio, che invece è stimato eccellente, rappresentando piuttosto un orientamento ed una predisposizione a "fare di più"
- ✦ Questa indicazione appare in linea con le indicazioni emerse nel modulo riferito alla lettura della città per profili, nel quale si è sottolineata l'eccezionale rilevanza che riveste la raccolta differenziata per accrescere la sensibilità ambientale del cittadino
- ✦ In questo caso esiste una favorevole coincidenza tra una indicazione tecnica e la volontà (disponibilità) del cittadino a procedere nella stessa direzione
- ✦ Da segnalare infine che la percezione di scarsa priorità riferita alla raccolta di rifiuti generici è condizionata dall'eccellente giudizio che raccoglie

RIFIUTI GENERICI

Lo scatter posiziona sullo spazio bidimensionale giudizi e priorità nella percezione dei cittadini, tuttavia i giudizi espressi sono condizionati da variabili che non sempre appaiono evidenti; alcune di queste influenzano il giudizio all'insaputa di chi lo esprime. Il lavoro tende ad individuare e stimare il "peso" di ciascuna di queste per ottenere la maggiore efficacia su un piano operativo.

I settori di intervento vengono esaminati uno ad uno per consegnare ai decisori elementi di conoscenza utili per orientare le scelte volte ad accrescere la soddisfazione e favorire la condivisione del "patto" tra azienda e cittadini.

Il primo caso esaminato è quello della **raccolta dei rifiuti generici**, attività stimata come eccellente nel giudizio dei cittadini ma non come una priorità nella graduatoria affidata alla loro percezione.

[1]

TAB - Modello funzionale sul giudizio dei RSU - Fattori interni al servizio

Ord.	Variabili inserite - Modello interno	R-quadrato corretto
1	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa	0,276
2	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Distanza da casa e ubicazione dei luoghi di raccolta	0,366
3	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Numero di contenitori	0,414
4	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Orari operazioni di raccolta	0,449
5	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Problemi causati al traffico dalle operazioni di pulizia	0,458
6	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Facilità di uso dei contenitori	0,464
7	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori	0,469

Variabile dipendente: 3. Quale è il suo giudizio sulla raccolta di rifiuti generici

Variabili indipendente: Tutte le 2. Quale è il suo giudizio su ogni aspetti della raccolta di rifiuti generici

Il giudizio complessivo espresso dai cittadini sulla **RSU** è condizionato dall'efficienza delle singole voci che lo compongono "solo" per il 46,9%

Tra tutti gli elementi, interni ed esterni al settore, ogni elemento viene stimato nella capacità che ha di incidere sul giudizio complessivo (in questo caso della raccolta indifferenziata) e dunque di orientare le scelte sulla base dell'efficacia del fattore

[1] Nella Tabella, i numeri all'inizio delle variabili si riferiscono al numero di domanda riportato nel questionario in allegato

RIFIUTI GENERICI

TAB - Aspetti connessi al giudizio dei RSU

	Coefficiente di Correlazione
16. Quale è il suo giudizio sul Servizio di raccolta differenziata "Porta a Porta" da 1 a 10?	0,52
11. Esprima la sua soddisfazione sulla Raccolta Differenziata con un voto da 1 a 10	0,49
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	0,45
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Conseguenze sulla circolazione stradale e sul traffico	0,45
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Orari operazioni di pulizia	0,44
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Numero dei contenitori	0,44
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Problemi causati al traffico dalle operazioni di pulizia	0,42
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Orari di operazioni di pulizia	0,40
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Facilità di uso dei contenitori	0,40
21. Come considera il grado di pulizia del quartiere dove lei vive con un voto da 1 = molto sporco a 10 = molto pulito	0,39
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Frequenza della raccolta nella sua zona	0,38
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Il servizio di spazzamento	0,38
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati	0,37
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La campagna di comunicazione sulla raccolta differenziata Carta Cartone e Cartone per Bevande sui tram e bus circolanti	0,35
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - I manuali per la Raccolta Differenziata	0,34
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	0,34
35. Personalmente, lei in che misura si fida dell'azienda	0,33
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Distanza da casa e ubicazione dei luoghi di raccolta	0,33
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - Il servizio "SMS Amiat" al quale rivolgersi per ritiro ingombranti, reclami, informazioni, neve ecc...	0,33
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Aree verdi	0,32
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Estetica dei cestini	0,31
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La Cartacinesca - la raccolta imballaggi di cartone nelle vie commerciali	0,30
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Numero di cestini getta carta in città	0,29
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Chiarezza delle informazioni relative alla raccolta differenziata	0,29
27. Sulla base della sua esperienza, esprima un giudizio sull'efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti con un voto da 1 a 10	0,29
37. Lei come giudica la relazione tra l'AMIAT e il cittadino	0,29
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Pulizia e cura dei giardini pubblici	0,29
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - Il filmato promozionale sul tema della pulizia della città diffuso nelle sale cinematografiche	0,27
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La cartolina pubblicitaria riguardante il sito internet aziendale e il numero verde	0,26
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La distribuzione della Guida pratica del cittadino allegata agli elenchi Seat Pagine Gialle	0,26
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La raccolta banco a banco dei mercati rionali di Torino	0,26
36. A suo parere l'AMIAT nel tempo	0,23
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Marciapiedi	0,22
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La raccolta differenziata degli occhiali usati	0,22
28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Ascoltato	0,22
28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Informato	0,21

Le singole variabili vengono presentate in un ordine decrescente con il corrispondente indice di correlazione (colonna a dx). Quelle che "entrano" prima sono quelle che hanno una maggior incidenza, ovvero in grado di produrre i maggiori cambiamenti nella direzione attesa (miglior giudizio dei cittadini sulla raccolta indifferenziata)

La quota rimanente della variabilità dipende dalla valutazione espressa in merito alla Raccolta Differenziata e al Porta a Porta (in verde) ai quali si aggiunge la (buona) stima nei confronti di AMIAT (in giallo)

RACCOLTA DIFFERENZIATA

Il secondo servizio considerato è quello riferito alla Raccolta Differenziata, che **compare nello scatter in testa sia alla classifica delle priorità percepite che nel giudizio di qualità**

TAB - Modello funzionale sul giudizio della Raccolta Differenziata - Fattori interni al servizio

Ord	Variabili inserite - Modello interno	R-quadrato corretto
1	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Frequenza della raccolta nella sua zona	0,397
2	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Distanza da casa e ubicazione dei luoghi di raccolta	0,524
3	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Numero dei contenitori	0,555
4	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Chiarezza delle informazioni relative alla raccolta differenziata	0,573
5	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Orari di operazioni di pulizia	0,583
6	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	0,584
Variabile dipendente: 11. Esprima la sua soddisfazione sulla Raccolta Differenza con un voto da 1 a 10		
Variabili indipendenti: Tutte le 10. Quale è il suo giudizio su ogni aspetto della raccolta differenziata		

In questo caso si rileva innanzitutto che la capacità dei fattori interni al servizio di spiegare il giudizio complessivo sale al 58,4% (sei tra i primi dieci). Questi fattori entrano nella modello di regressione stepwise nell'ordine di incidenza e sono accompagnati dai fattori esterni (es. comunicazione al terzo posto e Porta a Porta).

RACCOLTA DIFFERENZIATA

Dalla Tabella si evince anche il contributo al buon giudizio sulla differenziata derivato dalle diverse iniziative di comunicazione intraprese (in giallo) che si differenzia dagli aspetti interni (in verde) ed esterni (nero).

TAB - Aspetti connessi al giudizio della Raccolta Differenzia

	Coefficiente di Correlazione
16. Quale è il suo giudizio sul Servizio di raccolta differenziata "Porta a Porta" da 1 a 10?	0,66
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Frequenza della raccolta nella sua zona	0,62
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Numero dei contenitori	0,60
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Distanza da casa e ubicazione dei luoghi di raccolta	0,60
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Chiarezza delle informazioni relative alla raccolta differenziata	0,51
3. Quale è il suo giudizio sulla raccolta di rifiuti generici	0,49
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Facilità di uso dei contenitori	0,49
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La campagna di comunicazione sulla Differenziata Carta Cartone e Cartone per Bevande sui tram e bus circolanti	0,48
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	0,47
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Orari di operazioni di pulizia	0,44
8. Quante difficoltà incontra	0,39
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - Il servizio "SMS Amiat" al quale rivolgersi per ritiro ingombranti, reclami, informazioni, neve ecc...	0,37
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Facilità di uso dei contenitori	0,37
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori	0,36
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa	0,35
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La cartolina pubblicitaria riguardante il sito internet aziendale e il numero verde	0,34
21. Come considera il grado di pulizia del quartiere dove lei vive con un voto da 1 = molto sporco a 10 = molto pulito	0,34
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - I manuali per la Raccolta Differenziata	0,34
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La raccolta differenziata degli occhiali usati	0,34
35. Personalmente, lei in che misura si fida dell'azienda	0,33
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Conseguenze sulla circolazione stradale e sul traffico	0,33
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Numero di contenitori	0,32
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Orari operazioni di pulizia	0,32
6. In famiglia praticate la raccolta differenziata, cioè separate abitualmente alcuni rifiuti particolari	0,32
27. Sulla base della sua esperienza, esprima un giudizio sull'efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti con un voto da 1 a 10	0,30
37. Lei come giudica la relazione tra l'AMIAT e il cittadino	0,30

RACCOLTA DIFFERENZIATA

Ma la priorità strategica va assegnata a...

TAB - Modello funzionale sul giudizio della Raccolta Differenziata - Fattori interni ed esterni al servizio

Ord.	Variabili inserite - Modello allargato	R-quadrato corretto
1	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Frequenza della raccolta nella sua zona	0,327
2	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Numero dei contenitori	0,459
3	27. Sulla base della sua esperienza, esprima un giudizio sull'efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti con un voto da 1 a 10	0,524
4	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Facilità di uso dei contenitori	0,575
5	6. In famiglia praticate la raccolta differenziata, cioè separate abitualmente alcuni rifiuti particolari	0,593
6	3. Quale è il suo giudizio sulla raccolta di rifiuti generici	0,612
7	17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: li conferisce ad un centro di raccolta	0,636
8	33. In che misura lei è d'accordo con l'affermazione che l'AMIAT è un'azienda legata alla comunità torinese	0,657
9	24. E anche per lei potrebbe diventare più utile?	0,672
10	35. Personalmente, lei in che misura si fida dell'azienda	0,679
11	28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Compreso	0,687
12	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Conseguenze sulla circolazione stradale e sul traffico	0,696
13	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Problemi causati al traffico dalle operazioni di pulizia	0,703
14	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Chiarezza delle informazioni relative alla raccolta differenziata	0,708
15	38. In merito ai servizi ambientali, a suo giudizio Torino rispetto alle maggiori città italiane, è:	0,714
16	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Orari di operazioni di pulizia	0,719
17	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati	0,722
18	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Estetica dei cestini	0,727
19	4. Come giudica l'attuale costo, in relazione al servizio ricevuto	0,731
20	17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: li deposita accanto al cassonetto	0,734
21	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Orari operazioni di pulizia	0,736

Variabile dipendente: 11. Esprima la sua soddisfazione sulla Raccolta Differenza con un voto da 1 a 10

Variabili indipendente: Tutte le variabili interne e esterne

PORTA A PORTA

Massimo gradimento, basso indice di intensità della priorità. Come si è già detto il Porta a Porta si autopromuove da solo presso i cittadini che vi sono coinvolti (propensione tripla a stimarlo prioritaria) innescando una dinamica virtuosa volta ad accrescerne l'importanza. Il problema sta piuttosto nel creare condizioni di accettazione nella fase iniziale di avvio (d'altra parte, come appare chiaramente dalla stepwise, la qualità della relazione modulata dalla comunicazione incide fortemente sul giudizio).

Questa azione di rafforzamento autoprodotta è confermata dal fatto che il fattore di maggiore incidenza sul giudizio rimanda al giudizio sulla raccolta differenziata, il punto di incontro tra gli sforzi dell'azienda e del cittadino. Questo è lo spazio dove si realizza l'incontro tra sforzi comuni...

"Il luogo del Patto"

TAB - Modello funzionale sul giudizio della Porta a Porta - Fattori esterni al servizio

Ord.	Variabili inserite - Modello allargato	R-quadro corretto
1	11. Esprima la sua soddisfazione sulla Raccolta Differenza con un voto da 1 a 10	0,817
2	26. Come giudica AMIAT rispetto alla facilità di contatto con l'azienda	0,895
3	28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Informato	0,915
4	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Distanza da casa e ubicazione dei luoghi di raccolta	0,925
5	32. Su cosa dovrebbe impegnarsi di più l'AMIAT - Ordini dal più al meno importante - " Trasparenza e maggiore informazione	0,937
6	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Numero dei contenitori	0,948
7	18. Esprima il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Problemi causati al traffico dalle operazioni di pulizia	0,954
8	22. Conosce il sito internet dell'AMIAT?	0,968
9	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Conseguenze sulla circolazione stradale e sul traffico	0,976
10	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Frequenza della raccolta nella sua zona	0,987
11	29. Lei pensa che lo sforzo prodotto per la pulizia della città durante le Olimpiadi abbia prodotto un effetto	0,990
12	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Estetica dei cestini	0,992
13	21. Come considera il grado di pulizia del quartiere dove lei vive con un voto da 1 = molto sporco a 10 = molto pulito	0,996
14	18. Esprima il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	0,999
15	35. Personalmente, lei in che misura si fida dell'azienda	1,000
16	23. Lei pensa che in futuro la sua utilità tenda a crescere?	1,000
17	28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Compreso	1,000
18	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Pulizia e cura dei giardini pubblici	1,000

Variabile dipendente: 16. Quale è il suo giudizio sul Servizio di raccolta differenziata "Porta a Porta" da 1 a 10?

Variabili indipendenti: Tutte le variabili interne e esterne

PORTA A PORTA

Non è stato stimato il contributo di ciascuno dei suoi elementi interni al servizio in quanto è prevista una customer ad hoc

TAB - Aspetti connessi al giudizio del Porta a Porta

	Coefficiente di Correlazione
11. Esprima la sua soddisfazione sulla Raccolta Differenza con un voto da 1 a 10	0,68
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Numero dei contenitori	0,58
27. Sulla base della sua esperienza, esprima un giudizio sull'efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti con un voto da 1 a 10	0,57
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Frequenza della raccolta nella sua zona	0,53
3. Quale è il suo giudizio sulla raccolta di rifiuti generici	0,52
14. Lei considera il Servizio di raccolta differenziata "Porta a Porta"	0,50
21. Come considera il grado di pulizia del quartiere dove lei vive con un voto da 1 = molto sporco a 10 = molto pulito	0,49
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Aree verdi	0,48
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Distanza da casa e ubicazione dei luoghi di raccolta	0,48
36. A suo parere l'AMIAT nel tempo	0,46
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Facilità di uso dei contenitori	0,44
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - I manuali per la Raccolta Differenziata	0,44
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Pulizia e cura dei giardini pubblici	0,42
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa	0,41
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	0,41
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La promozione degli ecocentri - le strutture dove portare tutti i propri rifiuti	0,41
26. Come giudica AMIAT rispetto alla facilità di contatto con l'azienda	0,39
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Strade	0,38
12. A suo parere quale è la percentuale di raccolta differenziata raggiunta dalla città	0,38
19. In confronto al passato, trova che il servizio di spazzamento rispetto a Frequenza sia	0,37
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Numero di cestini getta carta in città	0,37
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	0,37
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Numero di contenitori	0,36
28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Ascoltato	0,36
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Chiarezza delle informazioni relative alla raccolta differenziata	0,35
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Orari operazioni di raccolta	0,35

PULIZIA DELLA CITTÀ

PULIZIA STRADE

La pulizia incontra consensi più bassi rispetto ai servizi di raccolta. In ogni caso quello di pulizia delle strade è sufficiente ed è il migliore rispetto a marciapiedi ed aree verdi.

Il giudizio è fortemente condizionato dai suoi stessi elementi interni, nell'ordine: servizio di spazzamento, frequenza di svuotamento dei cestini, numero dei cestini. La pulizia dei marciapiedi entra a spiegare il giudizio sulla pulizia delle strade al terzo posto, dopo la frequenza di svuotamento dei cestini, ma, come si è visto non è da considerarsi una variabile interna in quanto non afferisce alle responsabilità del settore.

TAB - Modello funzionale sul giudizio della Pulizia Strade - Fattori interni al servizio

Ord.	Variabili inserite - Modello interno	R-quadrato corretto
1	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Il servizio di spazzamento	0,370
2	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati	0,433
3	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	0,453
4	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Numero di cestini getta carta in città	0,455

Variabile dipendente: 20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Strade

PULIZIA DEL QUARTIERE

PULIZIA DELLA CITTÀ

La pulizia del quartiere occupa una posizione centrale, sia per importanza che per giudizio.

Il giudizio è influenzato in larga misura dal livello di soddisfazione riferito alla pulizia dei marciapiedi e dello spazzamento, ovvero due fattori interni al servizio, ed in terza battuta dal livello di pulizia delle aree verdi, pulizia e cura dei giardini, frequenza dello svuotamento dei cestini. Infine riaffiora il giudizio sulla raccolta effettuata con il Porta a Porta come fattore determinante.

TAB - Aspetti connessi al giudizio della Pulizia del Quartiere

	Coefficiente di Correlazione
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	0,72
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Il servizio di spazzamento	0,66
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Aree verdi	0,56
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Pulizia e cura dei giardini pubblici	0,50
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati	0,49
16. Quale è il suo giudizio sul Servizio di raccolta differenziata "Porta a Porta" da 1 a 10?	0,49
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	0,47
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori	0,46
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Numero di cestini getta carta in città	0,41
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Marciapiedi	0,40
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - Il filmato promozionale sul tema della pulizia della città diffuso nelle sale cinematografiche	0,40
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Numero dei contenitori	0,39
3. Quale è il suo giudizio sulla raccolta di rifiuti generici	0,39
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Orari operazioni di pulizia	0,39
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La campagna di comunicazione sulla raccolta differenziata Carta Cartone e Cartone per Bevande sui tram e bus circolanti	0,38
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Orari di operazioni di pulizia	0,36
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Strade	0,36
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Facilità di uso dei contenitori	0,34
11. Esprima la sua soddisfazione sulla Raccolta Differenza con un voto da 1 a 10	0,34
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Frequenza della raccolta nella sua zona	0,34
19. In confronto al passato, trova che il servizio di spazzamento rispetto a Frequenza sia	0,34
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa	0,34

PULIZIA DELLA CITTÀ

PULIZIA DEI MARCIAPIEDI

La pulizia dei marciapiedi ci consegna il punto di maggiore criticità, un mix tra alta priorità e un modesto giudizio.

Le variabili che influenzano il giudizio sulla pulizia dei marciapiedi **non sono in grado di offrirne una spiegazione se non in minima parte** (10 variabili "spiegano" il 26% del giudizio!). La questione è riconducibile al fatto che non esistono interventi specifici di "presa in carico" diretta da parte dell'azienda. Il cittadino smarrito cerca spiegazioni in quello che trova di più contiguo attraverso la sua percezione (peraltro meno imprecisa di quanto si pensi). Attorno a questo problema non è possibile neppure ricostruire dei profili diversi o far risaltare delle diverse sensibilità in quanto l'atteggiamento sfuma in una nebulosa indistinta.

TAB - Modello funzionale sul giudizio della Pulizia Marciapiedi - Fattori interni e esterni al servizio

Ord.	Variabili inserite - Modello Allargato	R-quadrato corretto
1	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Il servizio di spazzamento	0,087
2	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Numero di cestini getta carta in città	0,155
3	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Estetica dei cestini	0,189
4	20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Aree verdi	0,210
5	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati	0,226
6	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	0,241
7	34. Rispetto ai servizi erogati da altre aziende che gestiscono servizi a rete (Gas, acqua, luce, telefoni ecc...), la qualità del servizio AMIAT è	0,254
8	3. Quale è il suo giudizio sulla raccolta di rifiuti generici	0,260
Variabile dipendente: 20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Marciapiedi		

PULIZIA DELLA CITTÀ

PULIZIA DEI MARCIAPIEDI

La pulizia dei marciapiedi è un elemento che ha a che fare con gli spazi di vita delle persone, si correla e dipende dal grado di percezione del quartiere in cui si vive, dal servizio di spazzamento, aree verdi e pulizia dei luoghi di raccolta.

Allo stato attuale l'analisi mette in luce la presenza di un (solo) grande problema delegato a responsabilità altre da quelle che afferiscono all'azienda. La scelta politica restituisce al momento un vuoto derivante da un servizio che non esiste. Tuttavia la delega al cittadino di farsi carico della pulizia dei marciapiedi non appare adeguatamente supportata da azioni che la rendano evidente anche ai loro occhi. I cittadini in sostanza si lamentano di una responsabilità che sembrano non aver ancora capito che è loro.

E' debole l'azione di *governance*

TAB - Aspetti connessi al giudizio della Pulizia Marciapiedi

	Coefficiente di Correlazione
21. Come considera il grado di pulizia del quartiere dove lei vive con un voto da 1 = molto sporco a 10 = molto pulito	0,40
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La raccolta differenziata degli occhiali usati	0,40
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Il servizio di spazzamento	0,38
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Aree verdi	0,33
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	0,29
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Pulizia e cura dei giardini pubblici	0,28
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori	0,28
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	0,26
3. Quale è il suo giudizio sulla raccolta di rifiuti generici	0,22
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa	0,20

PULIZIA DELLA CITTÀ

PULIZIA DELLE AREE VERDI

La pulizia delle aree verdi sostanzialmente ottiene nei giudizi valori simili alla pulizia dei marciapiedi, quello che cambia è il peso che gli si attribuisce, in questo caso decisamente inferiore.

I fattori interni maggiormente incidenti sono sussunti dalla pulizia delle strade, riferendosi a quelle interne ai parchi. I fattori interni correlati suggeriscono massima attenzione alla frequenza dello svuotamento dei cestini, seguita dal loro numero, mentre minore peso va attribuito al fattore estetico (dei cestini).

TAB - Modello funzionale sul giudizio della Pulizia Aree Verdi - Fattori interni e esterni al servizio

Ord.	Variabili inserite - Modello Allargato	R-quadrato corretto
1	20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Strade	0,384
2	21. Come considera il grado di pulizia del quartiere dove lei vive con un voto da 1 = molto sporco a 10 = molto pulito	0,425
3	38. In merito ai servizi ambientali, a suo giudizio Torino rispetto alle maggiori città italiane, è:	0,440
4	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Distanza da casa e ubicazione dei luoghi di raccolta	0,451
5	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori	0,467
6	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Numero di cestini getta carta in città	0,476
7	10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Conseguenze sulla circolazione stradale e sul traffico	0,486
8	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Facilità di uso dei contenitori	0,494
9	33. In che misura lei è d'accordo con l'affermazione che l'AMIAT è un'azienda legata alla comunità torinese	0,500
Variabile dipendente: 20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Aree verdi		

PULIZIA DELLA CITTÀ

PULIZIA DELLE AREE VERDI

Lo scatter evidenzia una forte differenza nella percezione dei cittadini tra l'area della raccolta e quella della pulizia.

Senza voler stabilire relazioni di causalità dobbiamo rilevare che la priorità presenta una correlazione negativa con il giudizio e che la pulizia risalta come un elemento di deficit.

TAB - Aspetti connessi al giudizio della Pulizia Aree VerdiCoefficiente di
Correlazione

20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Strade	0,57
21. Come considera il grado di pulizia del quartiere dove lei vive con un voto da 1 = molto sporco a 10 = molto pulito	0,56
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Il servizio di spazzamento	0,55
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati	0,50
16. Quale è il suo giudizio sul Servizio di raccolta differenziata "Porta a Porta" da 1 a 10?	0,48
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	0,46
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La raccolta differenziata degli occhiali usati	0,44
2. Esprima il suo giudizio con un voto su Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori	0,41
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Numero di cestini getta carta in città	0,41
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	0,39
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La campagna di comunicazione sulla raccolta differenziata Carta Cartone e Cartone per Bevande sui tram e bus circolanti	0,34
27. Sulla base della sua esperienza, esprima un giudizio sull'efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti con un voto da 1 a 10	0,34
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Estetica dei cestini	0,34
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - Il filmato promozionale sul tema della pulizia della città diffuso nelle sale cinematografiche	0,34
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Marciapiedi	0,33
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La raccolta banco a banco dei mercati rionali di Torino	0,33
19. In confronto al passato, trova che il servizio di spazzamento rispetto a Frequenza sia	0,33
28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Ascoltato	0,33
3. Quale è il suo giudizio sulla raccolta di rifiuti generici	0,32
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La sponsorizzazione della partecipazione di 60 scuole tra elementari e medie alle Gare Paralimpiche	0,32
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La cartolina pubblicitaria riguardante il sito internet aziendale e il numero verde	0,31

COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

AREA DELLA COMUNICAZIONE

Medietà dei giudizi e scarsa percezione di priorità, del resto si tratta di un lavoro di seconda linea che quando è efficace produce effetti sulle altre aree e sull'immagine complessiva dell'azienda con ricadute su se stessa solo indirette.

La comunicazione si presenta sotto due aspetti, uno **tecnico** ed uno **strategico**. Il primo rinvia alle campagne a sostegno delle diverse iniziative, il secondo a modulare la relazione tra azienda e comunità.

Quello che è evidente è che esiste una correlazione tra il lavoro condotto dall'azienda e il settore della comunicazione che si influenzano reciprocamente, nel senso che se è evidente che le campagne di comunicazione sostengono l'immagine dell'azienda è altrettanto vero che nel momento in cui si sottopone a giudizio il settore della comunicazione si rileva che questo è a sua volta trascinato dalle attività che l'azienda conduce.

Siamo in grado di stimare che l'insieme delle iniziative promosse incide sul giudizio di efficacia del settore comunicazione per una quota del 27%.

TAB - Modello funzionale sul giudizio della Comunicazione - Fattori interni al servizio

Variabili inserite - Modello Interno	R-quadrato corretto
La campagna di comunicazione sulla raccolta differenziata Carta Cartone e Cartone per Bevande sui tram e bus circolanti	0,239
Il filmato promozionale sul tema della pulizia della città diffuso nelle sale cinematografiche	0,255
Il servizio "SMS Amiat" al quale rivolgersi per ritiro ingombranti, reclami, informazioni, neve ecc...	0,272
Variabile dipendente: 27. Sulla base della sua esperienza, esprima un giudizio sull'efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti con un voto da 1 a 10	

COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

L'azione di massima efficacia comunicativa percepita dal cittadino rimanda alla variabile che abbiamo definito "Radicamento", seguita da quella indirizzata al Porta a porta, dal filmato promozionale, dalla raccolta carta e cartone, dalla cartolina pubblicitaria e numero verde, SMS e manuali per la raccolta differenziata. Tuttavia da considerare che in questa stima (di efficacia) non si è tenuto conto della quota di popolazione raggiunta.

TAB - Aspetti connessi al giudizio della ComunicazioneCoefficiente di
Correlazione

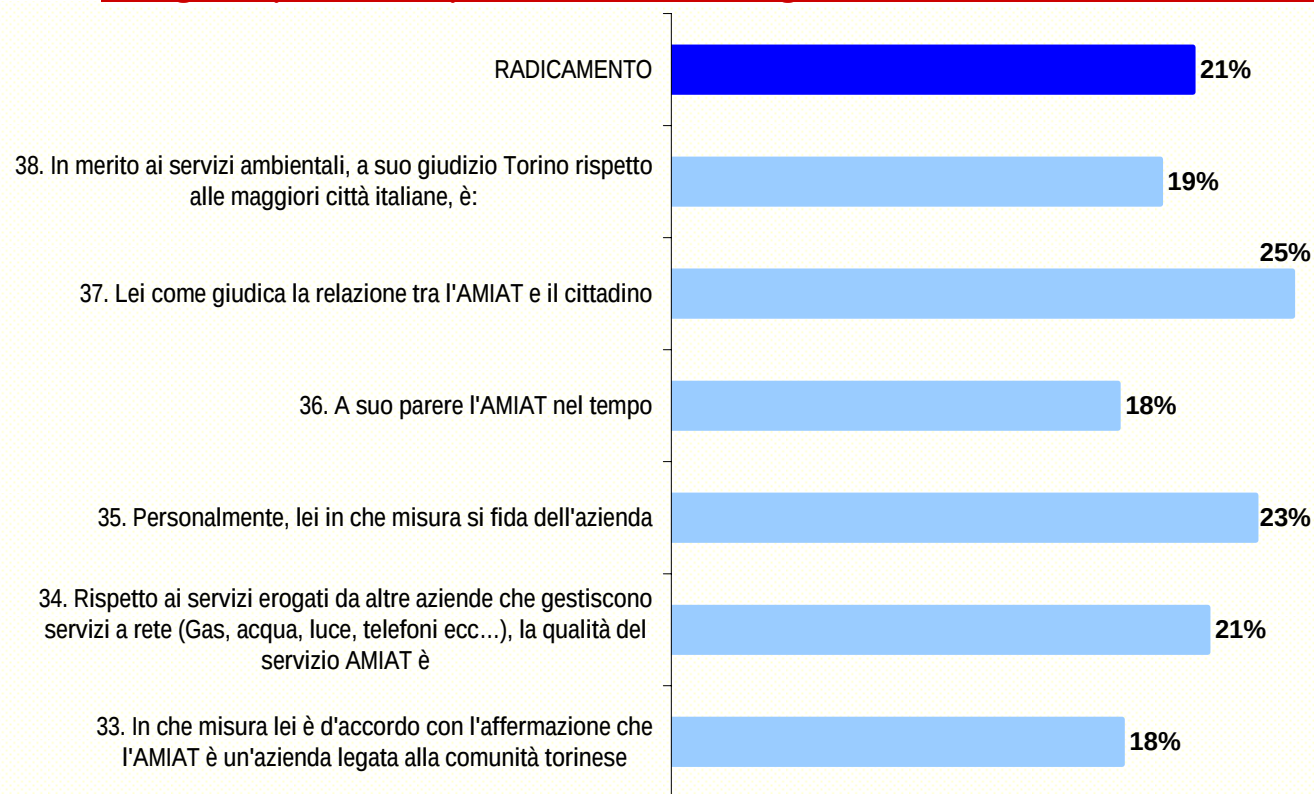
28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Compreso	0,58
28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Informato	0,57
16. Quale è il suo giudizio sul Servizio di raccolta differenziata "Porta a Porta" da 1 a 10?	0,57
28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente Ascoltato	0,55
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - Il filmato promozionale sul tema della pulizia della città diffuso nelle sale cinematografiche	0,50
26. Come giudica AMIAT rispetto alla facilità di contatto con l'azienda	0,48
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La campagna di comunicazione sulla raccolta differenziata Carta Cartone e Cartone per Bevande sui tram e bus circolanti	0,47
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La cartolina pubblicitaria riguardante il sito internet aziendale e il numero verde	0,44
35. Personalmente, lei in che misura si fida dell'azienda	0,43
37. Lei come giudica la relazione tra l'AMIAT e il cittadino	0,42
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - Il servizio "SMS Amiat" al quale rivolgersi per ritiro ingombranti, reclami, informazioni, neve ecc...	0,41
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - I manuali per la Raccolta Differenziata	0,39
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Il servizio di spazzamento	0,36
10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per Chiarezza delle informazioni relative alla raccolta differenziata	0,36
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati	0,36
20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Aree verdi	0,34
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Estetica dei cestini	0,32
21. Come considera il grado di pulizia del quartiere dove lei vive con un voto da 1 = molto sporco a 10 = molto pulito	0,32
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La raccolta differenziata degli occhiali usati	0,32
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La sponsorizzazione della partecipazione di 60 scuole tra elementari e medie alle Gare Paralimpiche	0,31
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La raccolta banco a banco dei mercati rionali di Torino	0,31
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Pulizia e cura dei giardini pubblici	0,31
11. Esprima la sua soddisfazione sulla Raccolta Differenza con un voto da 1 a 10	0,30
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La Cartacinesca - la raccolta imballaggi di cartone nelle vie commerciali	0,30
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La distribuzione della Guida pratica del cittadino allegata agli elenchi Seat Pagine Gialle	0,30
31. Voto a iniziative o strumenti AMIAT in termini di efficacia - La promozione degli ecocentri - le strutture dove portare tutti i propri rifiuti	0,29
3. Quale è il suo giudizio sulla raccolta di rifiuti generici	0,29
34. Rispetto ai servizi erogati da altre aziende che gestiscono servizi a rete (Gas, acqua, luce, telefoni ecc...), la qualità del servizio AMIAT è	0,29
18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	0,28
33. In che misura lei è d'accordo con l'affermazione che l'AMIAT è un'azienda legata alla comunità torinese	0,27

COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

L'incidenza che l'area della comunicazione ha nel determinare il giudizio dei cittadini nei confronti di AMIAT è stimabile attorno al 20%. Considerato che AMIAT non fa *branding* bensì *gestione di servizi*, e che dunque la sua "immagine" è ampiamente affidata alla qualità degli stessi, il valore aggiunto dalla comunicazione è tutt'altro che irrilevante.

In altri termini si può affermare che AMIAT si "apprezza" presso i cittadini sulla base del lavoro che svolge, tuttavia a valorizzare questo lavoro il contributo della comunicazione ammonta al 20%.

Correlazione della valutazione dell'efficacia della Comunicazione Amiat con gli aspetti sui quali si incentra il giudizio su Amiat (Radicamento)



La comunicazione strategica, rivela la stretta connessione con la percezione del radicamento dell'azienda sul territorio (appartenenza, fiducia, comprensione...) in una evidente correlazione diretta. In sostanza risalta la biunivoca influenza che esiste tra il giudizio nei confronti di AMIAT ed il giudizio nei confronti del fattore "comunicazione". I due aspetti sono vincolati ad un comune destino.

SI SONO REGISTRATI **RISULTATI POSITIVI**
 ("MOLTO" E "ABBASTANZA" OSSIA CON VOTI PARI A 6 E OLTRE)
IN TUTTE LE AREE CONSIDERATE

	2006	2007
<i>Raccolta dei rifiuti generici</i>	88%	89,1%
<i>Raccolta differenziata</i>	81%	84,0%
<i>Pulizia delle strade</i>	93%	69,6%
<i>Attività della Comunicazione</i>	93%	71,1%

Rispetto al passato il servizio di **pulizia delle strade** fa registrare un consistente peggioramento al **69,6%** in un valore di eccesso di riflusso rispetto al periodo olimpico (93%) ma sostanzialmente in un range più ordinario (79% nel luglio 2005 e 71% nel novembre dello stesso anno) rispetto ai valori straordinari del febbraio 2006. Questo elemento appare in linea con la percezione che gli effetti olimpici sulla pulizia della città sarebbero stati "duraturi" solo per 1 cittadino torinese su 5.

L'area **rifiuti generici** si conferma **stazionaria** comunque su quote prossime a **9 cittadini su 10** in una sorta di raggiunto equilibrio del servizio.

La **raccolta differenziata** continua il progresso fino a quote molte significative di risposte positive (**84%**).

L'area della **comunicazione** è segnalata positivamente dal **71%** degli intervistati in un calo molto pronunciato rispetto al febbraio 2006 che non sembra frutto di alcuna particolare iniziativa interna all'azienda (neanche del dopo Olimpiadi) quanto piuttosto da cause esterne riscontrabili nella "positività" che ha caratterizzato l'anno olimpico.

RIFIUTI GENERICI

Come detto, i giudizi che si collocano nella sfera della positività sfiorano il 90% in lieve aumento rispetto alla rilevazione 2006 (88%), ma i margini di crescita a questi valori sono veramente contratti.

Con questo tasso, cresce anche la soddisfazione media con un incremento dall'area 2,92-2,95 degli ultimi anni a **3,09** (7,26 in termini da 1 a 10) anche non scontando l'effetto riduzione di un campione meno influenzato dai buoni giudizi degli anziani.

Tra i servizi confrontabili nel tempo con le precedenti Customer, si rileva una effettiva crescita del giudizio riferito alla **frequenza di svuotamento dei contenitori**.

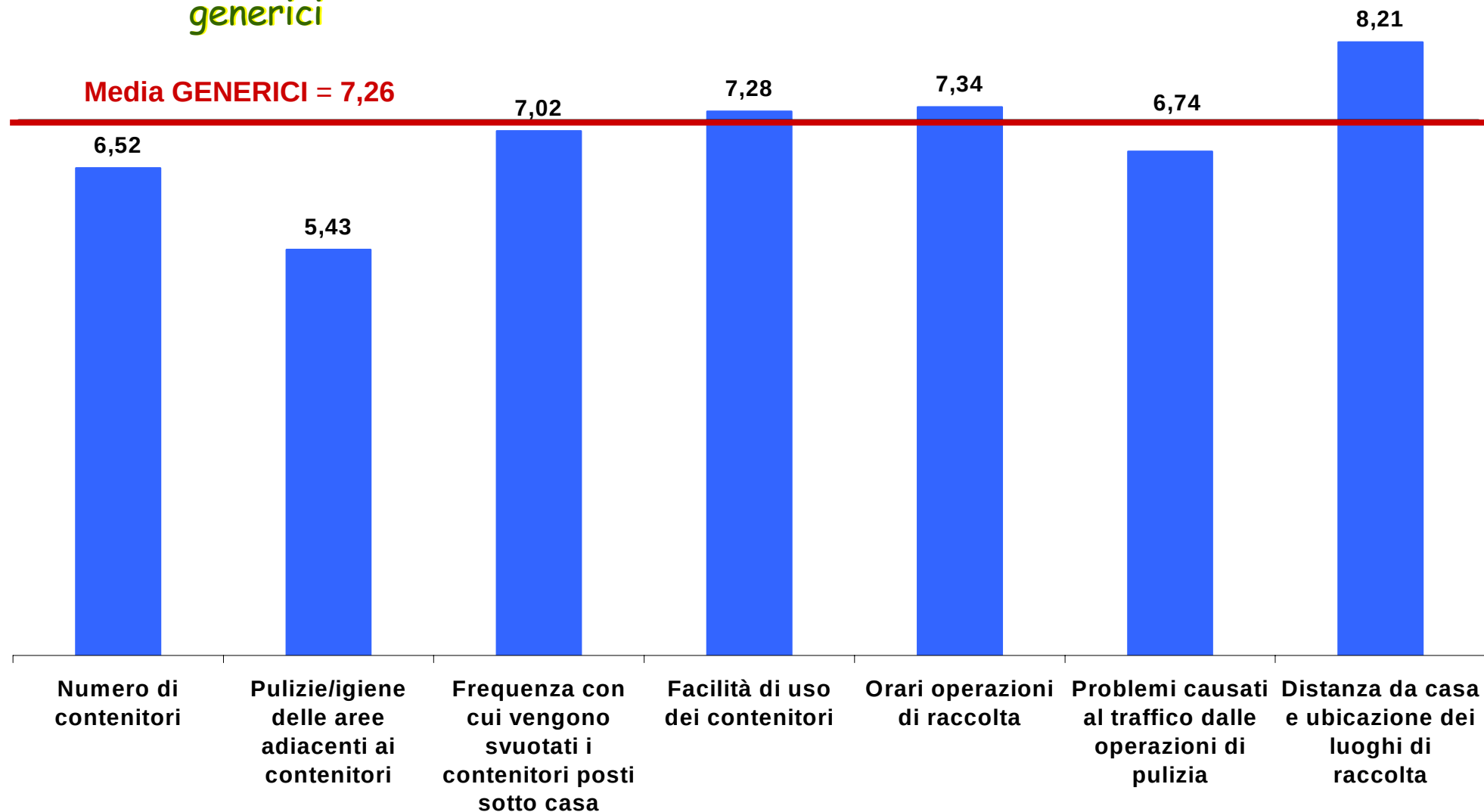
	2006	2007
<i>Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa</i>	2,87	3,01
<i>Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori</i>	2,74	2,48
<i>Numero di contenitori</i>	2,82	2,84

Una significativa controtendenza emerge comunque dalla **pulizia e igiene delle aree adiacenti ai contenitori**, tradizionale elemento di massima critica dell'intero servizio di raccolta, che vede soddisfatto il 53% della popolazione con un voto medio insufficiente (5,43 in scala da 1 a 10, 2,48 per il confronto dinamico) in contrazione di quasi 10 punti percentuali.

Questa criticità appare particolarmente avvertita nel Quartiere 22 di Cavour-Borgo Po, ma altri 6 Quartieri non raggiungono una valutazione media pari a 5, ben al di sotto della sufficienza.

RIFIUTI GENERICI

2. Esprima il suo giudizio con un voto sugli aspetti legati alla raccolta di rifiuti generici



RIFIUTI GENERICI

A livello generale la massima soddisfazione è rilevata a Mirafiori Sud, con punte di eccellenza in molti aspetti del servizio, ma anche a Barca-Regio Parco per la ottima valutazione degli orari di raccolta ma anche una migliore valutazione della pulizia delle aree di raccolta.

Si segnala una percepita carenza di contenitori nei Quartieri di Vanchiglia e di Borgata Vittoria mentre la pessima valutazione della frequenza di svuotamento e della facilità di uso dei contenitori a Cavoletto-Borgo Po dimostra l'allargamento della critica della pulizia delle aree di raccolta a molti aspetti integrati del servizio.

RIFIUTI GENERICI

TAB - Giudizio medio dei servizi connessi alla raccolta dei RSU per Quartiere

<i>Giudizio su Raccolta Rifiuti Generici per Circoscrizione</i>	Numero di contenitori	Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori	Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa	Facilità di uso dei contenitori	Orari operazioni di raccolta	Problemi causati al traffico dalle operazioni di pulizia	Distanza da casa e ubicazione dei luoghi di raccolta	Raccolta di rifiuti generici
1 Centro	6,36	5,89	7,67	7,86	8,21	7,74	7,82	7,64
2 S.Salvario	6,33	4,98	7,05	6,88	7,80	6,83	8,00	6,88
3 Crocetta	6,34	5,28	7,29	6,90	6,57	6,03	8,82	7,24
4 San Paolo	6,88	5,52	7,12	7,48	7,64	6,08	8,28	7,36
5 Cenisia - Cit Turin	6,46	4,85	6,51	6,88	7,28	6,08	8,00	7,10
6 San Donato	5,97	4,74	6,31	6,97	6,03	5,87	7,87	6,38
7 Aurora	6,77	5,23	7,31	7,65	7,64	6,27	8,54	7,31
8 Vanchiglia	5,56	4,71	6,48	7,15	6,97	6,16	8,21	6,97
9 Nizza - Millefonti	6,29	5,57	6,71	6,79	7,07	6,00	8,93	7,29
10 Lingotto	6,92	6,18	7,12	7,45	6,98	6,81	8,31	7,46
11 Santa Rita	6,57	5,70	7,30	7,43	6,89	7,02	8,75	7,40
12 Mirafiori Nord	7,27	6,14	7,29	7,31	7,44	6,98	8,55	7,59
13 Pozzo Strada	6,88	5,68	7,13	7,25	7,75	7,90	8,59	7,44
14 Parella	6,90	5,52	7,15	6,79	7,47	7,04	7,75	7,25
15 Le Vallette - Lucento	6,34	5,76	7,69	7,17	7,57	7,30	7,62	7,10
16 Lanzo - Mad. Campagna	6,53	5,00	6,78	7,85	7,00	6,48	8,21	7,27
17 B.ta Vittoria	5,28	4,94	6,34	6,68	6,85	6,68	7,76	6,71
18 Barriera Milano	6,54	4,80	7,17	7,77	7,44	6,89	8,54	7,40
19 Falchera - Villaretto	6,68	5,36	6,92	8,24	7,72	6,54	7,56	7,52
20 Barca - Regio Parco	6,33	6,67	7,28	8,28	8,35	7,47	7,89	7,78
21 Madonna del Pilone	7,00	6,17	6,91	7,18	7,27	7,50	8,00	7,00
22 Cavoretto - Borgo Po	6,42	3,82	5,17	5,91	7,00	5,11	8,00	7,18
23 Mirafiori Sud	7,30	6,33	7,89	7,67	8,65	7,42	8,78	8,07
Torino	6,52	5,43	7,02	7,28	7,34	6,74	8,21	7,26

RIFIUTI GENERICI***SERVIZI DELLA RACCOLTA RIFIUTI GENERICI***

Numero contenitori e frequenza svuotamento: La percezione è condizionata dal giudizio e dalla qualità della relazione con AMIAT (e viceversa), gli interventi sono considerati migliori per chi la giudica meglio.

Pulizia aree adiacenti ai contenitori: Stesso andamento della precedente, contenti di vivere a Torino (Quartieri Mirafiori sud, Lingotto, Cavoretto B. Po, Mirafiori nord) soddisfatti della relazione con AMIAT e caratterizzati da elevata attenzione nei confronti dell'ambiente.

Facilità di uso dei contenitori e orari raccolta: stesso andamento delle precedenti ma molti dei soddisfatti hanno bassa scolarizzazione.

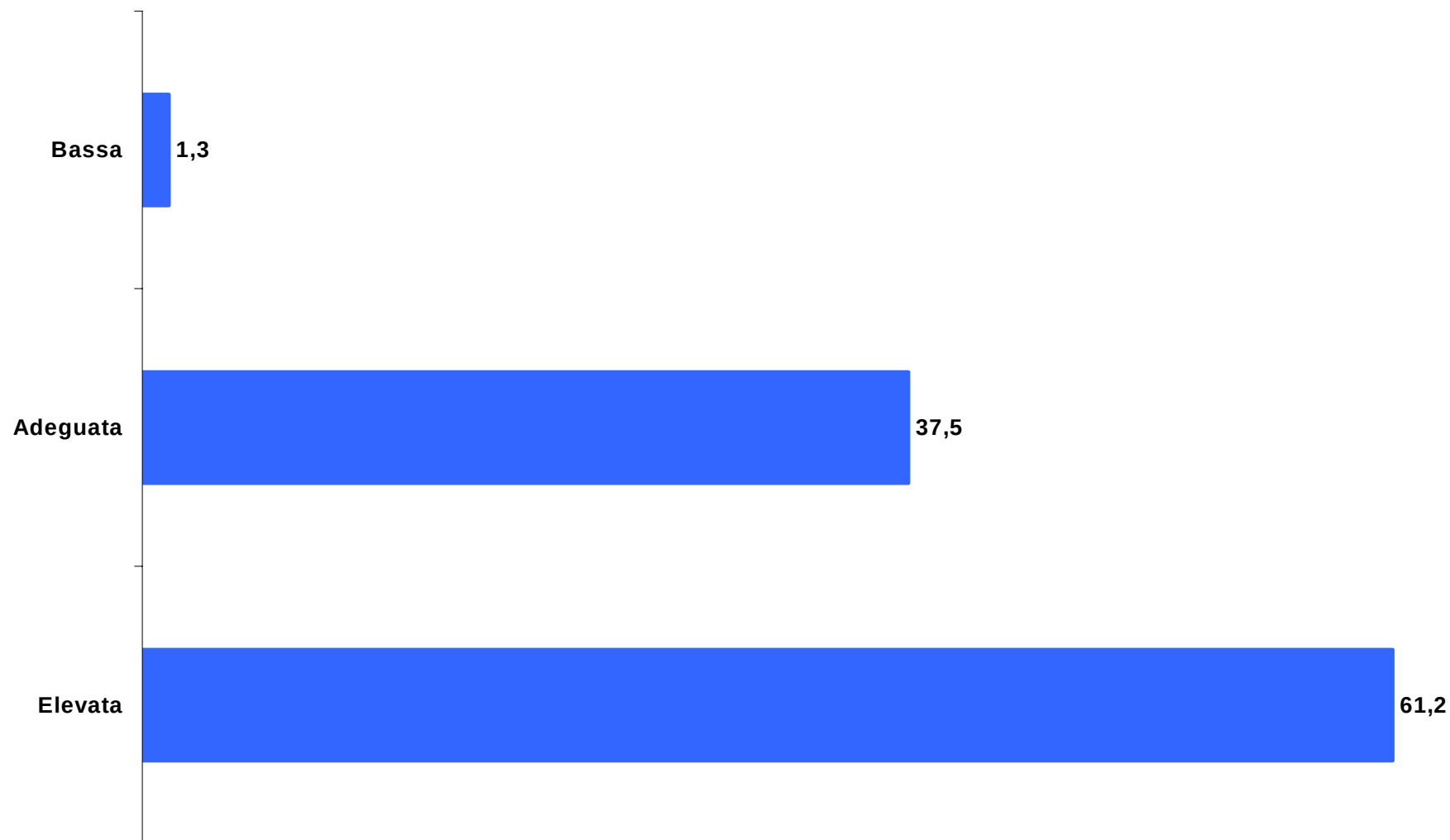
Un punto di dubbia soddisfazione sta nel difficile **contatto con l'azienda.**

Problemi al traffico: buon giudizio dei Quartieri: Pozzo Strada, Centro, Madonna del Pilone, Cavoretto B. Po, Mirafiori sud.

Distanza da casa: buon giudizio dei Quartieri Nizza Millefonti, Crocetta, Mirafiori sud, S. Rita.

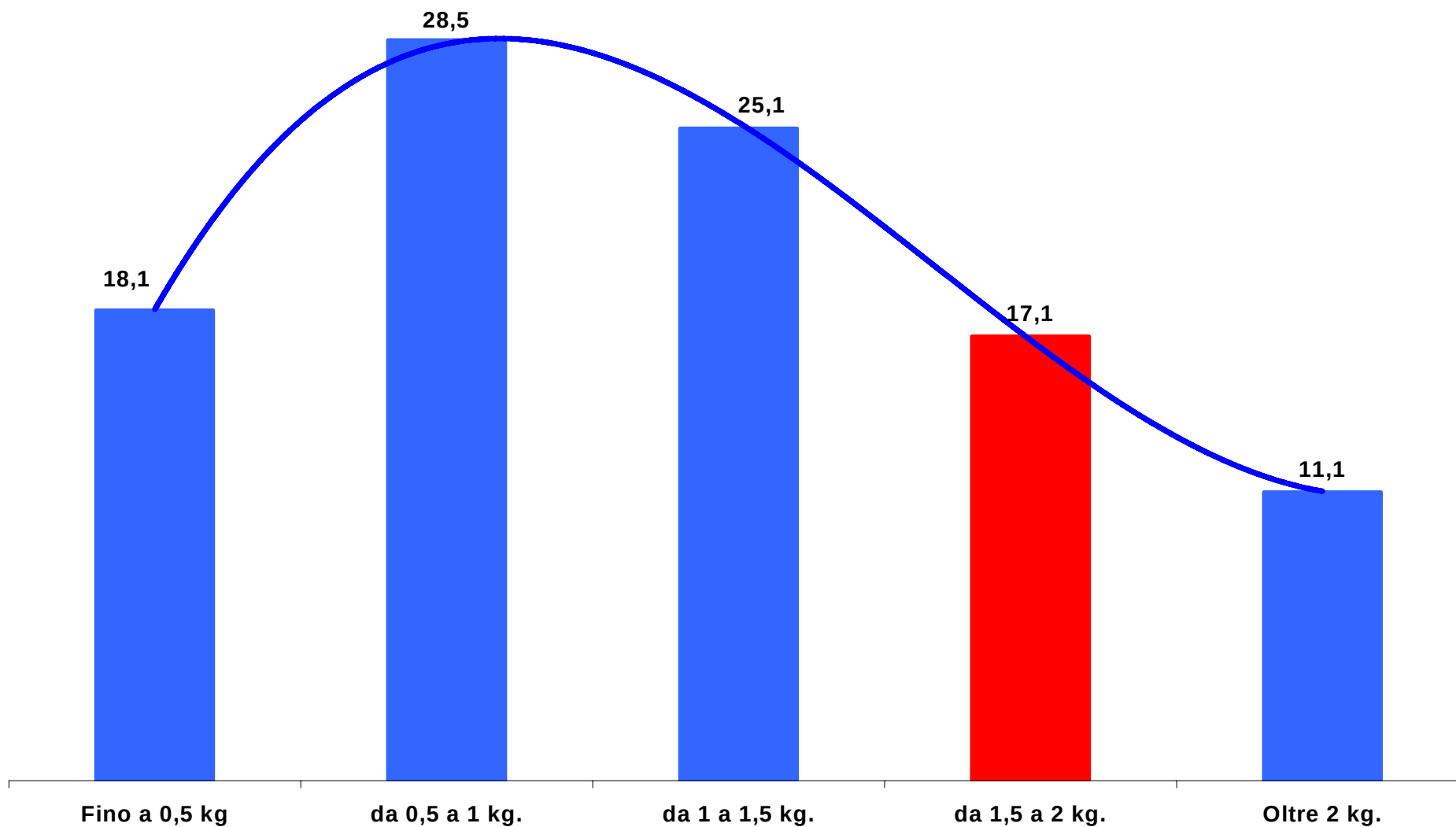
RIFIUTI GENERICI

4. Come giudica l'attuale costo, in relazione al servizio ricevuto
(voto 2,0 in scala da 1 a 10)



RIFIUTI GENERICI

5. A suo parere un cittadino quanti chilogrammi di nettezza urbana produce al giorno (in rosso la risposta corretta per Torino)



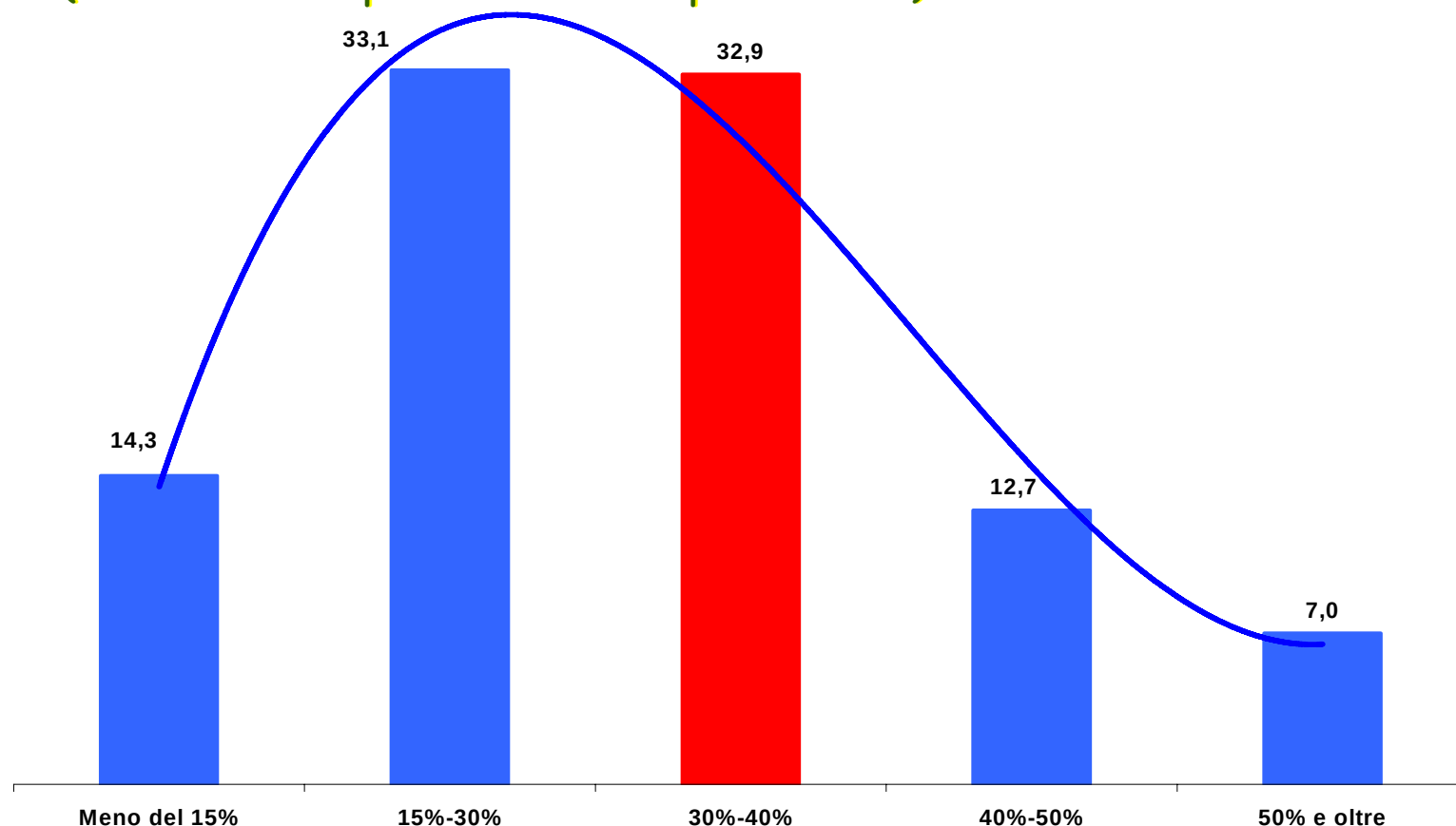
RIFIUTI GENERICI

- ✦ Nell'insieme i cittadini sottostimano la quantità di rifiuti prodotta ma sottostimano anche le performance espresse dall'intera città (e da AMIAT) per quanto si riferisce alla raccolta differenziata... Il frutto non raccolto di uno sforzo prodotto...
- ✦ I giudizi riferiti ai vari elementi disaggregati della raccolta di rifiuti generici sono tutti ampiamente positivi, con un'unica eccezione per quanto riguarda la pulizia e l'igiene negli spazi adiacenti alle isole ecologiche (problema peraltro di non grave intensità). L'eccellenza si riferisce agli orari, alla facilità d'uso ed alla distanza dei cassonetti da casa: tre elementi portanti dell'intero sistema di raccolta
- ✦ I riflessi di questo stato di cose si ritrovano nel giudizio complessivo espresso riferito alla raccolta dei generici (7,26)
- ✦ Nella percezione dei cittadini il problema è da ricercarsi nel costo, stimato eccessivo (voto minimo in assoluto dell'intero questionario)



RACCOLTA DIFFERENZIATA

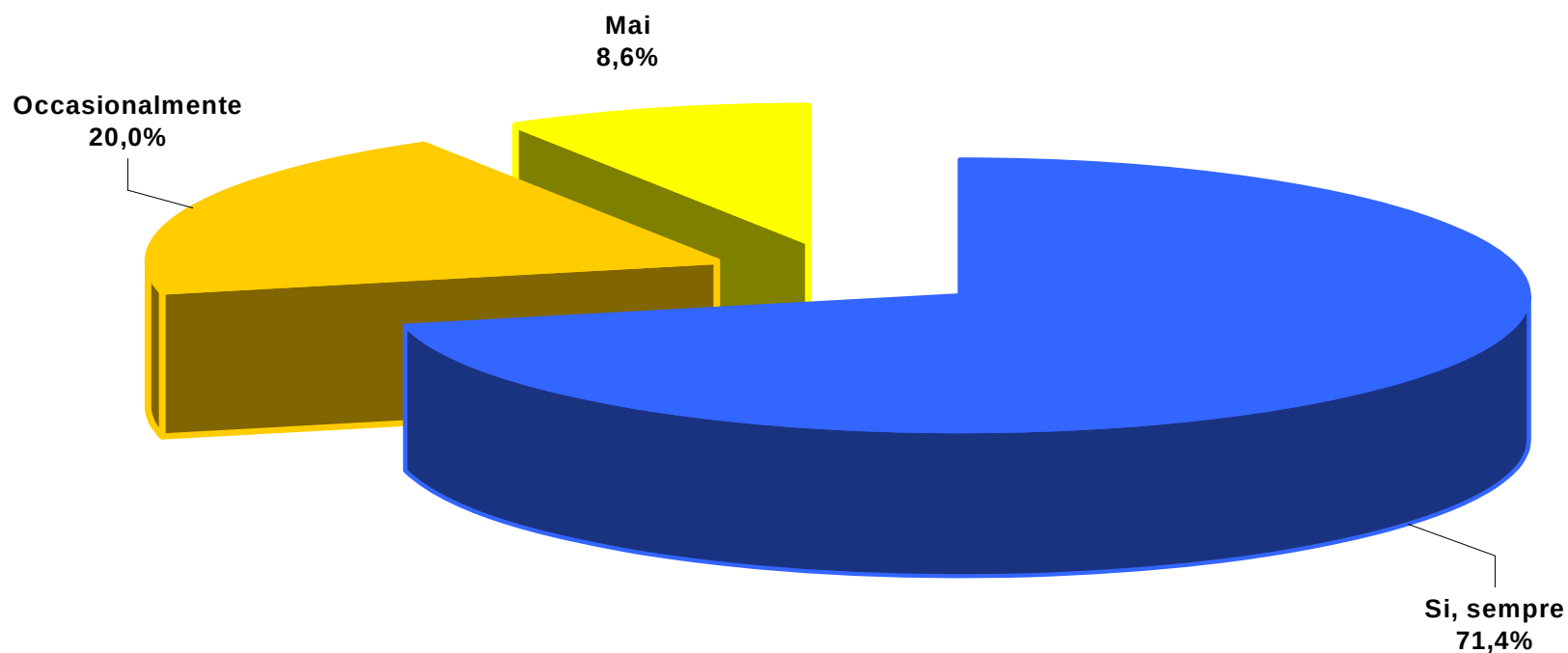
12. A suo parere quale è la percentuale di raccolta differenziata raggiunta dalla città (in rosso la risposta corretta per Torino)



La città tende a sottostimare la quota raggiunta. Viene così privata dell'occasione di godere dei risultati eccellenti che ha raggiunto grazie allo sforzo comune prodotto (da azienda e cittadini). Questo evidenzia un deficit comunicativo.

RACCOLTA DIFFERENZIATA

6. In famiglia praticate la raccolta differenziata, cioè separate abitualmente alcuni rifiuti particolari
(voto 8,15 in scala da 1 a 10)



RACCOLTA DIFFERENZIATA

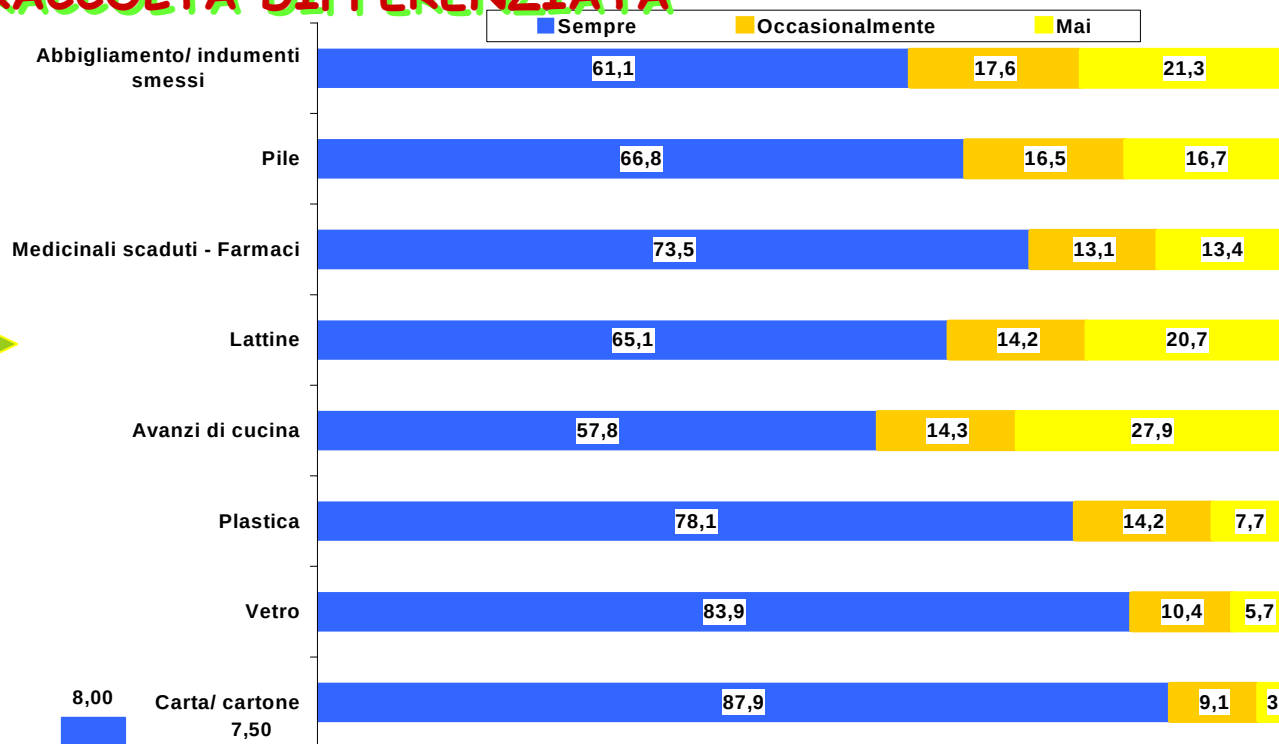
TAB - Tasso di conferimento alla Raccolta Differenziata per modalità e Quartiere

<i>Praticate la Raccolta Differenziata per</i>					
<i>Circoscrizione</i>		<i>Si, sempre</i>	<i>Occasionalmente</i>	<i>Mai</i>	<i>Totale</i>
1	Centro	57,1	17,9	25,0	100,0
2	S.Salvario	69,8	16,3	14,0	100,0
3	Crocetta	72,4	20,7	6,9	100,0
4	San Paolo	60,0	28,0	12,0	100,0
5	Cenisia - Cit Turin	61,0	31,7	7,3	100,0
6	San Donato	75,0	17,5	7,5	100,0
7	Aurora	65,4	30,8	3,8	100,0
8	Vanchiglia	61,8	35,3	2,9	100,0
9	Nizza - Millefonti	28,6	50,0	21,4	100,0
10	Lingotto	75,5	16,3	8,2	100,0
11	Santa Rita	72,7	22,7	4,5	100,0
12	Mirafiori Nord	74,0	22,0	4,0	100,0
13	Pozzo Strada	59,4	25,0	15,6	100,0
14	Parella	85,4	4,2	10,4	100,0
15	Le Vallette - Lucento	69,0	20,7	10,3	100,0
16	Lanzo - Mad. Campagna	75,8	24,2	0,0	100,0
17	B.ta Vittoria	57,9	23,7	18,4	100,0
18	Barriera Milano	68,6	25,7	5,7	100,0
19	Falchera - Villaretto	100,0	0,0	0,0	100,0
20	Barca - Regio Parco	89,5	10,5	0,0	100,0
21	Madonna del Pilone	100,0	0,0	0,0	100,0
22	Cavoretto - Borgo Po	100,0	0,0	0,0	100,0
23	Mirafiori Sud	78,6	7,1	14,3	100,0
Torino		71,4	20,0	8,6	100,0

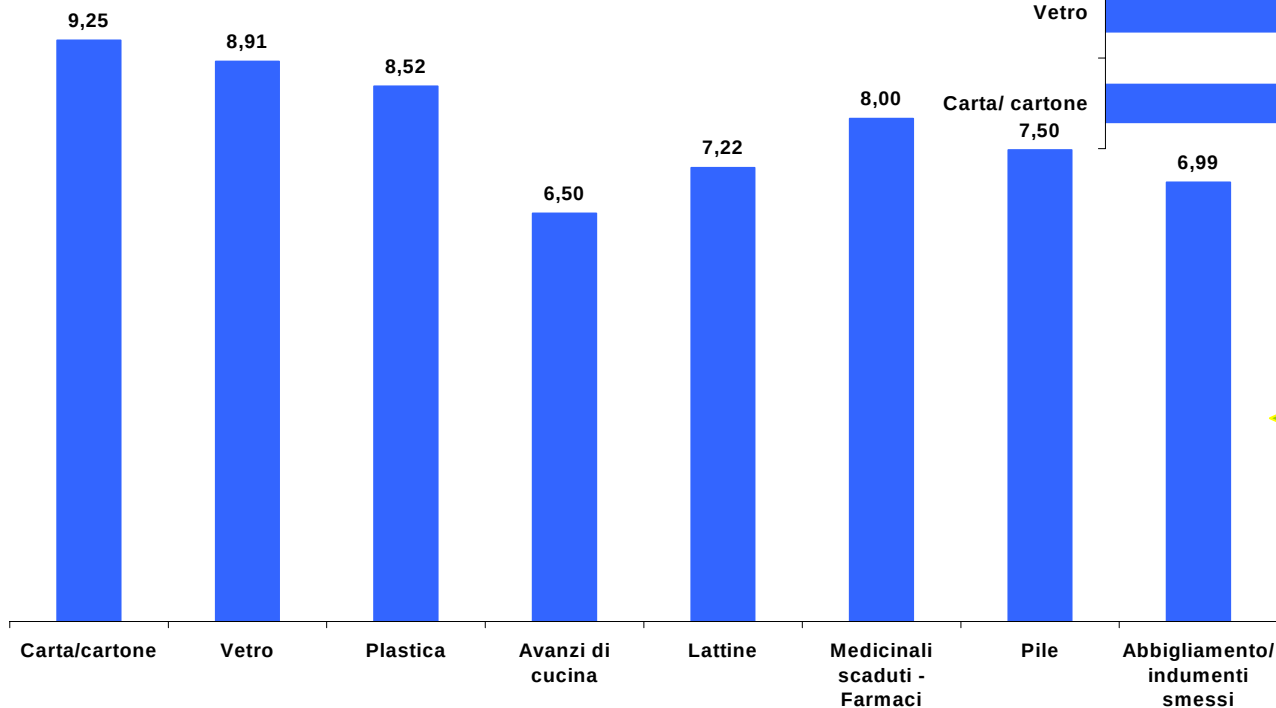
RACCOLTA DIFFERENZIATA

7. Con quale
frequenza
differenzia:

...in %...



...e in scala da 1 a 10



RACCOLTA DIFFERENZIATA

8. Quante difficoltà incontra nel fare la differenziata
(voto 6,27 in scala da 1 a 10)

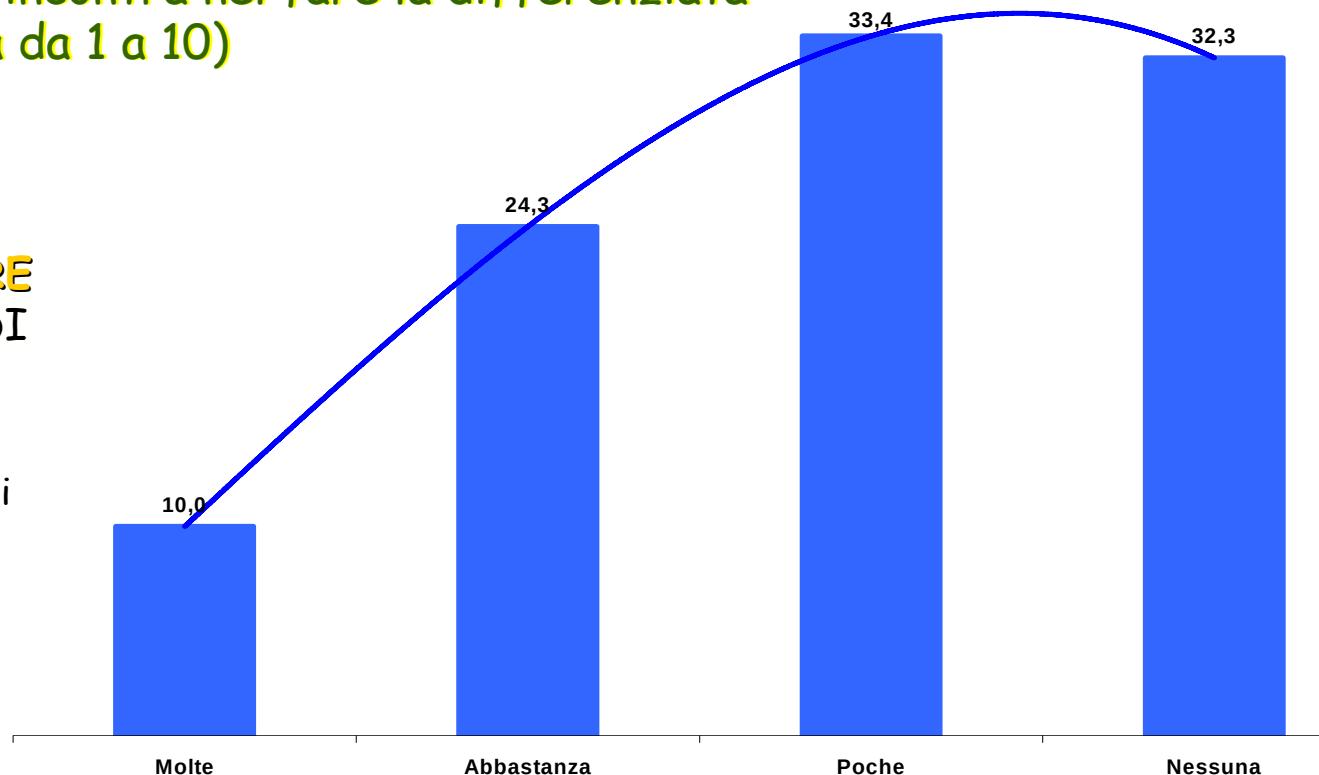
NELLA DIFFICOLTÀ A CONFERIRE
SI MISCHIANO I CONNOTATI DI



Una figura tra i 30
e i 40 anni, radicato
a Torino da sempre,
con buona
professione
(commerciante e
imprenditore) e stile
di vita, che abita
prevalentemente a
Cavoretto-Borgo Po'



Un giovane,
immigrato negli anni
recenti, da paesi
esteri, spesso
disoccupato, che
abita ad Aurora e
Santa Rita e che
versa in pessime
condizioni
economiche



- ☀ Queste due figure sono accomunate da un pessimo giudizio su AMIAT e sul radicamento di AMIAT nel territorio, ma soprattutto dai temi e dalla sensibilità ambientale che si estrinsecano nella scarsa contribuzione alla differenziata e all'entità della quota finora raggiunta nel comune
- ☀ Fanno parte dei gruppi neurali (cluster) 5 (bicerin) e 6 (sette nani)

RACCOLTA DIFFERENZIATA

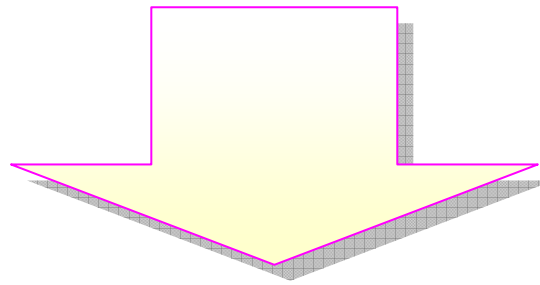
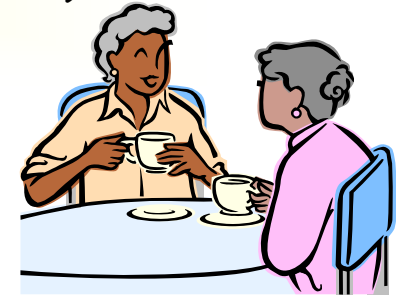
LE DIFFICOLTÀ MINORI LE INCONTRANO GLI ANZIANI

POCO SCOLARIZZATI

LEGATI DA UN RAPPORTO DI FIDUCIA CON AMIAT

CON UNA CONDIZIONE DI SALUTE (PERCEPITA)

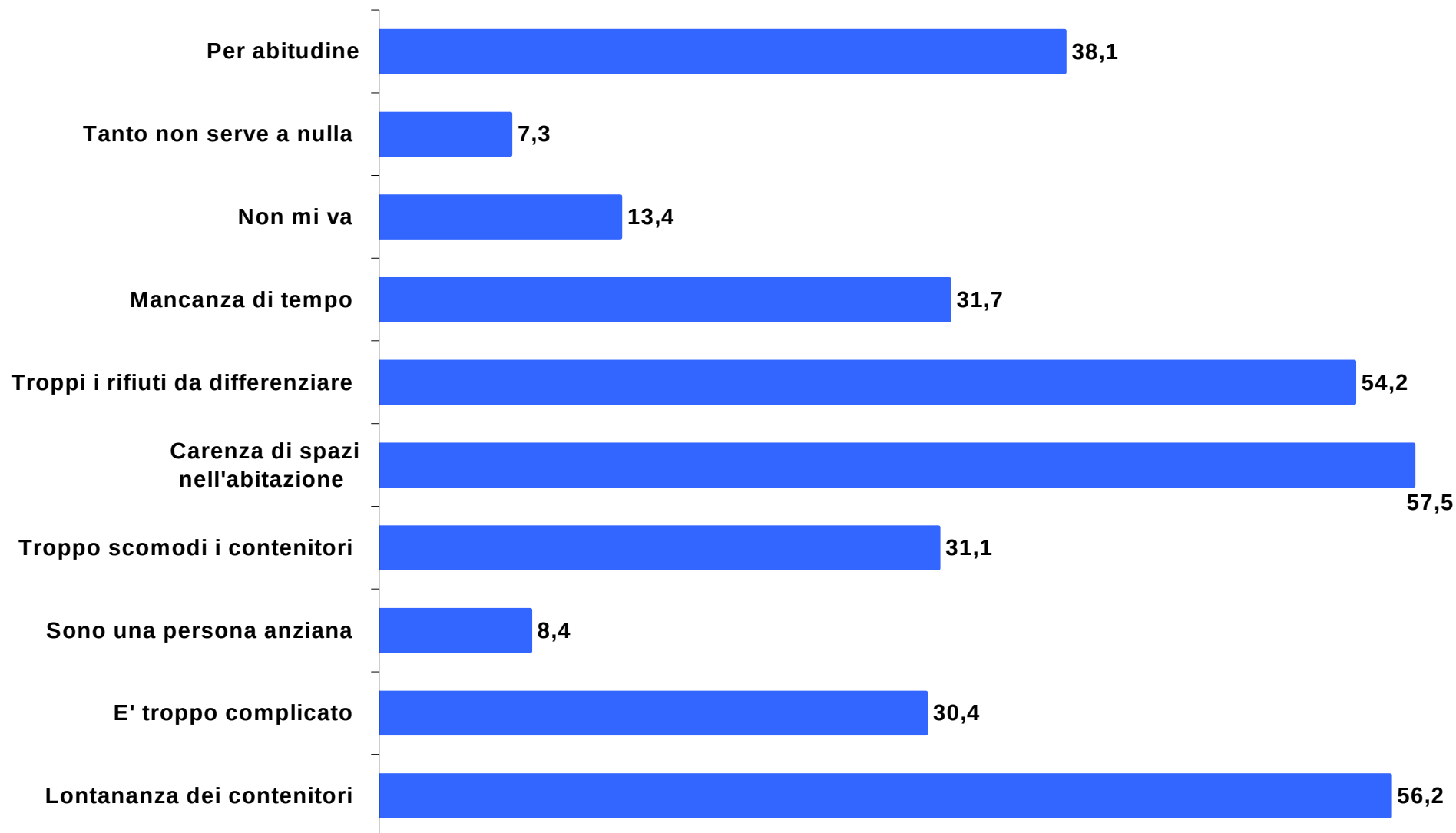
TUTT'ALTRO CHE BUONA



QUEST'ULTIMO ASPETTO È UN TRATTO RICORRENTE NEL PROFILO
DEI PIÙ VIRTUOSI, RAMMENTANDOCI CHE **GLI ANZIANI** IN ULTIMO
SONO TENDENZIALMENTE SENSIBILI

RACCOLTA DIFFERENZIATA

9. Quali sono le cause di queste difficoltà nel fare la differenziata
(% di risposte positive)



RACCOLTA DIFFERENZIATA



CAUSA DI DIFFICOLTÀ AL CONFERIMENTO ALLA DIFFERENZIATA

Le difficoltà al conferimento per **lontananza dei contenitori** sono riconducibili al profilo di una persona non in grado di misurarsi con la complessità della questione nel suo insieme: sottostimano ampiamente la quota di differenziata raggiunta, loro stessi differenziano solo occasionalmente, percepiscono il servizio Porta a Porta un inutile fastidio e AMIAT un'azienda estranea alla comunità torinese, con tendenza a peggiorare... profilo analogo a quanti indicano tra le difficoltà **"non serve a niente"** (cluster di appartenenza 7 "Rancorosi") e le **consolidate abitudini**

Risiedono in Quartieri S. Rita, Pozzo Strada, Aurora, Cenisia Cit Turin, Centro, S. Donato

È **troppo complicato** rivela soggetti "renitenti" per principio... poco sereni, giudizio negativo di AMIAT, anziani e poco scolarizzati (Quartieri Centro, S. Rita, Mirafiori nord)

Sono troppo anziano. "Torino non è per me". Il limite è la condizione anziana, la misura di tutte le cose "sono io", l'azienda "non mi ascolta", "non mi capisce"... "non mi fido",

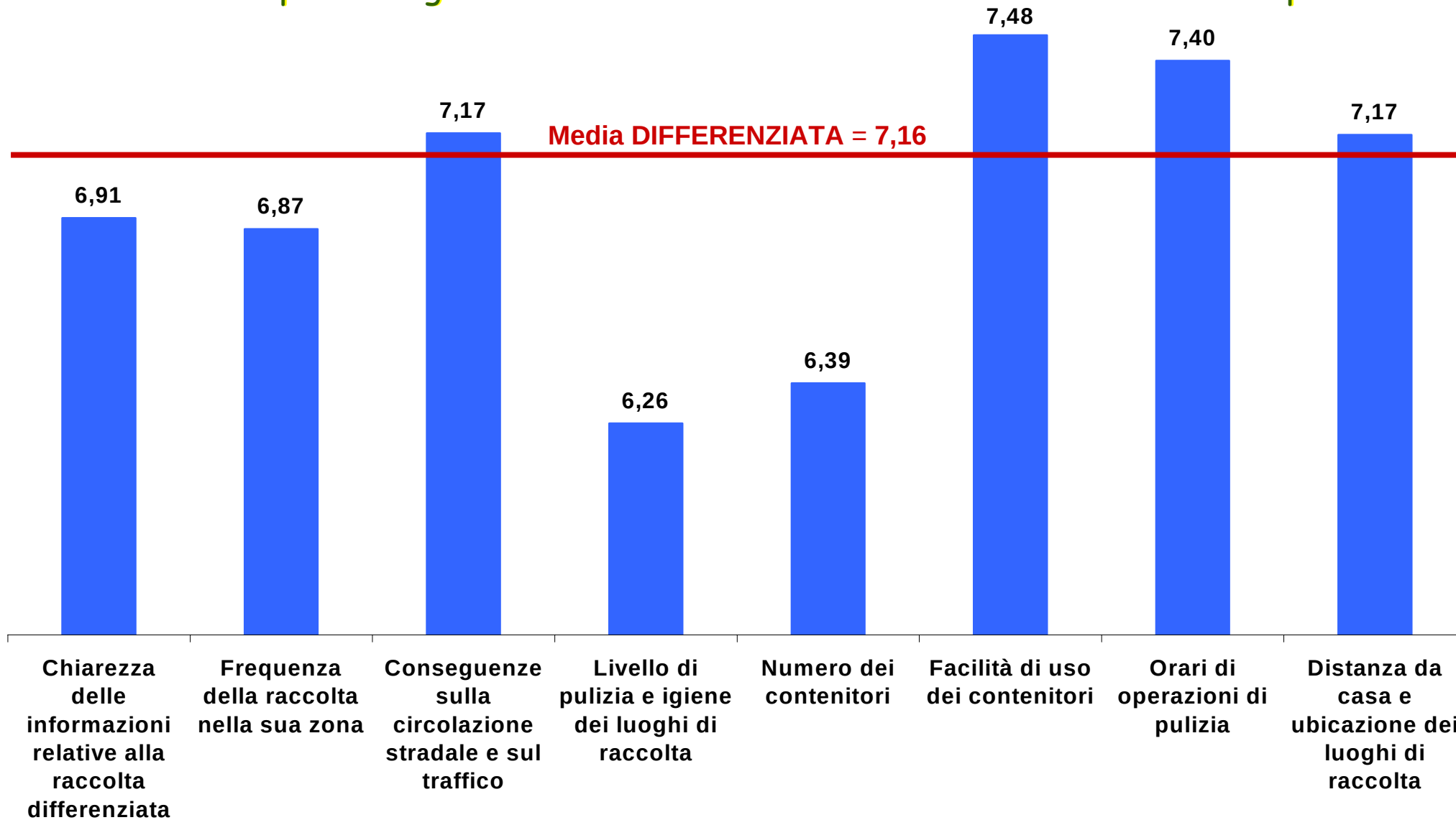
Contenitori troppo scomodi. Riaffiora l'asse delle negatività, giudizi negativi nei confronti di AMIAT, poco sereni, a Torino si vive male, tendenzialmente anziani... profilo simile a chi indica **non mi va**, anche se in questo caso il fattore età pesa meno (cluster di appartenenza: 7 "Rancorosi" e 8 "Dropout")

Mentre la carenza degli spazi rimanda ad abitazioni molto piccole dove vive chi segnala la difficoltà, **l'eccesso di rifiuti** ripropone un *cliché* negativo (cluster di appartenenza 6 "I sette nani"). Lo stesso vale con la **manca di tempo** (Cluster 6 "I sette nani") e **non mi va** (cluster 8 "Dropout") anche se in questo caso le difficoltà rimandano più ad un cattivo rapporto con la città che non con AMIAT

Evidenti sono le difficoltà incontrate dalla popolazione straniera, piuttosto resistente ad aprirsi verso buone pratiche.

RACCOLTA DIFFERENZIATA

10. Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per



RACCOLTA DIFFERENZIATA

Anche per la differenziata la percentuale di soddisfazione è molto alta (84%) sebbene lievemente inferiore alla quota del servizio di raccolta generici; il tasso di crescita è però molto più sostenuto perché si muove di 3 punti percentuali rispetto all'anno precedente (84%), pur con i margini ristretti di sviluppo e la cura del campione.

Significativa anche l'**aumento** della media delle valutazioni che sale da 2,77 del 2005, a 2,85 del 2006 fino all'attuale 3,05, valore simile a quello della raccolta generici.

Il miglioramento più evidente, fra gli aspetti del servizio congiunturalmente confrontabili, è quello della frequenza di raccolta, in aumento del 5% rispetto alla rilevazione precedente, pur con le sottostime indicate.

Stabile la **chiarezza di informazioni sulla differenziata**, che appare dunque un risultato positivo, mentre si rileva in calo il **livello di pulizia / igiene luoghi di raccolta**, pur frazionario.

	2006	2007
<i>Chiarezza informazioni relative alla raccolta differenziata</i>	2,99	2,97
<i>Frequenza della raccolta nella sua zona</i>	2,81	2,96
<i>Conseguenze sulla circolazione stradale e sul traffico</i>	3,01	3,06
<i>Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta</i>	2,80	2,75

BUONA CRESCITA E ANCHE OTTIMA VALUTAZIONE PER IL GIUDIZIO SULLE
CONSEGUENZE SULLA CIRCOLAZIONE STRADALE, TRADIZIONALMENTE ASPETTO
 CHE MOSTRA I GIUDIZI MIGLIORI

RACCOLTA DIFFERENZIATA

TAB - Giudizio medio dei servizi connessi alla raccolta differenziata per Quartiere

<i>Giudizio su Raccolta Differenziata per Circoscrizione</i>	Chiarezza delle informazioni relative alla raccolta differenziata	Frequenza della raccolta nella sua zona	Conseguenze sulla circolazione stradale e sul traffico	Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	Numero dei contenitori	Facilità di uso dei contenitori	Orari di operazioni di pulizia	Distanza da casa e ubicazione dei luoghi di raccolta	Raccolta Differenziata
1 Centro	5,70	6,00	6,75	6,00	6,80	7,36	7,77	6,69	6,81
2 S.Salvario	6,57	6,46	7,14	6,00	6,07	7,48	7,91	7,03	6,58
3 Crocetta	7,26	6,64	6,93	6,19	6,33	7,50	6,92	6,82	6,75
4 San Paolo	6,71	7,05	6,88	5,92	6,64	7,56	7,32	6,84	7,48
5 Cenisia - Cit Turin	6,38	6,14	6,79	5,62	5,49	6,90	7,00	6,45	6,53
6 San Donato	6,63	6,42	6,57	5,63	5,86	6,78	6,86	6,33	6,50
7 Aurora	7,19	6,92	6,54	6,68	6,04	7,65	7,55	7,12	7,38
8 Vanchiglia	6,74	6,94	6,90	6,06	5,09	7,27	7,28	6,73	6,52
9 Nizza - Millefonti	6,73	6,73	6,80	6,18	6,73	6,82	6,90	7,27	7,82
10 Lingotto	7,53	7,29	7,20	6,59	6,56	7,72	7,27	7,06	7,46
11 Santa Rita	6,86	6,73	7,57	6,40	6,63	7,51	6,82	6,91	6,73
12 Mirafiori Nord	6,92	7,47	7,53	7,14	6,76	7,46	7,62	7,88	7,74
13 Pozzo Strada	6,97	6,71	7,43	6,29	6,00	7,23	7,66	6,63	7,29
14 Parella	7,02	6,82	7,38	5,87	6,37	7,53	7,53	7,17	7,55
15 Le Vallette - Lucento	7,14	7,00	6,81	6,31	6,37	7,54	7,21	6,81	7,14
16 Lanzo - Mad. Campagna	6,88	7,19	6,55	6,31	7,03	7,85	7,48	7,70	7,61
17 B.ta Vittoria	6,61	6,39	7,06	5,91	5,76	7,06	6,94	6,89	6,92
18 Barriera Milano	7,24	7,13	7,36	6,21	6,62	7,91	7,63	7,76	7,41
19 Falchera - Villaretto	7,08	7,00	7,91	6,16	6,56	8,00	7,92	8,36	7,44
20 Barca - Regio Parco	7,95	7,58	7,72	7,11	7,42	7,63	8,39	8,11	8,00
21 Madonna del Pilone	7,67	8,00	7,91	6,58	7,58	8,17	7,58	8,50	8,67
22 Cavoretto - Borgo Po	6,73	6,25	7,89	5,50	7,42	7,83	6,40	8,08	6,00
23 Mirafiori Sud	6,93	7,50	8,08	7,37	7,11	7,93	8,24	7,78	7,44
Torino	6,91	6,87	7,17	6,26	6,39	7,48	7,40	7,17	7,16

RACCOLTA DIFFERENZIATA



- ✦ Anche nella differenziata, emergono i valori di massima criticità per il Quartiere Cavoretto-Borgo Po mentre l'eccellenza del servizio è percepita fin nell'altra parte della collina torinese a Madonna del Pilone e anche a nord, nel Quartiere Barca-Regio parco
- ✦ Si segnalano aree di maggiore criticità per il numero di contenitori a Vanchiglia e Cenisia-Cit Turin, per il livello di pulizia / igiene luoghi di raccolta a San Donato e per la frequenza della raccolta e la chiarezza delle informazioni sulla raccolta in centro storico
- ✦ La quota di persone che praticano la raccolta differenziata in maniera continuata rientra, dopo le Olimpiadi, intorno al 71% (71,4% in particolare), percentuale simile a quella rilevata nel 2005 dopo l'apice 2006 al 78%
- ✦ Emerge invece tra gli agenti di giustificazione per la mancata raccolta differenziata la carenza degli spazi nell'abitazione (57,5%), in grande crescita rispetto al 2006 per la differente conformità del campione che esalta un problema che invece non sembra stia nella sfera della motivazione degli anziani. Questi tendono invece ad essere sensibili alla lontananza/mancaanza dei contenitori in zona che raggiunge il 56,2% delle risposte ma appare fortemente ridimensionata rispetto alla customer precedente (81%)
- ✦ Molti i Quartieri in cui la differenziata raggiunge la quasi totalità della popolazione mentre appare invece utile risaltare una scarsa vocazione autodichiarata (ed in realtà il differenziale potrebbe essere maggiore) dei residenti a Nizza-Millefonti e, pur in entità più contenuta, nel Centro Storico, dove un quarto dei cittadini dichiara di non conferire mai alla differenziata
- ✦ Molto significativa la crescita della valutazione del Porta a Porta che, mentre nel febbraio 2006 era sostenuta solo dal 41% dei giudizi (molto e abbastanza soddisfatto), un anno dopo, senza l'effetto Olimpico da scremare vista la localizzazione parziale del servizio, raggiunge la massima valutazione di gradimento tra i servizi (voto 3,12 in scala 1-4 o meglio 7,37 tra 1 e 10) che significa un consenso superiore al 90% di coloro residenti nei quartieri dove il servizio è attivo
- ✦ Come si è già detto la percezione di AMIAT come soggetto percepito positivamente si correla con migliori giudizi anche riferiti ad aspetti pratici, questo andamento coinvolge anche la popolazione straniera
- ✦ Facilità d'uso dei contenitori (giudizi migliori nei Quartieri Barca Regio Parco e Falchera Villaretto)
- ✦ I giudizi più critici, anche nel caso del livello di pulizia dei luoghi di raccolta, così come per il numero dei contenitori appartengono a segmenti meno integrati, meno soddisfatti, più esposti al "disagio di vivere a Torino"

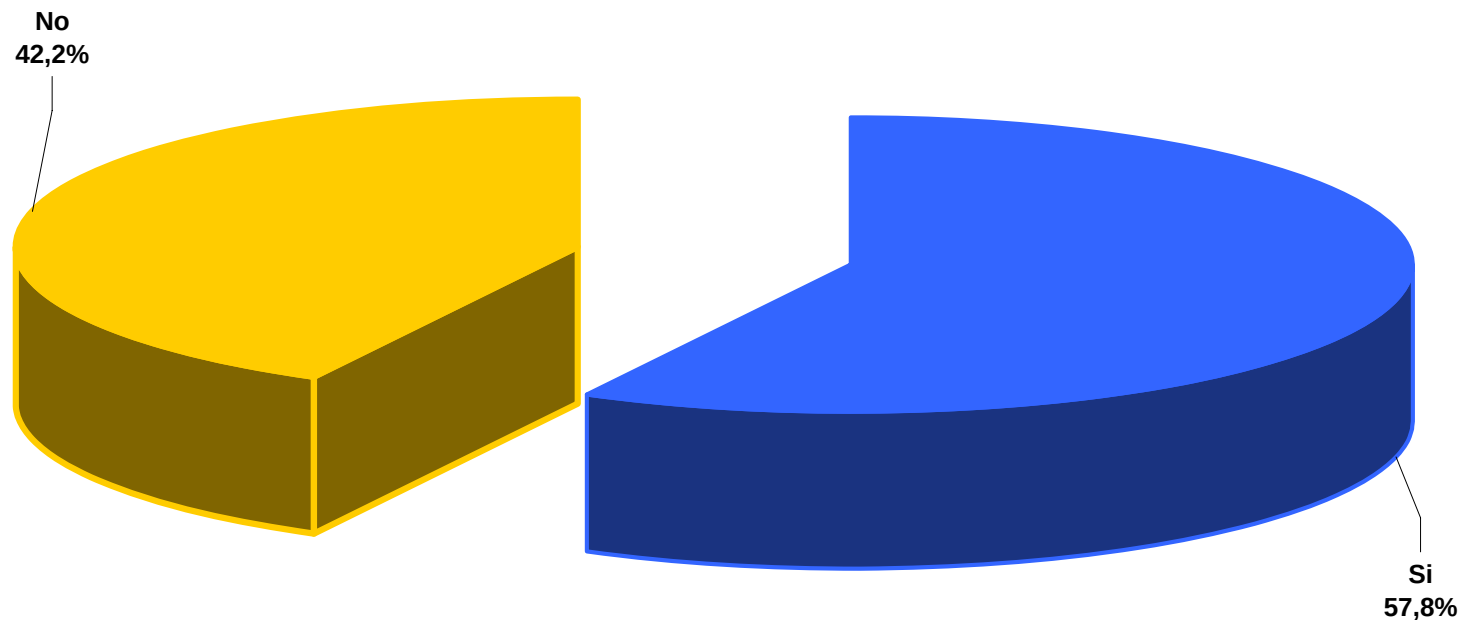
RACCOLTA DIFFERENZIATA



- ✦ Fare la raccolta differenziata è inteso in senso generico e non tecnico, la gente si sente impegnata diligentemente mentre in realtà i comportamenti che attua sono quantomeno imperfetti...
- ✦ L'attenzione del cittadino ricade principalmente sulla raccolta della carta, chi si dichiara impegnato nel differenziare questo particolare tipo di rifiuto si percepisce sufficientemente virtuoso; a seguire, vetro e plastica. Com'è noto il problema consiste nel trasferire le attenzioni (e i buoni comportamenti) dalla carta ai rifiuti organici...
- ✦ I risultati però non costano eccessiva fatica (nel senso che non presentano eccessive difficoltà) e l'impegno non viene percepito come uno sforzo; in questo caso il gap tra lo stato attuale (pur eccellente su un piano relativo) e gli obiettivi volti a migliori prestazioni, non appare un ostacolo insuperabile, in quanto i torinesi già fin da adesso potrebbero (sarebbero anche disposti?) fare di più e meglio...
- ✦ Il problema compare invece quando ci si riferisce al terzo di popolazione che fatica già con le prestazioni attuali
- ✦ Le difficoltà sono da ricondurre alla distanza dai cassonetti ed alla manca di spazi domestici. Nel primo caso la distanza si connette anche alla disponibilità a sostenere lo sforzo per differenziare, nel secondo ad un problema di spazi, ma in una certa misura anche di migliori strumenti per la raccolta (si potrebbe supporre che esista un mercato ancora non esplorato di produzione di oggetti che favoriscano la differenziazione dei rifiuti)
- ✦ Il giudizio sulla differenziata è nell'insieme senz'altro buono (7,16), in linea con quello espresso sull'indifferenziata. L'eccellenza è affidata alla facilità d'uso dei contenitori e agli orari, elementi di relativa fragilità sono la pulizia attorno ai luoghi di raccolta e l'inadeguatezza del numero dei contenitori dedicati

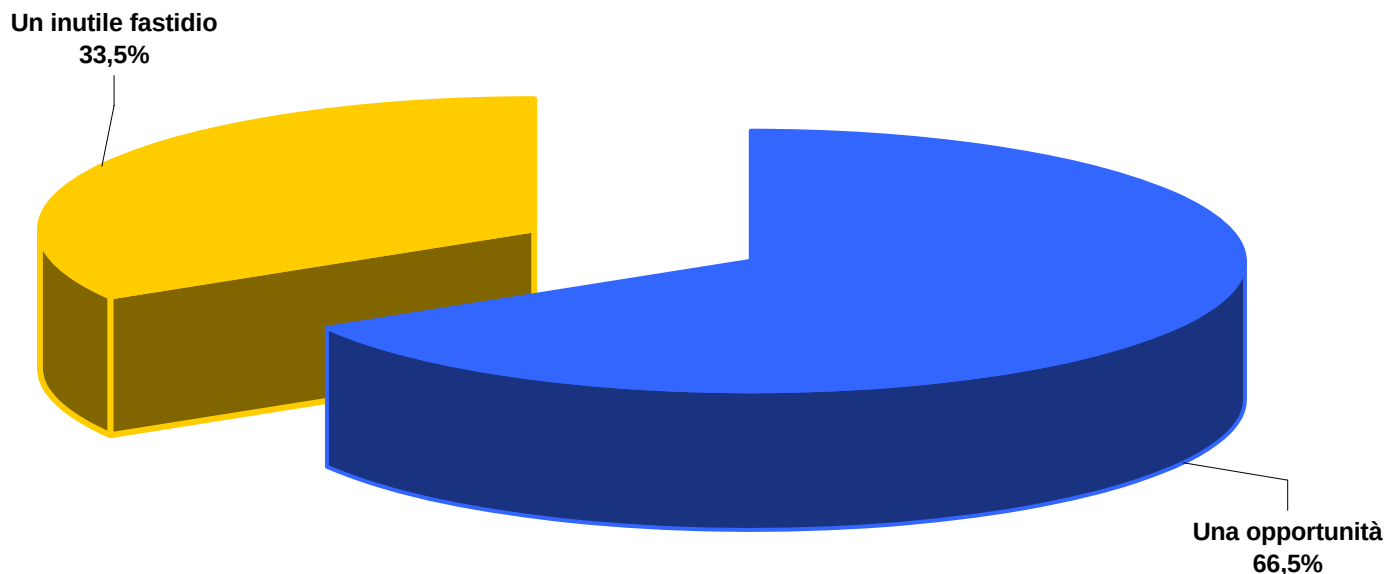
PORTA A PORTA

13. Lei conosce il Servizio di raccolta differenziata "Porta a Porta"
(il sistema di raccolta che usa contenitori di piccole dimensioni all'interno
dei cortili)



PORTA A PORTA

14. Lei considera il Servizio di raccolta differenziata "Porta a Porta"

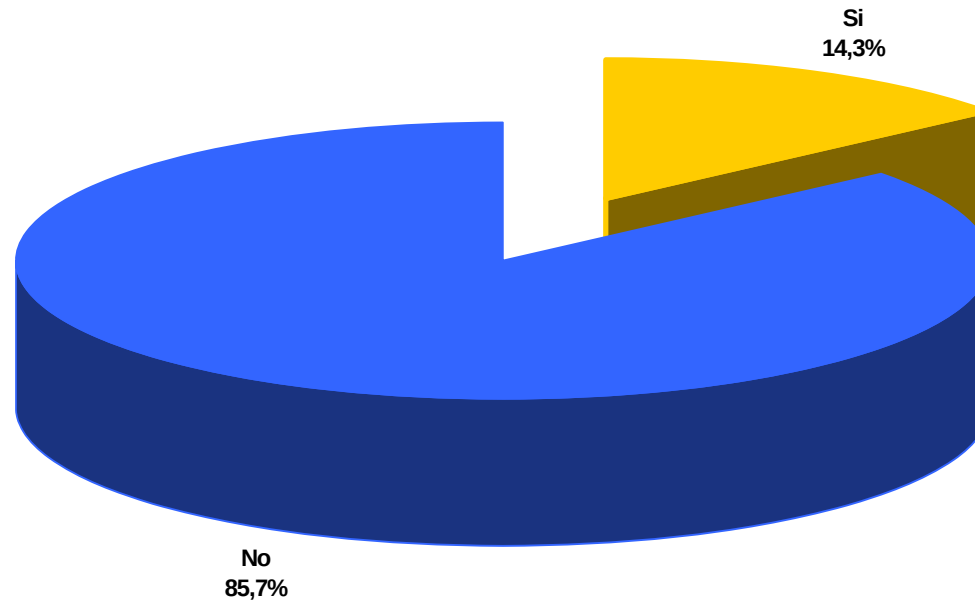


Il Porta a Porta spinge le famiglie coinvolte verso una valorizzazione del loro impegno, creando un circuito virtuoso tra lo sforzo fatto e l'importanza che ad esso viene attribuita (più si fa più viene percepita come "importante"). E' una buona esperienza soprattutto agli occhi dei giovani.

Migliori giudizi nei Quartieri Centro, Lanzo Madonna di Campagna, Mirafiori nord, Aurora, B. Vittoria e Madonna del Pilone

PORTA A PORTA

15. La sua è una delle famiglie della città coinvolte nella raccolta differenziata "Porta a Porta"



Il Porta a Porta viene percepito come una opportunità da un numero ben maggiore di popolazione rispetto a quella coinvolta. Considerando che viene stimato come il servizio migliore erogato, ciò significa che si potrebbe procedere alla sua estensione ad altre aree (magari facendosi guidare dalla sensibilità espressa dai diversi Quartieri).

PORTA A PORTA

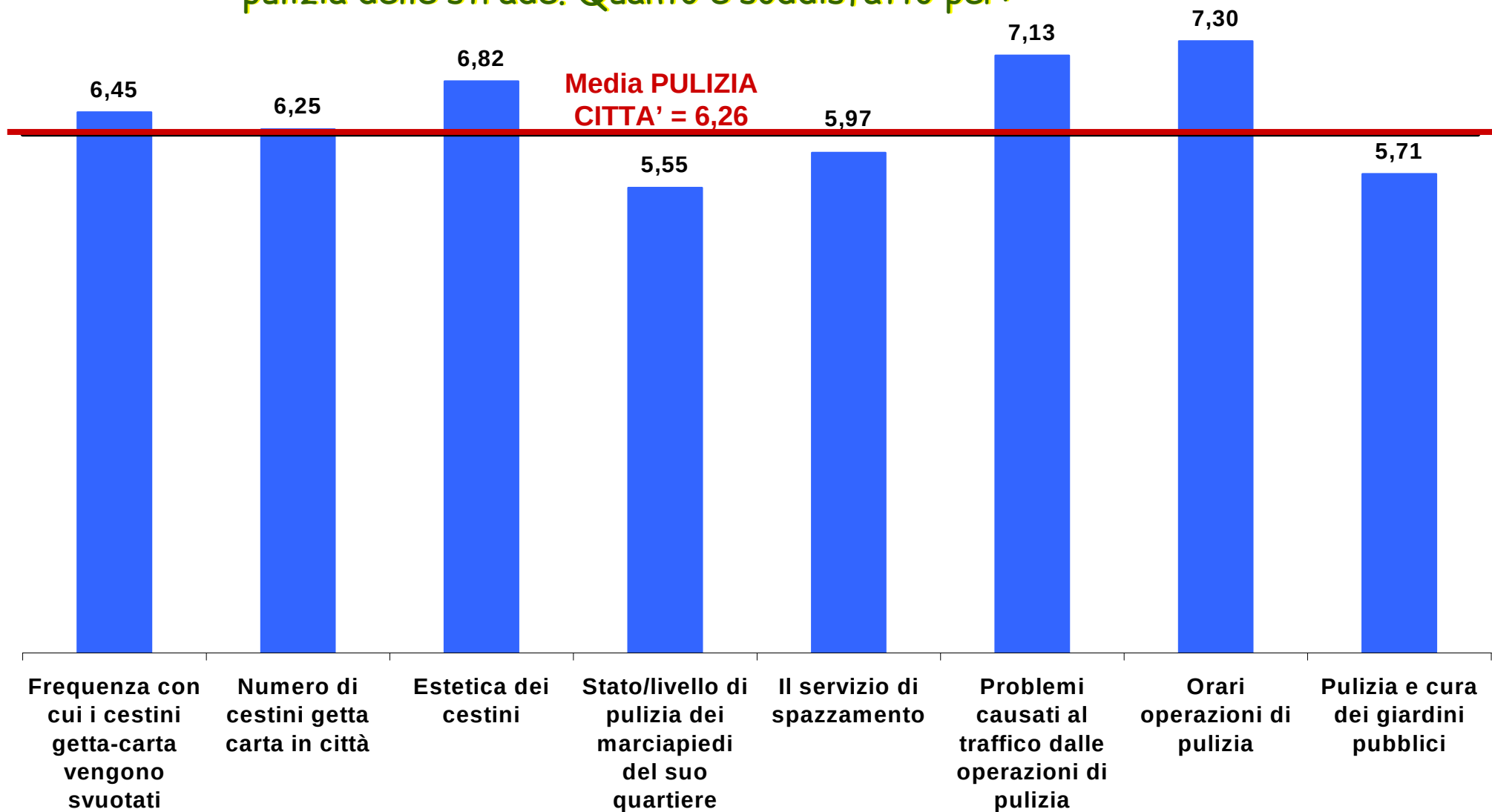
L'attivazione del servizio Porta a Porta innesca un effetto che accresce l'importanza della differenziata, soprattutto nelle persone più "naif". Si tratta di un aspetto interessante in quanto lascia ipotizzare che la difficoltà stia più nel modo in cui si presenta all'avvio che non in futuro.

Nessuna difficoltà di contatto con AMIAT. Di contro, nel profilo del comportamento meno virtuoso riaffiora una lettura in negativo nella relazione con l'azienda: poca fiducia, nessun legame con il territorio, relazione cittadino azienda negativa, sottostima della raccolta differenziata...

Esiste una relazione tra la fiducia nei confronti dell'azienda e la disponibilità a mettere in atto buoni comportamenti (nella raccolta). Si tratta di un aspetto decisamente interessante in quanto **una migliore immagine di AMIAT crea condizioni favorevoli in direzione di migliori performance complessive.**

PULIZIA DELLA CITTÀ

18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per:



IL PROBLEMA DELLO STATO DI PULIZIA DEI MARCIAPIEDI

Il problema è segnalato da una serie indistinta di figure professionali inattive (casalinghe, disoccupati e in cerca di 1° occupazione), unificati dal pessimo giudizio nei confronti di AMIAT e dei suoi servizi, con scarsa fiducia nell'azienda, peggiore delle altre in città e in diminuzione di efficienza nel tempo. Questi elementi si riflettono inevitabilmente in un pessimo giudizio sulla qualità della vita a Torino ma sono espressi da persone con una carente sensibilità ambientale e una minima attenzione alla differenziata; **paradossalmente per queste persone il marciapiede e la sua pulizia appaiono il fattore strategico sul quale consigliano di investire a chi deve farsene carico.** Questi giudizi si concentrano nell'area tra Cenisia-Cit Turin, San Donato e Aurora ma tracce piuttosto evidenti si segnalano anche a Cavoretto-Borgo Po.

PULIZIA DELLA CITTÀ

PULIZIA STRADE

La pulizia strade è certamente il servizio che è stato esposto alla massima influenza positiva dell'evento olimpico. Il giudizio complessivo è positivo per il 69,6% dei cittadini torinesi, oltre 23 punti percentuali al di sotto della quota stimata nel febbraio 2006.

Per stimare meglio la dinamica in atto, il valore medio di valutazione raggiunto, pari a 2,69, appare in linea con la stima 2005 che risultava 2,80 (una volta scontato l'effetto strutturale di contrazione campionaria dei giudizi) ma fortemente al di sotto del dato 3,0 rilevato lo scorso anno.

Divergente la dinamica degli aspetti interni al servizio in esame: in **lieve miglioramento si dimostrano sia il numero dei cestini getta-carta che la frequenza di svuotamento degli stessi** ma l'elemento che condiziona la regressione complessiva è sicuramente lo stato in cui versa la pulizia dei marciapiedi, in calo del 10% dei consensi e attestato a valutazioni di insufficienza.

	2006	2007
<i>Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere</i>	2,79	2,52
<i>Numero di cestini getta carta in città</i>	2,68	2,75
<i>Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati</i>	2,95	2,82

La conseguenza di una simile evoluzione è il contenimento del livello di soddisfazione sulla percezione dello stato di pulizia dell'intera città di Torino; i cittadini che la ritengono Abbastanza pulita/Molto pulita sono scesi al 71,3% dall'88% di un anno fa

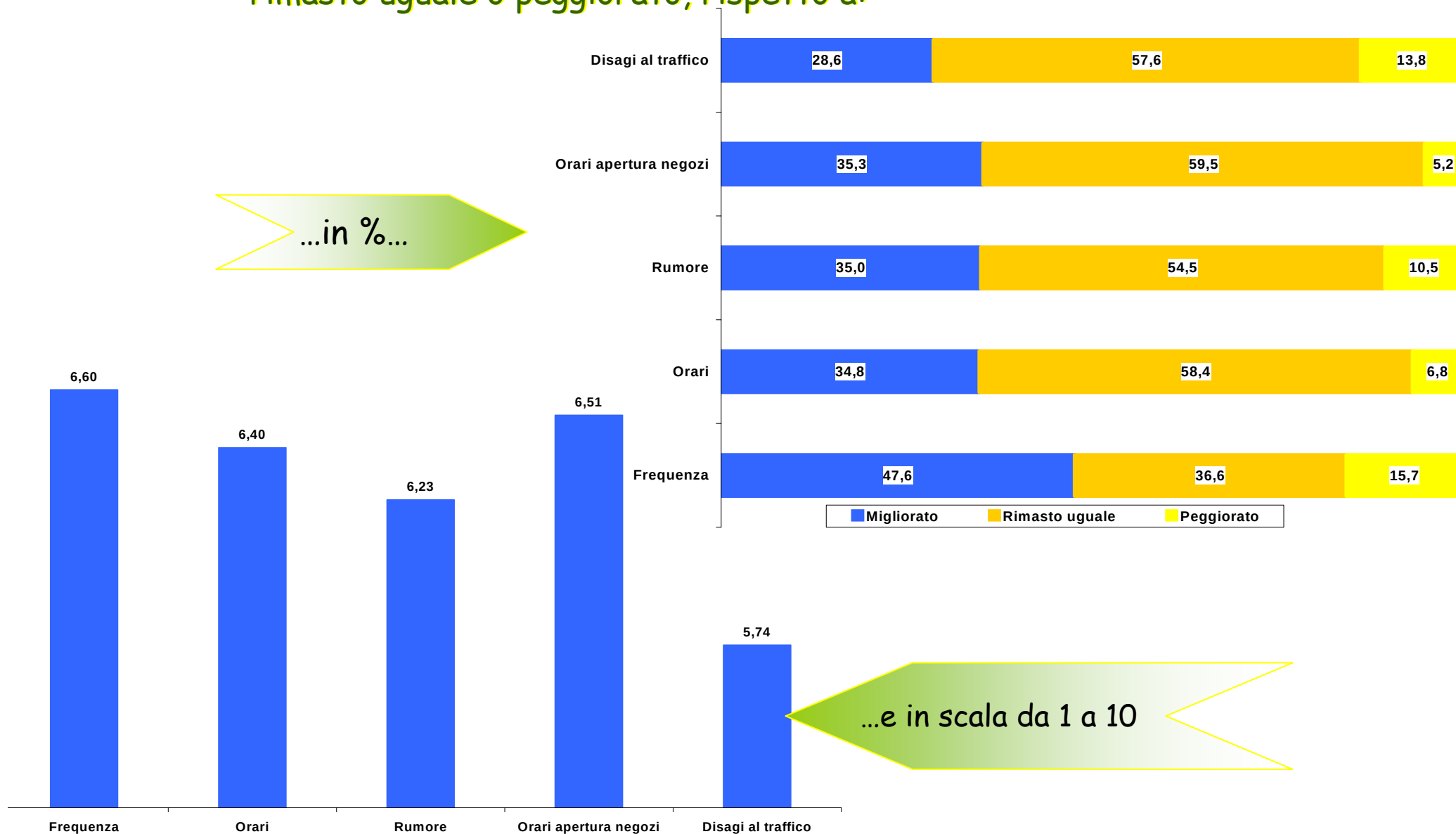
PULIZIA DELLA CITTÀ

TAB - Giudizio medio dei servizi connessi alla Pulizia delle Strade per Quartiere

<i>Giudizio su pulizia delle strade per Circoscrizione</i>	Frequenza con cui i cestini getta- carta vengono svuotati	Numero di cestini getta- carta in città	Estetica dei cestini	Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	Il servizio di spazzamento	Problemi causati al traffico dalle operazioni di pulizia	Orari operazioni di pulizia	Pulizia e cura dei giardini pubblici	Pulizia di Strade
1 Centro	7,18	7,07	7,39	6,21	7,18	7,67	7,96	5,78	6,00
2 S.Salvatio	6,93	7,00	7,26	5,30	6,38	7,13	6,95	5,74	6,35
3 Crocetta	6,07	5,90	6,93	5,86	5,41	7,18	7,27	6,29	5,66
4 San Paolo	6,67	7,39	7,48	5,96	6,09	6,50	6,83	6,24	6,28
5 Cenisia - Cit Turin	6,40	6,24	6,60	4,90	5,13	6,28	6,87	5,38	5,80
6 San Donato	5,89	5,62	6,33	4,33	4,88	7,14	6,94	5,19	5,18
7 Aurora	6,69	6,35	7,23	4,88	5,68	6,96	7,14	5,87	6,85
8 Vanchiglia	6,03	5,62	6,41	5,21	5,47	7,23	7,00	5,24	5,59
9 Nizza - Millefonti	6,71	6,36	5,86	6,43	6,14	6,54	7,08	4,79	6,29
10 Lingotto	6,96	6,57	7,42	6,02	6,56	7,23	7,24	6,31	6,73
11 Santa Rita	6,55	6,36	6,60	5,93	6,41	7,19	7,62	6,34	6,43
12 Mirafiori Nord	6,85	6,43	6,68	6,71	6,73	7,06	7,38	6,11	6,56
13 Pozzo Strada	6,53	6,09	6,61	5,69	6,39	7,81	7,61	5,43	5,53
14 Parella	6,07	6,02	6,40	5,13	5,57	6,96	7,49	5,51	7,94
15 Le Vallette - Lucento	6,45	6,14	6,31	5,97	6,41	6,96	7,24	5,52	6,07
16 Lanzo - Mad. Campagna	5,61	5,73	6,42	5,06	4,90	7,09	7,10	5,59	6,03
17 B.ta Vittoria	6,41	6,39	7,08	5,45	5,63	6,97	7,22	5,41	5,84
18 Barriera Milano	6,17	5,85	6,97	4,83	5,89	6,81	7,00	5,19	5,80
19 Falchera - Villaretto	5,92	5,95	7,13	5,12	5,54	7,83	7,79	4,65	5,16
20 Barca - Regio Parco	6,83	6,00	6,95	5,37	6,42	7,68	8,16	5,74	6,79
21 Madonna del Pilone	5,36	5,36	6,25	5,67	5,75	7,27	8,09	5,36	5,92
22 Cavoretto - Borgo Po	6,40	5,67	6,70	4,92	5,09	7,00	6,00	7,00	4,75
23 Mirafiori Sud	6,93	6,68	7,43	6,93	7,15	7,81	8,08	6,69	7,36
Torino	6,45	6,25	6,82	5,55	5,97	7,13	7,30	5,71	6,20

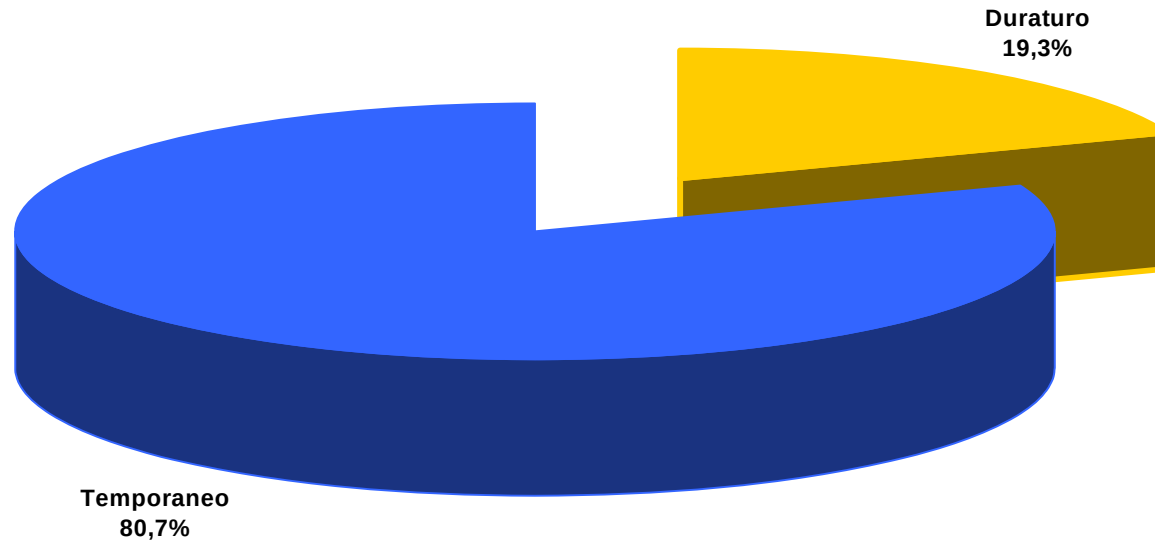
PULIZIA DELLA CITTÀ

19. In confronto al passato, trova che il servizio di spazzamento sia migliorato, rimasto uguale o peggiorato, rispetto a:



PULIZIA DELLA CITTÀ

29. Lei pensa che lo sforzo prodotto per la pulizia della città durante le Olimpiadi abbia prodotto un effetto



PULIZIA DELLA CITTÀ

TAB - Giudizio medio dei servizi connessi alla Pulizia della Città per Quartiere

Giudizio su pulizia città per Circoscrizione		Pulizia di Strade	Pulizia di Marciapiedi	Pulizia di Aree verdi	Pulizia del quartiere dove lei vive
1	Centro	6,00	5,54	6,44	7,00
2	S.Salvario	6,35	5,21	5,76	5,84
3	Crocetta	5,66	5,17	5,65	6,38
4	San Paolo	6,28	5,88	6,17	6,52
5	Cenisia - Cit Turin	5,80	5,07	5,46	5,78
6	San Donato	5,18	4,38	5,03	5,05
7	Aurora	6,85	6,08	6,21	5,48
8	Vanchiglia	5,59	4,82	5,35	6,00
9	Nizza - Millefonti	6,29	5,86	4,64	6,36
10	Lingotto	6,73	6,18	6,46	6,76
11	Santa Rita	6,43	5,64	5,98	6,61
12	Mirafiori Nord	6,56	6,20	5,98	6,94
13	Pozzo Strada	5,53	5,25	5,70	6,53
14	Parella	6,00	5,23	5,73	6,46
15	Le Vallette - Lucento	6,07	5,31	5,85	6,48
16	Lanzo - Mad. Campagna	6,03	5,21	5,35	6,06
17	B.ta Vittoria	5,84	5,45	5,39	6,14
18	Barriera Milano	5,80	5,03	5,65	5,57
19	Falchera - Villaretto	5,16	4,60	5,00	5,72
20	Barca - Regio Parco	6,79	6,32	5,58	6,32
21	Madonna del Pilone	5,92	5,42	5,45	6,83
22	Cavoretto - Borgo Po	4,75	4,75	5,82	6,17
23	Mirafiori Sud	7,36	6,71	6,36	7,18
Torino		6,08	5,44	5,73	6,26

PULIZIA DELLA CITTÀ

La criticità espressa sui marciapiedi dai cittadini appare piuttosto generalizzata sul territorio comunale con punte di emergenza più delineata a Cavoretto-Borgo Po', Vanchiglia e San Donato.

Giova ricordare che i cittadini continuano ad addossare su se stessi la responsabilità dello stato di pulizia (68,3%), in crescita rispetto ad un valore ricostruito del 51% stimato nella scorsa customer. In questa rilevazione i cittadini indicano il 45% delle responsabilità all'AMIAT, colpevole sussunto da circa un 20% che indica carenze normative e di efficienza dei responsabili, cui si somma una quota dell'11% che assegna un peso rilevante ai mutati e più dispendiosi stili di vita.

Riguardo gli aspetti interni del servizio di pulizia delle strade, appare chiara la tabella precedente dalla quale emergono deficit:

- Per la frequenza di svuotamento dei cestini a Lanzo-Mad. Campagna e Madonna del Pilone.
- Per il numero di cestini getta carta a Cavoretto-Borgo Po, Vanchiglia e San Donato.
- Per gli orari di pulizia a Cavoretto-Borgo Po.

Il giudizio sul livello di pulizia dei marciapiedi e il servizio di spazzamento si presentano generalmente distribuiti sul territorio con alcune emergenze (sotto la valutazione 5 nella scala tra 1 e 10) chiaramente identificabili in tabella.

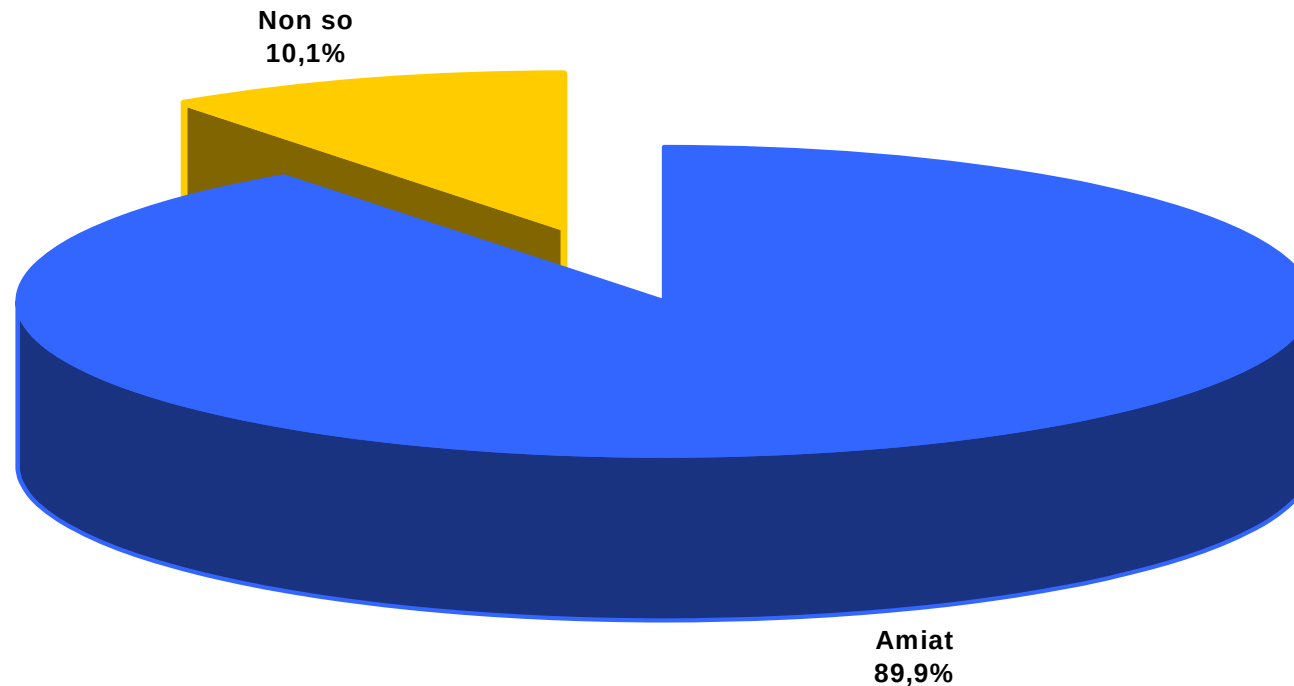
PULIZIA DELLA CITTÀ**PULIZIA STRADE, MARCIAPIEDI E AREE VERDI**

- ✦ Il giudizio complessivo è ancora positivo tuttavia la variabilità interna è piuttosto marcata. Il servizio è molto apprezzato per gli aspetti riferiti agli orari e per quanto si riferisce alle ricadute prodotte sul traffico. Si riconosce dunque ad AMIAT un'attenzione che viene premiata. La percezione di un cambiamento (in meglio) è maggiore per quanto si riferisce agli orari di raccolta, evidentemente il problema del traffico era già stato adeguatamente considerato in precedenza
- ✦ Leggermente più problematica la questione della pulizia dei marciapiedi nel proprio quartiere e dei giardini pubblici (più soddisfatti Quartieri Mirafiori sud, Mirafiori nord, Nizza Millefonti, Centro, situazione più critica Quartieri San Donato, B. Milano, Aurora, Cenisia Cit Turin, Cavoretto B. Po)
- ✦ Nel confronto con le rilevazioni precedenti migliora decisamente la frequenza dello svuotamento dei cestini (migliore il giudizio nei Quartieri Centro, Lingotto, S.Salvario, Mirafiori sud)
- ✦ Il servizio di spazzamento rappresenta un problema nei Quartieri S.Donato, Lanzo Madonna Di Campagna, Cavoretto B.Po
- ✦ Pulizia e cura dei giardini pubblici, bene nei Quartieri Cavoretto B.Po e Mirafiori sud, male nei Quartieri Falchera Villaretto e Nizza Millefonti

**N.B. NON DIMENTICARSI CHE IL GIUDIZIO È CONDIZIONATO DA NUMEROSI FATTORI
ESTERNI "ALTRI"**

COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

1. Lei sa qual è il nome dell'azienda che a Torino si occupa della raccolta dei rifiuti e della pulizia delle strade



COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

22. Conosce il sito internet dell'AMIAT?

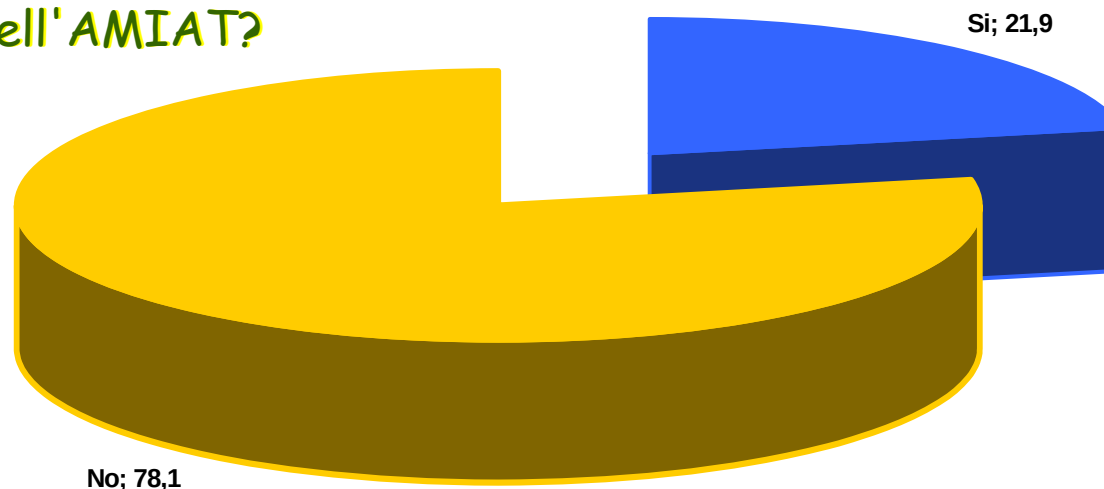


Immagine realistica dello stato delle cose di aspetti diversi, da una parte l'utilizzo di internet, dall'altra l'utilizzo di internet per "conoscere" l'azienda. La domanda da porsi è: perché un cittadino dovrebbe andare a cercare AMIAT su internet? Qual è l'utilità di questa azione? Quali i vantaggi? E' il sito un luogo di dialogo? Chi vi incontro? Si vince qualcosa? O si risparmia?

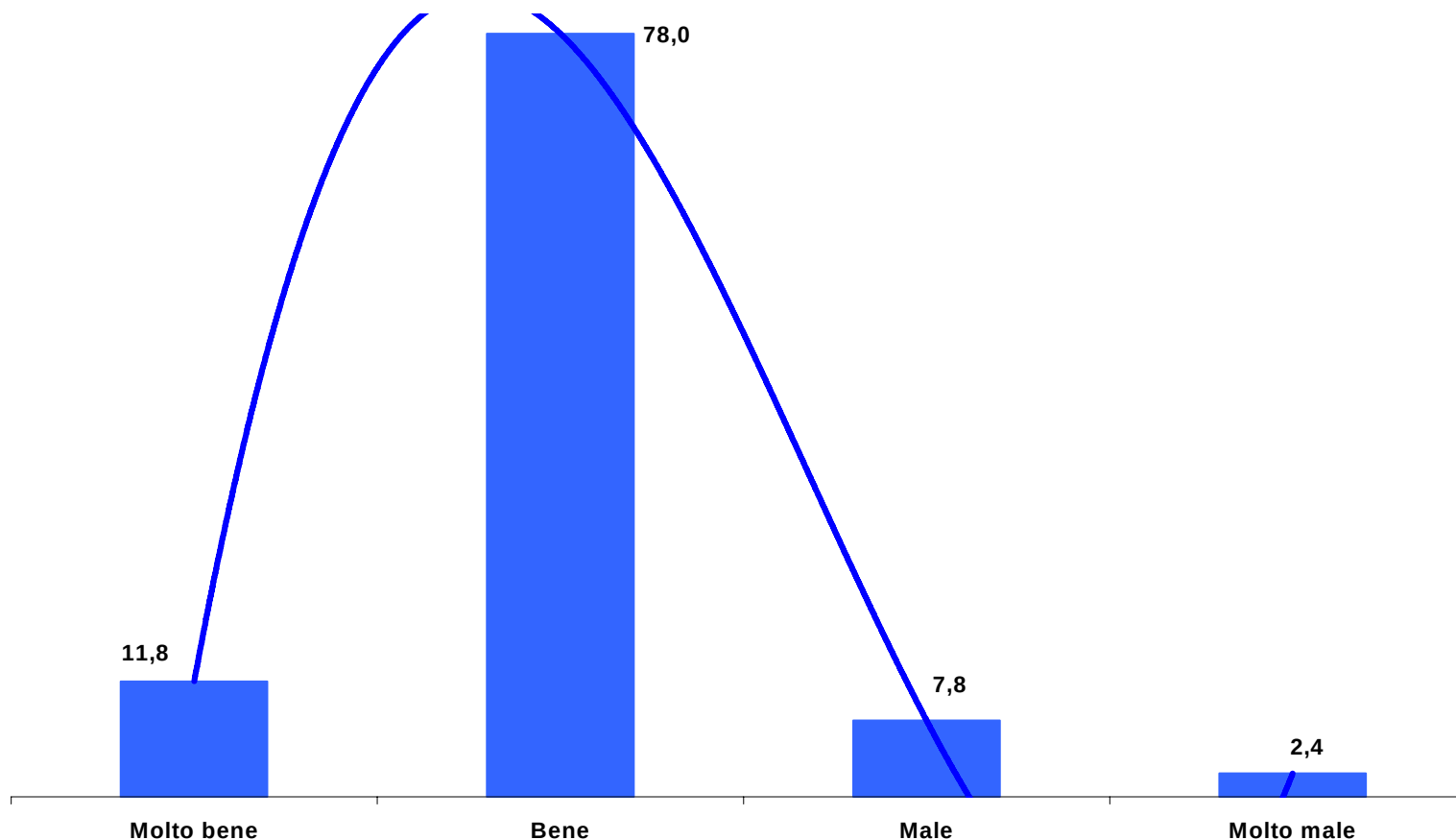
In sostanza siamo in grado di rispondere alla domanda *a cosa serve il sito* assumendo la prospettiva del cittadino?

Il cittadino non lo conosce ma è disposto a credere che diventerà sempre più importante. Questo è da intendersi solo come un indicatore di una corretta percezione di una tendenza più che una previsione di un utilizzo...

... come chiaramente si evince da questa risposta che ridimensiona sensibilmente il numero dei potenziali utenti futuri... (una quota del 25% pensa che diventerà utile ma non per lui...)

COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

26. Come giudica AMIAT rispetto alla facilità di contatto con l'azienda
(voto 6,63 in scala da 1 a 10)



IL GIUDIZIO SULLA FACILITÀ DI CONTATTO SI CORRELA
POSITIVAMENTE CON UNA BUONA IMMAGINE DELL'AZIENDA

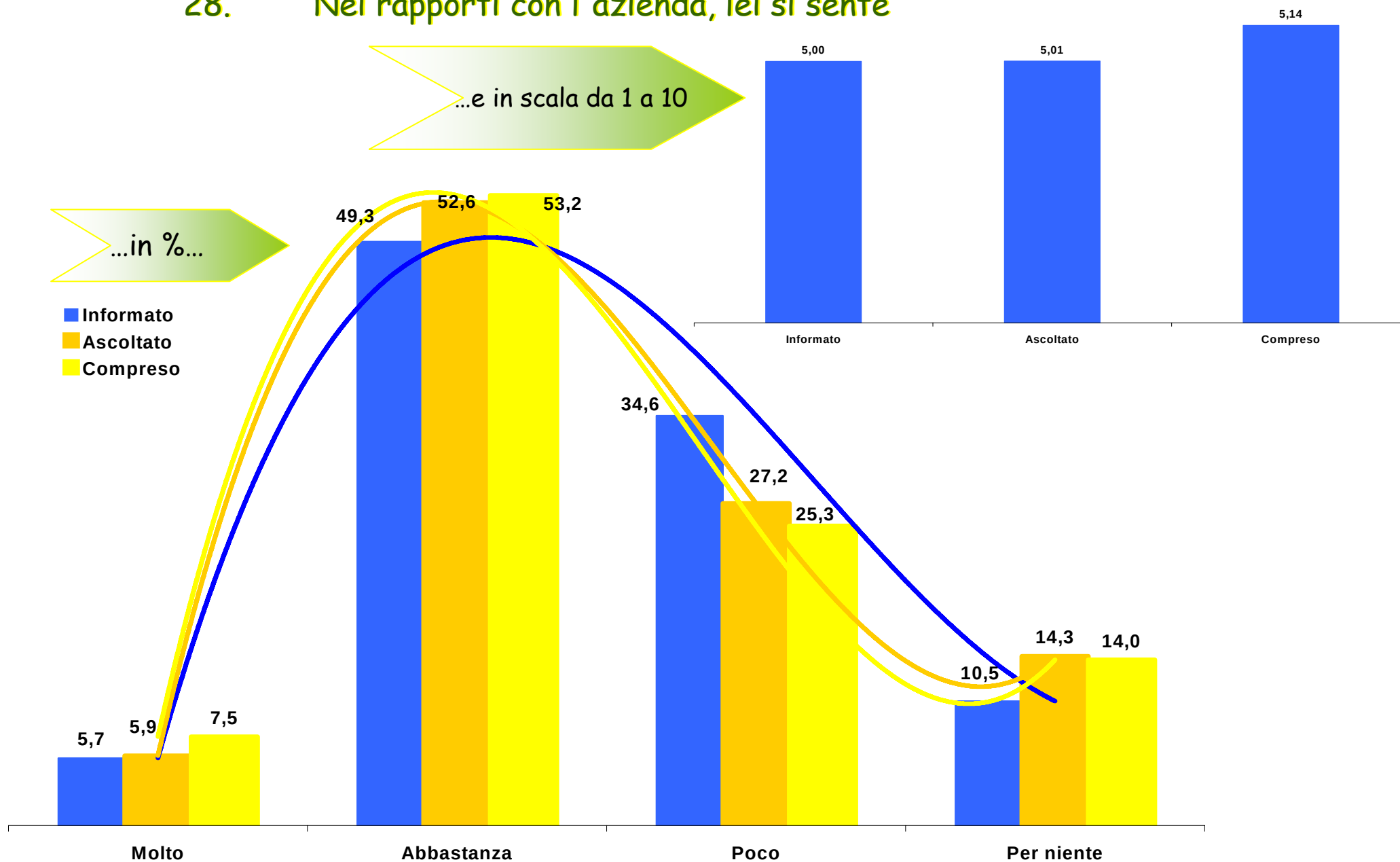
COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

28. Nei rapporti con l'azienda, lei si sente

...e in scala da 1 a 10

...in %...

■ Informato
■ Ascoltato
■ Compreso



COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

- ✦ Del sito si è già detto...
- ✦ Il numero verde rappresenta indubbiamente un punto di incontro formidabile che sicuramente in una qualche misura condiziona il giudizio "facilità di contatto" con l'azienda indubbiamente buono
- ✦ Se sotto il profilo tecnico, la relazione, intesa come servizio di contatto e risposta, viene percepita adeguata, sul piano dell'informazione e dello scambio (più centrato sulla sensibilità che non sulla prestazione) appare qualche elemento di incertezza
- ✦ In vista del consolidamento di un patto volto al miglioramento delle performance, non dell'azienda ma della comunità (cui anche AMIAT appartiene), questo spazio riveste un valore strategico e i margini di intervento evidentemente non mancano. Le indicazioni raccolte, pur prive di una direzione utile a qualificarne i contenuti, rivelano l'esistenza di un "bisogno" di relazione (comunicativo) che affiora già nella popolazione servita
- ✦ Come si può infatti osservare, il servizio di comunicazione con gli utenti è stimato di per sé adeguato. A riprova di quanto si è più sopra sostenuto la percezione di un deficit è invece riferita ad una terra di mezzo che rimane ancora da costruire (insieme) e che evoca la parola relazione, ovvero l'interpretazione più "moderna" della comunicazione
- ✦ La percezione è che AMIAT rappresenti un patrimonio della comunità torinese (7,12)
- ✦ Secondo i cittadini AMIAT dovrebbe orientarsi verso una maggiore efficienza, interessante è anche rilevare l'attenzione che viene rivolta all'asse comunicativo-relazionale, che alla luce delle considerazioni finora avanzate assume forte rilevanza in vista del Patto per l'Ambiente Urbano

COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

GIUDIZI SU INIZIATIVE E CAMPAGNE

- ✦ Il giudizio migliore va alla distribuzione della guida pratica del cittadino allegata agli elenchi Seat.
- ✦ Da evidenziare la condivisione della scelta fatta di sostenere le paraolimpiadi che sottolinea l'elemento valoriale che l'AMIAT rappresenta agli occhi della città. La scelta e l'elevato indice di gradimento raccolto rappresenta un test decisamente significativo
- ✦ Bene anche l'introduzione di strumenti comunicativi ampiamente diffusi come gli SMS, mentre l'attenzione posta sui manuali della raccolta differenziata restituiscono una stima indiretta dell'elevato livello di interesse ed attenzione nei confronti della differenziata, consegnandoci quello che per Torino rappresenta ormai un tratto culturale
- ✦ In ogni caso, parlando di comunicazione, non si può stimare alcuna efficacia senza considerare la quota delle persone raggiunta dall'azione cui ci si riferisce.

Se si esclude la campagna riferita ai mozzichini, mal valutata nonostante una sua diffusione, esiste una correlazione positiva che lega tra loro il giudizio e la quota delle persone raggiunte.

In sostanza questo suggerisce di orientare le campagne nella direzione di raggiungere un ampio pubblico in quanto elementi di maggior garanzia per poter ottenere i migliori giudizi.

Riprendendo la valutazione degli effetti prodotti sull'intera azienda (il contributo della comunicazione all'immagine di AMIAT), si può assumere l'indice che segue come un elemento di stima dell'efficacia prodotta da ogni singola iniziativa.

In conclusione si è cercato di ricondurre l'intero lavoro a degli indici di evidente rilevanza per gli obiettivi strategici perseguiti. Ci si è sforzati di descriverli sulla base delle loro caratteristiche e di stimare quali variabili fossero maggiormente in grado di influenzarli cercando all'interno delle molteplici attività che compongono il servizio di AMIAT.

Questo passaggio è affidato a due elaborazioni diverse, la prima rende evidenti le correlazioni significative tra ciascun indice ed ogni altro aspetto del questionario, la seconda quali tra questi ultimi presenta una maggiore capacità di modificare il giudizio riferito a ciascun indice considerato.

Il senso di questa ultima fatica è evidentemente quello di individuare azioni di massima efficacia sulle quali focalizzare le attenzioni in funzione degli obiettivi perseguiti.

Questo percorso offre inoltre la possibilità, da un lato, di ricondurre ogni sforzo al modello attuale, dall'altro, di stimarne indirettamente la validità.

Infine, si è ricondotto ciascun indice agli otto cluster descritti nel precedente lavoro nei quali abbiamo suddiviso l'intera popolazione torinese. L'intento è volto a rendere evidente la relazione tra i diversi segmenti di popolazione e gli indici che assumono come riferimento, nella convinzione che connetterli tra loro favorisca la comprensione sia degli uni che degli altri.

I 4 INDICI/ASPETTI

- 1 - RADICAMENTO**
- 2 - SENSIBILITÀ AMBIENTALE**
- 3 - EFFICIENZA**
- 4 - QUALITÀ PERCEPITA DELLA VITA**

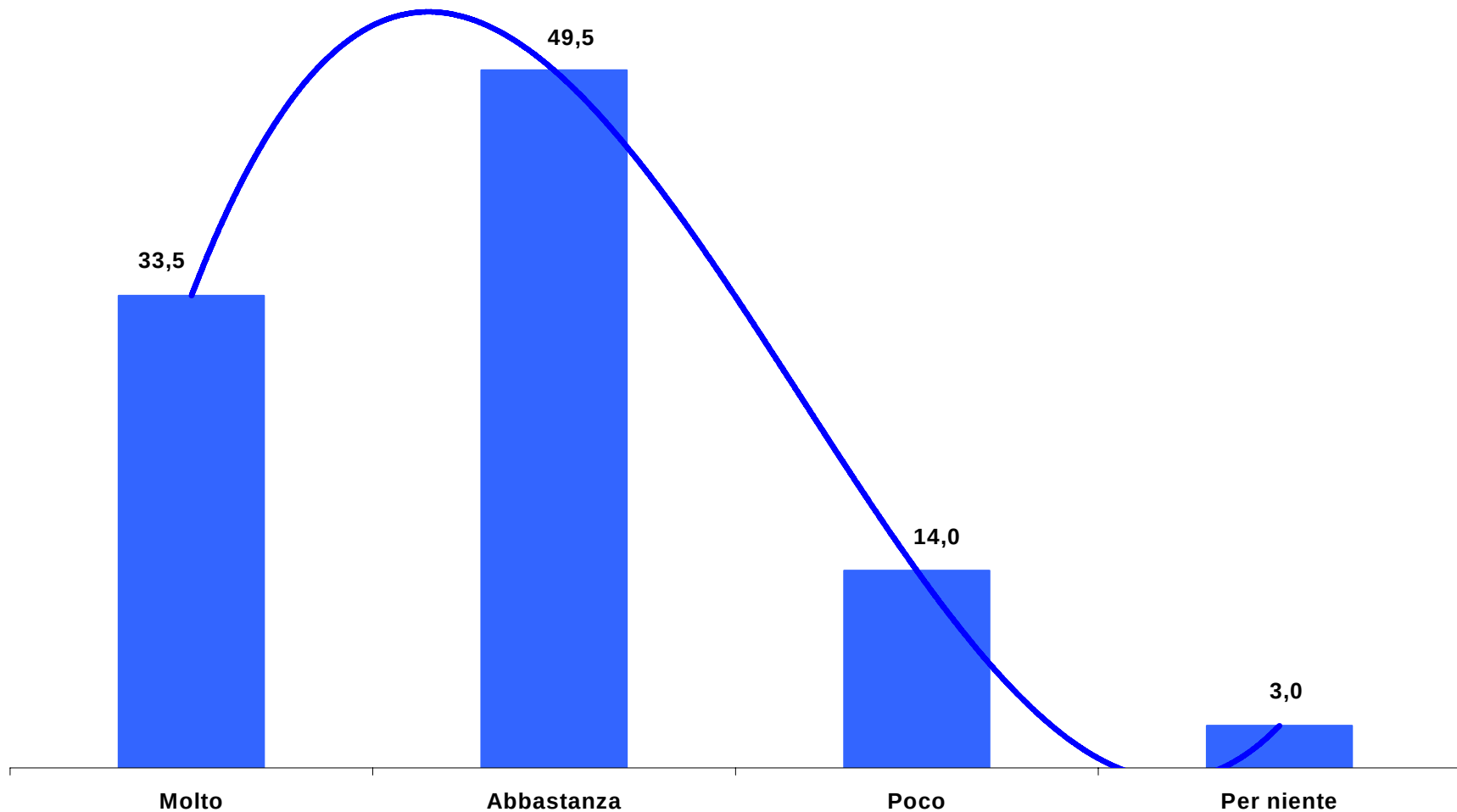
4 ASPETTI PER UNA VALUTAZIONE INTEGRATA

Dei primi 3 aspetti trattati in questo report è possibile tracciare un quadro delle modalità di costruzione, dell'interpretazione e del posizionamento relativamente agli 8 gruppi neurali (cluster). La sintesi è in tabella:

		EFFICIENZA AMIAT	SENSIBILITÀ AMBIENTALE	RADICAMENTO AMIAT
Da cosa è composta		Media dei giudizi su 7 aspetti del servizio Amiat ponderata con il peso assegnato dal singolo cittadino	Indicatore costruito con il ricorso alle Componenti principali - Media pesata di 6 fattori sintetici su 22 variabili da questionario	Indicatore costruito con il ricorso alle Componenti principali - Media pesata di 3 fattori sintetici su 5 variabili da questionario
Chi la influenza	con interventi singoli	Marciapiedi, Strade, Aree Verdi, Pulizia del quartiere, Raccolta differenziata, Spazzamento, Porta a Porta, Pulizia intorno ai luoghi di raccolta, Frequenza di svuotamento cestini, Rifiuti generici, Numero contenitori, frequenza di raccolta, Campagna comunicazione raccolta differenziata Carta	Frequenza di conferimento alla differenziata, sito internet, Protocollo Kyoto, Cartolina pubblicitaria per il Sito Amiat, Vocazione all'immigrazione, Amiat legata al territorio torinese, Non è l'abitudine a porre ostacoli a differenziare, Non deposito ingombranti accanto al cassonetto, fiducia verso Amiat, nessuna difficoltà a differenziare, letture libri e dinamismo	Amiat legata al territorio, qualità del servizio Amiat rispetto agli altri gestori servizi a rete, evoluzione servizi Amiat nel tempo, campagne comunicazione su Cartacinesca e Filmato sul tema della pulizia della città, efficacia comunicazione Amiat, Vocazione all'immigrazione, uso di internet, computer e posta elettronica, Protocollo Kyoto, accettazione partner stesso sesso per figli (tassi di correlazione mediamente più bassi)
	con interventi integrati	Marciapiedi, Raccolta differenziata, Strade	Ambiente è l'aspetto più importante per la vita della città, frequenza di conferimenti alla differenziata, la carenza di controlli contribuisce a sporcare la città, Protocollo di Kyoto, per eliminare i rifiuti ingombranti telefona all'AMIAT o li conferisce ad un centro di raccolta, abitudine e mancanza di tempo è causa di difficoltà a differenziare, si esagera quando si parla dell'effetto serra	Amiat è azienda legata alla comunità torinese, evoluzione servizi Amiat nel tempo, Mutuo per abitazione, giudizi su Torino per Cultura e tempo libero
Come si colloca nei gruppi sociali		Direzione meno chiara delle medie rispetto alle caratteristiche sociologiche dei gruppi: questo evidenzia la maggiore indipendenza della valutazione dei servizi Amiat - basso il giudizio del gruppo 1 (frutto di persone esigenti)	Migliore sensibilità nei primi gruppi e peggiore tra gli ultimi	Stesso andamento ma meno evidente: elementi di maggiore rottura la contrazione pronunciata del gruppo 3, il valore rilevante del gruppo 5 e massima avversità ad Amiat non espressa dal gruppo 8, il più integralmente avverso alla vita torinese, bensì dai gruppi 6 e 7

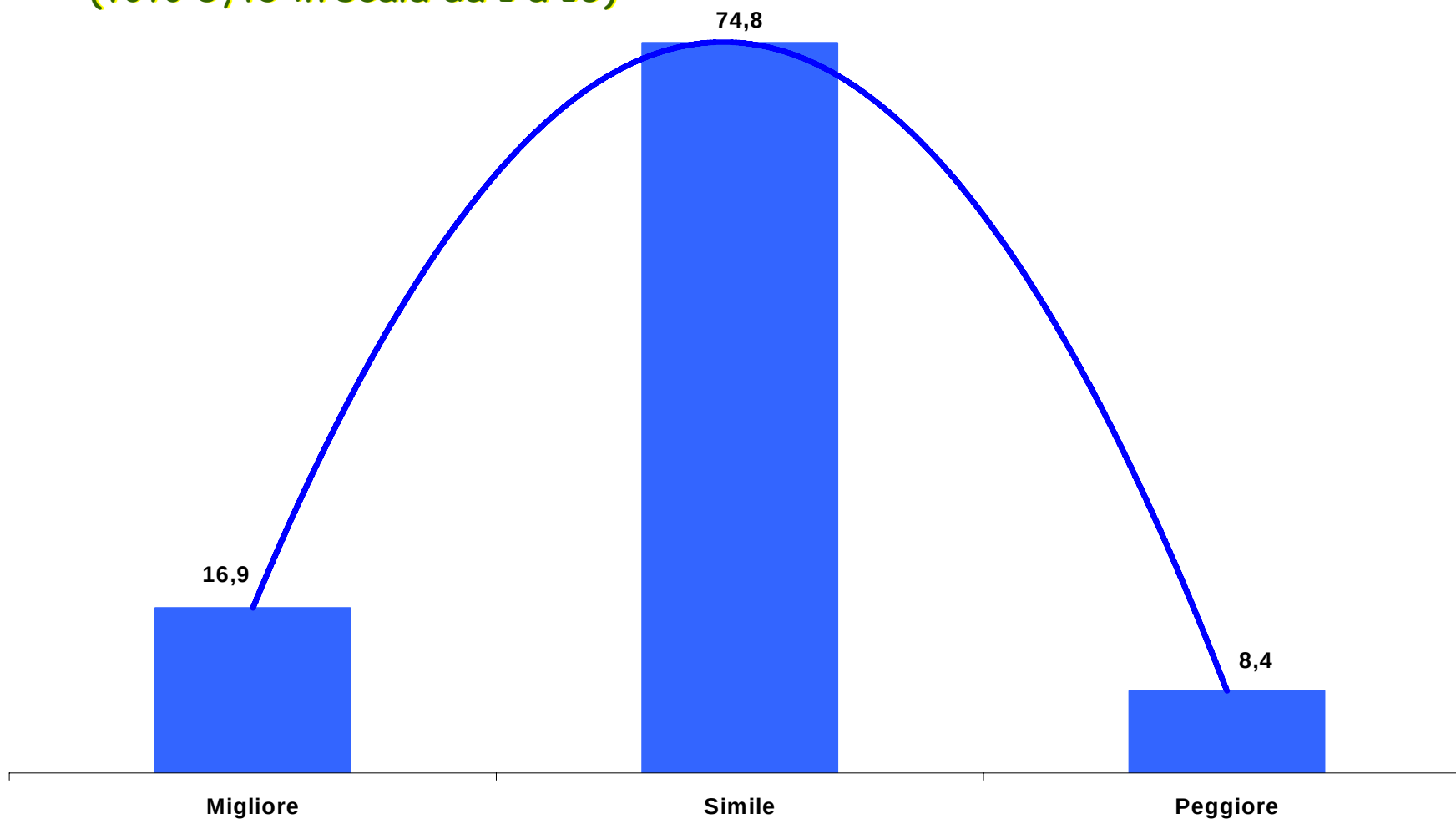
1 - RADICAMENTO

33. In che misura lei è d'accordo con l'affermazione che l'AMIAT è un'azienda legata alla comunità torinese (voto 7,12 in scala da 1 a 10)



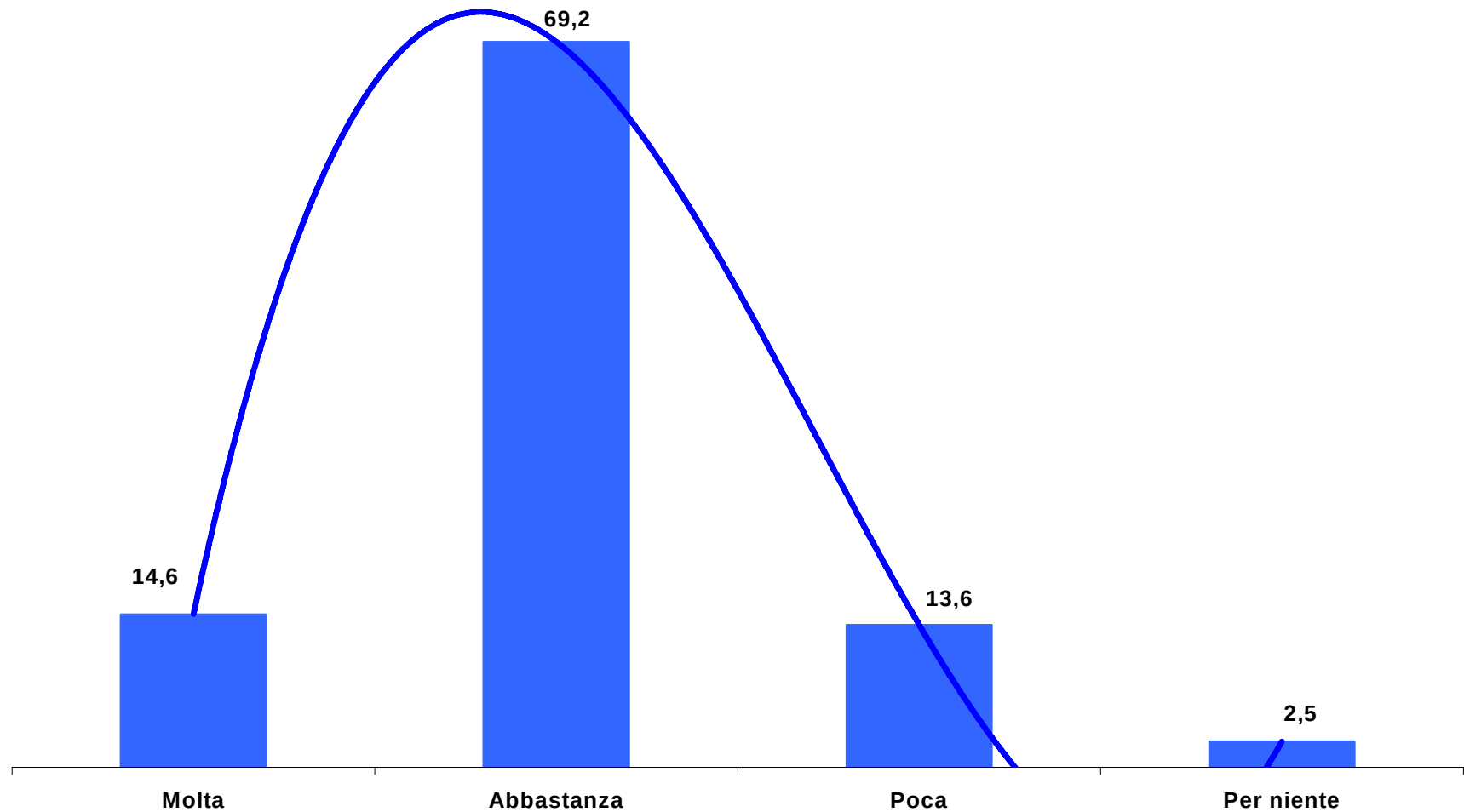
1 - RADICAMENTO

34. Rispetto ai servizi erogati da altre aziende che gestiscono servizi a rete (gas, acqua, luce, telefoni, ecc.), la qualità del servizio AMIAT è (voto 5,43 in scala da 1 a 10)



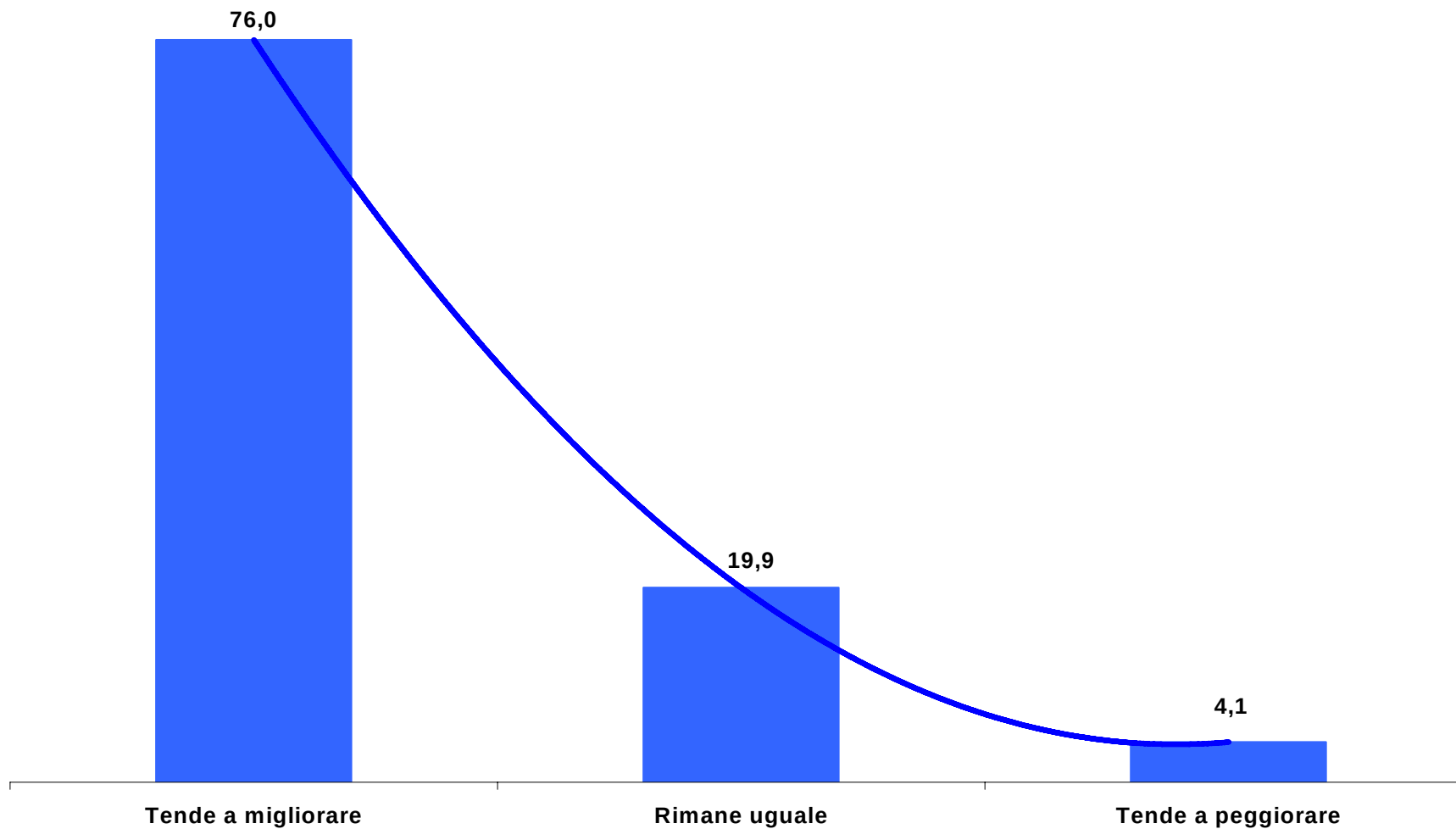
1 - RADICAMENTO

35. Personalmente, lei in che misura si fida dell'azienda
(voto 6,53 in scala da 1 a 10)



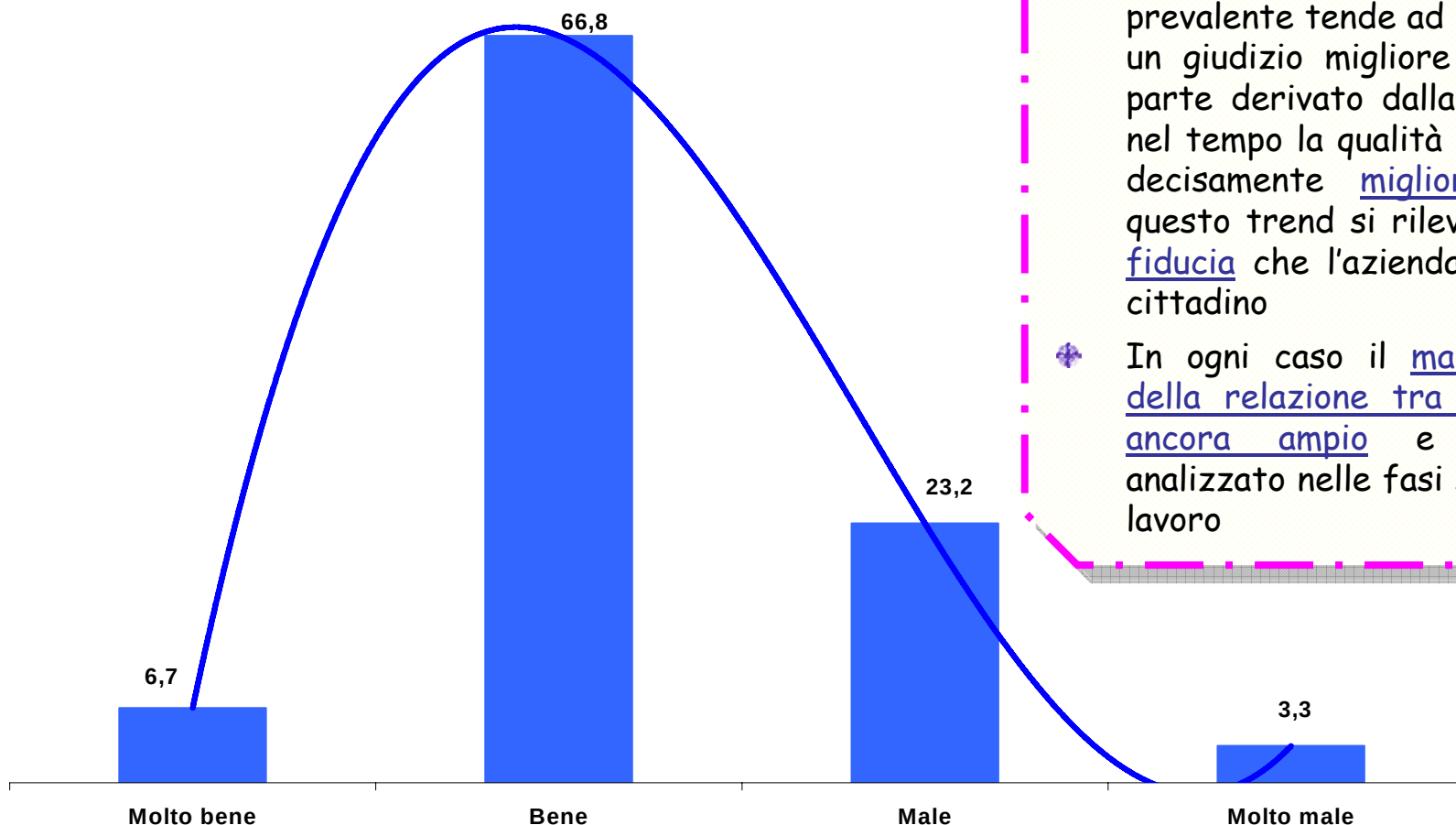
1 - RADICAMENTO

36. A suo parere l'AMIAT nel tempo
(voto 8,60 in scala da 1 a 10)



1 - RADICAMENTO

37. Lei come giudica la relazione tra l'AMIAT e il cittadino
(voto 5,90 in scala da 1 a 10)



AMIAT E LA CITTÀ

- ✦ Pur inserita nel sistema delle aziende che erogano servizi a rete, la percezione prevalente tende ad evidenziare per AMIAT un giudizio migliore rispetto alle altre, in parte derivato dalla chiara percezione che nel tempo la qualità del servizio offerto sia decisamente migliorata. Le ricadute di questo trend si rilevano anche dal livello di fiducia che l'azienda riscuote da parte del cittadino
- ✦ In ogni caso il margine di miglioramento della relazione tra azienda e cittadino è ancora ampio e verrà ulteriormente analizzato nelle fasi successive del presente lavoro

1 - RADICAMENTO

Il "radicamento" appare come il prodotto di una serie di elaborazioni che legano tra loro gli aspetti che si riferiscono alla relazione di fiducia tra azienda e città, al senso di appartenenza della prima alla comunità torinese, al giudizio sulla qualità del servizio erogato rispetto ad altre aziende consimili e all'andamento, sempre riferito alla qualità, percepito nel tempo.

All'interno di questo indice si è riscontrato una forte coerenza tra tutti gli aspetti considerati^[1].

La domanda a cui si è cercato di dare risposta è "a quali fattori questo indice è maggiormente sensibile?" ovvero, quali tra i molteplici elementi che compongono il lavoro complessivo di AMIAT contribuiscono in misura maggiore a determinarne il giudizio.

Il ragionamento muove dalla considerazione che il radicamento rappresenti un elemento significativo in funzione dell'obiettivo perseguito, quello di consolidare un patto tra azienda e città volto al raggiungimento di finalità ed interessi comuni.

E' un indice soprattutto correlato con gli stessi aspetti che qualificano la relazione di fiducia, ma anche con l'efficacia espressa sia nei confronti della raccolta differenziata che dei cartoni da imballaggio. Il quadro complessivo delle correlazioni rinvia alla considerazione che la relazione di fiducia lega AMIAT ai cittadini più virtuosi sotto il profilo ambientale, più sensibili, più evoluti, aperti e pronti ad accettare la sfida del cambiamento.

Il radicamento è un indice che non è in grado di trovare al di fuori delle sue stesse componenti correlazioni in grado di incidere su di esso in misura significativa, il suo significato è tutto compreso nella percezione che AMIAT è un'azienda legata alla comunità torinese e che nel tempo tende a migliorare.

^[1] Il **primo** fattore che entra a spiegare il "radicamento" è comune al 44% della popolazione torinese per la quale si rileva un andamento concorde e coerente con tutti e cinque i parametri esaminati. Il massimo assorbimento della popolazione passa dal legame di fiducia e dal giudizio nella relazione che lega AMIAT e cittadino. Il **secondo** fattore (18%) introduce una distinzione tra l'aspetto di un radicamento "sentimentale", affidato al senso di appartenenza dell'azienda alla comunità, che si contrappone alle sue prestazioni effettive.

Esiste una **terza** componente che distingue all'interno delle prestazioni di performance tra il miglioramento nel tempo e il confronto con le altre aziende. Nell'insieme non c'è dubbio che si tratti di un indice con una forte coerenza interna ed una elevata capacità di spiegare il fenomeno osservato al quale abbiamo arbitrariamente assegnato il nome di radicamento.

1 - RADICAMENTO

TAB - La ricostruzione della Componenti Principali del Radicamento Amiat

Coefficienti di correlazione	Componenti				
	1	2	3	4	5
33. In che misura lei è d'accordo con l'affermazione che l'AMIAT è un'azienda legata alla comunità torinese	0,57	-0,70	0,15	0,35	0,20
34. Rispetto ai servizi erogati da altre aziende che gestiscono servizi a rete (Gas, acqua, luce, telefoni ecc...), la qualità del servizio AMIAT è	0,57	0,40	0,72	0,03	0,01
35. Personalmente, lei in che misura si fida dell'azienda	0,79	-0,18	-0,10	-0,17	-0,55
36. A suo parere l'AMIAT nel tempo	0,62	0,46	-0,41	0,48	0,05
37. Lei come giudica la relazione tra l'AMIAT e il cittadino	0,75	0,04	-0,21	-0,50	0,38
% di varianza spiegata	44,53	17,94	15,21	12,614	9,704
Segno della componente	-	+	-	-	-

TAB - Modello funzionale del Radicamento Amiat - I fattori interni e esterni che incidono principalmente

RADICAMENTO	
1 33. In che misura lei è d'accordo con l'affermazione che l'AMIAT è un'azienda legata alla comunità torinese	0,75
2 36. A suo parere l'AMIAT nel tempo	0,89
3 Lei utilizza il Mutuo per abitazione	0,90
4 Come giudica Torino per ciascuno di questi aspetti - Cultura e tempo libero	0,90
5 18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Frequenza con cui i cestini	0,90
6 35. Personalmente, lei in che misura si fida dell'azienda	0,90
7 Il suo livello di scolarità	0,90
8 Come giudica Torino per ciascuno di questi aspetti - Ambiente	0,90
9 Lei si definirebbe - Generoso	0,90
10 Anziani-adulti-giovani	0,91
11 32. Su cosa dovrebbe impegnarsi di più l'AMIAT - Ordini dal più al meno importante - " Acquistare maggiore fiducia da parte del cliente	0,91
12 Lei si definirebbe - Sereno	0,91
13 17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: li fa ritirare da una ditta privata a pagamento	0,91
14 18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Estetica dei cestini	0,91
15 Lei Utilizza la Telecamera digitale	0,91
16 6. In famiglia praticate la raccolta differenziata, cioè separate abitualmente alcuni rifiuti particolari	0,91
17 20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Marciapiedi	0,91

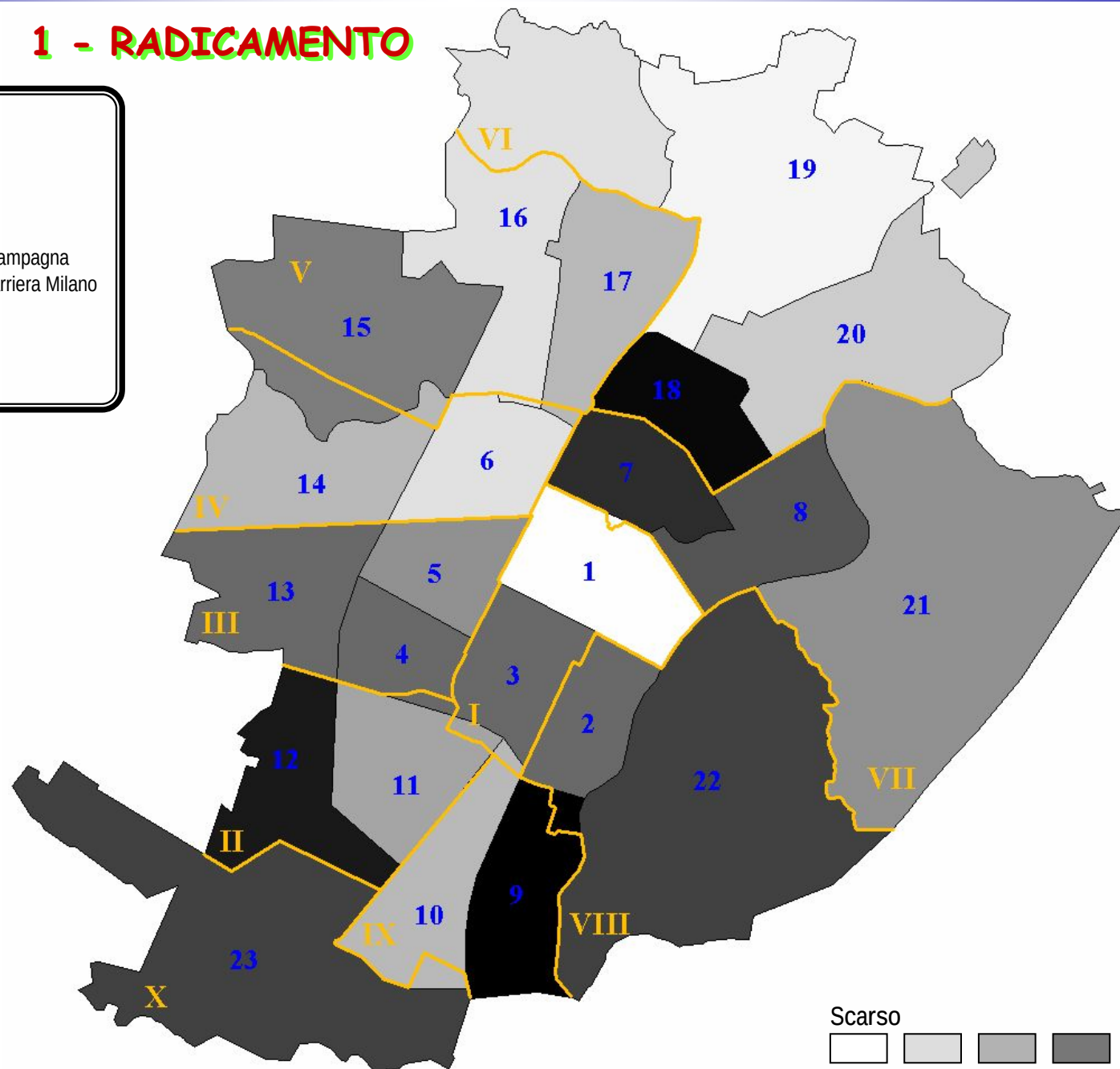
1 - RADICAMENTO

Circoscrizioni

- I** Centro - Crocetta
- II** Mirafiori Nord - Santa Rita
- III** San Paolo - Cenisia - Pozzo Strada
- IV** Parella - San Donato
- V** Le Vallette - B.ta Vittoria - Lucento - Mad. Campagna
- VI** Lanzo - Falchera - Barca - Regio Parco - Barriera Milano
- VII** Vanchiglia - Aurora - Madonna del Pilone
- VIII** S. Salvario - Cavoletto - Borgo Po
- IX** Millefonti - Lingotto
- X** Mirafiori Sud

Vecchi Quartieri

- 1** Centro
- 2** San Salvario
- 3** Crocetta
- 4** San Paolo
- 5** Cenisia - Cit Turin
- 6** San Donato
- 7** Aurora
- 8** Vanchiglia
- 9** Nizza - Millefonti
- 10** Lingotto
- 11** Santa Rita
- 12** Mirafiori Nord
- 13** Pozzo Strada
- 14** Parella
- 15** Le Vallette - Lucento
- 16** Lanzo - Mad. Campagna
- 17** B.ta Vittoria
- 18** Barriera Milano
- 19** Falchera - Villaretto
- 20** Barca - Regio Parco
- 21** Madonna del Pilone
- 22** Cavoletto - Borgo Po
- 23** Mirafiori Sud



Scarso Molto

□ □ □ □ □

2 - SENSIBILITÀ AMBIENTALE

La sensibilità ambientale è un indice complesso derivato da un processo analogo al precedente e che esprime un composto di atteggiamenti e comportamenti chiaramente collocabili su un asse orientato che va da una massima "sensibilità" ad una totale indifferenza^[1].

Di nuovo la questione rimanda al problema di come fare per accrescerla, ovvero, quali sono le variabili dalle quali la sensibilità si lascia maggiormente influenzare.

L'indice di correlazione evidenzia legami significativi con numerosi elementi, su tutti la propensione a praticare la raccolta differenziata, la familiarità con il sito di AMIAT e con alcune tematiche ambientali (conoscenza del protocollo di Kyoto, corretta stima della gravità dei problemi ambientali). Ma il cittadino "sensibile" si rivela anche in grado di misurarsi con i temi dei cambiamenti sociali, di saper accettare il confronto con il grande tema degli immigrati e delle coppie omosessuali, insomma la sensibilità ambientale si rivela un bene, un tratto che favorisce e sostiene il confronto ed il dialogo.

^[1] Per presentarlo possiamo affidarci al metodo con cui è stato costruito. La "sensibilità ambientale" prende origine da una costellazione di variabili (22) genericamente riconducibili ad un asse ambientale. Rispetto all'indice di radicamento in questo caso ci troviamo in un ambito maggiormente generalizzato, indistinto, all'interno del quale non è possibile individuare una componente connessa con tutte le variabili introdotte.

Se ne sono assunte 6 che tutte insieme spiegano il 50% della varianza totale, ovvero del potenziale di sensibilità che complessivamente le 22 variabili possiedono.

La **prima** componente (17%), il fattore maggiormente qualificante, è l'abitudine a differenziare, questa esprime la propensione a ridurre qualunque difficoltà nel differenziare i rifiuti; la **seconda** componente (9%) riconduce ad un senso di responsabilità dei cittadini nei confronti dei "mali" ambientali di cui la città soffre. Il primo è un atteggiamento mentale che sostiene comportamenti concreti, il secondo esprime la propensione ad assumere su di sé la responsabilità dei problemi e conseguentemente la disponibilità a farsene carico.

La **terza** componente (7%) è composta dagli atteggiamenti e dai comportamenti dei cittadini che chiamano AMIAT per eliminare gli ingombranti, (che naturalmente si contrappone all'abbandonarli accanto ai cassonetti o per strada), la **quarta** (6%) da chi non ha mai sentito parlare del protocollo di Kyoto, non conosce il sito AMIAT e pensa che il problema dello sporco eccessivo in città sia riconducibile a responsabilità del servizio pubblico, non vuole rinunciare alla macchina e si accompagna alla propensione ad abbandonare gli ingombranti per strada. Naturalmente in questo caso il contributo che dà all'indice "sensibilità" è negativo. La **quinta** variabile (5%) caratterizza il pensiero di chi è convinto che non si esagera parlando dell'effetto serra, non sarà facile arrestare il degrado, è disposto a privarsi della macchina, vorrebbe più incentivi per comportamenti virtuosi, attribuisce la responsabilità dello sporco in città al servizio pubblico.

La **sesta** (5%) variabile rimanda al non attribuire importanza all'ambiente nella propria vita, al non prestare attenzione all'eccessiva presenza di rifiuti, alla richiesta di maggiori controlli per risolvere i problemi ambientali, ad una non conoscenza del sito AMIAT, ad una dichiarata disponibilità a lasciare la macchina in cambio di servizi migliori. Anche in questo caso il contributo è negativo in quanto esprime la volontà di "essere meglio serviti" pur nell'assoluta non condivisione del problema ambientale.

2 - SENSIBILITÀ AMBIENTALE

Ma come ogni altro caso non tutte le variabili ad essa correlate danno alla sensibilità ambientale un contributo autonomo, la maggior parte di esse viene assorbita dal peso di altre, che sono appunto quelle che presentano la maggior capacità di influenzarle. Su alcune di queste si possono anche orientare azioni specifiche, di altre dobbiamo accontentarci di farne la conoscenza. Per esempio la prima variabile che "entra" a spiegare la sensibilità ambientale è l'importanza che si attribuisce all'ambiente nella propria scala di valori, quasi una tautologia, ma la seconda è propensione a praticare la raccolta differenziata, la terza la richiesta di maggiori controlli ma che in questo caso esprime il bisogno di non essere lasciati soli di fronte alla gravità dei problemi da affrontare. Anche gli elementi di conoscenza riflettono (ed incidono su) la sensibilità.

In sostanza questa dipende dalle buone pratiche (soprattutto nella differenziata) e da elementi di conoscenza. A proposito della raccolta differenziata, si era già segnalato che questa pratica tende a sostenersi da sola in quanto innesca un meccanismo che spinge ad attribuire sempre maggiore importanza alle attenzioni che vi si prestano, è un modo per ripagarsi degli sforzi che si fanno, una pratica che tende a far sentire più virtuosi chi la mette in atto. In ogni caso l'attivazione del comportamento di differenziare è a sua volta connesso (e condizionato) da elementi di conoscenza in assenza dei quali fa molta più fatica a consolidarsi.

Anche l'informazione evidentemente va modulata; in questo può offrirci un aiuto la divisione in gruppi che ci offre indicazioni riflesse sulla permeabilità a "lasciarsi informare", oltre a darci suggerimenti su modi e contenuti che l'informazione stessa dovrebbe assumere per ottimizzare la propria efficacia.

2 - SENSIBILITÀ AMBIENTALE

TAB - La ricostruzione delle Componenti Principali della Sensibilità Ambientale

Coefficienti di correlazione	Componenti					
	1	2	3	4	5	6
6. In famiglia praticate la raccolta differenziata, cioè separate abitualmente alcuni rifiuti particolari	-0,80	0,01	-0,02	-0,03	-0,01	0,01
17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: li fa ritirare da una ditta privata a pagamento	-0,02	-0,09	0,42	0,20	0,51	0,06
17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: li conferisce ad un centro di raccolta	-0,11	-0,04	0,47	-0,05	-0,19	0,21
17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: telefona all'AMIAT	-0,07	0,12	-0,82	0,15	-0,09	0,03
17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: li deposita accanto al cassonetto	0,05	0,12	0,52	-0,29	-0,11	-0,16
22. Conosce il sito internet dell'AMIAT?	-0,15	0,00	0,12	0,40	-0,02	0,47
9. E' troppo complicato è causa di queste difficoltà	0,69	-0,10	0,00	0,04	-0,08	-0,03
9. Troppi i rifiuti da differenziare è causa di queste difficoltà	0,64	-0,09	0,04	0,07	-0,12	-0,08
9. Mancanza di tempo è causa di queste difficoltà	0,67	-0,10	0,02	0,14	0,07	-0,01
9. Non mi va è causa di queste difficoltà	0,79	0,01	0,00	0,08	0,01	0,08
9. Tanto non serve a nulla è causa di queste difficoltà	0,80	0,00	-0,01	0,08	0,09	0,06
9. Per abitudine è causa di queste difficoltà	0,68	0,00	-0,02	0,04	-0,07	-0,03
12. A suo parere quale è la percentuale di raccolta differenziata raggiunta dalla città	-0,22	0,10	0,22	0,32	0,33	-0,01
Lei pensa che si esageri quando si parla dell'effetto serra	0,12	0,19	-0,17	-0,27	0,41	0,37
Lei pensa che sarà facile arrestare il degrado ambientale del mondo	-0,10	-0,02	-0,26	-0,35	0,30	0,22
Lei ha mai sentito parlare del Protocollo di Kyoto	-0,22	-0,04	0,09	0,68	-0,04	-0,03
Sarebbe disposto a rinunciare alla macchina se si creassero alternative serie alla mobilità	-0,19	-0,06	-0,07	0,28	-0,27	-0,43
Per lei, quali di questi aspetti è più importante per la vita della città	-0,05	0,03	-0,04	0,14	-0,31	0,28
Lei chi crede che contribuisca maggiormente a sporcare la città tra - Lo scarso senso di educazione dei cittadini	-0,09	-0,98	-0,06	-0,06	0,04	0,05
Lei chi crede che contribuisca maggiormente a sporcare la città tra - L'inefficienza del servizio pubblico	0,03	0,29	0,21	-0,39	-0,42	0,14
Lei chi crede che contribuisca maggiormente a sporcare la città tra - La carenza di controlli	0,04	0,49	-0,03	-0,03	0,32	-0,54
Lei chi crede che contribuisca maggiormente a sporcare la città tra - L'eccessiva produzione di rifiuti	0,12	0,51	0,03	0,29	0,01	0,22
Lei chi crede che contribuisca maggiormente a sporcare la città tra - La mancanza di incentivi per comportamenti virtuosi	-0,05	0,38	-0,05	0,09	-0,16	0,19
% di varianza spiegata	17,1	7,83	6,8	6,32	5,2	5,06
Segno della componente	+	+	+	-	+	-

SENSIBILITA' AMBIENTALE

1	Per lei, quali di questi aspetti è più importante per la vita della città	0,19
2	6. In famiglia praticate la raccolta differenziata, cioè separate abitualmente alcuni rifiuti particolari	0,37
3	Lei chi crede che contribuisca maggiormente a sporcare la città tra - La carenza di controlli	0,52
4	Lei ha mai sentito parlare del Protocollo di Kyoto	0,58
5	17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: telefona all'AMIAT	0,63
6	17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: li conferisce ad un centro di raccolta	0,69
7	9. Per abitudine è causa di queste difficoltà	0,73
8	Lei pensa che si esageri quando si parla dell'effetto serra	0,76
9	9. Mancanza di tempo è causa di queste difficoltà	0,78
10	Lei chi crede che contribuisca maggiormente a sporcare la città tra - L'eccessiva produzione di rifiuti	0,79
11	17. Per eliminare i rifiuti ingombranti lei: li deposita accanto al cassonetto	0,80
12	9. E' troppo complicato è causa di queste difficoltà	0,81
13	Lei chi crede che contribuisca maggiormente a sporcare la città tra	0,82
14	9. Tanto non serve a nulla è causa di queste difficoltà	0,82
15	Sarebbe disposto a rinunciare alla macchina se si creassero alternative serie alla mobilità	0,83
16	12. A suo parere quale è la percentuale di raccolta differenziata raggiunta dalla città	0,83
17	9. Troppi i rifiuti da differenziare è causa di queste difficoltà	0,83
18	Lei pensa che sarà facile arrestare il degrado ambientale del mondo	0,84
19	9. Non mi va è causa di queste difficoltà	0,84

TAB - Modello funzionale della Sensibilità Ambientale - I fattori interni e esterni che incidono principalmente

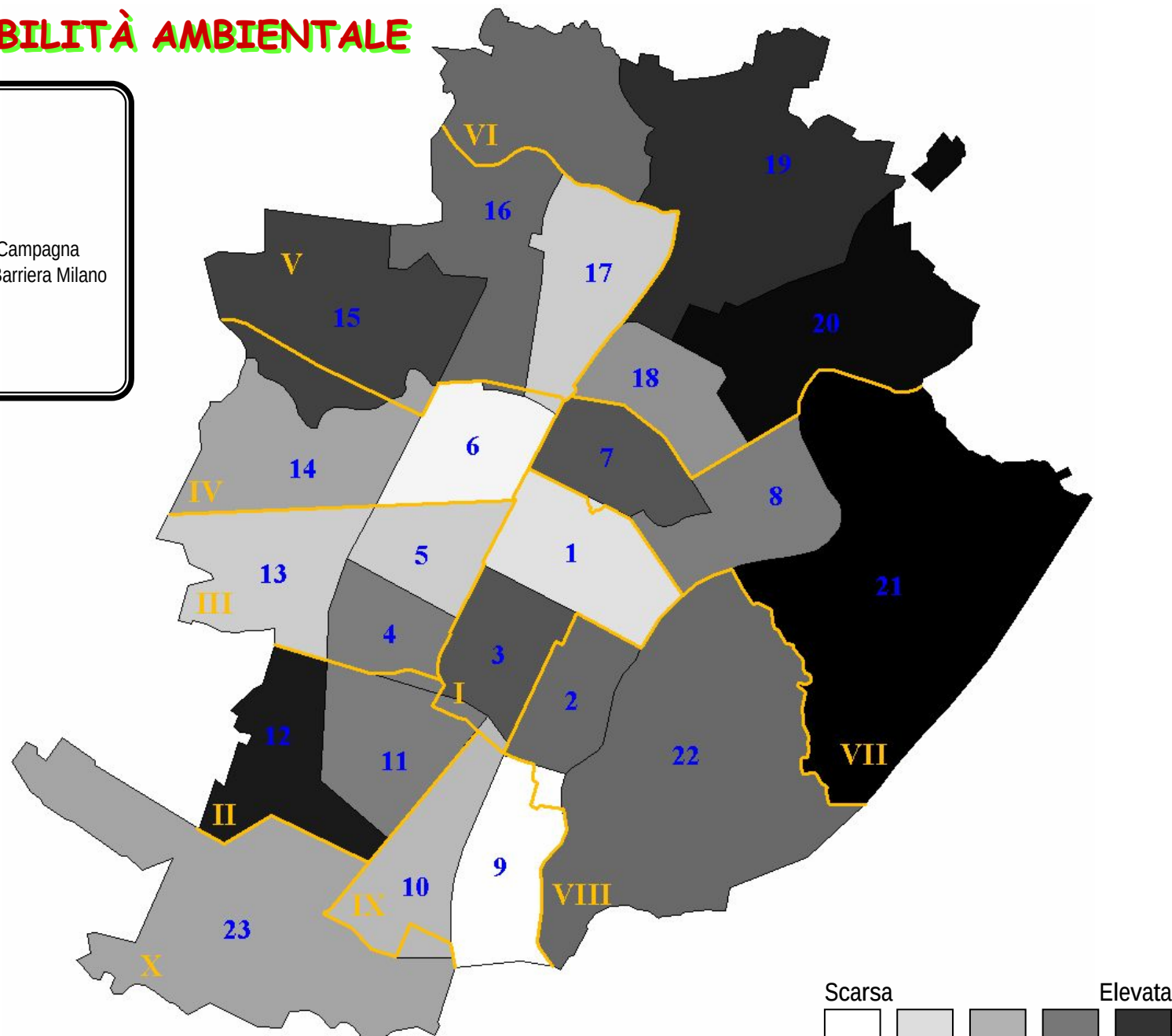
2 - SENSIBILITÀ AMBIENTALE

Circoscrizioni

- I** Centro - Crocetta
- II** Mirafiori Nord - Santa Rita
- III** San Paolo - Cenisia - Pozzo Strada
- IV** Parella - San Donato
- V** Le Vallette - B.ta Vittoria - Lucento - Mad. Campagna
- VI** Lanzo - Falchera - Barca - Regio Parco - Barriera Milano
- VII** Vanchiglia - Aurora - Madonna del Pilone
- VIII** S. Salvario - Cavoletto - Borgo Po
- IX** Millefonti - Lingotto
- X** Mirafiori Sud

Vecchi Quartieri

- 1** Centro
- 2** San Salvario
- 3** Crocetta
- 4** San Paolo
- 5** Cenisia - Cit Turin
- 6** San Donato
- 7** Aurora
- 8** Vanchiglia
- 9** Nizza - Millefonti
- 10** Lingotto
- 11** Santa Rita
- 12** Mirafiori Nord
- 13** Pozzo Strada
- 14** Parella
- 15** Le Vallette - Lucento
- 16** Lanzo - Mad. Campagna
- 17** B.ta Vittoria
- 18** Barriera Milano
- 19** Falchera - Villaretto
- 20** Barca - Regio Parco
- 21** Madonna del Pilone
- 22** Cavoletto - Borgo Po
- 23** Mirafiori Sud



3 - EFFICIENZA

L'indice efficienza è affidato al giudizio ponderato che i torinesi esprimono su ciascun servizio esaminato. Il giudizio tiene conto anche della valutazione riferita ai singoli aspetti interni ad ogni servizio^[1].

Al centro del problema si pone il giudizio espresso sulla pulizia dei marciapiedi, seguito dalla pulizia delle strade e delle aree verdi. La percezione è fortemente legata ad un fattore locale, in sostanza il giudizio si basa prevalentemente sul livello di pulizia del proprio quartiere. L'efficienza è la componente che presenta il maggior numero di correlazioni con aspetti anche molto diversi tra loro, tuttavia la questione più interessante ai fini del nostro lavoro torna ad essere l'individuazione delle variabili di maggior efficacia. Il risultato che ci consegna l'analisi stepwise evidenzia come agendo su tre singoli fattori potremmo ottenere effetti equiparabili ad un'azione esercitata su tutte le variabili correlate. Questo significa che molte tra queste sono dipendenti tra loro e che non aggiungono niente di più alla spiegazione della variabile efficienza di quanto non abbiano già fatto quelle "entrate" in precedenza a spiegarla.

L'efficienza percepita è condizionata per il 73% dal giudizio affidato al livello di pulizia dei marciapiedi, in secondo luogo subentra la soddisfazione riferita alla raccolta differenziata ed in terza battuta la pulizia delle strade.

^[1] In realtà la definizione di efficienza è imprecisa e deriva da una semplificazione, sarebbe più opportuno parlare di produttività percepita

3 - EFFICIENZA

Buona parte dei giudizi critici (per la verità non molti) indirizzati ad AMIAT si basano su un equivoco, ovvero sull'attribuzione ad essa della responsabilità della pulizia dei marciapiedi. Ovviamente la doverosa pubblicità alla realtà delle cose comporta una serie di problemi che andranno opportunamente valutati, certo è che finora AMIAT sembra aver fatto da scudo a coprire scelte e responsabilità non sue e che incidono non poco sul giudizio che la città nutre nei confronti di AMIAT stessa. E' evidente che una volta svelato l'arcano i giudizi peseranno maggiormente su chi la scelta l'ha promossa...[\[1\]](#)

Anche la raccolta differenziata pesa ampiamente sul giudizio di efficienza, un'azione volta a sostenere la buona qualità del servizio sarebbe in grado di produrre risultati significativi in quanto il suo contributo è pari al 20% della varianza totale.

In terzo luogo entra la pulizia delle strade, pur essendo l'ultimo fattore che dà un apporto considerevole, la distanza dai primi due è veramente abissale, in ogni caso il suo contributo del 3% è tutt'altro che trascurabile. Ogni altro elemento che segue sostanzialmente è in grado di incidere solo in misure difficilmente percettibili.

[\[1\]](#) In realtà in questo caso il difetto sembra stare proprio nella politica di governance, notoriamente basata sul confronto, la partecipazione, la comprensione e la condivisione delle scelte adottate. In questo caso si è adottata una scelta "moderna" chiamando i cittadini a fare la propria parte pulendo il marciapiede di fronte al portone della propria abitazione, tuttavia si è trasferita la consegna senza creare le condizioni necessarie per garantirsi il buon esito dell'azione (e in seguito anche il consenso presso la popolazione).

3 - EFFICIENZA

TAB - Modello funzionale dell'Efficienza Amiat - I fattori interni e esterni che incidono principalmente**VOTO FINALE - EFFICIENZA**

1	20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Marciapiedi	0,73
2	11. Esprima la sua soddisfazione sulla Raccolta Differenza con un voto da 1 a 10	0,93
3	20. Esprima un giudizio con un voto da 1 = molto sporca a 10 = molto pulita sul livello di pulizia di Strade	0,96
4	18. Esprima ora il suo livello di soddisfazione da 1 a 10 riguardo al servizio di pulizia delle strade. Quanto è soddisfatto per: Frequenza con cui i cestini	0,96
5	21. Come considera il grado di pulizia del quartiere dove lei vive con un voto da 1 = molto sporco a 10 = molto pulito	0,96
6	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa	0,96
7	Lei Utilizza Internet	0,96
8	33. In che misura lei è d'accordo con l'affermazione che l'AMIAT è un'azienda legata alla comunità torinese	0,96
9	Lei pensa che sarà facile arrestare il degrado ambientale del mondo	0,97
10	1. Lei sa qual è il nome dell'azienda che a Torino si occupa della raccolta dei rifiuti e della pulizia delle strade	0,97
11	Il suo livello di scolarità	0,97
12	2. Esprima il suo giudizio con un voto su Facilità di uso dei contenitori	0,97

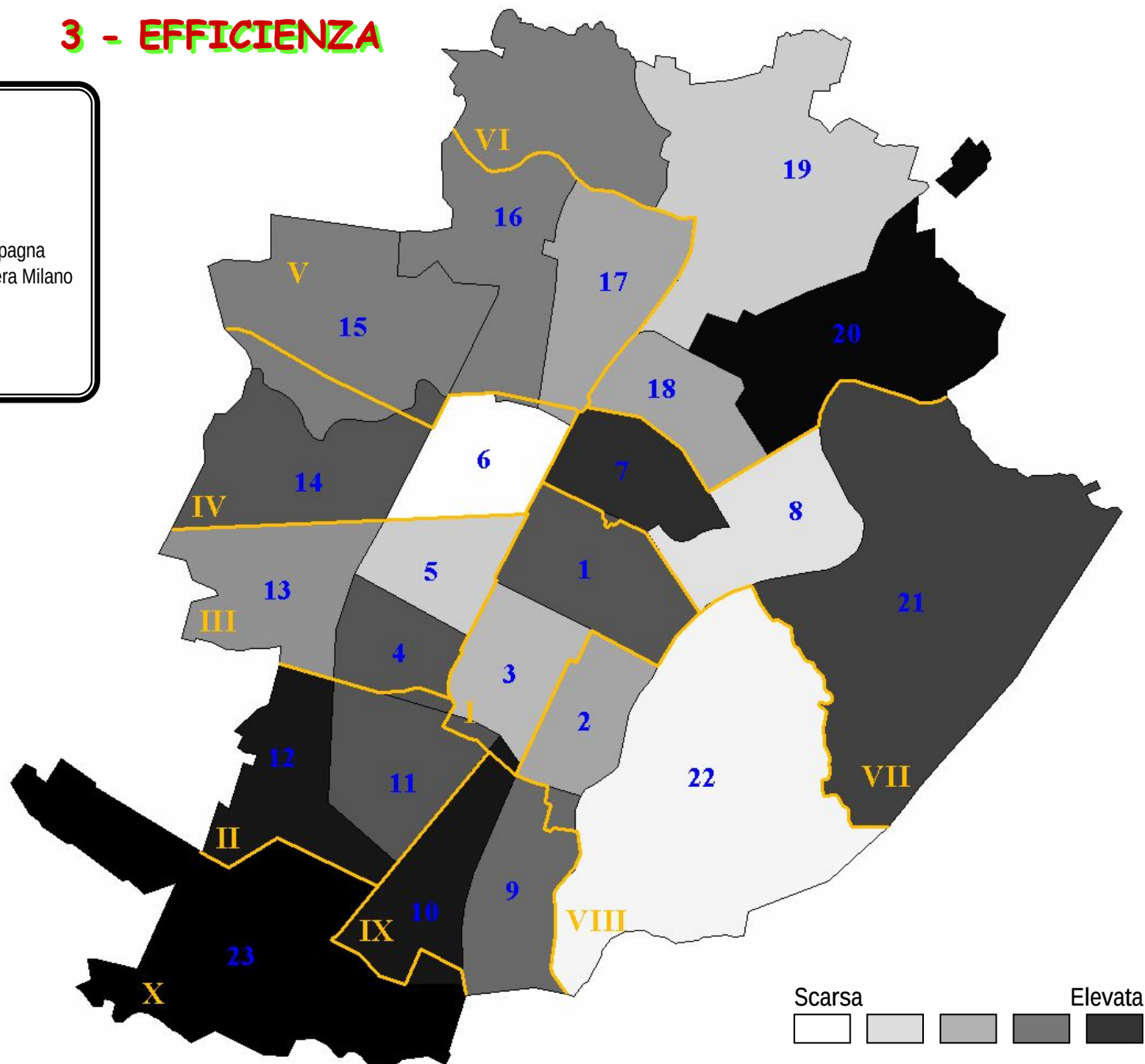
3 - EFFICIENZA

Circoscrizioni

- I** Centro - Crocetta
- II** Mirafiori Nord - Santa Rita
- III** San Paolo - Cenisia - Pozzo Strada
- IV** Parella - San Donato
- V** Le Vallette - B.ta Vittoria - Lucento - Mad. Campagna
- VI** Lanzo - Falchera - Barca - Regio Parco - Barriera Milano
- VII** Vanchiglia - Aurora - Madonna del Pilone
- VIII** S. Salvario - Cavoretto - Borgo Po
- IX** Millefonti - Lingotto
- X** Mirafiori Sud

Vecchi Quartieri

- 1** Centro
- 2** San Salvario
- 3** Crocetta
- 4** San Paolo
- 5** Cenisia - Cit Turin
- 6** San Donato
- 7** Aurora
- 8** Vanchiglia
- 9** Nizza - Millefonti
- 10** Lingotto
- 11** Santa Rita
- 12** Mirafiori Nord
- 13** Pozzo Strada
- 14** Parella
- 15** Le Vallette - Lucento
- 16** Lanzo - Mad. Campagna
- 17** B.ta Vittoria
- 18** Barriera Milano
- 19** Falchera - Villaretto
- 20** Barca - Regio Parco
- 21** Madonna del Pilone
- 22** Cavoretto - Borgo Po
- 23** Mirafiori Sud



4 - QUALITÀ PERCEPITA DELLA VITA

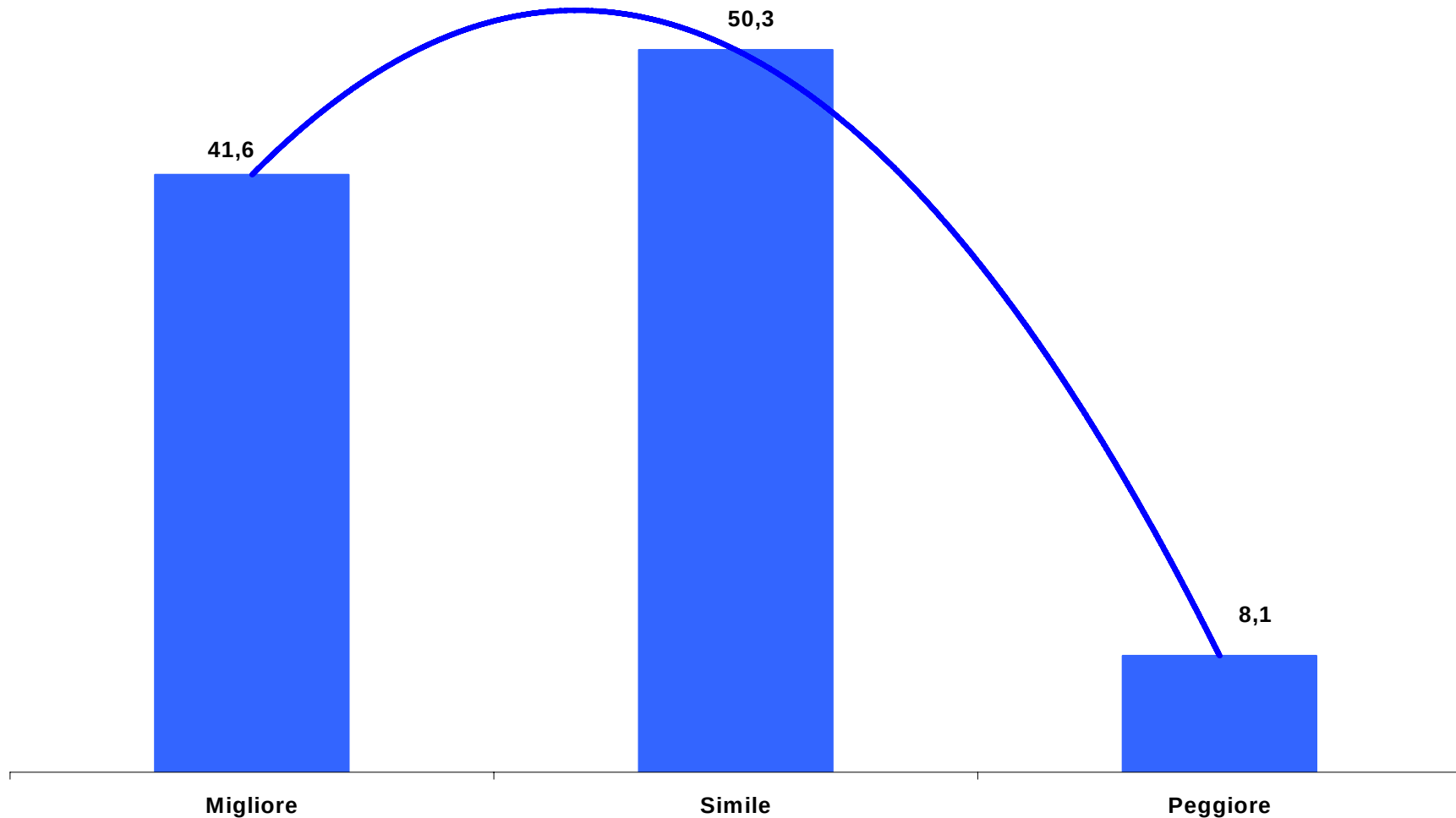
In questo caso si tratta semplicemente delle risposte fornite ad una domanda esplicita riferita alla qualità della vita a Torino. Peraltro le risposte sono già state commentate a parte ed hanno ampiamente contribuito a determinare il profilo degli otto gruppi, la scelta di recuperarla a margine di questa sezione si basa sul contributo che è in grado di portare alla costruzione di un quadro integrato finalizzato ad una sintesi utile anche ad orientare le scelte.

In questo caso la qualità della vita si presenta fortemente correlata all'andamento economico, alla sicurezza, all'ambiente. Si tratta di variabili decisamente estranee alle responsabilità ed alle finalità di AMIAT alle quali se ne accompagnano altre più vicine, tra queste, il grado di pulizia del quartiere, il legame di fiducia che lega il cittadino all'azienda, la percezione del livello di pulizia di strade e marciapiedi... In realtà gli elementi che contribuiscono a determinare il livello percepito di qualità della vita a Torino sono decisamente molti e la questione non è riducibile a pochi fattori

Anche in questo caso risalta il legame tra il giudizio sulla città e l'esperienza vissuta nel proprio quartiere, il primo si presenta spesso come un'estensione della seconda. In effetti da questa considerazione sembrerebbe derivare la necessità, peraltro in AMIAT consolidata, di misurare i problemi su una unità territoriale adeguata di cui il Quartiere sembra rappresentare l'opportuna unità di misura.

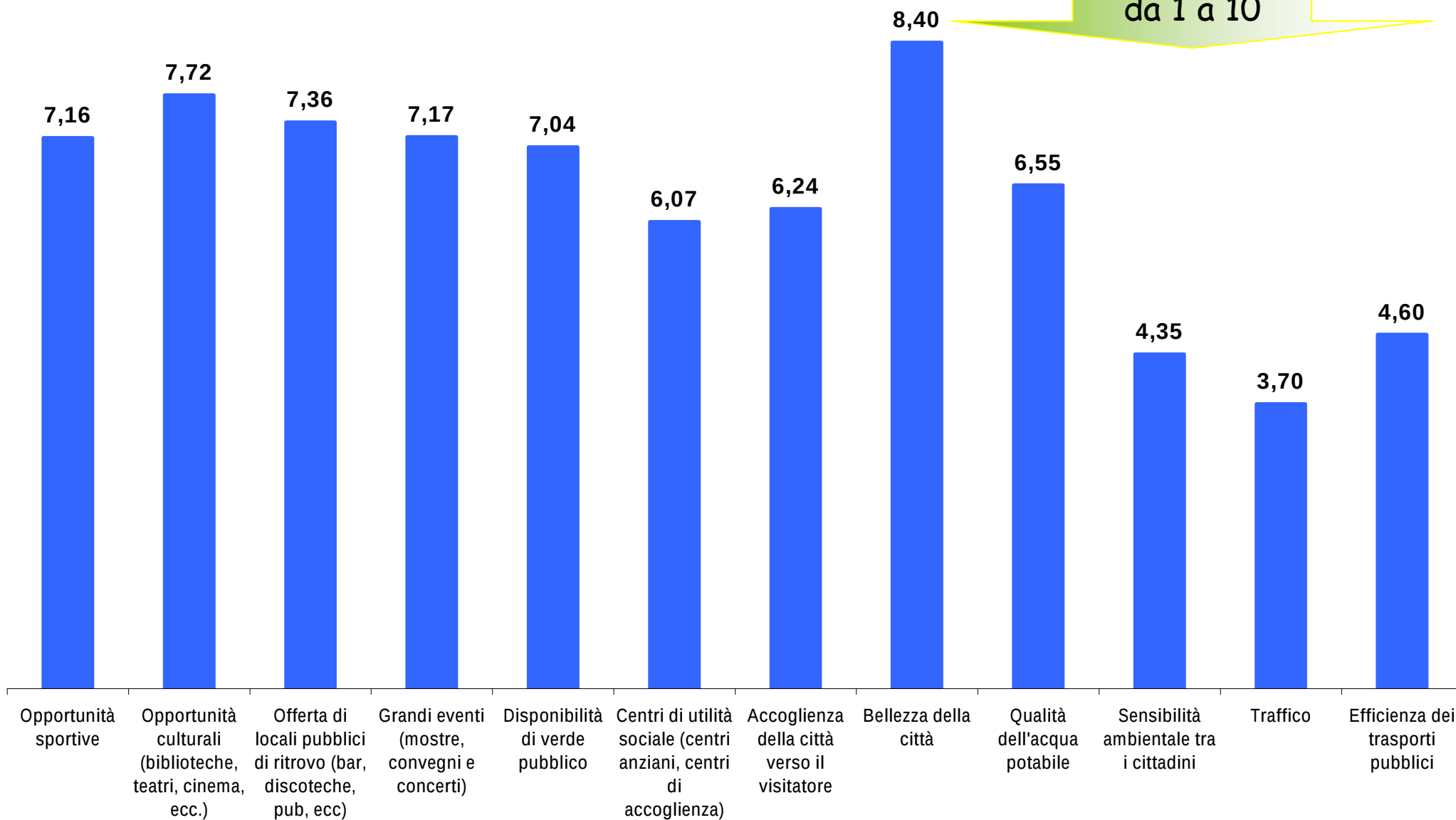
4 - QUALITÀ PERCEPITA DELLA VITA

38. In merito ai servizi ambientali, a suo giudizio Torino rispetto alle maggiori città italiane, è: (voto 6,68 in scala da 1 a 10)



4 - QUALITÀ PERCEPITA DELLA VITA

41. Come giudica Torino per...

...e in scala
da 1 a 10

4 - QUALITÀ PERCEPITA DELLA VITA

GIUDIZI E "ORGOGGIO"

- ✦ Torino nella percezione dei suoi abitanti è una città "bella" e ricca di opportunità culturali e ricreative
- ✦ Riaffiora il deficit espresso dalla mobilità urbana, mentre il richiamo alla necessità di una maggiore sensibilità ambientale da parte dei cittadini rivela, non tanto la sua assenza, quanto piuttosto l'esatto contrario, ovvero che la città protende verso la ricerca di migliori performance ambientali proprio perché esiste una diffusa sensibilità. Torino giudica se stessa inadeguata, ma esprime contemporaneamente la consapevolezza della propria inadeguatezza in senso relativo, collegandola invece ad un orgoglio di città migliore, proprio per quanto si riferisce alla qualità dei servizi ambientali di cui gode
- ✦ La tabella seguente risalta il peso delle 3 variabili appena commentate, in quanto assolutamente determinanti nel condizionare il giudizio sulla qualità della vita a Torino, pur rappresentando nel caso del traffico un deficit, negli altri due, il consolidamento atteso di punti di forza della città

TAB - I tre fattori che incidono maggiormente sulla qualità della vita percepita in città

	Lambda di Wilks
41. Come giudica Torino per Traffico	0,96
41. Come giudica Torino per Bellezza della città	0,92
41. Come giudica Torino per Offerta di locali pubblici di ritrovo (bar, discoteche, pub, ecc)	0,90

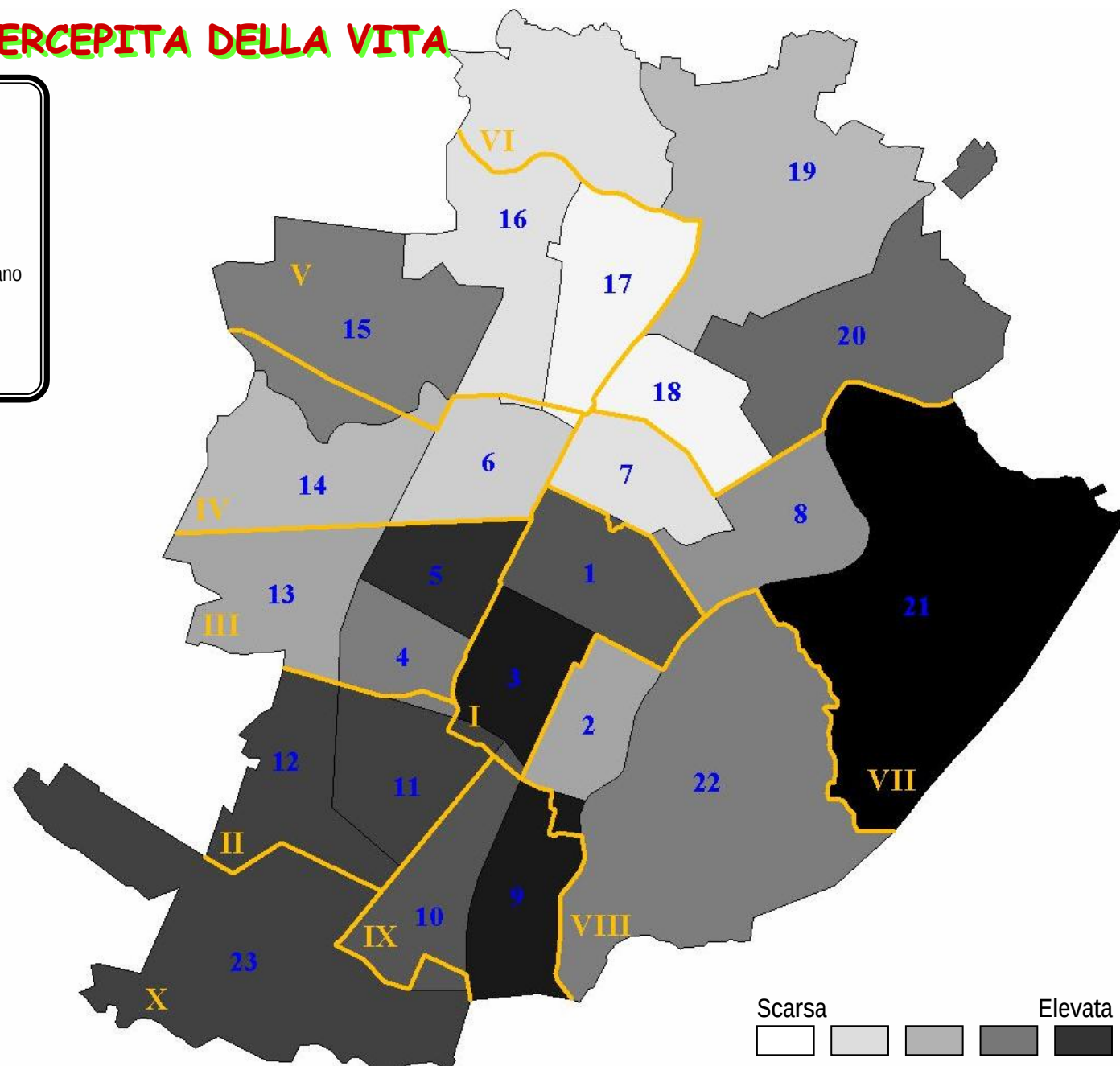
4 - QUALITÀ PERCEPITA DELLA VITA

Circoscrizioni

- I** Centro - Crocetta
- II** Mirafiori Nord - Santa Rita
- III** San Paolo - Cenisia - Pozzo Strada
- IV** Parella - San Donato
- V** Le Vallette - B.ta Vittoria - Lucento - Mad. Campagna
- VI** Lanzo - Falchera - Barca - Regio Parco - Barriera Milano
- VII** Vanchiglia - Aurora - Madonna del Pilone
- VIII** S. Salvario - Cavoretto - Borgo Po
- IX** Millefonti - Lingotto
- X** Mirafiori Sud

Vecchi Quartieri

- 1** Centro
- 2** San Salvario
- 3** Crocetta
- 4** San Paolo
- 5** Cenisia - Cit Turin
- 6** San Donato
- 7** Aurora
- 8** Vanchiglia
- 9** Nizza - Millefonti
- 10** Lingotto
- 11** Santa Rita
- 12** Mirafiori Nord
- 13** Pozzo Strada
- 14** Parella
- 15** Le Vallette - Lucento
- 16** Lanzo - Mad. Campagna
- 17** B.ta Vittoria
- 18** Barriera Milano
- 19** Falchera - Villaretto
- 20** Barca - Regio Parco
- 21** Madonna del Pilone
- 22** Cavoretto - Borgo Po
- 23** Mirafiori Sud



TAB - Il posizionamento dei cluster nei 4 aspetti integrati (media)

	Efficienza Amiat (voto da 1 a 10)	Sensibilità ambientale	Radicamento Amiat	Qualità della vita (voto da 1 a 10)
1 - Open Space - Nati per Torino	6,22	0,49	0,26	6,57
2 - Affluenti	6,65	0,19	0,19	6,00
3 - Aristocratici	6,25	0,06	-0,13	5,87
4 - Cipputi	6,31	-0,02	0,00	6,20
5 - Bicerin	6,06	-0,14	0,17	5,87
6 - Sette Nani	6,31	-0,10	-0,36	5,17
7 - Rancorosi	6,33	-0,35	-0,33	5,30
8 - Drop Out	5,96	-0,45	-0,22	4,57
Totale	6,28	0,00	0,00	5,77

La procedura di costruzione dei cluster si basa sul sistema delle Reti Neurali Artificiali (RNA), una nuova tecnica incentrata su modelli sviluppati nelle scienze cognitive la cui struttura si ispira al funzionamento del sistema nervoso centrale degli esseri viventi.

La popolazione considerata ha dato vita ad una classificazione in 8 raggruppamenti composti da altrettanti profili significativamente diversi tra loro. Ad ognuno di questi abbiamo assegnato un nome connesso ad uno o più tratti tra quelli che lo caratterizzano maggiormente.

I profili servono a dare un volto ed una collocazione ad ogni cittadino, in una cornice incompleta ma strumentalmente utile ad orientarsi. Servono anche, e soprattutto, a favorire le future letture più centrate sugli assi tematici ambientali, permettendoci di ricondurre ai diversi contesti descritti ogni singolo aspetto considerato, diventando così la nostra mappa della città sulla quale, sarà più facile orientarci.

CLUSTER 1 (17,9%)

OPEN SPACE – NATI PER TORINO



- ◆ Il radicamento è caratteristica del gruppo 1 (**Open space- Nati per Torino**)
- ◆ Di questo gruppo si è detto che è caratterizzato da una consapevolezza della gravità dei problemi ambientali accompagnata da una disponibilità condizionata a farsene carico purché condivisa con il decisore pubblico
- ◆ E' un cluster molto legato alla città di cui apprezza particolarmente la qualità della vita; il fatto che questo segmento, il più numeroso ed il più sensibile sotto il profilo ambientale, sia quello che percepisce AMIAT come una risorsa di cui la comunità dispone rappresenta una **opportunità formidabile**, in quanto rafforza la condivisione degli obiettivi comuni in funzione di un miglioramento delle performance ambientali proprio con la consapevolezza che su questo fronte non si possano fare deleghe ma che si debba lavorare sulla modulazione degli obiettivi e delle regole che sostengono il "Patto"
- ◆ Tuttavia è una relazione che va costruita e modulata, in quanto il giudizio relativo all'efficienza percepita **mette in luce l'esigenza di prestazioni migliori**

CLUSTER 2 (11,3%)

AFFLUENTI



- ◆ Anche la relazione con il secondo gruppo (Gli **affluenti**) appare positiva ed interessante in quanto l'adattamento di questo cluster ai cambiamenti della città è attivo e partecipe e si presenta **disponibile a farsi carico delle proprie responsabilità anche su temi ambientali**; tuttavia si tratta di un cluster orientato a far bene in direzione di un avanzamento nella scala sociale e l'ambiente non sta esattamente tra le sue priorità
- ◆ Sotto il profilo della sensibilità ambientale il divario che lo separa dal gruppo precedente è piuttosto evidente, in ogni caso l'atteggiamento resta positivo, l'inclinazione è certa e pertanto la **relazione** è da considerarsi **positivamente orientata**, il problema rimane quello di trovare punti di interesse in grado di attivare e sostenere comportamenti virtuosi e soprattutto "utili"
- ◆ Come si è visto, questo raggruppamento è sensibile ai temi sociali, per cui questo aspetto potrebbe rappresentare un suggerimento per avvicinarli, gli argomenti potrebbero essere quelli della solidarietà, della legalità, della certezza delle regole e dell'integrazione, dell'educazione ambientale. In ogni caso ogni sforzo orientato in questa direzione serve solo a gestire la relazione lungo corde sensibili ma gli effetti prodotti non vanno oltre l'ambito di una comunicazione empatica in quanto, parlando di sensibilità ambientale, questa, come si è visto si presenta del tutto indipendente dall'influenza che questi temi possono produrre
- ◆ In ogni caso bisogna pure considerare che è il cluster che esprime un buon giudizio nei confronti di AMIAT per quanto si riferisce al suo radicamento sul territorio ed il miglior giudizio sulla sua efficienza, questo **lo pone nella posizione di partner ideale**, in quanto più disponibile del precedente a lasciarsi convincere e ad attivarsi, con minori condizionamenti e contropartite

CLUSTER 3 (9,2%)

ARISTOCRATICI



- ◆ Il terzo gruppo (Gli **Aristocratici**) non appaiono molto soddisfatti della qualità ambientale torinese, si aspettano molto ma hanno un atteggiamento da osservatori, critici ma disponibili, anche se la loro disponibilità è volta ad attivarsi a fronte dell'avvio di iniziative orientate a sostenere le buone pratiche
- ◆ Nei loro confronti AMIAT paga lo scotto del loro atteggiamento aventiniano, ma è un segmento che si può fidelizzare assecondando il loro stile basato sul sostegno alle buone pratiche
- ◆ Il punto di forza della relazione passa attraverso la loro **esplicita insoddisfazione in merito alla qualità ambientale**, da questa loro città si aspetterebbero di più
- ◆ In proporzione la loro sensibilità ambientale è superiore al giudizio di efficienza e del radicamento che esprimono nei confronti di AMIAT, un deficit che dovrebbe essere colmato, anche se la loro (relativa) tendenza ad una visione critica investe anche la qualità della vita torinese

CLUSTER 4 (14,6%)

CIPPUTI



- ◆ Il quarto gruppo (**Cipputi**) rappresenta un cluster di medietà, diligenti, domandano indicazioni che seguiranno se adeguatamente "istruiti". Cercano riferimenti all'esterno e hanno convinzioni influenzabili, **la comunicazione si gioca le sue responsabilità** con questo cluster
- ◆ Anche sotto il profilo di sensibilità ambientale esprimono la medietà, sensibili al tema delle prospettive future l'idea della sostenibilità ambientale si accamperà agevolmente presso di loro e lascia intravedere una strada verso una crescita della loro sensibilizzazione e dunque di loro comportamenti virtuosi
- ◆ Questa loro condizione mediana contribuisce a semplificar loro la vita e a sostenere la serenità che li accompagna, meno critici, risaltano per i giudizi migliori che esprimono nei confronti del radicamento di AMIAT nella comunità ma soprattutto in merito alla sua efficienza
- ◆ Il lavoro è orientato ad azioni di sensibilizzazione finalizzate ad affermare più radicate abitudini a differenziare, garantendo loro adeguate verifiche e controlli affinché non percepiscano il loro sforzo inutile

CLUSTER 5 (14,5%)

BICERIN



- ◆ I **Bicerin**, torinesi per elezione, appaiono piuttosto ritirati, esprimono **attese più che bisogni** e domandano di essere raggiunti per vederseli soddisfare. Oltre a ciò vanno anche convinti che si sta lavorando per loro
- ◆ In ogni caso AMIAT ai loro occhi è torinese e, in una città piena di imperfezioni, fatica a svolgere il proprio lavoro con il dovuto decoro, infatti il suo deficit sta proprio **nell'inefficienza espressa**, uno dei giudizi più critici
- ◆ Tuttavia, nella non facile relazione che hanno con la città, riconducibile soprattutto alla loro ritrosia, AMIAT viene percepita come una risorsa e questo rappresenta un elemento significativo ed utile
- ◆ La sensibilità ambientale non è il loro **punto di forza** ma lo è invece **l'attaccamento alla città**, in nome della quale potrebbero anche arrivare a fare la loro parte lasciandosi guidare da AMIAT con cui sentono di condividere il loro riconoscersi torinesi; nella relazione centrata sui problemi ambientali sarà **più utile la concretezza delle proposte** che non il ragionamento

CLUSTER 6 (8,5%)

I SETTE NANI



- ◆ I **Sette Nani**, i loro grandi temi si appiattiscono attorno ad economia, lavoro e sicurezza. **I problemi ambientali rappresentano un lusso nella scala delle loro preoccupazioni** e AMIAT non è contemplata nella loro mappa per orientarsi; in ogni caso, nella città in cui faticano a posizionarsi, se pure non viene percepita come una risorsa vicina alla comunità, appare comunque in grado di svolgere decorosamente il proprio lavoro
- ◆ Poco radicati loro stessi, non in grado di apprezzare la qualità della vita torinese, di riflesso corroborano l'idea che AMIAT sia maggiormente in sintonia con la medietà della città, quella sostanzialmente colpita da minori afflizioni
- ◆ Il loro è un pessimismo che si sostiene da sé grazie alla percezione che sono proprio le cose che ritengono più importanti quelle che vanno male, **la prospettiva di convincerli a condividere il miglioramento ambientale della città deve obbligatoriamente passare da una chiara comunicazione delle regole da rispettare**, compreso il sistema di controlli e sanzioni
- ◆ Il modello è condizionato dalla fatica e dalle incertezze quotidianamente sperimentate, la prospettiva è da ricercarsi in un mondo più accogliente per i loro figli. I figli, e non l'ambiente, rappresentano uno dei punti di maggiore sensibilità...

CLUSTER 7 (9,6%)

I RANCOROSI



- ◆ Gli appartenenti al cluster de "I Rancorosi" cercheranno di resistere ad ogni cambiamento, "il loro problema è quello di non avere strumenti per orientarsi" forse già adesso AMIAT è troppo moderna per loro, **l'ambiente non compare tra le loro preoccupazioni**, anzi al momento trovano che Torino esibisca buone prestazioni
- ◆ All'interno di questo cluster sono gli uomini che detengono il timone delle scelte ma la propensione è piuttosto rivolta verso una **disponibilità ad essere serviti piuttosto che ad ingaggiarsi**. La tendenza al declino appare ai loro occhi inevitabile, il loro **impegno sarà probabilmente modesto**, l'idea che hanno dell'ambiente è stimata in funzione dei loro stessi bisogni, bisogna essere misurati nelle richieste da rivolgere loro, tuttavia **potrebbero non trovare negativo apprendere buone abitudini** in quanto la loro renitenza è più da ricondurre ad una povertà di risorse culturali che non a ragionamenti e scelte
- ◆ **La loro relazione con AMIAT è interpretata come quella tra cliente e fornitore di servizi**; muovendo da questo presupposto il giudizio di adeguatezza che esprimono sull'efficienza dell'azienda ci fornisce una misura abbastanza oggettiva delle sue performance. L'estraneità che evidenziano nei confronti della mission sociale dell'azienda, la loro indifferenza di fronte ai temi ambientali, rappresentano due elementi che senz'altro lasciano intendere che il giudizio espresso si basi essenzialmente sulla capacità che AMIAT esprime attraverso il suo lavoro di raccolta, smaltimento e pulizia, al di fuori da ogni orpello ideologico, basato su una relazione più o meno strutturata, più o meno virtuosa
- ◆ Paradossalmente il **giudizio di buona efficienza** espresso da questo cluster, sotto il profilo della sensibilità ambientale ben poco attrezzato, **restituisce la misura più "vera" della qualità del lavoro espressa**. Il problema nel tempo sarà quello di far loro saltare il fosso che li trasporta dalla parte del cliente a quella di partner.

CLUSTER 8 (14,4%)

DROPOUT



- ◆ I **Dropout** rappresentano un gruppo numeroso; Torino non è la loro città ed AMIAT non è la loro azienda, in prospettiva **si aspetteranno di essere serviti di più e meglio** ma non sono neppure in condizioni di garantire un miglioramento delle loro attenzioni nei confronti dell'ambiente e presumibilmente, neppure della raccolta
- ◆ La loro è una vita difficile piena di complicazioni che ogni nuova regola contribuirà ad accrescere; **si impone sobrietà e semplificazione**
- ◆ Come il precedente gruppo, **la distanza dai problemi ambientali passa soprattutto dal non conoscere**, dalla mancanza di informazione, il resto sta nei limiti che la loro esperienza di vita gli impone. La relazione domanda un processo per tappe nel quale la prima cominci da un lavoro di informazione semplice ed essenziale, magari basato su temi e campagne vicine al loro vissuto tutt'altro che sereno
- ◆ In ogni caso rimane un cluster difficile ed il giudizio che esprime nei confronti di AMIAT è il più negativo; **la miscela** che si forma unendo la minima sensibilità ambientale rilevata, la percezione di uno scollamento tra AMIAT e comunità di riferimento al peggior giudizio sulla qualità della vita **non depone certo in direzione di una rosea prospettiva di crescita**

Le ultime osservazioni affidate al confronto dei quattro indici posti in relazione tra loro e con gli otto gruppi evidenziano che AMIAT sostanzialmente viene promossa dai torinesi soprattutto perché rappresenta un pezzo di città, ne è l'espressione, pensa e opera allo stesso modo, viaggia con i suoi stessi ritmi e viene percepita come una sua espressione (risorsa).

È questo il giudizio di quanti a Torino si sentono integrati, hanno un lavoro, una "posizione". Non si tratta di un fatto di prestigio sociale, quanto piuttosto di un'appartenenza, fra questi molti appartengono a categorie professionali diverse, il tratto comune è il sentirsi appartenenti. AMIAT è "bene" per chi si sente vicino a Torino agli occhi dei quali appare migliore delle altre aziende che gestiscono servizi consimili.

AMIAT è promossa per efficienza espressa, un giudizio importante in quanto correlato positivamente con l'indice di sensibilità ambientale, ovvero viene percepita migliore da quanti sono più vicini ai grandi problemi ambientali della città e sicuramente del pianeta. Questa relazione è intrisa anche di un senso di appartenenza che gli viene riconosciuto e che procede nella stesa direzione, ovvero migliori giudizi di efficienza, più alta sensibilità, maggiore senso di appartenenza.

Si tratta senz'altro di una nota di merito, tuttavia ad una osservazione attenta non può sfuggire il fatto che in presenza di una sensibilità ambientale molto alta, pure accompagnata da un eccellente giudizio di radicamento, non corrisponda un altrettanto elevato giudizio sull'efficienza. Per quanto si riferisce al gruppo la questione è già stata esaminata poco più sopra, qui ci preme risaltare il significato che questo andamento esprime, ovvero che attualmente AMIAT, e con essa il servizio che esprime, sono tarati su una "eccellente medietà".

Esiste un orgoglio torinese che i cittadini sono fieri di esibire, una identità affidata a vari fattori, tra i quali attualmente prevalgono una buona offerta di opportunità culturali e ricreative che sostengono in larga misura l'idea che a Torino si vive bene.

AMIAT è in sintonia con questo sentimento e la qualità ed il ritmo del suo lavoro incontra la fascia centrale di questo popolo di persone (relativamente) soddisfatte. Questa è la sua misura, chi oggi pretende di più appare più critico.

La misura di questo lavoro tuttavia non va riferita solo ad elementi percettivi, la prima indagine ci ha consegnato indici che ci permettono di fare raffronti con le altre province d'Italia e tra queste con quelle che si misurano con le stesse difficoltà su scale simili; inoltre ci ha offerto alcuni elementi anche per confrontarci con il panorama europeo.

L'andamento che si riscontra a Torino si rispecchia nel panorama nazionale nel quale AMIAT compare ai vertici delle performance raggiunte dalle grandi città, mentre troverebbe qualche difficoltà nel sostenere il confronto con le realità più piccole ma virtuosissime; esattamente la stessa dinamica che si riscontra nel confronto con la nicchia di popolazione torinese ai vertici della sensibilità ambientale.

Dunque una Torino eccellente ma non sfolgorante, impegnata nel gestire un rapporto con la città che lascia intravedere opportunità per crescere ancora.

In questa prospettiva di crescita AMIAT dovrà fare i conti con due aspetti, da una parte con le attese del segmento che esprime una sensibilità "europea" e che gli farà da sprone, dall'altra con la zavorra di un popolo ancora incapace di uscire dalla logica che lega il cliente al fornitore di un servizio.

È una specificità torinese che contribuisce a complicare le cose e che lascia intravedere una prospettiva modulare nella gestione dei tempi, degli interventi da programmare, così come nei segmenti di popolazione da coinvolgere.

È una prospettiva senza modelli di riferimento in quanto il gap all'interno della popolazione è decisamente evidente, da una parte si tratta di inseguire prestazioni di eccellenza assoluta, dall'altra di alfabetizzare una quota non residua di popolazione.

Ad AMIAT il compito di aprire una via italiana non solo nello specifico delle sue responsabilità, ma nella costruzione di un percorso basato sulla necessaria crescita della sensibilità ambientale e sulla capacità di trasportare una comunità verso la sottoscrizione di un Patto per l'Ambiente basato su responsabilità condivise.